



CLAVE: 13DIT0001E

**TITULACIÓN INTEGRAL**  
**TESIS PROFESIONAL**

“Proyecto Estratégico de Gestión  
Empresarial para Fortalecer el Turismo  
Alternativo en el Municipio de Molango, Hgo”

**Para obtener el Título de**  
Ingeniería en Gestión Empresarial

**Integrante (s)**

Xóchitl Bautista Ramírez

**Director**

M.T.I. Jacobo Antonio Cruz

**Codirector**

Lic. Virgilio Morales Torres

Enero 2019



**PROYECTO ESTRATÉGICO DE GESTIÓN EMPRESARIAL PARA  
FORTALECER EL DESARROLLO DEL TURISMO ALTERNATIVO  
DEL MUNICIPIO DE MOLANGO, HGO**

## AGRADECIMIENTOS

- ❖ A Dios, por regalarme esta experiencia, por otorgarme los dones necesarios para culminar con éxito mi Ingeniería, por la sabiduría y la fortaleza para afrontar los retos de cada día y por permitirme conocer gente valiosa a lo largo de estos cuatro años.
- ❖ Al Instituto Tecnológico Nacional de México Campus Huejutla, y a todos mis profesores quienes con sapiencia me impartieron los conocimientos pertinentes para afrontar los desafíos de mi vida profesional.
- ❖ A mis catedráticos que con sus clases me inspiraron para hacer ese proyecto: Master Erasmo Hernández Cruz, Ing. Itzel Neftalí Ramírez y al Máster Juan Ángel Oropeza Estrada, las materias que me impartieron fueron las que me sirvieron de base y me ayudaron a elegir tema de tesis y a aventurarme a realizar proyectos más complejos, gracias por todo.
- ❖ A mis asesores de Tesis: M.T.I. Jacobo Antonio Cruz y al Lic. Virgilio Morales Torres, gracias no solo por este trabajo, sino también por ser mis guías y ejemplo.
- ❖ A mis revisores de Tesis: Ing. Manuel de Jesús Güemes Sánchez y a la Master María Teresa González Lemus, gracias por su tiempo y empeño, por los consejos y su buena disposición para con la revisión del documento.
- ❖ Ing. Güemes gracias por las horas de contabilidad, por el tiempo que me regaló para que aprendiera a realizar corridas financieras, es usted un ejemplo para mí y de lo mejor que me encontré en la ingeniería.
- ❖ A mis asesores en ENEIT y CITNOVA: Master Silvestre Téllez Argüelles, Master Leodegario Redondo Martínez, Master Felipe De Jesús García Vargas y Master María Teresa González Lemus, gracias por su apoyo, por el tiempo y su dedicación para con los proyectos.
- ❖ A mis compañeros de equipo de ENEIT y CITNOVA, Juan Manuel, Alejandro, Julio César, Javier, Irene, Andrés y Víctor, gracias por el compañerismo, los buenos momentos y los aprendizajes adquiridos.
- ❖ Al Presidente Municipal de Molango de Escamilla Ing. Raúl Lozano Cano, al Secretario General Municipal C.P. Rigoberto Beltrán Pedraza y a la titular de

la Dirección de Turismo L.T. Andrea Ávila Luna, gracias por la confianza que me otorgaron y por la excepcional ayuda y experiencia que hizo posible la culminación del presente proyecto.

- ❖ A mis padres, Flavio y Minerva, por su apoyo incondicional, su infinito amor y su entrega total para que yo lograra mi meta, todo con tanta paciencia y sin perder un minuto su ternura. A ustedes que con su presencia hacen brillar con más luz cada día de mi vida.
- ❖ A Gaby, Gabriel de Jesús y Matías; gracias por ser parte de mi vida, por regalarme días llenos de alegría, por quererme y aguantarme aún en mis días de mucho estrés, los adoro demasiado.
- ❖ A Titita, nuestro ángel protector en la tierra desde la infancia y que ahora nos guía y celebra nuestros pequeños triunfos en el cielo.
- ❖ A mis tíos: Ing. Abraham Ramírez Mogica, gracias por cuidarme y quererme aún en la distancia. Al ing. Martín Hernández Mogica y Lic. Ma. Teresa González Lemus, gracias por apoyarme y regañarme cuando me atoraba en alguna cosa, gracias a los consejos y también por los buenos y gratos momentos que compartimos.
- ❖ A Martincito; primo a pesar de tu edad, eres un ejemplo de valentía y tenacidad, gracias por regalarme estos años de compañía con tantas alegrías y por alentarme en mis proyectos de la escuela.
- ❖ A Silem Neftalí Mogica Redondo, Dios nos hizo primas, pero hoy somos más que mejores amigas y hermanas, gracias por compartir conmigo en mis mejores y malos momentos, por ser un ejemplo de valentía y empoderamiento ante cualquier tarea de la vida.
- ❖ A mi familia entera, por ayudarme y confiar en mí, gracias por no fallarme.
- ❖ A mis amigas y amigos, a aquellos que hasta el final hicieron que no me amedrentara y me dieron su apoyo.
- ❖ A mis compañeros de estudio, a todos aquellos que pusieron un grano de arena para que yo llegara hasta aquí.

**QUIEN VAYA EN BUSCA DE LOS PARAÍOS OCULTOS  
DE MÉXICO, ENCONTRARÁ EL MÁS SORPRENDENTE  
EN MOLANGO... GOZARÁ LA VISTA DE UN INMENSO  
ANFITEATRO MONTAÑOSO, CON UN LAGO AZUL  
ENGARZADO A SUS PIES.**

**Gutierre Tibón, *Aventuras en México*, 1983**

# CONTENIDO

	Pág
Agradecimiento.....	III
Resumen.....	10
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	
1.1 JUSTIFICACIÓN.....	12
1.2 OBJETIVOS.....	14
1.2.1 General.....	16
1.2.2 Específicos.....	16
1.3 PROBLEMAS A RESOLVER.....	17
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>FUNDAMENTO TEÓRICO</b>	
2.1 DEL TURISMO CONVENCIONAL AL TURISMO ALTERNATIVO.....	20
2.1.1 Evolución y características generales del turismo convencional.....	21
2.2 TEORÍA DEL DESARROLLO Y TURISMO SUSTENTABLE.....	23
2.3 TEORÍA DEL TURISMO ALTERNATIVO.....	28
2.4 TEORÍA DEL TURISMO RURAL.....	39
2.5 SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN MÉXICO.....	42
2.6 SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN HIDALGO.....	45
2.7 SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN MOLANGO.....	47
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	
3.1 ANALÍTICO, DESCRIPTIVO, INDUCTIVO.....	50
3.1.1 Analítico.....	50
3.1.2 Descriptivo.....	50
3.1.3 Inductivo.....	50
3.2 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
3.3 UBICACIÓN DEL PROYECTO.....	52
3.4 CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	53
3.4.1 Población.....	53
3.4.2 Indicadores sociales.....	53
3.4.3 Población económicamente activa.....	55
3.4.4 Clima.....	55
3.4.5 Orografía e hidrografía.....	55
3.4.6 Flora.....	55

3.4.7 Fauna.....	56
3.4.8 Antecedentes históricos.....	56
3.5 ECONOMÍA Y RECURSOS.....	57
3.5.1 Agricultura.....	57
3.5.2 Ganadería.....	57
3.5.3 Silvicultura.....	58
3.5.4 Pesca.....	58
3.5.5 Artesanías.....	59
3.5.6 Identidad cultural.....	59
3.5.7 Fiestas, danzas y tradiciones.....	59
3.5.8 Gastronomía.....	59
3.6 SISTEMA TURÍSTICO.....	60
3.6.1 Núcleo poblacional.....	60
3.6.2 Atractivos turísticos.....	63
3.6.3 Planta de servicios turísticos.....	72
3.6.4 Transporte y vialidad.....	76
3.7 PROCEDIMIENTOS Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS.....	77
3.7.1 Cronograma de actividades realizadas.....	77
3.7.2 Presentación del análisis del proyecto.....	78
3.7.3 Creación de un directorio digital de hoteleros y restauranteros.....	79
3.7.4 Diseño de cartas programáticas y manuales.....	79
3.7.5 Evaluación de un estudio de factibilidad para la creación De un Parador Turístico.....	80
3.7.6 Direccionamiento estratégico de MKT del Parador Turístico.....	81
3.7.7 Estudio técnico y financiero del Parador Turístico.....	83
3.7.8 Estudio ambiental del proyecto Parador Turístico.....	83
3.7.9 Estudio social del proyecto Parador Turístico.....	84
3.7.10 Estudio de impacto ambiental del Parador Turístico.....	84
3.7.11 Diagnóstico general del área.....	84
3.7.12 Marco legal.....	84
3.7.13 Realización de matriz de identificación y evaluación De impactos ambientales.....	86
3.7.14 Análisis e identificación de posibles impactos ambientales.....	86
3.7.15 Presentación de propuesta de medidas preventivas y de mitigación...	86
3.7.16 Proyecto arquitectónico y diseño de libro de gastronomía.....	86
3.7.17 Realización de recomendaciones y finales y presentación Del proyecto.....	87
 <b>CAPÍTULO IV</b>	
4.1 RESULTADOS.....	88
4.1.1 Resultados del Estudio de Mercado.....	88
4.1.2 Matriz FODA.....	97
4.1.3 Matriz de Factores Internos (MEFI).....	99
4.1.4 Matriz de Factores Externos (MEFE) .....	100
4.1.5 Propuesta de direccionamiento estratégico.....	101
4.1.5.1 Misión.....	101

4.1.5.2 Visión.....	102
4.1.5.3 Objetivos corporativos.....	102
4.1.5.4 Valores corporativos.....	102
4.1.5.5 Principios empresariales.....	103
4.1.5.6 Logotipo y slogan.....	103
4.1.5.7 Estrategia de producto.....	104
4.1.5.8 Estrategia de precio.....	105
4.1.5.9 Estrategia de plaza.....	107
4.1.5.10 Estrategias de promoción.....	107
4.1.6 Presupuesto publicitario.....	109
4.1.7 Paquetes turísticos.....	110
4.1.8 Diseño del Parador Turístico.....	112
4.1.9 Requerimiento de maquinaria y equipo.....	115
4.1.10 Estudio financiero.....	118
4.1.11 Matriz de LEOPOLD.....	122
4.1.12 Programa arquitectónico.....	133

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES.....	135
5.2 RECOMENDACIONES.....	136
5.3 COMPETENCIAS DESARROLLADAS.....	137
5.4 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y VIRTUALES.....	138
5.5 ANEXOS .....	140

## ÍNDICE DE CUADROS Y FICHAS

### CUADROS

	Pág
1. Diferencias entre turismo convencional y turismo alternativo.....	32
2. Clasificación del turismo.....	35
3. Población.....	53
4. Población 65 años y más .....	53
5. Marginación .....	54
6. Índices de pobreza.....	54
7. Pobreza multifuncional.....	54
8. Unidades económicas.....	55
9. Producción agrícola.....	57
10. Sacrificio de ganado.....	58
11. Producción de leche.....	58
12. Ficha de núcleo poblacional.....	63
13. Atractivos turísticos.....	67
14. Atractivos turísticos (fiestas y tradiciones).....	72
15. Establecimientos de alojamiento en Molango.....	72



<b>16. Establecimientos de alojamiento con total de habitaciones.....</b>	<b>73</b>
<b>17. Clasificación por número de estrellas de acuerdo a la calidad</b>	
<b>Del servicio.....</b>	<b>73</b>
<b>18. Establecimientos de alimentación y bebidas en Molango.....</b>	<b>74</b>
<b>19. Clasificación de establecimientos de alimentación en Molango.....</b>	<b>75</b>
<b>20. Establecimientos de esparcimiento en Molango.....</b>	<b>75</b>
<b>21. Operación turística en Molango.....</b>	<b>76</b>
<b>22. Transporte y vialidad.....</b>	<b>76</b>

## **FICHAS**

<b>1. Ex convento de Nuestra Señora de Loreto.....</b>	<b>64</b>
<b>2. Teatro “El Nigromante” .....</b>	<b>65</b>
<b>3. La Espadaña.....</b>	<b>65</b>
<b>4. Cerro de Santo Roa.....</b>	<b>66</b>
<b>5. El Mirador.....</b>	<b>66</b>
<b>6. Laguna de Atezca.....</b>	<b>67</b>
<b>7. Museo de Semana Santa.....</b>	<b>68</b>
<b>8. Semana Santa.....</b>	<b>69</b>
<b>9. Carnaval.....</b>	<b>70</b>
<b>10. Día de Muertos.....</b>	<b>71</b>

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado “Proyecto Estratégico de Gestión Empresarial para el Fortalecimiento del Desarrollo del Turismo Alternativo del Municipio de Molango, Hgo”; realizado durante el periodo de agosto a noviembre de 2018, tuvo como objetivo general impulsar un proceso de gestión empresarial que incluyó el fortalecer la oferta turística, así mismo promover la creación de nuevos servicios que contribuyan a la sustentabilidad turística de nuestro municipio.

Por medio de esta investigación se comprobó la hipótesis de que el diseño de un Proyecto que incluyera un Parador Turístico ayudará al incremento de la afluencia de turistas en la zona, dicho parador contará con servicios de alimentación, bebidas, venta de artesanías, entre otros. De igual forma desde presidencia municipal se hace énfasis en la creación de alianzas comerciales estratégicas en las que se pretende la cooperación interempresarial (organizaciones - instituciones) con el objetivo de mejorar la gestión, la productividad y la competitividad, mediante la creación de un manual operativo y puesta en marcha de estas alianzas junto con hoteleros, restauranteros y artesanos en los que se construya un vínculo de confianza, aplicando compromisos, trabajando en equipo, identificando propósitos, objetivos y metas en común.

Ahora bien; bajo el objetivo de contribuir a mejorar las condiciones de vida de las comunidades del municipio de Molango en sus cuatro dimensiones, económico, ambiental, social e institucional a través de la planificación de la actividad turística del municipio, considerando el potencial de desarrollo turístico con que cuenta el municipio por la variedad de recursos naturales y culturales, y la identificación de actores locales capaces de articularse, se hace la propuesta de turismo alternativo para dinamizar el sector en el marco del desarrollo económico local con el fin de que esta propuesta sea un detonante para el desarrollo económico y social en las comunidades del municipio.

Para el levantamiento de la información de campo fue necesario aplicar diferentes instrumentos de recolección, para identificar los recursos naturales, culturales y de eventos; a los posibles actores involucrados, el perfil del turista y la planta turística existente. Se realizaron entrevistas y encuestas con la aplicación de cuestionarios y fichas de recolección de información.

Los resultados mostraron que el municipio de Molango cuenta con diferentes tipos de recursos naturales, culturales y de eventos, identificándose diversos recursos turísticos en los cuales se puede realizar diferentes actividades de Turismo Alternativo. Pero muestra poca señalización turística hacia y dentro de los recursos turísticos, deficiencia en infraestructura de alojamiento y en medios de transporte en los diferentes puntos del municipio.

Por tanto, para alcanzar las condiciones básicas para desarrollar el Turismo Alternativo, debe haber un mayor interés por parte de los actores locales sean estos públicos, privados o de la sociedad civil con capacidad de articularse, con el firme propósito de trabajar por potenciar y garantizar la conservación de los recursos turísticos identificados y que estos sean fuente de ingresos para el municipio.

## INTRODUCCIÓN

Los cambios detectados en las tendencias del turismo mundial hacen prever un aumento de las actividades ligadas sobre todo con la oferta de recursos turísticos en los que la naturaleza, los aspectos del patrimonio histórico y cultural y la seducción del exotismo de parajes vírgenes y de calidad, se convertirán en variables que representarán un importante foco de atracción en las próximas décadas. La demanda que se está imponiendo fuertemente de forma generalizada conforma uno de los factores básicos de la emergencia de nuevos destinos que va acompañada naturalmente de una nueva oferta y una nueva imagen turística.

A nivel mundial, el turismo alternativo se concibe como una forma respetuosa de interactuar con el entorno, pues ayuda a proteger el patrimonio natural, histórico y cultural, además de lograr un equilibrio entre el medio ambiente y las políticas económicas implementadas para que los visitantes puedan disfrutar de los recursos turísticos existentes en la región. De esta manera el turismo de corte alternativo surge como necesidad del individuo, a fin de obtener experiencias únicas que lo retroalimenten en el plano personal a través de las vivencias adquiridas durante su viaje.

En las últimas décadas México se ha convertido en uno de los destinos turísticos de Centroamérica por excelencia. La implantación de las actividades turísticas sobre el territorio está motivando un incremento del peso relativo de este sector socioeconómico, y se está convirtiendo en uno de los pilares fundamentales de la economía.

La apertura y creación de nuevos destinos turísticos en nuestro país y la globalización del mercado, hacen de Hidalgo en muchas de sus regiones y en especial de Molango, un destino turístico único, ya que se encuentra ubicada en la zona serrana del estado, además de que se cuenta con una Laguna que es muy visitada por turistas nacionales y extranjeros por el ambiente de misticismo y

leyenda, a la par que cuenta con celebraciones muy importantes durante el año, entre las que destacan: las festividades de Nuestra Señora de Loreto en el mes de septiembre, el carnaval en marzo y la Semana Santa en marzo o abril, haciendo que muchas micro y pequeñas empresas se desarrollen en el rubro del turismo en la ciudad.

Ahora bien; un lugar turístico podrá calificarse como óptimo si posee un buen planeamiento estratégico cuando cambia los recursos de campos de baja productividad y rendimiento a niveles de más productividad y rendimiento, tanto es el riesgo y quizás algunas veces sin éxito.

Es importante que las empresas del sector turístico en Molango como hoteles, posadas, restaurantes y tiendas de artesanías tengan un buen modelo de gestión que les ayude a definir su unidad estratégica acorde con las necesidades que la mayoría de los turistas buscan satisfacer y mantener quizás una buena u óptima gestión mediante lazos comerciales con diversas empresas del rubro dentro del municipio para así competir en magníficas condiciones con el mercado del turismo, por lo tanto, desde el Ayuntamiento Municipal, que preside el Ing. Raúl Lozano Cano en las áreas de Turismo, Educación y Cultura se asume el diseño del siguiente proyecto donde se incluyen diversas estrategias y nuevos subproyectos que les ayudarán a las empresas de este rubro a realizar un buen planeamiento estratégico para obtener mejores resultados y estar vigentes durante todo el año. No se trata de reaccionar lentamente a los cambios del entorno, sino de actuar de forma proactiva que les permita controlar, liderar e incluso provocar los cambios positivos que se pretenden, lograr posicionar al Municipio de Molango como uno de los lugares predilectos entre los turistas estatales y nacionales.

## 1.1 JUSTIFICACIÓN

La globalización mundial ha puesto en severa crisis a las pequeñas y medianas empresas de este país, debido a su falta de competitividad y limitación de recursos. Estas empresas han desarrollado estrategias basadas en su flexibilidad y adaptabilidad para mantenerse como un sector importante por su aportación al PIB y la generación de empleos.

Las empresas que se aferran al inmovilismo y no apuestan por la innovación están condenadas a competir en notoria inferioridad de condiciones respecto a las de su entorno. (Rodríguez, 2006).

La investigación realizada satisface los motivos de carácter personal y profesional. Personal porque parte del interés que me liga a Molango desde mi nacimiento, además de identificar que en la ciudad no existe un instrumento viable y específico adaptable a su área que ayude a promocionar y potenciar el turismo, tomando en cuenta toda la variedad de recurso paisajístico, rutas turísticas que la zona posee y que desde el área y línea de investigación como futura profesional se pueden trabajar, proponer y ejecutar proyectos o planes que brinden información actualizada, ayudando a la población en la mejora de su calidad de vida y de sus ingresos, en el aprovechamiento de sus recursos y de alguna manera contribuir a la afluencia de la actividad turística.

Lo anterior justifica concebir un modelo alternativo de desarrollo más incluyente que permita conservar la identidad cultural, el patrimonio histórico y los recursos biológicos del Municipio de Molango.

En este proyecto se incluye un modelo de alianza estratégica para apoyar a las pequeñas y medianas empresas del Municipio a posicionarse competitivamente.

De igual manera se incluyen subproyectos integradores en los cuales se reestructura el sector turístico de Molango, incluyendo nuevas atracciones y actividades, la ruta de senderismo, el rappel, la gestión del proyecto Parador Turístico, un libro de gastronomía local, entre otras.

Parte fundamental es incorporar a los pobladores en una forma de alianza estratégica impulsada desde la Presidencia Municipal con la finalidad de unir esfuerzos en el desarrollo de diversas actividades empresariales y con ello lograr una exitosa gestión en una forma de turismo alternativo, lo que permitirá avanzar hacia una estructura participativa más compleja y sostenible con el tiempo, lo que a su vez permitirá consolidar a Molango como uno de los destinos turísticos más rentables de Hidalgo.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General:**

Impulsar un proceso de gestión empresarial que incluya el fortalecer la oferta turística, así mismo promover la creación de nuevos servicios que contribuyan a la sustentabilidad turística del Municipio de Molango.

### **1.2.2 Objetivos Específicos:**

- Formar alianzas comerciales entre las principales empresas del sector turístico del Municipio.
- Mejorar la calidad de servicio y gestión de las empresas turísticas.
- Incorporar a los prestadores turísticos de Molango en programas de mejora continua de calidad turística.
- Fomentar el turismo alternativo mediante la habilitación de nuevos atractivos en el municipio, el diseño de un proyecto para la creación de un Parador Turístico y la redacción de un libro de gastronomía.
- Impulsar un modelo sustentable para la gestión turística de Molango.
- Lograr posicionar al Municipio de Molango como uno de los destinos responsables con el medio ambiente y más rentables del Estado.



### 1.3 PROBLEMAS A RESOLVER

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor de progreso socioeconómico. Hoy en día, la expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo.

La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca. La OMT ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unos mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos, la OMT insiste que los países en desarrollo puedan beneficiarse especialmente del turismo sostenible y actúa para que así sea.

La Organización Mundial del Turismo (2000), en un documento denominado Recomendaciones sobre estadísticas de Turismo, hace énfasis en que si en el pasado, el turismo se centraba en las características de los visitantes, en las condiciones en que llevaban a cabo sus viajes y estancias, el motivo de la visita, etc., existe, hoy en día, una creciente conciencia sobre el papel que el turismo desempeña y puede desempeñar directa, indirectamente, o de una forma inducida, sobre una economía en términos de creación de valor añadido, empleo, renta personal, ingresos del estado, etc.

Es por ello que luego de observar lo que ocurre en los países en los que el turismo representa un sector relevante para su economía, la actividad turística se ha identificado como una opción para la creación de riqueza, por lo que debe existir una estrategia aceptada y asumida por medio de un pacto social por partes de las

autoridades y actores involucrados en este tema, para su apoyo, promoción y fortalecimiento, con el fin de alcanzar su meta prioritaria: el desarrollo.

El turismo es una actividad beneficiosa para el lugar que lo desarrolle, por tal razón es que el turismo es un sector que va progresando de forma continua, a la vez que la promoción del mismo es de vital importancia para su desarrollo, debido a la existencia de muchos lugares que deberían ser explotados, para aprovechar los beneficios, entre los cuales están: mejora las condiciones de vida, generación de empleo y la infraestructura del país, ya que el hecho que un país sea visitado por turistas conlleva a la calidad físicamente hablando de hoteles y restaurantes, con el objetivo de causar una buena impresión en los visitantes y consecuentemente lo recomienden en sus países, haciendo que la afluencia del turista incremente año a año.

La presente investigación se centra en Molango de Escamilla, ciudad que está situada en la Sierra Alta del estado de Hidalgo, es un sitio de riquezas ambientales y culturales. La Secretaría de Turismo de la presente administración y la alcaldía municipal, han trabajado conjuntamente en la apertura y puesta en valor de un proyecto de gestión empresarial donde los principales productos a ofertar tengan que ver con una Ruta Gastronómica y de Artesanías propias de la región, así mismo realzar los atractivos naturales con los que cuenta la zona.

Promover los beneficios derivados del turismo es uno de los objetivos de gestión prioritarios dentro del aspecto económico del Plan de Desarrollo Municipal, lo cual se alinea con lo que se busca en esta investigación, pero, sin embargo, dos de los primeros proyectos derivados de la misma aún se están comenzando a implementar y se muestra la falta de otros planes e instrumentos de gestión que contribuyan a erradicar el problema presente.

Molango es un foco turístico que recibe actualmente visitantes de diversas partes por su atractivo natural, pero su infraestructura turística y servicios no se han ido

desarrollando y adaptando a las necesidades del área, y aunado a esto, no han sido promocionados de manera eficiente para que el número de visitas se incremente.

Y es en vista de la inexistencia de infraestructura turística en la región, que nace la idea de crear un Parador Turístico, pero además de eso, implementar un proyecto de gestión empresarial para fomentar el turismo alternativo, que brinde asistencia y servicios turísticos de calidad a automovilistas que gusten de detenerse para adquirir servicio de combustible, de la misma forma a turistas y visitantes que acuden a esta región en busca de turismo cultural y de naturaleza.

Otro problema fundamental en la zona es la falta de conocimiento y conciencia de la riqueza turística que posee el sector por parte de las comunidades, los mismos que por sus prácticas habituales no han aprovechado esos recursos y han dañado gran parte del ecosistema.

Por tales razones, el siguiente proyecto pretende desarrollar el turismo en la región, como una alternativa más para los turistas que siempre están en busca de nuevos destinos, como también para mejorar la calidad de vida de Molango y sus comunidades a través de su participación e involucramiento en actividades turísticas y finalmente en busca del bienestar ambiental del sector.

## CAPÍTULO II

### FUNDAMENTO TEÓRICO

#### 2.1 DEL TURISMO CONVENCIONAL AL TURISMO ALTERNATIVO

El *turismo convencional* ha colocado a la actividad turística como uno de los negocios de mayor importancia y crecimiento en los últimos treinta años, debido a los beneficios económicos que representa para los países receptores de los flujos turísticos en el mundo. Si bien este crecimiento ha generado beneficios en el plano económico, también es cierto que provocó una serie de efectos negativos en el ámbito social, cultural y ecológico, lo que ha llevado a cuestionar la viabilidad del modelo convencional de turismo y ha propiciado el surgimiento del llamado *turismo alternativo*, que no es más que un turismo más conciente con los valores sociales, naturales y comunitarios que permite una mejor interacción entre el turista y los anfitriones.<sup>1</sup>

Este nuevo modelo de desarrollo turístico incluye una serie de modalidades (el turismo de aventura, el ecoturismo y el turismo rural), que básicamente difieren de los principios del modelo de masas y que plantean sus bases sobre el paradigma del desarrollo turístico sustentable, cuyo fin o propósito es minimizar los impactos negativos de las actividades humanas sobre los ecosistemas naturales, al mismo tiempo que se respetan y preservan las pautas y tradiciones culturales de la población local.

En este capítulo se describirá el surgimiento y la evolución del turismo convencional, así como también los efectos que influyeron en el nacimiento del nuevo turismo, denominado turismo alternativo, sus principios y características.

---

<sup>1</sup> Alonso, Ester y Múgica, Marta (1998), Ambientalizar el turismo, Conferencia Nacional, Oficina técnica de EUROPARC-España, VII. Reus del 2 al 4 de diciembre

### **2.1.1 Evolución y características generales del turismo convencional**

El turismo convencional en el mundo occidental estuvo estrechamente ligado al desarrollo económico y tecnológico del cual disfrutó esta sociedad. Éste se define como todos aquellos flujos masivos de seres humanos, precedentes de las grandes urbes, que se desplazan sincrónicamente en marcadas épocas del año, con destino a lugares supuestamente paradisíacos y con hábitos fuertemente consumistas.<sup>2</sup> Cabe señalar que este tipo de turismo es también conocido como: tradicional, turismo de masas, turismo de las cuatro "S", por sus siglas en inglés (Sea, Sand, Sun and Sex), o turismo de sol y playa.

A través del tiempo, el turismo convencional ha ido evolucionando poco a poco. Así es que, a partir del 1900 junto con el surgimiento de los ferrocarriles, grandes masas (en su mayoría, correspondientes a la clase alta), comenzaron a desplazarse a otras ciudades con fines de ocio. Luego vinieron épocas de guerras, donde el turismo fue relegado, principalmente por retrocesos de la economía de los países emisores. En 1945, finalizada la Segunda Guerra Mundial, la paz volvió junto con la estabilidad económica y social, propiciando un crecimiento del turismo para las clases medias y altas, surgiendo así lo que se conoce como turismo de masas, debido principalmente, al incremento masivo del tiempo libre y la movilidad personal, como consecuencia de la mejora de los niveles de vida, el crecimiento de los ingresos, y la capacidad de gasto, la reducción del horario laboral, la ampliación del periodo de vacaciones pagadas y la democratización de los medios de transporte, tanto de los colectivos como de autolocomoción.

El modelo convencional o de masa se ha caracterizado por el desplazamiento de una gran cantidad de personas a los destinos turísticos cuyas motivaciones van desde el descanso hasta la diversión, el deporte, la cultura, la salud y la religión; aunque se puede decir, que, en este tipo de turismo, los destinos que mayor se caracterizan son los de sol y playa. Allí el turista busca básicamente entretenimiento

---

<sup>2</sup> Callizo Soneiro, J. (1998), Aproximación a la Geografía del Turismo. Op. Cit. p. 11

y diversión e interactúa poco con la comunidad receptora. Asimismo la población local no participa en su desarrollo, por lo que raramente se beneficia.

En general se puede decir que el turismo convencional, es un modelo propio de la sociedad industrial, cuyas características principales son, entre otras, un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda.<sup>3</sup> Desafortunadamente, esto ha generado una serie de impactos perjudiciales en el ámbito ecológico (pérdida y degradación de los ecosistemas, contaminación del suelo, del aire y el agua), y sociocultural (prostitución, aculturación, explotación infantil, entre otros).

Estos impactos pueden estar determinados por un conjunto de variables tales como: el volumen de llegadas de turistas en cierto espacio físico, la estructura de la economía receptora, los tipos de actividad turística, la fragilidad del espacio, la intensificación de edificaciones, la sobrepoblación en épocas de vacaciones y la competencia con otros usos del territorio.

Con base a lo expuesto, es posible señalar que el turismo, si bien ha sido concebido como agente generador de impactos positivos en el ámbito económico, también se ha destacado por ser un proceso que provoca efectos negativos en el entorno natural y sociocultural en las comunidades receptoras. Debido a ello surge la necesidad de optar por un enfoque integrador, basado en la sustentabilidad. Desde esta perspectiva, se cuestiona de manera directa a los modelos de desarrollo capitalista y se planean modelos alternativos de desarrollo turístico diseñados para<sup>4</sup>:

- Mejorar la calidad de vida de la población local, es decir, de los residentes que viven y trabajan en el destino turístico.
- Proveer mayor calidad de experiencia para el visitante.

---

<sup>3</sup> Zamorano (2002), Op. Cit. p. 213.

<sup>4</sup> Organización Mundial del Turismo (OMT) (1998), Introducción al Turismo. Madrid. Op. Cit. p. 260.

- Mantener la calidad del medio ambiente (natural y cultural) del que depende la población local y los turistas.
- La consecución de mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales.
- Asegurar la obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos, es decir, ha de procurarse que el negocio turístico sustentable sea rentable, de lo contrario los empresarios olvidarán el compromiso de sustentabilidad y alterarán el equilibrio.

Aunando a lo anterior, un turismo basado en la sustentabilidad, reconoce la necesidad de un enfoque integral de desarrollo que entienda las relaciones entre recursos naturales, históricos y culturales, el sector turístico y otras actividades ya que, para que se logre el compromiso, debe recaer en todos los actores involucrados (la población local, los turistas, los empresarios y el gobierno), con el fin de que todos se beneficien.

## **2.2 TEORÍA DEL DESARROLLO Y TURISMO SUSTENTABLE**

Las argumentaciones críticas a los efectos del modelo de desarrollo industrial, sobre todo para el medio ambiente, no son recientes a pesar de que fue en la década de los años noventa cuando el interés por el tema toma mayor importancia. “En 1972, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) organiza la Conferencia Mundial sobre Medio Ambiente (llamada Conferencia de Estocolmo), de la cual nace el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) tomando una activa postura crítica hacia las cuestiones ambientales y su vinculación con el desarrollo.”<sup>5</sup>

En 1987 se retoma el tema con una visión diferente y con mucha coherencia e integralidad: la que se describe en el documento *Nuestro Futuro Común*, que fue el

---

<sup>5</sup> Nieva García, Ángel, *Turismo Alternativo una Nueva Forma de Hacer Turismo*, s.e., México, 2004, Segunda Edición, P. 10.

reporte de la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y Desarrollo. Los lineamientos generales que se establecen para el desarrollo sustentable se expresan de la siguiente manera: “permite percibir la diferencia entre crecimiento y desarrollo; la mejoría distribuida y desenvolvimiento de potencialidades; considerar el mejoramiento de la calidad de vida sin depredar o exceder el consumo de recursos”.<sup>6</sup>

La sustentabilidad fue el tema de la Cumbre Mundial sobre Medio Ambiente celebrada en 1992, en Río de Janeiro, Brasil, llamada la Cumbre de la Tierra. La sustentabilidad ambiental se refiere a la “administración eficiente y racional de los bienes y servicios ambientales, de manera que sea posible el bienestar de la población actual, garantizando el acceso a éstos por los sectores más vulnerables, y evitando comprometer la satisfacción de las necesidades básicas y la calidad de vida de las generaciones futuras”.<sup>7</sup>

Bajo este nuevo panorama se acepta que el desarrollo, incluido el crecimiento económico, puede satisfacerse sin la degradación ambiental, teniendo como estrategia un proceso fundamentado en la racionalización de los modelos de utilización de los recursos.

El Desarrollo Sustentable se presenta como una alternativa para buscar el progreso, con base en el aprovechamiento racional de los recursos naturales y humanos. Basado en “tres principios de equidad:”<sup>8</sup>

- Económica: hace referencia a que existan suficientes ingresos económicos para todos y que se repartan de una manera justa, evitando el enriquecimiento excesivo de unos pocos a costa de todos. Asimismo, es necesario que el ingreso económico de cada familia sea suficiente para cubrir

---

<sup>6</sup> *Ibídem.*

<sup>7</sup> Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, edición electrónica. [consultado 30 de septiembre de 2018].

<sup>8</sup> Nieva García, Ángel, *Op. cit.* P. 11.



con dignidad sus necesidades de alimentación, vivienda, vestido, educación, salud, etc.

- **Social:** se vuelve necesario que las posibilidades de bienestar y desarrollo humano estén al alcance de todos, sin importar su nivel económico ni el tipo de trabajo que realicen. Este punto también refleja la importancia de la amplia participación de todos los sectores implicados, para lograr la mejor solución a los problemas.
- **Ambiental:** significa que se debe valorar a la naturaleza con respeto, cambiando la forma de relacionarnos con ella, para no provoca desequilibrio en los ecosistemas. Es necesario evitar que el crecimiento económico y el progreso social se basen en la explotación y agotamiento de los recursos naturales (tierra, selvas, bosques, ríos, mares, animales, etc.); y que cuando aún suceda así, se utilicen tecnologías alternativas para reducir y corregir el impacto ambiental.

En relación al turismo, esta es una industria mercantil que incorpora el paradigma de “sustentabilidad” como el medio para reorientar las consecuencias del modelo de desarrollo industrial a escala nacional e internacional. La gestión del turismo incluye una multiplicidad de elementos (comercialización, transportación, hotelería, alimentos y bebidas, infraestructuras y servicios), que vuelven importante orientar las fuerzas del mercado y la inversión, en relación con el medio ambiente, con la finalidad de desempeñar esta actividad económica en forma sustentable.

El Turismo Sustentable, como actividad económica productiva, busca contribuir a la continuación del sistema global y garantizar la sustentabilidad propia de la región en la que se desarrolla. La no sustentabilidad, vista como la cuestión del deterioro de los recursos naturales, se traduce en una disminución de los ingresos que esta actividad genera y de las llegadas de turistas a causa del proceso continuo de deterioro de los atractivos que los motivan. Un concepto relacionado directamente

con la sustentabilidad es la capacidad de absorción o capacidad de carga de la región o entorno turístico. La capacidad de absorción desde el punto de vista ecológico se define como “el nivel máximo de uso recreativo, en términos de número de visitantes y actividades, que pueden ser acomodados antes del declive en el conjunto de valores ecológicos<sup>9</sup>”.

El Turismo Sustentable encierra la definición de una capacidad de absorción compatible con la preservación del stock de recursos naturales, el mantenimiento de los ingresos y la productividad turística a largo plazo. Desde esta perspectiva, se puede conseguir la satisfacción de las generaciones futuras al mantener el equilibrio armónico entre el número de visitantes a un destino y su capacidad de carga. Así pues, este tipo de turismo pretende determinar los límites físicos de la actividad turística, con el objeto de mantener y mejorar la calidad de vida en el futuro.

Por lo tanto, el Turismo Sustentable requiere ajustarse a un número absoluto de visitantes, con el fin de respetar la capacidad de carga de la región. Lo cual a su vez implica considerar, entre otros, los siguientes factores para lograr una presencia turística de mayor calidad que garantice la sustentabilidad del destino turístico: “La estancia promedio; características de los turistas y anfitriones; concentración geográfica de visitantes; intensidad del periodo estacional; gasto promedio per cápita y el ingreso promedio”.

Con relación a los compromisos asociados con la actividad turística que fueron pactados en Johannesburgo y están insertos en el Informe de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible en 2002, el apartado 43 refiere que se promoverá el desarrollo sostenible del turismo a fin de aumentar los beneficios que las comunidades receptoras obtienen de los recursos que aporta el turismo, manteniendo al mismo tiempo la integridad cultural y ambiental de dichas

---

<sup>9</sup> Salcedo, María y Fidel San Martín, Turismo y Sustentabilidad: Paradigma de Desarrollo entre lo Tradicional y lo Alternativo, Gestión y Estrategias, 2012, N° 41, P. 9.

comunidades y aumentando la protección de las zonas ecológicamente delicadas y del patrimonio natural.

Promover el desarrollo sostenible del turismo y el fomento de la capacidad en ese ámbito, para contribuir al fortalecimiento de las comunidades rurales y locales, según éste informe entrañaría la adopción, en todos los planos, de medidas encaminadas a:

- Aumentar la cooperación internacional, las inversiones extranjeras directas y las asociaciones con el sector privado y el sector público en todos los niveles.
- Formular programas, incluso en materia de educación y capacitación, que fomenten la participación en el ecoturismo, que habiliten a las comunidades autóctonas y locales para fomentar el ecoturismo y beneficiarse de él, e intensifiquen la cooperación entre los distintos interesados en el desarrollo del turismo y la preservación del patrimonio, con el fin de aumentar la protección del medio ambiente, los recursos naturales y el patrimonio cultural.
- Prestar asistencia técnica a los países en desarrollo y los países con economías en transición con el fin de apoyar el desarrollo de empresas de turismo sostenible, e invertir en dichas empresas y en programas de creación de conciencia turística, mejorar el turismo interno y estimular el desarrollo empresarial.
- Ayudar a las comunidades locales a administrar las visitas a sus atracciones turísticas de modo que obtengan el mayor beneficio posible con un mínimo de riesgos y de efectos negativos para sus tradiciones, su cultura y su medio ambiente, con el apoyo de la Organización Mundial del Turismo y otras organizaciones competentes;

- Promover la diversificación de las actividades económicas, incluso facilitando el acceso a los mercados y a la información comercial, así como la participación de las empresas locales incipientes, especialmente las pequeñas y medianas.

En 2004 la Organización Mundial del Turismo, planteó que el desarrollo del Turismo Sustentable va más allá del ecoturismo, al considerar que el turismo sustentable tiene diferentes referentes espaciales o de escala, como son el turismo de litoral y el urbano. Se hace hincapié en que los principios de sustentabilidad deben contemplar tres premisas de manera equilibrada para alcanzar el Desarrollo Sustentable a largo plazo:

- 1) Hacer un uso responsable y óptimo de los recursos naturales.
- 2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas y
- 3) Que los beneficios económicos se distribuyan de manera equilibrada y contribuyan a la reducción de la pobreza.

## **2.3 TEORÍA DEL TURISMO ALTERNATIVO**

El Turismo Alternativo, “es un nuevo modelo de turismo que retoma el paradigma de sustentabilidad pretendiendo ser una forma menos agresiva con el medio ambiente e intenta invertir mayores esfuerzos en preservar valores naturales y culturales en destinos turísticos.”<sup>10</sup> Se considera un dinamizador del desarrollo económico local, pues interviene bajo un concepto de respeto al medio ambiente y a las formas de vida de los territorios, siendo de esta forma que se aprovechan los recursos endógenos de las localidades sean estos naturales o culturales.

Este tipo de turismo “es un conjunto de vivencias y experiencias únicas, irrepetibles, que permite que el turista perciba sus relaciones de una manera diferente con el

---

<sup>10</sup> CENTROMYPE, Experiencias Exitosas en Turismo Alternativo, Centro de Formación de BANDESAL, San Salvador, marzo, 2014, P. 11.

entorno geográfico y cultural, con otros turistas y sus anfitriones, dentro de los parámetros del desarrollo sustentable que prevé el desarrollo y crecimiento económico, la equidad social y sustentabilidad ambiental.”<sup>11</sup>

Se caracteriza por la inversión en recurso humano y el comportamiento activo del turista y se preocupa de que las comunidades receptoras resulten beneficiadas de la actividad turística e intenta minimizar, en la medida de lo posible, el costo social, cultural y el impacto ambiental que la actividad turística genera.

De acuerdo a los planteamientos de Francisco Zamorano, el Turismo Alternativo “se caracteriza por ofrecer una atención personalizada y por la oportunidad de experimentar un viaje a la medida”, los cuales constituyen los factores más importantes en la elección del destino turístico, además se busca que las vivencias con la comunidad receptora se desarrollen en un entorno de calidad; y esta calidad turística es alcanzada mediante la capacitación y educación y mediante la conservación del patrimonio y el entorno.

Lo que se busca lograr es que la calidad de vida del visitante este estrechamente relacionada con la calidad de vida del anfitrión. También establece que los cambios actuales en el turismo mundial van más allá de la mera innovación tecnológica, administrativa, de comercialización o de modalidades arquitectónicas de los hoteles, el verdadero cambio para él está en el turista.

Al respecto Maribel Osorio<sup>12</sup> rescata que “este cambio en el comportamiento del turista ha sido atribuido al aumento de su experiencia, de su exigencia y de su información”, <sup>13</sup> pero ella añade, que esta nueva adquisición evolutiva proviene de

---

<sup>11</sup> Zamorano, Francisco, Turismo Alternativo: Servicios Turísticos Diferenciados, Editorial TRILLAS, México, 2007 (2da Edición), 2008 (reimpresión), P. 13.

<sup>12</sup> Doctora en Ciencias Sociales y Políticas, Universidad Iberoamericana, 2007. Profesora-Investigadora en el Centro de Investigación en Estudios Turísticos de la Universidad Autónoma del Estado de México.

<sup>13</sup> Osorio, Maribel, Turismo Masivo y Alternativo, Distinciones de la Sociedad Moderna/ Posmoderna, Convergencia, Revista de Ciencias Sociales, 2010, N° 52, P. 252.

forma fundamental de las telecomunicaciones, las cuales han posibilitado el aumento de la oferta de las alternativas de elección del destino y del producto turístico.

El nuevo consumidor turístico posee las siguientes características: Es un multiconsumidor, que desea consumir de modo eficiente y sin despilfarrar; es más exigente, dado que dispone de mayor información; es un turista más activo, en una búsqueda de lo natural, espiritual, de nuevos retos, vivencias y experiencias diferenciadas; es más culto y desea satisfacer y cubrir más necesidades e inquietudes; reclama más diversidad de productos y paquetes turísticos; es sensible al medio ambiente y se deja tentar por destinos alternativos o exóticos.

El Turismo Alternativo busca proveer algunos beneficios para el espacio rural o interior, puesto que entre sus objetivos se encuentran: mejorar las condiciones de vida en la población local, contribuir a la reactivación económica de las zonas deprimidas, generar rentas complementarias, incorporar a la mujer al trabajo remunerado, mantener la actividad agropecuaria y artesanal, mantener o recuperar el patrimonio arquitectónico tradicional, conservar el medio físico y potenciar los intercambios culturales. El Turismo Alternativo se refiere “a que existen otras formas de hacer las cosas”. En este concepto lo más importante es el contacto con la naturaleza y las culturas autóctonas, es decir empaparse de lo propio de la región a visitar.

La Secretaría de Medioambiente y Recursos Naturales de México (SEMARNAT) lo definió en el año 2004 como “los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”.

El Turismo Alternativo basado en el tipo de interés y actividades que el turista tiene y busca al estar en contacto con la naturaleza se ha dividido en tres grandes

segmentos cada uno compuesto por diversas actividades, donde cabe mencionar, que cualquiera de las actividades que a continuación se definen, puede requerir de guías, técnicas y equipos especializados. Entre las modalidades de Turismo Alternativo podemos mencionar el Ecoturismo, Turismo de Aventura y el Turismo Rural.<sup>14</sup>

- **Ecoturismo.** Lo constituyen los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma, estas actividades pueden ser observación de astros, observación de flora y fauna, senderismo, educación ambiental, investigación biológica, observación de atractivos y fenómenos especiales de la naturaleza, y observación de atractivos naturales entre otros.
- **Turismo de Aventura.** Corresponde a los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza. Esto se enfoca principalmente a tres ámbitos: aire, agua (buceo autónomo, pesca recreativa, descenso en río); y tierra (rappel, ciclismo de montaña, cabalgatas, montañismo).
- **Turismo Rural.** Lo conforman los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma, las principales son: etnoturismo, agroturismo, talleres gastronómicos, fotografía rural y talleres artesanales, entre otras.

Este nuevo modelo de Turismo Alternativo también se caracteriza, y a su vez se diferencia del Turismo en Masa, por la complementariedad entre sus actores, por proporcionar una oferta diversificada y flexible, por una gestión participativa, por la desestandarización de los atractivos, y la demanda de bajo volumen, segmentada o especializada.

---

<sup>14</sup> Osorio, Maribel, Op. cit. P. 253.

Una diferencia fundamental entre el Turismo en Masa y el Alternativo, según Maribel Osorio, se refiere directamente a la “distinción entre viaje clausurado y viaje relacional, en el cual, la clausura da referencia a un paquete turístico rígido y a la circunscripción comunicativa concentrada territorial y espacialmente; mientras que el viaje relacional da referencia a una selección diversificada de la organización del viaje, en el cual la comunicación territorial y temporal queda sujeta a las posibilidades de cada selección”.<sup>15</sup>

A continuación, se describe un cuadro comparativo en el que se muestran las diferencias de un tipo de Turismo Convencional o de Masas y el Turismo Alternativo:

**Cuadro N° 1 DIFERENCIAS ENTRE TURISMO CONVENCIONAL Y TURISMO ALTERNATIVO**

<b>CARACTERÍSTICA PRINCIPAL</b>	<b>TURISMO CONVENCIONAL</b>	<b>TURISMO ALTERNATIVO</b>
Tipo de turista	Pasivo, estático, ajeno, bajo nivel de formación	Activo, dinámico, participativo, imaginativo, culto
Motivo principal del viaje	Sol y playa, nieve. Precios bajos	Interacción con la naturaleza, la cultura y la gastronomía local
Tipo de demanda	Organizada por operadores turísticos	Individual. Dirigida a grupos específicos
Objeto de la promoción	Instalación turística	Actividades y experiencias
Comportamiento del turista	Observar sin interactuar	Experimentar en la región
Tipo de frecuentación	Masificada. Estacional	Exclusividad y privacidad. Repartida a lo largo del año. Controlada según la capacidad de carga
Tipo de alojamiento	Estandarizado. Hoteles grandes y sofisticados, departamentos y residencias secundarias.	Alojamientos alternativos (casas rurales, campings y cabañas).

<sup>15</sup> Osorio, Maribel, Op. cit. P. 253.



Actividades en destino	Frecuentación de bares, locales nocturnos y parques temáticos. Excursiones en grupo. Descanso en la playa.	Observación de flora y fauna, caminatas y visitas a lugares históricos. Degustación de comidas típicas. Participación en fiestas y actividades rurales (yerra, ordeño, esquila, etc.)
Costos	Altos para construcción de infraestructura y equipamiento	Necesarios para realizar actividades y facilitar las experiencias, infraestructura y equipamientos adecuados
Comportamiento e impacto sobre el medio	Exploración incontrolada de los recursos. Crecimiento expansivo. Beneficios a corto plazo	Valoración controlada y preservación de los recursos. Desarrollo económico y social. Beneficios a medio y largo plazo
Desarrollo	Exógeno	Endógeno o local

Fuente: Fraguell (2000).

Es así que el turismo alternativo se distingue por llevar a cabo un desarrollo más local, en este sentido, los actores se desempeñan como principales organizadores, administradores, gestores y beneficiarios directos de las prácticas del turismo. Bajo este contexto podemos decir que las características generales que distinguen al turismo alternativo del turismo convencional o de masas, son principalmente las siguientes:

1. Genera menos impactos negativos en lo ambiental y en lo social.
2. Es un turismo de baja escala, esto es, un turismo más local.
3. Se realiza de manera dispersa, fuera del ámbito urbano.
4. Está enfocado a segmentos de mercados más especializados.
5. El turista alternativo posee mayores ingresos y mayor nivel cultural.
6. Propicia el desarrollo económico local.

En síntesis, lo expuesto anteriormente nos permite concluir que el turismo alternativo no solo es cuestión de nuevas formas de hacer turismo, de más oferta para atender segmentos de mercado emergente, sino que, más bien consiste en

proponer una nueva concepción, enfoques, estrategias o modelos de desarrollo turístico que no limiten o marginen a las comunidades locales como simples destinos receptores de visitantes, ya que son los principales actores de este nuevo tipo de desarrollo turístico.

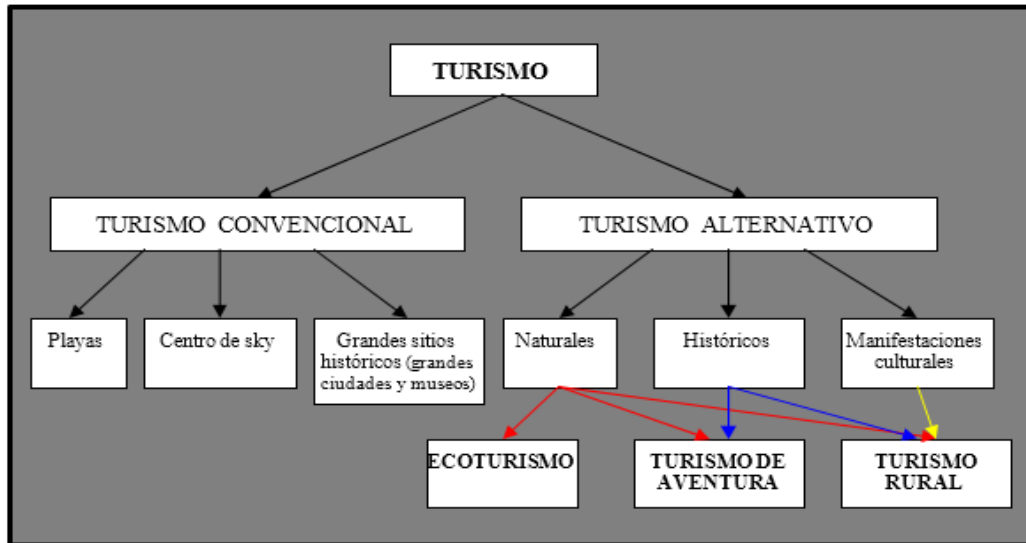
En otras palabras, este modelo turístico representa una oportunidad para contribuir al desarrollo social y económico, pero requiere de una estrategia interdisciplinaria y participativa dirigida a la articulación del patrimonio con la sociedad y a la preparación de ésta para usar y mantener los recursos en forma sustentable.

En el cuadro N° 2 podemos observar que, dentro del turismo, como lo mencioné anteriormente, existen dos clasificaciones: el turismo convencional y el turismo alternativo. Según los atractivos que motivan a los turistas a desplazarse, se puede distinguir dentro del turismo convencional los siguientes: las playas, los centros de sky y los grandes sitios históricos, como pueden ser los grandiosos museos o ciudades capitales.

En cuanto al turismo alternativo, los atractivos que motivan desplazamientos son: los entornos naturales, históricos y las manifestaciones culturales.

Así, en cada uno de ellos se realizan distintas actividades turísticas, que a su vez se encuadran en algunas de las modalidades del turismo alternativo, como son: el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural.

Cuadro N° 2 **CLASIFICACIÓN DEL TURISMO**



Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se describen los conceptos y actividades que comprenden cada una de las modalidades de turismo alternativo<sup>16</sup>:

**El ecoturismo**, es un turismo responsable y consiente que visita áreas naturales, con el fin de admirar y gozar de su flora y fauna.

Promueve la conservación del medio ambiente y propicia un involucramiento activo socioeconómico de las poblaciones locales. Las actividades que se encuadran dentro de esta modalidad son:

1. *Talleres de educación ambiental*: consisten en realizar actividades didácticas, en contacto directo con la naturaleza y en lo posible, involucrando a las comunidades locales. Su finalidad es sensibilizar y concientizar a los participantes de la importancia de las relaciones entre los diferentes elementos de la naturaleza.

<sup>16</sup> Secretaría de Turismo de México (2004), Turismo Alternativo: Una nueva forma de hacer turismo. México, DF.

2. *Observación sideral*: consiste en disfrutar y apreciar de las manifestaciones del cosmos a campo abierto. Tradicionalmente asociado a la observación estelar, con equipos especializados.
3. *Observación de flora*: observación e interpretación del universo vegetal, en cualquiera de sus manifestaciones. Tradicionalmente se incluyen también hongos y líquenes.
4. *Observación de fauna*: actividad recreativa, donde el turista puede ser principiante o experto, y consiste en presenciar la vida en su hábitat natural.
5. *Safari fotográfico*: captura de imágenes de naturaleza in situ, actividad ligada a la apreciación de todas las expresiones del medio natural visitado. A pesar de ser una actividad no depredadora, emplea técnicas y elementos propios de la cacería.
6. *Talleres académicos (conservacionistas)*: actividad de apoyo en la recolección, clasificación, investigación, rescate y recuperación de especies y materiales para proyectos y estudios de organismos e instituciones especializadas.

En cuanto al **turismo de aventura**, podemos decir que es una actividad turística recreacional en la que se utiliza el entorno o medio natural como recurso para producir en los turistas determinadas emociones y sensaciones de descubrimiento y de exploración al practicar actividades deportivas de cierto riesgo. Este tipo de turismo se dirige principalmente a personas con espíritu aventurero, amantes de los lugares inexplorados, de medios ambientes naturales y vírgenes, de la libertad, de las emociones fuertes, de la unión

perfecta de la naturaleza y del deporte de aventuras. Las actividades que se encuadran dentro de ésta modalidad son:<sup>17</sup>

- Caminatas: la forma principal de locomoción en el hombre se ha convertido en una actividad recreativa. Esta actividad es una de las de mayor aceptación y demanda. Las rutas o circuitos de caminatas de preferencia deben estar previamente establecidas y dosificadas de acuerdo al perfil del turista que la va a practicar (niños, jóvenes, adultos, tercera edad, grupos pequeños o numerosos, entre otros).
- Cabalgatas: recorridos a caballo en áreas naturales. El objetivo central es la experiencia misma de montar y conocer sobre el manejo y hábitos de estos animales.
- Campamentos: experiencia que consiste en pernoctar usando carpas, en lugares donde la naturaleza es la principal protagonista.
- Pesca recreativa: es practicada por turistas que deseen experimentar la sensación de extraer un pez de un cuerpo de agua, sea éste, un arroyo o una laguna, sin un fin comercial o de competencia deportiva. Esta actividad no puede realizarse en temporada de veda, ni en zonas de reserva donde la reglamentación lo establezca. Es común que en esta práctica se libere la especie a su medio una vez que fue capturada.

Finalmente, el turismo rural es el turismo que sucede en el campo y que tiene la función de rehabilitar áreas agrícolas, afectadas por problemas económicos y con consecuencias en el despoblamiento. También se lo puede definir como “las

---

<sup>17</sup> Asociación de Agencias de Turismo de Aventura (CATA) (1995)

actividades, servicios y amenidades de los campesinos para atraer turistas y generar un ingreso extra en sus negocios”.<sup>18</sup>

Entre las actividades comprendidas en esta modalidad se encuentran las siguientes:

- *Etnoturismo*: son los viajes que se relacionan con los pueblos originarios y su hábitat con el fin de aprender de su cultura y tradiciones.
- *Agroturismo*: se entiende como la modalidad turística en áreas agropecuarias, donde una sociedad campesina muestra y comparte no solo su indiosincracia y técnicas agrícolas, sino también su entorno natural en conservación, las manifestaciones culturales y socio-productivas. Con esto el campesino se beneficia, debido a que esta actividad representa una alternativa para lograr la expansión de su actividad económica.
- *Talleres artesanales*: en donde la experiencia se basa en participar y aprender la elaboración de diferentes artesanías en los escenarios y con los procedimientos autóctonos. Se pueden armar talleres de alfarería, textiles, madera, arcilla, cuero, etc.
- *Fotografía rural*: esta actividad es de gran interés para aquellos viajeros que gustan capturar en imágenes las diferentes manifestaciones culturales y paisajes naturales del ambiente rural.

---

<sup>18</sup> Filippetti, Rossana y Nieva, Teresita (2002), “El Turismo Rural en Pequeñas Comunidades”

## 2.4 TEORÍA DEL TURISMO RURAL

Debido al debilitamiento en la estructura productiva de la zona rural, que muchas veces se convierten en dependiente de un sector productivo en específico (sobre todo de la agricultura) el Turismo Rural se convierte en un dinamizador de las economías locales, mediante el aprovechamiento de las múltiples actividades que se desarrollan, esto permite que el turista se vea interesado en conocer y convivir en las zonas rurales.

Uno de los factores que definen al Turismo Rural es el ámbito en el que desarrollan las actividades los turistas. Se define el ámbito rural en su concepción amplia, territorial y multisectorial, que comprende gran variedad de actividades: agropecuarias, forestales, pesqueras, agroindustriales y agroalimentarias, así como también en las áreas de educación y salud, mejoramiento infraestructural, transportes, actividades financieras, minería, energía, agroturismo y otras.

Turismo Rural “es el conjunto de actividades turísticas que se realizan en los medios rurales y que se basan en las ventajas que presenta el entorno natural y humano específico de esas zonas”.<sup>19</sup> Ofrece servicios sustentados en la naturaleza, la actividad agropecuaria y la cultura. “Supone que él o la turista comparten con la población local.” En una realidad donde se puedan desarrollar las actividades de servicios, las actividades del sector artesanal y de la mediana industria, la agricultura puede jugar, su concreto y positivo papel.

Este turismo es una valiosa opción de protección de recursos y creación de empleos, susceptible de generar otras externalidades positivas, como nichos de mercado para la producción campesina. Además, es importante destacar el creciente rol que adquiere la cultura. Frente a la globalización la singularidad cultural que atesoran varios pueblos, mantenida al amparo de un largo aislamiento, tiende a adquirir valor de mercado una vez incorporada en un producto turístico. El

---

<sup>19</sup> Barrera, Ernesto, El Turismo Rural: un Agro Negocio para el Desarrollo de los Territorios Rurales, Editorial Sudamericana, Argentina, 2006. P. 20.

Turismo Rural ha tomado auge en los países europeos contribuyendo a diversificar la oferta turística aspecto que apunta a contrarrestar la tendencia a la baja que muestran los destinos de sol y playa en esos países.

Este tipo de turismo tiene también la función de rehabilitar las áreas agrícolas deprimidas económicamente por las crisis recurrentes del sector que ocasiona la emigración desde las zonas rurales hacia urbanas.

Ernesto Barrera<sup>20</sup> señala que:

“Las áreas agrícolas tradicionales han sufrido una declinación a causa de la industrialización y del urbanismo y el crecimiento del sector terciario que concentra la actividad económica en las ciudades. Sin embargo, la tensión que ocasiona la vida urbana está causando lo que en ciertos países llaman "tendencia contra urbana" y la gente sale temporalmente, y algunos permanentemente, hacia las áreas rurales. Estos son los turistas que aprovechan la oferta rural”

Por otra parte, se caracteriza por la autenticidad, la cual es necesaria porque en la medida en que se pierde, el producto tiende a desvalorizarse. Se trata, por lo tanto, de un turismo de iniciativa local; de gestión local; con efectos locales; marcado por los paisajes locales y que valoriza la cultura local. Este turismo puede hacer potenciales aportes hacia el sector agropecuario. Por ejemplo, en las economías de la región en la que predominan estos cultivos numerosos productores comenzaron a volcarse hacia el turismo utilizando la capacidad instalada ociosa de sus establecimientos<sup>21</sup>.

El Turismo Rural tiene ocho modalidades que están dentro de este enfoque y entre los cuales podemos mencionar:

1. Agroturismo. Se caracteriza porque el visitante participa activamente de las actividades productivas. El atractivo de un predio dedicado al agroturismo crece proporcionalmente a la diversificación del mismo, por ese motivo es

---

<sup>20</sup> Ingeniero Agrónomo, Universidad Nacional de La Plata, Magíster Scientiae Economía Agraria, Universidad de Buenos Aires.

<sup>21</sup> Ibid. Pp. 22 - 45.



recomendable que los productores incorporen la mayor cantidad de actividades posibles, aunque estas a veces sólo tengan una finalidad demostrativa y no productiva.

2. Turismo Cultural. La riqueza histórica que se atesora en el seno de muchas familias constituye, sino el único, uno de los principales sustentos de propuestas de turismo basadas en la cultura.
3. Turismo Deportivo. Aunque en general los establecimientos agropecuarios pueden ser acomodados para la práctica de variados deportes, la caza y la pesca son dos que sólo pueden ejecutarse en este ámbito. En ambos casos previos al desarrollo de cualquier proyecto deben consultarse las normativas legales que protegen la fauna.
4. Turismo Técnico Científico. Aquellas producciones agropecuarias en las que cada país se destaca por su nivel de desarrollo tecnológico o por su participación en el mercado internacional son especialmente atractivas para diseñar sistemas de comercialización dirigida a productores de otros países. Además del intercambio entre productores de diversas regiones o países, en los establecimientos agropecuarios es posible diseñar propuestas de turismo científico sobre la base de comercializar los recursos biológicos de la región.
5. Turismo y Eventos. La organización de eventos tales como seminarios y reuniones de trabajo de empresas, bodas y otros festejos familiares es otra de las modalidades que asumen los negocios de turismo en las zonas rurales.
6. Turismo de Salud. La zona de aguas termales constituye un gran atractivo para el desarrollo de negocios de Turismo Rural abordados desde la salud y el entretenimiento. Pero no sólo las aguas termales permiten desarrollar

turismo también la atención de pacientes en el campo realizando terapias anti estrés incorporando elementos del establecimiento.

7. Turismo Gastronómico. La inmensa mayoría de los productores dedicados al Turismo Rural ofrecen su propia producción en el plato al turista, agregándole al bien primario el mayor valor posible. Aunque no resulte siempre obvio, la vinculación entre el sector alimentario y el turismo es muy estrecha.
8. Turismo en Pueblos Rurales. El proceso comienza en general con la crisis del sector agrario que deja a los pueblos sin jóvenes y con la amenaza de la desaparición. Los pueblos que deciden volcarse al turismo, no tienen necesariamente recursos magnificentes, sino que, por el contrario, los que están teniendo éxito son carentes de atractivos turísticos según los criterios del turismo tradicional.

## **2.5 SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN MÉXICO**

El turismo representa uno de los sectores económicos más dinámicos en el mundo, por los niveles de inversión en infraestructura física, la importante generación de empleo, la aportación incremental de divisas, así como por ser un motor de desarrollo regional en los destinos turísticos.

Se considera que contribuye con el 10% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y genera uno de cada diez empleos. La Organización Mundial de Turismo (OMT) estima que, en el año 2030, se alcanzará la cifra de 1800 000 000 de turistas en el mundo.

Para la economía mexicana, el turismo ha sido una actividad relevante, sus beneficios no solo se reflejan como un generador de empleo y desarrollo regional integral, sino que se ha convertido en un factor de difusión de atractivos culturales y naturales de nuestro país.

A pesar de la crisis económica mundial y los problemas en materia de seguridad, la llegada de turismo a México mantiene al país entre los 10 destinos turísticos más importantes del mundo.<sup>22</sup>

Los principales receptores de turismo son Francia, Estados Unidos, China y España. En un segundo nivel se ubican Italia, Reino Unido, Turquía, Alemania, Malasia y México.

En 2010 se registró más de 22 millones de turistas extranjeros y más de 51 millones de visitantes fronterizos. México es el primer destino turístico de los Estados Unidos de América y en arribos de cruceros el primero en el mundo con más de 6 millones de pasajeros.

El sector turismo continúa siendo un pilar en la economía de México; representa el 9% del PIB y es la tercera fuente de divisas en el país, genera 2.5 millones de empleos directos, participan en él más de 43 mil unidades económicas, siendo el 80% pequeñas y medianas.

México tiene una gran riqueza turística que va más allá de sitios de sol y playa, lo cual nos convierte en un destino privilegiado:

- Riqueza cultural: México cuenta con 37 bienes Patrimonio de la Humanidad (27 culturales, 4 naturales y 7 inmateriales).
- Riqueza natural: 174 áreas naturales protegidas, entre las que se encuentran 31 reservas de la biósfera, se poseen más de 10 mil kilómetros de litoral.
- Situación geográfica privilegiada: se comparte más de tres mil kilómetros de frontera con el país más poderoso del mundo y con dos de sus estados más ricos y progresistas (California y Texas).

---

<sup>22</sup> López Jesarela y Carmen González. Diagnóstico del sector turismo en México. Numeralia. Pp.7-10

- Se cuenta con zonas de desarrollo turístico a lo largo y ancho del territorio: 7 centros turísticos integralmente planeados, más de 70 destinos de playa, culturales y de negocios; y 43 pueblos mágicos.

En el sexenio anterior se registró una inversión directa muy importante en el sector turismo.

- El monto total de inversión privada acumulada en el anterior sexenio es de más de 16 mil 222 millones de dólares, lo cual representa el 91% de la meta establecida al comienzo de la Administración de Peña Nieto.
- Inversión pública: mil 327 mdd, empleada en obras de infraestructura, mejora urbana, señalética y capacitación.

Nuestro país ha logrado reposicionar su imagen para el sector turístico internacional:

- Se ha escogido a México como sede de diversos eventos internacionales: Juegos Panamericanos; Cumbre Mundial de Turismo de Aventura; 2ª Feria Mundial de Turismo Cultural, Mundial de Fútbol Sub-17.
- Bahías de Huatulco es el primer destino turístico del mundo en recibir el certificado EARTH CHECK GOLD 2010, lo que lo convierte en una comunidad turística sustentable.
- Primer país en formar parte del GOLDEN BOOK de la Organización Mundial de Turismo.

Con todo esto, México cuenta con un mercado interno muy grande que falta por explotarse aún más, falta incrementar acciones que brinden un mayor impulso a la competitividad de los destinos y de las empresas turísticas a nivel nacional, regional y local. Tener un mayor acceso a financiamiento a través de banca de desarrollo y fondo PYME. Brindar una mayor capacitación y profesionalización en centros turísticos orientada a los mercados internacionales en crecimiento: ej. China e India. Integrar a proveedores turísticos para elevar la cadena de valor del sector y certificación de los mismos.

Así como promover con mayor intensidad la oferta turística para el mercado nacional, promover no sólo la oferta turística del país, sino junto con FONATUR, ProMéxico y la SER fomentar la entrada de inversión extranjera en proyectos turísticos.

## **2.6 SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN HIDALGO**

En Hidalgo, el turismo representa casi la fuente de empleo para más de 10 mil habitantes y sus familias. Es el sector que más creció en los últimos 10 años y es el que más empleo ha otorgado fuera de la administración pública y el comercio.

Quienes conozcan a hidalguenses de municipios o regiones que dependen del turismo, saben que es un fuerte impulsor de trabajo cuando se apoya a prestadores de servicios locales e incluso cuando llegan inversiones foráneas, pero dejan derrama y empleo para los originarios de los sitios de paseantes.

Es por ello que el Gobierno del Estado, impulsa una política pública incluyente y cercana a los hidalguenses para fortalecer el turismo y redimensionar nuestros alcances como un destino de experiencia, con una oferta competente, innovadora, eficaz, eficiente y sustentable; fomentando la atracción de inversiones que generen empleos y procuren el desarrollo regional del Estado y cuidando el entorno social y natural.<sup>23</sup>

En este contexto, la Secretaria de Turismo del Estado de Hidalgo trabaja para tener la casa abierta y dispuesta para todos, con el reto de cautivar a quienes nos visiten para superar sus expectativas, ofreciendo a los turistas las mejores experiencias, con su naturaleza multicolor, la cultura y tradición de sus pueblos, el sabor de su cocina, la generosidad de su clima, pero sobre todo por la hospitalidad de su gente<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> Plan Estatal de Desarrollo 2016-2022

<sup>24</sup> Programa Sectorial de Turismo 2017

El Programa Sectorial de Turismo 2017, constituye un elemento esencial del marco normativo de la actividad turística estatal, permite orientar las acciones de gobierno para aprovechar el vasto patrimonio natural y cultural de Hidalgo, que contribuya a la actividad económica estatal de manera socialmente responsable, favoreciendo la atracción de inversiones destinadas a generar infraestructura y servicios de calidad, así como el desarrollo local y el mercado interno, la creación de empleos y el combate a la pobreza, esto mediante el desarrollo de proyectos en el ámbito de la recreación y esparcimiento, la difusión artística y cultural, centros, zonas y sitios arqueológicos, históricos y culturales, carnavales, ferias populares, festividades tradicionales, muestras gastronómicas, festivales, entre otros.

Hidalgo destaca con manifestaciones folklóricas de calidad. En él, se realizan un sin número de ferias donde se fusionan la religión con el legado indígena y la influencia de los países del viejo continente. Entre las más importantes están la Feria Internacional de San Francisco (Feria del Caballo) en Pachuca, donde hay exposición y venta de artesanías de todo el Estado; la feria de San Nicolás Tolentino en Actopan donde se compete para preparar la mejor barbacoa; otras celebraciones importantes son la Feria Anual del Ixtle que se celebra en Santiago de Anaya en la cual se premia al artesano que mejor elabore el ayate; el concurso Canto a Mi Tierra Otomí, donde se escuchan instrumentos musicales de origen prehispánico; así como la fiesta de Nuestra Señora de los Ángeles en Tulancingo, celebrada con verbenas populares y fuegos pirotécnicos. Digna de mencionarse también es la fiesta de Xantolo que se lleva a cabo en Huejutla.

Por ello, se busca privilegiar la generación de corrientes turísticas nacionales provenientes de los mercados perfectamente definidos e identificados, posicionando al Estado de Hidalgo como uno de los principales destinos turísticos del interior del país ofreciendo productos turísticos alternativos de los tipos de aventura, cultural, sensorial, experiencial, vivencial, salud, social e incluyente, diferenciados del tradicional modelo turístico de sol y playa, ya que contamos con una extraordinaria y variada riqueza natural, cultural, gastronómica y arqueológica

que no se ha sabido identificar, reconocer, valorar y comercializar como atractivo turístico.

De esta forma y con eficaces procesos de planeación, atracción de inversiones de calidad y un sistema integral de mercadotecnia, promoción y difusión, se logre el posicionamiento y consolidación de Hidalgo como destino turístico privilegiado de México.

## **2.7 SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN MOLANGO DE ESCAMILLA**

La ciudad de Molango de Escamilla, la cual su cabecera lleva el mismo nombre, está situada en la zona de la sierra alta de Hidalgo. El territorio del municipio es montañoso y quebrado, varias partes están interrumpidos por sinuosidades y por cañadas más o menos profundas recorridas por arroyos o ríos.

Se encuentra protegido por un soberbio anfiteatro rocoso que en su conjunto se conoce como Matlatépetl (matlactic= diez, tépetl= cerro), cubre tres puntos cardinales y descubierto sólo por el occidente.

Con su suelo tan quebrado es admirable el logro de recias construcciones, su plaza típicamente española, su templo colonial de arquitectura platero- renacentista, con sur rosetón en cantera, su arquería y columnata de ruinas conventuales; en especial su elevado campanario artísticamente colocado sobre un baluarte amurallado, mejor conocido como la Espadaña.

Su clima es de montaña, frío, húmedo y templado, sano y agradable. Se encuentra a una altura de 1650m sobre el nivel del mar, tiene una temperatura media de 23°C a la sombra, registrándose algunas altas de 30°C por el mes de abril y bajas de menos un grado en invierno.

Molango de Escamilla es un municipio con gran riqueza natural, histórica y cultural que espera ser explotada y mostrada a diferentes segmentos de mercado que se encuentren interesados en un turismo más natural y de aventura. Los paisajes montañosos y su majestuosa laguna pueden ser aprovechados para la recreación, fotografía, pesca deportiva, caminatas, etc. Estas actividades pueden realizarse cualquier día del año.<sup>25</sup>

En Administraciones Municipales anteriores se le ha quitado la importancia que tiene el sector turístico, a sabiendas que el municipio cuenta con condiciones y características que son primordiales para generar fuentes de trabajo y de esta forma incrementar la economía de las familias del municipio.

Justo es decir que la gente cuenta con un don especial y lo muestra en sus artesanías, sea el tipo de artesanía que sea, primorosas obras llaman la atención. Dentro de las actividades relacionadas con este rubro encontramos: cestería de otate o carrizo, bordados, chales, servilletas y artículos de madera realizadas por los internos del CERESO Molango

Una tradición que data de hace muchos años es la del “Torneo de las Cintas” en el que intrépidos jinetes al galope ensartan con una pica de madera, una argolla atada al extremo interior de un listón amarrado en lo alto de un travesaño, el que tenía el nombre de una dama que resultaba ser la madrina del jinete y con quien tenía que bailar una pieza.

La representación de la Pasión y Muerte de Cristo, es una tradición que reúne a una gran cantidad de personas y de turistas.

Los días 1 y 2 de noviembre se conservan los altares de Todos los Santos y los Fieles Difuntos, llenos de flor de cempasuchitl, comida, pan, chocolate, fruta y dulces, así como las fotografías de sus queridos ya difuntos.

---

<sup>25</sup> Plan de Desarrollo Municipal 2016-2020



Se celebra el carnaval con disfraces alusivos al diablo, muerte, un festejo de gran colorido. Encontramos alimentos típicos como el zacahuil, dulces elaborados con leche de azúcar, caña y vino de frutas.

Molango es sin duda alguna, uno de los municipios más bellos del estado, se encuentra ubicada en la sierra alta, rodeado de grandes montañas y abundante vegetación, Molango posee riqueza cultural, histórica y natural, paisajes inigualables dignos de ser visitados por los amantes de la fotografía, la música, el ecoturismo, los deportes extremos, la aventura o simplemente de quienes disfrutan de la tranquilidad y el gusto de explorar los bellos rincones de este estado.

Entre sus principales atractivos turísticos destacan: la Laguna de Atezca, La Espadaña, El Ex Convento de Nuestra Señora de Loreto, Teatro El Nigromante, El Cerro de Santo Roa, Comunidades con vasta riqueza natural y paisajística.

Gran parte de estos atractivos turísticos no han sido explotados en su totalidad, los mismos que por su gran contenido histórico, podrían fácilmente ser incorporados al mercado estatal y nacional, siempre y cuando estén custodiados de una buena gestión turística.

El único sustento y donde se tiene una percepción económica en la población es a través de locales creando una ganancia al año de \$185. 563 000 entre todos los habitantes.<sup>26</sup>

Por ello, con la presente administración se busca transformar a Molango en un destino de experiencias y hacer del turismo una exitosa empresa que contribuya significativamente a la generación de recursos y la creación de empleos, con pleno respeto a nuestros valores, nuestra identidad cultural, así como a la preservación de nuestros recursos naturales, históricos y culturales.

---

<sup>26</sup> indicadores de marginación de datos de estimaciones de CONAPO con base en INEGI, encuesta intercensal 2015.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 ANALÍTICO, DESCRIPTIVO, INDUCTIVO**

##### **3.1.2 Analítico**

Mediante un método se obtuvo una descripción clara del micro ambiente donde se pretende desarrollar el proyecto, con el fin de llegar a conocer las necesidades, tanto del recurso turístico como de la comunidad, llegando también a tener una perspectiva sobre las posibles facilidades y dificultades que se presentarán en el área de estudio.

##### **3.1.3 Descriptivo**

Con el cual se detallaron y evaluaron las características físico sociales presentes en el lugar donde se aplicará el proyecto y realizar análisis entre las variables encontradas.

##### **3.1.4 Inductivo**

Este método se utilizó principalmente para la verificación de atractivos turísticos y demás aspectos relacionados con los mismos, los cuales nos ayudaron a tener una visión general sobre el potencial turístico de la zona en la que se desarrollará el proyecto. Los pasos que seguimos con este método fueron: la observación y el registro de datos, análisis y clasificación de los mismos hasta llegar a una generalización del potencial turístico de la zona.

## 3.2 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del proyecto se realizará investigación de campo, para lo cual es necesario trasladarse a los puntos donde estará ubicado el parador, así como a poblados cercanos, para obtener las conclusiones correspondientes a ventajas y desventajas del sector, sobre los atractivos existentes y los posibles por explotar, como también nos ayudará a determinar la aceptación del proyecto localizada en una zona aun no explotada y que posee un sinnúmero de bondades paisajísticas y culturales, por parte de la comunidad y autoridades.

Para la investigación de campo se utilizarán las siguientes técnicas:

**Entrevista:** mediante la cual se obtendrá información de manera personalizada y al mismo tiempo se podrá conocer de forma directa la aceptación que tendrá el proyecto. Las entrevistas se realizarán principalmente a las autoridades que estén vinculadas con el tema, es decir, se realizarán entrevistas a miembros de la administración municipal, quienes están interesados en el desarrollo de un Parador Turístico en la ciudad de Molango.

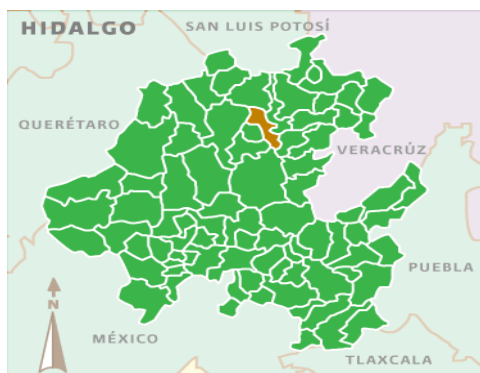
**Encuesta:** en el proyecto se aplicarán encuestas a turistas nacionales y extranjeros, mediante el uso de redes sociales, las mismas nos ayudarán a tener una idea clara sobre las preferencias y necesidades del mercado objetivo. También se realizarán encuestas a la comunidad, que son de gran importancia para llegar a conocer su punto de vista con respecto a la creación de un parador turístico en la zona y conocer el nivel de participación que están dispuestos a tener para el desarrollo del proyecto, siendo ellos parte fundamental del mismo.

Además de las anteriormente citadas, también se revisarán fuentes bibliográficas obtenidas de libros, consultas en internet y otros materiales bibliográficos.

### 3.3 UBICACIÓN DEL PROYECTO

La ciudad de Molango de Escamilla, la cual su cabecera lleva el mismo nombre, está situada a 20° 35' 40", y a 99° 41' 14" de longitud oeste del meridiano de Greenwich; en la zona de la Sierra Alta del Estado de Hidalgo, comprendida entre la Barranca de Mezquitlan por el sur y la Huasteca Hidalguense por el norte, dentro de la Sierra Madre Oriental, limita al norte con los municipios de Tepehuacán y Lolotla, al sur con Juárez, Eloxochitlán, Mezquitlán y Zacualtipán; al oriente con Lolotla y Xochicoatlán y al poniente con Tlahuiltepa, Juárez y Eloxochitlán; está dividido en 14 barrios: Santa Cruz, San Miguel, Zacatempa, Alameda, El Centro, Los Sabinos, la Garita, Cuatlacalca, Tlalaquia, Tepetlanixco, Balcón, Calvario, Nuevo y Tierra y Libertad.

Su extensión es de 246 km<sup>2</sup> aprox. y está integrado por los siguientes pueblos: ATEZCA "espejo de Agua" (atl = agua, tezcatl = espejo); TLATZINTLA "Tierra de Maíz" (tlati = tierra, zintli = maíz); IXCATLAN "Tierra del Algodón"; IXCUICUILA "Donde abundan las plantas de añil"; CUXHUACAN "Lugar de papagayos"; ACAYUCA "Donde abundan las cañas" (acatl = caña); NAOPA "Baño"; SAN BERNARDO; SAN ANTONIO; IXMOLINTLA "Donde se guisa mole"; MALILA "Donde hay mucha hierba"; PEMUXTITLA "Lugar de Pemuches"; TEHUIZCO "Cerro al oriente y donde abundan espinas" (teptl = cerro, hutz = espina); ZACUALA "Adoratorio"; OLOTLILLA "Tierra boleada"; COACHULA "Donde hay árboles de chile" (cuahuitl = árbol, chilchotl = chile); ACUATITLAN "Agua buena o culebra de agua" (acuate = culebra); ACHOCOATLAN "Cañas de Agua Buena".



Presenta a nivel estatal un grado de marginación medio, según indicadores de marginación de datos de estimaciones de CONAPO con base en INEGI, encuesta intercensal 2015.

### 3.4 CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

#### 3.4.1 Población

El Municipio de Molango, cuenta con una población de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía 2016:

Cuadro No. 3  
POBLACIÓN

HOMBRES	MUJERES	TOTAL
5600 HAB	5 987 HAB	11 587 HAB

Cuadro No. 4  
POBLACIÓN  
65 AÑOS Y  
MÁS

HOMBRES	MUJERES	TOTAL
681 HAB	715 HAB	1 396 HAB

#### 3.4.2 Indicadores sociales

De acuerdo a las estimaciones realizadas por la CONAPO con base en el censo de población elaborado por INEGI, el grado de marginación con el que se encuentra el municipio de Molango es de - .004118 que en el tabulador es un término medio y ocupa el lugar número 34 a nivel estatal.

Cuadro No. 5

MARGINACIÓN		
Índice de marginación	Grado de Marginación	Lugar que ocupa en el contexto estatal
-004118	Medio	34

Como se ha explicado anteriormente, el número de personas con los que cuenta el municipio es de 11, 587 y el índice de pobreza es bastante preocupante debido a que tienen un porcentaje del 64% y un 13.8% en pobreza extrema y 50.7% en pobreza moderada de acuerdo a las estimaciones realizadas por CONAPO con base a INEGI.

Cuadro No. 6

Población	Índices de pobreza		
	% Pobreza	% Pobreza Extrema	% Pobreza Moderada
11 587	64.5	13.8	50.7

A través del censo de INEGI se observa que la pobreza multifuncional de molanguenses y que tienen acceso a servicios de salud es del 22.1 %, acceso a seguridad del 81.4%, la calidad de espacios de vivienda es del 21.3%, con acceso a servicios básicos de vivienda el 37.1% y con acceso a alimentación el 33.2%.

Cuadro No. 7

Población	Pobreza multifuncional				
	Accesos a Serv. De salud	Acceso a Seguridad Social	Calidad y Espacios De Vivienda	Acceso a Serv. Básicos De vivienda	Acceso a Alimentación
11 587	22.1	81.4	21.3	37.1	33.2

### 3.4.3 Población económicamente activa

El único sustento y donde se tiene una percepción económica en la población es a través de locales creando una ganancia al año de \$185. 563 000 entre todos los habitantes.

Cuadro No. 8

		Unidades Económicas	329
Personal	Total		649
Ocupado	Remunerado		212
Total	Propietarios		428
	(personal no remunerado)		
	No dependiente de razón social		9
	Gastos por consumo de bienes y servicios		157,434
	Ingresos por suministro		185, 563

Se tiene como dato principal 27 unidades económicas en manufactura y cuenta con 35 personas que laboran en ellas, en el comercio se cuenta con 153 unidades en todo el municipio con un personal de 186, en cuestión de servicios 98 unidades y 108 personas que laboran en ellas.

### 3.4.4 Clima

Presenta un clima templado, con lluvias regulares y precipitaciones promedio anual de 1,438 mm., Con temperatura de 17°C, por lo que presenta un clima semi-calido y semi-frio

### 3.4.5 Orografía e hidrografía

Molango está Enclavado en la Sierra Madre Oriental, región denominada por los conquistadores Españoles como "Sierra Alta".

La caracterizan enormes montañas y profundas barrancas, de tupida vegetación.

### 3.4.5 Flora

Encontramos el encino, el cedro, el bálsamo, el oyamel, el trueno, el sauce, el cuatlapal, la caoba, el ébano, etc.

Entre las flores, el lirio, la azucena, el alcatraz, la rosa, la margarita, la orquídea silvestre, la hortensia, la azalea, el geranio, el agapando etc.

### **3.4.7 Fauna**

Encontramos una enorme variedad de aves como el centzontle, el clarín, la primavera, el gorrión, el pájaro rico, águilas, auras y zopilotes.

Reptiles como la víbora "mazacohuatl", de tres varas de largo y hasta una de gruesa, es bastante mansa y los indígenas la cogen fácilmente para quitarle la piel, la mahuaquite y el coralillo que son mortalmente venenosas, la chirrionera verde y amarilla, la mihuaquitlapil y la siete-narices que poseen también activo veneno.

### **3.4.8 Antecedentes históricos**

En 1848 Molango, fue erigido Municipio, en reconocimiento a su participación en 1847 contra los invasores norteamericanos, distinguiéndose: el Capitán Tomás Ramírez, el Teniente José María Cano, los Subtenientes Miguel Espinosa, Francisco Anaya, Carlos Ramón Silva, Agustín Campoy, Julián Martínez, Luis Serna, Susano Montaña, Antonio Anaya y el Sargento Felipe Angeles Melo.

El municipio de Molango se adhirió al Maderismo al estallar la Revolución; en 1911 se formó el batallón "Pascual Orozco", retirando de Jefe Político del lugar a Don Alberto Anaya, oriundo de Molango, designando en su lugar al Dr. Ruperto Serna, Filiado al Maderismo.

Durante el breve periodo de la administración Maderista, el municipio inició con entusiasmo una etapa de desarrollo que se interrumpió por los asesinatos de Madero y Pino Suárez el 22 de febrero de 1913 y la instalación de Huerta.

Los Serranos y los Huastecos se adhieren al Plan de Guadalupe y se levantan en armas uniéndose a la causa de Don Venustiano Carranza.

El rompimiento entre Villa y Carranza, provoca división en el municipio de Molango, compitiendo con ferocidad ambos bandos por la Plaza, fusilando a los rivales y saqueando los poblados.

El 27 de diciembre de 1914, se nombra Presidente Municipal al C. Aniano Velasco y el 13 de enero de 1915, toma el cargo de Jefe de Plaza, el Teniente Coronel Don Manuel Angeles.

El año de 1916, se caracterizó por las constantes batallas entre el General Valente Carbajal y el General Estanislao Olgúin, quienes diferían de ideas. Pacificados, el 11 de noviembre de 1916, eligen nuevamente Presidente Municipal, quedando en esta ocasión El Dr. J. Trinidad Cano.



Durante la administración del Gobernador del Estado de Hidalgo, Ing. Bartolomé Vargas Lugo, se construye carretera de terracería hasta Molango, siendo pavimentada por el Gobernador Manuel Sánchez Vite.

## 3.5 ECONOMÍA Y RECURSOS

### 3.5.1 Agricultura

La ciudad presenta una diversidad de cultivos durante todo el año, principalmente por la calidad del terreno y la variedad de clima.

Actualmente, a pesar de la introducción de nuevas innovaciones técnicas en el sector agrícola, aún permanece la costumbre de arar la tierra con la ayuda de animales y el insumo más importante para los cultivos es la mano de obra familiar. Los cultivos son comúnmente los siguientes: maíz, frijol, café, alverjón, chile, tomate, aguacate, naranja, limón, durazno y chabacano.

Cuadro No. 9

#### PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

Producto	Superficie Sembrada (has)	Superficie Cosechada (has)	Volumen de Producción (tons)	Valor de la Producción (Miles de pesos)
Maíz grano	1,416	1 416	1 664	7.798
Frijol	533	533	174	2.748
Chile verde	20	20	26	365
Pastos	710	710	17.750	4.235
Café cereza	180	180	252	1.260

SAGARPA, Sistema de Información Agrícola y Pesquera. 2014

Los productos de la cosecha se destinan al autoconsumo y otra parte para la comercialización.

### 3.5.2 Ganadería

La ganadería está representada por la crianza de ganado bovino, en menor escala la crianza de animales como: ovinos, porcinos y aves de corral.

De acuerdo a estadísticas realizadas por el INEGI, se tiene como principal característica el sacrificio de ganado bovino, porcino, ovino y aves de corral.

Cuadro No. 10

**SACRIFICIO DE GANADO**

<b>Ganado</b>	
Bovino	1, 512
Porcino	1, 305
Caprino	0
Ovino	425
Aves de corral	45,242

Sacrificio de ganado. Anuario Estadístico y Geográfico del Estado de Hidalgo. INEGI 2015

La producción de leche por litro es de 156 litros, de acuerdo a las estadísticas realizadas por el INEGI.

Cuadro No. 11

<b>Leche de bovino (Volumen de la producción)</b>	
Miles de litros	156

Leche de bovino (Volumen de la producción) Anuario Estadístico y Geográfico del Estado de Hidalgo. INEGI. 2015

**3.5.3 Silvicultura**

La pesca en el municipio se basa principalmente en la Laguna de Atezca, en la que se encuentra todavía la carpa, trucha y bagre.

**3.5.4 Pesca**

La pesca que se practica en Molango es la recreativa o deportiva, que se realiza en la Laguna de Atezca.

### **3.5.5 Artesanías**

Justo es decir que la gente de Molango cuenta con un don especial y lo muestra en sus artesanías, sea el tipo de artesanía que sea, primorosas obras llaman la atención. Dentro de las actividades relacionadas con este rubro encontramos: cestería de otate o carrizo, bordados, chales, servilletas y artículos de madera realizadas por los internos del CERESO Molango

### **3.5.6 Identidad cultural**

Molango de Escamilla, es una ciudad enclavada en la Sierra Alta del Estado de Hidalgo, es una ciudad rica en tradiciones, donde se mantiene la cortesía y la hospitalidad como parte inherente de la forma de ser de sus pobladores. Hoy en día mantienen sus costumbres expresadas en su estilo de vida propio, en sus fiestas tradicionales y su gastronomía.

### **3.5.7 Fiestas, danzas y tradiciones**

Una tradición que data de hace muchos años es la del “Torneo de las Cintas” en el que intrépidos jinetes al galope ensartan con una pica de madera, una argolla atada al extremo interior de un listón amarrado en lo alto de un travesaño, el que tenía el nombre de una dama que resultaba ser la madrina del jinete y con quien tenía que bailar una pieza.

La representación de la Pasión y Muerte de Cristo, es una tradición que reúne a una gran cantidad de personas y de turistas.

Los días 1 y 2 de noviembre se conservan los altares de Todos los Santos y los Fieles Difuntos, llenos de flor de cempasuchitl, comida, pan, chocolate, fruta y dulces, así como las fotografías de sus queridos ya difuntos.

Se celebra el carnaval con disfraces alusivos al diablo, muerte, un festejo de gran colorido. Encontramos alimentos típicos como el zacahuil, dulces elaborados con leche de azúcar, caña y vino de frutas.

### **3.5.8 Gastronomía**

El patrimonio gastronómico de un país es una pieza fundamental para entender la esencia y el valor de su cultura, ya que es en esta donde se ven reflejados modos de vida, costumbres e incluso maneras de pensamiento. Cada región cuenta con una gran infinidad de platillos y recetas que los identifican y los hacen únicos y dependiendo de la región en la que se encuentren, se manifiestan de diferentes maneras.

En todo esto, la comida juega un papel muy importante, los aromas y sabores dan una primera impresión a las personas que nos visitan, implementando la variedad de alimentos que nuestro municipio brinda a sus visitantes resultará un atractivo para cada uno de ellos y encontrará relevante conocerlos. La gastronomía local representa una veta de posibilidades y variantes para el turismo que quiere conocer las manifestaciones principales de una cultura, a la par que recordemos que un turista satisfecho atrae a diez más.

Dentro de la gastronomía local encontramos el tradicional mole rojo con arroz; cabe mencionar que este es el platillo por excelencia en el municipio, se sirve como plato principal en las celebraciones y festividades más importantes, xala de cerdo o pollo acompañado de un delicioso arroz, las empanadas de alverjón, quesadillas de chile guajillo, los ricos tamales serranos, huevos ahogados en mole, frutas de horno, frutas en almíbar, pipitorias de azúcar, champurrados y pan de huevo, entre otros.

### 3.6 SISTEMA TURÍSTICO

#### 3.6.1 Núcleo poblacional

Molango es sin duda alguna, uno de los municipios más bellos del estado, se encuentra ubicada en la sierra alta, rodeado de grandes montañas y abundante vegetación, Molango posee riqueza cultural, histórica y natural, paisajes inigualables dignos de ser visitados por los amantes de la fotografía, la música, el ecoturismo, los deportes extremos, la aventura o simplemente de quienes disfrutan de la tranquilidad y el gusto de explorar los bellos rincones de este estado.

Gran parte de sus atractivos turísticos no han sido explotados en su totalidad, los mismos que por su gran contenido histórico, podrían fácilmente ser incorporados al mercado estatal y nacional, siempre y cuando estén custodiados de una buena gestión turística.

Cuadro No. 12

<b>Ficha de núcleo poblacional</b>		
<b>Localidad</b>	<b>Ficha No.</b>	<b>Fichas asociadas</b>
Molango de Escamilla	1	
<b>Acceso</b>		
El acceso se realiza a través de la carretera Nacional México – Tampico		
<b>Desde</b>		

**Vía, tipo y estado**

La carretera está bien asfaltada, en buen estado.

**Tiempo y medio de transporte**

Acceso durante los 365 días del año y en todo tipo de vehículos.

**Distancias y tiempo de viaje**

Ciudad	Distancia km	No. horas
Cd. De México	250.34 km	2 hrs. 30 min
Pachuca	128.3 km	1 hra. 40 min
Tulancingo	137.7 km	2 hras.
Huejutla	87.7 km	1 hra. 20 min

**Breve descripción**

La ciudad de Molango de Escamilla, está situada en la sierra alta del Estado de Hidalgo, se encuentra protegida por un soberbio anfiteatro rocoso que en su conjunto se conoce como Matlatépétl, cubre tres puntos cardinales y descubierto solo por el occidente.

Con suelo quebrado es admirable el logro de recias construcciones; su plaza típicamente española, su templo colonial de arquitectura platero – renacentista, con su “rosetón” en cantera, su arquería y columnata de ruinas conventuales, en especial su elevado campanario artísticamente colocado sobre un baluarte amurallado, mejor conocido como “Espadaña”.

Visitar Molango, es adentrarse muy lenta y suavemente en el pasado, se siente lejano, con gente amable, sencilla, tosca en sus modales, lo que nos lleva a cuestionarnos de su modo de ser, de vivir, y la mejor forma de entender ese presente es conociendo su desarrollo desde el remoto pasado.

Es por ello que Molango alberga un pueblo mágico, con costumbres muy arriesgadas, y gente siempre demostrando su calor de hogar para quien los visita.

Su gente es portadora de identidad cultural milenaria, expresada en manifestaciones culturales, como la música, la danza, la tradición y celebraciones que testifican y dignifican su historia en sus diferentes contextos y formas de vida, estas, son algunas de las experiencias que el turista podrá compartir y disfrutar en convivencia con la ciudad de Molango.

**Principales recursos y atractivos****Categoría**Sitios naturales

El cerro de Santo Roa  
La Laguna de Atezca  
Olotlilla

**Tipo**

Montaña  
Laguna  
Montaña

<u>Museos y manifestaciones culturales</u>		
Capilla de San Miguel		Manifestaciones religiosas
Ex convento de Ntra. Señora de Loreto		Manifestaciones religiosas
Museo de Semana Santa		Museo
Teatro "El Nigromante"		Teatro
<u>Folklore</u>		
Textiles		Artesanías
Pinturas		Artesanías
Cestería		Artesanías
<u>Actividades programadas</u>		
Carnaval		Fiesta popular
Fiesta de Ntra. Señora de Loreto		Fiesta religiosa
Semana Santa		Fiesta religiosa
<b>Infraestructura y equipamientos generales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Transportes públicos: plaza central y central de taxis y autobuses.</li> <li>✓ Gasolinera: a ½ km del poblado</li> <li>✓ Telefonía: teléfono público, telefonía celular: Telcel, Movistar, A&amp;T</li> <li>✓ Oficina bancaria y cajero: plaza principal</li> <li>✓ Centros de salud: ISSTE, IMMSS, consultorios particulares.</li> <li>✓ Primeros auxilios: Cruz Roja</li> <li>✓ Seguridad: policía municipal</li> <li>✓ Centros escolares: desde preescolar hasta educación superior.</li> <li>✓ Centros culturales: plaza central</li> <li>✓ Centros deportivos: canchas deportivas</li> <li>✓ Espacios recreativos: solo sitios naturales</li> </ul>		
<b>Equipamientos y servicios para el turismo</b>		
<u>Alojamientos</u>	<u>No.</u>	<u>Tipo</u>
	6 Seis	Hotel El Dios Mola Hotel Huapango Hotel De la Sierra Hotel Ave del Paraíso Posada San Miguel Hotel Posada Silva
<u>Restaurantes</u>	<u>No.</u>	<u>Tipo</u>
	20 Veinte	Restaurante El Balcón Restaurante La casita Restaurante La Asunción Restaurante Las Güeras Restaurante Doña Eusebia Lonchería Lolita Restaurante los Girasoles Restaurante Doña Clarita Restaurante La Guadalupana Restaurante Mary Restaurante La Molanguña Cafetería Tipitín

Restaurante María Isabel Restaurante Green Time Tortas Chacho Quesadillas La Patrona Antojitos Breyan Mñktos Pizza Restaurante San Judas Tadeo Lonchería Christopher	
<b>Oficina Turística más próxima</b> Planta baja del edificio de la Presidencia Municipal, en el Barrio Centro.	
<b>Principales Problemas</b> Falta de promoción Escasez de lugares que ofrezcan atractivas actividades para descanso y recreación. Falta de señalética en atractivos turísticos naturales.	
<b>Fuentes documentales informativas</b> Plan de Desarrollo Municipal 2016 -2020 Molango con M de Magia. Documento de la Secretaría de Turismo local. Páginas Históricas de Molango Programa Sectorial de Turismo 2017 – 2022 <a href="http://www.secretariadeturismo.org.mx">www.secretariadeturismo.org.mx</a> <a href="http://www.mexICODESCONOCIDO.COM">www.mexICODESCONOCIDO.COM</a> <a href="http://www.monografiasdelestadodehidalgo.com">www.monografiasdelestadodehidalgo.com</a>	
<b>Ficha realizada por:</b> Xóchitl Bautista Ramírez	<b>Fecha:</b> 09/2018

### 3.6.2 Atractivos turísticos

En el municipio se encuentran diversos sitios turísticos que hacen de Molango un auténtico lugar para ser visitado.

A continuación, se presentan los atractivos turísticos existentes en la ciudad, recopilados en fichas, metodología que permite obtener información concreta y relevante de cada atractivo.



Cuadro No. 13

Nombre Atractivo	Ficha No.	Categoría	Tipo	Subtipo
Ex convento de Nuestra Señora de Loreto	1	Manifestaciones Religiosas	Histórico	Religioso
Teatro “El Nigromante”	2	Manifestaciones Culturales	Histórico	Teatro

La Espadaña	3	Manifestaciones culturales	Histórico	Religioso
El cerro de Santo Roa	4	Sitios naturales	Montañas	Cerro
El Mirador	5	Manifestaciones culturales	Histórico	
Laguna de Atezca	6	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna

*Elaborado por: Xóchit B. Rmz.*

### Ficha No. 1


<b>Ficha de atractivos</b>	
<b>Nombre</b> Ex convento de Nuestra Señora de Loreto	<b>Ficha No.</b> 1
<b>Categoría</b> Manifestaciones religiosas	<b>Tipo y subtipo</b> Histórico religioso
<b>Ubicación</b> Molango de Escamilla, Hidalgo – Parroquia de Nuestra Señora de Loreto	
<b>Descripción</b>	
  <p>Es una edificación construida por los frailes Agustinos, que data del año 1538, templo construido por Fray Antonio de Roa, personaje emblemático de nuestro municipio y de la región, en esta construcción destaca un amplio atrio rodeado por un muro el cual preside una iglesia con fachada de estilo híbrido, en el interior se admira el techo armado en madera y un púlpito del siglo XVI labrado en cantera, por encima de estos elementos, se encuentra un rosetón de estilo gótico que más allá de lo que se cree no sólo es un detalle de ornamento, sino que por un lado, es símbolo de devoción a la virgen María dada su estructura en forma de rosa al centro y por otro, debido a que asemeja los rayos solares, los cuales reflejan sus tonos multicolor al fondo del altar mayor de la nave principal de la iglesia, fenómeno que se intensifica en el solsticio de verano cercano a la pascua. El rosetón de la iglesia de Nuestra Señora de Loreto pareciera ser el sello particular que Fray Antonio de Roa dejó en Molango como muestra de su identidad religiosa, ya que este detalle es semejante al que se encuentra en la Catedral de Santa María de Burgos, España, lugar de origen de nuestro evangelizador.</p>	



Ficha No. 2

<b>Ficha de atractivos</b>	
<b>Nombre</b> Teatro “El Nigromante”	<b>Ficha No.</b> 2
<b>Categoría</b> Manifestaciones culturales	<b>Tipo y subtipo</b> Histórico Teatro
<b>Ubicación</b> Molango de Escamilla, Hidalgo – A un costado de la Parroquia de Nuestra Señora de Loreto	
<b>Descripción</b>	
 <p>Destinado para realizar actividades religiosas y culturales, el Teatro “El Nigromante”, nombre atribuido en honor a Juan Ignacio Paulino Ramírez Calzada, poeta, escritor y periodista mexicano quien utilizaba este seudónimo para firmar sus notas periodísticas y quien fuera paradójicamente uno de los artífices del estado laico en México. Compuesto por una torre de 3 niveles, un reloj y un pequeño campanario, mantiene en el interior de su bóveda el escenario –ahora en concreto- en donde se realizaban representaciones teatrales, números musicales, bailes populares, posadas y exposiciones, al paso de los años, en este edificio se instauró un cuartel militar, posteriormente albergó a los alumnos de la primera Escuela Normal Rural del Estado de Hidalgo.</p>	


Ficha No. 3

Ficha de atractivos	
<b>Nombre</b> La Espadaña	<b>Ficha No.</b> 3
<b>Categoría</b> Manifestaciones culturales	<b>Tipo y subtipo</b> Histórico Religioso
<b>Ubicación</b> Molango de Escamilla, Hidalgo – Frente a la Parroquia de Nuestra Señora de Loreto	
<b>Descripción</b>	
 <p>The image contains two side-by-side photographs of the La Espadaña bell tower. The left photograph shows the structure at night, illuminated by warm lights, with a full moon and clouds in the dark sky. The right photograph shows the structure during the day, highlighting its weathered stone facade and the large bell hanging within its central archway. The sky is clear and blue.</p>	
<p>La Espadaña es el símbolo iconográfico por excelencia de Molango y uno de los edificios más representativos de la arquitectura del Siglo XVI en México.</p> <p>La Espadaña fue utilizada para alojar las campanas con las que se anunciarían los festejos y actividades religiosas del templo, como muestra de majestuosidad y grandeza, esta elegante edificación fue construida de manera proporcional con las dimensiones de la iglesia y colocada en el extremo poniente del atrio donde allí se conserva resguardada una campana diseñada y confeccionada en 1875 dedicada a la Virgen de Loreto, desgastada y agrietada se mantiene firme como fiel testigo del paso del tiempo.</p>	

Ficha No. 4

Ficha de atractivos	
<b>Nombre</b> El Cerro de Santo Roa	<b>Ficha No.</b> 4
<b>Categoría</b> Sitios Naturales	<b>Tipo y subtipo</b> Montañas Cerro
<b>Ubicación</b> Molango de Escamilla, Hidalgo	
<b>Descripción</b>	
 <p>Este cerro recibe el nombre en honor a Fray Antonio de Roa, personaje emblemático de Molango, ahí se encuentra una cueva que hoy también lleva su nombre. Ahí tenía su altar y su bausterio. La cueva se encantó con el tiempo, y el padre y su altar se volvieron roca.</p> <p>Este cerro emblemático de la sierra es apto para practicar el senderismo, ya sea con amigos o familia, desde ahí se pueden observar los mejores paisajes de la serranía y al llegar a la cima encontrarán la cueva donde fuese el hogar de Fray Antonio de Roa.</p>	

Ficha No. 5

<b>Ficha de atractivos</b>	
<b>Nombre</b> El Mirador	<b>Ficha No.</b> 5
<b>Categoría</b> Manifestaciones culturales	<b>Tipo y subtipo</b> Histórico
<b>Ubicación</b> Molango de Escamilla, Hidalgo	
<b>Descripción</b>	
	
<p>Es una construcción de piedra en forma de media luna que se encuentra estratégicamente ubicada en la parte alta del poblado, para tener la vista panorámica del municipio de Molango y la serranía.</p>	

Ficha No. 6

<b>Ficha de atractivos</b>	
<b>Nombre</b> Laguna de Atezca	<b>Ficha No.</b> 6
<b>Categoría</b> Sitios naturales	<b>Tipo y subtipo</b> Ambiente lacustre Laguna
<b>Ubicación</b> Atezca, Molango de Escamilla, Hidalgo	
<b>Descripción</b>	




Este paradisiaco lugar es único en la sierra, la cual se encuentra ubicada a escasos 6 km del centro de Molango, es un atractivo natural donde la locación es totalmente mágica, se respira tranquilidad, además de ser el sitio ideal para relajarse, convivir con la familia o amigos, observar el paisaje o realizar algún deporte como pesca, canotaje, camping, senderismo, caminata, cabalgata. Esta Laguna es un atractivo muy visitado por turistas que afortunadamente regresan y no regresan solos. Otras de las actividades que se realizan en esta Laguna son la de ocuparla como escenario para eventos sociales y deportivos, festejos gubernamentales, nacionales e internacionales.

Cuadro No. 14

<b>Nombre Atractivo</b>	<b>Ficha No.</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>
Museo de Semana Santa	7	Acontecimientos Programados		
Semana Santa	8	Acontecimientos Programados	Fiesta Religiosa	
Carnaval	9	Acontecimientos Programados	Fiesta popular	
Día de muertos	10	Acontecimientos Programados	Fiesta Popular	


Ficha No. 7

<b>Ficha de atractivos</b>	
<b>Nombre</b> Museo de Semana Santa	<b>Ficha No.</b> 7
<b>Categoría</b> Acontecimientos programados	<b>Tipo y subtipo</b> Museo
<b>Ubicación</b> Molango de Escamilla, Hidalgo	
<b>Descripción</b>	
 <p>The image is a collage of three photographs showcasing museum exhibits. The left photo shows a wooden mask with a mustache and a white beard, with a caption: "Máscara de Madres. Utilizada desde principios de la década de los años 90's." The middle photo shows a wooden box containing several silver coins, with a caption: "50 monedas de plata Chasi. Bienes de la fe." The right photo shows a glass dish containing a historical black and white photograph, with a caption: "Acontecimientos relacionados al lavatorio de pies y última cena." In the background of the right photo, a piano and a silver vase are visible.</p>	
<p>El museo de Semana Santa es un pilar fundamental para fortalecer la identidad molangueña con la finalidad de recuperar la grandeza histórica de Molango, difundiendo los valores culturales y artísticos propios de esta fiesta religiosa.</p>	

Ficha No. 8

<b>Ficha de atractivos</b>	
<b>Nombre</b> Semana Santa	<b>Ficha No.</b> 8
<b>Categoría</b> Acontecimientos programados	<b>Tipo y subtipo</b> Fiesta Religiosa
<b>Ubicación</b> Molango de Escamilla, Hidalgo	
<b>Descripción</b>	
 <p>Semana Santa, tradición de origen español y traída a la sierra alta, durante la conquista religiosa por Fray Antonio de Roa. Y fue él quien, en su pasión, por imitar la pasión de Cristo, heredó esta tradición a Molango, que aún con fervor, se lleva a cabo en el pueblo. La Semana Santa inicia con el Domingo de Ramos, que recuerda la entrada de Jesús a Jerusalén, de ahí se retoman actividades hasta el día martes donde se lleva a cabo el ejercicio del Aposentillo, representando el pasaje bíblico de Jesús en la casa de Caifás, acompañando a Cristo una veintena de niñas vestidas de ángeles mismas que participan durante el rezo del rosario. El día jueves es día de la última cena, misma que es representada con jóvenes vestidos de discípulos quienes recrean estos pasajes bíblicos, así como del lavatorio de pies y dan pan bendito a la muchedumbre que se reúne en el atrio de la iglesia, por la noche se dan cita centenares de personas en las inmediaciones de la iglesia para presenciar el prendimiento del Señor y la procesión. El Viernes Santo se realiza la actividad del Viacrucis, Muerte y Descendimiento del Señor; por la noche las procesiones del Santo Entierro y la del Silencio. El sábado se abre la gloria con una ceremonia religiosa y la del fuego nuevo para culminar con la procesión de Domingo de Resurrección.</p>	

Ficha No. 9

<b>Ficha de atractivos</b>	
<b>Nombre</b> Carnaval	<b>Ficha No.</b> 9
<b>Categoría</b> Acontecimientos programados	<b>Tipo y subtipo</b> Fiesta popular
<b>Ubicación</b> Molango de Escamilla, Hidalgo	
<b>Descripción</b>	
	
<p>El origen de carnaval se remonta a las fiestas paganas que se realizaban al dios Baco dios del vino, las fiestas de Carnaval se remontan a las antiguas Sumeria y Egipto, hace más de 5,000 años, con celebraciones similares en la época del Imperio Romano, desde donde se difundió la costumbre por Europa, siendo traído a América por los navegantes españoles y portugueses que colonizaron a partir del siglo XV.</p> <p>En la actualidad el carnaval en Molango es una celebración pública que se realiza antes de la cuaresma cristiana, entre enero y febrero según la coincidencia de las celebraciones religiosas, entre los elementos principales del carnaval destacan los disfraces, desfiles y celebraciones.</p>	



Ficha No. 10

Ficha de atractivos	
<b>Nombre</b> Día de Muertos	<b>Ficha No.</b> 10
<b>Categoría</b> Acontecimientos programados	<b>Tipo y subtipo</b> Fiesta popular
<b>Ubicación</b> Molango de Escamilla, Hidalgo	
<b>Descripción</b>	
	
<p>Para los pueblos indígenas de México localizados en la región centro sur del país, el complejo de prácticas y tradiciones que prevalecen en sus comunidades para celebrar a los muertos constituye una de las costumbres más profundas y dinámicas que actualmente se realizan en dichas poblaciones, así como uno de los hechos sociales más representativos y trascendentes de su vida comunitaria.</p> <p>El día 31 de octubre comienzan los preparativos con el diseño y parado del arco en los altares, mismo que es cubierto con flor de Cemapoaxóchitl, mano de león y palma, ataviado con papel picado en vivos colores y colocados en cada uno de sus niveles, fotografías de los fieles difuntos, imágenes religiosas, vinos de fruta, pan, dulces, tamales, mole, aguardiente o cigarros, según lo que les gustaba a nuestros difuntos en vida.</p> <p>Se llevan altares al panteón y comienzan las ofrendas, es una fiesta más para estar en familia recordando a quienes ya se nos adelantaron.</p> <p>En el centro de la ciudad, se realiza el tradicional concurso de altares, participan todas las instituciones educativas, mismas que desarrollan una reseña, comparsa y ofrenda.</p>	

### 3.6.3 Planta de servicios turísticos

La planta de servicios turísticos está constituida por todos aquellos servicios que hacen posible la estadía y permanencia del turista en un determinado lugar, entre los que encontramos: alojamiento, alimentación, esparcimiento y operación turística.

Entre los establecimientos de alojamiento registrados en Presidencia Municipal en los primeros meses del 2018, tenemos:

Cuadro No. 15

#### Establecimientos de alojamiento en Molango de Escamilla

Entre los establecimientos de alojamiento registrados en la Dirección de Turismo Municipal, en los primeros meses de 2018 tenemos:

Tipo de establecimiento	No. de establecimiento	Nombre
Hotel	1	Dios Mola
Hotel	2	Huapango
Hotel	3	De la Sierra
Hotel	4	Ave del paraíso
Posada	5	San Miguel
Posada	6	Silva

Anuario Estadístico y Geográfico del Estado de Hidalgo. INEGI. Edición 2015

Cuadro No. 16

#### Establecimientos de alojamiento con total de habitaciones en Molango de Escamilla

Tipo de establecimiento	Total	No. de habitaciones
Hotel	4	122
Posada	2	29
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>151</b>

Anuario Estadístico y Geográfico del Estado de Hidalgo. INEGI. Edición 2015

Conforme se aprecia en el cuadro anterior, Molango cuenta con 151 habitaciones en 6 establecimientos, ubicándose la mayor parte de ellos en los establecimientos tipo hotel.

Según datos proporcionados por el municipio, se conoce que los establecimientos hoteleros tienen mayor ocupación en la fiesta de Semana Santa, siendo esta la que se considera como temporada alta.

**Cuadro No. 17**  
**Clasificación por número de estrellas de acuerdo a la calidad del servicio**

No. de estrellas	Total
<b>Cinco estrellas</b>	1
<b>Cuatro estrellas</b>	0
<b>Tres estrellas</b>	2
<b>Dos estrellas</b>	2
<b>Una estrella</b>	3
<b>Sin categoría</b>	1
<b>Total</b>	9

Anuario Estadístico y Geográfico del Estado de Hidalgo. INEGI. Edición 2015

Con respecto a la categoría de los establecimientos, se observa que la mayoría tiene de una a tres estrellas, mismas que son otorgadas por los clientes para calificar la calidad de los servicios de hospedaje, con lo que se concluye que Molango tiene un nivel de deficiencia a nivel de calidad de servicios en los establecimientos de alojamiento y necesita generar proyectos de atención y servicio al cliente para mejorar la calidad de los mismos.

Cuadro No. 18

**Establecimientos de alimentación y bebidas en Molango de Escamilla**

<b>Tipo de establecimiento</b>	<b>No. de establecimiento</b>
<b>Restaurantes</b>	13
<b>Otros (cafetería, lonchería, etc)</b>	7
<b>Total</b>	20

Anuario Estadístico y Geográfico del Estado de Hidalgo. INEGI. Edición 2015

Respecto a los establecimientos de alimentación y bebidas, de acuerdo al cuadro anterior, se puede establecer que en Molango, existen 20 establecimientos registrados.

Cabe mencionar, que actualmente no se cuenta con un registro o información concreta de los servicios de alimentación que son ofrecidos, las empresas de este rubro no cuentan con sitios web y por ende no aumenta el número de clientes potenciales.

Cuadro no. 19

**Clasificación de los establecimientos de alimentación en Molango**

<b>Tipo de establecimiento</b>	<b>No.</b>	<b>Nombre</b>
<b>Restaurante</b>	1	El Balcón
<b>Restaurante</b>	2	La casita
<b>Restaurante</b>	3	La Asunción
<b>Restaurante</b>	4	Las Güeras
<b>Restaurante</b>	5	Doña Eusebia
<b>Restaurante</b>	6	Los girasoles
<b>Restaurante</b>	7	Doña Clarita
<b>Restaurante</b>	8	La Guadalupana
<b>Restaurante</b>	9	Mary

<b>Restaurante</b>	10	La Molangueña
<b>Restaurante</b>	11	María Isabel
<b>Restaurante</b>	12	Green time
<b>Restaurante</b>	13	San Judas Tadeo
<b>Lonchería</b>	14	Lolita
<b>Cafetería</b>	15	Tipitín
<b>Tortas</b>	16	Chacho
<b>Quesadillas</b>	17	La patrona
<b>Antojitos</b>	18	Breyan
<b>Pizzería</b>	19	Mñktos pizza
<b>Lonchería</b>	20	Christopher

Anuario Estadístico y Geográfico del Estado de Hidalgo. INEGI. Edición 2015

Los establecimientos de alimentación en su mayoría se encuentran en lugares céntricos, siendo este una de las ventajas para los turistas que visitan la ciudad.

Cuadro No. 20  
**Establecimientos de esparcimiento en Molango de Escamilla**

<b>Tipo de establecimiento</b>	<b>No. de establecimiento</b>
<b>Discotecas y centros nocturnos</b>	1
<b>Bares</b>	1
<b>Total</b>	2

Anuario Estadístico y Geográfico del Estado de Hidalgo. INEGI. Edición 2015

Adicionalmente a los servicios de alojamiento y alimentación, solamente se registran dos establecimientos de esparcimiento, de tipo bar y discoteca, con una capacidad que alberga menos de 40 personas, cabe mencionar que no cuenta con servicio de calidad y es poca la actividad que se registra.

**Cuadro No. 21**  
**Operación turística en Molango de Escamilla**

<b>Tipo de establecimiento</b>	<b>No. de establecimiento</b>
<b>Agencias de viajes</b>	0
<b>Oficina turística</b>	0
<b>Total</b>	0

Dirección de Turismo, Molango; Hgo.

Como se observa, Molango no cuenta con un establecimiento de tipo Agencia de Viajes ni oficina turística, observando así, la falta de servicios de operación turística en el municipio. En este sentido es fundamental que junto con la mejora de los otros servicios turísticos se constituya una oficina de información y operación turística en Molango que se ubicaría dentro del parador turístico, como punto estratégico, ya que es el lugar idóneo para los turistas y transportistas que van de paso y que usan la gasolinera como parada obligatoria, así les presentamos otra alternativa de destino turístico que ofrece Molango y sobre todo en aquel segmento de mercado que viaja independientemente.

### **3.6.4 Transporte y vialidad**

En Molango existen diversas rutas de transporte de pasajeros en la cabecera municipal, mismas que cubren la cabecera y comunidades vecinas, así como una ruta de taxis a Pachuca y a municipios cercanos.

**Cuadro no. 22**  
**Transporte y vialidad en Molango de Escamilla**

<b>Tipo de transporte</b>	<b>No.</b>
<b>Automóviles para uso público (taxis)</b>	55

<b>Camiones de pasajeros</b>	2
<b>Camiones y camionetas para carga pública</b>	26
<b>Total</b>	83

Tabla 44. Vehículos de motor registrados en circulación (parte 2). Anuario Estadístico y Geográfico del Estado de Hidalgo. INEGI. 2015

En la vialidad interna del municipio, en su totalidad son vías pavimentadas, en algunos de los accesos a comunidades son vías que no están en óptimas condiciones, las cuales en algunos casos en épocas de lluvia se vuelven muy difíciles de transitar.

### 3.7 PROCEDIMIENTO Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

#### 3.7.1 Cronograma de actividades realizadas

ACTIVIDAD		AGO STO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
		SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
1.- Presentación del análisis del proyecto de Desarrollo Turístico	P	■															
	R																
2.- Creación de un directorio digital de hoteleros y restauranteros	P	■	■	■	■												
	R																
3.- Diseño de cartas programáticas y manuales para taller	P			■													
	R																
4.- Elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de un Parador	P			■													
	R																
5.- Direccionamiento estratégico de mercadotecnia del Parador Turístico	P			■													
	R																
6.- Estudio técnico y financiero del proyecto Parador Turístico	P				■												
	R																
7.- Estudio técnico y financiero del proyecto Parador Turístico	P				■												
	R																
8.- Estudio ambiental del proyecto Parador Turístico	P					■											
	R																
9.- Estudio social del proyecto Parador Turístico	P					■											
	R																
10.- Estudio de impacto ambiental del Parador Turístico	P						■	■									
	R																
11.- Diagnóstico general del área	P								■								
	R																
12.- Marco Legal	P									■	■	■	■				
	R																
13.- Realización de matriz de identificación y evaluación de impactos amb.	P										■	■	■				
	R																
14.- Análisis e identificación de posibles impactos ambientales	P													■			
	R																
15.- Presentación de propuesta de medidas preventivas y de mitigación	P													■	■		
	R																
16.- Diseño del libro de gastronomía local	P																■
	R																
17.- Realización de recomendaciones finales y presentación del proyecto	P																■
	R																

El turismo alternativo es considerado a nivel mundial como la industria líder en la generación de empleos y divisas para los países que se orientan a esta actividad (Flores, 2006). Ofrece muchas oportunidades para el desarrollo económico de comunidades alejadas de los centros industriales, comerciales y financieros.

En el presente proyecto, para la ciudad de Molango de Escamilla, el turismo alternativo es un instrumento adecuado para alcanzar las metas de sustentabilidad, con lo que el municipio puede explotar sus recursos naturales, protegiéndolos de manera simultánea, si pensamos en sus bosques, senderos, arroyuelos y su hermosa laguna podemos decir que cuenta con una belleza excepcional.

La importancia que ha adquirido este sector turístico en la mayoría de las regiones y en especial Molango que cuentan con condiciones propicias para su desarrollo, es destacable; por lo que tiene una posición predominante dentro de la actividad turística en general. El proyecto realizado plantea la necesidad de estudiar dicho comportamiento para aprovechar los beneficios que se obtengan, en apoyo al desarrollo económico, para lo cual se implementaron las siguientes actividades, en el período de agosto a noviembre de 2018 en dicha cabecera municipal.

### **3.7.2 Presentación del análisis del proyecto de desarrollo turístico**

Se realizó en el mes de septiembre la presentación del análisis del proyecto de desarrollo turístico ante miembros de la asamblea municipal, se tomaron notas de los puntos más sobresalientes y se decidió cambiar algunas de las actividades y el proyecto medular de dicha investigación, esto por problemas que se presentaron en el ejido Atezca, mismo que alberga la laguna con el mismo nombre y que serviría de base para el desarrollo del presente. Cabe mencionar que dicha actividad fue meramente informativa.



### **3.7.3 Creación de un directorio digital de hoteleros y restauranteros**

Se trabajó de igual manera en el mes de septiembre en la creación de un directorio digital de hoteleros y restauranteros, esto porque al ser un proyecto turístico lo que perseguimos es captar y promocionar la ciudad a la vez de realizar alianzas comerciales con este gremio, este directorio nos permite tener un contacto más cercano y por ende compartir información turística, así como capacitaciones a las que pueden asistir con la finalidad de incrementar sus ganancias al momento de tener temporadas altas.

### **3.7.4 Diseño de cartas programáticas y manuales para el taller con hoteleros y restauranteros**

Se diseñaron cartas programáticas y manuales para la creación de alianzas comerciales estratégicas entre hoteleros, restauranteros y artesanos. Esto porque les permiten a estas empresas que ya tenían un reducido alcance competitivo, aprovechar las ventajas de un alcance más amplio sin necesidad de entrar por sí misma en nuevos segmentos, áreas geográficas o sectores.

En definitiva, sencillamente se les otorgaron nuevas formas de competir en el mercado ya que constituyen un poderoso instrumento para redefinir el escenario competitivo. La modificación constante de las reglas de juego del mercado los obliga a una reconsideración del negocio, esforzándose en desintegrar las actividades de valor del mismo, reconfigurando dichas actividades, o realizando un esfuerzo conjunto con otras empresas para conseguir ventajas de alcance estratégico que buena falta le hace al municipio.

### **3.7.5 Elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de un Parador Turístico**

En vista de la inexistencia de infraestructura turística en la región, nace la idea de crear un Parador Turístico, que brinde asistencia y servicios turísticos de calidad a automovilistas que gusten de detenerse para adquirir servicio de combustible, de la misma forma a turistas y visitantes que acuden a esta región en busca de turismo cultural y de naturaleza.

Por tales razones, la siguiente actividad fue el diseño del proyecto Parador Turístico y con su futura implementación se pretende desarrollar el turismo en la región, como una alternativa más para los turistas que siempre están en busca de nuevos destinos, como también para mejorar la calidad de vida de Molango y sus comunidades a través de su participación e involucramiento en actividades turísticas y finalmente en busca del bienestar ambiental del sector.

Una parte fundamental en el desarrollo de dicho proyecto fue poner énfasis en el desarrollo del turismo sostenible, en el cual se identificó y se comenzó a promocionar y difundir tanto estatal como nacional las diversas actividades al aire libre que se pueden desarrollar en nuestra ciudad, tales como: senderismo, rappel, cabalgata, rodadas, etc.

Es así que se planteó como un proyecto ambicioso, que con la participación de diferentes actores se busca rescatar los saberes ancestrales, preservar los bienes patrimoniales, proteger el patrimonio natural y empoderar a la comunidad a gestionar su patrimonio.

Así mismo se elaboraron diversas fichas tales como: de núcleo poblacional y de atractivos turísticos, esto con la finalidad de tener información concreta y relevante de la ciudad y sus principales atractivos.

Con el estudio de factibilidad realizado, se incluyó también un estudio de mercado, con él analicé la oferta e identifiqué las características, preferencias, expectativas y exigencias del turista potencial, para de esta manera partir a identificar las oportunidades reales dentro del mercado. (Ver apartado de Resultados)

En este estudio de mercado establecí los instrumentos que fueron idóneos para el estudio de la demanda y la oferta, que permitieron identificar el perfil del consumidor. Para este estudio, utilicé tanto técnicas cuantitativas como cualitativas. Se realizó una entrevista estructurada aplicada a la Directora de Turismo, con la finalidad de indagar y profundizar sobre el potencial y la realidad turística de Molango.

De igual manera, se aplicaron encuestas personales y digitales. Las encuestas contaban con preguntas cerradas y de opción múltiple, el objetivo fue llegar a conocer las motivaciones, preferencias, necesidades, hábitos de compra, en sí, rasgos característicos del turista que me ayudaron a determinar su perfil y conocer el grado de aceptación del proyecto.

### **3.7.6 Direccionamiento estratégico de Mercadotecnia del Parador Turístico**

posteriormente realicé el direccionamiento estratégico de marketing del Parador Turístico, esto para visualizar el posicionamiento del mismo en el mercado local y estatal, mediante la preparación de un buen direccionamiento estratégico de MKT. El análisis FODA realizado (Ver resultados) me ayudó a la evaluación interna y externa del proyecto, con el objetivo de conocer las condiciones reales y generar una visión más clara para la formulación de estrategias convenientes. Con el diagnóstico situacional se logró establecer que el proyecto cuenta con más fortalezas y oportunidades, es decir, el proyecto puede reducir o atenuar las amenazas y debilidades a través del aprovechamiento de los elementos positivos.

Entre las fortalezas con las que cuenta el proyecto están: el patrimonio paisajístico, natural y cultural, que, junto a la amabilidad de su gente, aportan a generar un escenario positivo para la implementación del mismo.

Ahora bien, con el paso del tiempo se pueden contrarrestar las debilidades existentes, a través de una buena gestión con los actores principales: municipio y comunidades.

Para finalizar con el análisis FODA, se llevaron a cabo las matrices de evaluación del mismo, esto para tomar en cuenta los resultados para conocer si el proyecto es considerable o no.

De acuerdo a la matriz de evaluación de factores internos (Ver resultados), el resultado ponderado nos indicó que hay más fortalezas que debilidades y según la matriz de factores externos (Ver resultados) el resultado ponderado nos indicó que existen más oportunidades que amenazas externas. Los resultados que se obtuvieron indicaron que el proyecto es considerable, por lo tanto, la aplicación del proyecto es positivo.

Posteriormente, se determinó la visión, misión y valores corporativos del Parador Turístico, así como el logotipo y el eslogan del mismo (Ver resultados). Para la estrategia de la mezcla de marketing se tomó en cuenta el trabajo conjunto de la presidencia municipal, para el mejoramiento del acceso y señalética en el tramo carretero. A la vez que diseñaron paquetes turísticos (Ver resultados) con variedad de actividades en diversas comunidades, así como los principales servicios que se ofertarán en el Parador Turístico.

Se diseñaron estrategias de plaza y de promoción con la finalidad de crear conciencia e interés en Molango y diferenciar nuestros atractivos de la competencia. En general el propósito central es vender el producto a través de información, persuasión y recuerdo, pero obviamente su resultado dependerá de cómo se emplea y las siguientes estrategias se orientaron al posicionamiento de la ciudad como un destino inigualable.

### **3.7.7 Estudio técnico y financiero del Parador Turístico**

Para el mes de octubre, se inició con el diseño del estudio técnico del Parador Turístico, este permitió conocer la localización, tamaño y recursos óptimos para la ejecución e implementación del presente proyecto. En este estudio se detallan la distribución y cada una de las áreas con sus respectivas características y requerimientos, se determinaron los equipos, muebles y enseres necesarios para usarse en el proyecto, se diseñaron los productos y servicios turísticos con los que dispondrá el Parador Turístico. (Ver resultados)

De igual manera, se comenzó con el estudio financiero para determinar los recursos económicos necesarios para la operación del proyecto y de esta forma la Dirección de Turismo analizó la factibilidad o viabilidad económica a través de los índices financieros.

Se definió la inversión necesaria para el proyecto tanto en requerimiento, tecnología, infraestructura, etc, como en recursos humanos y fuentes de financiamiento. Siguiendo con el mismo, se determinó el ingreso estimado de ventas de las áreas de alimentación y de los paquetes turísticos. De la mano a esto, fue importante conocer los estados financieros del proyecto y realizar la respectiva evaluación financiera.

### **3.7.8 Estudio ambiental del proyecto Parador Turístico**

Se realizó el estudio ambiental del parador turístico, para optar por el lugar más idóneo para que el turista pueda disfrutar y aprovechar de la riqueza turística se analizaron factores como: el atractivo turístico, factores ambientales, las condiciones sociales y culturales del lugar. Se tomaron en cuenta también factores técnicos como las condiciones topográficas y calidad de suelos, existencia de vías de comunicación entre otros.

### **3.7.9 Estudio social del proyecto Parador Turístico**

Se realizó el estudio social del parador turístico, para que el turista pueda disfrutar y aprovechar de la riqueza turística se analizaron factores como: problemas sociales existentes en el municipio y sus comunidades, las prácticas de conservación y protección de tradiciones, índices de migración, etc.

### **3.7.10 Estudio de impacto ambiental del Parador Turístico**

La evaluación del impacto ambiental fue realizada con el procedimiento a través del cual la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos naturales, establece las condiciones a que se sujetará la realización de obras y actividades como la implementación del proyecto Parador Turístico que pueda causar desequilibrio ecológico o rebasar los límites y condiciones establecidos en las disposiciones aplicables para proteger el ambiente y preservar y restaurar los ecosistemas, a fin de evitar o reducir al mínimo sus efectos negativos sobre el medio ambiente.

### **3.7.11 Diagnóstico general del área**

Como penúltima actividad del mes de octubre se realizó un diagnóstico general del área: se describieron los diferentes medios y determinación de los principales problemas sociales y ambientales, en el que se estableció que el proyecto será ecológicamente sostenible.

### **3.7.11 Marco Legal del proyecto Parador Turístico**

Para finalizar se realizó la búsqueda de los principales instrumentos jurídicos aplicables al proyecto Parador Turístico, los cuales se enuncian a continuación:

## **Normas Oficiales Mexicanas en materia ambiental**

### **NOOM 001 ECOL 1996**

Que establece los límites máximos permisibles de contaminantes en las descargas de aguas residuales en aguas y bienes nacionales.

### **NOOM 059 SEMARNAT 2001**

Que establece la protección ambiental de especies nativas de México, de flora y fauna silvestres, categorías de riesgo, etc.

## **Legislación Turística**

Aplican las siguientes leyes, reglamentos y normas en materia turística

### **LEY FEDERAL DE TURISMO**

Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1992.

### **LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR (PROFECO)**

Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1992 y reformada por última vez el 5 de junio de 2000.

### **LEY FEDERAL SOBRE METROLOGÍA Y NORMALIZACIÓN (SRIA. DE ECONOMÍA)**

Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 1 de diciembre de 1992 y reformada el 20 de mayo de 1997.

### **NOM-03-TUR-1999**

De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a establecimientos de alimentos y bebidas.

### **NOM-04-TUR-1999**

De los formatos relativos y de porte pagado para la presentación de quejas y sugerencias de servicios turísticos relativos a empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos.

### **NOM-06-TUR-2000**

Requisitos mínimos de seguridad e higiene que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de campamentos y paradores.

### **NOM-08-TUR-1996**

Que establece los elementos a que deben sujetarse los guías generales.

### **NOM-09-TUR-1997**

Que establece los elementos a que deben sujetarse los guías especializados en actividades específicas.

### **NOM-010-TUR-2001**

De los requisitos que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos con los usuarios – turistas.

### **NOM-011-TUR-2001**

Requisitos de seguridad, información y operación que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de turismo de aventura.

### **3.7.13 Realización de la matriz de identificación y evaluación de impactos ambientales**

Para una buena implementación del proyecto, se realizó una matriz de Leopold (Ver resultados), para presentar un estudio ambiental y social del Parador Turístico, con esta matriz mediante un conjunto de juicios de valor, se analizaron los diversos impactos que se pueden presentar.

### **3..7.14 Análisis e identificación de posibles impactos ambientales**

Se registraron las acciones que causan impacto ambiental y las condiciones ambientales existentes que pueden verse afectadas por esas acciones, proveyendo así un examen amplio de las interacciones entre acciones propuestas y factores ambientales.

### **3.7.15 Presentación de propuestas de medidas preventivas y de mitigación**

Después de la evaluación de la matriz de Leopold, se concluyó que el proyecto es compatible con el medio ambiente y los posibles impactos que se pueden producir por las actividades y sub actividades en las diferentes etapas, que son controlables y para ello se presentó igual un informe de impactos ambientales identificados y las respectivas medidas preventivas y de mitigación para el proyecto. (Ver resultados)

### **3.7.16 Proyecto arquitectónico del Parador Turístico y diseño del libro de gastronomía local**

Se realizó el proyecto arquitectónico del Parador Turístico mediante este programa se establecieron las edificaciones e instalaciones necesarias para cumplir con los objetivos del proyecto, por ello se utilizará arquitectura ecológica sostenible, con el fin de mantener un equilibrio entre el proyecto y el medio ambiente.



Se consideró un equipo multidisciplinario para llevar a cabo el proyecto, tanto en la infraestructura, orientación, dispositivos de gestión de residuos, etc. Con todo lo diseñado en este ámbito, el proyecto trabajará incorporando buenas prácticas en el consumo y aprovechamiento de energía.

Como penúltima actividad de la residencia profesional, se diseñó un libro de gastronomía local titulado “Delicias culinarias de Molango”, la gran motivación al realizar este libro sobre nuestra gran riqueza gastronómica es despertar el interés del sector turístico, captar y fidelizar a turistas acercándolos a la gastronomía local y de igual forma promover y difundir no solo nuestras costumbres sino toda una amalgama gastronómica heredada por nuestros antepasados.

En el presente libro, se plasmaron recetas de diversos platillos, bebidas y postres que mi abuela paterna cocinaba cada que acudíamos a Molango, en ese lugar especial que era su cocina con fogón; ahí donde se mezclaban olores y sabores, ese lugar tiene gran historia, y es ahí donde al compás de las labores como la preparación de un nixtamal o al moler la masa en el metate; que cada que estábamos en la cocina nos contaba historias y nos indicaba como preparar la comida. Esta compilación contiene algunas de sus recetas que van desde un simple plato de arroz hasta uno más complejo como el tradicional mole, mismos que se realizan con ingredientes sencillos de conseguir en nuestra región.

### **3.7.17 Realización de recomendaciones finales y presentación del proyecto**

Para concluir con el proyecto de residencia profesional, se imprimieron e integraron en una sola carpeta cada uno de los anteproyectos trabajados y los que aún se encuentren en fases de desarrollo o implementación.

## CAPÍTULO IV

### 4.1 RESULTADOS

#### 4.1.1 Resultados del estudio de mercado

En el presente proyecto de residencia profesional, se realizó un proyecto de gestión empresarial para fortalecer el desarrollo del turismo alternativo del municipio de Molango, con ello se buscó impulsar un proceso de gestión que incluyera el fortalecer la oferta turística, así mismo promover la creación de nuevos servicios que contribuyan a la sustentabilidad turística del municipio.

Para el estudio de mercado, se utilizaron tanto técnicas cuantitativas como cualitativas. El ámbito de aplicación de la investigación es personal y en redes sociales.

Para determinar el tamaño del universo, se ha visto en la necesidad de tomar como base las estadísticas de turistas que ingresan a nuestro estado. La decisión de tomar los datos estadísticos del estado, para el estudio de la demanda, se debe a que la ciudad antes mencionada es considerada una localidad de paso y no existen datos sobre el número de personas que viajan a Molango con motivos de turismo y tampoco registros de entradas y salidas de turismo.

Para el cálculo de la muestra probabilística, se tomará en cuenta un intervalo de confianza del 95%, con un error de estimación del 7% y una constante de 1,96. A continuación se detalla el cálculo de la muestra, cuya fórmula es la siguiente:

**Fórmula:**

$$n = \frac{Z^{2*}p*q*N}{e^{2*}(N-1) + Z^{2*}p*q}$$

**Donde:**

n= Número de encuestas

z= Nivel de confianza de la investigación del 95% = 1.96

p= Probabilidad de la ocurrencia 50% = 0.50

q= Probabilidad de no ocurrencia 50% = 0.50

N= Tamaño del universo de estudio=65,989

e= Error estimado permisible 7% = 0.007

**Por lo tanto, tenemos:**

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50 \cdot 65,989}{(0,07)^2 \cdot (65,989-1) + (1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}$$

$$n = \frac{63375,84}{323,34 + 0,96}$$

$$n = \frac{63375,84}{324,30}$$

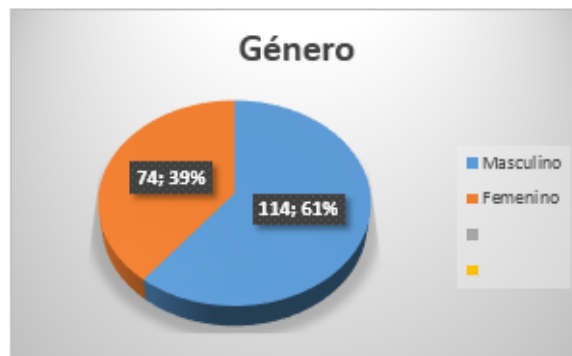
$$n = 194 \text{ encuestas}$$

La muestra obtenida es de 194 encuestas, las cuales serán aplicadas a turistas nacionales.

## Tabulación e interpretación de datos

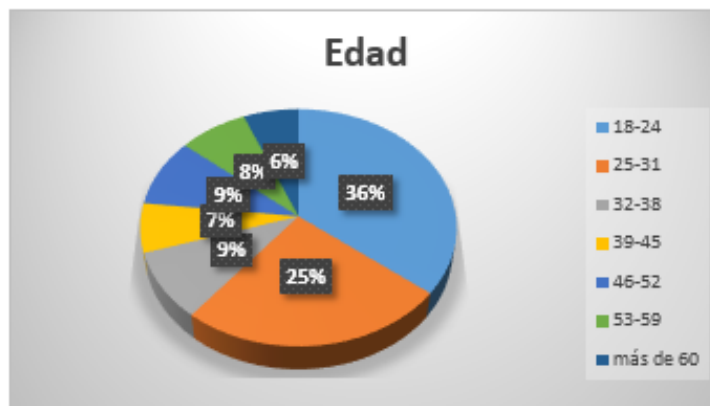
### Datos generales

Género	Número de turistas
Masculino	114
Femenino	74



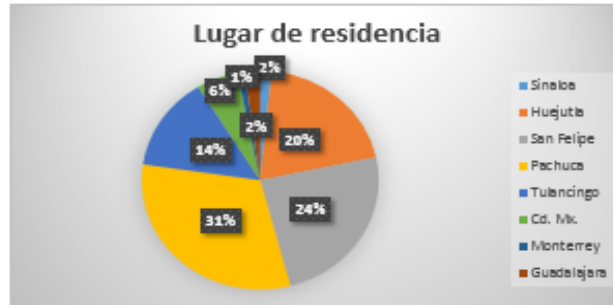
**Interpretación:** del total de los turistas encuestados, 114 fueron varones y 74 mujeres.

Edad	Número de turistas
18 - 24	69
25 - 31	49
32 - 38	18
39 - 45	13
46 - 52	18
53 - 59	15
Más de 60	12
TOTAL	194



**Interpretación:** Del total de turistas encuestados el 36% tienen de 18 a 24 años, el 25% corresponde a las edades de 25 a 31 años y el 9% a las edades de 32 a 38 años. Con lo que se establece que en su mayoría son los turistas menores de 38 años los que más tienden a visitar estos lugares.

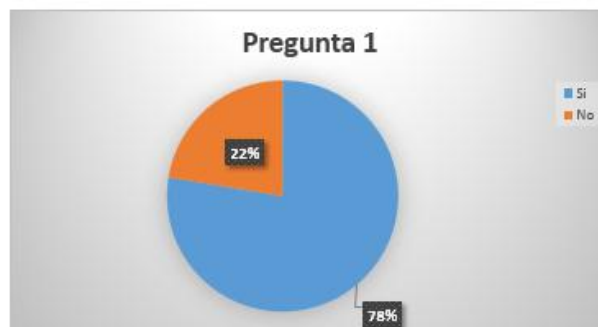
Lugar de residencia	Número de turistas
Sinaloa	3
Huejutla	39
San Felipe Orizatlán	47
Pachuca de Soto	61
Tulancingo	27
Cd. De México	11
Monterrey	2
Guadalajara	4
TOTAL	194



**Interpretación:** Dentro de los turistas encuestados, podemos decir que el 31% de ellos son de Pachuca, seguido por el 24% que son de San Felipe Orizatlán y Huejutla con el 20%. Esto a razón de que son algunos de los lugares más cercanos al Municipio de Molango.

Pregunta 1: ¿Ha visitado Molango?

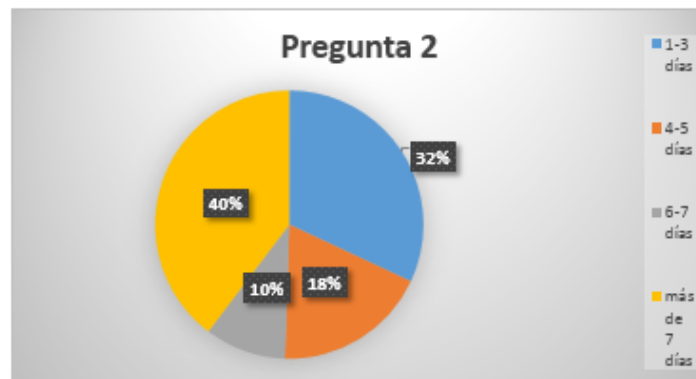
Opciones	Número de turistas
Si	135
No	59



**Interpretación:** El 78% de los encuestados han visitado Molango, mientras que el 22% de ellos mencionaron no haber ido nunca al Municipio. Por lo general, Molango es un atractivo que amerita ser visitado nuevamente por el turista.

**Pregunta 2:** ¿De cuántos días suele planificar sus viajes?

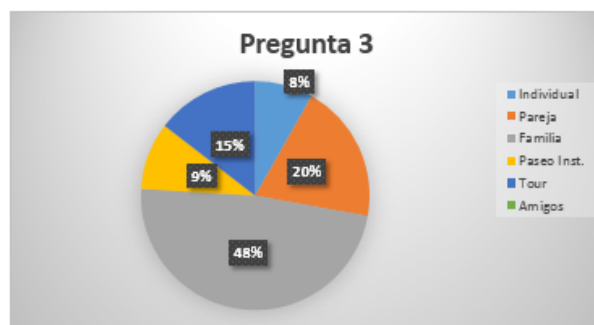
Tiempo de viaje	Número de turistas
1-3 días	62
4-5 días	36
6-7 días	19
Más de 7 días	77
TOTAL	194



**Interpretación:** Del total de turistas encuestados, 77 planifican sus viajes por 7 días, seguido de 62 de ellos que viajan de 1 a 3 días. El turista mexicano planifica sus viajes hasta 7 días; a razón de que México es un país grande y cuenta con atractivos turísticos que lo amerita.

**Pregunta 3: Generalmente cuando viaja lo hace:**

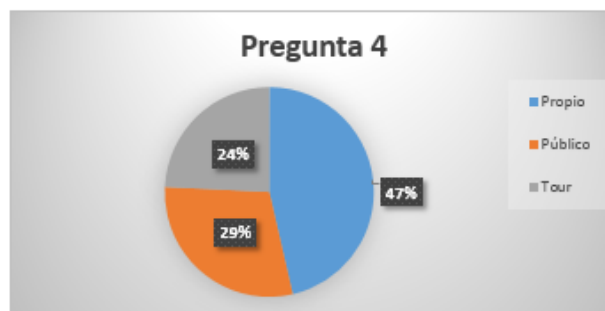
Opciones	Número de turistas
Individualmente	13
En pareja	31
Con su familia	76
Paseo institucional	15
En tour	23
Con amigos	36
TOTAL	194



**Interpretación:** La mayoría de turistas entrevistados tienden a viajar con su familia; seguido de 36 entrevistados que viajan en grupo de amigos.

**Pregunta 4: ¿Qué medio de transporte utiliza para hacer turismo?**

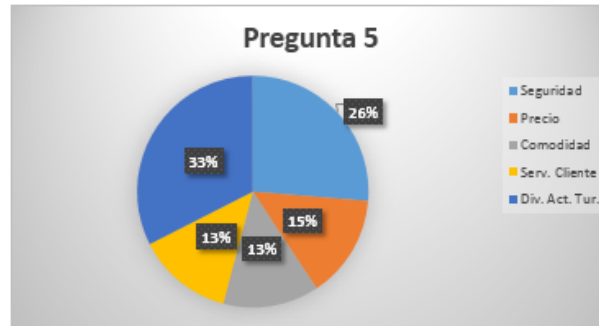
Transporte	Número de turistas
Vehículo propio	90
Transporte público	57
Agencia de viajes (tour)	47
TOTAL	194



**Interpretación:** La mayoría de los entrevistados viajan en vehículo propio, por lo general los turistas nacionales suelen realizar viajes por cuenta propia y aprovecha su medio de transporte para acceder y conocer nuevos lugares.

**Pregunta 5: ¿Qué factor de los siguientes, usted prioriza al momento de recibir un servicio turístico?**

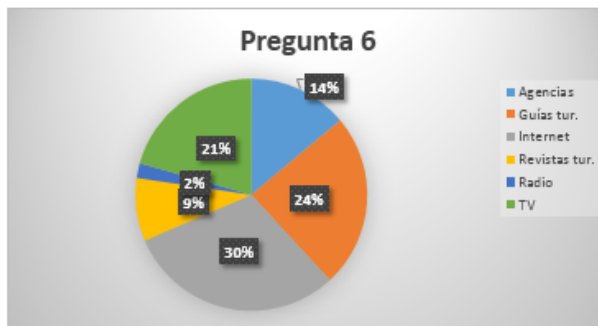
Factores	Número de turistas
Seguridad	51
Precio	28
Comodidad	26
Servicio al cliente	26
Diversidad de actividades turísticas	63
TOTAL	194



**Interpretación:** Como muestra la tabla, la mayoría de turistas busca como prioridad la diversidad de actividades turísticas al momento de recibir un servicio, seguido por la cuestión de seguridad.

**Pregunta 6: ¿A través de qué medios suele usted informarse y preparar su viaje antes de salir?**

Medios de información	Número de turistas
Agencias de viajes	27
Guías turísticas	47
Internet	59
Revistas turísticas	17
Radio	4
TV reportajes	40
TOTAL	194

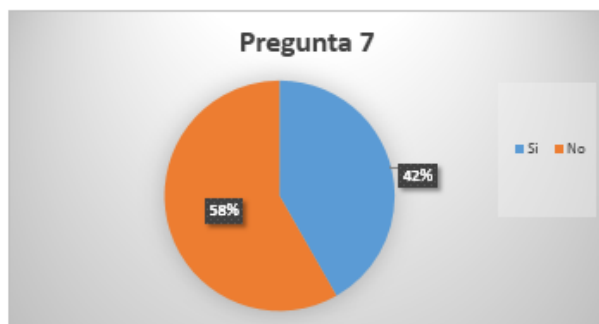




**Interpretación:** La mayoría de los entrevistados busca información y prepara sus viajes a través de internet, otros lo hacen por medio de guías turísticas y en reportajes de televisión.

Pregunta 7: ¿Usted conoce o ha recibido alguna información sobre Molango de Escamilla?

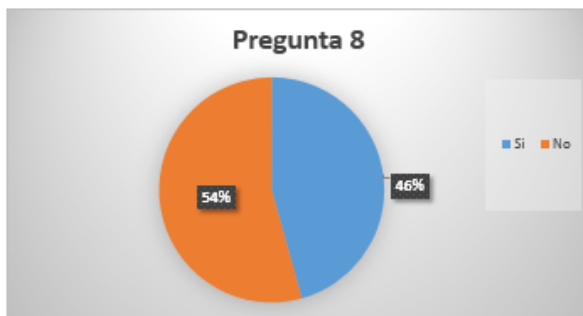
Opciones	Número de turistas
Si	81
No	113
TOTAL	194



**Interpretación:** El 58% de los entrevistados no conoce y no ha recibido información sobre Molango, con esto se determina que es importante dar a conocer el atractivo y la riqueza turística de esta ciudad serrana.

Pregunta 8: Si la respuesta anterior fue si, ¿Ha recorrido sus zonas boscosas o realizar alguna actividad en su laguna?

Opciones	Número de turistas
Si	37
No	44
TOTAL	81

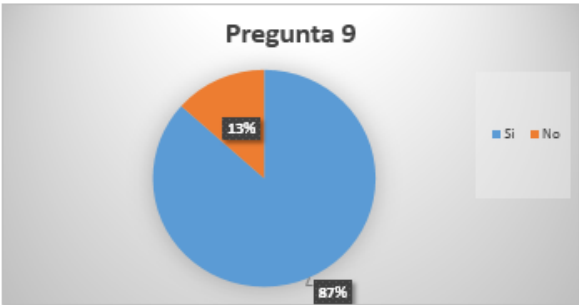


**Interpretación:** Del total de los entrevistados que conocen o han recibido información sobre Molango, 44 no han recorrido sus atractivos turísticos, con lo que

deducimos que la ciudad no se ha desarrollado turísticamente a nivel tanto estatal como nacional.

Pregunta 9: ¿Visitaría un Parador Turístico cerca de Molango de Escamilla?

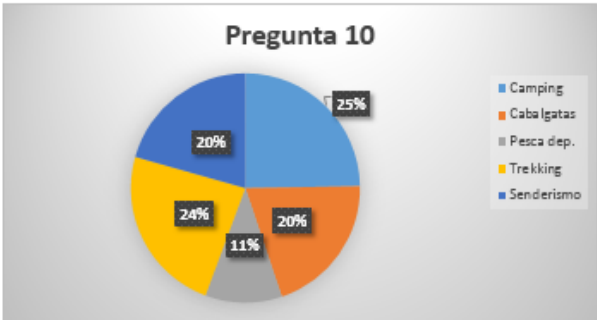
Opciones	Número de turistas
Si	168
No	28
TOTAL	194



**Interpretación:** Como podemos apreciar, el 87% de las personas entrevistadas están dispuestas a visitar el Parador Turístico que se ubicará en el actual mirador de la ciudad y que les ofrecerá servicios de alimentación, así como diferentes actividades turísticas. Con el resultado anterior deducimos que una gran cantidad de turistas tienen predisposición de visitar esta nueva oferta turística con atractivos naturales.

Pregunta 10: De las siguientes actividades, elija la que más le agrade, dentro del turismo natural y de aventura.

Actividades	Número de turistas
Camping	48
Cabalgatas	39
Pesca deportiva	21
Trekking	46
Senderismo	40
TOTAL	194

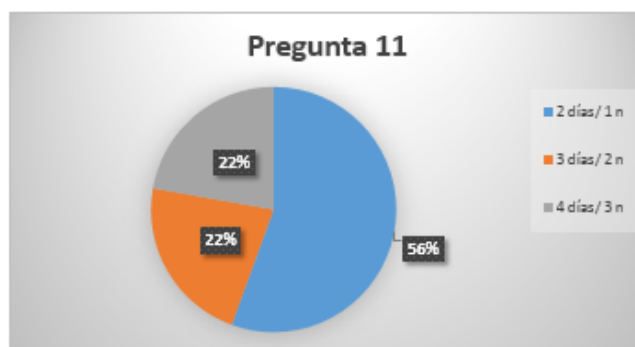


**Interpretación:** En su mayoría, los entrevistados se inclinan hacia el camping, seguido del trekking y el senderismo. Por lo que concluimos que estas actividades tendrán éxito ya que actualmente los turistas prefieren turismo natural y de aventura.

---

**Pregunta 11:** ¿De cuántos días usted estaría dispuesto a realizar estas actividades?

Opciones	Número de turistas
2 días / 1 noche	80
3 días / 2 noches	32
4 días / 3 noches	82
TOTAL	194



---

**Interpretación:** De la muestra de entrevistados, la mayoría está dispuesto a realizar actividades en 4 días y 3 noches; seguido por 2 días y 1 noche. Cabe señalar que estos resultados ayudarán a la elaboración del producto turístico que se piensa ofrecer.

#### 4.1.2 Matriz FODA

Objetivo general:

Lograr el posicionamiento del Parador Turístico en el mercado local y regional, mediante la preparación de un buen Direccionamiento Estratégico de Marketing.

Objetivos específicos:

- Captar el 25% de participación en el mercado, durante el primer año de aplicación del Plan de Marketing.

- Posicionar la imagen del Parador Turístico, sus servicios y sus productos, en el mercado objetivo.
- Fidelizar a los clientes, superando constantemente sus expectativas.
- Promocionar el Parador Turístico, a través de descuentos, paquetes promocionales, programas de puntos, etc; para incrementar la cantidad y frecuencia de compra.
- Conseguir un crecimiento económico, producto del volumen de ingresos por alimentación y paquetes turísticos.

El análisis FODA ayuda a la evaluación interna y externa del proyecto, con el objetivo de conocer las condiciones reales y generar una visión más clara para la formulación de estrategias convenientes.

#### MATRIZ FODA

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amabilidad y hospitalidad de los habitantes del lugar.</li> <li>• Producto con gran riqueza histórica y natural.</li> <li>• La Laguna de Atezca posee un gran potencial paisajístico.</li> <li>• No existe competencia directa.</li> <li>• El lugar es apto para realizar deportes extremos y turismo alternativo.</li> <li>• Cuidado y respeto por el medio ambiente.</li> <li>• Buena atención y calidad en el servicio.</li> <li>• Seguridad al cliente.</li> <li>• Precios accesibles.</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de promoción.</li> <li>• Falta de señalización turística.</li> <li>• No hay participación y conciencia en la población sobre las ventajas ambientales y económicas del turismo.</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cercanía a la capital del Estado y a la Cd. De México.</li> <li>• Alianzas comerciales estratégicas.</li> <li>• Alianzas con Dependencias Gubernamentales.</li> <li>• Alianzas estratégicas con operadoras turísticas.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inestabilidad política y económica en el país.</li> <li>• Falta de Planta Hotelera adecuada.</li> <li>• Problemas socio-económicos de la población.</li> <li>• Desastres naturales.</li> </ul>

*Elaboración propia 2018*

Con el diagnóstico situacional se logró establecer que el proyecto cuenta con más fortalezas y oportunidades, es decir, el proyecto puede reducir o atenuar las amenazas y debilidades a través del aprovechamiento de los elementos positivos. Entre las fortalezas con las que cuenta el proyecto están: el patrimonio paisajístico, natural y cultural, que, junto a la amabilidad de su gente, aportan a generar un escenario positivo para la implementación del proyecto.

El Parador Turístico, pretende brindar servicios de calidad e idóneos para el disfrute del atractivo, cuidando siempre del medio ambiente y aportando al desarrollo turístico de la zona.

Se pueden contrarrestar las debilidades existentes a través de una buena gestión turística, involucrando a todos los actores como: comunidades y administración municipal para el mejoramiento de los servicios, señalización turística, capacitación, etc; logrando en gran medida fortalecer la zona en el ámbito turístico y ambiental.

La matriz de evaluación es un instrumento que ayuda a evaluar los factores internos y externos, a través de un análisis cuantitativo simple donde se considera una calificación de 1 a 10 puntos para cada factor. Los resultados contribuyen a conocer si el proyecto es considerable o no.

#### 4.1.3 Matriz de Factores Internos (MEFI)

##### MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)

<b>MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS</b>				
<b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>RESULTADO PONDERADO</b>
<b>FORTALEZAS</b>				
Amabilidad y hospitalidad de los habitantes del lugar	10	0.07	4	0.27
Producto con gran riqueza histórica y natural.	10	0.07	4	0.27
La Laguna de Atezca posee gran potencial paisajístico.	9	0.06	4	0.24
No existe competencia directa.	10	0.07	4	0.27

El lugar es apto para realizar deportes extremos y turismo alternativo.	10	0.07	4	0.24
Cuidado y respeto por el medio ambiente.	10	0.07	4	0.27
Buena atención y calidad en el servicio	10	0.07	4	0.27
Seguridad al cliente.	10	0.07	4	0.27
Precios accesibles.	10	0.07	4	0.27
<b>DEBILIDADES</b>				
Falta de promoción.	10	0.07	1	0.07
Falta de señalización turística	8	0.05	1	0.05
No hay participación y conciencia en la población sobre las ventajas ambientales y económicas del turismo.	9	0.06	2	0.12
<b>TOTAL</b>	<b>116</b>	<b>0.8</b>		<b>2.61</b>

Realizado por: Xóchitl Bautista Ramírez

#### 4.1.4 Matriz de Factores Externos (MEFE)

##### MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)

<b>MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS</b>				
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>RESULTADO PONDERADO</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>				
Cercanía a la capital del Estados y la Cd. De Mex.	10	0.11	4	0.42
Alianzas comerciales estratégicas.	9	0.09	4	0.38
Alianzas con dependencias Gubernamentales.	9	0.09	4	0.38
Alianzas estratégicas con operadoras turísticas.	8	0.08	4	0.25
<b>AMENAZAS</b>				
Inestabilidad política y económica en el país.	9	0.09	1	0.09
Falta de planta hotelera adecuada.	10	0.11	1	0.11
Problemas socio-económicos de la población.	8	0.08	2	0.16
Desastres naturales	9	0.09	2	0.18
<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>0.74</b>		<b>1.97</b>

Realizado por: Xóchitl Bautista Ramírez

De acuerdo a la matriz de evaluación de factores internos realizada, el resultado ponderado fue de 2.61, que indica que existen más fortalezas que debilidades. Y según la matriz de factores externos, el resultado ponderado fue de 1.97, que indica que existen más oportunidades que amenazas externas. Los resultados obtenidos indican que el proyecto es considerable, por lo tanto, la aplicación del proyecto es positivo.

#### **4.1.5 Propuesta de direccionamiento estratégico**

Una vez descrito el análisis situacional actual del proyecto, el siguiente paso para conformar el plan estratégico, consiste en determinar la misión, visión y valores corporativos.

La misión, permite estar consciente de la labor que se tiene en el mercado, ya que es el propósito central para el que se crea el Parador Turístico. La visión, establece las metas y objetivos, a grandes rasgos, a los que se pretende llegar, es una imagen del futuro deseado que se busca para ser creado con esfuerzos y acciones.

Y, por último, se detallan los valores corporativos que son los puntales de la empresa y definen la forma de trabajar para alcanzar la visión.

##### **4.1.5.1 Misión**

El Parador Turístico, encamina su trabajo hacia la fomentación turística y puesta en valor del Turismo Alternativo en la ruta de Molango, a través de la oferta de una variedad de atractivos turísticos que brindan la facilidad de recorrer la ruta y conocer las comunidades que tiene un legado histórico, dirigidos a turistas nacionales y extranjeros que amen la naturaleza y gusten de conocer la riqueza histórica y natural de un pueblo.

#### 4.1.5.2 Visión

Consolidar a Molango como un destino histórico, cultural y natural dentro del Estado de Hidalgo. Llegando a liderar el mercado turístico como una empresa que brinda servicios de calidad, cuida la riqueza cultural y natural y colabora al desarrollo socio-económico de la ciudad.

#### 4.1.5.3 Objetivos corporativos

- Lograr el funcionamiento eficaz de la empresa, a través del buen manejo del recurso humano y material.
- Realizar alianzas y convenios estratégicos con instituciones especializadas en turismo, para el intercambio de beneficios y el fortalecimiento de la empresa.
- Trabajar en armonía con el medio ambiente y las comunidades de la zona.
- Brindar un servicio de calidad, mediante personal altamente capacitado y comprometido.
- Captar el mercado meta, mediante la aplicación correcta de estrategias de la mezcla de marketing.
- Mantener la fidelidad de los clientes con el destino, a través de la presentación de un producto atractivo y nuevo en el mercado.

#### 4.1.5.4 Valores corporativos

Los valores corporativos de la empresa Parador Turístico, son los siguientes:

- **Responsabilidad:** estaremos dispuestos a cumplir a cabalidad con nuestro servicio con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- **Respeto:** brindar un trato amable y educado, ya que el respeto es la esencia de las relaciones humanas, de la vida en comunidad y del trabajo en equipo.
- **Confianza:** crear un ambiente donde el cliente pueda tener la seguridad de recibir su producto y servicio en tiempo y forma, de esta manera satisfacer sus necesidades.
- **Honestidad:** nuestros clientes podrán contar con una empresa seria que responde a sus necesidades con honradez e integridad.



- **Compromiso:** contamos con un equipo de trabajo especializado para cumplir eficazmente con nuestras obligaciones.

#### 4.1.5.5 Principios empresariales

- **La sostenibilidad ecológica:** contribuimos a frenar el deterioro ambiental acelerado es nuestra prioridad, tanto por la compra selectiva de materia prima orgánica como con nuestra participación activa en el movimiento agroecológico al ofertar el turismo alternativo.
- **Justicia social:** fomentamos y respetamos la transparencia, equidad y responsabilidad mutua en nuestras relaciones económicas, en particular con aliados proveedores, trabajadores de la empresa, organizaciones distribuidoras, y clientes.
- **Responsabilidad ciudadana:** asumimos una ciudadanía activa y responsable para la implementación de políticas públicas estimulando el cuidado del medio ambiente y el turismo alternativo.

#### 4.1.5.6 Logotipo y Slogan



#### **4.1.5.7 Estrategias de producto**

El marketing exitoso depende de comprender la naturaleza de los productos y de las áreas de decisión básicas en la administración del producto. Es importante tener presente las necesidades de la demanda analizadas en el estudio de mercado y tomar en cuenta que se debe realizar una evaluación periódica puesto que el mercado está en constante cambio.

Los productos y servicios ofrecidos por el Parador Turístico se han desarrollado teniendo en cuenta las siguientes estrategias:

- Trabajo conjunto con la Administración Municipal, para el mejoramiento del acceso y señalética en el tramo donde estará ubicado el Parador Turístico.
- Se apoyará con capacitaciones a través de charlas sobre calidad de servicios, desarrollo empresarial, gastronomía, etc.
- Diferenciación por calidad de producto, los servicios estarán bajo un control de calidad total, es decir los servicios de información turística, recreación, recorridos y paquetes turísticos brindarán total satisfacción y seguridad. Mientras que los servicios de alimentación tendrán un riguroso control en cuanto a higiene y sobre todo salud.
- Evaluación periódica interna de cada área para verificar su buen funcionamiento y realizar los cambios necesarios.
- Selección, formación y capacitación del personal, quienes además de capacitarse en su área de trabajo, estarán capacitados en primeros auxilios en caso de alguna emergencia. El personal será evaluado periódicamente mediante su desempeño laboral.
- De ser necesario, contratar principalmente a guías que sean originarios de Molango o de sus comunidades para los diferentes recorridos en la zona.
- Se adoptará mecanismos de trabajo rotativo, para de esta manera dar oportunidad a la mayor parte de la comunidad.

- Implementación de instrumentos de evaluación como: encuestas breves y cortas, como también un buzón de quejas y sugerencias. La evaluación será principalmente de las instalaciones y servicios brindados en el Parador Turístico, para garantizar el nivel de calidad, el mismo que servirá como instrumento para verificar el cumplimiento de las normas establecidas.
- Ofrecer actividades turísticas en el área como: trekking, camping, senderismo, pesca y cabalgata. También variedad de paquetes turísticos, combinando atractivos naturales y culturales.
- Ofrecer variedad gastronómica, sobre todo de comida típica, logrando satisfacer las preferencias de los turistas.
- Brindar un ambiente agradable y cómodo en el Parador Turístico, en sus diferentes áreas como: restaurante, galería, tienda de souvenirs.
- El Parador Turístico contará con una sala de internet y telefonía, ya que hoy en día son medios muy indispensables en la sociedad. Estos productos darán un valor agregado a nuestro producto.
- Aprovechamiento de las fiestas programadas, para impulsar la gastronomía típica el lugar, actividades artísticas y artesanías locales, mediante la organización entre el Parador Turístico y la Administración Municipal.
- Cuidado y protección de los recursos naturales de la zona, para el aporte de la sostenibilidad y sustentabilidad.
- Facilitar los equipos necesarios para la realización de actividades como el Trekking.
- Trabajo en conjunto con la comunidad para restaurar y rehabilitar el área perteneciente a la Laguna de Atezca.

#### **4.1.5.7 Estrategia de precio**

La influencia de la demanda en las decisiones de precios, se refiere principalmente a la naturaleza del mercado objetivo y las relaciones esperadas de los consumidores a un precio dado o a un cambio de precio.

De esta manera se conoce el valor de los servicios que ofrecerá el Parador Turístico, será influenciado por la demanda y por los diferentes factores del mercado objetivo, como también por los costos de producción, la utilidad que se desea obtener y la competencia que exista en el entorno.

Es así que se estimará el coste de los servicios turísticos, por medio del análisis de diversas agencias de viajes que ofertan servicios similares a los que tendrá el Parador Turístico. Se estimará también el corte por uso de la zona de camping, alquiler de equipos, alquiler de telefonía, además del respectivo costo del menú del restaurante.

Con estas aclaraciones y teniendo en cuenta que es un producto nuevo en el mercado, las estrategias de precio serán:

- Obtener precios competitivos, mediante la reducción de costos, siempre y cuando no se atente con la calidad del producto. Según Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, “La estrategia consiste en fijar un precio inicial bajo para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado”.
- Ofrecer descuentos en grupos grandes, estos beneficios de descuento por cantidad ayudan a incentivar a que, si se visita el lugar, se lo realice en grupos de amigos y familiares. A mayor número del grupo, se puede ofrecer un mayor descuento.
- Realizar descuentos en temporadas bajas, correspondientes a los meses de febrero, mayo, octubre y diciembre. Esta estrategia se usará para mantener el mismo ritmo de operaciones en el Parador Turístico durante todo el año.
- Lograr acuerdo con agencias de viajes y utilizar la estrategia de “venta cruzada”, que quiere decir, vender en el mismo paquete, dos o más servicios relacionados a un precio menor de lo que sería la suma por separado.

#### **4.1.5.9 Estrategia de Plaza**

Ofertamos a Molango como un destino netamente natural, la zona es un lugar idóneo para la realización de este tipo de turismo, es así que se crearán alianzas estratégicas con agencias de viajes, quienes, por su experiencia, serán nuestros principales canales de distribución y poner nuestro producto a disposición del mercado. Entre las estrategias tenemos:

- Establecer el porcentaje de comisión conveniente, para la agencia de viajes por cada venta de nuestro producto.
- Recorridos gratuitos de familiarización, por las diferentes rutas y visita al Parador Turístico dirigido a las agencias, para que puedan comprobar la calidad del producto y estimular la venta del mismo.
- Gratuidades especiales a los agentes que tengan grandes ventas anuales de nuestro producto.
- En la distribución directa tenemos venta personalizada en el Parador Turístico e inclusive en Universidades para paseos institucionales.

#### **4.1.5.10 Estrategias de promoción**

El propósito de las siguientes estrategias de promoción, es crear conciencia e interés en Molango de Escamilla y diferenciar nuestros programas de la competencia. En general el propósito de todo esfuerzo promocional es vender el producto a través de información, persuasión y recuerdo, pero su resultado dependerá de cómo se emplea, a quien se dirige y como se realiza la publicidad. Las siguientes estrategias estarán orientadas a nuestro segmento de mercado y enfocados en el posicionamiento de Molango como un destino inigualable.

✓ Publicidad electrónica

Crear una página web, para la difusión de nuestro producto. Este medio es un nexo importante entre demandantes y ofertantes. La página contendrá información completa sobre nuestras rutas y el Parador Turístico. En la página se mostrará: el nombre, logotipo y eslogan del Parador Turístico, que se relacionaran directamente con los servicios ofertados. Tendrá fotografías del lugar, mapa de ubicación, descripción y detalle de los servicios que se ofertan, precio de los mismos y links para reservaciones directas. Dentro de algunas páginas de turismo, consideradas como estratégicas, se colocarán banners que estarán ligados a nuestra página web. Al igual, se hará uso del mail o correo electrónico personal, para enviar publicidad y promociones.

✓ Publicidad impresa

A través de trípticos y folletos donde se mostrará: el nombre, logotipo, fotografías que muestran la belleza del lugar, información sobre Molango y una breve descripción del lugar, servicios que se ofertan, las actividades, ubicación y contactos. Estos trípticos y folletos se entregarán a agencias de viajes y en los puntos de información turística. De igual manera, se buscará promocionar a través de revistas de circulación estatal.

✓ Publicación visual

Elaboración de una valla publicitaria, que se ubicará a la salida de Real del Monte, del lado de la salida a Huejutla, punto estratégico, ya que este cruce de carreteras permite que personas que viajan hacia la sierra y huasteca podrán observar la publicidad. Diseño y colocación de lonas gigantes, una será ubicado en la entrada a Molango a la altura de la gasolinera y dos más ubicadas en Huejutla y a la salida de Pachuca. Se realizarán videos y presentaciones de la belleza paisajística y riqueza cultural del lugar, como también el detalle de los servicios que se ofrecen y las actividades que se pueden desarrollar en el Parador Turístico. Este material para

exhibir en sitios web y en ferias que se realicen a nivel estado y de igual manera a nivel nacional.

- ✓ Participaciones en ferias

Con el propósito de reforzar la imagen del destino, se participará en ferias tanto estatales como algunas importantes a nivel nacional. Estas oportunidades se aprovecharán para presentar el siguiente proyecto como una nueva alternativa para realizar turismo dentro de Molango.

#### 4.1.6 Presupuesto publicitario

##### Presupuesto publicitario de las estrategias de promoción

PUBLICIDAD	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD/ TIEMPO	VALOR UNITARIO	V. ANUAL
Página Web	Sitio web logo tipo básico	Permanente	1000.00	1000.00
Vallas publicitarias	Incluye permisos de ocupación de espacios.	Año	20 000	20 000
Lonas Gigantes	3x 1.50m2 alta definición	3 unidades	666.66	1999.98
Revistas		Semestral	500.00	1000.00
Trípticos	Papel cuche 115 A4	6000 unidades	0.12	720.00
Uniforme	Playera con logotipo + gorra	10	220	2200.00
Capacitación	Especialistas contratados	1 vez al año	14 000	14 000
Ferias de la Sría, Turismo		1 vez al año	gratuita	
<b>Total</b>				<b>40919,98</b>

Realizado por: Xóchitl Bautista Ramírez

#### 4.1.7 Paquetes turísticos

# Paquetes Turísticos

**Parador Turístico Molango**  
El Paraíso de la Sierra...

**Costeo por Persona**

PAQUETE 1: SIGUIENDO LOS PASOS DEL PADRE ROA (Senderismo y Trekking)	
Opción 1: Tour de 2 días / 1 noche	Día 1: Cerro de la Campana Día 2: Cerro de Santo Roa

PAQUETE 2: CONVIVENCIA COMUNITARIA	
Opción 1: Tour de 3 días / 2 noches	Día 1: Comunidad Pemuxtilla Día 2: Comunidad Imolintla Día 3: Comunidad Jalamelco
	Día 1: Comunidad Acomulco Día 2: Comunidad Atezcaca Día 3: Comunidad Atezcaca Día 4: Comunidad Ohuesco

PAQUETE 3: PESCA DEPORTIVA	
Opción 1: Tour de 1 día	Laguna de Atezcaca

PAQUETE 4: CABALGATAS	
Opción 1: Tour de 1 día	Opción 1: Atezcaca
	Opción 2: Pemuxtilla
	Opción 3: Imolintla

PAQUETE 1: SIGUIENDO LOS PASOS DEL PADRE ROA (Senderismo y Trekking)	\$186.00
PAQUETE 2: CONVIVENCIA COMUNITARIA	\$227.09
PAQUETE 3: PESCA DEPORTIVA	\$206.92
PAQUETE 4: CABALGATAS	\$268.62



## PAQUETE 2:



### CONVIVENCIA COMUNITARIA



### Descripción:

Conocer las diversas comunidades del municipio será una experiencia enriquecedora, ya que estas comunidades originarias de esta sierra alta, están dispuestas a compartir su historia y sus tradiciones que han perdurado por años. A través de este programa vivencial se compartirá el legado de estos pueblos.

El turista conocerá también las actividades del diario vivir en estas comunidades como con sus actividades agrícolas, cría de ganado, elaboración de artesanías y si se da la oportunidad ser parte de rituales y fiestas. También tendrá la oportunidad de degustar de la gastronomía típica.

## PAQUETE 1: SIGUIENDO LOS PASOS



### DEL PADRE ROA



### (SENDERISMO Y Trekking)

### Descripción:

- Siguiendo la ruta del legendario Fray Antonio de Roa, nos ofrece recorrer uno de los tramos mejores conservados de la Región Serrana, donde es posible observar los diferentes atributos de la naturaleza y del misticismo de la cueva del Fraile que ha permanecido inmutable durante siglos.
- Esta ruta nos conduce a través de hermosos senderos donde nos será posible observar la flora y fauna propia del lugar e importantes ruinas como la cueva donde el Fraile habitó.

## PAQUETE

4:



## CABALGATAS



### Descripción:

Las comunidades aledañas al municipio son lugares ideales para disfrutar del paisaje boscoso, la presencia de diversos tipos de flora y fauna que le dan un toque especial. Al adentrarse en cada una de esas sendas se pueden observar hermosos terrenos de formas zigzagueante en ocasiones y recto y con terracería en otros. Un lugar con ambiente cien por ciento campirano que nos invita a conocerlo a la par de vivir la experiencia a caballo y el disfrute de historias típicas del lugar que nos cuenta nuestro guía harán de un día totalmente mágico.

## PAQUETE

3:



## PESCA DEPORTIVA



### Descripción:

Después de un buen recorrido en la Laguna de Atezca, la pesca deportiva es una actividad que los turistas pueden disfrutar, desde rentar una lancha en el embarcadero del lugar o si lo desean pescar desde la orilla.

Cabe mencionar que cada año se celebra en el lugar un torneo de pesca deportiva, en el mismo se dan cita autoridades locales y estatales y es televisado en diversos países por la cadena FOX SPORTS.

#### 4.1.8 Diseño del Parador Turístico

Todo establecimiento turístico está ligado a la idea de recreación, descanso y placer, por lo que se ha planteado diseñar varios volúmenes, aprovechando el área total disponible y buscando la comodidad y el pleno disfrute del turista.

El diseño es novedoso y muy funcional, aprovecha al máximo la impresionante vista de la naturaleza que posee el lugar. Por las condiciones climáticas, se han elegido materiales adecuados que ayudarán a conseguir un confort térmico, entre estos materiales tenemos la madera y el ladrillo. A gran virtud, la infraestructura también será trabajada, en ciertas áreas con piedra de cantera, creando un estilo rústico

Entre las áreas con las que se contará tenemos: restaurante y minisúper que tendrán una excelente vista panorámica de la ciudad y en la lejanía de la laguna, atractivos de gran encanto. Área de descanso, una pequeña salita de estar equipada con revistas de interés general, misma que tendrá acceso WIFI. Área de renta de computadoras, se instalarán cinco computadoras de escritorio a una red de internet, al mismo tiempo ofrecerá servicios de impresión, escaneo, envío y recepción de fax. También se pretende diseñar un área amplia de exhibición y venta de artesanías, así como una galería fotográfica. Así como un espacio de promoción turística.

	INSTALACIÓN	MEDIDAS EN M2
1ER VOLUMEN	Restaurante	28
	Cocina	15
	Centro de promoción	6
	Sanitarios	18
	Sala de estar	15
	Administración	8.5
	Operaciones	8.5
2DO VOLUMEN	Bodega	4
	Cuarto de servicio	20
	Servicio de Internet	5
	Primeros auxilios	12
	Cafetería	28

	Tienda de artesanías	15
	Venta de Souvenirs	4
	Galería fotográfica	15
ÁREA EXTERIOR	Servicio de seguridad	5
	Circulación exterior y estacionamiento	60
TOTAL		267

Realizado por: Xóchitl Bautista Ramírez

El Parador Turístico cuenta con varias áreas distribuidas en una superficie total de 267 metros cuadrados, las mismas que se detallan a continuación:

- Restaurante: tiene una capacidad para 30 personas, distribuidas en mesas para cuatro personas. Tiene una vista impresionante hacia la ciudad y en la lejanía la laguna y el paisaje que la rodea. Junto a un estilo rústico y cálido, el turista podrá degustar de platos típicos de la región, elaborados con productos de calidad.
- Barra recibidora: donde el turista podrá realizar algún pedido adicional, solicitar cualquier servicio o pagar su cuenta.
- Cocina: Está localizada del costado izquierdo del área, incluye una pequeña alacena y un refrigerador industrial idóneo para la preservación de ciertos productos.
- Centro de promoción turística: en este lugar, se ofertarán los diversos servicios turísticos de Molango, se tendrán a la mano trípticos y folletos publicitarios, así como la exhibición en televisor de promocionales en video.
- Sanitarios: Se localizan en la parte izquierda de la entrada principal, cuenta con sanitarios tanto para hombres como para mujeres.
- Sala de estar: se ubica en la entrada principal del área, donde el turista podrá tomar un descanso antes de seguir con sus actividades, misma que será igual zona WIFI.

Área administrativa y operativa: esta área forma parte del primer volumen e incluye las siguientes instalaciones:

- Oficina de administración: Espacio destinado para la gerencia, está ubicado en un lugar idóneo para el control de las demás áreas, junto a operaciones y bodega.
- Oficina de operación: Oficina creada como apoyo para el área de administración, está ubicada entre la gerencia y la bodega.
- Bodega: Es un espacio pequeño, diseñado para albergar el equipo a utilizar en diversas actividades.

Dentro del segundo volumen también estarán las siguientes áreas:

- Cuarto de servicio: es un lugar exclusivo para el personal, posee cancelas destinados para cada empleado.
- Servicio de Internet: es un lugar donde el turista puede acceder a rentar una computadora o usar servicios de impresión, envío y recepción de fax y servicio telefónico.
- Servicio de primeros auxilios: pequeño espacio que contará con equipo para poder atender accidentes menores.
- Cafetería: Cuenta con capacidad para 12 personas y posee una hermosa vista al estar en la segunda planta.
- Tienda de artesanías: es amplia y fue diseñada para la exhibición y venta de artesanías que elaboran en Molango y en algunas de las comunidades.
- Tienda de souvenirs: en este espacio, el turista encontrará recuerdos de su visita a Molango tales como: vasos, tazas, llaveros, gorras, playeras, termos, plumas entre otros, de excelente calidad y buen precio.
- Galería fotográfica: este será un espacio único para mostrar por medio de imágenes la belleza natural y cultural de nuestro municipio.

El área exterior cuenta con los siguientes espacios:

- Servicio de seguridad: está ubicada a la entrada al Parador Turístico y se brindará servicio de seguridad las 24 horas.
- Estacionamiento: con capacidad de 6 a 10 vehículos.

#### 4.1.9 Requerimientos de maquinaria y equipo

Los equipos, muebles y enseres requeridos para el Parador Turístico son los siguientes:

ÁREA ADMINISTRATIVA Y OPERATIVA		
EQUIPOS DE OFICINA		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Computadoras	COMPAQ Procesador AMD Memoria RAM 2GB Disco Duro de 320 GB Windows 7 Modem 17”	3
Impresora/copiadora /escáner	LEXMAR 1185	1
Teléfonos inalámbricos	Phillips	3
Calculadora	CASIO con papel de impresión	2
Caja fuerte	Totalsecurity	1
MUEBLES DE OFICINA		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Conjunto ejecutivo	Melamínico - metal	1
Escritorio	Melamínico - metal	1
Counter Península	Melamínico - metal	1
Sillas hidráulicas	Ejecutiva	1
Sillas hidráulicas	Semi ejecutiva	1
Sillas de espera	Forma de U	4
Sillas de espera	Tres espacios	2
ÚTILES DE OFICINA		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Hojas papel bond x 500	Xerox A-4 75g	4
Caja de lapiceros	Bic punto fino	1
Perforadora	Acme 747	3
Grapadora	Acme	3
Caja de grapas	Acme estándar	3
Caja de clips	Office Depot	3
Archivadores	Office Depot	3
Papel caja registradora	Pelikan	2
Sellos	Pelikan	6

ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS		
EQUIPOS DE COCINA Y RESTAURANTE		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Cocina integral	6 Quemadores + Horno	1
Cooler		1
Freezer		1
Extractor de olores	Teka	1
Microondas	Samsung 0.8 pies cúbicos	1
Sandwichera	Black & Decker 4 panes	1
Cafetera	Black & Decker 12 tazas	1

Licuada	Black & Decker 5 velocidades	1
Dispensador de agua	General Electric	1
Máquina registradora	CASIO	1
Tanque de Gas	ABEXICO	1
MUEBLES DE RESTAURANTE / CAFETERÍA		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Mesas para 4 personas	Madera cuadradas	8
Mesas para 4 personas	Madera redondas	3
Sillas	Madera	44
Sillas taburete	Madera	4
Mostrador - exhibidor	Madera	1
UTENSILIOS DE COCINA		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Juego de ollas grandes	Aluminio	1
Juego de ollas medianas	Aluminio	1
Juego de sartenes x4	Teflón	1
Bowls	Acero inoxidable	5
Cucharones	Acero inoxidable	5
Cuchillos	Tramontina	5
Bandejas	Aluminio	3
Set Chef	Varios	1
UTENSILIOS RESTAURANTE / CAFETERÍA		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Plato base		32
Plato hondo		32
Plato extendido	Loza	32
Plato café o postre	Loza	32
Taza para café	Loza	32
Saleros y pimenteros	Loza	8
Azucareros	Loza	8
Cucharas para café o postre	Acero inoxidable	32
Cucharas soperas	Acero inoxidable	32
Cuchillos para plato fuerte	Acero inoxidable	32
Tenedores para plato fuerte	Acero inoxidable	32
Vasos 12 onzas	Cristal	32
Vasos 8 onzas	Cristal	32
Copas de vino	Cristal	32
Jarras de 1 litro	Cristal	8

ÁREA DE SALA DE ESTAR E INTERNET		
EQUIPOS DE INTERNET Y SALA DE ESTAR		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Computadoras	COMPAQ, procesador AMD memoria RAM 2GB, disco duro de 320 GB Windows 7, modem 17"	4
Televisor	LAG ULTRA SLIM 29"	1
Minicomponente	SONY HC – EC 79	1
DVD	LG DV453	1
MUEBLES Y ENSERES		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD

Mueble compartido para computadora	Melamina	1
Mesa de centro	Madera	1
Sillones tripersonal	Línea Troncoso	1
Sillas	Apilables	4
Juegos de mesa	Varios	6
Libros	Varios	X
Revistas	Varias	X

ÁREA DE PRIMEROS AUXILIOS		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Camilla	Melamina	1
Escritorio pequeño	Melamina	1
Sillas	Apilables	3
Gaveta para botiquín	Melamina y vidrio	1
Material de curación y primeros auxilios	Varios	X
Áparatos médicos para primeros auxilios	Varios	X

ÁREA DE CUARTO DE SERVICIO		
MUEBLES DE ALOJAMIENTO		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Camas literas de madera indiv.	Madera	4
Veladores de madera	Madera	8
EQUIPO DE ALOJAMIENTO		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Colchones indiv	Paraíso	4
Juegos de sábanas indiv.	Pintex	4
Cobijas térmicas	Pintex	4
Edredón cobertor	Pintex	4
Almohadas	Pintex	8

ÁREA DE TIENDA DE ARTESANÍAS, SOUVENIRS Y GALERÍA		
MUEBLES		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Mostradores	Melamina y vidrio	6
Vitrinas	Melamina y vidrio	6
Aparadores		3
Sillas	Apilables	6
Canceles		5
Vitrinas giratorias	Melamina	5
Artículos de oficina	Varios	X

ÁREA DE ENTRETENIMIENTO		
EQUIPO DE CAMPING		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Carpas Dobles	Coleman 2mt x 1,2	8



Carpas Triples	Coleman 2mt x 1,5	4
Carpa Comedor	Coleman	4
Carpa Baño	Coleman	4
Sleeping Bags	Coleman	12
Aislantes	Coleman	12
Parrillas	Metal	6
Mesas	Plegable metal	6
Sillas	Plegables metal	12
EQUIPO DE TREKKING		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Intercomunicador	Audiovox 2 vías – 12 millas	2
Walkie – Talkie	MOTOROLA T950 40km de alcance	1
GPS	GARMIN ETREX II	1
Brújulas	KONUS 4087	12
Binoculares	KONUS 2050	4

ÁREA DE MANTENIMIENTO		
EQUIPO DE MANTENIMIENTO		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Abrillantadora	Electrolux	1
Radios	MOTOROLA	2
MATERIAL DE LIMPIEZA		
DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Escobas		4
Trapeadores		3
Recogedores		3
Baldes		3
Basureros oficina		3
Basureros cocina		2
Basureros áreas		4
Botes para reciclaje		6
Cepillos plásticos		4
Atomizadores		12

#### 4.1.10 Estudio financiero

El objetivo general fue determinar los recursos económicos necesarios para la operación del proyecto y analizar la factibilidad o viabilidad económica a través de los índices financieros.

La inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto se conforma de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo. Es necesario identificar todos los recursos que necesita el proyecto e investigar los costos reales ya que con la siguiente información se cuantifica la inversión.

El estudio financiero del proyecto del Parador Turístico de Molango, es el siguiente:

### Presupuesto de inversión

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN							
CONCEPTOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MONTOS	PROGRAMA	SOCIOS	TOTAL
<b>ACTIVO FIJO</b>							
Construcción de las diferentes áreas	Obra	15	\$ 50.000,00	\$ 750.000,00	\$ 750.000,00		\$ 750.000,00
Caseta de seguridad	Obra	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00		\$ 25.000,00
Instalaciones eléctricas interiores y exteriores	Obra	20	\$ 1.500,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00		\$ 30.000,00
Luminarias	Pieza	4	\$ 20.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00		\$ 80.000,00
Área administrativa y operativa	Pieza	1	\$ 72.702,00	\$ 72.702,00	\$ 72.702,00		\$ 72.702,00
Área de alimentos y bebidas	Pieza	1	\$ 130.056,00	\$ 130.056,00	\$ 130.056,00		\$ 130.056,00
Sala de estar e internet	Pieza	1	\$ 99.980,00	\$ 99.980,00	\$ 99.980,00		\$ 99.980,00
Primeros auxilios y cuarto de servicio	Pieza	1	\$ 35.940,00	\$ 35.940,00	\$ 35.940,00		\$ 35.940,00
Área de tiendas y galería	pieza	1	\$ 36.340,00	\$ 36.340,00	\$ 36.340,00		\$ 36.340,00
Área de recreación	Pieza	1	\$ 46.210,00	\$ 46.210,00	\$ 46.210,00		\$ 46.210,00
Área de mantenimiento	Pieza	1	\$ 5.980,00	\$ 5.980,00	\$ 5.980,00		\$ 5.980,00
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>							
Asistencia Técnica	Servicio	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00		\$ 25.000,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>							
Capital de trabajo	Presupuesto	1	49.794,0	\$ 49.794,00		\$ 49.794,00	\$ 49.794,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.387.002,00</b>	<b>\$ 1.337.208,00</b>	<b>\$ 49.794,00</b>	<b>\$ 1.387.002,00</b>

### Memoria de cálculo de costos y ventas

COSTOS DE PRODUCCION				
Concepto	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
<b>MKT y Trámites</b>				
Página web	servicio	1	1000	1000
Vallas publicitarias	pieza	2	10000	20000
Tripticos	pieza	1	720	720
Revista	semestre	2	500	1000
Decoración	servicio	1	10000	10000
Proyecto arquitectónico	servicio	1	10000	10000
Estudio de impacto amb.	servicio	1	1000	1000
Patente	servicio	1	20000	20000
Permisos de funcionamiento	servicio	1	15000	15000
Registro	servicio	1	2000	2000
Licencia anual de func.	servicio	1	800	800
Permiso de operación turística	servicio	1	13000	13000
				0
<b>Subtotal</b>			<b>84020</b>	<b>94.520,00</b>
<b>Material</b>				
Lava trastes	Garrafa 25 L	2	310,00	620,00
Limpia vidrios	litro	10	30,00	300,00
Detergente líquido	litro	10	25,00	250,00
Desinfectante	litro	20	40,00	800,00
Jabón líquido de manos	litro	20	30,00	600,00
Gel antibacterial	litro	4	240,00	960,00
Papel jumbo doble hoja	rollo	32	30,00	960,00
Papel scott rolo	rollo	4	85,00	340,00
Papel toalla absorbente	rollo	20	20,00	400,00
Servilletas	Bulto	1	359,00	359,00
Bolsa para basura G	rollo	2	120,00	240,00
Bolsa para basura M	rollo	2	100,00	200,00
<b>Subtotal</b>			<b>-</b>	<b>6.029,00</b>
<b>Otros</b>				
publicidad en perifoneo		1	350,00	350
Gasolina para vehiculos	Litros	120	13	1560
<b>Subtotal</b>				<b>1.910,00</b>
<b>Preparación</b>				
Establecimiento y limpieza del área	Jornal	24	120,00	2.880,00
Trasplante	Jornal	15	120,00	1.800,00
<b>Subtotal</b>		<b>39</b>		<b>4.680,00</b>
<b>Mantenimiento</b>				
Labores mantemiento	Jornal	203	120,00	24.360,00
Desyerbe	Jornal	25	120,00	3.000,00
				-
<b>Subtotal</b>		<b>426</b>		<b>27.360,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>465</b>		<b>132.589,00</b>

COSTOS DE DISTRIBUCION				
Concepto	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Traslado de material	flete	12	500	6000
<b>Subtotal</b>				<b>6.000,00</b>
COSTOS ADMINISTRATIVOS				
Concepto	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Gastos administrativos (contabilidad y papelería)	Servicios	12	500	6000
Pago de luz eléctrica	Recibo	6	1200	7200
<b>Subtotal</b>				<b>13.200,00</b>
COSTOS DE MANTENIMIENTO				
Concepto	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mantenimiento del cooler y el freezer	Jornal	14	120	1680
<b>Subtotal</b>		<b>14</b>		<b>1.680,00</b>
DESGLOCE DE VENTAS EN AÑO EN PRODUCCIÓN				
Rutas	Presentación	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Ruta 1: siguiendo los pasos del Padre Roa	1	100	186	18600
Ruta 2: Convivencia comunitaria	1	100	228	22800
Ruta 3: Pesca deportiva	1	150	207	31050
Ruta 4: Cabalgatas	1	150	269	40350
				0
				0
<b>Total</b>		<b>400</b>		<b>94.200</b>

#### 4.1.11 Matriz de Leopold

Para la evaluación del impacto ambiental del presente proyecto y para la evaluación de sus costos y beneficios ecológicos, se utilizó la Matriz de Leopold, la misma que mediante un conjunto de juicios de valor, analiza los diversos impactos que se pueden presentar.

Esta matriz tiene en el eje horizontal las acciones que causan impacto ambiental; y en el eje vertical las condiciones ambientales existentes que pueden verse afectadas por esas acciones, proveyendo así un examen amplio de las interacciones entre acciones propuestas y factores ambientales.

El número de acciones que figuran en el eje horizontal es de 80 y el número de los factores ambientales que figuran en el eje vertical es de 8, esto resulta en un total de 6400 interacciones.

Identificación de impactos ambientales producidos por la creación de un Parador Turístico en el municipio de Molango de Escamilla, Hgo.

ACTIVIDADES DEL PROYECTO		PLANIFICACIÓN				CONSTRUCCIÓN				OPERACIÓN			TOTAL
		Rec. Sitio	Disaño Arq.	Presu.	Aprob.	Transp.	Desbroce	Eje. Obra	Ingreso Turistas	Uso Parador	Mantenim.		
FÍSICO	Suelo	0	0	0	0	X	X	X	X	0	0	0	4
		X	0	0	0	X	X	X	X	X	X	X	7
	Agua	0	0	0	0	X	X	X	0	0	0	0	3
		0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	X	6
		0	0	0	0	0	0	X	X	0	X	X	3
	Aire	0	0	0	0	0	X	X	0	X	0	0	3
		X	0	0	0	X	x	X	X	X	X	X	7
	Flora	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0		0	0	0	0	0	X	X	0	0	0	2	
0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
0		0	0	0	0	X	X	X	X	0	0	4	
Fauna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	0	0	0	0	X	X	X	X	X	0	0	4	
	X	0	0	0	X	X	X	X	X	X	X	7	
Ecosistemas	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	0	3	
	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	0	5	
	0	0	0	0	X	X	X	X	X	0	0	4	
	Alteración de paisajes	0	0	0	0	0	0	X	X	0	0	3	

SOCIO-ECONÓMICO CULTURAL	TOTAL																			
Degradación Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impactos en los valores culturales y comunitarios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	0	0	0	1
Población Local	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Perdida de practicas tradicionales y estilos de vida	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	0	0	0	1
Generación de nuevos ingresos alternativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	6
Provisión de fuentes de empleo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	6
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>160</b>

PRODUCE IMPACTO	X
NO PRODUCE IMPACTO	0

TOTAL POSIBLES INTERACCIONES	240
TOTAL INTERACCIONES	160

Evaluación de impactos ambientales producidos por la creación de un Parador Turístico en el municipio de Molango de Escamilla, Hgo.

ACTIVIDAD	SUBACTIVIDAD	IMPACTO	Extensión			Distribución		Ocurrencia	Temporalidad			Reversibilidad		Signo	Magnitud					CALIFICACIÓN TOTAL	
			Local	Regional	Nacional	Direta	Indirecta		Instantáneo	Mediano	Años	Semanas	Meses		Reversible	Irreversible	Baja	Media	Alta		
PLANIFICACIÓN	SUBACTIVIDAD	IMPACTO	1	3	5	0.5	1	1	2	0.5	1	2	1	2	1	-1	1	3	5	-2.5	
			suelo	contaminación de desechos sólidos y líquidos	1	1	1	1	1	1	0.5	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-2.5
			aire	contaminación por ruido	1	1	1	1	1	1	0.5	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-2.5
			fauna	Cambio patrones conducta	1	1	1	1	1	1	0.5	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-2.5
subtotal			1	0.5	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	-1	1	1	1	-2.5		
CONSTRUCCIÓN	TRANSPORTE	IMPACTO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-7.0	
			suelo	compactación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-3.0
			agua	contaminación de desechos sólidos y líquidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-3.0
			aire	ruido	1	0.5	1	0.5	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	3	3	-4.5
			flora	interrupción procesos reproductivos	1	0.5	1	0.5	1	1	1	0.5	1	1	1	1	-1	1	1	1	-2.0
			fauna	cambios patrones de conducta	1	1	1	1	1	1	2	0.5	1	1	1	1	-1	1	1	1	-2.5
			ecosistemas	migración de especies	1	1	1	1	1	2	0.5	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-3.5
			Población local	Alteración de hábitats	1	0.5	2	0.5	2	2	0.5	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-3.0
				Generación de nuevos ingresos alternativos	1	0.5	1	0.5	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	3	3	7.5
				Provisión de fuentes de empleo	1	0.5	1	0.5	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	3	3	7.5
				Compactación	1	0.5	2	0.5	2	2	0.5	2	0.5	2	2	2	-1	1	3	3	-8.0
				Contaminación de desechos sólidos y líquidos	1	1	1	1	1	1	1	0.5	1	1	1	1	-1	1	1	1	-2.5
	Erosión	1	0.5	2	0.5	2	2	0.5	2	0.5	2	2	2	-1	1	1	1	-3.0			

OP ER ACI D E T	EJECUCIÓN OBRA	Agua	Contaminación de desechos sólidos y líquidos	1	1	1	1	0,5	1	-1	1	-1	1	-2,5		
		Aire	Eutrofización	1	1	2	0,5	1	-1	1	-1	1	-1	3	-4,5	
		Flora	Pérdida cobertura vegetal	1	0,5	1	0,5	1	2	-1	1	-1	3	5	-8,0	
		Fauna	Interrupción procesos reproductivos	1	0,5	1	0,5	1	1	-1	1	-1	3	3	-3,0	
		ecosistemas	Interrupción procesos reproductivos	1	0,5	1	0,5	1	1	-1	1	-1	3	3	-3,0	
			Cambio patrones conducta	1	1	2	1	1	1	-1	1	-1	1	1	-4,0	
		Población local	Migración de especies	1	0,5	1	1	1	1	-1	1	-1	1	1	-2,5	
			Alteración de paisajes	1	0,5	1	1	1	1	-1	1	-1	3	3	-4,5	
		Suelo	Generación de nuevos ingresos alternativos	1	0,5	1	1	1	1	1	1	1	3	3	4,5	
			Provisión de fuentes de empleo	1	0,5	1	1	1	1	1	1	1	3	3	4,5	
		OP ER ACI D E T	EJECUCIÓN OBRA	Suelo	Compactación	1	0,5	1	2	2	-1	1	1	5	-23,0	
				Agua	Contaminación de desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	1	1	-1	1	-1	3	-4,5
					erosión	1	0,5	2	2	2	1	-1	1	-1	3	-8,5
				Aire	Contaminación	1	1	1	2	2	1	-1	1	-1	3	-8,0
					Sedimentación turbidez	1	1	2	2	2	2	-1	1	-1	3	-18,0
				Flora	Eutrofización	1	1	2	2	2	2	-1	1	-1	3	-18,0
					Ruido	1	0,5	1	2	2	1	-1	1	-1	3	-7,5
				Fauna	Pérdida de cobertura vegetal	1	0,5	1	1	1	2	1	2	-1	3	-9,0
Interrupción procesos reproductivos	1				0,5	2	2	2	2	-1	1	-1	3	-17,0		
Ecosistemas	Interrupción procesos reproductivos			1	0,5	2	2	2	2	-1	1	-1	3	-17,0		
	Cambio patrones conducta			1	1	2	2	2	2	-1	1	-1	3	-9,0		
Población local	Disminución tamaño población			1	1	2	1	2	1	2	-1	1	2	3	-12,0	
	Migración de especies			1	1	2	1	2	1	2	-1	1	2	1	-8,0	
Suelo	Alteración hábitats			1	0,5	1	1	1	2	-1	1	-1	1	1	-5,0	
	Alteración paisajes			1	0,5	1	1	1	1	-1	1	-1	3	3	-4,5	
Subtotal	Impactos en los valores culturales y comunitarios			1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	-3,0	
	Generación de nuevos ingresos alternativos			1	0,5	1	2	2	2	1	1	1	3	3	7,5	
Subtotal				1	0,5	2	2	2	2	2	2	1	1	-1	3	-5,0
Subtotal		1	0,5	2	2	2	2	2	2	1	1	-1	3	-8,5		





	Aire	líquidos	1	0,5	1	2	2	-1	3	-15,0	
	Fauna		1	1	2	2	2	-1	3	-18,0	
	Población local		1	0,5	1	2	1	1	3	7,5	
			1	0,5	1	2	1	1	3	7,5	
	Subtotal										
			TOTAL								
										-4,5	

### Análisis de la Matriz de Impactos

Después de la respectiva evaluación de las actividades en las etapas de planificación, construcción y operación, para la creación del Parador Turístico, los resultados obtenidos de la Matriz de Leopold fueron los siguientes:

ACTIVIDADES	PROMEDIO
Planificación	-2.5
Construcción	-5.0
Operación	-6.2
PROMEDIO TOTAL	4.5

Según los rangos tenemos:

RANGOS	CALIFICACIÓN
30-50	Crítico
15-30	Severo
5-15	Moderado
MENOR A 5	Compatible

De acuerdo a los rangos mencionados, se concluye que el proyecto es compatible con el medio ambiente y los posibles impactos que se puedan producir por las actividades y sub actividades en las diferentes etapas, son controlables y para ellos a continuación se presentarán los impactos ambientales identificados y las respectivas medidas preventivas y de mitigación del proyecto.

#### Posibles impactos ambientales

Como se observa, en la Matriz de Identificación gran parte de los impactos ambientales se presentan en las etapas de construcción y operación. En su mayoría son impactos negativos de baja y mediana magnitud para los componentes físicos y bióticos; e impactos positivos de magnitud media y alta en el componente socio-económico cultural.

#### Impactos ambientales en la etapa de construcción

Los impactos que se podrán presentar tanto en el componente físico y biótico, a causa de la creación de un Parador Turístico, son los siguientes:

- Transporte: el componente físico se verá afectado por la compactación del suelo y por el ruido provocado a causa de la maquinaria.
- Desbroce: los impactos que se presentarán en magnitud media son: compactación del suelo y ruido; mientras que el componente biótico se verá afectado por la pérdida de cobertura vegetal.
- Ejecución de la obra: la presencia de esta actividad podría provocar impacto, principalmente en la compactación del suelo y sedimentación o eutrofización del agua. La flora y la fauna se podrían ver afectadas especialmente en la interrupción de sus procesos reproductivos.

#### Impactos ambientales en la etapa de operación:

Ingreso de turistas: por esta actividad, el agua podría sufrir contaminación de desechos líquidos y sólidos, como también una posible sedimentación. La presencia de turistas podría causar la migración de especies de fauna y con ello la disminución del tamaño de la población.

También a consecuencia de esta etapa, el agua podría verse afectada principalmente por la contaminación de desechos líquidos y sólidos, como también por posible sedimentación y eutrofización. Tanto en la flora como en la fauna se podrían afectar los procesos reproductivos y el ecosistema podría tener una alteración en sus hábitats.

#### Impactos positivos del proyecto:

Para el proceso socio-económico cultural, se han presentado impactos positivos, ya que, si se aplicara el proyecto de creación de un Parador Turístico, se generarían nuevos ingresos alternativos y provisiones de fuentes de empleo para la población local, tanto en la etapa de construcción como de operación. En la matriz se ha presentado solamente un impacto negativo que podría ser en la alteración de los valores culturales y comunitarios a causa del ingreso de turistas al lugar.

Propuesta de medidas preventivas y de mitigación de posibles impactos ambientales.

Para la construcción del Parador Turístico se hará uso de la arquitectura sostenible como se ha previsto en el estudio técnico, gracias al cual se podrá reducir en gran medida los impactos ambientales que se han identificado en la etapa de construcción. La tecnología o técnicas aplicadas en la construcción de la infraestructura serán amigables con el medio ambiente.

Para evitar impactos en los componentes físicos, bióticos y socio-cultural, se proponen las siguientes acciones:

### Componentes físicos

#### Suelo

- Realizar señalización adecuada para el uso de senderos.
- Creación de mapas de la zona, donde consten las rutas que están disponibles para uso turístico.
- Educar al turista para que use las rutas o senderos establecidos.
- Distribución de basureros de reciclaje en áreas estratégicas del Parador turístico y que estén debidamente identificados.
- Usar la basura biodegradable como abono o colocarla en un lugar idóneo para su descomposición.

#### Agua

- Construcción de un sistema para el tratamiento de agua, buscando el sistema más eficiente que ayude a la descomposición y depuración de aguas residuales.
- Se tendrá presente que el uso del agua debe ser racionalizado y se evitará el mal uso y desperdicio.
- Realizar una revisión periódica a las instalaciones y tuberías para evitar desperdicios.
- Utilización de productos de limpieza de bajo contenido químico que afecte al ambiente.

## Aire

- Evitar el uso de aerosoles que contaminen el aire.
- Evitar el exceso de ruido que afecte a las especies de la zona.

## Componente biótico

### Flora y fauna

- Establecer políticas que prohíban la caza, persecución o introducción de especies en el área.
- Sistema de monitoreo de especie que ayude a conocer los cambios de comportamiento que se presenten tanto en la flora y fauna del lugar.
- Realizar constantes investigaciones de la flora y la fauna de la zona, para mejorar su aprovechamiento y conservación.

### Ecosistemas

- Sistema de manejo de visitantes.
- Establecer la capacidad de carga del área.
- Educar al turista sobre el ecosistema de la zona.

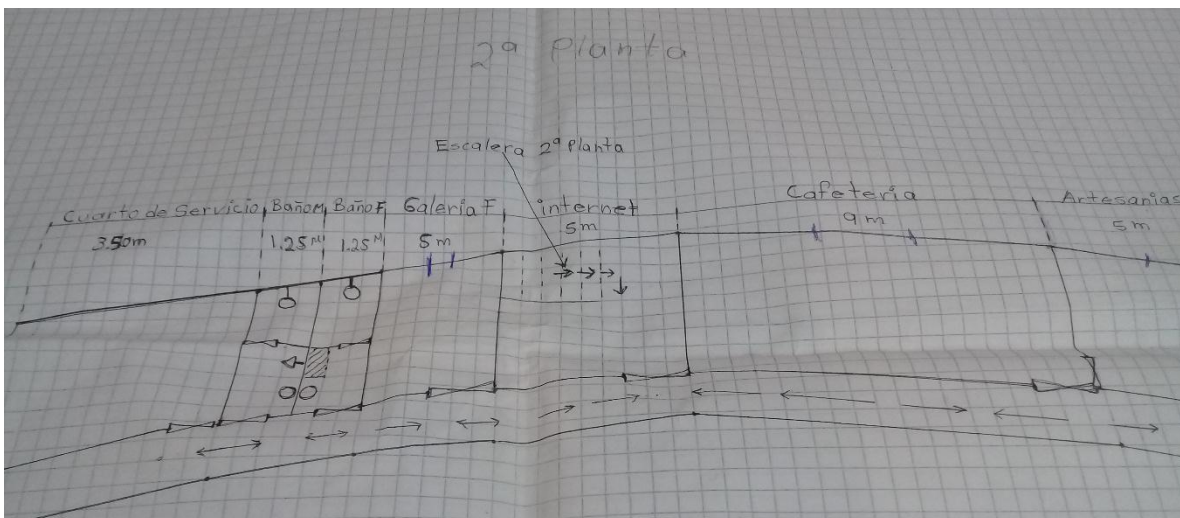
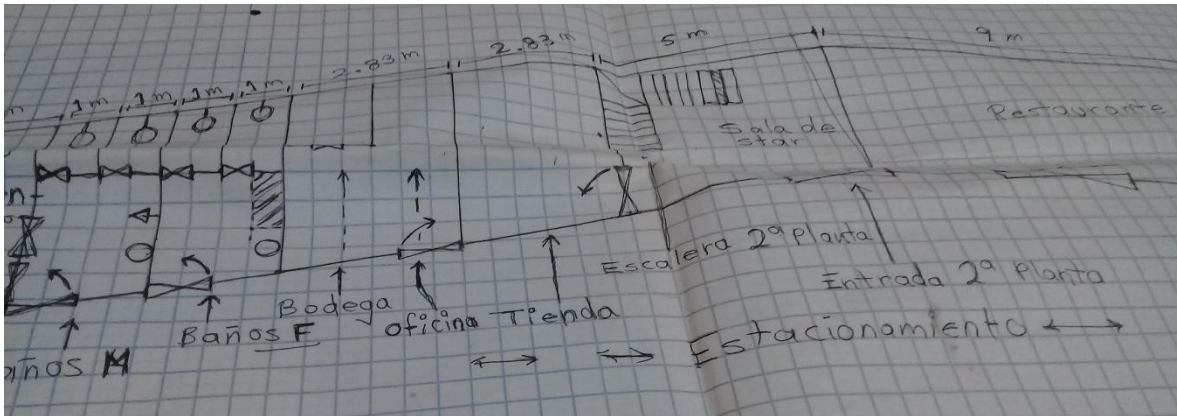
## Componente socio-cultural

### Población local

- Capacitación del manejo sostenible de los recursos naturales y culturales.
- Incentivar a la creación de microempresas en bordados, tejidos y artesanías.
- Rescatar los saberes ancestrales de la comunidad.
- Proponer actividades alternativas tales como: siembra de especies nativas y con ello el desarrollo de actividades ecoturísticas.
- Motivar a la comunidad en la participación de actividades turísticas.

#### 4.1.12 Programa arquitectónico

Un elemento muy importante fue el diseño del programa arquitectónico, para ello tuve acercamiento con un estudiante de arquitectura y con un albañil, para tener información más certera y así poder diseñar el proyecto con la misma calidad que un despacho empresarial. Junto con ellos se diseñaron los planos en papel, se diseñó de igual manera un prototipo (maqueta) del Parador Turístico.





En el diseño del proyecto se establecieron las edificaciones e instalaciones necesarias para cumplir con los objetivos del proyecto utilizando arquitectura sostenible. A la vez que se implementarán sistemas de control y gestión para optimizar el uso de la energía, por otro lado, se realizaron estudios para los sistemas de captación de luz natural con un eléctrico y esto ayudó a la colocación y orientación de ventanales.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 CONCLUSIONES**

Molango de Escamilla, ciudad serrana del estado de Hidalgo, cuenta con características y recursos turísticos idóneos para la realización de actividades turísticas; posee patrimonio cultural y paisajístico que generan un escenario eficaz para la implementación del proyecto. Molango y sus comunidades son un recurso turístico excepcional, que no han sido explotados en su totalidad, sin embargo, junto a una buena gestión turística, n fácilmente ser incorporados al mercado estatal y nacional.

Con la creación del Parador Turístico y la puesta en marcha de alianzas comerciales estratégicas se busca fomentar la ruta de Molango como una zona que ha desafiado el paso del tiempo y con soberbia se encuentra esperando hasta hoy su puesta en valor. La implementación del proyecto busca también aportar al desarrollo económico y social de las comunidades presentes en el área, y hacer del turismo una nueva alternativa económica, para mejorar su calidad de vida.

Con el estudio de mercado se ha podido determinar que el 80% de turistas encuestados están dispuestos a visitar una nueva oferta turística y los atrae la idea de conocer el municipio y los servicios que ofrecerá el Parador Turístico. De acuerdo al estudio técnico realizado, se conoce que el proyecto no tendrá inconvenientes para su construcción e instalación en el área prevista, contará con el equipamiento necesario para brindar asistencia al turista.

Los paquetes turísticos propuestos, están enfocados a satisfacer las necesidades del turista, son de modalidad cultural y de aventura, que incluye actividades como senderismo, trekking, cabalgata, pesca deportiva, etc.



## 5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda la aplicación del presente proyecto, ya que es una iniciativa adecuada para el desarrollo turístico del municipio de Molango y también porque ha mostrado ser un proyecto económicamente rentable y ecológicamente sostenible.
- Aunar esfuerzos con el municipio y organismos gubernamentales pertinentes, para mejorar la planta turística de la zona, tales como carreteras, señalización, servicios, etc, que permitan generar la estadía del turista y que Molango no sea considerado solo como un lugar de paso.
- Poner gran énfasis en las campañas de publicidad y en las estrategias de marketing propuestas, para lograr los objetivos planteados.
- Mantener el compromiso con el equipo de trabajo con el que contará tanto el Parador Turístico como todo el proyecto estratégico, para brindar servicios de calidad, estar en constante capacitación y evaluación del personal.
- Ampliar y modificar la gama de productos de acuerdo a las exigencias del turista.
- Coordinar acciones con las comunistas para promover la conservación y sostenibilidad del lugar.

### 5.3 COMPETENCIAS DESARROLLADAS

Como futura Ingeniera en Gestión Empresarial, puedo afirmar que la residencia profesional me brindó la capacidad de desarrollar habilidades para la toma de decisiones estratégicas, considerando el entorno y la aplicación de diversas técnicas, herramientas y conocimientos adquiridos en la escuela a lo largo de la carrera.

Dentro de las competencias específicas desarrolladas se encuentran:

- Reconoce la importancia de la gestión estratégica, en una organización, como un proceso gerencial.
- Diagnostica el entorno general y específico de la empresa y el sector al que pertenece, utilizando las herramientas y técnicas apropiadas.
- Aplica diferentes modelos para la implementación de estrategias en una organización.
- Aplica los diferentes instrumentos y técnicas de la evaluación y control de estrategias a casos o situaciones para la toma de decisiones en el desarrollo e implementación de proyectos.

Dentro de las competencias genéricas desarrolladas se encuentran:

- Capacidad de abstracción, análisis y síntesis.
- Capacidad de poner los conocimientos en la práctica.
- Capacidad de elaborar proyectos.
- Habilidad de solucionar problemas.
- Búsqueda del logro.

## 5.4 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y VIRTUALES

- Alburquerque, Francisco, *El Enfoque del Desarrollo Económico Local*, Argentina, 2004.
- Alburquerque, Francisco, *Desarrollo Económico Local en Europa y América Latina*,
- Arocena, José, *El Desarrollo Local: Un Desafío Contemporáneo*, Taurus, Uruguay, 2001.
- Asociación de Agencias de Turismo de Aventura (CATA) 1995
- Barrera, Ernesto, *El Turismo Rural: un Agronegocio para el Desarrollo de los Territorios Rurales*, Editorial Sudamericana, Argentina, 2006.
- Bringas, Nora e Igor González, *El Turismo Alternativo: Una Opción para el Desarrollo Local en dos Comunidades Indígenas de Baja California*. Economía, Sociedad y Territorio, 2004, volumen IV, N° 15.
- Fajardo, I. y A. Rojas y S. Ortega, *El Turismo Alternativo como Estrategia de Conservación de la Reserva de la Biosfera de la Mariposa Monarca en México*, México, 2011.
- Fernández, María, *Turismo Accesible: Análisis de la Accesibilidad Hotelera en la Provincia de Cádiz*, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Cádiz, España, 2007.
- Gonzáles Esperanza y Fabio Velásquez, *Actores Sociales y Desarrollo Local: Reflexiones desde la Experiencia Colombiana*, Seminario Internacional Desarrollo Económico Local: Una Apuesta por el Futuro, Bogotá, Colombia, 25 a 27 Julio 2007.
- Ibáñez, Reyna e Ismael Rodríguez, *Tipologías y Antecedentes de la Actividad Turística: Turismo Tradicional y Turismo Alternativo*, En Ivanova, A. y R. Ibáñez (Ed.), *Medio Ambiente y Política Turística en México Tomo I: Ecología, Biodiversidad y Desarrollo Turístico* (Pp.17- 33), Editorial IEPSA, México, 2012.

- Llorens, Juan Luis; Francisco Albuquerque y Jaime del Castillo, *Estudio de Casos de Desarrollo Económico Local en América Latina*, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C., Abril de 2002.
- López Jesarela y Carmen González. Diagnóstico del sector turismo en México. Numeralia 2017
- Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania *Experiencias, Metodologías e Instrumentos para el Desarrollo Económico Local en Centroamérica*,
- Nieva García, Ángel, *Turismo Alternativo una Nueva Forma de Hacer Turismo*, México, 2004 (2da. Edición).
- Plan de Desarrollo Municipal Molango, Hgo. 2016-2020
- Plan Estatal de Desarrollo Hidalgo 2016-2022
- Programa Sectorial de Turismo Hidalgo 2017
- Secretaria de Turismo, *Turismo Alternativo, Una Nueva Forma de Hacer Turismo*, Editorial PRIMERTS, México, 2004.
- Tello, Mario, *Las Teorías del Desarrollo Económico Local y la Teoría y Práctica del Proceso de Descentralización en los Países en Desarrollo*, Julio, 2006.
- Tello, Mario, *Del Desarrollo Económico Nacional al Desarrollo Local: Aspectos Teóricos*, Revista CEPAL, 2010.
- Zamorano, Francisco, *Turismo Alternativo: Servicios Turísticos Diferenciados*, Editorial TRILLAS, México, 2007 (2da Edición), 2008 (reimpresión).

## 5.5 ANEXOS



Participación en el evento del 15 de septiembre.



Participación con el área de turismo en el evento del 16 de septiembre



Participación con la Dirección de turismo el 6 de octubre, conmemoración del fallecimiento del ilustre molanguense Lic. Manuel Sánchez Vite, quien fungiera como gobernador del estado durante el periodo de 21 de febrero de 1972 al 3 de marzo de 1975.



31 de octubre, en el marco de la celebración del Xantolo Mágico, implementado desde Dirección de Turismo del Estado, en coordinación con la Dirección de Turismo local y el área de Educación y Cultura, se llevó a cabo el tradicional concurso y demostración de altares en la plaza principal.



Ruta de senderismo en el Cerro de Fray Antonio de Roa



Evento deportivo en la Laguna de Atezca



Revisión y corrección del proyecto con el C.P. Rigoberto Beltrán Pedraza



Presentación escrita del proyecto Parador Turístico





Trabajo directo con la Directora de Turismo Lic. Andrea Ávila Luna



Ubicación del lugar donde se desarrollará el Parador Turístico

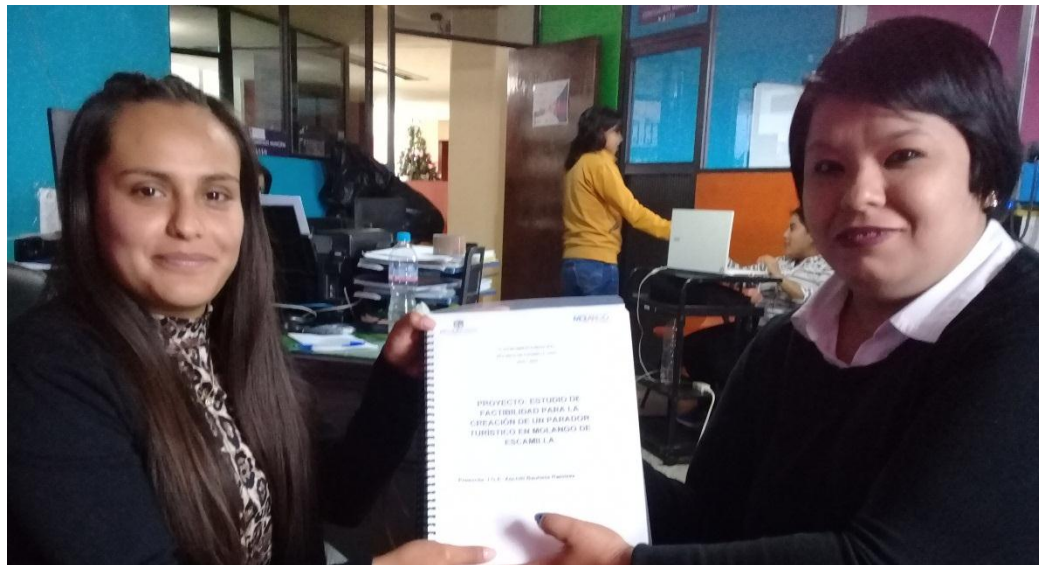


Realización de actividades del proyecto con el titular de la Dirección de Educación





Entrega del Proyecto "Parador Turístico" a Lic. Virgilio Morales Torres



Entrega del Proyecto "Parador Turístico" a Lic. Andrea Ávila Luna

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE HUEJUTLA

ASUNTO: Autorización  
Huejutla de Reyes, Hidalgo.

**MTI. Jacobo Antonio Cruz**  
Jefe del Departamento de Ciencias  
Económico Administrativas del I.T.H

**Presente.**

Por medio de la presente me permito hacer de su conocimiento que he leído y revisado minuciosamente el trabajo referente al **informe técnico de residencia profesional** denominado **“Proyecto estratégico de gestión empresarial para fortalecer el desarrollo turístico alternativo del municipio de Molango”** de la alumna **Xóchitl Bautista Ramírez** con número de control **15840057** de la carrera de **Ingeniería en Gestión Empresarial** de la generación 2015-2019, el cual cumple con los requisitos establecidos por la normatividad vigente, por lo tanto se **AUTORIZA** su impresión y engargolado para los trámites correspondientes.

Sin otro particular, quedo de usted

ATENTAMENTE



---

MTI. Jacobo Antonio Cruz  
Asesor Interno