



Tizayuca

Ciudad Próspera

PROGRAMA MUNICIPAL DE DESARROLLO TURÍSTICO

2024-2027



PUEBLOS
-CON-
SABOR



Tizayuca
Ciudad Próspera

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. FILOSOFÍA INSTITUCIONAL	4
2.1 Misión	4
2.2 Visión	4
2.3 Valores	5
3. FUNDAMENTO LEGAL	7
4. OBJETIVOS DEL PROGRAMA	9
4.1 Objetivo General	9
4.2 Objetivos Específicos	10
5. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DIAGNOSTICO	12
5.1 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)	12
5.2 Estrategias Ofensivas, de Desarrollo, Defensa y Supervivencia	13
5.3 Diagnóstico del Sector Industrial y Cultural	15
6. POBLACIÓN OBJETIVO	17
6.1 Prestadores de Servicios	17
6.2 Ambitos de Desarrollo	18
7. PROYECTOS OPERATIVOS	21
7.1 Fortalecimiento del Destino Turístico	21
7.2 Beneficio Socioeconómico Local	22
7.3 Sostenibilidad y Respeto	23
7.4 Coordinación y Gestión	25



8. METAS DE COBERTURA 27

8.1 Grafica de Ocupación Hotelera en Tizayuca y ejemplo de Visitantes en ferias y festivales	27
--	-----------

9. CRITERIOS DE FOCALIZACIÓN 30

9.1 Criterios para la Priorización de Apoyos	30
--	-----------

10. ESQUEMA DE COORDINACIÓN Y VINCULACIÓN 33

11. COOPERACIÓN CON MUNICIPIOS ERCANOS 36

12. CONCLUSIÓN 37

13. ANEXO 1 38

14. ACTIVIDADES PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE 39

15. REFERENCIAS 41



INTRODUCCIÓN



INTRODUCCION

Tizayuca posee un potencial turístico significativo, especialmente en los ámbitos gastronómico, industrial y cultural, respaldado por su estratégica ubicación geográfica. Sin embargo, este potencial aún no se ha explotado ni difundido de manera suficiente, el municipio carece de una identidad turística consolidada y de una infraestructura robusta y articulada.

La oferta gastronómica de Tizayuca constituye un componente estratégico del desarrollo turístico del municipio, ya que combina tradición, identidad cultural y experiencias sensoriales que atraen a visitantes locales, regionales y nacionales. Platos típicos como cocol, barbacoa, quesos, mixiotes, nata, así como bebidas ancestrales como el pulque permiten a los turistas conectar con la cultura y los sabores locales. Esta riqueza culinaria no solo fortalece la identidad del municipio, sino que también genera oportunidades económicas para restaurantes, productores y emprendedores, amplificando la derrama turística y convirtiendo la gastronomía en un elemento clave para diversificar y consolidar la oferta turística del municipio.

Actualmente, Tizayuca cuenta con 250 habitaciones de hospedaje con capacidad para 600 personas, ofreciendo espacios limitados pero adecuados para visitantes que llegan por motivos de descanso, laborales o de paso. Además, existen alrededor de 90 establecimientos de alimentos, de los cuales dos cuentan con distintivos de calidad, incluyendo espacios para reuniones ejecutivas y 43 lugares de esparcimiento nocturno. También operan cuatro agencias de viajes y tour operadores, el municipio cuenta con atractivos turísticos como Bioparque Tekuayán, Museo Comunitario Tetetzontlilco, balnearios como Yiyos y Flamingo's, el Cerro de la Cruz, y la Presa El Manantial, entre otros.



MISIÓN, VISIÓN Y VALORES



MISIÓN

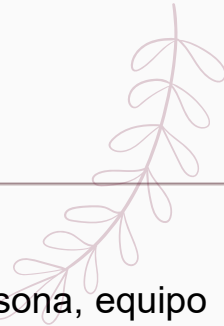
La Dirección de Fomento al Turismo de Tizayuca tiene como misión coordinar y apoyar acciones que fortalezcan la actividad turística local, promoviendo y difundiendo en todo momento la cultura, la gastronomía y los espacios recreativos e industriales del municipio, buscando generar oportunidades de participación para la comunidad y contribuir al bienestar de los habitantes mediante un turismo responsable y accesible.

VISIÓN

Para el año 2027, Tizayuca será un municipio con una oferta turística local fortalecida y organizada, que aprovecha de manera responsable sus recursos culturales, gastronómicos y recreativos. La Dirección de Fomento al Turismo habrá consolidado una base sólida de productos y servicios turísticos impulsando la participación de la comunidad y generando oportunidades que contribuyan al bienestar y a la identidad de sus habitantes.

VALORES

Respeto: Es un valor fundamental que implica reconocer, aceptar y valorar a los demás, sus ideas, creencias, sentimientos, derechos y diferencias, sin discriminar ni menospreciar. También incluye el trato digno y considerado hacia otras personas, hacia uno mismo y hacia el entorno, es por ello, que buscará Promover la diversidad cultural de nuestras comunidades y la interacción armoniosa entre visitantes y anfitriones.



Innovación y Mejora Continua: Representa el compromiso de una persona, equipo u organización por buscar constantemente nuevas formas de hacer las cosas mejor, adaptarse a los cambios y no conformarse con lo ya logrado, es así como se van a Procurar nuevas ideas y enfoques para mejorar constantemente nuestra oferta turística, adaptándonos a las tendencias del mercado y a las necesidades de nuestros visitantes y comunidades.

Calidad y Hospitalidad: Estos son fundamentales en el ámbito turístico, comercial y social, ya que reflejan el compromiso con la excelencia en el servicio y el buen trato hacia los demás. Procurar la excelencia en la prestación de servicios turísticos y en la atención al visitante, promoviendo con una cultura de calidez, respeto y profesionalismo que invite al retorno.



FUNDAMENTO LEGAL





FUNDAMENTO LEGAL

Con fundamento en la Meta 8.9 del correspondiente al Objetivo De Desarrollo sostenible número 8 de la Agenda 2030. Artículo 25, 26 Apartado A parrafo 1, 115 fracción III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Artículo 1, 2 fracción I y II de la Ley General de Turismo. Artículo 4 párrafo 7, 83 párrafo 4, 115 párrafo 1 Constitución Política del Estado libre y soberano de Hidalgo. Objetivo 3.11 del Plan Nacional de Desarrollo. 3.4 del Plan Estatal de Desarrollo. Acuerdo 3, sección 3.4, apartado 1.13.3 del Plan Municipal de Desarrollo.

El Programa Municipal de Desarrollo Turístico de Tizayuca se concibe como un instrumento estratégico de planeación que orienta los proyectos y acciones destinadas a fortalecer el desarrollo turístico del municipio, garantizando su alineación con los principios de legalidad, sustentabilidad, inclusión social y desarrollo económico. Responde a la necesidad de aprovechar de manera ordenada y responsable el potencial turístico local, promoviendo el uso eficiente de los recursos naturales, culturales e históricos, así como la participación activa de los distintos sectores de la sociedad.

Por lo anterior, el Programa Municipal de Desarrollo Turístico de Tizayuca se establece como un marco rector que impulsa la competitividad turística, fomenta la inversión y la generación de empleo, y contribuye a la diversificación de la economía local, priorizando el bienestar de la población. Del mismo modo, busca consolidar mecanismos de coordinación interinstitucional entre los tres órdenes de gobierno, el sector privado, las organizaciones sociales y la ciudadanía, a fin de asegurar una gestión turística corresponsable.

Este programa promueve la preservación y difusión del patrimonio cultural y natural del municipio, fortaleciendo la identidad local y proyectando a Tizayuca como un destino atractivo, seguro y con oferta turística de calidad. Bajo este enfoque, se establecen lineamientos claros para el diseño, ejecución, seguimiento y evaluación de las acciones en materia turística.



OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS





OBJETIVO GENERAL

Impulsar el desarrollo turístico del municipio de Tizayuca como un motor estratégico de desarrollo socioeconómico, mediante la implementación de proyectos y acciones que fortalezcan la actividad turística de manera ordenada, competitiva y planificada, con el propósito de generar crecimiento económico, fomentar la inversión, promover la creación de empleos y mejorar la calidad de vida de la población, contribuyendo al bienestar colectivo y al fortalecimiento de la economía local. De manera paralela, el Programa Municipal de Desarrollo Turístico tiene como objetivo consolidar y fortalecer la identidad entre las y los tizayuquenses, promoviendo el reconocimiento de la historia y tradiciones, a fin de generar sentido de pertenencia y orgullo comunitario. Asimismo, el programa se orienta a garantizar un desarrollo turístico sostenible, asegurando que el crecimiento de esta actividad no comprometa el equilibrio ambiental ni deteriore el patrimonio cultural, sino que, por el contrario, promueva su protección, conservación y aprovechamiento responsable para las generaciones presentes y futuras. De igual forma se pretende que los beneficios derivados del desarrollo turístico se distribuyan de manera equitativa entre la población del municipio, reduciendo brechas de desigualdad y favoreciendo la inclusión social, territorial y económica, con el fin de consolidar un turismo justo, participativo y sostenible en Tizayuca.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Diseñar e implementar proyectos turísticos y el crecimiento económico del municipio de Tizayuca, mediante la articulación de acciones orientadas a fortalecer la oferta turística local, incentivar la inversión pública y privada, y generar condiciones favorables para el desarrollo de nuevas iniciativas productivas.

Promover la capacitación, profesionalización y certificación continua de los prestadores de servicios turísticos, emprendedores y actores locales vinculados al sector, con el propósito de elevar la calidad en la atención al visitante, fortalecer la competitividad del destino, fomentar la innovación en los servicios turísticos y contribuir a la generación de empleos formales, dignos y bien remunerados, que impacten positivamente en el desarrollo socioeconómico del municipio.



Impulsar estrategias de difusión y posicionamiento turístico que permitan proyectar a Tizayuca como un destino atractivo y competitivo, destacando su identidad cultural, su historia, tradiciones y manifestaciones comunitarias, así como su oferta turística, mediante el uso de herramientas de comunicación institucional, plataformas digitales, campañas de promoción y la participación en eventos y espacios especializados, con el fin de incrementar el flujo de visitantes y fortalecer la imagen del municipio.

Fomentar la participación activa, organizada e incluyente de la ciudadanía, comunidades locales y sectores productivos en el diseño, implementación y seguimiento de las políticas y proyectos turísticos, promoviendo el sentido de pertenencia, el orgullo comunitario y la corresponsabilidad social, a fin de garantizar que el desarrollo turístico responda a las necesidades reales de la población y contribuya al fortalecimiento del tejido social y la identidad local.

Promover la inclusión social económica en el desarrollo turístico del municipio, asegurando que los beneficios derivados de esta actividad se distribuyan de manera equitativa entre la población, con especial atención a los grupos en situación de vulnerabilidad, comunidades con menor acceso a oportunidades y zonas con rezago, mediante la implementación de acciones y políticas que reduzcan las brechas de desigualdad y consoliden un turismo justo, solidario y responsable en Tizayuca.



ANÁLISIS FODA



ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Presencia de tradiciones, festivales culturales y patrimonio gastronómico con el distintivo “Pueblo con Sabor”. Oferta gastronómica local basada en cocineras tradicionales y productos identitarios como cocol, queso y nata. Existencia de espacios recreativos y naturales como el Bioparque Tekuayán y el Cerro de la Cruz. Base industrial consolidada que permite el desarrollo del turismo industrial. Ubicación estratégica cercana a la CDMX, Pachuca y al Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles.	Creciente interés por el turismo gastronómico, cultural y de experiencias. Desarrollo del proyecto Tren CDMX–Pachuca. Posibilidad de consolidar el turismo industrial y de negocios. Apoyo institucional de la Secretaría de Turismo estatal y federal. Participación de universidades y jóvenes en proyectos turísticos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
Baja promoción y difusión de los atractivos turísticos del municipio. Escasa profesionalización del capital humano turístico. Limitada infraestructura turística y señalética especializada. Falta de un inventario digital integral de atractivos turísticos. Aprovechamiento incipiente del turismo industrial.	Competencia con destinos turísticos consolidados del estado de Hidalgo. Variaciones económicas que reducen el gasto turístico. Falta de continuidad administrativa en políticas turísticas. Deterioro ambiental si no se gestiona adecuadamente el crecimiento turístico.



FORTALEZAS + OPORTUNIDADES = POTENCIALIDADES (ESTRATEGIAS OFENSIVAS)

- Desarrollar rutas gastronómicas, culturales y recreativas aprovechando la ubicación estratégica del municipio.
- Impulsar el turismo industrial mediante recorridos guiados y experiencias educativas.
- Posicionar la marca “Tizayuca, la puerta a los sabores de Hidalgo” a nivel regional y nacional.

DEBILIDADES + OPORTUNIDADES = DESAFÍOS (ESTRATEGIAS DE DESARROLLO)

- Implementar programas de capacitación y profesionalización para prestadores de servicios turísticos.
- Crear el inventario digital de atractivos turísticos del municipio.
- Establecer alianzas con universidades y sector privado para el desarrollo de productos turísticos.

FORTALEZAS + AMENAZAS = NIVEL DE RIESGO (ESTRATEGIAS DE DEFENSA)

- Fortalecer la identidad cultural y gastronómica para diferenciarse de otros destinos.
- Integrar eventos culturales y gastronómicos para mantener el flujo turístico constante.

DEBILIDADES + AMENAZAS = LIMITACIONES (ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA)

- Mejorar la infraestructura básica y señalética turística.
- Diversificar la oferta turística para reducir riesgos económicos y sociales.



DIAGNÓSTICO





DIAGNÓSTICO

Las zonas industriales de Tizayuca representan una base sólida para proyectar y fortalecer el desarrollo del turismo industrial, un segmento que aún no ha sido aprovechado plenamente, pero que ofrece un gran potencial por varias razones:

- Variedad de giros productivos: Empresas de alimentos, agroindustria, materiales, logística y manufactura pueden abrir sus puertas para mostrar procesos innovadores.
- Ubicación estratégica: La cercanía a la CDMX, al Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles y a importantes vías de comunicación facilita la llegada de visitantes, incluyendo estudiantes, inversionistas y turistas especializados.
- Capacidad de atracción: Los parques industriales concentran marcas reconocidas y procesos de interés que pueden convertirse en puntos de visita guiada.
- Generación de experiencias únicas: Se pueden ofrecer recorridos educativos, degustaciones, talleres y demostraciones en vivo que combinan tecnología con tradición.
- Impulso económico local: Los visitantes consumen en comercios, restaurantes y adquieren productos elaborados en el municipio.

Por otra parte, los eventos culturales han demostrado ser motores estratégicos para el turismo, funcionando como catalizadores de economía local e identidad comunitaria. Celebraciones como la Feria Regional Metropolitana, el Festival de Poesía Ignacio Rodríguez Galván, el Festival Metsi, el Festival Huitzilótl, el Encuentro de Pueblos con Sabor y el Festival Mictecacíhuatl atraen visitantes en busca de recreación, cultura, gastronomía y diversión familiar, engrandeciendo la actividad turística y comercial del municipio.



POBLACIÓN OBJETIVO



POBLACIÓN OBJETIVO

Actualmente, la Dirección de Turismo identifica dos poblaciones objetivo-principales: por un lado, los prestadores de servicios turísticos y, por otro, los turistas que visitan el municipio durante festivales o eventos especiales.

Prestadores de servicios: Este grupo incluye hoteles (10), restaurantes (90), agencias de viajes (6), estudiantes (300), artesanos (40) y otros negocios relacionados con el turismo. Su desempeño se puede evaluar de manera cuantitativa a través de indicadores como el número de capacitaciones recibidas, la ocupación hotelera y el crecimiento en la oferta de servicios. Estos datos permiten medir de forma objetiva la efectividad de las estrategias de profesionalización y el impacto en la economía turística local. En este rubro identificamos que gran parte de los prestadores de servicios carecen de capacitación constante en temas básicos como atención al cliente, marketing turístico, innovación, manejo de idiomas, calidad e higiene, lo que limita la competitividad del destino.

Turistas: Este grupo se refiere a los visitantes que llegan al municipio durante festivales, ferias culturales o gastronómicas, y cuya presencia se refleja de manera cuantitativa mediante indicadores como el número de asistentes, la ocupación hotelera, el flujo en atracciones y la duración de su estancia. La medición de estos indicadores permite a la Dirección de Turismo ajustar programas y estrategias de promoción, así como evaluar el impacto de los eventos en el desarrollo turístico de Tizayuca. Para medir de manera cuantitativa el crecimiento del turismo en Tizayuca, la Dirección de Turismo enfocará sus esfuerzos en la promoción y difusión de eventos culturales de alto impacto, como la Feria Regional Metropolitana, el Festival de Poesía Ignacio Rodríguez Galván, el Festival METSI, entre otros.

El objetivo principal es incrementar el número de asistentes a estos eventos y, con ello, mejorar la ocupación hotelera y el flujo económico generado en el municipio. La asistencia a los eventos y la ocupación de hospedaje se utilizarán como indicadores clave para evaluar de manera objetiva el crecimiento del turismo, permitiendo ajustar las estrategias de difusión, promoción y desarrollo de la oferta turística en función de los resultados obtenidos.



De acuerdo con el análisis realizado, el fomento de turismo en Tizayuca tiene potencialidad para desarrollarse en los siguientes ámbitos

1. **Turismo como motor de desarrollo local.**

- Reconocer al turismo no solo como recreación, sino como un pilar económico, social y ambiental, capaz de ayudar de manera indirecta generar empleo, generar derrama económica y cohesión social.
- Asegurar que la actividad turística se traduzca en bienestar compartido para los habitantes.

2. **Aprovechar vocaciones y capital local.**

- Convertir estas vocaciones en productos turísticos diversificados y experiencias innovadoras.

3. **Gestión corresponsable e incluyente.**

- Establecer un modelo de colaboración entre gobierno, sector privado, comunidad y sociedad civil, para que el turismo sea sostenible y genere oportunidades locales.
- Incluir a artesanos, cocineras tradicionales, prestadores de servicios y jóvenes como protagonistas.

4. **Sustentabilidad.**

- Asegurar que las actividades turísticas sean respetuosas del medio ambiente, del patrimonio histórico y cultural.
- Promover educación ambiental y cultural en cada iniciativa turística.



5. Competitividad y profesionalización.

- Impulsar la capacitación de prestadores de servicios.
- Implementar sistemas de información turística local para conocer flujos, necesidades y expectativas de los visitantes.
- Posicionar a Tizayuca como un municipio accesible, competitivo y con identidad propia dentro del circuito turístico del estado.

6. Turismo como eje transversal.

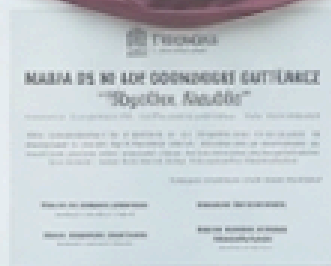
- Articular las políticas turísticas con las de desarrollo económico, cultura, deporte, educación y medio ambiente.
- Usar al turismo como plataforma para fortalecer la identidad de Tizayuca, mejorar la calidad de vida y atraer inversión responsable.

7. Turismo como eje transversal.

- Articular las políticas turísticas con las de desarrollo económico, cultura, deporte, educación y medio ambiente.
- Usar al turismo como plataforma para fortalecer la identidad de Tizayuca, mejorar la calidad de vida y atraer inversión responsable.



PROYECTOS





PROYECTOS

1. FORTALECIMIENTO DEL DESTINO TURÍSTICO

1.1.- Crear un Inventario Digital de Atractivos Turísticos. Desarrollar una base de datos en línea que catalogue todos los puntos de interés del municipio (sitios histórico-culturales, naturales, de salud, de reuniones, centros recreativos, balnearios, gastronomía tradicional —incluyendo restaurantes y cocineras tradicionales—, y artesanos). Este inventario incluirá descripciones concisas, fotografías de alta calidad y ubicación GPS para su promoción y difusión.

1.2.- Gestionar Señalética Turística y Promover el distintivo “Pueblo con Sabor”: Coordinar con la Secretaría de Turismo del Estado de Hidalgo la implementación de señalética para optimizar el acceso al municipio de Tizayuca y la ubicación de hoteles, restaurantes y puntos de interés. Adicionalmente, impulsar la denominación “Pueblo con Sabor” para el municipio.

1.3.- Profesionalizar el Capital Humano de los prestadores de servicios turísticos de Tizayuca: Gestionar la capacitación y profesionalización del capital humano en el municipio de Tizayuca, en coordinación con la Secretaría de Turismo del Estado de Hidalgo, para elevar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos por los prestadores locales.

1.4.- Revitalizar y posicionar la Marca Turística Municipal: Gestionar y Coordinar con la Dirección de Promoción y Mercadotecnia de la Secretaría de Turismo del Estado para revitalizar y posicionar la marca turística del municipio, “Tizayuca, la puerta a los sabores de Hidalgo”, y la identidad del distintivo “Tizayuca Pueblo con Sabor”. El objetivo es promocionarse como destino gastronómico a nivel local, regional y nacional.



2. BENEFICIO SOCIOECONÓMICO LOCAL

2.1.- Identificar Oferta Culinaria Local para general el incremento de visitantes al municipio: Realizar un mapeo exhaustivo de restaurantes, fondas, cocineras tradicionales, productores de alimentos y bebidas artesanales que operan en Tizayuca y sus alrededores. Documentar sus especialidades, historias y métodos de preparación.

2.2.- Promover Eventos Gastronómicos Periódicos, así como encuentros de pueblos con sabor, para potenciar la oferta Turística gastronómica y artesanal: Organizar festivales culinarios locales con concursos de platillos tradicionales, buscando que coincidan con festividades o temporadas clave para maximizar su impacto entre residentes y visitantes. Paralelamente, en coordinación con la Dirección de Segmentos de Turismo, Naturaleza y Programas Especiales de la Secretaría de Turismo del Estado de Hidalgo, coordinar y asegurar la participación de nuestros productores y artesanos como expositores en ferias a nivel estatal, llevando la riqueza de Tizayuca a un público más amplio.

2.3.- Gestionar y establecer alianzas estratégicas entre diferentes prestadores de servicios y diferentes productores locales gastronómicos y artesanales: Colaborar con operadores turísticos, hoteles y agencias de viaje para incluir las experiencias gastronómicas de Tizayuca en sus paquetes. Asimismo, trabaja con chefs locales para crear menús especiales que destacan los ingredientes y sabores de la región, incluyendo los platillos ganadores de los festivales gastronómicos dentro de sus cartas. Coordinar la vinculación entre prestadores de servicios y productores locales para que ofertenocol queso y nata en sus establecimientos, así como artesanías locales.



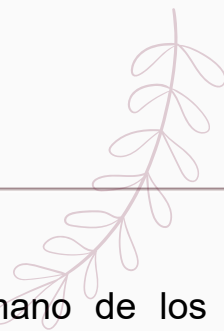
2.4.- Promover un punto de venta colectivo entre productores de cocol, queso y nata para generar identidad gastronómica: Gestionar y promover un punto de venta colectivo entre productores de cocol, queso y nata para generar identidad culinaria en la ciudadanía, utilizando el distintivo “Pueblo con Sabor” para potenciar el beneficio socioeconómico local, en coordinación de la secretaría de desarrollo económico.

Crear Material Promocional Especializado, para difusión y promoción en redes sociales: Distribuir y crear folletos, mapas interactivos, videos cortos y contenido para redes sociales que destacan la riqueza gastronómica de Tizayuca, utilizando imágenes de alta calidad y narrativas atractivas. Utilizar la marca “Tizayuca, la puerta a los sabores de Hidalgo” para unificar la promoción.

Implementar estas acciones permitirá a Tizayuca consolidarse como un destino gastronómico de referencia, atrayendo a un mayor número de visitantes interesados en vivir experiencias culinarias auténticas y memorables.

3.- SOSTENIBILIDAD Y RESPETO

3.1.- Gestionar la obtención de distintivos y sellos de calidad con reconocimiento y validez oficial de la Secretaría de Turismo (SECTUR) de México, y el aval de la Secretaría de Salud y la Secretaría del Trabajo y Previsión Social: Colaborar en la obtención del Distintivo Punto Limpio (Sello de Calidad “Punto Limpio”, RNT, entre otros) para prestadores de servicios turísticos. Esta iniciativa, reconocida por la Secretaría de Turismo (SECTUR) federal y avalada por las Secretarías de Salud y del Trabajo y Previsión Social, busca promover y certificar buenas prácticas de higiene en las MiPyMEs turísticas del estado, en colaboración con la Secretaría de Turismo del Estado de Hidalgo.



3.2.- Gestionar capacitaciones de profesionalización del capital humano de los prestadores de servicios ofreciendo sostenibilidad y respeto al turista que visita Tizayuca: Coordinar la gestión de cursos de capacitación esenciales para los prestadores de servicios turísticos locales de Tizayuca, enfocándonos en un turismo responsable, incluyente y de calidad. Estos cursos incluirán: Calidad en el servicio, para crear experiencias memorables; Buenas prácticas de higiene, para garantizar entornos seguros y saludables; Manejo de residuos sólidos, con el fin de reducir el impacto ambiental; e inglés básico para la atención a turistas.

3.3.- Participar de manera coordinada con la dirección de cultura y artes en el fortalecimiento del Patrimonio cultural y gastronómico del municipio de Tizayuca Hidalgo llevando a escala nacional los atractivos gastronómicos de la región: Colaborar estrechamente con la Dirección de Cultura y Artes de Tizayuca, Hidalgo, para potenciar, preservar, fomentar y difundir el valioso patrimonio cultural y gastronómico del municipio. Esto implica identificar y proteger los elementos que forjan la identidad de la comunidad, desde sus arraigadas expresiones artísticas y tradiciones que sirven de cuna a ingredientes distintivos; impulsar la riqueza culinaria local, rescatando recetas ancestrales y promoviendo el consumo de productos autóctonos; y difundir el legado cultural y las delicias gastronómicas de Tizayuca, tanto a nivel local como externo, atrayendo a visitantes y fortaleciendo el sentido de pertenencia de sus habitantes.

3.4.- Creación y Promoción de Rutas Turísticas Sostenibles en Tizayuca: Crear y promover rutas turísticas o recorridos guiados, que enfoquen la interpretación ambiental y cultural de Tizayuca, fomentando el respeto por el patrimonio histórico y las tradiciones locales en línea con los principios de sostenibilidad turística del plan municipal.



4.- COORDINACIÓN Y GESTIÓN

4.1.- Formación de Guías Locales: Impartir capacitación integral para guías locales, (estudiantes de la licenciatura en turismo) con el objetivo de profundizar su conocimiento en la historia, cultura, flora, fauna y geografía de Tizayuca, así como perfeccionar sus técnicas de interpretación para narrar historias cautivadoras e involucrar a los visitantes, integrando los principios de turismo sostenible para asegurar buenas prácticas ambientales, respeto cultural y responsabilidad social.

4.2.- Desarrollo de Materiales audiovisuales: En coordinación con la unidad de comunicación social gestionar y colaborar en la creación de Material didáctico (crear folletos, mapas, señalética interpretativa y contenido digital) que complementen la experiencia de los tour, así como, la gestión para el diseño de la Marca “Vive Tizayuca Tours” que genere una identidad visual atractiva.

4.3.- Establecer mesas de Trabajo Interinstitucional: Establecer y mantener mesas de trabajo interinstitucionales permanentes con las direcciones de cultura, deporte y otras áreas relevantes del municipio de Tizayuca, para coordinar la planificación y ejecución de eventos culturales, deportivos y aquellos de beneficio ciudadano, asegurando la efectiva participación de la dirección de fomento al turismo en la difusión y promoción de dichos eventos.

4.4.- Enlace entre universidades locales de gastronomía y turismo para involucrarse en la creación de atractivos turísticos como festivales o eventos escolares: Ser el enlace entre universidades con las carreras de gastronomía y turismo para incentivar y promover a través de ellas, eventos gastronómicos, culturales y creativos que generen tráfico de visitantes contando con el respaldo de la dirección de fomento al turismo como el encuentro multicultural que se realiza de manera anual en el municipio.



META DE COBERTURA

META DE COBERTURA

Actualmente, Tizayuca cuenta con 10 hoteles y aproximadamente 90 restaurantes y negocios de comida establecidos. Durante el año anterior, se impartieron 5 cursos de capacitación a prestadores de servicios, lo cual resultó insuficiente frente a la demanda existente y al crecimiento del número de turistas que recibe el municipio.

Por ello, en esta administración se contempla la impartición de al menos 12 cursos, es decir, uno por mes, con el objetivo de profesionalizar a nuestros prestadores de servicios y elevar la calidad de la atención turística. Con esta estrategia, se lograría incrementar la oferta de capacitación en más de un 100%, beneficiando de manera directa e inmediata a un promedio de 1,080 personas y 100 prestadores de servicio mínimo. Esta acción permitirá fortalecer el sector turístico, mejorar la experiencia de los visitantes y generar un impacto positivo en la economía local.

Grafica 1 *Ocupación hotelera Actual vs Objetivo*



Fuente: Elaboración propia con datos de Dirección de Fomento al Turismo.

Por otro lado, la Dirección de Turismo busca evaluar la efectividad de sus acciones mediante la difusión de eventos especiales, como festivales y ferias. El impacto de estas estrategias se medirá a través de indicadores cuantitativos, como el número de visitantes y la ocupación hotelera durante dichos eventos.

De esta manera, no solo se promoverá la participación ciudadana y el turismo cultural, sino que también se permitirá analizar de forma objetiva cómo las acciones de promoción contribuyen al crecimiento del sector turístico en el municipio, generando beneficios económicos directos y fortaleciendo la imagen de Tizayuca como un destino atractivo para visitantes locales y regionales.



Fuente: Elaboración propia con datos de Dirección de Fomento al Turismo.



CRITERIOS DE FOCALIZACIÓN



CRITERIOS DE FOCALIZACIÓN

De manera inicial se va a priorizar la capacitación a grandes y medianos prestadores de servicios frente a los pequeños o emprendedores, esto debido a las siguientes razones:

1. Impacto directo en el volumen de visitantes: Los grandes y medianos prestadores (hoteles, restaurantes consolidados, agencias de viajes, transportadoras) atienden a un número significativamente mayor de turistas. Capacitar a este sector genera un efecto inmediato en la calidad del servicio que perciben la mayoría de los visitantes.

2. Estandarización de la calidad turística: Al capacitar a quienes concentran la mayor parte de la oferta formal, se asegura que los turistas encuentren servicios homogéneos y profesionales, lo cual fortalece la imagen y reputación del destino.

3. Capacidad de reinversión y sostenibilidad: Los prestadores grandes y medianos cuentan con mayor infraestructura, capital humano y recursos para implementar de manera sostenida lo aprendido en la capacitación, garantizando un cambio duradero.

4. Efecto multiplicador: Al mejorar la atención y servicios en empresas de mayor tamaño, se generan estándares de referencia que sirven de modelo a los prestadores más pequeños, impulsando de manera indirecta la mejora en todo el ecosistema turístico.

5. Atracción y fidelización de turistas: La satisfacción de los visitantes depende en gran medida de los servicios que más consumen (alojamiento, alimentación, transporte). Si estos son de calidad, aumenta la probabilidad de retorno y la recomendación boca a boca, beneficiando incluso a los pequeños emprendedores.

Dicho lo anterior, eso no significa excluir a los pequeños y emprendedores, sino que la estrategia puede ser escalonada: primero profesionalizar a los grandes y medianos (para garantizar impacto inmediato en la experiencia turística) y después extender el acompañamiento a los pequeños y emprendedores.



Por otro lado, el criterio para dar difusión a eventos de alto impacto como ferias y festivales dentro del municipio puede estructurarse así:

1. **Selección de eventos estratégicos:** Priorizar aquellos festivales y ferias que históricamente generan mayor afluencia de visitantes, repercuten positivamente en la ocupación hotelera y promueven la identidad cultural del municipio (ej. Feria Regional Metropolitana, Festival de Poesía I. Rodríguez Galván, etc.)
2. **Segmentación de público objetivo:** Identificar los distintos tipos de turistas (locales, regionales y nacionales) y diseñar mensajes de difusión específicos para cada segmento, maximizando la captación de visitantes.
3. **Medios de difusión focalizados:** Utilizar canales que aseguren alcance y efectividad, como redes sociales, medios digitales, prensa local y regional, carteleras en puntos estratégicos y alianzas con agencias de viajes y operadores turísticos.
4. **Medición de impacto:** Evaluar el éxito de la difusión mediante indicadores cuantitativos como número de asistentes, ocupación hotelera, duración de la estancia y participación en actividades complementarias.
5. **Enfoque en el retorno económico y turístico:** Asegurar que los eventos seleccionados no solo atraigan turistas, sino que también generen beneficios económicos directos para el municipio, fortaleciendo la actividad comercial, gastronómica y cultural.

En síntesis; el criterio se centra en seleccionar eventos de alto impacto, difundirlos estratégicamente hacia los segmentos de turistas adecuados y medir los resultados para garantizar un crecimiento sostenido del turismo en Tizayuca.



ESQUEMA DE COORDINACIÓN Y VINCULACIÓN



ESQUEMA DE COORDINACIÓN Y VINCULACIÓN

La interacción con organismos como la Secretaría de Turismo del Gobierno de México (SECTUR) y la Secretaría de Turismo de Hidalgo (SETURH) es crucial.

Estas entidades ofrecen:

- **Acceso a Programas y Fondos Federales/Estatales:** La Dirección de Fomento al Turismo de Tizayuca puede postularse para recibir apoyo financiero y técnico, lo que permite la implementación de proyectos de infraestructura, capacitación y promoción turística a gran escala.
- **Capacitación y Asesoría Especializada:** SECTUR y SETURH brindan programas de formación para prestadores de servicios turísticos y personal municipal, mejorando la calidad de la oferta y la competitividad.
- **Posicionamiento en Plataformas Nacionales:** La vinculación facilita la inclusión de Tizayuca en campañas de promoción más amplias, ferias turísticas y directorios oficiales, aumentando su visibilidad.
- **Intercambio de Mejores Prácticas:** La colaboración permite conocer y aplicar estrategias exitosas de otros destinos, adaptándolas a las particularidades de Tizayuca.

La relación entre la Dirección de Fomento Turismo y la Dirección de Cultura y Arte del Municipio de Tizayuca Hidalgo es vital para ofrecer una experiencia turística integral y auténtica. Esta unión permite:

- **Desarrollo de Rutas Turístico-Culturales:** Integrar el patrimonio cultural (sitios históricos, tradiciones, gastronomía, artesanías) en la oferta turística, creando productos diferenciados.
- **Promoción Conjunta de Eventos:** Coordinar la difusión de festivales, exposiciones y celebraciones culturales para atraer a visitantes interesados en las raíces y manifestaciones artísticas de Tizayuca.

- Fortalecimiento de la Identidad Local: Utilizar el turismo como herramienta para preservar y difundir las tradiciones y el legado cultural de la comunidad, fomentando el orgullo local.
- Generación de Experiencias Auténticas: Ofrecer a los turistas la oportunidad de sumergirse en la vida cultural de Tizayuca, más allá de los atractivos convencionales.



COOPERACIÓN CON MUNICIPIOS CERCANOS



Cooperación con Municipios Cercanos

La vinculación con municipios cercanos potencia el desarrollo de rutas y circuitos turísticos regionales. Esto ofrece múltiples beneficios:

- **Creación de Circuitos Turísticos Integrales:** Desarrollar productos turísticos que conecten los atractivos de Tizayuca con los de municipios vecinos, como el Corredor de los Balnearios o rutas histórico-culturales compartidas.
- **Diversificación de la Oferta:** Al unir fuerzas, se puede ofrecer una gama más amplia de experiencias a los visitantes, incentivándolos a permanecer más tiempo en la región y aumentar su gasto.
- **Promoción Conjunta de la Región:** Reducir costos de promoción y alcanzar un público más amplio al publicitar la región como un todo, en lugar de cada municipio individualmente.
- **Generación de Flujos Turísticos Cruzados:** Los visitantes que llegan a un municipio pueden ser motivados a explorar los atractivos de los otros, beneficiando a toda la zona.
- **Optimización de Infraestructura y Servicios:** La coordinación puede llevar a proyectos conjuntos de mejora de carreteras, señalización turística y otros servicios que beneficien a todos los municipios involucrados.

En resumen, la vinculación estratégica de la Dirección de Fomento al Turismo de Tizayuca, Hidalgo, con SECTUR, SETURH, la Dirección de Cultura y Arte del municipio de Tizayuca, Hidalgo y los municipios vecinos no es solo una opción, sino una necesidad imperante para consolidar a Tizayuca como un destino turístico atractivo, sostenible y competitivo. Esta red de colaboración es el motor que impulsará el crecimiento económico, la preservación cultural y el bienestar de la comunidad local a través del turismo.



CONCLUSIÓN

El Programa Municipal de Desarrollo Turístico de Tizayuca se consolida como un instrumento estratégico, sólido y plenamente alineado con los marcos normativos federal, estatal y municipal, así como con los principales planes de desarrollo vigentes. Su diseño integral permite articular de manera coherente la riqueza cultural, gastronómica, natural e industrial del municipio con una visión sustentable, incluyente y orientada al bienestar social.

A partir de un diagnóstico realista y profundo, el programa establece líneas de acción claras que fortalecen la infraestructura turística, la profesionalización del sector, la identidad territorial y la cooperación interinstitucional. Asimismo, impulsa un modelo de turismo responsable que respeta el patrimonio, promueve la sostenibilidad, genera oportunidades económicas y fomenta la participación activa de la comunidad.

Tizayuca se posiciona así en una ruta de consolidación como destino competitivo, accesible y con identidad propia, capaz de diversificar su economía, atraer inversiones responsables y convertirse en un referente regional en turismo gastronómico, cultural, recreativo e industrial.

Este programa no solo ordena el presente, sino que define una visión estratégica hacia el futuro, en la que el turismo se convierte en motor de desarrollo, cohesión social y orgullo comunitario para las y los tizayuquenses.



ANEXO 1

Tablero de Indicadores Estratégicos del Programa Municipal de Desarrollo Turístico 2024-2027.

COMPONENTE: 3. Fomento al Turismo en el municipio realizado.

Actividad 3.1 Difusión y promoción del turismo municipal.

Actividad 3.2 Gestión de capacitaciones y talleres a prestadores de servicios turísticos.

Actividad 3.3 Realización del encuentro de “Pueblos con Sabor, instaurando el Día de cocol” en Tizayuca.

Actividad 3.4 Promoción de las y los artesanos del municipio en ferias y festivales.

Actividades Primer Semestre 2026

Indicador de Desempeño	Proyecto / Programa	Actividad	Unidad de Medida	Meta Anual	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Fomento al turismo en el municipio realizado.	Promedio de ocupación hotelera semestral.	Llenado y envió de formularios de ocupación hotelera a SECTURH.	Habitaciones ocupadas promedio.	Incremento del 10% en el promedio anual de ocupación vs año anterior.						Se realiza el primer corte semestral
Difusión y promoción del turismo municipal.	Porcentaje de acciones de difusión y promoción del turismo municipal realizadas.	Grabación de capsulas con prestadores de servicios, artesanos, información de eventos culturales, gastronómicos o deportivos que nos ayuden a fomentar el turismo dentro del municipio.	Capsulas publicadas.	24 capsulas.	Se publica capsula la primera y segunda quincena del mes.	Se publica capsula la primera y segunda quincena del mes.	Se publica capsula la primera y segunda quincena del mes.	Se publica capsula la primera y segunda quincena del mes.	Se publica capsula la primera y segunda quincena del mes.	Se publica capsula la primera y segunda quincena del mes.
Gestión de capacitaciones a prestadores de servicios.	Porcentaje de capacitaciones gestionadas a prestadores de servicios turísticos realizadas.	Talleres de capacitación gestionados y realizados.	Personas capacitadas	500	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuerdo o al calendario de disponibilidad	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuerdo o al calendario de disponibilidad	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuerdo o al calendario de disponibilidad	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuerdo o al calendario de disponibilidad de la SECTURH.	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuerdo o al calendario de disponibilidad de la SECTURH.	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuerdo o al calendario de disponibilidad
Gestión de capacitaciones a prestadores de servicios.	Porcentaje de capacitaciones gestionadas a prestadores de servicios turísticos realizadas.	Capacitaciones gestionadas y realizadas.	Personas capacitadas	1500 capacitados.	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuerdo o al calendario de disponibilidad de la SECTURH.	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuerdo o al calendario de disponibilidad de la SECTURH.	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuerdo o al calendario de disponibilidad de la SECTURH.	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuerdo o al calendario de disponibilidad de la SECTURH.	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuerdo o al calendario de disponibilidad de la SECTURH.	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuerdo o al calendario de disponibilidad de la SECTURH.
Realización del segundo encuentro de pueblos con sabor en el municipio.	Porcentaje de realización del 2do encuentro de pueblos con sabor en Tizayuca este año con la dinámica de "día del cocol"	Realizar 2do encuentro de pueblos con sabor en el municipio con la temática "Día del cocol".	Numero de visitantes al evento.	2000 personas.						Mes tentativo para la realización del segundo encuentro de pueblos con sabor.
Promoción a los artesanos del municipio en ferias y festivales.	Porcentaje de asistencia a ferias y festivales de las y los artesanos del municipio.	Participación de artesanos en ferias y festivales dentro y fuera del municipio.	Asistencia a Ferias y festivales dentro y fuera del municipio.	Incremento del 15% vs año anterior.	Se convoca a artesanos para cubrir el mayor numero de eventos a los que seamos invitados durante el mes corriente.	Se convoca a artesanos para cubrir el mayor numero de eventos a los que seamos invitados durante el mes corriente.	Se convoca a artesanos para cubrir el mayor numero de eventos a los que seamos invitados durante el mes corriente.	Se convoca a artesanos para cubrir el mayor numero de eventos a los que seamos invitados durante el mes corriente.	Se convoca a artesanos para cubrir el mayor numero de eventos a los que seamos invitados durante el mes corriente.	Se convoca a artesanos para cubrir el mayor numero de eventos a los que seamos invitados durante el mes corriente.

Actividades Segundo Semestre 2026

Indicador de Desempeño	Proyecto / Programa	Actividad	Unidad de Medida	Meta Anual	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fomento al turismo en el municipio realizado.	Promedio de ocupación hotelera semestral.	Llenado y envío de formularios de ocupación hotelera a SECTURH.	Habitaciones ocupadas promedio.	Incremento del 10% en el promedio anual de ocupación vs año anterior.						Se realiza segundo corte y promedio final de ocupación hotelera.
Difusión y promoción del turismo municipal.	Porcentaje de acciones de difusión y promoción del turismo municipal realizadas.	Grabación de capsulas con prestadores de servicios, artesanos, información de eventos culturales, gastronómicos o deportivos que nos ayuden a fomentar el turismo dentro del municipio.	Capsulas publicadas.	24 capsulas.	Se publica capsula la primera y segunda quincena del mes.	Se publica capsula la primera y segunda quincena del mes.	Se publica capsula la primera y segunda quincena del mes.	Se publica capsula la primera y segunda quincena del mes.	Se publica capsula la primera y segunda quincena del mes.	Se publica capsula la primera y segunda quincena del mes.
Gestión de capacitaciones a prestadores de servicios.	Porcentaje de capacitaciones gestionadas a prestadores de servicios turísticos realizadas.	Talleres de capacitación gestionados y realizados.	Personas capacitadas	500	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuero al calendario de	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuero al calendario de	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuero al calendario de	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuero al calendario de	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuero al calendario de	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuero al calendario de
Gestión de capacitaciones a prestadores de servicios.	Porcentaje de capacitaciones gestionadas a prestadores de servicios turísticos realizadas.	Capacitaciones gestionadas y realizadas.	Personas capacitadas	1500 capacitados.	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuero al calendario de disponibilidad de la SECTURH.	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuero al calendario de disponibilidad de la SECTURH.	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuero al calendario de disponibilidad de la SECTURH.	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuero al calendario de disponibilidad de la SECTURH.	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuero al calendario de disponibilidad de la SECTURH.	Se gestiona una capacitación durante el mes, desacuero al calendario de disponibilidad de la SECTURH.
Realización del segundo encuentro de pueblos con sabor en el municipio.	Porcentaje de realización del 2do encuentro de pueblos con sabor en Tizayuca este año con la dinámica de "día del cocol"	Realizar 2do encuentro de pueblos con sabor en el municipio con la temática "Día del cocol".	Numero de visitantes al evento.	2000 personas.						
Promoción a los artesanos del municipio en ferias y festivales.	Porcentaje de asistencia a ferias y festivales de las y los artesanos del municipio.	Participación de artesanos en ferias y festivales dentro y fuera del municipio.	Asistencia a Ferias y festivales dentro y fuera del municipio.	Incremento del 15% vs año anterior.	Se convoca a artesanos para cubrir el mayor numero de eventos a los que seamos invitados durante el mes corriente.	Se convoca a artesanos para cubrir el mayor numero de eventos a los que seamos invitados durante el mes corriente.	Se convoca a artesanos para cubrir el mayor numero de eventos a los que seamos invitados durante el mes corriente.	Se convoca a artesanos para cubrir el mayor numero de eventos a los que seamos invitados durante el mes corriente.	Se convoca a artesanos para cubrir el mayor numero de eventos a los que seamos invitados durante el mes corriente.	Se convoca a artesanos para cubrir el mayor numero de eventos a los que seamos invitados durante el mes corriente.



Referencias

- **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos [CPEUM]. (1917). Diario Oficial de la Federación [DOF]. 30 de septiembre de 2024 (México). <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf>**
- **Gobierno de México. (2025). Plan Nacional de Desarrollo 2025–2030. Presidencia de la República. <https://www.gob.mx/presidencia/documentos/plan-nacional-de-desarrollo-2025-2030-3917>**
- **Gobierno del Estado de Hidalgo. (2023). Plan Estatal de Desarrollo Hidalgo 2022-2028. <https://planestataldedesarrollo.hidalgo.gob.mx/pdf/Plan%20Estatal%20de%20Desarrollo%202022-2028.pdf>**
- **Ayuntamiento de Tizayuca. (2024). Plan Municipal de Desarrollo 2024-2027. Gobierno Municipal de Tizayuca, Hidalgo. https://www.diftizayuca.gob.mx/normatividad/PLAN_MUNICIPAL_DE_DESARROLLO.pdf**
- **Ley General de Turismo [L.G.T.]. (2009). Reformada. Diario Oficial de la Federación [D.O.F.], 17 de junio de 2009 (México). Última reforma publicada el 01 de abril de 2024. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGT.pdf>**