



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

**“PLAN ESTRATÉGICO DE PUBLICIDAD PARA EL MUNICIPIO DE  
AMECAMECA DE JUÁREZ, ESTADO DE MÉXICO”**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN TURISMO**

**PRESENTAN:**

**ALVAREZ MILLA JANETT  
REYES VICTORIA JOSÉ CANDIDO**

**DIRECTORA: L. EN ANT. NORMA GONZÁLEZ PAREDES**

**REVISORAS: M. EN .C. E. MARLA NADXIELLI AREVALO MORENO  
DRA. MARÍA JOAQUINA SÁNCHEZ CARRASCO  
LIC. EN T. DIANA FABIOLA HERNÁNDEZ JUÁREZ**

**TEXCOCO DE MORA, MÉXICO 2011**

Texcoco, México a 24 de Junio de 2011

M. EN C. JUAN MANUEL MUÑOZ ARAUJO  
SUBDIRECTOR ACADÉMICO DEL  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM  
TEXCOCO  
PRESENTE:

AT'N M.EN F. GUADALUPE LIZETH ARCE CHÁVEZ  
RESPONSIBLE DEL DEPARTAMENTO DE TITULACIÓN.

Con base en las revisiones efectuadas al trabajo escrito titulado "PLAN ESTRATÉGICO DE PUBLICIDAD PARA EL MUNICIPIO DE AMECAMECA DE JUÁREZ, ESTADO DE MÉXICO" que para obtener el título de licenciado en turismo presentan los sustentantes Álvarez Milla Janett y Reyes Victoria José Cándido con números de cuenta 9713488 y 9714790 respectivamente, se concluye que cumple con los requisitos teórico-metodológicos necesarios para su aprobación, pudiendo continuar con la etapa de impresión del trabajo escrito.

ATENTAMENTE

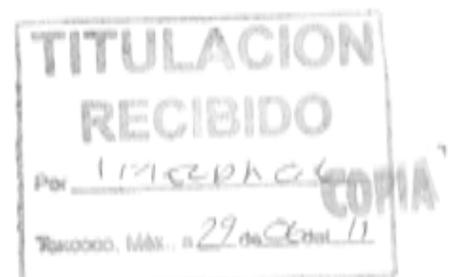
M en C. E. María Nadxielli  
Arévalo Moreno  
Revisora

Dra. en C. María Joaquina  
Sánchez Carrasco  
Revisora

Lic. en T. Diana Fabiola  
Hernández Juárez  
Revisora

Lic. en Ant. Norma  
González Paredes  
Directora

C.c.p. Sustentantes.- Álvarez Milla Janett, Reyes Victoria José Cándido  
C.c.p. Directora.- Lic. en Ant. Norma González Paredes  
C.c.p. Titulación.- M. en F. Guadalupe Lizeth Arce Chávez



## *Gracias a....*

*Lic. en Ant. Norma González Paredes.*

*Por la paciencia, por habernos*

*Guiado durante el desarrollo de esta*

*Investigación, por el sólido apoyo profesional*

*durante muchos años y por contribuir en*

*nosotros para convertirnos*

*en profesionistas.*

*M. En .C. E. Marla Nadxielli Arevalo Moreno*

*Dra. María Joaquina Sánchez Carrasco*

*Lic. En T. Diana Fabiola Hernández Juárez*

*Esta investigación no habría sido posible*

*sin el alentador apoyo de cada una de ustedes.*

*Gracias por ofrecernos parte de sus conocimientos*

*y por sus valiosos comentarios que enriquecieron*

*esta investigación.*

*Janett y Candido*

*A mis padres:*

*La meta que hoy acaba de cumplirse con satisfacción y gratitud, es el esfuerzo forjado de cariño, amor y comprensión, así como del papel que han desempeñado en mi formación como ser humano.*

*A mis hermanos, cuñadas y mis sobrinas:*

*Porque representan el amor que siempre me impulsa a realizar mis sueños.*

*A mis tíos (as) y primos (as):*

*Gracias por todo su cariño y apoyo que en todo momento me han brindado.*

*A mis amigos (as):*

*Porque todo es fácil cuando hay apoyo, juntos hemos compartido gratos momentos los cuales siempre me acompañaran.*

*Janett*

*A tí DIOS por darme la fortuna de nacer en la familia de la que soy parte y por la familia que me has dejado formar con mí linda esposa y mis amados hijos.*

*A mí Flor  
Quien solo me dió amor, confianza, apoyo incondicional en este trabajo y toda mi vida. Además de ser la mayor fuente de inspiración para darse cuenta que con esfuerzo y trabajo todo se puede realizar en esta vida.*

*A Mamá Lala  
Quien me enseñó desde pequeño a luchar para alcanzar mis metas,  
Quien me guió y corrigió con la sabiduría que solo la edad otorga a las buenas persona*

*Antonio y Lorena  
Que nunca dudaron que lograría este triunfo*

*Jade  
Mí niña que solo da amor y ternura para seguir adelante*

*Jesús  
Fuerza y pasión en toda y cada una de las actividades que realiza.*

*Brenda mí esposa  
Por darme tu amor, apoyo, confianza y por estar conmigo en aquellos momentos en que el estudio y el trabajo ocuparon mí tiempo y esfuerzo te Amo*

*Cándido*

## ÍNDICE

### INTRODUCCIÓN

I.	Problemática	1
II.	Justificación	2
III.	Objetivos	3
IV.	Metodología	3

### CAPÍTULO I

#### MARCO TEÓRICO.

1.1	Antecedentes históricos del turismo.	7
1.2	Turismo.	8
1.3	Clasificación del turismo.	9
1.4	Mercadotecnia.	11
1.5	Planeación estratégica de mercado.	12
1.6	Plan de Marketing.	17
1.7	Publicidad.	22

### CAPÍTULO II

#### CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO DE AMECAMECA DE JUÁREZ.

2.1	Ubicación Geográfica.	27
2.2	Antecedentes Históricos.	28
2.2.1	Toponimia y Glifo.	30
2.3	Características Geográficas.	31
2.4	Económica.	32
2.5	Turismo.	37
2.6	Oferta turística.	47
	2.6.1 Servicios.	48
	2.6.2 Equipamiento.	53
	2.6.3 Infraestructura.	55

### **CAPÍTULO III**

#### **DIAGNÓSTICO POTENCIAL TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE AMECAMECA DE JUÁREZ.**

3.1	Análisis y evaluación de la planta turística.	<b>58</b>
3.2	Análisis y evaluación de recursos.	<b>63</b>
3.3	Perfil del visitante real.	<b>87</b>
3.4	Encuestas a los pobladores con respecto a los atractivos turísticos del Municipio como destino turístico.	<b>87</b>
3.5	FODA en el Municipio de Amecameca de Juárez Estado de México.	
3.5.1	Fortalezas del Municipio.	<b>87</b>
3.5.2	Debilidades Municipales.	<b>88</b>
3.5.3	Amenazas Municipales.	<b>88</b>
3.5.4	Oportunidades Municipales.	<b>88</b>

### **CAPÍTULO IV**

<b>PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE PUBLICIDAD PARA EL MUNICIPIO DE AMECAMECA DE JUÁREZ.</b>	<b>90</b>
---	-----------

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>121</b>
---------------------	------------

#### **FUENTES CONSULTADAS**

A. BIBLIOGRAFÍA.	<b>123</b>
B. FUENTES ELÉCTRONICAS.	<b>123</b>

<b>ANEXOS</b>	<b>125</b>
---------------	------------

## INTRODUCCIÓN

México es un país poseedor de diversas riquezas turísticas y atractivos naturales, culturales, ciudades coloniales, arquitectura y arqueología, sin embargo, cuenta con un rezago turístico, ya que en diferentes casos existen deficiencias en la infraestructura turísticas, de su oferta, estándares o en la clasificación de calidad.

Existen diversos destinos que incluyen todo un patrimonio para lograr un desarrollo óptimo y sustentable, no obstante manifiestan ciertos aspectos negativos, como son: contaminación, falta de cultura turística en la población, infraestructura deficiente, escasa calidad, a los cuales no se les ha dado seguimiento o son escasos los recursos económicos, materiales y humanos que se han establecido para resolverlos.

Un destino importante en el Estado de México que cuenta con riqueza cultural y natural es Amecameca, que se identifica por su patrimonio turístico natural, considerando su gran variedad de lugares para visitar.

Desafortunadamente no ha conseguido alcanzar un desarrollo óptimo y sustentable. Por esta razón en esta investigación el objetivo es analizar este municipio para identificar sus debilidades y fortalezas en términos turísticos con el fin de proponer un Plan Estratégico de Publicidad que permita generar un desarrollo sustentable.

El presente trabajo se divide en cuatro capítulos. En la introducción se presentan la problemática de la investigación, justificación, objetivos que se persiguen y metodología. En el primer capítulo se desarrolla el marco teórico, que dio sustento al documento con la finalidad de ubicar al lector en los aspectos teóricos que se plantean.

En el segundo capítulo se enuncian aspectos vinculados a la ubicación geográfica, antecedentes históricos, toponimia, glifo, clima, hidrografía, orografía, economía, turismo, recursos naturales y culturales, infraestructura y estructura o equipamiento.

Tercer capítulo se realiza una evaluación de recursos turísticos así como dos tipos de encuestas, una dirigida a los pobladores, otra a los visitantes, sobre los atractivos, y un análisis de Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades del municipio.

En el capítulo cuarto se presenta la propuesta del plan estratégico de publicidad para el municipio de Amecameca de Juárez Estado de México.

## **I.- PROBLEMÁTICA**

Amecameca tiene como ventaja la cercanía con la Ciudad de México, (una hora de desplazamiento en automóvil) se ubica al sudeste del Estado de México. Es un lugar de paso de turistas que resulta atractivo por el paisaje de los Volcanes, y por la variedad de comida típica que la comunidad receptora ofrece. En el municipio se cultivan cereales, fruta, maíz, etc., se cría ganado y aves, se producen lácteos, la explotación de los bosques cercanos es una importante fuente de ingresos y de madera, aún contando con todo lo antes mencionado la actividad más importante es el comercio.

Actualmente, la cabecera Municipal de Amecameca, cuenta con una plaza principal y de monumentos dedicados a los héroes de la Independencia; aquí se disfruta del arte en la naturaleza, gracias al atractivo jardín adornado con figuras de ornato elaboradas en los árboles, este jardín se conoce como el “Jardín de los Leones”.

Amecameca cuenta con una variedad de tradiciones como la Feria de la Nuez (en el mes de Agosto), carnaval (variable), gremios (en el mes de Junio), tianguis los domingos y miércoles; así como atractivos culturales y atractivos naturales, entre otras.

El principal problema que despertó el interés para desarrollar la investigación en el Municipio de Amecameca de Juárez es que carece de información actualizada que permita ser reconocido por visitantes y turistas como un municipio con diversos atractivos. Por lo que se estructuró un plan estratégico de publicidad, desarrollado a partir del análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) del municipio de Amecameca de Juárez.

Para el desarrollo del estudio se planteó la siguiente pregunta de investigación  
¿Cuál es la mejor opción de publicidad para aumentar la afluencia de visitantes al municipio de Amecameca de Juárez, Estado de México?

## **II.- JUSTIFICACIÓN**

Amecameca es una zona rica en costumbres, tradiciones y bellezas naturales. Todo ello en conjunto, más la hospitalidad de la gente son puntos importantes para que se incremente el número de visitantes y turistas.

El turismo es un sector de servicios que contribuye en cierto modo al desarrollo económico de una región, por su impacto en el empleo y en el producto interno bruto. Es una vía adecuada para combatir el desempleo y el subdesarrollo. Además la investigación se basa en el desarrollo óptimo y sustentable del Municipio mediante un Plan Estratégico de Publicidad desarrollado a partir del Plan Estratégico de Publicidad en el sector turístico, que conlleva al análisis de la oferta y la demanda.

En la aplicación del Plan Estratégico de Publicidad se toman en cuenta las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas de los recursos y atractivos del municipio de Amecameca.

Es necesario resaltar que de acuerdo al conocimiento de las necesidades de los visitantes se podrá forjar una mejor oferta que contribuya al éxito del Municipio como destino turístico, en donde se verán beneficiadas, tanto la comunidad receptora como los visitantes y/o turistas.

### **III.- OBJETIVOS**

#### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un Plan Estratégico de Publicidad para dar a conocer los atractivos turísticos del Municipio de Amecameca de Juárez Estado de México, que le permita incrementar su afluencia de visitantes, para que genere una derrama económica para la comunidad receptora.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ❖ Realizar un diagnóstico potencial turístico, analizando y evaluando los recursos, perfil real del visitante, análisis de la planta turística.
- ❖ Desarrollar un análisis FODA que arroje información sobre las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades del municipio en relación al turismo.
- ❖ Elaborar el Plan Estratégico de Publicidad para el municipio de Amecameca de Juárez, Estado de México.
- ❖ Proponer el Plan Estratégico de Publicidad para el municipio de Amecameca de Juárez, Estado de México.

### **VI.- METODOLOGÍA**

La presente investigación será de tipo documental y de campo. Documental porque se revisará bibliografía necesaria para fundamentar el desarrollo de la investigación. De campo, ya que se realizará el contacto con el objeto de estudio y se aplicarán encuestas a los visitantes como a la comunidad receptora.

La investigación documental “Se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información. Generalmente se le identifica con el manejo de mensajes registrados en la forma de manuscritos e impresos, por lo que se le asocia normalmente con la investigación archivista y bibliográfica. El concepto de documento cubre micropelículas, diapositivas, planos, discos, cintas y películas” (Garza: 2002,12).

Para el desarrollo del objetivo específico de esta investigación se requiere conocer los conceptos que fundamentan teóricamente el estudio, por lo que será necesario revisar bibliografía de los teóricos que se apeguen a los fundamentos epistemológicos requeridos, así como los datos sobre el municipio, utilizando para ello técnicas de la revisión bibliográfica, y las herramientas empleadas serán lápices, libreta de apuntes, computadora y fichas bibliográficas.

La investigación de campo “tiene como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio. Equivalen por tanto a instrumentos de observación controlada” (Cervo; 2001:44).

La investigación de campo se utilizará en los objetivos siguientes: descripción del municipio de Amecameca de Juárez Estado de México y el desarrollar un análisis FODA (identificando las necesidades del municipio), que se realizan en el lugar donde ocurre el fenómeno asume las formas de la exploración, observación del terreno, observación participante y el experimento se apoya en los documentos para la planeación del trabajo y la interpretación de la información recolectada, la cual servirá para saber las oportunidades, desventajas, etc.

Se empleará el método descriptivo que se utiliza para recoger, organizar, resumir, presentar, analizar, generalizar, los resultados de las observaciones. Este método implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de una determinada situación. Las ventajas que tiene este estudio es que la metodología es fácil, de corto tiempo y económica en el estudio descriptivo el

propósito del investigador es describir situaciones y eventos, esto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno (Zorrilla, 1986).

De esta manera el método descriptivo busca especificar propiedades características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas para así describir lo que se investiga (Garza, 1994:119). La técnica documental consiste en utilizar revisión bibliográfica y las herramientas empleadas serán lápices, libreta de apuntes, cámara fotográfica.

Para identificar las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades se trabajará con la investigación de campo y el método deductivo, investigación de campo para vincularse con el objeto de estudio y el método deductivo que de acuerdo a Eyssautier (2001), permitirá considerar de las generalidad, especificaciones necesarias para el desarrollo del estudio, el punto de partida es el antecedente que afirma una verdad universal y el punto de llegada es el consecuente, que afirma una verdad menos general. La técnica a utilizar será la observación y la entrevista, y las herramientas empleadas serán lápices, libreta de apuntes, cámara fotográfica.

Es decir se uso la investigación documental para qué han abordado el tema, y para tener una referencia de lo que se encontró durante la investigación de campo, para elaborar el Plan Estratégico de Publicidad se utilizará el método analítico a partir de los resultados del análisis FODA, la investigación documental y de campo.

## CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

En este capítulo se presentan los antecedentes históricos del turismo y se mencionan aspectos teóricos más comunes, tipos de turismo, así como su definición, y la relación del turismo con la mercadotecnia para elaborar un plan estratégico de publicidad para el municipio de Amecameca de Juárez Estado de México.

### 1.1 Antecedentes Históricos del Turismo

El turismo surgió como actividad con los constantes avances tecnológicos que se desarrolla en el mundo después de la Revolución Industrial del siglo XVII. En el siglo XIX se le denomina “Turismo incipiente o elitista”, en el que su práctica quedaba restringida a las minorías de mayores recursos económicos. Durante esta época, la practica turística queda reservada a grupos migratorios, cuyos individuos disponen del tiempo necesario para viajar.

Los caminos se encuentran en su etapa inicial y las líneas férreas son muy escasas o no existen, los medios de transporte son rudimentarios, limitados, incómodos e inseguros. No hay medios publicitarios ni organizaciones que promuevan los lugares turísticos.

Hasta la primera mitad del siglo XX se le llama “turismo de transición”, en donde se inicia la etapa de su popularización, precursora del turismo masivo, los viajes son por motivo de recreo, salud, descanso o cultura, lo practican individuos que provienen de sectores de la población con más recursos, el hotel se multiplica como unidad tipo de hospedaje, se inventa el automóvil y el avión. Se empieza a generalizar el transporte en autobús, se multiplican caminos, aparecen las carreteras y se construyen vías férreas.

Surge en la segunda mitad del siglo XX hasta nuestros días, se le denomina “turismo en desarrollo o masivo”, en el cual la mayoría tiene acceso a su práctica, sobreviene “la expansión del automóvil, proliferación de las líneas de autobuses, construcción, modernización y diversificación de establecimientos de hospedaje, se dota de infraestructura” (De la Torre, 1994:20).

## 1.2 Turismo.

A través de los años se han presentado definiciones que explican al turismo, como por ejemplo; Oscar de la Torre (1994) : “Es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural” (De la Torre,1994:19).

Roberto C. Boullón y la OMT “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios y otros”(OMT,1998:44) de los cuales se retomó lo siguiente para definir al turismo en la presente investigación:

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal fuera de su entorno habitual de individuos o grupos de personas por un periodo menor a un año con motivos de recreación, descanso, cultura, salud, ocio, negocios y otros teniendo una importancia psicosocial, económica, política y cultural.

Esta definición considera los siguientes aspectos del turismo:

- El desplazamiento del lugar de residencia a otro lugar.
- Acotación temporal del periodo menor a un año.

- Introducción de los posibles elementos motivadores de viaje como es el ocio, la recreación, el descanso, entre otros”.

Importancia social por el conjunto de interrelaciones, efectos que se involucran entre la población local, turistas, empresarios y empleados turísticos.

Importancia psicológica por el impacto que tiene en la experiencia de ocio y recreación del individuo.

Importancia económica: ayuda a la economía donde está ubicado el atractivo turístico.

Relevancia política por la influencia que ejercen algunas transnacionales sobre la clase gobernante para obtener beneficios. Por la injerencia de gobiernos de otras naciones sobre el turismo nacional.

Importancia cultural: se puede conocer un poco de tradiciones de varias regiones de nuestro país o del mundo.

### 1.3 Clasificación del Turismo.

Lo anterior da pauta a que se divida el turismo por áreas, como las clasifica Acerenza (1995), a continuación se da a conocer la clasificación.

- **Turismo de masas:** Trata de identificar al turismo que se caracteriza por el gran número de personas que lo realizan, y que da lugar a grandes concentraciones de turistas en los centros receptores. El turismo de masas no se debe exclusivamente a la acción comercial desarrollada por la industria turística, la cual ha permitido que grandes sectores de la población tengan acceso al turismo, sino que han contribuido para ello también, las “políticas de desarrollo turístico” adoptadas por países receptores interesados en beneficiarse del incremento de la actividad turística.

- **Turismo selectivo:** Se identifica al turismo que realizan ciertos sectores de la sociedad. Dicha denominación se empleó para identificar al turismo que realizan los sectores de mayores ingresos de la población.
- **Turismo popular:** Se utiliza para identificar al turismo que llega a tener gran aceptación por parte de la población, ya que puede ser de carácter masivo. Puede estar constituido por una mezcla de estratos sociales, debido a su carácter de “popular” el cual está dado, más bien, por el grado de aceptación que tenga entre la población la práctica de algún tipo de turismo.
- **Turismo social:** Es el turismo que realizan los sectores de menores ingresos de la población, organizado fomentado por asociaciones y agrupaciones sindicales, como un beneficio para sus afiliados, a fin de que estos puedan disfrutar a un más sus periodos vacacionales con un gasto mínimo.
- **Turismo alternativo:** Es toda una gama de alternativas de viaje que tienden a apartarse de las características que presenta el turismo masivo. Dichas alternativas de viaje incluyen, entre otras, al turismo cultural, aventura, rural y ecoturismo, todos ellos en una serie de diferencias que dependen de las características, motivaciones y posibilidades económicas de los turistas. El turismo alternativo es un turismo selectivo al cual no todos los sectores tienen fácil acceso. Quizás esto se debe a la especialización y/o condiciones físicas que implican practicar el turismo de aventura.

El turismo utiliza la mercadotecnia ya que gracias a ella se dan a conocer los atractivos turísticos, por consiguiente se incrementa la afluencia de turistas y derrama económica.

#### 1.4 Mercadotecnia.

La mercadotecnia en el turismo tiene como base al cliente y tiende a lograr su satisfacción como medio para obtener los beneficios deseados y se define como: La ejecución de actividades comerciales encaminadas a transferir productos o servicios del fabricante al consumidor, de modo que lo satisfaga y cumpla con los objetivos de la empresa.

La mercadotecnia aún es vista con escepticismo o suspicacia por muchos conservacionistas y administradores de áreas protegidas (sobre todo aquellos pertenecientes a escuelas más tradicionalistas). Los principios para promover el ecoturismo hacia áreas protegidas son de gran medida los mismos que se emplean en la mercadotecnia de cualquier producto (Ceballos, 1998: 149).

Toda actividad de mercadotecnia en el campo del turismo se compone básicamente de las siguientes etapas según Ceballos (1998):

1. Obtención de los inventarios de atractivos o actividades existentes.
2. Identificación de los segmentos apropiados del mercado (tanto oferta como demanda) y orientación adecuada hacia estos.
3. Evaluación del grado de atractivo comparativo del producto.
4. Estrategias y actividades promocionales.

La mercadotecnia se encarga de transferir la información de los servicios y atractivos turísticos que existen en el municipio y así satisfagan sus necesidades para ello se obtienen inventarios y evaluación de atractivos, identificación de la oferta y demanda, con ello se plantean estrategias y actividades promocionales.

La mercadotecnia estratégica se ocupa del análisis del individuo y de las organizaciones, y de seguir la evolución de los mercados de referencia e identificar los diferentes productos-mercados y segmentos actuales o potenciales sobre la base de un análisis de la diversidad de las necesidades a encontrar. La función del marketing estratégico es la de orientar a la empresa hacia las oportunidades económicas, que ofrecen un potencial de crecimiento y rentabilidad.

La función de la mercadotecnia estratégica es de orientar al municipio de Amecameca de Juárez hacia un potencial crecimiento turístico y con ello un desarrollo económico para la población receptora.

La mercadotecnia se apoya en la planeación estratégica de mercados ya que se determina con base en la naturaleza del producto y del tipo de empresa en cuestión. “La utilidad de planeación estratégica reside en que proporciona cursos alternativos de acción sobre los cuales se generan decisiones más acertadas para el beneficio de la empresa. Estos cursos de acción son el resultado de estudios efectuados tanto en la empresa misma como en el medio que la suscribe” (Fischer, 2000: 406).

La mercadotecnia estratégica y la planeación estratégica plantean un buen crecimiento del atractivo turístico ya que diseñan planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, estos planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud del atractivo.

### 1.5 Planeación Estratégica de Mercado.

Para elaborar la planeación estratégica de mercado es importante considerar las aportaciones teóricas de algunos autores quienes respaldan la necesidad de contemplar diversos aspectos fundamentales para la realización de un plan estratégico que es considerado de la siguiente manera:

“Es un resumen de métodos y recursos requeridos para lograr las metas de una organización en un mercado objetivo específico. Tiene en cuenta no solo el marketing sino también todos los aspectos funcionales de una unidad de negocios que deben estar coordinados. Entre estos aspectos funcionales se incluyen producción, finanzas y personal. Los aspectos del entorno son también importantes” (M. Pride: 1997, 700).

Según M. Pride se van a tomar en cuenta los aspectos de producción como los atractivos turísticos, el desarrollo de infra estructura existente y nivel de información que se otorgue a los visitantes.

“El proceso de la planeación estratégica de mercado genera una estrategia de marketing, el cual incluye la estructura y todo el conjunto de actividades por realizar; es el documento escrito o anteproyecto para implementar y controlar las actividades de marketing de una organización. De este modo un plan estratégico de mercado no es lo mismo que un plan de marketing; es un plan de todos los aspectos de la estrategia en el mercado de una organización. En cambio un plan de marketing trata principalmente sobre la implementación de la estrategia de marketing puesto que se relaciona con el mercado objetivo y mezcla de marketing” (M. Pride: 700).

La planeación estratégica de mercado se basa en el establecimiento de las metas generales de una organización, y debe permanecer dentro de los límites de las oportunidades y los recursos de la organización. Cuando la empresa ha determinado sus metas generales y ha identificado sus recursos, entonces puede evaluar sus oportunidades y desarrollar una estrategia corporativa. Los objetivos de marketing deben estar diseñados de manera que su logro contribuya a la estrategia corporativa y que pueda alcanzarse por medio del uso eficiente de los recursos de la empresa.

Para elaborar una correcta planeación es necesario llevar a cabo una serie de análisis de diferentes aspectos. Se ha derivado un proceso de cinco pasos que son:

- a) **Análisis de la situación:** En este paso se examinan que resultados ha dado y qué enfrentará durante futuros años. Abarca normalmente los factores ambientales externos y los recursos internos no relacionados con el marketing que rodean al programa. En este tipo de análisis también se incluyen los grupos de clientes a quienes se atiende las estrategias mediante las cuales se les satisface.
- b) **Objetivos del marketing:** Éstos deben guardar estrecha relación con las metas y estrategias globales de la compañía. A cada objetivo se le asignará una prioridad según su urgencia y el impacto potencial en el área de marketing.
- c) **Posicionamiento y ventaja diferencial:** Se necesita crear una imagen para el producto o servicio en la mente de los consumidores. El **posicionamiento** designa la imagen de un producto o servicio en relación a otros que directamente compiten con él. Una vez posicionando el producto o servicio se hace necesario identificar una ventaja diferencial viable. Por **ventaja diferencial** se entiende como cualquier característica de la organización o marca que el público considera conveniente y distinta de la competencia.
- d) **Mercados meta y demanda del mercado:** Un mercado se compone de personas u organizaciones que tengan necesidades por satisfacer, dinero para gastar y la disposición de gastarlo. Un mercado meta se refiere a un grupo de personas u organizaciones a las cuales una compañía dirige su programa de marketing. Se seleccionan atendiendo

a las oportunidades, para analizar sus oportunidades se necesita pronosticar la demanda (las ventas) en sus mercados meta.

**e) Mezcla del marketing está integrada por:** combinación de un producto, la manera en que se distribuirá, promoverá y su precio. Estos cuatro elementos habrán de satisfacer las necesidades del mercado o mercados meta y, al mismo tiempo cumplir los objetivos del marketing (Stanton, Etzel, Walker, 2000:61).

Enseguida se analizarán los cuatro elementos ya que de la mezcla del marketing están interrelacionados; las decisiones tomadas en un área inciden a menudo en otra.

- **Producto:** El servicio visto como producto requiere tener en cuenta la gama de servicios ofrecidos, la calidad de los mismos y el nivel al que se entrega, se necesitará prestar atención a aspectos como empleo de marcas, garantías y servicios post-venta. La combinación de los productos de servicio de estos elementos pueden variar considerablemente de acuerdo al tipo de servicios prestados. Las organizaciones de servicios necesitan establecer vinculaciones entre el producto de servicio según lo reciben los clientes y lo que ofrece la organización.
- **Precio:** cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio. Las decisiones sobre el precio son de una importancia capital en la estrategia de marketing tanto para las de consumo como para las de servicio. El precio de un servicio debe tener relación con las metas organizacionales y de marketing.
- **Promoción:** Es el elemento de la mezcla de marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la

existencia de un producto y/o su venta, la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario. La promoción en los servicios puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, para poder influir en las ventas de los servicios así como de productos. Estas formas son:

- a. **Publicidad:** Definida como cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de servicios a través de un individuo u organizaciones determinadas.
  
  - b. **Venta personal:** Definida como presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas.
  
  - c. **Relaciones públicas:** Definida como la estimulación no personal y de demanda para un servicio obteniendo noticias comercialmente importantes acerca de éste, en cualquier medio u obteniendo su presentación favorable en algún medio que no esté pagado por el patrocinador del servicio.
  
  - d. **Promoción de ventas:** Actividades de marketing distintas a la publicidad, venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes, el uso y mejora de efectividad del consumidor. Los propósitos generales de la promoción en el marketing de servicios son para crear conciencia e interés en el servicio y en la organización de servicios, para diferenciar la oferta de servicio de la competencia, para comunicar y presentar los beneficios de los servicios disponibles, y/o persuadir a los clientes para que compren o usen el servicio.
- **Plaza:** Todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza. Ponen a

disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos. (Fischer; 2001:406).

La planeación estratégica de mercado se basa en el establecimiento de metas generales a donde se pretende llegar con la difusión del municipio. Para elaborar una correcta planeación es necesario llevar a cabo una serie de análisis de diferentes aspectos como son: análisis de la situación, los objetivos del marketing, posicionamiento y ventajas del atractivo. Tomando en cuenta una herramienta orientada a la manipulación de cuatro variables básicas: producto, plaza, precio y promoción, en función de las cuales se planeará y se asignarán objetivos económicos, logísticos y de mercado para alcanzar el objetivo de mercado.

Todo el trabajo del plan de marketing toma la realización de una investigación de mercado con el insumo necesario de datos, así como un exhaustivo conocimiento del entorno del atractivo y sus interacciones con él. Sólo así es posible desarrollar un documento de gestión válido y útil para la toma de decisiones que permitan alcanzar los objetivos estratégicos del atractivo a través de la consecución de los objetivos de mercadotecnia.

#### 1.6 Plan de marketing.

La finalidad del plan de marketing es atraer una demanda turística con distintas motivaciones, contribuyendo de esta manera a un mejor aprovechamiento de los recursos y rentable en términos de estancia media y gasto en destino.

“Plan de marketing, ofrece una formulación detallada de las acciones necesarias para realizar el programa de marketing y, por tanto, exige un gran esfuerzo y compromiso organizacional para crearlo e instrumentarlo” (Ferrell, Hartline, Lucas 2002, 17).

Un buen plan de marketing cumple cabalmente con estas cinco finalidades:

1. Explica las situaciones de la organización tanto presentes como futuras. Esto comprende los análisis de entorno, FADO y el desempeño de la empresa en el pasado.
2. Especifica los resultados esperados (metas y objetivos) de manera que la empresa pueda adelantar cuál será su situación para el final del periodo de planeación.
3. Describe las acciones concretas que tienen que darse para poder asignar e instrumentar la responsabilidad de cada acción.
4. Identifica los recursos que se necesitarán para realizar las acciones planeadas.

Permite supervisar cada acción y sus resultados de modo que puedan ponerse en marcha los controladores. La retroalimentación que se da merced a la supervisión y el control ofrece información para iniciar de nuevo el ciclo de planeación en el próximo periodo (Ferrell, Hartline, Lucas 2002, 12).

A continuación se presenta la propuesta de los autores O.C. Ferrell, Michael D. Hartline y George H. Lucas (2002) para elaborar un plan de marketing, se analizará brevemente cada uno de sus elementos.

El Plan de Marketing también debe contener lo siguiente:

**Resumen ejecutivo:** Es una sinopsis del plan de marketing global y cuenta con un esquema que transmite la orientación general de la estrategia de marketing y su ejecución. Su propósito es ofrecer las generalidades del plan para que el lector identifique con rapidez los aspectos o consideraciones medulares de la función que desempeña en el proceso de planeación.

**Análisis situacional y del entorno:** Sintetiza la información pertinente obtenida sobre tres entornos clave: externo, del cliente e interno.

- El análisis del entorno externo; Comprende factores externos destacados: económico, competitivo, social, político o legal y tecnológico.
- El análisis del entorno del cliente; Examina la situación actual de las necesidades del mercado meta (clientes o de negocio a negocio) los cambios previstos en estas necesidades y cuán bien se satisface las necesidades.
- El análisis del entorno interno; Completa aspectos como son la disponibilidad y utilización de los recursos humanos, la antigüedad y capacidad del equipo o la tecnología y la disponibilidad de recursos financieros.

**Análisis de FODA (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas):** Se centra en factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) derivados del análisis del entorno planeado en la sección anterior, que dan a la empresa ciertas ventajas y desventajas para satisfacer las necesidades de sus mercados meta. Estas fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas deben realizarse en relación con las necesidades y la competencia del mercado. El análisis ayuda a la empresa a determinar lo que hace bien y dónde necesita mejorar.

### **Análisis Interno.**

- a) **Fortalezas:** Describe los recursos y las destrezas que ha adquirido el Municipio, ¿en qué nos diferenciamos de la competencia?, ¿Qué sabemos hacer mejor?

- b) **Debilidades:** Describe los factores en los cuales poseemos una posición desfavorable respecto a la competencia.

Para realizar el análisis interno se han de considerar análisis de recursos, de actividades y de riesgos.

### **Análisis Externo.**

- a) **Oportunidades:** Describen los posibles mercados, nichos de negocio... que están a la vista de todos, pero si no son reconocidas a tiempo significa una pérdida de ventaja competitiva.
- b) **Amenazas:** Describen los factores que pueden poner en peligro la supervivencia de la organización, si dichas amenazas son reconocidas a tiempo pueden esquivarse o ser convertidas en oportunidades.

Para realizar el análisis externo se han de considerar análisis del entorno, grupos de interés, aspectos legislativos, demográficos y políticos.

Una vez descrito las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades de la organización podemos construir la Matriz FODA, la cual permite visualizar y resumir la situación actual de la población.

**Metas y objetivos de marketing:** Son planteamientos formales de los resultados deseados y esperados que resultan del plan homónimo. Las metas son declaraciones amplias y sencillas de lo que habrá de realizarse por medio de la estrategia. La función primordial de las metas es orientar el desarrollo de los objetivos y ofrecer rumbo en la toma de decisiones referentes a la asignación de recursos. Los objetivos de marketing son más específicos y resultan esenciales para la planeación. Dichos objetivos deben planearse en términos cuantitativos de manera que permitan una medición razonablemente precisa. La naturaleza

cuantitativa de los objetivos facilita la instrumentación de las medidas para lograrlos una vez que se ha desarrollado la estrategia.

**Estrategias de marketing:** resume la forma en que la empresa logrará sus objetivos de marketing. Consisten en elegir y analizar mercados meta crear y mantener una adecuada mezcla de marketing (producto, distribución, promoción y precio) a fin de satisfacer las necesidades de tales mercados. Se detalla el modo en que obtendrá una ventaja competitiva haciendo algo mejor que la competencia.

**Instrumentación de marketing:** describe la forma en que se realizarán las estrategias. Dicha instrumentación es el proceso de ejecución de la estrategia, ya que crea acciones específicas que asegurarán la consecución de los objetivos. Esta sección del plan responde varias interrogantes sobre las estrategias.

1. ¿Qué actividades específicas de marketing se emprenderán?
2. ¿Cómo se llevará a cabo?
3. ¿Cuándo se realizará?
4. ¿Quién es responsable de la consecución de esas actividades?
5. ¿Cuánto costará?

Sin un buen plan para la instrumentación, pelagra seriamente el éxito de la estrategia de marketing. Por tal razón, la fase de instrumentación del plan es tan importante como la fase de la estrategia.

**Evaluación y control:** Detalla el modo de evaluar y controlar los resultados. El control consiste en establecer normas de desempeño, evaluarlo en comparación con esas normas y, de ser necesario, adoptar acciones correctivas para reducir las

discrepancias entre el desempeño deseado y el real. Dichas normas pueden basarse en aumentos en el volumen de ventas, participación del mercado, rentabilidad o, incluso, en normas publicitarias, como reconocimiento o retiro de la marca.

La evaluación financiera del plan de marketing también es un importante componente de evaluación y control. Las proyecciones financieras se basan en estimaciones de costos, ventas y ganancias (Ferrell, Hartline, Lucas. 2002, 24).

La finalidad de un plan de marketing es el de atraer mayor afluencia turística al municipio para ello es necesario realizar el resumen ejecutivo que ofrece las generalidades, análisis situacional y del entorno que explica en qué situación se encuentra el municipio, análisis FODA que nos permite conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del atractivo, metas y objetivos de marketing las metas se realizarán por medio de las estrategias, los objetivos facilita la instrumentación una vez que se desarrollo la estrategia, instrumentación de marketing nos ayuda a describir la forma en que se realizarán las estrategias y la evaluación y control detalla el modo de evaluar y controlar los resultados del mismo.

La **publicidad** es una técnica de comunicación comercial que intenta informar al público sobre un producto o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo.

### 1.7 Publicidad.

La publicidad es importante para la mercadotecnia ya que gracias a ésta se dan a conocer los productos o servicios que ofrecen las empresas, a continuación se analizarán algunas definiciones de distintos autores, sus funciones, así como algunos tipos de publicidad que existen dentro de la mercadotecnia.

La publicidad es un componente clave de la promoción y suele ser uno de los elementos más visibles de la comunicación integrada de marketing. Se considera una comunicación impersonal pagada que se transmite a través de medios masivos (Ferrell, Hartline, Lucas .2002, 161).

La publicidad interviene como un potente factor capaz de influir en el consumidor, dada una alta especialización profesional, de darse exactamente cuenta del grado de utilidad que tienen los diversos recursos que se le ofrecen para la satisfacción de sus necesidades.

“La publicidad es cualquier tipo de comunicación impersonal remunerada, en la que un patrocinador conocido presenta y promueve ideas, productos o servicios. Los anuncios constituyen una forma efectiva de diseminar mensajes, ya sea para crear preferencia de marca o para educar a los consumidores” (Kotler, 2006: 568).

“La publicidad según Philip Kotler es aquella actividad que utiliza una serie de técnicas creativas para diseñar comunicaciones persuasivas e identificables, transmitidas a través de los diferentes medios de comunicación; pagada por un patrocinador y dirigida a una persona o grupo con el fin de desarrollar la demanda de un producto, servicio o idea” (Fischer; 2000: 300).

Objetivos de la publicidad:

- El objetivo básico de la publicidad es estimular las ventas ya sea de una manera inmediata o en el futuro.
- El fin real de la publicidad es el efecto último creado, o sea, modificar las actividades y/o comportamiento del receptor del mensaje, procurando informar a los consumidores modificar sus gustos y motivarlos para que prefieran los productos o servicios de la empresa.

Las metas publicitarias según Philip Kotler:

1. Exposición: Comunicar un anuncio por cualquier medio, sin que esto signifique que todo el público necesariamente los haya visto.
2. Conocimiento: Lograr que la gente recuerde o reconozca el anuncio, el mensaje.
3. Actitudes: Medir el impacto de la campaña anunciadora en las actitudes de la gente.
4. Ventas: El fin concreto de la campaña publicitaria (Fisher, 2001: 301).

En la actualidad se muestran mensajes publicitarios en los camiones y furgonetas de reparto o incluso en los autobuses y taxis.

Publicidad Directa se incluye toda publicidad enviada por correo o entregada en persona al consumidor potencial. La publicidad directa puede clasificarse en importantes modalidades; el envío de publicidad postal, la venta por correo o la entrega de folletos y catálogos.

Su principal función consiste en familiarizar al consumidor potencial con el producto, su denominación, el productor y las ventajas de compra así como informarle de los puntos de venta del artículo. Se pretende fomentar la venta de los distribuidores.

Dada su naturaleza y la función que cumple dentro del marketing debe decidirse que la publicidad es eminentemente un instrumento de comunicación entre el productor y mercado de tal forma que, aunque no determina inmediatamente la compra del producto o del servicio, actúa sobre las actitudes de los consumidores, aproximándolos a este acto.

La publicidad está compuesta con dos fines que son:

1. Hace referencia a la transmisión del mensaje al mayor número de personas de la población objetivo, con esto se trata de provocar en los individuos impactados, el desplazamiento deseado. Para la satisfacción de estos dos fines fuertemente interrelacionados, el director de publicidad instrumenta en el primer caso, un plan de medios y soportes donde se determinan los canales de comunicación más idóneos para la campaña en cuestión.
2. Un plan de creatividad donde se especifican los anuncios que han de provocar el desplazamiento psicológico de la población (Acerenza; 1998, 59).

El objetivo básico de la publicidad es dar a conocer el municipio de Amecameca para incrementar las visitas ya sea de manera inmediata o a futuro con anuncios que provocan desplazamiento de diferentes visitantes, por lo que es importante transmitir la información mediante radio, televisión, elaborando un plan con estrategias de creatividad.

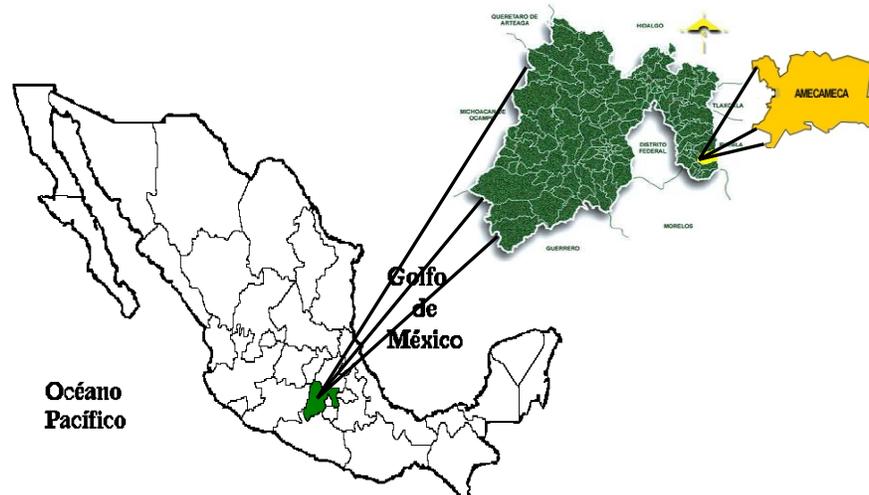
## CAPITULO II

## CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO DE AMECAMECA DE JUÁREZ

### 2.1 Ubicación Geográfica:

El municipio de Amecameca está situado en las faldas de la Sierra Nevada, dentro de la provincia del eje volcánico y en la cuenca del río Moctezuma-Pánuco. El territorio del Municipio de Amecameca que posee actualmente, conforme a la jurisdicción ejercida por sus autoridades cuenta con una superficie territorial de 181.72k m<sup>2</sup>. (18.172 hectáreas), lo que representa el 0.8% del territorio estatal. Sus coordenadas geográficas son longitud 98° 37' 34" y 98° 49' 10"; latitud 19° 3' 12" y 19° 11' 2". La altura sobre el nivel del mar es de 2,420 metros en la cabecera municipal. Se ubica al sur del oriente del Estado de México. Los límites del Municipio son: al norte el Municipio de Tlalmanalco; al este, Estado de Puebla y el Municipio de Atlautla; al Sur con el Municipio de Ozumba; y al Oeste Municipio de Ayapango. (Bando Municipal de Policía y Buen Gobierno 2006-2009; 4)

Está integrado por 8 delegaciones: San Pedro Nexapa, San Diego Huehuecalco, Sta. Isabel Chalma, San Antonio Zoyatzingo, San Francisco Zentlalpan, Santiago Cuauhtanco, San Juan Grande, la Aldea de los Reyes y la cabecera municipal (Ibidem; 4).



## 2.2 Antecedentes Históricos.

“Los poblados del valle de Amecameca datan del periodo formativo temprano, y la población del valle entonces y posteriormente residió en pequeños poblados dispersos. Este patrón disperso continuó hasta el período Azteca tardío cuando alrededor del 90 por ciento de la población vivía en el sitio de Amaquemecan” (Parsons; 1982, 294).

El primer grupo de chichimecas a establecerse en Amaquemecan arribó en 1268 los cuales, eran llamados totolimpanecas. Posteriormente vino otro linaje totolimpaneca. Estos dos grupos poblaron los barrios denominados Itztlacoauhcan y TlayloltlacanAmaquemecan. En 1269 otro grupo chichimeca, (los tenancas), pobló los barrios de TzacualtitlanTenancoAmaquemecan y AtlauhtlanTzacualtitlanAmaquemecan; ambos grupos ejercieron el mando en sus propios territorios, a sus fundaciones las llamaron: Chiconcuac (siete serpiente) y Atlauhtlan (entre barrancas), respectivamente. En 1336 un nieto de Atonaltzin, funda el quinto altepetl de Amaquemecan con el nombre de TlayloltlacanTeohuacan. Los amaquemes practicaban ritos religiosos en templos urbanos y adoratorios ubicados en las cimas de las colinas y en cavernas.

“En 1465, los mexicas conquistaron a los chalcas, reemplazando a los soberanos chalcas con gobernadores militares apoderándose de las tierras agrícolas para la manutención de los nobles mexicas, y transformando a varias sociedades en una provincia tributaria y administrativa, con la ciudad-estado de Tlalmanalco a la cabeza. Así Amaquemecan y Chalco vinieron a ser parte del sistema azteca, participando con las otras dependencias del valle de México en guerras fuera del valle” (Chimalpahín, 1965: 232).

En Amaquemecan el modelo más común del soberano fue la sucesión padre a hijo pero también hay evidencia de que si un hijo no podía o no debía aceptar el cargo, el título iba a un hijo el más joven, o a un hermano del soberano.

“En 1519, Cortés apuntó que Amecameca tenía casas bien construidas y era la residencia de un soberano o señor, y que contaba con sus alrededores de unos 20 mil habitantes. Fueron los franciscanos quienes evangelizaron la región” (Cortés, 1988: 80).

“En 1599, Amecameca tenía 13 sujetos (dependencias) y su territorio media dos leguas de norte a sur y cuatro o cinco leguas de este a oeste, las cuales sumaban un área de aproximadamente 128 km<sup>2</sup>” (Lemoine, 1961: 19).

“La región Chalco-Amaquemecan tenía ciertas características que devinieron en una expansión de la colonización muy temprana. Su cercanía con la ciudad de México, la importancia de sus centros políticos precoloniales, la alta densidad de su población, su situación dentro del sistema lacustre y sobre todo, su posición estratégica. Antes de 1530, Hernán Cortés, otros encomenderos y funcionarios de la ciudad ya cosechaban trigo y desarrollaron la cría de ovejas y mulas” (Loera, 1994:178).

“Después de 1550 la actividad principal de la región fue la agricultura comercial. Sobresalieron el pulque de la porción norte y el maíz en la zona aldeaña a Chalco. En el siglo XVII, continuaron los cambios en ésta región. Amecameca se consolidó como importante paso caminero. Los viajeros y comerciantes que hacían escala aquí multiplicaron mesones y ventas” (Loera, 1994:178).

Cabe destacar la permanencia de Juana Inés Ramírez en la Hacienda de Panohaya, donde vivió de 1651 a 1663, al cuidado de su madre Isabel Ramírez y su abuelo Pedro Ramírez de Santillana.

Durante la gesta libertaria la participación de los habitantes de Amecameca y pueblos de alrededor, siempre fue un dolor de cabeza para las autoridades locales y las de México, pues los indígenas se sublevaron y corrieron a españoles.

A partir del 20 de mayo de 1833 Amecameca perteneció a la prefectura del este de México, partido de Chalco.

El 14 de noviembre de 1861, el gobierno del Estado de México decretó que todas las cabeceras de los distritos de la entidad obtuvieran el título de villa. Amecameca no era en ese entonces cabecera de distrito, sin embargo la importancia de su historia, su comercio y todo lo que ella era, aún en el ámbito de lo político y cultural, la llevaron a que se incluyera en el grupo de nuevas villas.

Durante el Porfiriato, Amecameca fue escenario de algunos proyectos de industrialización, que la incorporarían a las ideas en boga de “orden y progreso”. Las industrias que se establecieron, desde los años ochenta del siglo XIX hasta 1910, fueron: la industria cervecera, varias fábricas de telas de algodón, molinos de trigo, aserraderos y pequeños talleres de talabartería, alfarería y cerería (López, 1987:47).

### 2.2.1 Toponimia y Glifo.

La palabra Amecameca, que originalmente fue Amaquemecan, proviene del idioma náhuatl o mexicano. Sus raíces son los vocablos **amatl**, que quiere decir papel; **queme**, que significa señalar o indicar y **can** que se traduce como lugar. Por lo tanto, Amaquemecan significa “el lugar donde los papeles señalan o indican” (López, 1999: 13).



El glifo actual del municipio fue diseñado en el año 1962. En esta figura se integran los elementos que tradicionalmente han identificado a este lugar; cerro o monte, en referencia al Sacromonte, papel, agua y se añade una cruz filida.

La siguiente información se obtuvo del H. Ayuntamiento de Amecameca Administración 2006-2009 con datos de la coordinación de Fomento Agropecuario municipal.

### 2.3 Características Geográficas.

#### Clima.

Por la latitud en la que se halla la microcuenca de estudio, el clima es templado subhúmedo cb (w2), ésta es afectada en la época fría del año por sistemas de tiempo propios de las latitudes medias, como los frentes fríos y la invasión de masas de aire polar continental; en el verano influyen los sistemas meteorológicos propios de la zona tropical como los huracanes y las ondas tropicales.

La distribución de la temperatura en el área de estudio está determinada principalmente por la variación de la altitud; la temperatura disminuye con la altura a razón de 0.68°C por cada 100 m, las temperaturas mayores de 20°C se registran al Sureste y Suroeste del volcán Popocatepétl a altitudes inferiores a los mil 700 msnm.

La precipitación anual es de 935.6 milímetros, febrero es el mes más seco (6.2 mm), seguido por diciembre (6.5 mm) y marzo (7.0 mm). Julio es el más lluvioso (341 mm), le sigue agosto (338 mm) y junio (321.4 mm).

#### Hidrografía.

Los recursos hídricos que nacen en el Parque Nacional son originados principalmente por el deshielo de los glaciares y la precipitación pluvial. Las corrientes superficiales pueden ser permanentes o intermitentes, éstas últimas son innumerables durante la época lluviosa. También ocurre gran filtración de agua que va a alimentar corrientes subterráneas.

Los ecosistemas de la microcuenca efectúan los procesos que permiten la recarga de acuíferos y mantos freáticos que abastecen buena parte de los valles contiguos, la cuenca endorreica de México y al sistema de la cuenca del río Balsas.

#### Orografía.

En la región ocupada por los volcanes Iztaccihuatl y Popocatepetl el material parental de los suelos está formado por cenizas volcánicas y pómez (tefras) de diferentes edades, lo que ejerce un efecto sobre el desarrollo de los andosoles que ocupan grandes superficies. Las unidades del suelo características del declive occidental del Iztaccihuatl se divide en cuatro tipos: Litosoles, Andosoles, Cambiosoles y Fluviosoles.

En lo que se refiere a los usos del suelo, se observa una pérdida de superficie forestal del 20%, en los últimos 15 años. La mayoría de esta superficie se ha dedicado a la agricultura y a la ganadería. También el renglón de erosión y tierras improductivas se ha elevado sensiblemente, lo que hace suponer que la pérdida de bosques se traduce en pérdida de suelo cultivable. Por otro lado la superficie agrícola y ganadera se ha visto afectada igualmente por el crecimiento urbano de la cabecera y sus delegaciones.

#### 2.4 Economía.

##### Agricultura:

El cultivo de maíz representa el 86.8% de la superficie total agrícola, la superficie restante se diversifica siendo los forrajes los que ocupan el segundo lugar en importancia de producción. Los suelos en el que se establecen la gran mayoría de los cultivos se consideran franco-arenosos (72.9 arena, 20.7 limo y 6.4 arcilla)

Las fechas de siembra para el maíz son del 15 de marzo al 15 de abril para las variedades criollas y hasta el 15 de mayo para las variedades mejoradas como el AS-820, Niebla, Leopardo, entre otros, su producción es principalmente para forraje. La mayor parte del maíz se siembra con animales de tiro (yuntas), este método representa el 82.65%, las plagas más frecuentes son el gusano de alambre, alfilerillo y gallina ciega, todos se alimentan de la raíz ocasionando problemas en el desarrollo de la planta, dentro de las plagas de follaje las más representativas son la araña roya y el fraile; las enfermedades que se han presentado en este cultivo de forma esporádica y que se consideran de importancia económica son el carbón de la espiga y el tizón foliar.

La fórmula que se aplica generalmente es la 120-60-30, es decir 5 bultos de Urea, 3 bultos de Súper fosfato de calcio triple y 1 bulto de cloruro de potasio. Pocos son los productores son los que aplican herbicidas para el control de malezas, los que aplican utilizan principalmente Gesaprim 90, Hierbamina, Coloso que controla jaramao o nabo, acahual, atatana o chayotillo, principalmente.

La cosecha del maíz se realiza en pie o mogote, la fecha de cosecha comienza en los primeros días de diciembre, la gran mayoría de los productores realizan la cosecha manualmente con ayates. Los productores hacen uso de la selección masal para el mejoramiento de su semilla criolla.

El trigo se siembra principalmente en la delegación de San Antonio Zoyatzingo a partir del 1 al 15 de julio, utilizando de 120 a 150 Kg. de semilla por hectárea, las variedades que se utilizan son temporalera, romoga y rebeca, la enfermedad que se ha presentado en el último ciclo agrícola es roya lineal amarilla ocasionando una merma de hasta un 30% del rendimiento total de la cosecha, en el presente ciclo agrícola se detecto la presencia del gusano soldado en una superficie de 80 has. de trigo en estado de floración con un grado de infestación de 5 a 6 larvas por metro cuadrado por lo que se declaro una contingencia fitosanitaria, misma que está siendo atendida por el CESAVEM a través de la Junta Local de Sanidad

Vegetal Texcoco, el apoyo que los productores han recibido es asesoría técnica y producto insecticida (Lucaban 480.- Clorpirifos) a menos del 50% del costo comercial.

La cosecha se efectúa a partir del 06 de enero y se realiza mecánicamente a través de las trilladoras de Juchitepec, Tlalmanalco o el estado de Hidalgo.

Ganadería:

La superficie que se destina para la actividad pecuaria es de 664 has., que representan el 3.65% de la superficie total, la gran mayoría del ganado que se produce es de traspatio predominando la producción de cerdos, actualmente se está llevando a cabo la campaña para la prevención de la Fiebre Porcina Clásica a través del Comité Estatal de Protección Pecuaria del estado de México, que reporta haber vacunado hasta el 28 de septiembre del 2005 a 1894 cerdos que se considera la base del censo porcino.

Existen tres granjas intensivas productoras de cerdos: Tomacoco, Covadonga y Chalma. Estas en su conjunto producen en promedio más de 3,000 cerdos. La raza que se produce es la Pietrik, cuentan con los servicios de médicos veterinarios zootecnistas que se encargan del manejo de las piaras, se aplican desparasitantes, vitaminas, vacunas y dietas formuladas a diferencia de los cerdos de traspatio alimentan de los desperdicios que se generan diariamente en las casas de los porcicultores, las granjas pertenecen a la empresa grupo Ayapango que tenía el rastro de cerdos en Ayapango, esta empresa introduce carne a los principales centros comerciales de la Ciudad de México.

La engorda de traspatio se lleva a cabo en un poco más de 6 meses y el peso promedio al sacrificio o venta es de 100 Kg., la mayoría de los porcicultores de traspatio venden a los tablajeros de la microcuenca que generalmente castigan su precio. Las razas que se producen son en su mayoría híbridos de Duroc, Landrace y York.

Amecameca es considerada como una cuenca lechera, las comunidades de San Francisco Zentlalpan, Santa Isabel Chalma, y Santiago Cuauhtenco son las más representativas. La raza que predomina es la Holstein. Existen asociaciones de producción lechera, destacando la UCAA y Amaquemecan que en su conjunto tienen un hato lechero de 150 vacas en producción y agregan a 30 socios, estas asociaciones están realizando proyectos productivos para el mejoramiento del hato, infraestructura y establecimiento de praderas para la producción de forrajes como la avena cuyas variedades que se cultivan son forrajera, Chihuahua y CEVAMEX, las dos últimas las adquieren dentro del programa Kilo por kilo al 50% de descuento.

La cunicultura en la microcuenca está cobrando gran importancia, en la delegación de San Diego Huehuecalco existe la Asociación Ganadera Local Cunícola de Amecameca que se encuentra produciendo bajo condiciones de granja intensiva un promedio de 300 conejos semanales. Su ciclo de producción es de 70 días, se comercializa en restaurantes de la región, el peso promedio del conejo al sacrificio es de 2.0Kg. Son 12 los socios que trabajan en esta explotación cunícola.

La apicultura cada vez más, es considerada como una alternativa de producción pecuaria especializada, ya que la microcuenca tiene una vocación natural apibotánica en la producción de flores con propiedades melíferas, en la delegación de San Antonio Zoyatzingo se encuentra la sede de la Asociación Ganadera Local de Apicultores de Amecameca que se integra por 25 socios que en su conjunto producen al año un promedio de 50 ton. de miel que se comercializa en la región.

#### Producción Forestal:

La superficie forestal con la que cuenta la microcuenca Río Amecameca es de 9, 202 has. que representa el 49.01% del total de la superficie. Desde 1886 a 1986, los bosques de Amecameca que se encuentran ubicados dentro de la microcuenca del mismo nombre, fueron manejados por concesión por la fabrica

papelera de San Rafael (actualmente funciona transformando celulosa importada y papel reciclado).

Después de una veda de cinco años, en 1996 las comunidades de la microcuenca Río Amecameca empezaron a manejar sus propios bosques. Actualmente los dueños o poseedores del bosque tienen la obligación de elaborar su programa de manejo forestal autorizado por la Secretaría De Medio Ambiente y Recursos Naturales, reforestar para restaurar el bosque, realizar brechas corta fuegos para evitar incendios, conservar y dar mantenimiento a sus caminos, vigilar la tala clandestina, contener el pastoreo y evitar la caza y tráfico de la fauna y flora.

Se creó una organización regional de silvicultores que se denomina Unidad de Manejo Ambiental Forestal Región XIII, con el objetivo de restaurar, proteger, conservar y aprovechar de manera sustentable y sustentante los recursos forestales. Es importante mencionar que la SEMARNAT, 2007, a través de la Comisión Nacional Forestal está impulsando mayores inversiones a la actividad forestal a través de los programas de Pago de Servicios Ambientales, Programa De Desarrollo Forestal, Programa De Conservación Ecosistemas Forestales Y Programa Para El Desarrollo De Plantaciones Forestales.

La cantidad de superficie forestal atendida es de 824 has. que representa el 8.90% de la superficie total de los bosques con una inversión total de la CONAFOR.

En la actualidad, las comunidades de la microcuenca en su conjunto tienen un permiso de aprovechamiento forestal persistente expedido por la SEMARNAT para cortar un volumen de 18, 486.29 m<sup>3</sup>/año de madera, su aprovechamiento es en forma de madera en rollo. Las especies que se aprovechan son pinos, oyamel y encino, las dos primeras son las que representan el mayor valor económico y maderable.

En la microcuenca existen 6 aserraderos particulares que tienen una capacidad de transformación anual mayor al aprovechamiento forestal anual autorizado por la SEMARNAT, lo que representa un grave problema, ya que se talan árboles de manera clandestina provocando impactos negativos.

El permiso de aprovechamiento tiene una vigencia de 10 anualidades que inicio en la mayoría de los ejidos y comunidades el 1996, mismos que se vencieron en año de 2006.

Como producto de la tala clandestina se tiene una superficie erosionada de aproximadamente 600 has. que poco a poco se está incrementando, esto trae como consecuencia la pérdida gradual de la flora y fauna endémica de la microcuenca.

La venta de tierra de monte y de leña, esta última se realiza con bastante regularidad, ya que 2, 092 hogares rurales de la microcuenca la utiliza como combustible para el consumo domestico, actualmente no existen plantaciones dendroenergicas, aunque ya se comienzan a promocionar, junto con la construcción de estufas rurales (Patsari) que permitan optimizar el calor y el consumo de este combustible.

La siguiente información se trabajo con el H. Ayuntamiento de Amecameca Administración 2006-2009 con trabajo en conjunto con la coordinación de Turismo municipal ya que se refiere a los principales datos que sirven de fundamentos para la investigación.

## 2.5 TURISMO.

El municipio cuenta con una naciente actividad turística ya que ofrece a sus visitantes los siguientes atractivos:

### 2.5.1 Parque Nacional Izta-Popo Zoquiapan:

El Parque Nacional Izta-Popo, Zoquiapanes indispensable para la generación de servicios ambientales en beneficio de la región más densamente poblada de México: hacia el poniente se encuentran la ciudad de México y el valle de Chalco; hacia el oriente las ciudades de Puebla, Atlixco, Izúcar de Matamoros y Texmelucan; y hacia el sur las ciudades de Cuernavaca, Cuautla y Yautepec.

Sus montañas boscosas captan y filtran el agua que abastece a dos importantes cuencas hidrológicas: la del Valle de México y la del alto Balsas, al mismo tiempo que generan una vigorosa red hidrográfica fundamental para el suministro de agua de las poblaciones, zonas industriales y valles agrícolas vecinos. Dado el papel fundamental que cumplen estas montañas como verdaderas “fábricas de agua” fueron incluidas en 2003 dentro del Programa Nacional las 60 montañas prioritarias de México de la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR).

Por otro lado, el parque ofrece grandes atractivos turísticos. Montañistas de todo el mundo llegan para ascender sus cumbres; se puede practicar el rappel, el ciclismo de montaña, la caminata; escalar en roca, acampar o pasar un día de campo; hacer un vuelo en parapente o en ala delta. La reciente actividad del Popocatepetl a partir de 1994 hace que se cierre al público no sólo la cumbre del volcán sino la parte que anteriormente era más visitada, lo que afecta sin duda la afluencia en el parque. Para que haya afluencia turística se implementaron diferentes senderos para que se concientice a los turistas para el cuidado de la naturaleza (Iztapopo, 2011).

Paso de Cortés, donde es factible, los siguientes espacios:

“Sendero Interpretativo Yolotxochitl”.- Localizado en el kilómetro 19 carretera San Pedro Nexapa – Paso de Cortés. En este sitio podrán conocer la importancia de

los bosques en el ciclo del agua y la forma en que estos se pueden recuperar del deterioro en que se encuentran.

“Módulo Informativo Paso de Cortés”.- A través de la visita a este espacio, se podrá conocer la importancia histórica y cultural de la zona.

“Vivero Educativo en Paso de Cortés”.- Está diseñado para que el alumno conozca la vegetación representativa del bosque. También podrá conocer cómo funciona un vivero y si las condiciones son favorables, podrá tener la oportunidad de plantar un árbol en el Parque.

“Sendero la Recuperación del Bosque”.- Este espacio educativo también se localiza en “Paso de Cortés”, el cual facilitará el conocimiento sobre la importancia de la conservación de los bosques. En este parque han surgido leyendas de interés cultural y a continuación se narra:

*Leyenda del Popocatepetl y el Iztaccíhuatl*

Cuenta la leyenda que en la infancia de los tiempos, cuando llegaron los aztecas al valle de Anáhuac y las montañas aún no tomaban su forma eterna, nació en la gran Tenochtitlán una hermosa princesa llamada Mixtli, hija única de Tizoc, tlatoani (emperador o gran señor) de los mexicas. Mixtli era asediada por innumerables hombres entre ellos Axoxco, hombre cruel sanguinario, el cual reclamaba la mano de Mixtli, pero el corazón de la doncella pertenecía a un guerrero llamado Popoca, que había salido a combatir para conquistar el título de guerrero águila y así disputar la mano de Mixtli a Axoxco.

Mixtli, al saber que su amado estaba en peligro y pensando en la imposibilidad de su amor, se quita la vida sin imaginar que Popoca regresaba triunfante. Al ver a su amada muerta, Popoca tomó el yerto cuerpo entre sus brazos, se dirigió a la montaña y ahí permaneció

agachado a sus pies pensando en que la nieve la despertaría del sueño y así podrían unirse en vida. Desde entonces los volcanes (Mujer dormida), Popocatepetl (Montaña que humea) y Axoxco (Ajusco) se yerguen dominantes sobre la ciudad de México (López; 2000).

#### 2.5.2 Unidad de Manejo Ambiental Temaxcal.

En este lugar se protege y fomenta el respeto hacia la naturaleza, el cuidado de árboles, plantas y animales, como el “Venado Cola Blanca Mexicano”, “El Teporingo o Zacatuche” y la “Zorra Gris”.

En la UMA TEMAXCAL, a través de su Programa de Educación Ambiental Vivencial, promueven que el visitante observe y enriquezca sus conocimientos sobre los recursos naturales, que reflexione acerca del cuidado ambiental.

La UMA TEMAXCAL, por su belleza y armonía, es adecuada para realizar infinidad de actividades que involucren el estar en contacto con la NATURALEZA, ya sea convivencia, deportes de aventura, recreación, campamentos, talleres, contemplación, fotografía, meditación, etc.

Se realizan recorridos por senderos con guías especializados, donde se muestran los diferentes ecosistemas, las plantas medicinales, los hongos silvestres, animales silvestres, entre otras cosas.

En los talleres educativos para niños, se realizan manualidades, aprenden lo que es un vivero forestal, a hacer una composta, a sembrar hortalizas, se les cuentan historias y leyendas de la zona, participan en juegos o concursos, todo ello bajo la supervisión y cuidado de nuestros guías (Maternaturaac; 2011).

### 2.5.3 Eco-Parque San Pedro:

Es un parque de recreación y de promoción de la cultura ambiental, en el cual se encuentra el segundo laberinto más grande del mundo en su tipo (de setos permanentes y 38,000 cedros plantados.). Construido sobre una extensión de 10,000 m<sup>2</sup> y una longitud de sendero de 2.3 Km. lineales. Como otra atracción sin precedente en el mundo, en este parque se encuentra un zoológico de figuras naturales elaboradas con cedro blanco, truenos y plantas de la zona, esta técnica es conocida como el Arte del "TOPIARY".

### 2.5.4 En el Municipio existen cuatro caídas de agua naturales:

Las cuales tienen en promedio 30 metros. De caída libre y se encuentran muy cerca de la cabecera Municipal:

- ◆ **El Salto** en el área de Coapexco.
- ◆ **El Vivero** ubicada en el área de bienes comunales.
- ◆ **Santiago** ubicada en la Delegación de Santiago Cuauhtenco.
- ◆ **Apatlac** ubicada a 17 km. A la carretera a Tlamacas en área de bienes comunales.

### 2.5.5 Plaza principal.

Está equipada con un kiosco de estilo clásico de los años 50`s el cual cuenta en su parte inferior con dos pequeñas tiendas que venden dulces típicos de la región y una rokola la cual por las tardes es el centro de reunión de los jóvenes del zona y en el cual se reúnen a escuchar música.

Goza de dos monumentos conmemorando a los héroes Mexicanos con decoro a Miguel Hidalgo y Benito Juárez. Uno de los mayores atractivos del jardín municipal es el aro de juego de pelota, se cree que justamente en el año 1299 se realizaba la Xochiyaotl (la guerra florida) se practicaba este juego que es típico de la cultura prehispánica. Se dice que en 1915, el general zapatista Amador Salazar atacó la hacienda de Chapingo y tomó algunas esculturas de bronce para llevarlas a Morelos como parte de su botín.

Después del enfrentamiento dirigió sus tropas a Coatlinchán donde descansaron y al día siguiente emprendieron la marcha a Amecameca donde dejaron las esculturas a su huida resguardando al jardín, se encuentran las cuatro majestuosas esculturas de leones africanos con proporciones anatómicas definidas de leones y leonas.

#### 2.5.6 Arco de San Sebastián de Aparicio.

Se construyó en el año de 1781 como lo indica el medallón que se encuentra en el centro del mismo.

Simbolizaba la entrada y salida de la Villa, también era del humilladero, en donde los viajeros oraban.

El arco es de cantera de estilo barroco con grecas geométricas modeladas en argamasa, en lo alto se encuentra una pequeña columna donde descansaba una estatua de San Sebastián de Aparicio, pero a raíz de un accidente en los años 70`s donde un autobús se estrelló en una de sus columnas bases, la mencionada imagen se cayó y nunca fue repuesta. (López; 1999).

### 2.5.7 Iglesia de la Asunción.

Se empezó a construir en 1554 por frailes dominicos. El interior del templo se concluyó en 1680, se pueden admirar dos retablos de estilo barroco uno dedicado a San José (se localiza al costado derecho del altar mayor) y el otro al sagrado corazón (en la capilla interior) ambos retablos tienen columnas salomónicas labradas en hueco dorado.

La parroquia está orientada al poniente, consta de 2 pisos y doble arquería. Contiene varios óleos y frescos expuestos en el segundo piso del claustro. El que se destaca es el óleo de Echave Orio llamado "El ángel de la Asunción".

La fachada es un estilo renacentista-español, tiene una hermosa portada de cantera rosa, en el centro superior destaca dentro de un nicho una bellísima estatua de piedra de la Asunción de María.

La puerta principal es de madera y aún conserva la fecha de su hechura.

Tiene dos, pila bautismal una está dentro de la Iglesia al costado derecho de la entrada y la otra se localiza fuera de la Iglesia, es reconocida por su antigüedad, ya que fue labrada en piedra por manos indígenas. Se piensa que se empotro fuera de la Iglesia para poder realizar bautizos masivos de la comunidad indígena.

En el atrio encontramos un pequeño jardín con figuras de animales (de ornato) en el centro hay una fuente de cantera rosa. La ex Hacienda de Panoaya En los siglos XVI y XVII llegó a Amecameca don Pedro Ramírez de Santillana, (abuelo de la décima musa, Sor Juana Inés de la Cruz), estableciéndose en la Hacienda de Panohaya, donde pasó sus primeros años Juana de Asbaje y Ramírez de Santillana antes de partir a la Ciudad de México. A través del tiempo esta hacienda ha pasado por diferentes dueños, actualmente pertenece a la iniciativa privada y ha sido restaurada, contando con un museo dedicado a Sor Juana y otro a los volcanes. (López; 1999)

### 2.5.8 Iglesia del Señor de Sacromonte.

Se construyó en el cerro del Sacromonte, dentro de la iglesia destaca principalmente la urna del altar mayor que contiene la venerada imagen del Señor del Sacromonte, el altar está decorado con madera dorada en caprichosas formas.

#### *Leyenda del origen del Señor de Sacromonte.*

Esta leyenda nos dice que fray Martín de Valencia estaba orando al pie de un olivo, como era su costumbre. De repente descubrió cerca de donde él estaba, una mula con una caja a cuestas. Pensando que sería de algún vecino, no le causó extrañeza, sin embargo, como pasaban los días y el animal continuaba ahí, decidió investigar cuál era el contenido de la caja. Admirado, vio una figura de un Cristo que tenía las huellas de la crucifixión en pies y manos, y heridas en el costado. Como no tenía identificación se le dio el nombre del Señor de Sacromonte, después se llegó a saber que la imagen representa al Santo Entierro. Los frailes decidieron ponerlo provisionalmente en una cueva natural, que más tarde sería convertida en santuario. Dicha cueva aún existe en forma de capilla, y es por donde sacan al santo y lo regresan de su viaje anual de Semana Santa (Ibídem: 130).

### 2.5.9 Piedra del conejo.

La única zona arqueológica registrada en Amecameca, se ubica 6 kilómetros al oriente de la cabecera municipal; se llama "piedra del conejo" o "monumento solsticial de Tomacoco". Fue esculpido sobre una roca de color gris rojizo, tiene 2.50 mts. de alto y 3 mts. de circunferencia, en su lado suroeste está labrada una escalera. En el solsticio de invierno sobresale la figura de un conejo del cual salen 13 signos, además se aprecia una figura humana la cual tiene un instrumento parecido a un telescopio mirando hacia uno de los volcanes. También hay una

banda que empieza en la parte inferior del lado este y termina al lado sur del monolito, esta franja registra los 13 primeros días del calendario ritual de 260 días.

2.5.10 Las fiestas de Amecameca son alegres, llenas de colorido tradición cultural y folklore; entre las más importantes se encuentran:

**Carnaval:**

El carnaval es una la fiesta popular que se celebra en lugares de tradición cristiana.

El carnaval es una celebración anual, alegre, que se realiza durante los tres días que preceden al Miércoles de Ceniza y, por lo tanto, a la Cuaresma.

La palabra procede de la expresión latina *carnem levare*, 'quitar la carne', aludiendo a la prohibición de comer carne los cuarenta días cuaresmales, durante los cuales no debe consumirse ni carne ni grasa animal. El término Carnestolendas proviene del latín "dominica ante carnes tollendas" (el domingo antes de quitar las carnes).

Según el calendario religioso, el período de "Carnaval" inicia el 6 de enero, día de la Epifanía (fecha que marca el final de las fiestas de Navidad), y continúa hasta el Miércoles de Ceniza (Carnaval 2011).

Varia el mes, así es como correspondientes a la Semana Santa y el domingo de ramos caracterizados por una gran variedad de actividades populares. El Viernes Santo, los fieles hacen descender la imagen del Sacromonte en una vistosa procesión nocturna con cirios encendidos, para depositarla en el Templo de la población.

## **Feria de la Nuez:**

Año con año, durante el mes de agosto, se celebra esta importante feria regional con propósito de comercializar la nuez de castilla. Lo singular de la feria son chiles en nogada, pollo a la nuez, mixiotes de conejo preparados con nuez y conejo al pastor, mientras disfruta de las variadas actividades culturales, deportivas y artísticas, se pueden consumir, dulces y licores, elaborados con la nuez como ingrediente principal.

### 2.5.11 Hacienda de Panoaya.

Juana Inés, vivió en la Hacienda Panoaya de los 3 a los 8 años de edad (1651 a 1656). Aquí aprendió a leer, a escondidas, en la biblioteca de su abuelo quien arrendaba la Hacienda.

En las habitaciones, pasillos y capilla de la Hacienda (con imaginación) se puede sentir la presencia de esa niña quien llegaría a ser la mujer más significativa de su época, Sor Juana Inés de la Cruz.

No te puedes perder la visita guiada al Museo de Sor Juana Inés de Cruz. En ella, conocerás, la gloriosa y conmovedora historia de Juana Inés.

Es el desarrollo turístico más importante del oriente del Estado de México. Cuenta con varios atractivos:

- Paseos Ecológicos Panorámico
- En la histórica Hacienda de Panoaya:
  - Parque de los venados acariciables
  - Museo de Sor Juana Inés de la Cruz
  - Paseo encantado de Juana Inés
  - Museo internacional de los volcanes

- Mi lago de los venados
- Mi humedal
- Mi laberinto inglés
- Mi tirolesa gigante
- Mi plaza-tianguis
- Restaurante el castillo de los venados
- Hotel Spa Panoaya  
(Panoaya, 2011)

## 2.6 Oferta Turística.

“La oferta turística constituye el capital o el activo principal de la empresa llamada turismo. Se debe tener un amplio conocimiento de la oferta turística existente en el municipio ya que sus recursos o atractivos, son el principal soporte, sin embargo los recursos naturales, históricos o culturales, por muy espectaculares o interesantes que sean, no son el único elemento de una oferta capaz de impulsar el desarrollo del turismo” (SECTUR; 2003:59).

La oferta turística de un lugar, incluye:

- Los servicios (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transportes, información, etc.)
- El equipamiento (centro de salud, centrales de autobuses, parques, zonas recreativas, instalaciones deportivas, etc.)
- La infraestructura (carreteras, suministro de agua, energía eléctrica, alcantarillado, tratamiento de basura, etc.)

Conocer todas nuestras posibilidades en relación a la oferta turística de nuestro municipio, es la tarea que le proponemos a continuación:

### 2.6.1 Servicios turísticos:

Los servicios turísticos, aparecen en torno a las necesidades del turista, desde que sale de su casa hasta que regresa, si no existen deberán crearse.

La información que continuación se presenta se obtuvo en colaboración de la coordinación de turismo 2006-2009 del H. Ayuntamiento de Amecameca y cédulas de información del Estado de México de FONATUR y que refieren a lo que debe encontrar el turista en el lugar son:

- **Información:** sobre el sitio que visita y los servicios a su disposición
- **Medios de transporte:** para desplazarse
- **Señalización:** para orientarse y durante su estancia, requiere:

Los servicios con los que cuenta el municipio de Amecameca son los siguientes:

Alojamiento:

Tabla 1

Nombre	Dirección
Hacienda Panoaya	Blvd. Iztaccihuatl s/n
El Marqués	Blvd. Iztaccihuatl
Bonampak	Reforma No. 8
Posada Familiar	Hidalgo No.82
San Carlos	Constitución No. 10
Refugio de La Montaña	Blvd. Los Volcanes S/N Popo Park
	Blvd. Iztaccihuatl
Campamentos	

En Amecameca, se ofrecen al turista los servicios para lograr una grata estancia, con confortables hoteles, cabañas tipo chalet, posadas familiares y moteles.

Restaurantes:

Tabla 2

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>
Castillo de los Venados	Blvd. Iztaccihuatl s/n
Mariscos "El Ceviches"	Av. Hidalgo No. 23
Restaurante "La Flecha Roja"	Hidalgo esq. Plaza de la Constitución
Restaurante "La Nueva"	Av. 20 de Noviembre No. 16-A
Taquería "El Pastorcito"	Av. 20 de Noviembre
El paso del camionero	Av. 20 de Noviembre
Pizzería Freddy	Calle Rosario
Pizzería Samy	Calle Rosario
Pizzería Rey	Av. Hidalgo
Restaurante "La Aldea"	Carretera México-Cuautla km.26
Cafetería "Pepes"	Plaza de la Constitución
Mercado Municipal	Plaza de la Constitución

Los restaurantes en donde se preparan deliciosas especialidades locales, nacionales e internacionales son de igual manera confortables y se persive un ambiente familiar y de tranquilidad.

Agencia de viajes:

Tabla 3

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>
Ameca tours	Av. Hidalgo No. 55

Solo existe una agencia de viajes que da servicio a toda la población y a los turistas.

Instalaciones deportivas:

Tabla 4

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>
Cancha de básquet bol Fray Martín de Valencia	Fray Martin de Valencia S/N
Cancha de futbol "Victoria"	Calle Victoria y José María Morelos

Unidad deportiva	Domicilio conocido
Cancha de básquet bol "Cancún"	Prolongación Morelos
Cancha de básquet bol "Rosario"	Calle Rosario esq. Independencia
Cancha de futbol "Maracaná"	
Estadio de futbol "Francisco Flores"	

Los deportes que más se practican son el fútbol, el basquetbol, el alpinismo y la charrería. Amecameca cuenta con una larga tradición en deportes de montaña: escalada, rapel, ascensión a cumbres, rescate alpino.

El fútbol es el deporte más popular, hay una liga regional en la que participan alrededor de 2,000 jugadores en sus tres ramas: el torneo infantil, veteranos y la temporada intersemanal.

En la ciudad deportiva, inaugurada en 1996, hay tres canchas de fútbol y seis de basquetbol. Cada delegación municipal, cuenta con una cancha de basquetbol y una de fútbol, cuando menos.

### Comercios:

Tabla 5

	NOMBRE	DIRECCIÓN	PUESTOS
Plaza para Tianguis	"Tianguis"	Calle Abasolo	4500
Mercado público	"Mercado Juarez"	Calle Abasolo y Plaza de la Constitución	150
Rastro(Reces, Puercos y Aves)	Izta-Popo	Carr. México - Cuautla km. 86	16 puercos 6 reces
Bodega Aurrera	Bodega Aurrera	Plaza de la Constitución s/n	

En la cabecera municipal principalmente se encuentra con pequeños comercios, como tiendas, abarroterías, tianguistas y tiendas de ropa (boutiques).

Referente a los medios de transporte:

### **Autobuses:**

Las rutas de servicio de autobuses que cubren el municipio son:

- Volcanes o Sur, que corren de la TAPO a Cuautla.
- Transporte 85, que corren de la Candelaria a Cuautla.
- Combis que corren de Tepetlixpa a Chalco.
  
- Auto transportes de Amecameca que corren a las diferentes delegaciones municipales.

Las rutas México-Amecameca-Cuautla y viceversa, es cubierta por una diversidad de líneas, las principales son: Autobuses Sur, Cristóbal Colón, Los Volcanes y FYPSA. Con itinerarios todo el día cada media hora, se abordan en la terminal TAPO de San Lázaro. Esta misma ruta es cubierta también por la ruta 85, Autobuses Sor Juana y muchos otros que hacen su base en los metros Candelaria y Aeropuerto.

Las rutas municipales e intermunicipales se cubren con microbuses, combis y la línea de autobuses urbanos de Amecameca. Las principales rutas son: Amecameca-Ozumba-Tepetlixpa; Amecameca-Nexapa-Tlamacas; Amecameca-Santiago-Chalma; Amecameca-San Juan Tehuixtitlan; Amecameca-Tlalmanalco-Chalco y Amecameca-Ayapango-Tenango del Aire.

## **Terminales:**

Las terminales o paraderos de combis, taxis y Autobuses están ubicados en:

- Av. 20 de Noviembre, Centro, Amecameca de Juárez.
- Plaza de la constitución s/n, Centro, Amecameca de Juárez.
- Av. 5 de febrero.
- Zapatería.
- Parque municipal.
- Terminal de autobuses.
- Aurrera.

Las principales vías de comunicación son: la carretera federal número 115 México-Cuautla; la carretera federal Amecameca-Tlamacas de 40 kilómetros; la carretera local Amecameca-Ayapango-Tenango del Aire y Amecameca Poxtlan-Zentlalpan; el camino Amecameca-Santiago Cuauhtenco-Chalma, así como los ramales a Huehuecalco y Zentlapan y el libramiento de 4 kilómetros que rodea la cabecera municipal.

El Ferrocarril Interoceánico México-Cuautla-Atlixco, sigue prestando su servicio de carga (diario) y de pasajeros (los fines de semana).

El número de transportes es de 2,568 vehículos registrados en 1993. De estos 115 autobuses y 4 camionetas de servicio público. Desde 1996 se han añadido 430 bicitaxis.

En la cabecera funcionan sitios de taxis (Juárez) que tienen su base en el jardín central, zapatería y aurrera. También hay bicitaxis como transporte público se encuentran circulando por las calles del municipio.

### **Servicios bancarios:**

Tabla 6

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>
Santander Serfin	Plaza de la Constitución No. 11
HSBC	Hidalgo
Banamex	Hidalgo No. 21
Bancomer	Fray Martín de Valencia No.
Banorte	Av. 20 de Noviembre No.

La economía del municipio va creciendo por ello se instalan los diferentes bancos para que la población no se traslade a otros municipios.

### **Seguridad:**

Las instancias de Socorro Alpino y Protección Civil municipal son los encargados en la seguridad y alpinistas extraviados, heridos o que requieren ayuda alguna dentro del parque Nacional Izta-Popo Zoquiapan.

Protección Civil municipal, Organiza y ejecuta las acciones de prevención, auxilio y restablecimiento en caso de riesgo, siniestro o desastre que afecten a la población, y en especial para la aplicación del plan operativo Popocatépetl.

## **2.6.2 Equipamiento:**

Apoyo al turismo:

- Servicio para el vehículo:

Tabla 7

Nombre	Dirección
Gasolinera "Volcanes"	Boulevard Iztacciatl s/n
Gasolinera "Flores"	centro de Amecameca
Gasolinera	av. 20 de noviembre s/n

- Talleres:

Amecameca ofrece servicios de talleres mecánicos en general, eléctrico, alineación y balanceo, vulcanizadoras, ubicadas estratégicamente en el municipio.

- Refaccionarias:

El servicio de refaccionarias se encuentra abiertas de lunes a sábado en horario diurno se encuentran principalmente a lo largo de la calle Hidalgo.

- Sanitarios:

- Claustro de lado izquierdo de la Parroquia de la Asunción.
- Plaza de la constitución s/n a un lado de laboratorios azteca.
- En el interior del mercado Juárez.

- Paradores:

Amecameca cuenta con diversos paradores turísticos en sus diferentes delegaciones donde se pueden hacer camping, o días de campo.

- Señalización:

En cuestión a la señalización de las vías de acceso, la carretera Federal No. 115 México-Cuautla sólo tiene señalamientos informativos con los nombres de las poblaciones.

**Hospitales o centros de salud:**

Ver anexo tabla 8

**Educación:**

Ver anexo tabla9

**2.6.3 Infraestructura:****Carreteras:**

Las poblaciones del municipio están conectadas en su totalidad a través de caminos asfaltados. La principal vía de comunicación de Amecameca es la carretera federal No. 115 México- Cuautla.

Tabla 10

	Longitud		Estado de Conservación	Identificación
<i>Autopista de cuatro carriles</i>	40	KM	Bueno	Medio
<i>Autopista de dos carriles</i>	50	KM	Bajo	Medio
<i>Carretera estatal pavimentada</i>	50	KM	Bajo	Regular
<i>Camino de Terracería</i>	0	KM	0	0

**Red de agua potable**

Ver anexo tabla 11

**Suministro eléctrico:**

Tabla 12

<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>		
Población beneficiada	100,230	Habitantes
No. de viviendas con medidor	23,000	Medidores
<b>Infraestructura</b>		
No. de subestaciones	1	Unidades
Capacidad Total Instalada	8,375 MW	KVA
Demanda	7,630 MW	KVA
<b>Usos</b>		
Industrial		4 %
Comercial y de servicios		30 %
Doméstico		60 %
Otros		6 %

**Comunicación:**

Tabla 13

<b>OFICINA</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>VENTANILLAS ATENCIÓN</b>	
Correo	Servicio Postal Mexicano	Calle 5 de Febrero S/N	1	SERVICIO POSTAL MEXICANO.
Telégrafo	Telecom Telegrafo	Calle 5 de Febrero S/N	3	SCT
Teléfonos	TELMEX	Ocampo S/N	2	TELMEX

## **CAPÍTULO III**

## DIAGNÓSTICO POTENCIAL TURÍSTICO DEL MUNICIPIO

A través del tiempo, el municipio de Amecameca de Juárez se ha visto involucrado en varios sucesos históricos; comenzando desde la época prehispánica, pues había asentamientos culturales que todavía se pueden visitar y pueblos que tenían una relación cultural y comercial con Tenochtitlan.

El municipio de Amecameca de Juárez ofrece diversos factores que son propicios para desarrollar un proyecto turístico y así lograr posicionarse como un sitio de interés turístico a nivel nacional, teniendo un buen manejo y aprovechamiento de los recursos que cuenta. De ahí en este capítulo se analizan y se evalúa los recursos turísticos, así como el perfil del visitante real y también la planta turística.

### 3.1 Análisis y Evaluación de la Planta Turística.

La evaluación de la planta turística de Amecameca se realizó a través de una tabla que agrupa el tipo, subtipo y las condiciones o criterios de la infraestructura, en otra la estructura o equipamiento y la superestructura, designándoles una calificación basada en una escala de calidad de los recursos. La calidad aplicada a la evaluación de la planta turística según Cárdenas (1991) corresponde a los beneficios que brinda el recurso, ya que son en algunos casos el motivo de los viajes y la razón del incremento de los visitantes, y en la planificación de proyectos la materia prima para ser utilizada o reaprovecharse.

Las tablas de evaluación de la planta turística, recopilan los datos de identificación (categoría, tipo y subtipo), los criterios generales del recurso con una evaluación dividida en la calidad del recurso y con una puntuación individual; para concluirse en un criterio de evaluación final, que suma los puntos obtenidos, para después dividirlos entre el número de elementos analizados. Obteniendo una calificación que se compara y retoma de la tabla de evaluación de la calidad.

### Puntuación de la calidad de los recursos turísticos

Tabla 14

Calidad de los recursos	Puntuación total
Descartable	De 0 a 18
Mala	De 19 a 36
Regular	De 37 a 55
Excelente	De 75 a 94
Óptima	De 95 a 100

Fuente: Cárdenas; 1991.

### Evaluación de la Infraestructura de Amecameca de Juárez

Tabla 15

CONCEPTO	CATEGORÍA		TIPO		SUBTIPO		CARACTERÍSTICAS	CALIDAD	EVALUACIÓN
Información turística estratégica	1	Transporte	1.1	Transporte	1.1.2	Red de carreteras	Carretera- federal 115 México-Cuautla	Buena	55
					1.1.3	Complementos de carretera	Refaccionarias, seguridad, talleres mecánicos y gasolineras	Buena	55
					1.1.4	Señalización de la ruta	Señalamiento de carreteras, falta mapa turístico	Regular	40
					1.1.5	Empresas de	Líneas de transporte	Regular	40

						transporte público	público con diversos ramales, bases y paradero de combis autobuses y taxis		
	2	Comunicaciones	2.1	Postales					
			2.2	Telégrafo					
			2.3	Telefónico					
Infraestructura de servicios básicos	sc	Otros		Servicios urbanos básicos		Agua, luz, limpieza, pavimentación, alumbrado público			
				Comercio		Mercados, tianguis			
				Educación					
				Salud		Consultorios clínicas y centros de salud			
						Especialidades			

## Evaluación de la Estructura de Amecameca de Juárez

Tabla 16

CONCEPTO	CATEGORÍA		TIPO		SUBTIPO		CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	CALIDAD	EVALUACIÓN
Estructura o equipamiento	1	Alojamiento	1.1	Hotelero	1.1.1	Moteles, hoteles		Servicios básicos, agua caliente, T.V. cable		
			1.2	Extra hotelero	1.2.1	Camping		Paisajes únicos y excelente ubicación		
					1.2.2	Albergues				
					1.2.3	Casa de huéspedes		Servicios básicos		
	2	Alimentación	2.1	Restaurantes						
			2.2	Cafeterías y bares						
	3	Esparcimiento	3.1	Instalaciones deportivas						
			3.2	Otros espectáculos						
			3.3	Otros centros de diversión						
	4	Otros			4.1.1	Servicios de guías		Sólo en temporada alta		
			4.2	Comercios turísticos	4.2.1	Venta de artesanías		Fines de semana en arcos del palacio		

								municipal		
			Baños					En buen estado y limpios		

### Evaluación de la Supra estructura de Amecameca de Juárez

Tabla 17

CONCEPTO	CATEGORIA	SUBTIPO	CARACTERÍSTICAS	CALIDAD	EVALUACIÓN
	S/C	Organismos de tipo estatal			
	S/C	Organismos de tipo federal			
	S/C	Organizaciones ejidales			
	S/C	Organizaciones comunales			

### Evaluación de la Planta Turística de Amecameca de Juárez

Tabla 18

CONCEPTO	PUNTUACIÓN TOTAL	CALIDAD DEL RECURSO	EVALUACIÓN
INFRAESTRUCTURA			
ESTRUCTURA (EQUIPAMIENTO)			
SUPRAESTRUCTURA			

### 3.2 Análisis y Evaluación de los Recursos.

Ver anexo tabla 19



## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

### CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Recursos naturales.	Áreas protegidas	Parques Nacionales.

#### ELEMENTOS DE EVALUACIÓN

NOMBRE: Parque Nacional Izta-Popo Zoquiapan  
REGIMEN DE PROPIEDAD: Público  
UBICACIÓN: Parte de los Estados de México, Puebla y Morelos

#### FOTO



#### DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:

Lo forman el Popocatepetl e Iztaccihuatl son parte de un mismo corredor biológico así se han conjuntado como uno solo, cuenta con una superficie de 45,097 hect. Forman parte de la provincia fisiográfica conocida como sistema o eje volcánico transversal con el volcán Popocatepetl e Iztaccihuatl que son los volcanes más altos del país



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Recursos naturales.	Montañas	Volcanes

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE: Popocatepetl  
REGIMEN DE PROPIEDAD: Público  
UBICACIÓN: Dentro del Parque Nacional Izta-Popo  
Zoquiapan y anexas.

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

Es un volcán que tiene una altura de 5842 msnm, actualmente no hay acceso por la actividad volcánica, anteriormente amplias veredas permitían al paseante caminar gozando del paisaje, el aire limpio y frio. La vegetación de los bosques se componen de pinos oyameles y zacatonos, la fauna está integrada por conejos, zorrillos, aves, tuzas, zorra gris, gato montés, coyotes y venado de cola blanca.



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Recursos naturales.	Montañas	Volcanes

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE:	<b>Iztaccihuatl</b>
REGIMEN DE PROPIEDAD:	<b>Público</b>
UBICACIÓN:	<b>Dentro del Parque Nacional Izta-Popo Zoquiapan y anexas.</b>

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

Es un volcán de 7 cráteres, es la tercera montaña más alta de México. El cráter más alto mide 5,280 msnm que representa el pecho. La silueta de la montaña que se encuentra por lo común nevada tiene la forma de una mujer recostada con el cabello extendido, hacia al lado opuesto al cuerpo. Por esta razón no sólo se le conoce como “mujer blanca” sino también como “mujer dormida”



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Museos y manifestaciones culturales	Lugares históricos	Museo.

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

**NOMBRE:** Paso de Cortés  
**REGIMEN DE PROPIEDAD:** Público  
**UBICACIÓN:** Dentro del Parque Nacional Izta-Popo Zoquiapan y anexas.

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

En este lugar hizo su última parada el conquistador Hernán Cortes antes de llegar a la Ciudad de Tenochtitlán, por tal motivo fue llamado de esta manera. Se encuentra un museo de sitio y sala audiovisual donde las personas pueden conocer más acerca de los volcanes, así como registrarse y pagar el acceso al Parque Nacional Izta-Popo Zoquiapan y anexas.



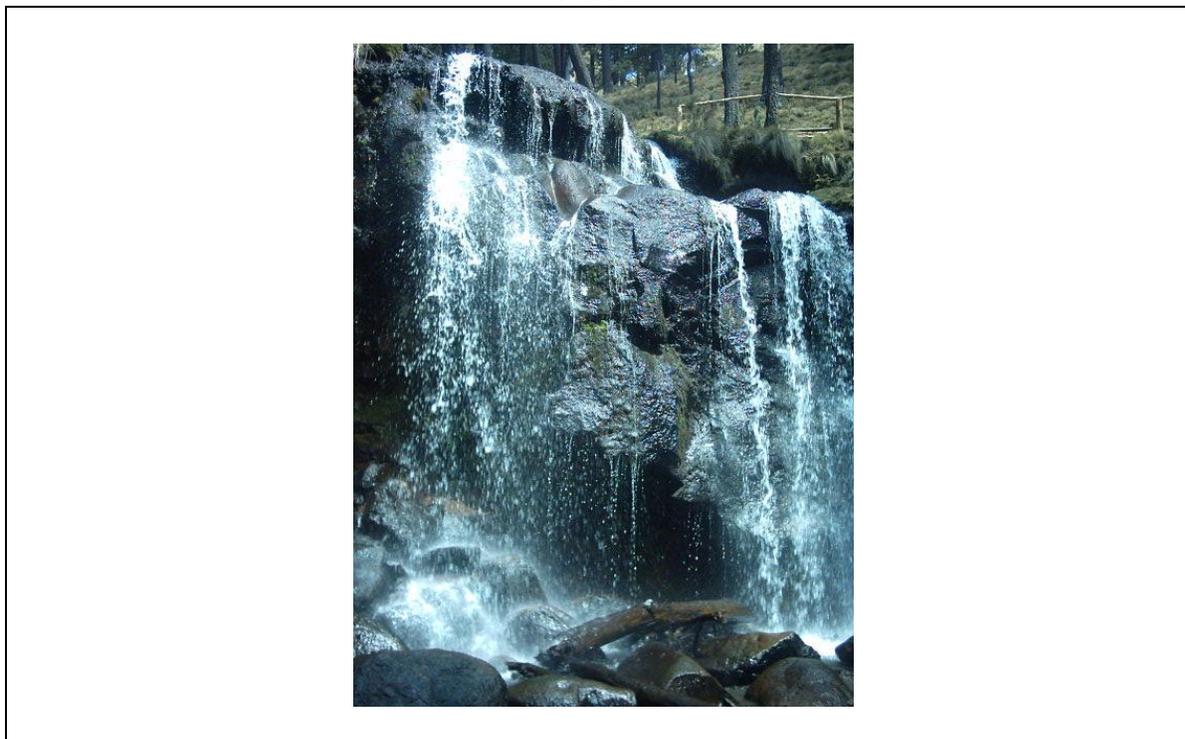
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Recursos naturales.	Caídas de agua	Cascadas.

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE: Apatlaco  
REGIMEN DE PROPIEDAD: Comunal  
UBICACIÓN: Límites del Estado de México y Puebla

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

Es una cascada de caída natural con el deshielo del Iztaccihuatl. Se puede acampar y pescar truchas ya que los comuneros de Amecameca decidieron construir cabañas y un lago artificial.



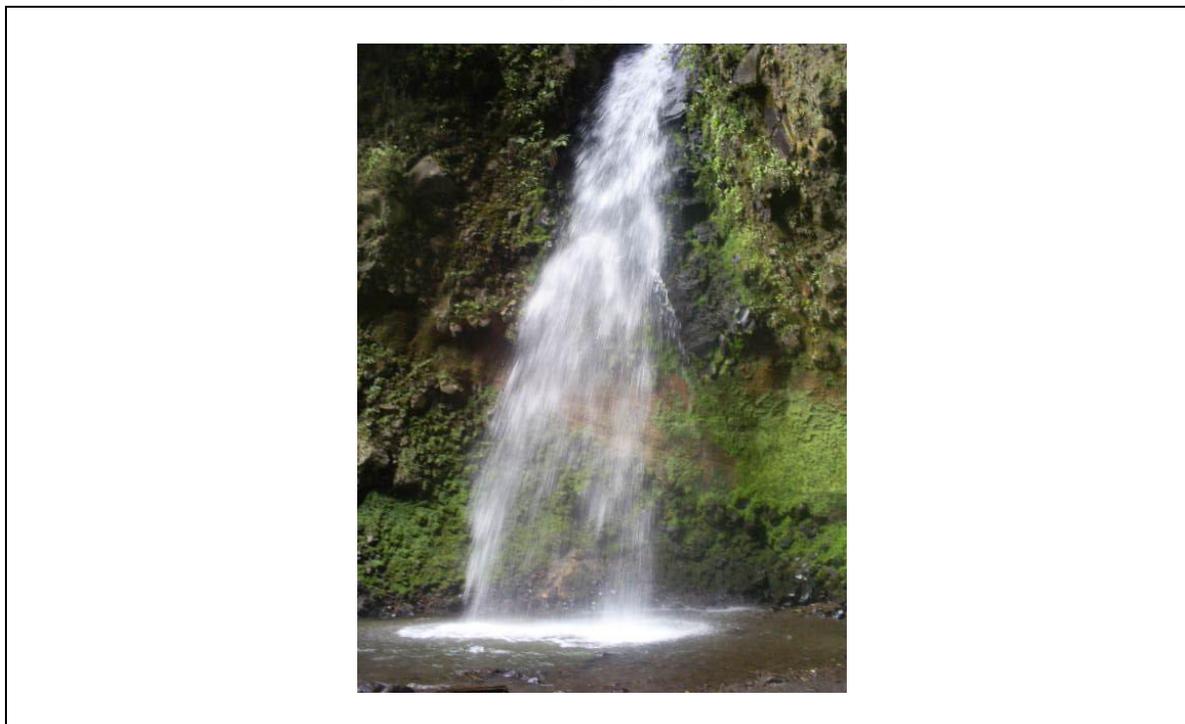
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Recursos naturales.	Caídas de agua.	Cascadas

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE: Cascada de Santiago  
REGIMEN DE PROPIEDAD: Federal  
UBICACIÓN: 5 km. de la ex hacienda de Coapexco

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

Tiene una altura de 20 mts de caída libre, así como un caudal de intensidad fuerte sobre todo en temporada de lluvias y es alimentada por el deshielo del Iztaccihuatl; está rodeada por exuberante flora y fauna propias de la región lo que genera un paisaje incomparable.



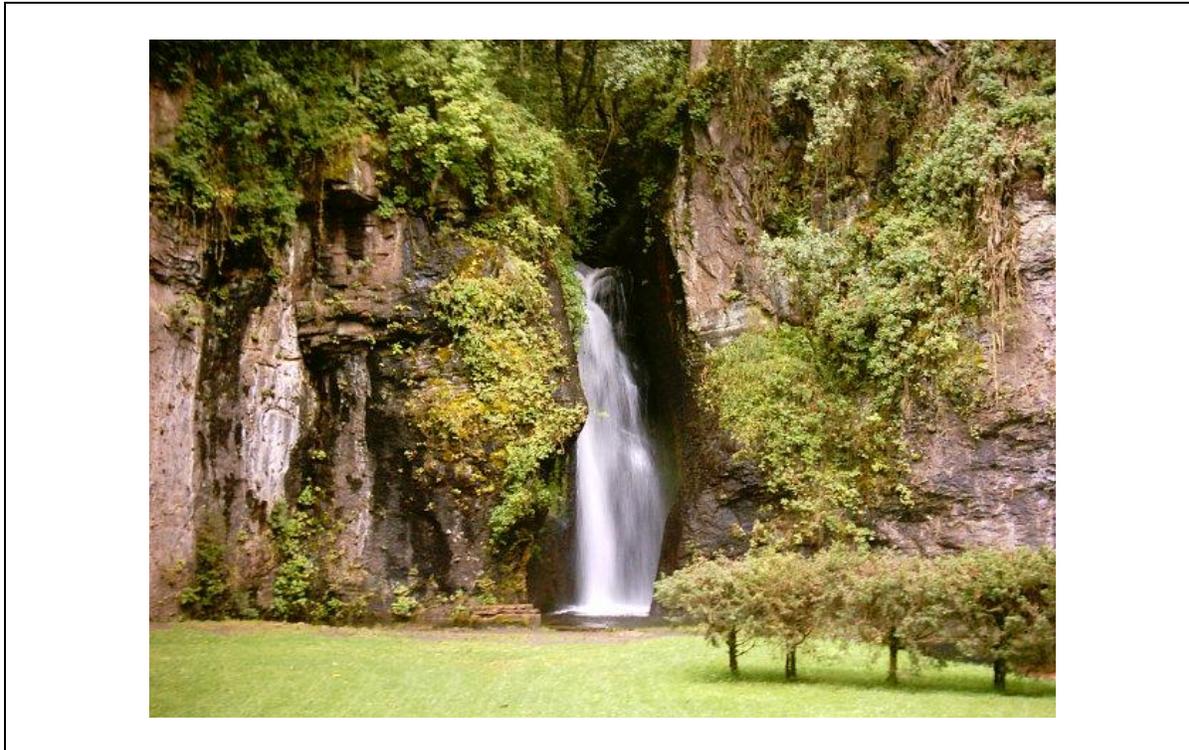
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Recursos naturales.	Caída de agua	Cascadas

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE: El salto del agua  
REGIMEN DE PROPIEDAD: Público  
UBICACIÓN: Cerca de la ex hacienda de Coapexco

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

Tiene una altura de 20 mts de caída libre, así como un caudal de intensidad fuerte sobre todo en temporada de lluvias y es alimentada por el deshielo del Iztaccihuatl; está rodeada por exuberante flora y fauna propias de la región lo que genera un paisaje incomparable. Cabe mencionar que en esta área fue instalada la primer cervecería en América Latina.



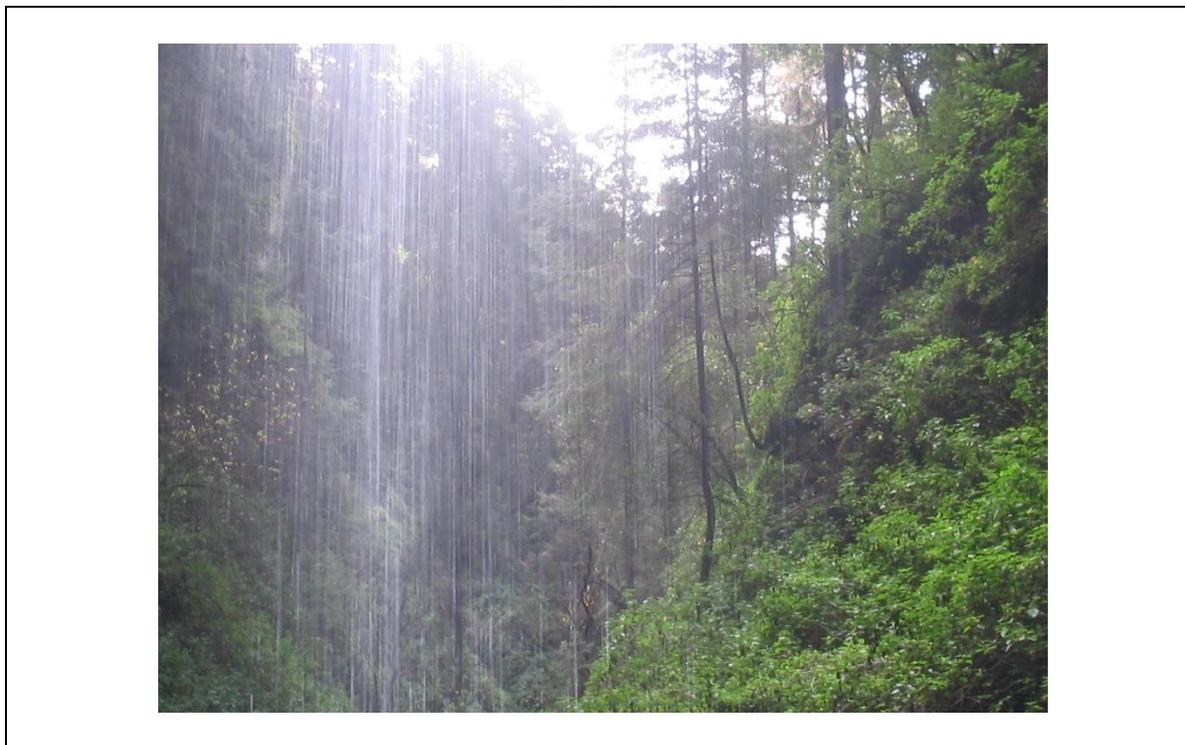
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Recursos naturales.	Caídas de agua.	Cascadas

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE:	<u>El Vivero</u>
REGIMEN DE PROPIEDAD:	<u>Comunal</u>
UBICACIÓN:	<u>En el predio llamado Amalacaxco</u>

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

Tiene una altura de 20 mts de caída libre, tiene un caudal de intensidad fuerte sobre todo en temporada de lluvias y es alimentada por el des hielo del Iztaccihuatl; está rodeada por exuberante flora y fauna propias de la región lo que genera un paisaje incomparable.



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Recursos naturales.	Lugares de observación de flora y fauna	Lugares de observación de flora y fauna

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE: Bosque de los árboles de navidad  
REGIMEN DE PROPIEDAD: Privado  
UBICACIÓN: Carretera a Tlamacas km. 9.

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

Encontrarás aquí extensos y espectaculares bosques con más de 2,500,000 árboles, plantíos de más de 450,000 árboles de Navidad y un vivero forestal Modelo



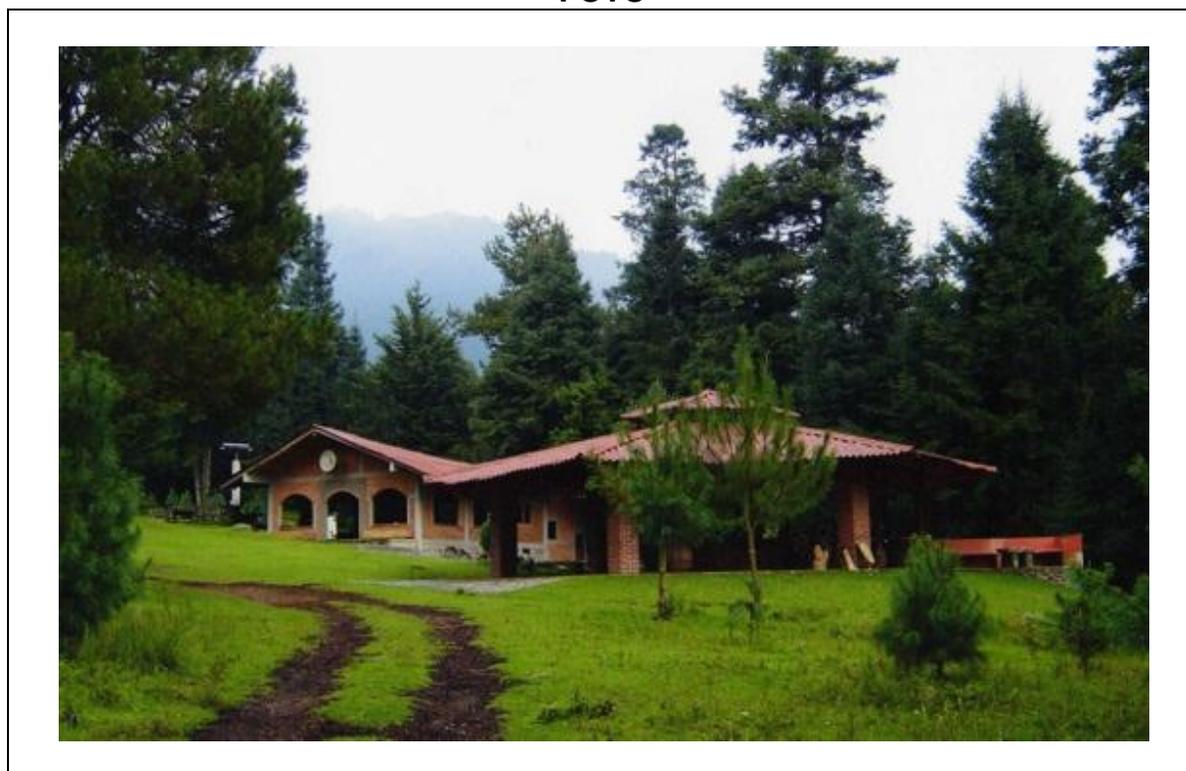
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Recursos naturales.	Áreas protegidas	Bosque de protección

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE: Unidad de Manejo Ambiental  
REGIMEN DE PROPIEDAD: Privado  
UBICACIÓN: Predio Temazcal.Tepeyhual Camino Tomacoco-Iztaccihuatl

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

En este lugar se protege y fomenta el respeto hacia la naturaleza, el cuidado de árboles, plantas y animales, como el “Venado Cola Blanca Mexicano”, “El Teporingo o Zacatucho” y la “Zorra Gris”. En la UMA TEMAXCAL, a través de su Programa de Educación Ambiental Vivencial, promueven que el visitante observe y enriquezca sus conocimientos sobre los recursos naturales, que reflexione acerca del cuidado ambiental.



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Recursos naturales.	Áreas protegidas	Bosque de protección

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE: Eco parque San Pedro  
REGIMEN DE PROPIEDAD: Privado  
UBICACIÓN: Carretera a Tlamacas km7.

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

Es un parque de recreación y de promoción de la cultura ambiental, en el cual se encuentra el segundo laberinto más grande del mundo en su tipo (de setos permanentes y 38,000 cedros plantados.). Construido sobre una extensión de 10,000 m<sup>2</sup> y una longitud de sendero de 2.3 Km. lineales. Como otra atracción sin precedente en el mundo, en este parque se encuentra un zoológico de figuras naturales elaboradas con cedro blanco, truenos y plantas de la zona, esta técnica es conocida como el Arte del "TOPIARY".



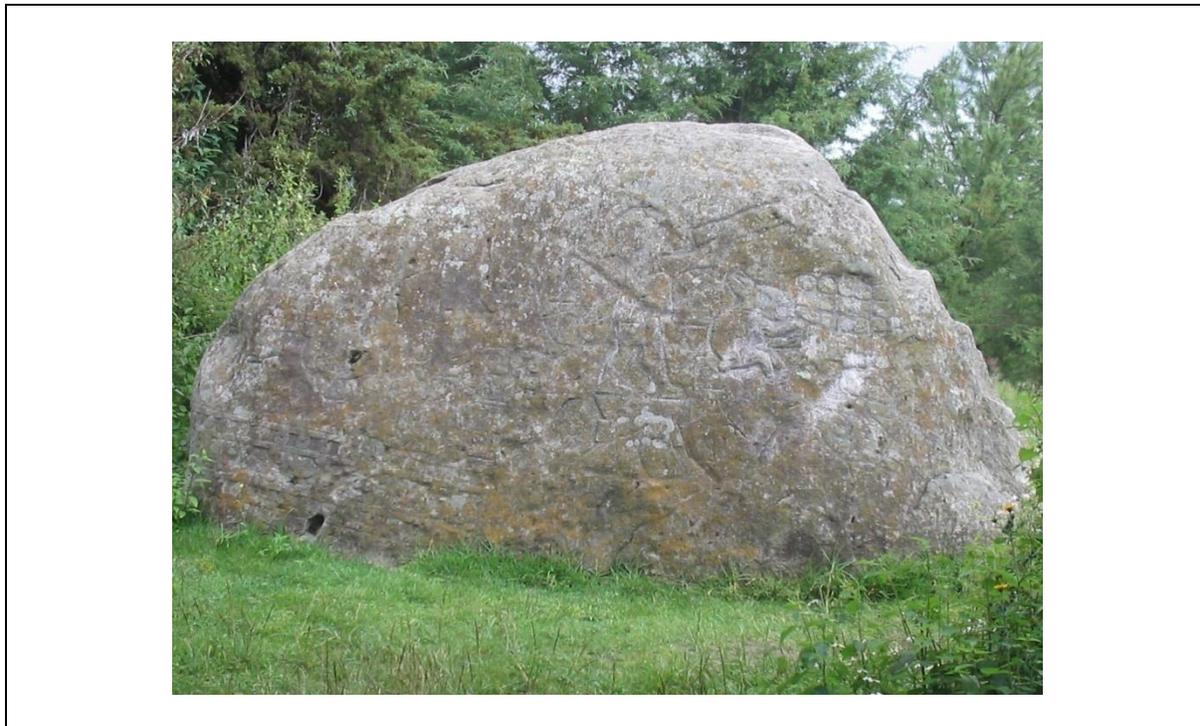
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones culturales.	Sitios arqueológicos	Geoglifos

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE:	<u>Piedra del Conejo</u>
REGIMEN DE PROPIEDAD:	<u>Publico</u>
UBICACIÓN:	<u>Camino a Tomacoco</u>

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

Fue esculpido sobre una roca de color gris rojizo, tiene 2.50 mts de alto y 3mts de circunferencia, en su lado suroeste está labrada una escalera. En el solsticio de invierno sobresale la figura de un conejo del cual salen 13 signos, además se aprecia una figura humana la cual tiene un instrumento parecido a un telescopio mirando hacia uno de los volcanes. También hay una banda que empieza en la parte inferior del lado este y termina al lado sur del monolito, esta franja registra los 13 primeros días del calendario ritual de 260 días.



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones culturales	Arquitectura	Casa de valor.

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE: La Castañeda  
REGIMEN DE PROPIEDAD: Privado  
UBICACIÓN: A fueros de la ex hacienda de Coapexco

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

La Castañeda, fue adquirida hace años y se traslado a este sitio piedra por piedra  
En este mismo sitio, se encuentra una capilla abierta junto a la cascada que da nombre al paraje y entre la capilla y el edificio de la Castañeda estas ruinas son de la primer cervecería de toda América.



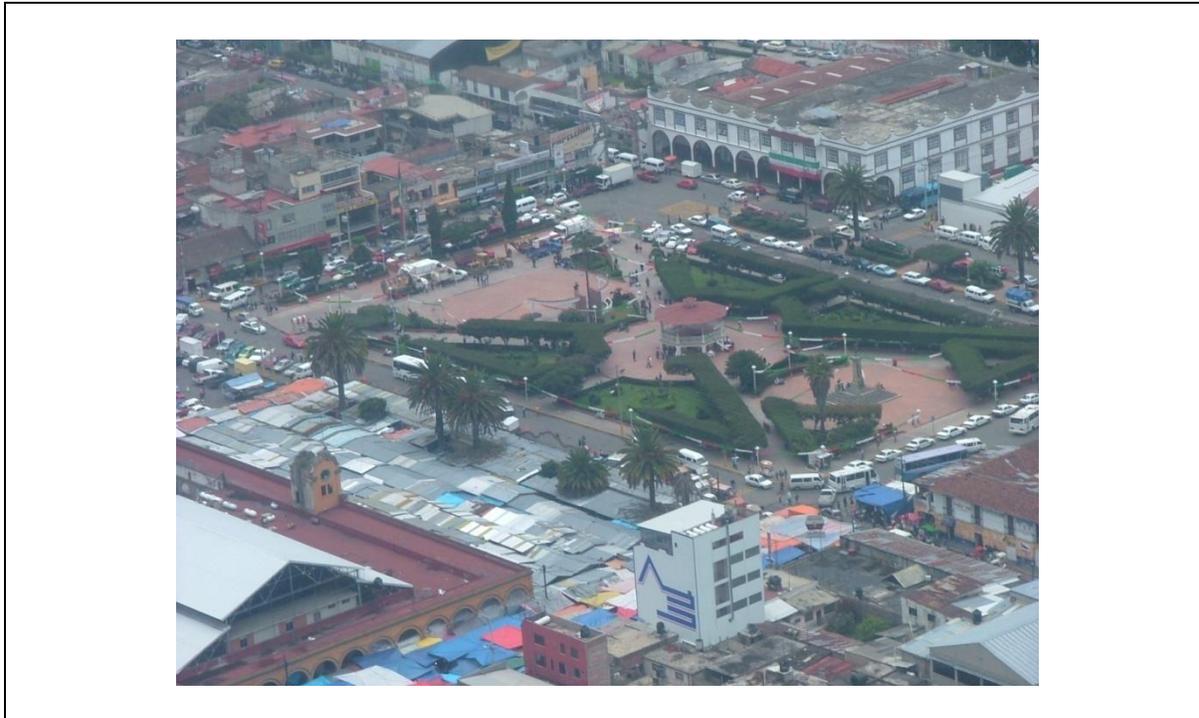
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones culturales.	Espacios urbanos.	Plaza.

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE: Plaza Principal  
REGIMEN DE PROPIEDAD: Público  
UBICACIÓN: Centro del municipio.

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

La plaza principal está equipada de un kiosco de los estilo clásico de los años 50's el cual cuenta en su parte inferior con dos pequeñas tiendas que venden dulces típicos de la región y una rokola. Cuenta con dos monumentos conmemorando a los héroes Mexicanos con decoro a Miguel Hidalgo y Benito Juárez. Uno de los mayores atractivos del jardín municipal es el aro de juego de Pelota se cree que justamente en el año 1299 se realizaba la Xochiyaotl (la guerra florida) se practicaba este juego que es típico de la cultura prehispánica.



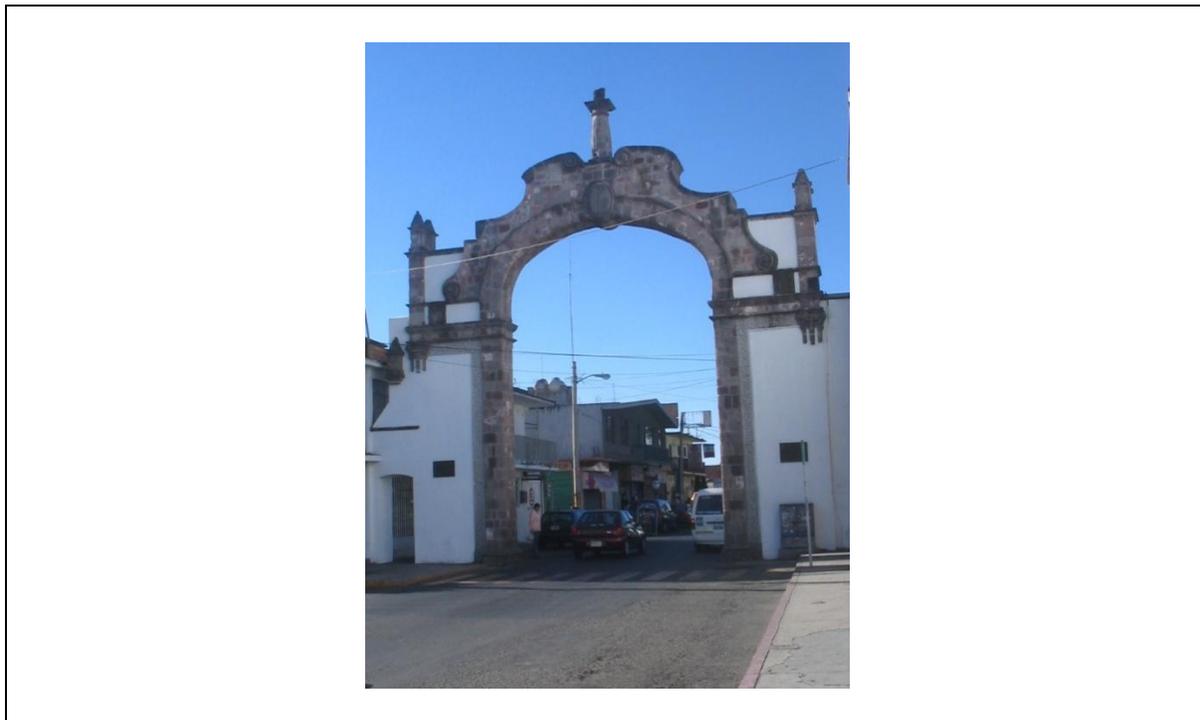
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones culturales.	Espacios urbanos.	Plaza.

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE:	<u>Arco de San Sebastián de Aparicio</u>
REGIMEN DE PROPIEDAD:	<u>Público</u>
UBICACIÓN:	<u>En el centro del municipio.</u>

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

Se construyó en el año de 1781 como lo indica el medallón que se encuentra en el centro del mismo. Simbolizaba la entrada y salida, también era del humilladero, en donde los viajeros oraban. El arco es de cantera de estilo barroco con grecas geométricas modeladas en argamasa, en lo alto se encuentra una pequeña Columna donde descansaba una estatua de San Sebastián de Aparicio, pero a raíz de un accidente en los años 70's un autobús se estrelló en una de sus bases, La mencionada imagen cayó y nunca fue repuesta.



## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

### CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Manifestaciones culturales.	Espacios urbanos.	Iglesia.

#### ELEMENTOS DE EVALUACIÓN

NOMBRE:	<u>Parroquia de la Asunción</u>
REGIMEN DE PROPIEDAD:	<u>Federal</u>
UBICACIÓN:	<u>Plaza del municipio.</u>

#### FOTO



#### DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:

Se empezó a construir en 1554 por frailes dominicos. El interior del templo se concluyó en 1680, se pueden admirar dos retablos de estilo barroco uno dedicado a San José (se localiza al costado derecho del altar mayor) y el otro al sagrado corazón (en la capilla interior) ambos retablos tienen columnas salomónicas labradas en hueco dorado. La parroquia está orientada al poniente, consta de 2 pisos y doble arquería. Contiene varios óleos y frescos expuestos en el segundo piso del claustro.



## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

### CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Manifestaciones culturales.	Espacios urbanos.	Iglesia.

#### ELEMENTOS DE EVALUACIÓN

NOMBRE:	<u>Sacromonte</u>
REGIMEN DE PROPIEDAD:	<u>Federal</u>
UBICACIÓN:	<u>Parte alta del Sacromonte.</u>

#### FOTO



#### DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:

La iglesia que se construyó en el Sacromonte, es actualmente junto con la Parroquia de la Asunción las más importantes debido al culto que ahí tiene lugar. Dentro de la iglesia destaca principalmente la urna del altar mayor que contiene la venerada imagen del Señor del Sacromonte, el altar está decorado con madera dorada en caprichosas formas.



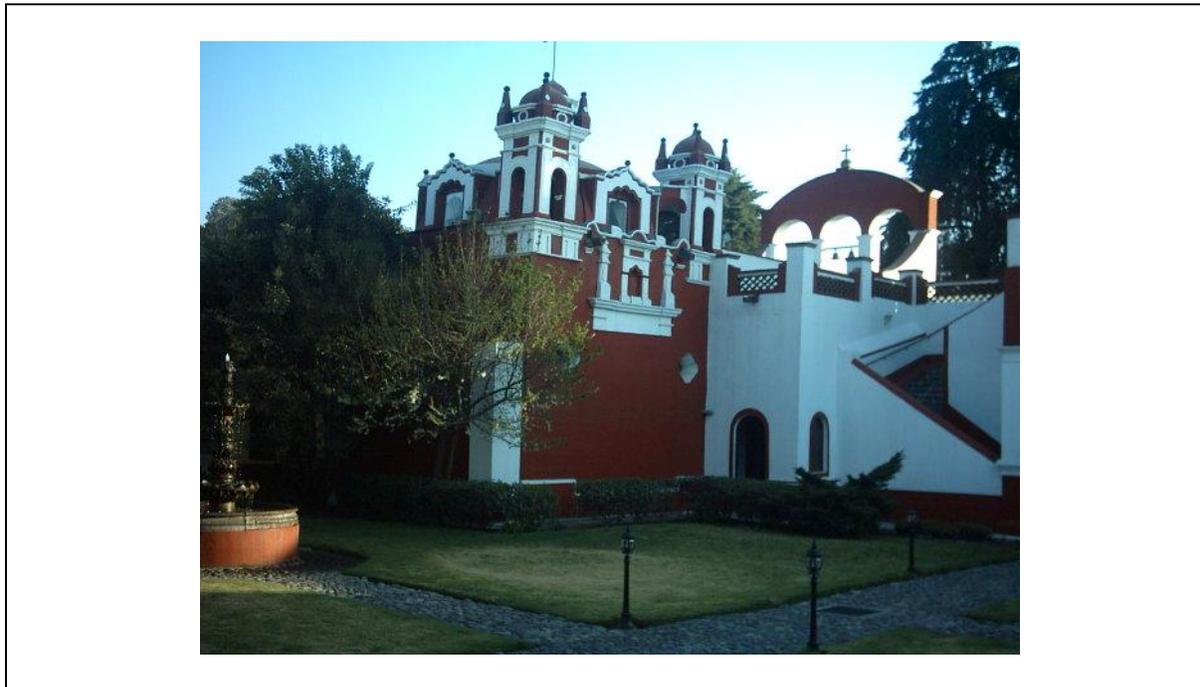
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones culturales.	Arquitectura	Hacienda

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE: Hacienda de Panoaya  
REGIMEN DE PROPIEDAD: Privado  
UBICACIÓN: En la entrada a Amecameca

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

Juana Inés, vivió en la Hacienda Panoaya de los 3 a los 8 años de edad (1651 a 1656). Aquí aprendió a leer, a escondidas, en la biblioteca de su abuelo quien arrendaba la Hacienda. En las habitaciones, pasillos y capilla de la Hacienda (con imaginación) se puede sentir la presencia de esa niña quien llegaría a ser la mujer más significativa de su época, Sor Juana Inés de la Cruz.



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Folclore	Ferias y mercados	Ferias

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE: Carnaval  
 REGIMEN DE PROPIEDAD: Público  
 UBICACIÓN: C.Cuahutemoc, Fco. Sarabia y plaza principal

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

El carnaval es una la fiesta popular que se celebra en lugares de tradición Católica. El carnaval es una celebración anual, alegre, que se realiza durante los tres días que preceden al Miércoles de Ceniza y, por lo tanto, a la Cuaresma. La palabra procede de la expresión latina carnem levare, 'quitar la carne, aludiendo a la prohibición de comer carne los cuarenta días cuaresmales, durante los cuales no debe consumirse ni carne ni grasa animal. El término Carnes tolendas proviene del latín "dominica ante carnes tollendas" (el domingo antes de quitar las carnes).



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Acontecimientos programados	Eventos	Otros

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE:	<u>DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER A LA CONQUISTA DE LA IZTACCÍHUATL</u>
REGIMEN DE PROPIEDAD:	<u>PÚBLICO</u>
UBICACIÓN:	<u>Iztaccihuatl</u>

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

En el mes de abril las agrupaciones de rescate: Gavilanes; Emergencia A.C.; Cruz Roja; Asociación de Excursionismo del Estado de México; Halcones de Chalma; Búsqueda y Salvamento; Protección Civil y Bomberos del municipio de Amecameca, Estado de México, en coordinación con el Parque Nacional, organizaron este evento con el objetivo de promover entre las mujeres la actividad alpina.



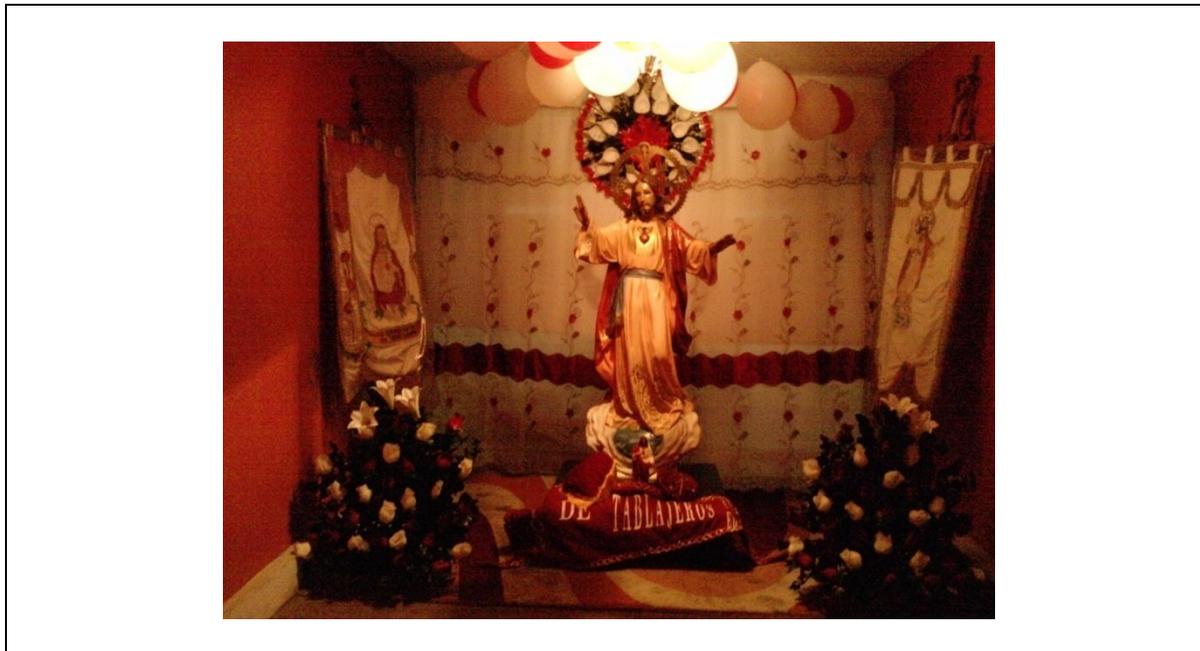
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Acontecimientos programados	Eventos	Otros

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE:	<u>Gremios</u>
REGIMEN DE PROPIEDAD:	<u>Público</u>
UBICACIÓN:	<u>Plaza Principal</u>

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

Año tras año en el mes de julio todas las personas que se dedican al mismo giro se reúnen para llevar a cabo una misa así dando gracias al sagrado corazón de Jesús por todas las ventas del año que paso. La festividad empieza en la mañana con mañanitas a la imagen, terminando la Misa se da de desayunar a los acompañantes cada año visita la imagen a Diferentes de personas integrantes del gremio, después recorren las calles del Municipio terminando con fuegos pirotécnicos en la plaza principal.



## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

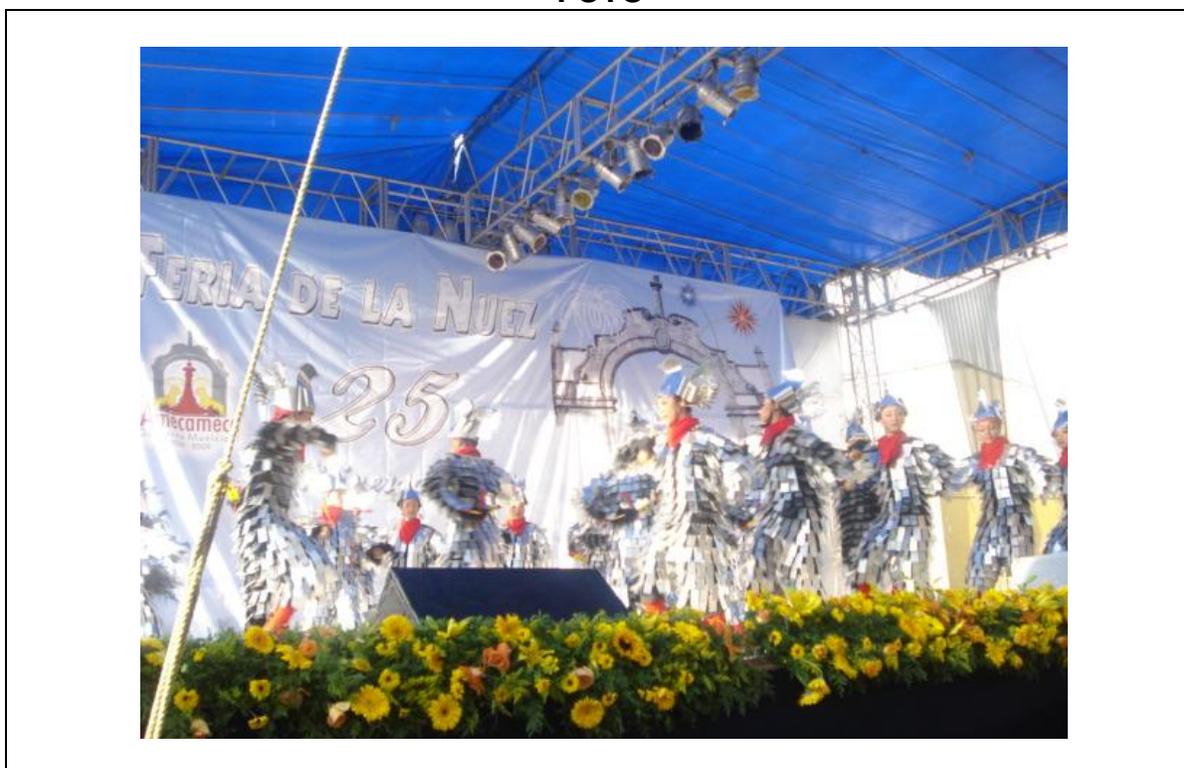
### CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Folclore	Ferias y mercados	Ferias

#### ELEMENTOS DE EVALUACIÓN

NOMBRE:	<u>Feria de la Nuez</u>
REGIMEN DE PROPIEDAD:	<u>Público</u>
UBICACIÓN:	<u>Plaza principal</u>

#### FOTO



#### DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:

Año con año, durante el mes de agosto, se celebra esta importante feria regional con propósito de comercializar la nuez de castilla. Lo singular de la feria son chiles en nogada, pollo a la nuez, mixiotes de conejo preparados con nuez y conejo al pastor, mientras disfruta de las variadas actividades culturales, deportivas y artísticas, se pueden consumir, dulces y licores, elaborados con la Nuez como ingrediente principal.



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Acontecimientos programados	Eventos	Otros

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE:	<u>Fuego simbólico</u>
REGIMEN DE PROPIEDAD:	<u>Público</u>
UBICACIÓN:	<u>Parque nacional Izta-popo</u>

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

El 15 de Septiembre la organización se coordinó entre los grupos de rescate, con el Socorro Alpino de México (SAM) al frente, así como con el personal del Parque Nacional y Protección Civil estatal coordinan que los alpinistas suban al Iztaccihuatl y enciendan el fuego simbólico para después regresar al municipio En carrera de relevos hasta el monumento a Hidalgo que se localiza en la plaza Municipal antes del tradicional grito.



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Acontecimientos programados	Eventos	Otros

**ELEMENTOS DE EVALUACIÓN**

NOMBRE:	<u>Confraternidad</u>
REGIMEN DE PROPIEDAD:	<u>Público</u>
UBICACIÓN:	<u>Parque Nacional Izta-Popo</u>

**FOTO**



**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:**

La Confraternidad es un evento que se originó durante de la Segunda Guerra Mundial y el objetivo era traer un ambiente de paz mundial subiendo la bandera de cada país e intercambiarlo en la cumbre. En un principio fueron los diferentes clubes de México quienes participaron pero con el paso del tiempo han participando montañistas de diferentes países que están de paso en México o llegan sólo para participar en la Confraternidad. El evento se realiza el fin de semana más próximo al 12 de octubre, el “Día de la Raza” en América Latina.

### 3.3 PERFIL DEL VISITANTE REAL.

Ver anexo 21

### 3.4 ENCUESTAS A LOS POBLADORES CON RESPECTO A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO COMO DESTINO TURISTICO.

Ver anexo 22

### 3.5 FORTALEZAS, DEBILIDADES, AMENAZAS Y OPORTUNIDADES EN EL MUNICIPIO DE AMECAMECA DE JUÁREZ.

El desarrollo de un análisis FODA, sirvió de marco de referencia para conocer la situación interna y externa de la zona. En este sentido, se identificará a través de la información obtenida del área objeto de estudio los principales puntos fuertes y débiles, y se determinarán a través de la información externa las amenazas y oportunidades existentes en el entorno.

#### 3.5.1 FORTALEZAS:

- Amplia variedad de recursos naturales, volcanes, ríos, caídas de agua, etc.
- Espléndidos reservas naturales.
- La amabilidad y hospitalidad de las personas.
- Atractivos culturales.
- Artesanía variada.
- Un hotel de lujo con vista a los volcanes.
- Suficientes servicios de transporte público.
- Suficiente suministro eléctrico.
- Gran variedad de turistas que vienen atraídos por la naturaleza.
- Buena vialidad de acceso de los visitantes al municipio.

### 3.5.2 DEBILIDADES.

- Deterioro y abandono de los edificios históricos.
- Pocos hoteles y con pocas habitaciones.
- Personal poco capacitado.
- Inseguridad pública.
- Necesidades de mejorar los accesos a las áreas naturales.
- Bajo nivel de satisfacción del turista.

### 3.5.3 AMENAZAS.

- Viajes breves sin pernocta.
- Mayor exigencia en la conservación del medio ambiente.
- Turista con bajo nivel de gasto.
- Escaso apoyo a los pequeños empresarios.
- Bajo presupuesto municipal para inversionistas en turismo.

### 3.5.4 OPORTUNIDADES.

- Viajes de aventura.
- Buscar contacto con la naturaleza.
- Aumenta la demanda por servicios turísticos.
- Expansión del turismo.
- Favorecer al ecoturismo.
- Existen espacios naturales vírgenes.
- Apertura a las inversiones turísticas.

## CAPÍTULO IV

## **PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE PUBLICIDAD PARA EL MUNICIPIO DE AMECAMECA DE JUÁREZ.**

El propósito de este capítulo es presentar un plan estratégico de publicidad para el Municipio de Amecameca de Juárez Estado de México el cual presenta a los visitantes una alternativa para satisfacer sus necesidades de ocio durante su tiempo libre al visitar dicho municipio, ya que pueden divertirse, recrearse, convivir con la familia y/o amigos conociendo los diferentes atractivos del municipio.

En este capítulo se dan a conocer los resultados del análisis FODA rescatando las fortalezas y oportunidades de los atractivos culturales y naturales del municipio de Amecameca de Juárez Estado de México los cuales serán considerados para la estructuración del plan estratégico de publicidad.

### **4.1 Resumen Ejecutivo.**

Hoy en día el país se enfrenta a una constante transformación social, bajo la cual los municipios tienen que proponer estrategias innovadoras que satisfagan a los turistas.

La mercadotecnia es una herramienta que permite conocer con oportunidad la condición general del mercado que se desea promover y su intención es despertar el interés de la persona y como consecuencia incentivar la visita a un determinado atractivo turístico.

Por lo tanto el plan estratégico de publicidad, es un documento que establece acciones y se constituye sobre los puntos de la mezcla de la mercadotecnia (producto, precio, plaza y promoción), sobre la que se detecta cuáles son sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, para así fijar los objetivos que dan la precisión para construir las estrategias y tácticas adecuadas, que ayuden a obtener los beneficios deseados.

El plan estratégico de publicidad requiere de la aplicación de estrategias que promuevan la afluencia de turistas a los atractivos en función del incremento de los ingresos de la población.

#### **4.2 Situación actual de la Mercadotecnia.**

El diagnóstico del municipio de Amecameca de Juárez, se realizó sobre la mezcla de mercadotecnia (producto, plaza, precio y promoción), las cuales se estudian con base al análisis FODA. y a la información e interpretación obtenida, la que se presenta en los siguientes cuadros.

Tabla 23

<b>PRODUCTO</b>		
<b>FODA</b>	<b>Mayor</b>	<b>Menor</b>
<b>Fortalezas</b>	Amplia variedad de recursos naturales.	Realización de bailes públicos.
	Artesanía variada.	Fiestas patronales de delegaciones.
	Suficiente servicio de transporte.	Presentación de alumnos de bellas artes.
	Recursos culturales.	Realización de jaripeos en los barrios.
<b>Debilidades</b>	Deterioro y abandono de los edificios históricos.	Inseguridad ciudadana.
	Pocos hoteles y de baja capacidad.	
<b>Oportunidades</b>	Viajes de aventura.	Expansión del turismo.
	Aumento de demanda turística.	
	Existen espacios naturales aún vírgenes.	
	Apertura de la inversión turística.	
<b>Amenazas</b>	Estancias breves.	Turista con bajo nivel de gasto.
	Exigencia en la conservación del medio ambiente.	
	Bajo presupuesto municipal para inversionistas en turismo.	

Tabla 25

<b>PLAZA</b>		
<b>FODA</b>	<b>Mayor</b>	<b>Menor</b>
<b>Fortalezas</b>	El municipio de Amecameca de Juárez es un importante atractivo a nivel regional.	La existencia de atractivos culturales.
<b>Debilidades</b>	Insuficientes servicios nocturnos de esparcimiento o distracción.	No hay señalamiento para los atractivos que existen en el municipio.
<b>Oportunidades</b>	Encontrar a los atractivos culturales y naturales en buenas condiciones.	Cercanía del municipio al D.F.
	Existen diversas vías de acceso.	
<b>Amenazas</b>	Extorciones policiacas contra personas que no son originarias del municipio.	Falta de depósitos de basura.

Tabla 26

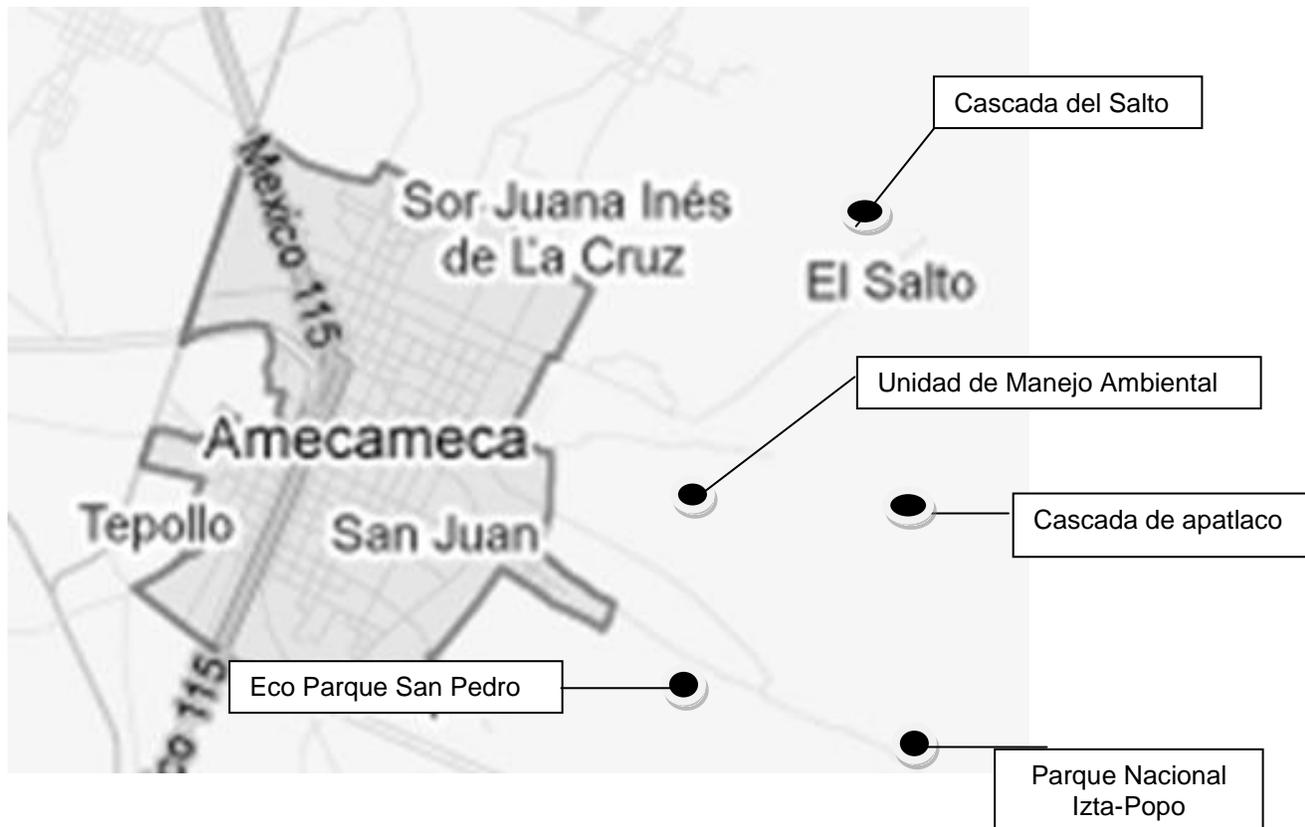
<b>PRECIO</b>		
<b>FODA</b>	<b>Mayor</b>	<b>Menor</b>
<b>Fortalezas</b>	Precios accesibles y estables en cuanto a transporte público.	
<b>Debilidades</b>		En algunos lugares de comida ofrecen sus productos a precios elevados.
<b>Oportunidades</b>	Los atractivos naturales no tienen costo de acceso.	
<b>Amenazas</b>		Los visitantes no conocen el acceso a los atractivos naturales.

Tabla 27

<b>PROMOCIÓN</b>		
<b>FODA</b>	<b>Mayor</b>	<b>Menor</b>
<b>Fortalezas</b>	El municipio de Amecameca de Juárez es conocido por la recomendación de persona a parientes.	
<b>Debilidades</b>	El municipio de Amecameca de Juárez no cuenta con publicidad.	
<b>Oportunidades</b>	El municipio de Amecameca de Juárez es visitado por personas que ya habían ido con su familia o amigos.	
<b>Amenazas</b>	Falta de información de atractivos turísticos así como de trípticos o dípticos.	

Después de realizar el análisis FODA de todos los atractivos de Amecameca, se eligieron los atractivos que cuentan con las características factibles de ser promocionados y son los que a continuación se muestran:

Atractivos turísticos naturales.



1. Parque Nacional Izta-Popo Zoquiapan:
2. Unidad de Manejo Ambiental Temaxcal.
3. Eco-Parque San Pedro.
4. Cascada **El Vivero** ubicada en el área de bienes comunales.
5. Cascada **Chalma** ubicada en la Delegación de Chalma.
6. Cascada **Apatlaco** ubicada a 17 km. A la carretera a Tlamacas en área de bienes comunales.

### Parque Nacional Izta-Popo Zoquiapan



El Parque Nacional Izta-Popo, Zoquiapan es indispensable para la generación de servicios ambientales en beneficio de la región más densamente poblada de México: hacia el poniente se encuentran la ciudad de México y el valle de Chalco; hacia el oriente las ciudades de Puebla, Atlixco, Izúcar de Matamoros y Texmelucan; y hacia el sur las ciudades de Cuernavaca, Cuautla y Yauatepec.

Se ubica en los límites de los estados de México, Puebla y Morelos a 13 kilómetros de la cabecera municipal de Amecameca de Juárez.

### Unidad de Manejo Ambiental Temaxcal



En este lugar se protege y fomenta el respeto hacia la naturaleza, el cuidado de árboles, plantas y animales, como el “Venado Cola Blanca Mexicano”, “El Teporingo o Zacatucho” y la “Zorra Gris”. En la UMA TEMAXCAL, a través de su Programa de Educación Ambiental Vivencial, promueven que el visitante observe y enriquezca sus conocimientos sobre los recursos naturales, que reflexione acerca del cuidado ambiental.

Se ubica en el área de Tomacoco a 3 km. de la cabecera municipal.

### Eco-Parque San Pedro



Es un parque de recreación y de promoción de la cultura ambiental, en el cual se encuentra el segundo laberinto más grande del mundo en su tipo (de setos permanentes y 38,000 cedros plantados.). Construido sobre una extensión de 10, 000 m2 y una longitud de sendero de 2.3 Km. lineales. Como otra atracción sin precedente en el mundo, en este parque se encuentra un zoológico de figuras naturales elaboradas con cedro blanco, truenos y plantas de la zona, esta técnica es conocida como el Arte del "TOPIARY".

Se ubica a 6 kilómetros de la cabecera sobre la carretera Amecameca Tlamacas.

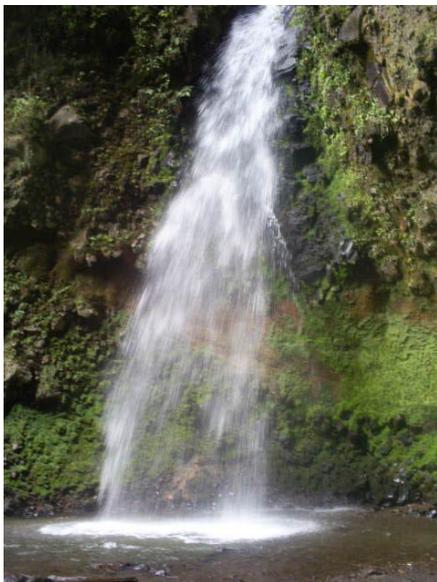
### Cascada **El Vivero** ubicada en el área de bienes comunales



Tiene una altura de 20 mts. de caída libre, tiene un caudal de intensidad fuerte sobre todo en temporada de lluvias y es alimentada por el deshielo del Iztaccihuatl; está rodeada por exuberante flora y fauna propias de la región lo que genera un paisaje incomparable.

Se ubica en los parajes denominado Amalacaxco, en el kilometro 9 se toma una desviación hacia la izquierda y se toma un camino de terracería, lleva directamente a la cascada.

### Cascada **Santiago** ubicada en la Delegación de Santiago



Tiene una altura de 20 mts. de caída libre, tiene un caudal de intensidad fuerte sobre todo en temporada de lluvias y es alimentada por el deshielo del Iztaccihuatl; está rodeada por exuberante flora y fauna propias de la región lo que genera un paisaje incomparable.

Se ubica en la delegación de Santiago Cuahutenco a 6 kilómetros de la cabecera Municipal llegando al centro de la delegación se toma la calle Hidalgo que termina en camino de terracería, lleva directamente a la cascada.

### Cascada **Apatlaco**



Es una cascada de caída natural con el deshielo del Iztaccihuatl.

Se puede acampar y pescar truchas ya que los comuneros de Amecameca están haciendo un lago artificial con truchas y cabañas.

Se ubica en el predio denominado Apatlaco, llegando a paso de cortes, camino de terracería del centro recorrerás aproximadamente 2 kilómetros.

## Promoción de atractivos turísticos culturales



1. Plaza principal.
2. Arco de San Sebastián de Aparicio.
3. Iglesia de la Asunción.
4. Iglesia del Señor de Sacromonte.
5. Carnaval.
6. Gremios.
7. Feria de la Nuez.

### Plaza principal



Está equipada con un kiosco de estilo clásico de los años 50`s el cual cuenta en su parte inferior con dos pequeñas tiendas que venden dulces típicos de la región y una rokola la cual por las tardes es el centro de reunión de los jóvenes de la zona y en el cual se reúnen a escuchar música. Goza de dos monumentos conmemorando a los héroes Mexicanos con decoro a Miguel Hidalgo y Benito Juárez. Uno de los mayores atractivos del jardín municipal es el aro de juego de pelota, se cree que justamente en el año 1299 se realizaba la Xochiyaotl (la guerra florida) se practicaba este juego que es típico de la cultura prehispánica.

Tomando la carretera federal No. 115 llegas al poblado y tomas la av. 20 de Noviembre esta te lleva al centro del municipio.

### Arco de San Sebastián de Aparicio



Se construyó en el año de 1781 como lo indica el medallón que se encuentra en el centro del mismo. Simbolizaba la entrada y salida de la Villa, también era del humilladero, en donde los viajeros oraban. El arco es de cantera de estilo barroco con grecas geométricas modeladas en argamasa, en lo alto se encuentra una pequeña columna donde descansaba una estatua de San Sebastián de Aparicio, pero a raíz de un accidente en los años 70`s donde un autobús se estrelló en una de sus columnas bases, la mencionada imagen se cayó y nunca fue repuesta.

Tomando la carretera federal No. 115 llegas al poblado al sureste de la plaza principal se encuentra el arco de San Sebastián de Aparicio.

### Iglesia de la Asunción



Se empezó a construir en 1554 por frailes dominicos. El interior del templo se concluyó en 1680, se pueden admirar dos retablos de estilo barroco uno dedicado a San José (se localiza al costado derecho del altar mayor) y el otro al sagrado corazón (en la capilla interior) ambos retablos tienen columnas salomónicas labradas en hueco dorado. La parroquia está orientada al poniente, consta de 2 pisos y doble arquería. Contiene varios óleos y frescos expuestos en el segundo piso del claustro. El que se destaca es el óleo de Echave Orio llamado "El ángel de la Asunción".

Tomando la carretera federal No. 115 llegas al oeste de la plaza principal se encuentra la iglesia de la Asunción.

### Carnaval



El carnaval es una la fiesta popular que se celebra en lugares de tradición cristiana. El carnaval es una celebración anual, alegre, que se realiza durante los tres días que preceden al Miércoles de Ceniza y, por lo tanto, a la Cuaresma. La palabra procede de la expresión latina *carne[m] levare*, 'quitar la carne', aludiendo a la prohibición de comer carne los cuarenta días cuaresmales, durante los cuales no debe consumirse ni carne ni grasa animal. El término Carnestolendas proviene del latín "dominica ante carnes tollendas" (el domingo antes de quitar las carnes). Según el calendario religioso, el período de "Carnaval" inicia el 6 de enero, día de la Epifanía (fecha que marca el final de las fiestas de Navidad), y continúa hasta el Miércoles de Ceniza.

Se realiza en las faldas del cerro del Sacromonte así como en la plaza principal.

### Iglesia del Señor de Sacromonte



Se construyó en el cerro del Sacromonte, dentro de la iglesia destaca principalmente la urna del altar mayor que contiene la venerada imagen del Señor del Sacromonte, el altar está decorado con madera dorada en caprichosas formas.

Al este de la plaza principal vas a encontrar el Sacromonte en la cima se encuentra la iglesia del Sr. del Sacromonte.

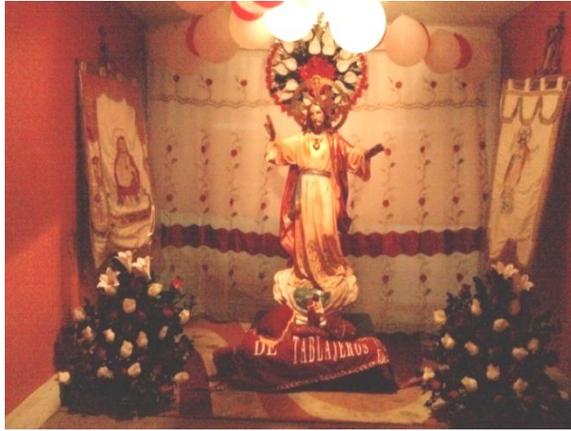
### Piedra del conejo



La única zona arqueológica registrada en Amecameca, se ubica 6 kilómetros al oriente de la cabecera municipal; se llama "piedra del conejo" o "monumento solsticial de Tomacoco". Fue esculpido sobre una roca de color gris rojizo, tiene 2.50 mts. de alto y 3 mts. de circunferencia, en su lado suroeste está labrada una escalera. En el solsticio de invierno sobresale la figura de un conejo del cual salen 13 signos, además se aprecia una figura humana la cual tiene un instrumento parecido a un telescopio mirando hacia uno de los volcanes. También hay una banda que empieza en la parte inferior del lado este y termina al lado sur del monolito, esta franja registra los 13 primeros días del calendario ritual de 260 días.

Se ubica 6 kilómetros al oriente de la cabecera municipal, en el área de Tomacoco.

### Gremios



Año tras año en el mes de junio todos los comerciantes que se dedican al mismo giro de venta se reúnen para llevar a cabo una misa así dando gracias al sagrado corazón de Jesús por todas las ventas del año que pasó. La festividad empieza en la mañana con mañanitas a la imagen, terminando la Misa se da de desayunar a los acompañantes cada año visita la imagen del Sagrado Corazón de Jesús, a Diferentes de personas integrantes del gremio, después recorren las calles del Municipio terminando con fuegos pirotécnicos en la plaza principal.

Se realizan en la plaza principal así como en la parroquia de la Asunción.

### Feria de la Nuez



Año con año, durante el mes de agosto, se celebra esta importante feria regional con propósito de comercializar la nuez de castilla. Lo singular de la feria son chiles en nogada, pollo a la nuez, mixiotes de conejo preparados con nuez y conejo al pastor, mientras disfruta de las variadas actividades culturales, deportivas y artísticas, se pueden consumir, dulces y licores, elaborados con la nuez como ingrediente principal.

Se realiza en la plaza principal del municipio ubicado en la cabecera municipal.

### La mujer montañista



En el mes de abril las agrupaciones de rescate: Gavilanes; Emergencia A.C.; Cruz Roja; Asociación de Excursionismo del Estado de México; Halcones de Chalma; Búsqueda y Salvamento; Protección Civil y Bomberos del municipio de Amecameca, Estado de México, en coordinación con el Parque Nacional, organizaron este evento con el objetivo de promover entre las mujeres la actividad alpina.

Se realiza en el Iztacihuatl llegando a Tlamacas se toma el camino de terracería que lleva a la joya y de ahí se empieza el ascenso.

### Confraternidad



La Confraternidad es un evento que se originó en tiempo de la Segunda Guerra Mundial y el objetivo era traer un ambiente de paz mundial subiendo la bandera de cada país e intercambiarlo en la cumbre. En un principio fueron los diferentes clubes de México quienes participaron pero con el paso del tiempo han participado montañistas de diferentes países que están de paso en México o llegan solo a la Confraternidad. El evento se realiza el fin de semana más próximo al 12 de octubre, el "Día de la Raza" en América Latina.

Se realiza en el Iztacihuatl llegando a Tlamacas se toma el camino de terracería que lleva a la joya y de ahí se empieza el ascenso.

Fuego simbólico	
	<p>El 15 de Septiembre la organización se coordinó entre los grupos de rescate, con el Socorro Alpino de México (SAM) al frente, así como con el personal del Parque Nacional y Protección Civil estatal coordinan que los alpinistas suban al Iztaccihuatl y enciendan el fuego simbólico para después regresen al municipio. En carrera de relevos hasta el monumento a Hidalgo que se localiza en la plaza Municipal antes del tradicional grito.</p>
<p>Se realiza en el Iztaccihuatl llegando a Tlamacas se toma el camino de terracería que lleva a la joya y de ahí se empieza el ascenso.</p>	

Objetivos, estrategias y programas de acción.

Una vez realizada la clasificación, se procedió al desarrollo de los objetivos, estrategias y tácticas del plan estratégico de publicidad, las cuales establecen las acciones que ayudan al cumplimiento del objetivo general, que se enuncia a continuación.

Objetivo general

Incrementar el nivel de publicidad de los atractivos naturales y culturales que fueron seleccionados derivados de los resultados del análisis FODA en el Municipio de Amecameca de Juárez, con la finalidad de aumentar el flujo de turistas, durante la temporada baja.

## **Estrategia de Mercadotecnia**

- Crecimiento del mercado existente, debido a que el segmento no ha sido trabajado hasta ahora, se pretende introducir el plan estratégico de publicidad para aprovechar de manera favorable el destino seleccionado.
- Diversificación hacia nuevos servicios usando los atractivos seleccionados ya existentes.
- Incrementar el comercio de la localidad que se encuentra en el área de los atractivos seleccionados, de tal manera que se pueda diversificar la economía y la calidad de vida de la población.
- Incorporar a los pobladores locales en el plan estratégico de publicidad para que presten sus servicios en los respectivos atractivos de la comunidad y así beneficiarse de la derrama económica del turismo.
- Establecer convenios con el gobierno municipal, estatal y nacional para que fomenten la actividad turística en el municipio de Amecameca de Juárez, Estado de México.

## **Programación de Acción**

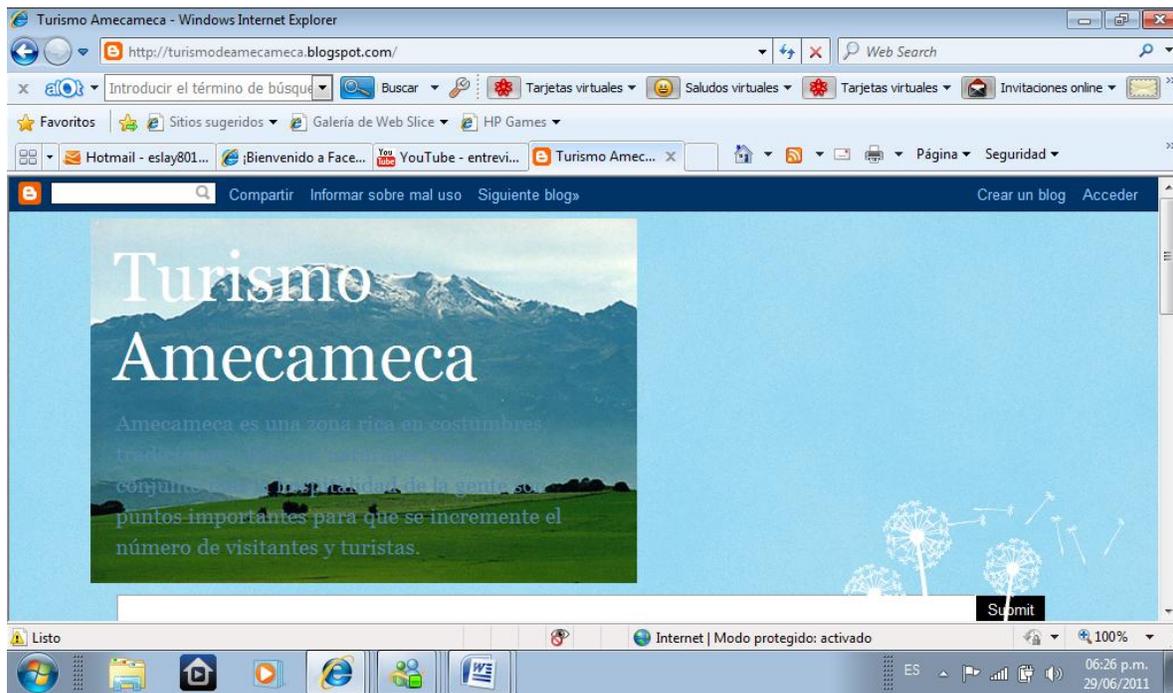
Para desarrollar los canales de distribución e incrementar la afluencia de visitantes, es necesario llegar a los puntos de venta como son: agencias de viajes y medios publicitarios estratégicos, de los cuales se utilizarán:

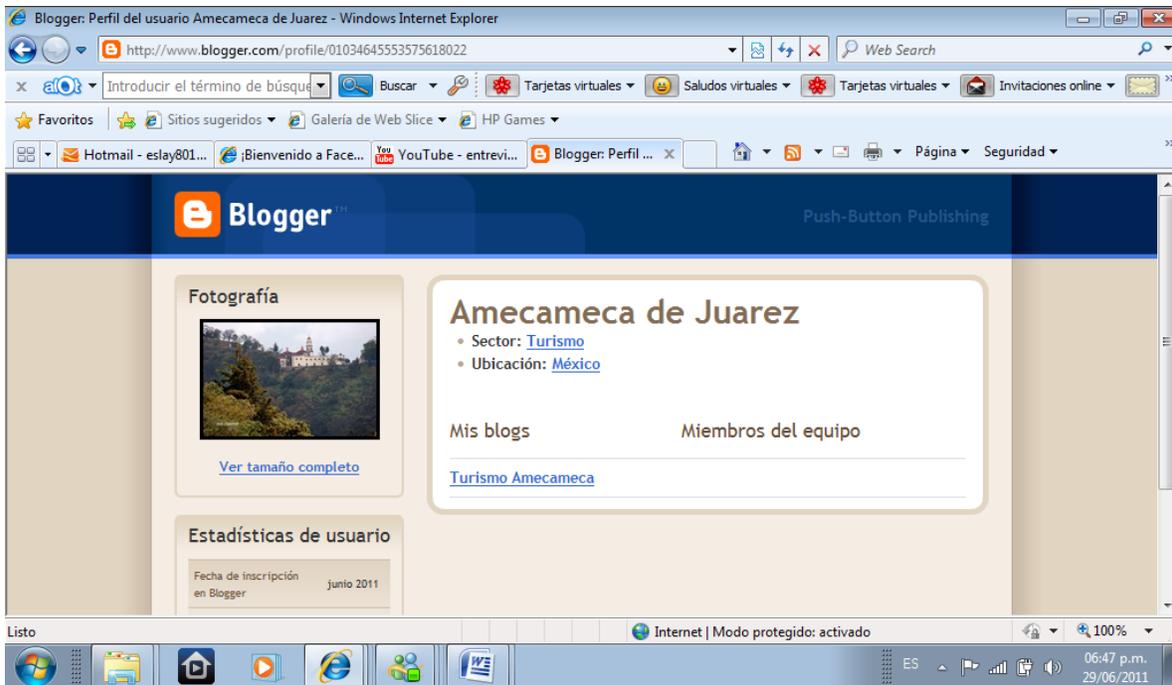
- Uso de internet, enviando la publicidad y la página de los atractivos para que se conozcan en la comunidad local y mundial, mediante una red social y mantenerla actualizada.

- Diseñar una revista donde se promuevan los atractivos.
- Difusión en T.V. Mexiquense y radio Mexiquense considerando que la publicidad es gratuita para los municipios del Estado.
- Capsulas informativas en radio, de los atractivos naturales y culturales en el programa VOZ-UAEM, que se transmite en el 1610 de AM.

La primera estrategia de publicidad, considerando el fenómeno globalizador que impacta en el mundo, se penso en el uso de las Tecnologías de la información y la comunicación, por lo que se utilizará internet para hacer promoción de los atractivos turísticos mediante una página de blog [www.turismodeamecameca.blogspot.com](http://www.turismodeamecameca.blogspot.com) y la red social facebook, para dar información de los destinos y actividades que se pueden realizar en cada sitio.

[www.turismodeamecameca.blogspot.com](http://www.turismodeamecameca.blogspot.com)





## Elaborar una revista donde se promuevan los atractivos

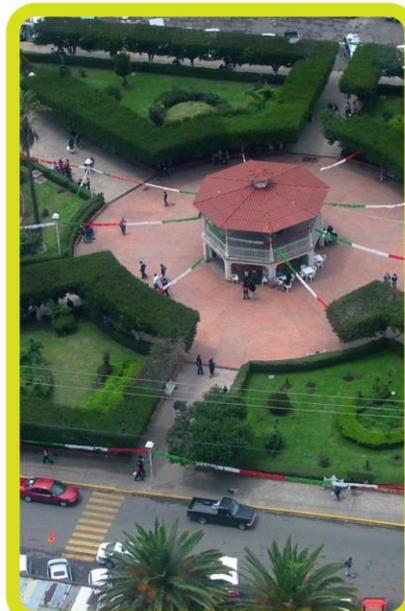
La revista impresa tiene un impacto fundamental en la población local pues da a conocer la riqueza del patrimonio del municipio. Esta revista también se publicará en la página del blog y la página de la red social, así tendrá un alcance internacional ya que el uso del internet es a nivel mundial.





# AMECAMECA

"PUEBLO CON ENCANTO"



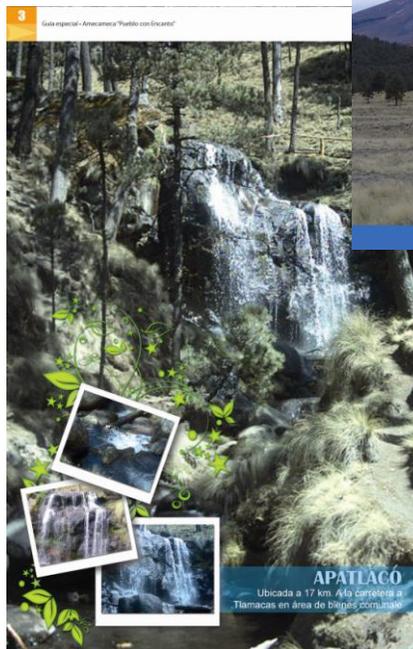
## CONTENIDO

3	PARQUE NACIONAL IZTA-POPO ZOQUIAPAN
7	UNIDAD DE MANEJO AMBIENTAL TEMAXCAL
10	<b>ECO-PARQUE SAN PEDRO</b>
13	CUATRO CAÍDAS DE AGUA NATURALES
<b>18</b>	<b>PLAZA PRINCIPAL</b>
21	ARCO DE SAN SEBASTIÁN DE APARICIO
<b>23</b>	<b>IGLESIA DE LA ASUNCIÓN</b>

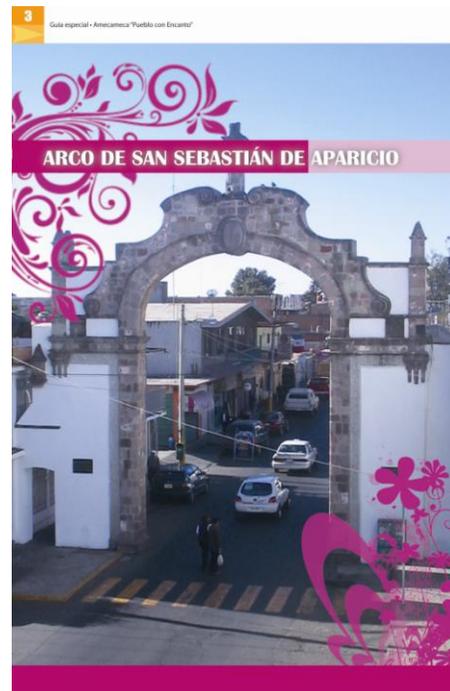
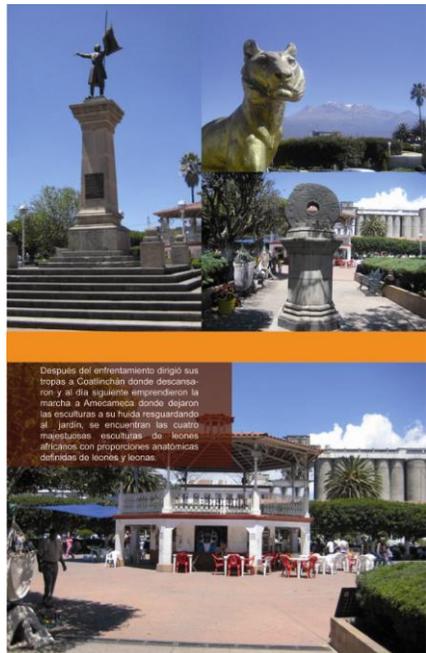
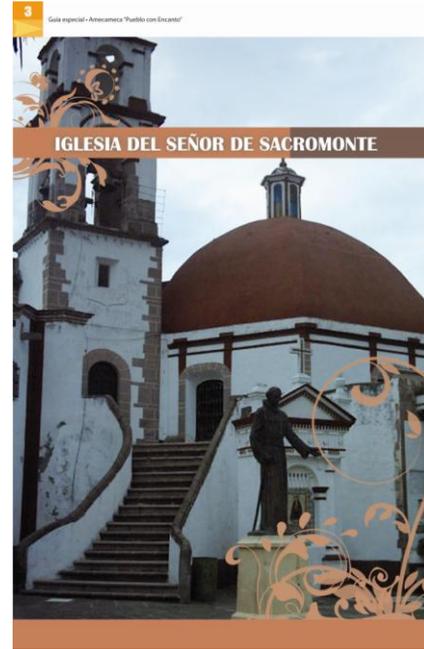
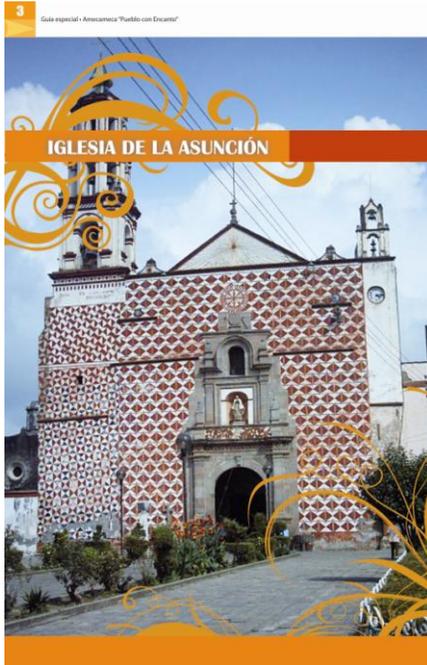
IGLESIA DEL SEÑOR DE SACROMONTE	26
<b>PIEDRA DEL CONEJO</b>	<b>29</b>
LAS FIESTAS DE AMECAMECA	30
HACIENDA DE PANOAYA	<b>33</b>



# Atractivos naturales



## Atractivos culturales



**Difusión en T.V. Mexiquense y radio Mexiquense considerando que la publicidad es gratuita para los municipios del Estado.**



**Capsulas informativas en radio de los atractivos naturales y culturales en el programa VOZ-UAEM, que se transmite en el 1610 de AM.**

Amecameca el escenario donde a mediados del siglo XVII vivió su infancia la Décima musa, Sor Juana Inés de la Cruz y es depositarios de excelso arte sacro virreinal, desde viejos claustros Dominicanos hasta ornamentadísimos retablos barrocos. Aquí se encuentra una pequeña joya arquitectónica convertida hoy en museo, vivió Sor Juana Inés de la Cruz entre 1651 y 1656. Junto al lugar se encuentra el parque de los venados acariciables, hay un corral donde se pueden acariciar y dar de comer a venados, chivos, borregos.

### **Parque Nacional Izta-Popo Zoquiapan**

El Parque Nacional Izta-Popo, Zoquiapan es indispensable para la generación de servicios ambientales en beneficio de la región más densamente poblada de México: hacia el poniente se encuentran la ciudad de México y el valle de Chalco; hacia el oriente las ciudades de Puebla, Atlixco, Izúcar de Matamoros y Texmelucan; y hacia el sur las ciudades de Cuernavaca, Cuautla y Yautepec.

### **Unidad de Manejo Ambiental Temaxcal**

En este lugar se protege y fomenta el respeto hacia la naturaleza, el cuidado de árboles, plantas y animales, como el “Venado Cola Blanca Mexicano”, “El

Teporingo o Zacatuche” y la “Zorra Gris”. En la UMA TEMAXCAL, a través de su Programa de Educación Ambiental Vivencial, promueven que el visitante observe y enriquezca sus conocimientos sobre los recursos naturales, que reflexione acerca del cuidado ambiental.

### **Eco-Parque San Pedro**

Es un parque de recreación y de promoción de la cultura ambiental, en el cual se encuentra el segundo laberinto más grande del mundo en su tipo (de setos permanentes y 38,000 cedros plantados.). Construido sobre una extensión de 10,000 m<sup>2</sup> y una longitud de sendero de 2.3 Km. lineales. Como otra atracción sin precedente en el mundo, en este parque se encuentra un zoológico de figuras naturales elaboradas con cedro blanco, truenos y plantas de la zona, esta técnica es conocida como el Arte del “TOPIARY”.

### **Cascada el Vivero, ubicada en el área de bienes comunales.**

Tiene una altura de 20 mts. de caída libre, tiene un caudal de intensidad fuerte sobre todo en temporada de lluvias y es alimentada por el deshielo del Iztaccihuatl; está rodeada por exuberante flora y fauna propias de la región lo que genera un paisaje incomparable.

### **Cascada Santiago ubicada en la Delegación de Santiago.**

Tiene una altura de 20 mts. de caída libre, tiene un caudal de intensidad fuerte sobre todo en temporada de lluvias y es alimentada por el deshielo del Iztaccihuatl; está rodeada por exuberante flora y fauna propias de la región lo que genera un paisaje incomparable.

### **Cascada Apatlaco.**

Es una cascada de caída natural con el deshielo del Iztaccihuatl.

Se puede acampar y pescar truchas ya que los comuneros de Amecameca están haciendo un lago artificial con truchas y cabañas.

### **Plaza principal**

Está equipada con un kiosco de estilo clásico de los años 50`s el cual cuenta en su parte inferior con dos pequeñas tiendas que venden dulces típicos de la región y una rokola la cual por las tardes es el centro de reunión de los jóvenes de la zona y en el cual se reúnen a escuchar música. Goza de dos monumentos conmemorando a los héroes Mexicanos con decoro a Miguel Hidalgo y Benito Juárez. Uno de los mayores atractivos del jardín municipal es el aro de juego de pelota, se cree que justamente en el año 1299 se realizaba la Xochiyaotl (la guerra florida) se practicaba este juego que es típico de la cultura prehispánica.

### **Arco de San Sebastián de Aparicio**

Se construyó en el año de 1781 como lo indica el medallón que se encuentra en el centro del mismo. Simbolizaba la entrada y salida de la Villa, también era del humilladero, en donde los viajeros oraban. El arco es de cantera de estilo barroco con grecas geométricas modeladas en argamasa, en lo alto se encuentra una pequeña columna donde descansaba una estatua de San Sebastián de Aparicio, pero a raíz de un accidente en los años 70`s donde un autobús se estrelló en una de sus columnas bases, la mencionada imagen se cayó y nunca fue repuesta.

### **Iglesia de la Asunción**

Se empezó a construir en 1554 por frailes dominicos. El interior del templo se concluyó en 1680, se pueden admirar dos retablos de estilo barroco uno dedicado a San José (se localiza al costado derecho del altar mayor) y el otro al sagrado corazón (en la capilla interior) ambos retablos tienen columnas salomónicas labradas en hueco dorado. La parroquia está orientada al poniente, consta de 2 pisos y doble arquería. Contiene varios óleos y frescos expuestos en el segundo piso del claustro. El que se destaca es el óleo de Echave Orio llamado “El ángel de la Asunción”.

### **Carnaval de Amecameca.**

El carnaval es una la fiesta popular que se celebra en lugares de tradición cristiana. El carnaval es una celebración anual, alegre, que se realiza durante los tres días que preceden al Miércoles de Ceniza y, por lo tanto, a la Cuaresma. La palabra procede de la expresión latina *carnem levare*, 'quitar la carne', aludiendo a la prohibición de comer carne los cuarenta días cuaresmales, durante los cuales no debe consumirse ni carne ni grasa animal. El término Carnestolendas proviene del latín "dominica ante carnes tollendas" (el domingo antes de quitar las carnes). Según el calendario religioso, el período de "Carnaval" inicia el 6 de enero, día de la Epifanía (fecha que marca el final de las fiestas de Navidad), y continúa hasta el Miércoles de Ceniza.

### **Piedra del conejo**

La única zona arqueológica registrada en Amecameca, se ubica 6 kilómetros al oriente de la cabecera municipal; se llama "piedra del conejo" o "monumento solsticial de Tomacoco". Fue esculpido sobre una roca de color gris rojizo, tiene 2.50 mts. de alto y 3 mts. de circunferencia, en su lado suroeste está labrada una escalera. En el solsticio de invierno sobresale la figura de un conejo del cual salen 13 signos, además se aprecia una figura humana la cual tiene un instrumento parecido a un telescopio mirando hacia uno de los volcanes. También hay una banda que empieza en la parte inferior del lado este y termina al lado sur del monolito, esta franja registra los 13 primeros días del calendario ritual de 260 días.

### **Gremios**

Año tras año en el mes de junio todos los comerciantes que se dedican al mismo giro de venta se reúnen para llevar a cabo una misa así dando gracias al sagrado corazón de Jesús por todas las ventas del año que pasó. La festividad empieza en la mañana con mañanitas a la imagen, terminando la Misa se da de desayunar a los acompañantes cada año visita la imagen del Sagrado Corazón de Jesús, a Diferentes de personas integrantes del gremio, después recorren las calles del Municipio terminando con fuegos pirotécnicos en la plaza principal.

### **Feria de la Nuez**

Año con año, durante el mes de agosto, se celebra esta importante feria regional con propósito de comercializar la nuez de castilla. Lo singular de la feria son chiles en nogada, pollo a la nuez, mixiotes de conejo preparados con nuez y conejo al pastor, mientras disfruta de las variadas actividades culturales, deportivas y artísticas, se pueden consumir, dulces y licores, elaborados con la nuez como ingrediente principal.

### **La mujer montañista**

En el mes de abril las agrupaciones de rescate: Gavilanes; Emergencia A.C.; Cruz Roja; Asociación de Excursionismo del Estado de México; Halcones de Chalma; Búsqueda y Salvamento; Protección Civil y Bomberos del municipio de Amecameca, Estado de México, en coordinación con el Parque Nacional, organizaron este evento con el objetivo de promover entre las mujeres la actividad alpina.

### **Confraternidad**

La Confraternidad es un evento que se originó en tiempo de la Segunda Guerra Mundial y el objetivo era traer un ambiente de paz mundial subiendo la bandera de cada país e intercambiarlo en la cumbre. En un principio fueron los diferentes clubes de México quienes participaron pero con el paso del tiempo han participado montañistas de diferentes países que están de paso en México o llegan solo a la Confraternidad. El evento se realiza el fin de semana más próximo al 12 de octubre, el “Día de la Raza” en América Latina.

### **Fuego simbólico**

El 15 de Septiembre la organización se coordinó entre los grupos de rescate, con el Socorro Alpino de México (SAM) al frente, así como con el personal del Parque Nacional y Protección Civil estatal coordinan que los alpinistas suban al Iztaccihuatl y enciendan el fuego simbólico para después regresen al municipio En

carrera de relevos hasta el monumento a Hidalgo que se localiza en la plaza Municipal antes del tradicional grito.

## Conclusiones

A continuación se presentan las conclusiones después de haber realizado la investigación:

- El municipio de Amecameca de Juárez no ha implementado un plan de mercadotecnia que le permita incrementar la afluencia de turistas durante el año.
- El haber realizado el análisis FODA permitió cumplir el objetivo general de la presente tesis, ya que nos permitió conocer las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades para poder elaborar el plan estratégico de mercadotecnia para el municipio de Amecameca de Juárez.
- El municipio de Amecameca de Juárez se ha posicionando simplemente por referencia y no precisamente por acciones de promoción.
- En el plano competitivo, el municipio de Amecameca de Juárez cuenta con distintos atractivos para satisfacer las necesidades de los turistas, sin embargo no ha implementado estrategias de publicidad para incrementar la afluencia.
- Se conoció la demanda turística, determinando los motivos de arribo del visitante al lugar, mediante las encuestas se obtuvo como resultado que se visitaron a parientes, amigos y además también disfrutaron de las bellezas naturales y culturales, en general:
- Se conoció la infraestructura y equipamiento del municipio de Amecameca de Juárez.
- Amecameca de Juárez es un atractivo apto para ser visitado, pues posee diversos atractivos tanto naturales como culturales.
- La aplicación del plan de mercadotecnia para el municipio de Amecameca de Juárez tendrá como consecuencia el aumento del nivel promocional que

posee en la actualidad y un incremento de la demanda del destino por parte de turistas potenciales de la región así como nacionales o extranjeros.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza Miguel Ángel. *Administración del turismo conceptualización y organización*: Trillas, 1991.
- Arroyo Parrilla Rafael E. *Plan Rector de Producción y Conservación (PRPC) Microcuenca "Rio Amecameca 2005"*, H. Ayuntamiento de Amecameca Méx.
- **BANDO MUNICIPAL DE POLICÍA Y BUEN GOBIERNO**, en Gaceta Municipal. Órgano de difusión, publicación 14, 5 de febrero, Amecameca de Juárez, 2009.
- Ceballos Lascurain Héctor. *Ecoturismo y desarrollo sostenible*: Diana, 1998.
- Chimalpain, cuauhtlehunitzin. *Relaciones originales Chalco-Amaquemecan paleografía y Glosa de Silvia Rendón*, Editorial Fondo de Cultura Económica, México 1965.
- Cortés, Hernán, *Cartas y relaciones al emperador Carlos V*, Editores Unidos Mexicanos, México, 1988.
- De La Torre, Oscar. *El turismo fenómeno social*: Fondo de cultura económica, 1994.
- Fischer De La Vega Laura. *Mercadotecnia*. México, Mc Graw Hill, 2001.
- Garza Mercado Ario, *Manual de Técnicas de Investigación: 3ª impresión*, México 2002.
- HernandezSampieri Roberto, FERNANDEZ Collado Carlos, BAPTISTA Lucio Pilar, *Metodología de la investigación*; 3ª ed. Mc Graw Hill, México 2003.
- J. Stanton William, J. ETZEL Michael, J. WALKER Bruce. *Fundamentos de Marketing*: 11ª ed. Mc Graw Hill, 2000.
- Kotler Philip, LANE Keller Kevin. *Dirección de Marketing*: 11ª ed. Pearson Educación, México 2006.
- Lemoine, Villacaña Ernesto. *Vista, conragación y mapa de Amecameca en 1599, en boletín del Archivo General de la Nación, t II núm.1, sección gobierno*. A.G.N., México, 1961.

- Lorea, Chávez Margarita. *Murmullos de antiguos muros*. Instituto Mexiquense de Cultura, México, 1994.
- M. Pride William, O. C. Ferrel. *Marketing conceptos y estrategia: 9ª ed.*, McGraw Hill, 1996.
- Monografía Municipal, Horacio Alejandro López López, 1999 Instituto Mexiquense de Cultura.
- O.C. Ferrel, D. Hartline Michael, H. Lucas George. *Estrategia de Marketing: 2ª ed. Thomson Learning*, México 2002.
- Organización Mundial De Turismo. *Introducción al turismo: 1ª ed.* Madrid España. 1998.
- Parsons, Jeffry R. *patrones de asentamiento prehispánico en la región Texcocana*. INAH, México, 1982.
- SEP; Enciclopedia de México Tomo I; Ciudad de México 1987, José Rogelio Alva.
- <http://caminandoportexcoco.blogspot.com/2010/05/san-miguel-coatlinchan-y-sus-siglos-de.html>
- <http://iztapopo.conanp.gob.mx/importanciadelparque.php>
- <http://www.encarnaval.com/>
- <http://www.haciendapanoaya.com/index.html>

## **ANEXOS**

Tabla 8

NOMBRE	DIRECCIÓN	CONSULTORIOS	
"Rural Amecameca"	Zaragoza esq. Morelos s/n	8	ISEM
"Rural de San Pedro Nexapa"			ISEM
"Rural de Zoyatzingo"			ISEM
UMF No. 73	AV. Cuauhtémoc	3	IMSS
ISSSTE		2	ISSSTE
Clinica Regional Amecameca ISSEMYN		5	ISSEMYN
"Hospital General"			ISEM

Tabla 9

	ESCUELA	DIRECCIÓN	Supervisión
Preprimaria	"Maestro Antonio Caso"	Plaza de los Constituyentes No 1	Supervisión
	"Eva Samano de López Mateos"	Adolfo López Mateos No 87	
	"Anexa a la Normal de Educadoras"	Carretera a Tlamacas	
	"Republica Dominicana"	Francisco Sarabia No 1	
	"Calmecac"	Campo Florido s/n	
	"Arcadio Pagaza"	La Rosa esq. Castillo	
	"José Castellón Velasco"	Av. Abasolo No 1	Particular
	"Agustín Melgar"	La Rosa esq. Cuauhtemoc	
	"Colegio Juana de Asbaje y Ramírez de Santillana"	San Francisco No 83	Particular
	"Liceo Canadiense"	Av. 20 de Noviembre	Particular
	"Instituto Cumbres"	Calle Cruz Verde s/n	Particular
	"Colegio Humbolt"	Av. Chapultepec	Particular
	"Jean Piaget"	Coronel Silvestre López	Particular
	"Makarencó"	Abasolo esq. Arista	Particular
	"Nuevo Horizonte (CENDI)"	Ocampo esq. Soledad	
	"Nezahualcoyotl"	Progreso entre Xicotencatl y el Castillo	
	"Mexiquense"	Cruz Verde No 2	
	"Centro Escolar"	Xicotencatl No 58	Particular

	México”		
	“Fray Martín de Valencia”	Plaza de la Constitución No 4 Santiago Cuauhtenco	
	“Juana de Asbaje y Ramírez”	Calle México s/n San Diego Huehuecalco	Particular
	“Miguel Hidalgo”	Plaza Delegacional de San Antonio Zoyatzingo	
	“Josué Mirlo”	Santa Isabel Chalma	
	”Adolfo López Mateos”	Plaza Delegacional Santa Isabel Chalma	
	“Laura Méndez de Cuenca”	Calle Laura Méndez de Cuenca San Francisco Zentlalpan	
	“Leona Vicario”	Calle Independencia No 5 San Pedro Nexapa	
	“Rosaura Zapata”	Calle Tebanco s/n San Pedro Nexapa	
Primaria	“Escuela primaria oficial Vasco de Quiroga”	Popocatepetl No. 90 Amecameca	
	“Niños Héroes”	Calle de la Rosa s/n	Particular
	“Maestro Antonio Caso”	Plaza de los Constituyentes No. 1	
	“Gregorio Torres Quintero”	Independencia No. 86	
	“Laura Méndez de Cuenca”	Arista esq. Atenogenes Santa María	
	“Juana de Asbaje y Ramírez de Santillana”	San Francisco No. 83	Particular
	“Vasco de Quiroga”	Popocatepetl s/n	
	“José Castellón Velasco”	Abasolo No. 1	Particular
	“Colegio Humbolt”	Chapultepec s/n	Particular
	“Liceo Canadiense”	20 de Noviembre s/n	Particular
	“Centro Escolar México”	Xicotencatl No. 52	Particular
	“Instituto Cumbres”	Calle Cruz Verde s/n	Particular
	“Cuauhtemoc”	Callejón Francisco Mendoza No. 1, Santiago Cuauhtenco	
	“Cuauhtemoc”	Av. Camino a San Pedro s/n, San Diego Huehuecalco	

	"Miguel Hidalgo"	Plaza Delegacional, San Antonio Zoyatzingo	
	"Federal Redención Campesina"	Calle Donceles No. 21, San Antonio Zoyatzingo	
	"Insurgentes"	Plaza de la Constitución No. 1, San Francisco Zentalpan	
	"Gabriela Mistral"	Tebanco s/n, San Pedro Nexapa	
	"Niños Héroe"	Calle Morelos No. 1, San Pedro Nexapa	
	"Lázaro Cardenas"	Calle Morelos No. 1, San Pedro Nexapa	
	"Benito Juárez"	Conocido, San Juan Grande	
Secundaria	Federalizada "Dr. Manuel Sandoval Vallarta"	Av. Xicotencatl e Iztaccihuatl s/n	
	Ofic. N° 0718 "General Vicente Guerrero"	Calle Popocatepetl S/N	
	Ofic. No. 0108 "Sor Juana Inés De La Cruz"	Plaza Constituyentes Del Estado De México Numero 1	
	"Humbolt"	Chapultepec	Particular
	"Danei"	Abasolo No. 1	Particular
	"Juana de Asbaje y Ramírez de Santillana	Av. San Francisco No. 83	Particular
	Telesecundaria "Generalísimo Morelos No. 8"	Av. A San Pedro s/n, San Diego Huehucalco	
	Telesecundaria "Quetzacoatl" No. 204	Av. Morelos s/n esq. Barranquilla, San Antonio Zoyatzingo	
	Oficial No. 719 "José Vasconcelos"	Plaza Delegacional, Santa Isabel Chalma	
	Telesecundaria No. 103 Juan Aldama	Calle Popocatepetl No. 2, San Francisco Zentalpan	
Secundaria Técnica	Secundaria Técnica Agropecuaria No. 20	Galeana s/n, San Pedro Nexapa	
Bachillerato	Anexa a la Normal de Amecameca	Carretera a los Volcanes s/n	
	"Sor Juana Inés de la Cruz"	Francisco Sarabia s/n	
Bachillerato Tecnológico	"Enrique Fernández Garmendia"	Av. Chapultepec No. 6	Particular

Universidad	"Normal de Educadoras de Amecameca"	Carretera a Tlamacas	
	"Centro Universitario UAEM Amecameca"	Carretera Amecameca – Ayapango Km. 2.5	
Educación para adultos	"Chimalpain"	Calle Adolfo López Mateos No. 89, entre Javier Mina y 1er callejón de Panohaya	
	"EDAYO"	Conocido Col. Castillo	

Tabla 11

<b>AGUA POTABLE.</b>				
<b>Fuentes de abastecimiento.</b>				
			<b>Nombre</b>	<b>Gasto medio (lps)</b>
<b>Superficial (rios, arroyos, lagunas, etc.)</b>			<b>Sistema Morelos</b>	<b>De 25 a 8 l.p.s.</b>
			<b>Sistema El Salto</b>	<b>De 140 a 40 l.p.s</b>
			<b>Sistema Ramos Millan</b>	<b>De 20 a 10 l.p.s.</b>
			<b>Sistema Alfredo Del Mazo</b>	<b>8 l.p.s.</b>
			<b>Sistema Sureste</b>	<b>De 58 a 8 l.p.s.</b>
<b>Subterránea (Pozos profundos )</b>				
	<b>No de Pozos:</b>	<b>5</b>	<b>Gasto medio (lps)</b>	<b>28.5</b>
<b>Gasto concesionado por la CONAGUA (lps)</b>				
<b>Cobertura del servicio</b>				
<b>Población con servicio</b>	<b>40,878 Habitantes</b>	<b>Habitantes.</b>		
	<b>Servicio regular</b>	<b>38 %</b>		
	<b>No. de tomas domiciliarias:</b>	<b>8,588</b>		
	<b>Servicio irregular</b>	<b>32 %</b>		

<b>La población que no tiene servicio se abastece a través de:</b>			<b>Agua en Pipa</b>	
			<b>Tomas no registradas</b>	
<b>Infraestructura</b>				
<b>Líneas de conducción</b>				Km
<b>Plantas de bombeo y rebombeo(No. y capacidad)</b>				Lps
<b>Regulación y almacenamiento(No. de estructuras y capacidad)</b>			<b>Tanque "Coapexco"</b>	m <sup>3</sup>
			<b>Tanque Amecameca</b>	
			<b>Tanque "Aldea de los Reyes"</b>	
			<b>Tanque "San Pedro Nexapa"</b>	
			<b>Tanque "Zentlalpan"</b>	
			<b>Tanque "Chalma"</b>	
			<b>Tanque "Santiago"</b>	
			<b>Tanque "Huehuecalco"</b>	
			<b>Tanque Zoyatzingo</b>	
<b>Plantas potabilizadoras (No. y capacidad)</b>				Lps
<b>Red primaria (tuberías de diámetro mayor a 8")</b>				Km
<b>Red secundaria(Tuberías de diámetro menos 6")</b>				Km
<b>Calidad de la infraestructura</b>				
<b>Buen estado</b>	<b>20 %</b>			
<b>Regular</b>	<b>40 %</b>			
<b>Mal estado</b>	<b>40 %</b>			
<b>Calidad del agua</b>				
<b>Cumple con la norma de agua potable</b>		<b>En su totalidad</b>	<b>50 %</b>	
		<b>Parcialmente</b>	<b>50 %</b>	
		<b>Una mínima parte</b>	<b>0 %</b>	
<b>Usos del agua</b>				
<b>Doméstico</b>	<b>94.89 %</b>			

<b><i>Industrial</i></b>	<b>0 %</b>			
<b><i>Comercial y de servicios</i></b>	<b>5.11 %</b>			
<b><i>Riego</i></b>	<b>0%</b>			
<b><i>Otros</i></b>	<b>0%</b>			
<b><i>Fugas</i></b>	<b>0%</b>			

**FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACION  
DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS**

FICHA No. \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL RECURSO:

AMECAMECA DE JUÁREZ ESTADO DE MÉXICO

UBICACIÓN:(X)      Región: \_\_\_\_\_      Provincia: \_\_\_\_\_      Distrito: \_\_\_\_\_

CATEGORIA:( ) \_\_\_\_\_

TIPO: ( ) \_\_\_\_\_

SUBTIPO: ( ) \_\_\_\_\_

DESCRIPCIÓN:( ) \_\_\_\_\_

Datos sobresalientes que detallan las características del recurso

PARTICULARIDADES:( )

Singularidades del recurso que lo diferencian de otros

ESTADO ACTUAL:( )

Estado de conservación en el que se encuentra el recurso

(\*) En el caso de categoría Folclore y Acontecimientos Programados solamente deberá ser llenado los rubros señalados con asterisco.

OBSERVACIONES: ( )

TIPO DE VISITANTE (\*): ( Se puede marcar más de una opción)

( ) Extranjero ( ) Nacional ( ) Regional ( ) Local  
)

Indicar el grado de afluencia de 1 a 4, siendo 4 el mayor nivel y 1 el menor nivel de afluencia.

#### ACCESO HACIA EL RECURSO

Considerando como referencia la capital de la procedencia

TERRESTRE (se puede marcar con X más de una opción): AEREO(se puede marcar con X más de una opción):

- |                              |                            |
|------------------------------|----------------------------|
| ( ) Caballo                  | ( ) Avioneta               |
| ( ) Acémila                  | ( ) Helicóptero            |
| ( ) Pie                      | ( ) Otro especifique _____ |
| ( ) Automóvil Particular     |                            |
| ( ) Bus Público              |                            |
| ( ) Bus Turístico            |                            |
| ( ) Camioneta doble tracción |                            |
| ( ) Combi                    |                            |
| ( ) Ferrocarril              |                            |
| ( ) Moto taxi                |                            |
| ( ) Bici taxi                |                            |
| ( ) Taxi                     |                            |
| ( ) Otro especifique _____   |                            |

#### RUTA DE ACCESO AL RECURSO

Especificar cada uno de los recorridos y tramos existentes desde la capital de provincia al recurso turístico considerar el tipo de vía, la distancia y el tiempo utilizado; lo cual se definirá en kilómetros y Horas para cada medio de acceso. Puede existir de un recorrido para llegar al recurso.

RECORRIDO 1	TRAMO 2	ACCESO 3	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA EN KMS/ HRA.

1.- Se utilizarán números para cada recorrido (1, 2, 3.....)

2.- Se señalarán los lugares que forman el tramo

4. Se refiere al medio de transporte utilizado en el tramo (bus, taxi, etc...)

5.- En vías de acceso terrestre: trocha, carrozadle, sendero, camino, afirmado, asfaltado u otros.

( ) En el caso de categoría folclore y acontecimientos programados solamente deberá ser llenado los rubros señalados con asterisco

**SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL ATRACTIVO**

Marcar con X los servicios que funcionan

**Alojamiento**

- |  |  |                                    |
|--|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles         | <input type="checkbox"/> Apart-hoteles | <input type="checkbox"/> Albergues |
| <input type="checkbox"/> Casas/huéspedes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges    | <input type="checkbox"/> Resorts   |
| <input type="checkbox"/> Otro            |  |                                    |

---

Especificar**Alimentación**

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurantes                           | <input type="checkbox"/> Snaks           | <input type="checkbox"/> Bares                  |
| <input type="checkbox"/> Cafeterías                             | <input type="checkbox"/> Fuentes de soda | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kiosko con venta de bebidas y/o comida | <input type="checkbox"/> otro            |   |

---

Especificar**Otros servicios**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Agencias de viajes            | <input type="checkbox"/> Servicios de guías                   |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de caballos          | <input type="checkbox"/> Servicio de correo                   |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas        | <input type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento          |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de carruajes         | <input type="checkbox"/> Servicio de fax                      |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de equipo para rapel | <input type="checkbox"/> Servicio de internet                 |
| <input type="checkbox"/> Bancos – cajeros              | <input type="checkbox"/> Servicio de taxis                    |
| <input type="checkbox"/> Casas de cambio               | <input type="checkbox"/> Venta de artesanías                  |
| <input type="checkbox"/> Centro de interpretación      | <input type="checkbox"/> Venta de material de información     |
| <input type="checkbox"/> Seguridad                     | <input type="checkbox"/> Venta de materiales para fotografías |
| <input type="checkbox"/> Servicios higiénicos          | <input type="checkbox"/> Otro                                 |

**Lugar de esparcimiento**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Discotecas            | <input type="checkbox"/> Casino            |
| <input type="checkbox"/> Peñas                 | <input type="checkbox"/> Cines ó teatros   |
| <input type="checkbox"/> Nigth club            | <input type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Máquinas tragamonedas | <input type="checkbox"/> Otros             |

(\*) En el caso de categoría folclore y acontecimientos programados solamente deberá ser llenado los rubros señalados con asterisco.

## SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL ATRACTIVO

Marcar con X los servicios que funcionan

### Alojamiento

- |  |  |                                    |
|--|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles         | <input type="checkbox"/> Apart-hoteles | <input type="checkbox"/> Albergues |
| <input type="checkbox"/> Casas/huéspedes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges    | <input type="checkbox"/> Resorts   |
| <input type="checkbox"/> Otro            |  |                                    |

\_\_\_\_\_

Especificar

### Alimentación

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurantes                           | <input type="checkbox"/> Snaks           | <input type="checkbox"/> Bares                  |
| <input type="checkbox"/> Cafeterías                             | <input type="checkbox"/> Fuentes de soda | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kiosko con venta de bebidas y/o comida | <input type="checkbox"/> otro            |   |

\_\_\_\_\_

Especificar

### Otros servicios

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Agencias de viajes            | <input type="checkbox"/> Servicios de guías                   |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de caballos          | <input type="checkbox"/> Servicio de correo                   |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas        | <input type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento          |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de carruajes         | <input type="checkbox"/> Servicio de fax                      |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de equipo para rapel | <input type="checkbox"/> Servicio de internet                 |
| <input type="checkbox"/> Bancos – cajeros              | <input type="checkbox"/> Servicio de taxis                    |
| <input type="checkbox"/> Casas de cambio               | <input type="checkbox"/> Venta de artesanías                  |
| <input type="checkbox"/> Centro de interpretación      | <input type="checkbox"/> Venta de material de información     |
| <input type="checkbox"/> Seguridad                     | <input type="checkbox"/> Venta de materiales para fotografías |
| <input type="checkbox"/> Servicios higiénicos          | <input type="checkbox"/> Otro _____                           |

### Lugar de esparcimiento

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Discotecas            | <input type="checkbox"/> Casino            |
| <input type="checkbox"/> Peñas                 | <input type="checkbox"/> Cines ó teatros   |
| <input type="checkbox"/> Nigth club            | <input type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Maquinas tragamonedas | <input type="checkbox"/> Otros _____       |

<b>DATOS COMPLEMENTARIOS</b>	
Indicar si el recurso turístico se utiliza para otros fines	
Propiedad del recurso turístico	
Administrado por:	
Fuentes bibliográficas:	
Material audiovisual actual del recurso turístico:	
<input type="checkbox"/> Fotografías	<input type="checkbox"/> Videos
<input type="checkbox"/> C. D.	<input type="checkbox"/> Otros _____
Especificar	
Persona encargada del llenado de la ficha:	
Fecha	

Tabla 20



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO  
LICENCIATURA EN TURISMO  
CUESTIONARIO ACERCA DEL PERFIL DEL  
VISITANTE**

**OBJETIVO:** El presente cuestionario está diseñado para conocer el perfil de los visitantes del municipio así como para identificar las necesidades que se tiene al visitarla, por lo que su elaboración es muy importante.

**INSTRUCCIONES:** Por favor marque con una "X" la respuesta que considere:

**1.- Género**

Femenino  Masculino

**2.- Edad**

De 18 a 25 años  De 26 a 35 años  De 36 a 45 años  
 De 46 a más

**3.- Estado civil**

Soltero (a)  Casado(a)  Divorciado (a)  
 Otro (Especifique) \_\_\_\_\_

**4.- Ocupación**

Estudiante  Ama de casa  Empleado (a)  
 Otro (Especifique) \_\_\_\_\_

**5.- Sueldo aproximado**

Menos de \$3500  Menos de \$5000  Menos de \$10000  
 Más de \$10000

**6.- ¿Cuántas veces ha visitado el municipio?**

Primera vez  Entre 2 y 5 veces  Más de 6 veces

**7.- ¿Obtuvo información del municipio antes de visitarlo?**

Sí (Pase a la siguiente pregunta)  No (Pase a la pregunta 9)

**8.- ¿Dónde obtuvo información del municipio?**

Por amigos  Internet  Revista o folleto  
 Otro (Especifique) \_\_\_\_\_

**9.- ¿Cuál es su procedencia?**

Estado de México  Distrito Federal  Otro Estado de la República  
 Del extranjero

**10.- ¿Con quién visita el municipio?**

Sólo  Familia  Amigos

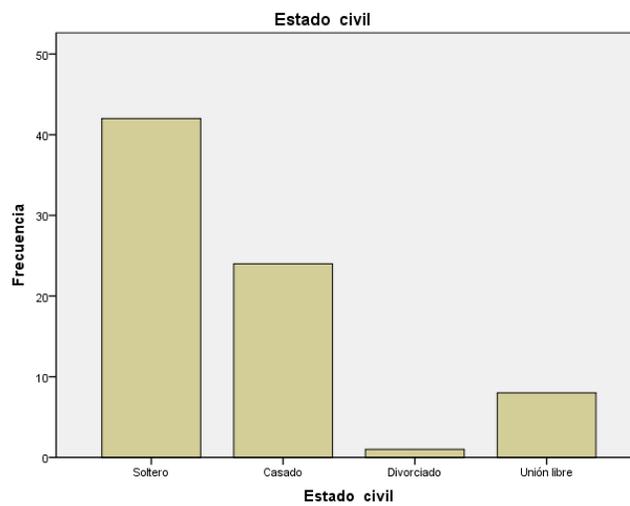
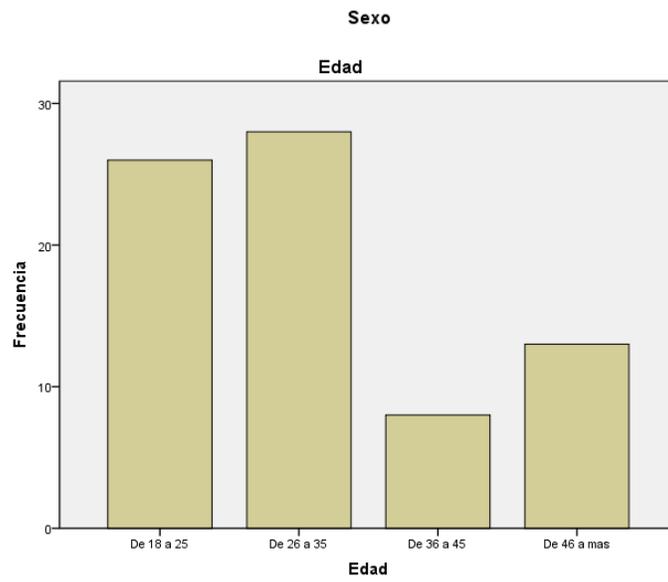
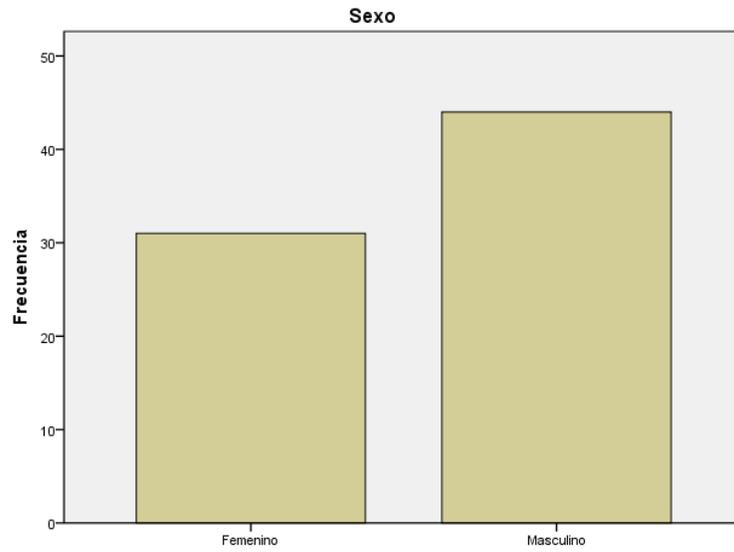
**11.- ¿Qué medio de transporte utilizó para su traslado al municipio?**

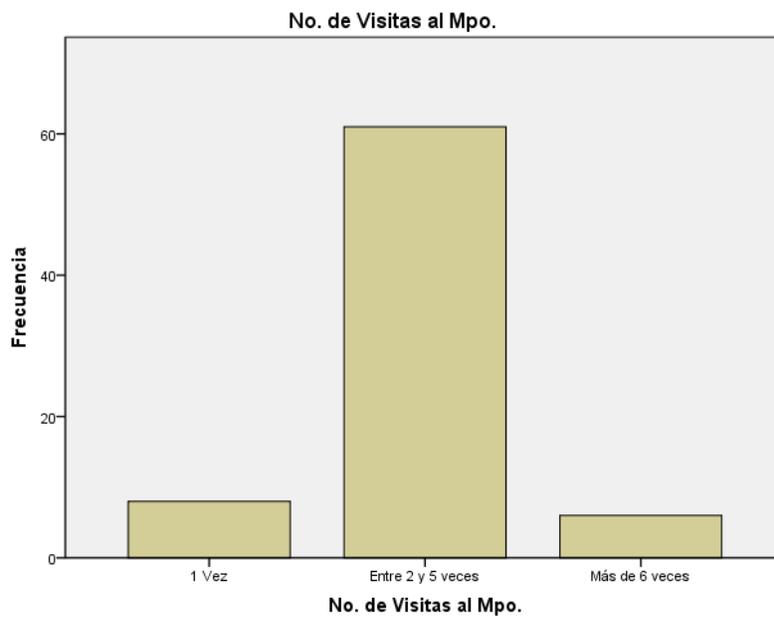
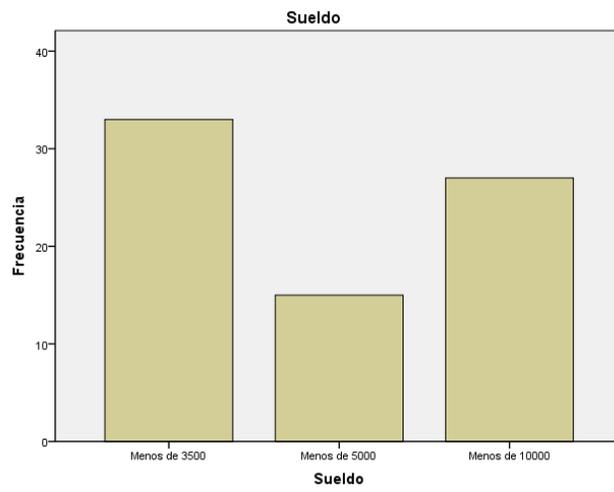
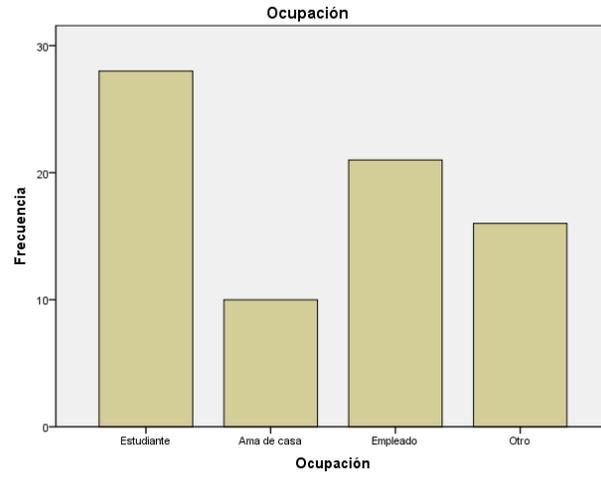
Transporte público  Auto particular  Autobús rentado  
 Otro (Especifique) \_\_\_\_\_

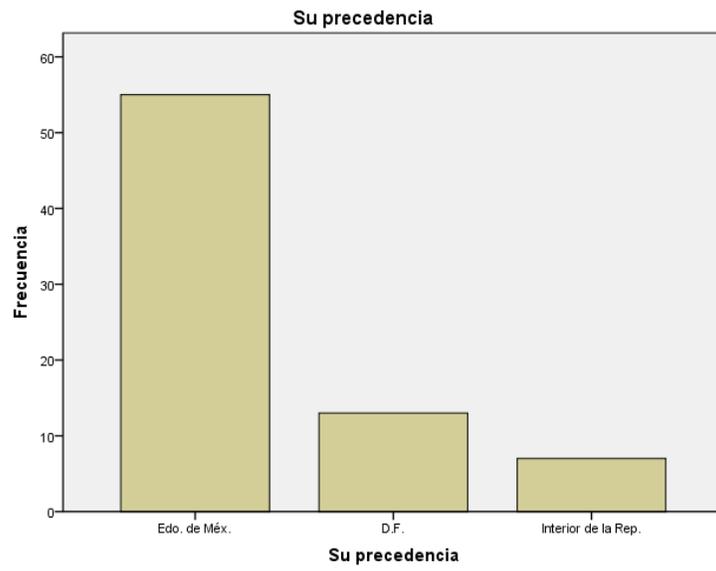
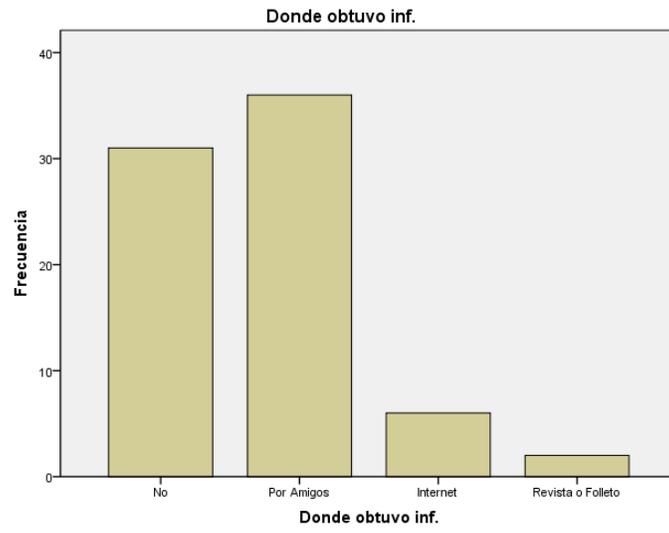
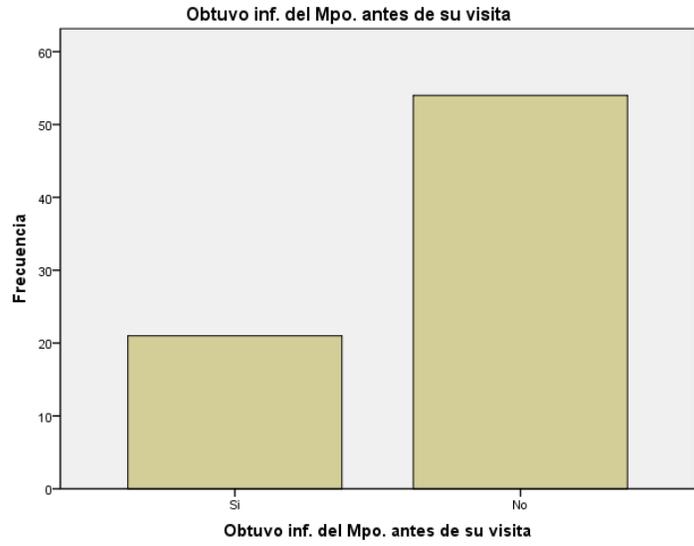
**12.- ¿Cuál es el principal motivo de visita al municipio?**

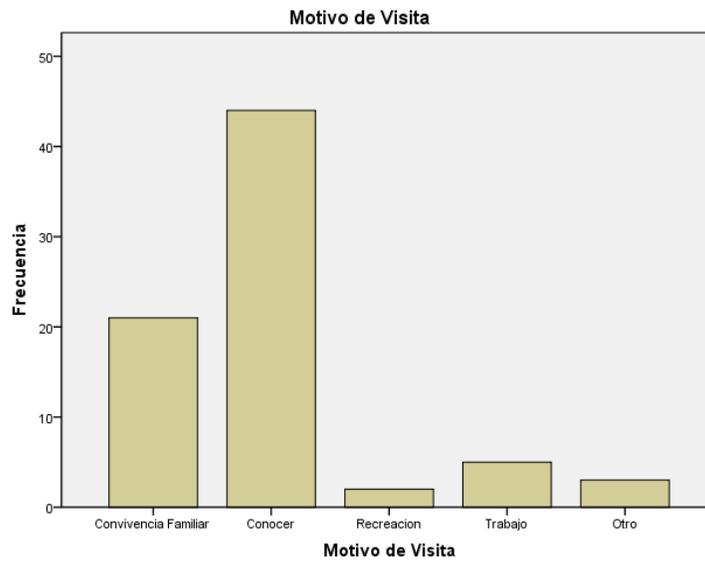
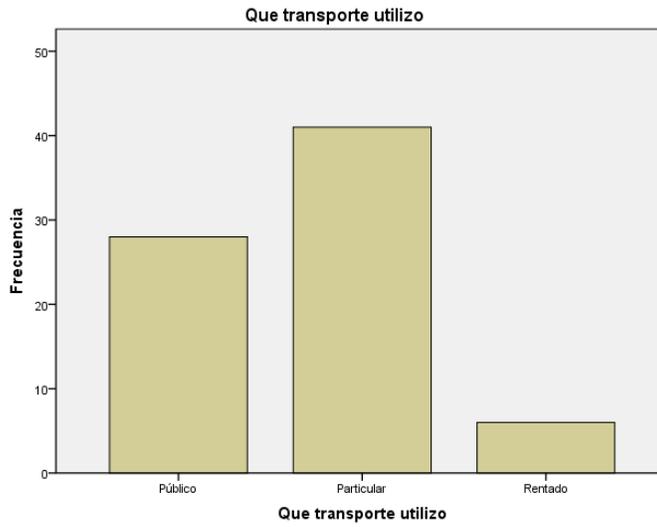
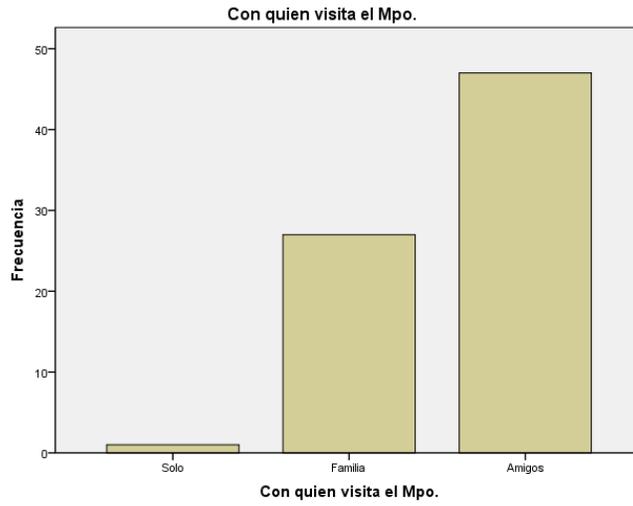
Convivencia familiar  Conocer  Recreación  
 Otro (Especifique) \_\_\_\_\_

Tabla 21











**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**  
**LICENCIATURA EN TURISMO**  
**CUESTIONARIO DEL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LA ACTIVIDAD**  
**TURÍSTICA**

**A LA POBLACIÓN DE AMECAMECA DE JUÁREZ**

**INSTRUCCIONES:** Por favor marque con una "X" la respuesta que considere:

**1.- Género**

Femenino                       Masculino

**2.- Edad**

De 18 a 25 años                       De 26 a 35 años                       De 36 a 42 años  
 De 40 a más

**3.- Estado civil**

Soltero (a)                       Casado(a)                       Divorciado (a)  
 Otro (Especifique) \_\_\_\_\_

**4.- Ocupación**

Estudiante                       Ama de casa                       Empleado (a)  
 Otro (Especifique) \_\_\_\_\_

**5.- Sueldo aproximado**

Menos de \$3500                       Menos de \$5000                       Menos de \$10000  
 Más de \$10000

**6.- Le gustaría que se promovieran las actividades turísticas de Amecameca.**

Si                       No

**7.- Le agradaría que se preservarán las zonas naturales de Amecameca**

Si                       No

**8.-¿Cree que Amecameca es un sitio turístico?**

Si                       No

**9.- ¿Qué atractivos turísticos conoce?**

<input type="checkbox"/> Parque Nacional Izta-Popo	<input type="checkbox"/> Arco de San Sebastián de Aparicio	<input type="checkbox"/> Caídas de agua
<input type="checkbox"/> Unidad de Manejo Ambiental	<input type="checkbox"/> Iglesia de la Asunción	<input type="checkbox"/> Apatlaco
<input type="checkbox"/> Eco parque San Pedro	<input type="checkbox"/> Sacromonte	<input type="checkbox"/> Piedra del conejo
<input type="checkbox"/> Plaza principal	<input type="checkbox"/> Piedra del conejo	<input type="checkbox"/> Hacienda de Panoaya

**10.- Estaría dispuesto en participar en un proyecto turístico**

Si                       No

**11.-¿Cree que únicamente la población deberá participar en un proyecto turístico, creado en**

**Amecameca, o también personas de otros municipios?**

Solo la población                       De otros municipios

12.- ¿Cree que existen algunas problemáticas, para que el municipio de Amecameca pueda convertirse en un destino turístico?.

 Si  
 Porque

 No

---



---



---

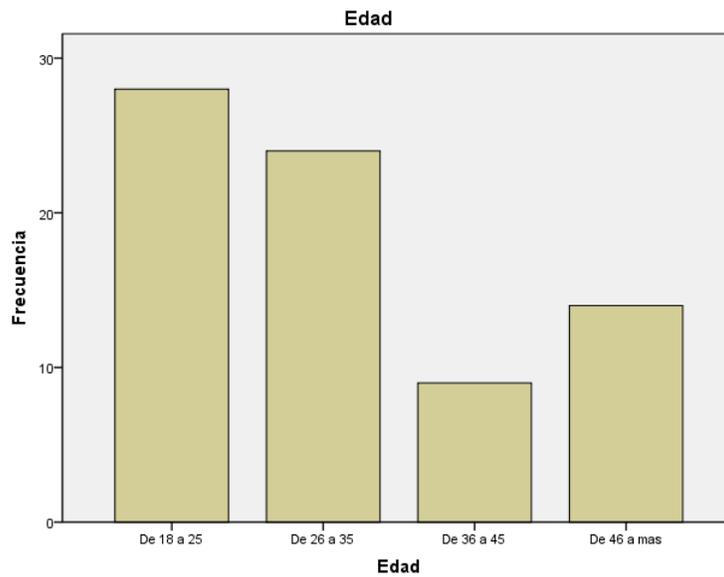
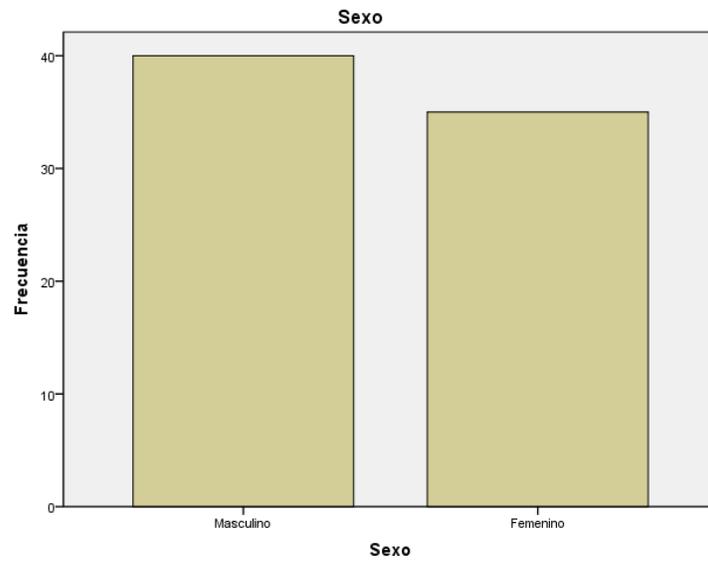


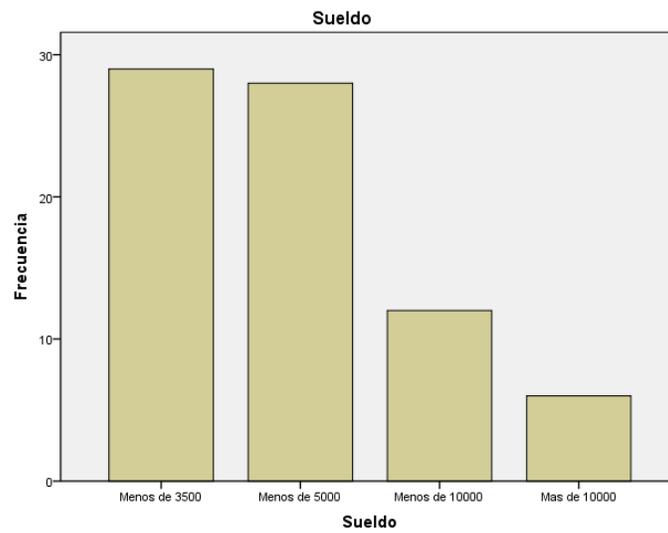
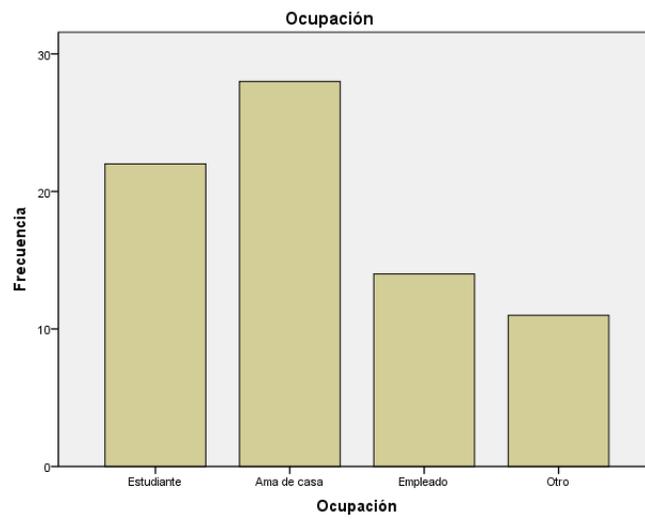
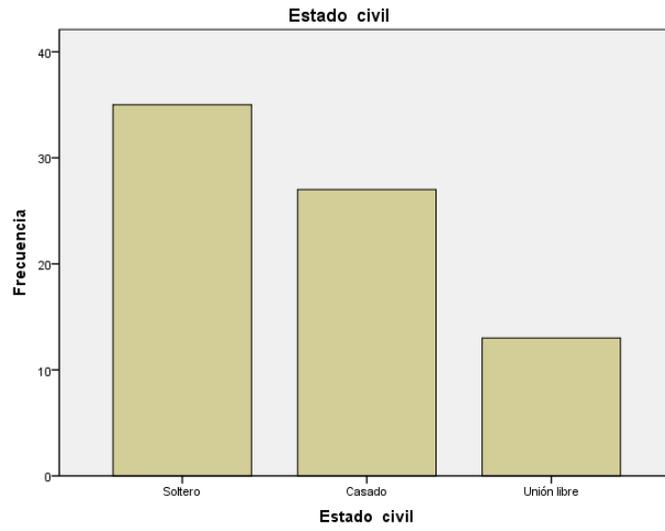
---

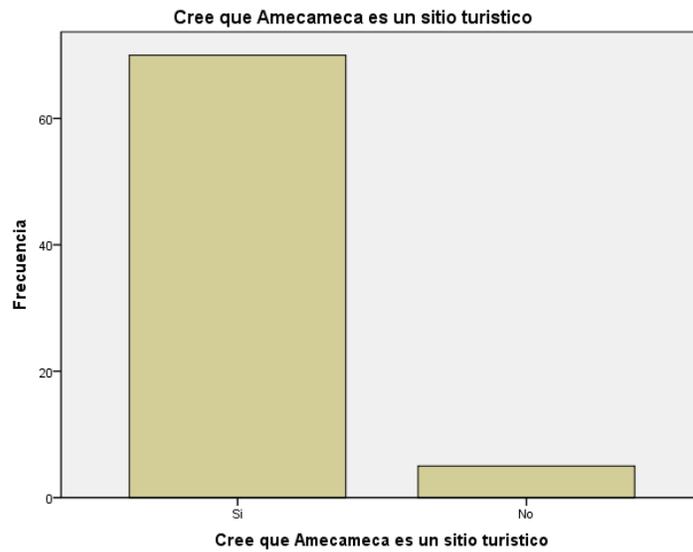
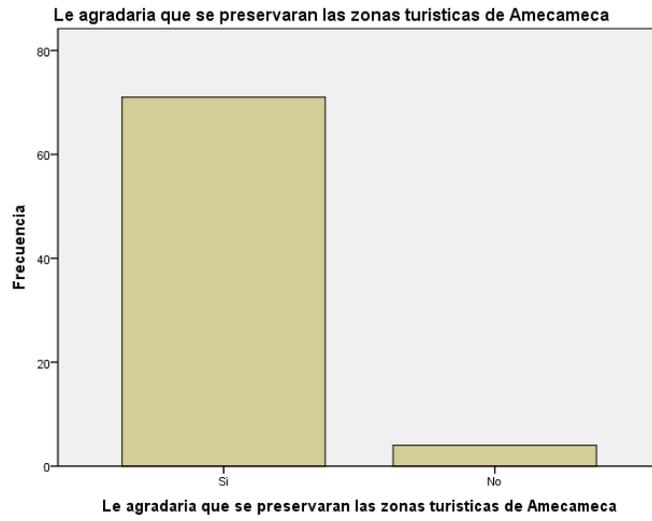
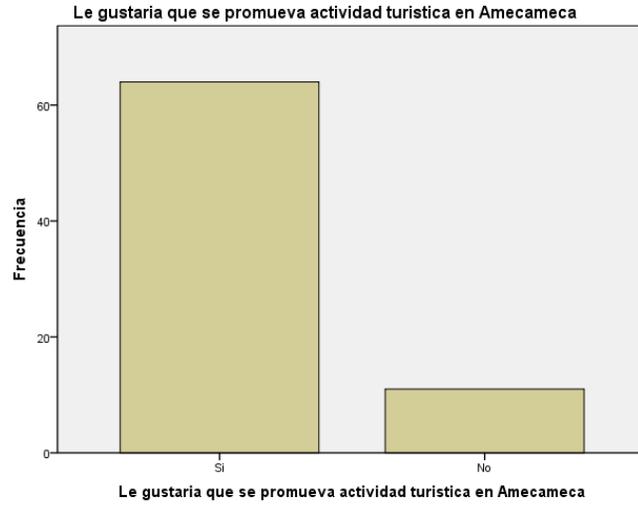


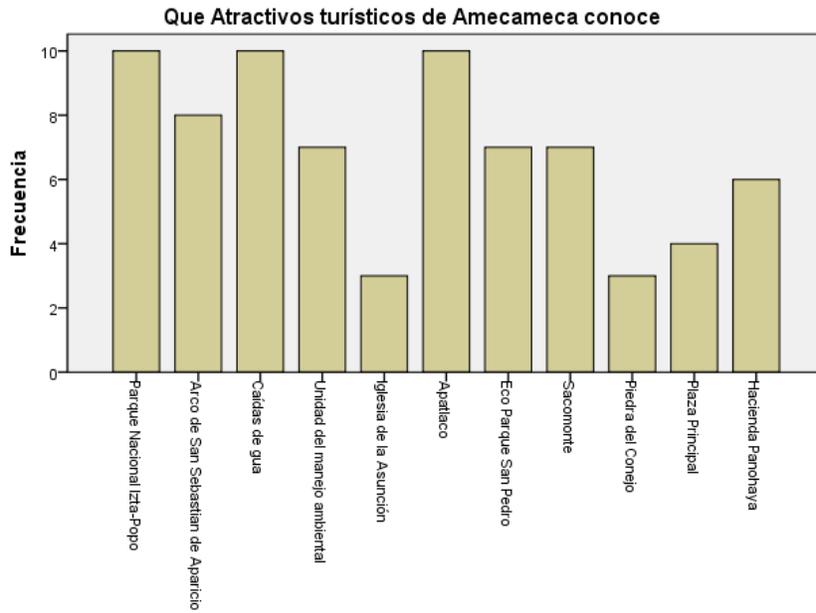
---

Tabla 22

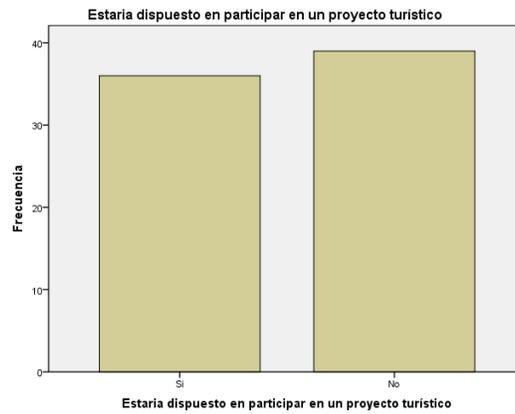




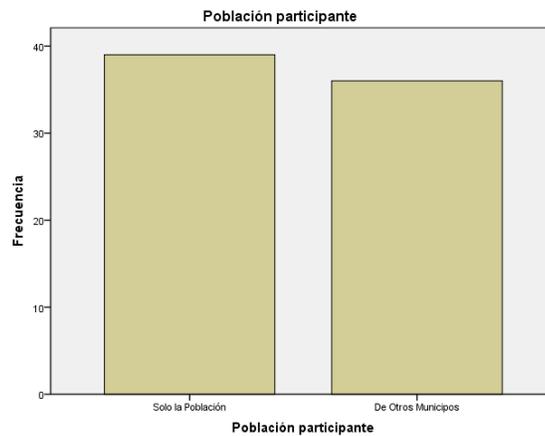




Que Atractivos turísticos de Amecameca conoce



Estaría dispuesto en participar en un proyecto turístico



Población participante

