



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. MARCO GENERAL	6
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	7
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
3. ELEMENTOS DEL DESTINO.....	9
4. MODELO DE ATENCIÓN.....	11
5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO	12
5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO.....	12
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES.....	15
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	17
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS	18
1. PARROQUIA SAN JUAN BAUTISTA.....	20
2. CASA DE LOS PERROS	21
3. HOTEL DON PORFIRIO	22
4. QUESOS ARTESANALES MUÑOZ LEDO	23
5. HACIENDA OBRAJUELOS.....	24
6. HACIENDA CASTILLO.....	25
7. EX HACIENDA EL VICARIO	26
8. PULKERÍA EL VIKARIO	27
9. OLY GRANJA Y QUESERÍA	28
10. CASA CHICA	29
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	30
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	33
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO	36
8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO	37

9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES40

 9.1 ESTRATÉGICAS40

 9.2 DETONADORAS.....43

10. CONCLUSIONES46

11. ANEXOS49

 11.1 GLOSARIO49

 11.2 FOTOGRÁFICO49

 11.3 PLAN DE TRABAJO49



*Parroquia San Juan Bautista
Apaseo el Grande, Guanajuato.*

1. INTRODUCCIÓN

El Turismo es una de las actividades económicas que permite generar mayores condiciones de bienestar y desarrollo, genera empleos, distribuye derrama económica y favorece el patrimonio cultural y natural, es indudable que el turismo se ha convertido en una actividad fundamental para la economía del estado de Guanajuato.

Durante los últimos años, se ha erigido en uno de los referentes de nuestro país en materia de turismo.

Lo anterior no es de extrañar, si tomamos en cuenta que Guanajuato cuenta con un sinnúmero de atractivos, como dos ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad, seis Pueblos Mágicos, portentosos escenarios destinados al turismo de aventuras, zonas arqueológicas, centros de negocios y diferentes segmentos turísticos en los que se han llevado a cabo estrategias de desarrollo. El turismo forma parte de los sectores estratégicos en el estado, por lo que se han desarrollado e implementado grandes estrategias de oportunidad y desarrollo dentro del tema turístico.

El turismo en el Estado ha generado cientos de empleos que contribuyen al desarrollo de la economía local y al mejoramiento de servicios y espacios públicos para beneficio de los ciudadanos y el turismo, es una actividad que ha evolucionado con mayor aceleración. La correcta gestión de esta actividad no es nada sencillo debido a su amplitud por todos los sectores con los que se involucra, pero primordialmente por los efectos positivos y negativos que genera durante su desarrollo.

La transformación de la actividad turística ha generado grandes cambios en la modalidad de sus productos, servicios, así como las prácticas de atención, generando experiencias únicas, personalizadas y vivenciales.

Por el lado del consumidor, los turistas cada vez exigen mayor conectividad y personalización, esperan mucho más de la parte explícita en los servicios que se les brinden y del aprendizaje que ellos adquieran durante su estancia en el destino, las nuevas prácticas y modalidades en turismo han hecho volver la mirada a la cultura local y el aprendizaje, a través de la participación de turistas y prestadores de servicios en conjunto provocando un aumento en la satisfacción y beneficio para ambas partes.

Lo que realmente forma una cultura turística es la inclusión e invitación a las personas y/o prestadores del destino a colaborar en el desarrollo de la actividad turística, así ofrecer su opinión activa sobre las acciones que se emprenden mediante esta.

2. MARCO GENERAL



*Parroquia San Juan Bautista
Apaseo el Grande, Guanajuato.*

La Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, en su función de ente promotor de la oferta y demanda turística del estado, realiza acciones con el objetivo de posicionar a Guanajuato como destino competitivo en los diferentes segmentos turísticos con los que cuenta, además de seguir siendo referencia nacional e internacional en eventos, pero todo ello basado en la incorporación de nuevas tecnologías y procesos innovadores.

La Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, consiente del mandato de la actual administración, sabe que es indispensable en los tiempos actuales, que la coordinación y articulación con todos los eslabones de la cadena de valor del sector es de vital importancia y que la participación de la sociedad organizada puede y debe ser un factor valioso para lograr ampliar las capacidades de atención en el logro de los objetivos planteados.

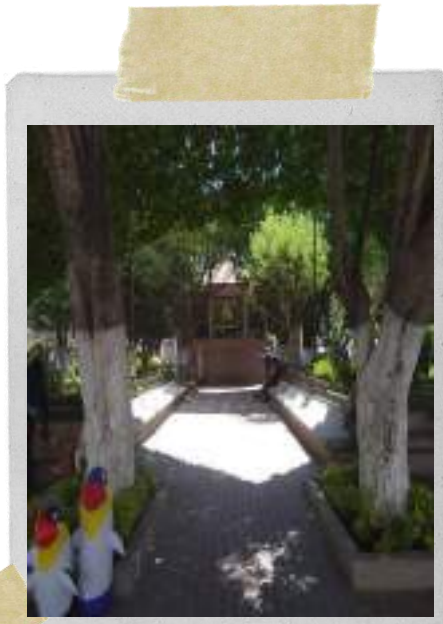
2.1 OBJETIVO GENERAL

Ampliar y fortalecer las capacidades de atención y respuesta en el sector turístico a través de la articulación y coordinación con las dependencias e instituciones públicas y privadas del sector, que coadyuven a la implementación de soluciones enfocadas a la promoción, la competitividad y el desarrollo de la oferta turística de las regiones del Estado.



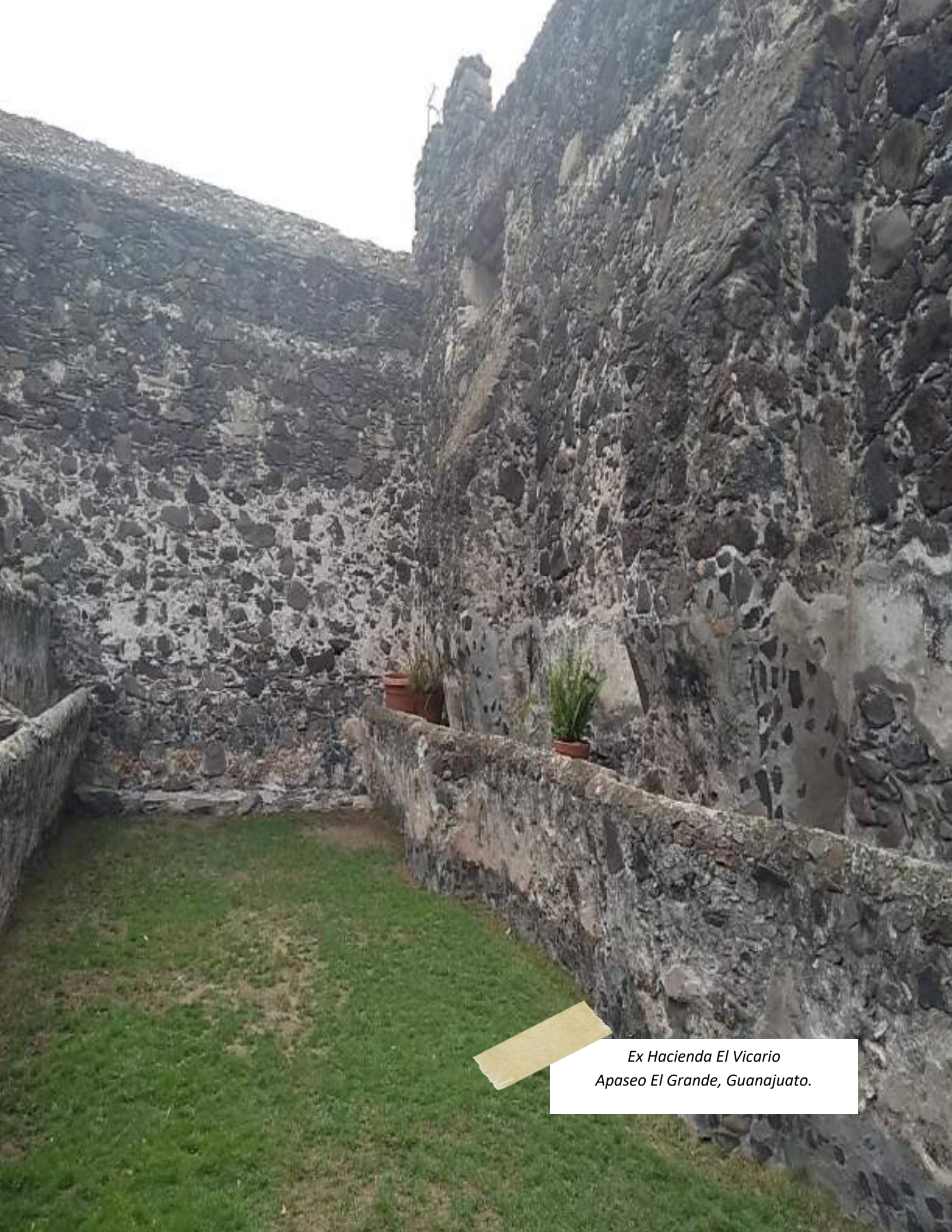
*Parroquia San Juan Bautista
Apaseo el Grande, Guanajuato.*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*Jardín Principal
Apaseo el Grande, Guanajuato.*

- Analizar **los actores** públicos y privados, recursos, **sitios y atractivos turísticos** del destino que se pueden incorporar a un producto o experiencia turística, así como festividades y eventos.
- Identificar **potencialidades** de productos turísticos.
- Determinar **necesidades** en la cadena de valor turística.



*Ex Hacienda El Vicario
Apaseo El Grande, Guanajuato.*

3. ELEMENTOS DEL DESTINO

Un destino turístico está constituido por un conjunto de componentes, por una suma de atractivos naturales, culturales, artísticos y de servicios. Pero no es suficiente con la presencia de recursos naturales o el patrimonio cultural, es saber aprovechar la capacidad de atracción que tiene cada destino para inducir a los visitantes a realizar los esfuerzos necesarios para trasladarse hasta el punto turístico.

1. Atractivos Turísticos

- Inventario Turístico.
- Sitios naturales, Folklore, Museos, Artesanías, Eventos, Lugares de Esparcimiento.

2. Infraestructura

- Vías de Acceso.
- Caminos Públicos.
- Servicios Básicos.
- Señalización Turística.
- Información Turística.

3. Servicios Turísticos y de Apoyo

- Alojamiento, Alimentación, Transporte, Guías de Turismo, Agencia de Viajes.
- Registro Estatal Turístico.
- Certificaciones.



4. Capital Humano del Sector Turístico

- La Necesidad de Formación y Capacitación.
 - Certificaciones.
- Profesionalización y/o Certificación de Touroperadores.

5. Planificación y Gestión del Destino

- Plan de Desarrollo Turístico.
- Comité y/o Comisión Turística

6. Imagen

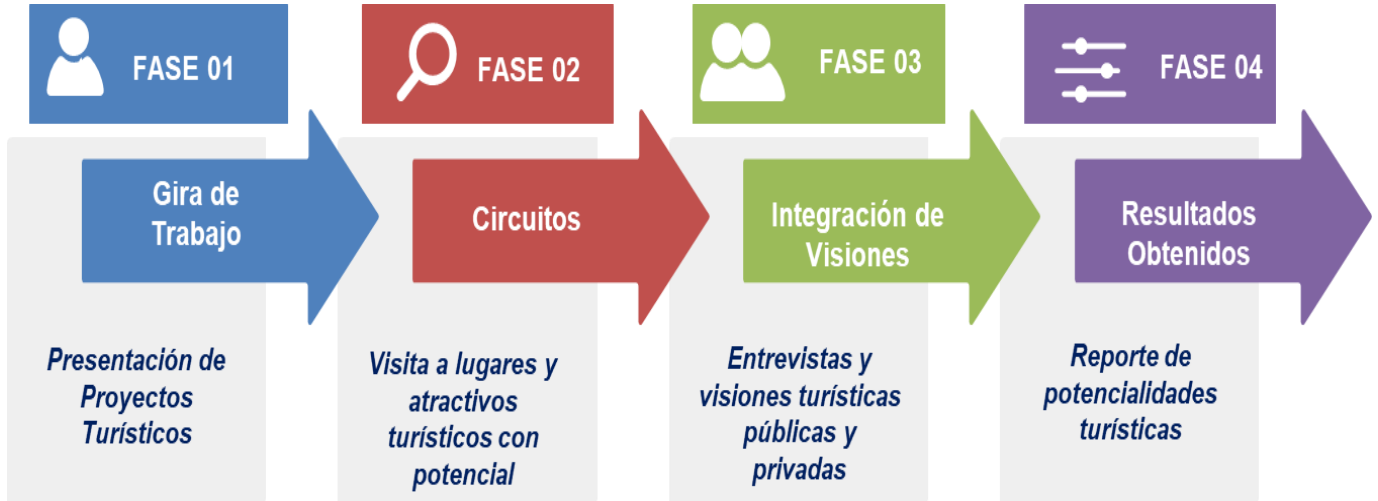
- Desarrollo de Imagen
- Posicionamiento de Marca
- Manejo de Redes Sociales
- Promoción y Comunicación

*Fuente Propia

- Los atractivos turísticos del destino considera** todos aquellos sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, artesanías, eventos, lugares históricos, centro de esparcimiento, etc.
- El rol de la **infraestructura** es clave en la competitividad del destino, pues facilita el acceso a su territorio y a sus atractivos, así como llevar a cabo las actividades propias turísticas, mantener las condiciones generales en infraestructura, principalmente en servicios básicos, transporte, caminos y servicios comerciales, en tanto en materia de señalización vial informativa es una de las acciones básicas para el desarrollo de la actividad turística.
- Los servicios turísticos y de apoyo** incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente, como el alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencia de viajes, etc.

- d. Capital humano del sector turístico,** en la actividad turística el papel que cumplen las personas que tienen alguna responsabilidad directa o indirecta en la prestación de servicios turísticos es determinante para asegurar que la experiencia de la visita sea satisfactoria y recordada con la sensación de “querer volver” y también lograr la fidelidad con el destino, la cadena productiva es indivisible y si bien los turistas pueden estar recibiendo los servicios en forma individual, en la práctica al finalizar el viaje y retornar a su lugar de residencia, el destino será percibido y evaluado en su conjunto, será necesario contar con un capital humano preparado y altamente calificado para que el destino responda a la imagen que ha proyectado y mejor aún supere las expectativas del visitante.
- e. La planificación y gestión del destino** es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad turística. Un destino que no cuente hoy en día con la planificación y gestión público-privada puede afectar negativamente al sector productivo turístico y a la imagen percibida o creada por viajeros. Hoy en día no existe un solo modelo de gestión de destino, sin embargo, es indispensable contar con un modelo que le permita al municipio encaminar sus acciones y sus alcances y hacerlo de conocimiento a los involucrados, para que en conjunto se puedan generar acciones planificadas y con objetivos alcanzables, la gestión de un destino corresponde a varios procesos de decisión públicos y privados que van a mejorar la gestión de los conflictos que inevitablemente provoca la actividad en el destino, entonces la gobernanza del destino está relacionada con los procesos de decisión colectiva que permiten gestionar conflictos sociales, atendiendo al tema de una sana gobernanza.
- f. La imagen** del destino responde a distintos elementos que lo destacan, habitualmente reflejados en distintivos como son el logotipo, eslogan y todo aquello que hace distintivo al destino, se tiene que considerar la imagen que el público y el mercado tienen del destino para determinar si responde o no a la realidad y si es positiva o negativa. Conocer la imagen real que transmite un destino turístico, sirve para valorar la propia competitividad con respecto a otros destinos, fidelizar al cliente.

4. MODELO DE ATENCIÓN



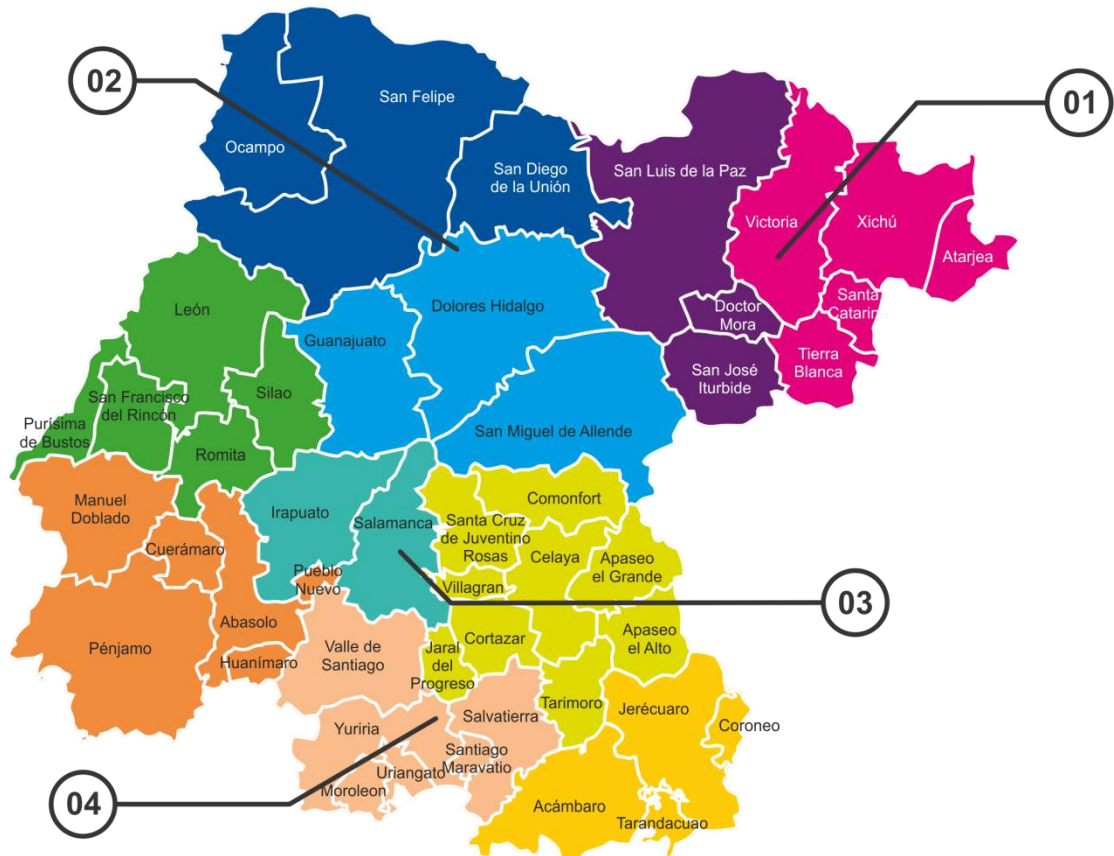
*Fuente propia



Quesos Muñoz Ledo
Apaseo El Grande, Guanajuato.

5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO



*Fuente: Instituto de Planeación, Estadística y Geográfica, 2015

REGIONES		SUBREGIONES	
1.	Noreste	■	Sierra Gorda
2.	Norte	■	Chichimeca
3.	Centro	■	Sierra de Guanajuato
4.	Sur	■	Bicentenario
		■	Metropolitana de León
		■	Metropolitana Irapuato/
		■	Salamanca Metropolitana
		■	Laja Bajío
		■	Agave Azul
		■	Lacustre
		■	Sierra de los Agustinos

Con una población total de 117, 883 habitantes, el municipio de Apaseo El Grande, Guanajuato, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato ubicado en la Región Centro, Subregión Metropolitana Laja Bajío.

Las localidades con mayor representación son:

1. San José Agua Azul.
2. San Pedro Tenango.
3. Jocoqui.
4. Obrajuelo.
5. El Castillo.
6. La Palma.
7. La Norita.
8. El Nacimiento.

El municipio de Apaseo El Grande representa el 1.37% de la superficie del estado.

La Legislatura del Estado de Guanajuato ordenó la publicación el día 22 de febrero de 1957 en el Periódico Oficial del Estado de Guanajuato del Decreto Número 64, por el cual la ciudad y el Municipio de Apaseo toman el apelativo de Apaseo el Grande.

El nombre de la ciudad y municipio de Apaseo el Grande fue inicialmente Apatzeo, usado por primera vez por el encomendero Hernán Pérez de Bocanegra y Córdoba, al parecer influenciado por la expresión en lengua tarasca o con justeza purépecha Apatzeo cuyo significado es Lugar de Comadreas.

El municipio de Apaseo el Grande colinda al norte con los municipios de Celaya, Comonfort, Allende y con el estado de Querétaro de Arteaga; al este con el estado de Querétaro de Arteaga y el municipio de Apaseo el Alto; al sur con los municipios de Apaseo el Alto y Celaya; al oeste con el municipio de Celaya.

Sus principales fiestas y festividades son:

- El 1 de enero, fiesta religiosa en honor a Circuncisión del Señor.
- El 24 de junio, se realiza una fiesta religiosa en honor a San Juan Bautista.
- El 22 de noviembre, se realiza una fiesta religiosa en honor a Santa Cecilia.
- El 8 de diciembre, se realiza una fiesta religiosa en honor a la Purísima Concepción.

Turismo

- Haciendas Históricas.
- Gastronomía.
- Templos y Charrería.

Artesanías

La Cestería es su parte fundamental de las artesanías de este municipio, ya que se dedican al tejido artesanal, la cestería, esta se compone de tejidos de fibras duras como los carrizos, otates, los agaves, el junco, el bejuco, la vara, el carrizo, el pasto y la palma.



*Hacienda Obrajuelo,
Apaseo El Grande, Guanajuato.*

Participación de establecimiento de enfoque turístico en el **Registro Estatal Turístico**

Participación en **modelo de Satisfacción y Fidelización del cliente** de la SECTUR del Estado



6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA

Para poder consolidar el destino local se requiere de un análisis profundo de las potencialidades turísticas con las que cuenta el municipio para desarrollarlas o bien fortalecer aquellas existentes, así mismo realizar una inversión constante a fin de mantener la calidad y el interés de los visitantes, de tal forma que, los prestadores de servicios turísticos requieran cada vez más de apoyos para promocionar, difundir y consolidar sus objetivos y metas.

Es importante en cada proyecto mantener un enfoque socioeconómico como detonante del bienestar de las personas que laboran y viven en los destinos turísticos, un desarrollo equitativo, equilibrado y consciente entre los individuos en beneficio del turismo y localidades receptoras así mismo promover la modernización, innovación y diversificación de la oferta turística, manteniendo siempre un enfoque consciente y amigable en el desarrollo de un turismo sostenible, priorizando la conservación y regeneración del patrimonio.

En el destino se realizaron visitas a diferentes atractivos que cuentan con potencial turístico, para poder llevarlos a cabo se requiere de la gestión de apoyos mediante fuentes de financiamiento de carácter público y privado, municipal, estatal y federal, que facilite la obtención de recursos económicos que coadyuven al

En coordinación y colaboración con la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del municipio de Apaseo El Grande, Gto; y Crece Guanajuato A.C, se llevó a cabo el análisis de los atractivos turísticos con potencialidades para el desarrollo de nuevos productos y/o experiencias turísticas, así como el fortalecimiento de las ya existentes.

6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS

El análisis de los diferentes atractivos y/o sitios turísticos se realizaron de acuerdo con la siguiente planeación:

Gira con los colaboradores municipales e iniciativa privada se visitó y consideró

1. Parroquia San Juan Bautista y Jardín Principal.
2. Casa de los Perros.
3. Hotel Don Porfirio.
4. Quesos Artesanales Muñoz Ledo.
5. Hacienda Obrajuelo.
6. Hacienda Castillo.
7. Ex Hacienda El Vicario.
8. Pulkería El Vikario.
9. Oly Granja y Quesería,
10. Restaurante Casa Chica.

Las potencialidades turísticas que se muestran a continuación mantienen un valor estimado a partir de la investigación y benchmarking de proyectos de similitud objetivo y estructura, en este sentido, los proyectos pueden variar en su valor comercial de acuerdo con las características del entorno y de las variables económicas del momento en el que se encuentren desarrollándose.



*Quesos Oly
Apaseo El Grande, Guanajuato.*



*Casa de los Perros
Apaseo El Grande, Guanajuato.*

1. PARROQUIA SAN JUAN BAUTISTA

Cuando vengas a Apaseo El Grande, tendrás que visitar la Parroquia San Juan Bautista, ya que tiene una historia enriquecedora, en donde podrás admirar su construcción antigua, una belleza. Una particularidad de la Parroquia es que aún conserva el piso de madera de mezquite de más de 300 años con la que fue construida.

- **Necesidades específicas**

1. Requieren realizar más eventos religiosos y culturales con fines de dar a conocer la ruta cultural-religiosa, se puede poner un área de souvenirs en un espacio del jardín de la parroquia, se requiere mejorar las áreas de la parroquia con mantenimiento.
2. Difusión y comercialización de los productos turísticos ofertados.



*Parroquia San Juan Bautista
Apaseo El Grande, Guanajuato.*

2. CASA DE LOS PERROS

Un lugar en el que hubo riqueza, al pasear hoy día por las calles del centro de Apaseo nos topemos con una casa, considerada la mejor obra civil del siglo XVII, superando a las de los centros mineros, la denominada “Casa de los Perros”. La Enciclopedia de México la describe de la siguiente manera: “Cuenta la ciudad con una de las casas más notables del país. Es una joya arquitectónica de estilo churrigüesco, con columnas de arcos lobulados y finos adornos de piedra que se deben a un maestro mexicano llamado Cornelio. Se dice que los propietarios actuales de esa casa es una familia de Monterrey que ocasionalmente viene a Apaseo.

- **Necesidades específicas**

1. Difusión y comercialización de los productos turísticos ofertados.
2. Oportunidad de generar sinergia con los dueños del recinto para generar recorridos dentro del recinto, ya que no todas las veces está abierto al público.



*Casa de los Perros
Apaseo El Grande, Guanajuato.*



3. HOTEL DON PORFIRIO

Hotel Boutique don Porfirio es una excelente opción para hospedarse en Apaseo el Grande. Entre los servicios sin costo extra, están wifi y el desayuno continental todos los días de 08:00 h a 10:30 h.

Se aceptan mascotas (solo perros y gatos), wifi gratis en las áreas comunes, acceso a internet por wifi gratis en las habitaciones, con 250+ Mbps (ideal para 3 a 5 personas o hasta 10 dispositivos) de velocidad., cuenta con estacionamiento privado

(no en la calle), caja de seguridad en la recepción, jardín. El Hotel cuenta con compensaciones anuales adquiridas por al menos 10% de la huella de carbono.

- **Necesidades específicas**

1. Difusión y comercialización de los productos turísticos ofertados.
2. Estrategia de promoción y comunicación.



*Hotel Don Porfirio
Apaseo El Grande, Guanajuato.*

4. QUESOS ARTESANALES MUÑOZ LEDO

Quesos fabricados artesanalmente, Magdalena Muñoz Ledo ha dedicado mucho tiempo en la producción y comercialización de diferentes quesos.

Tales como: Oaxaca, provolone, asadero, rancho, enchilado, manchego, mozzarella, panela, requesón y cremas.

Ubicada a 5 min del jardín principal, nos comenta que tiene taller de quesos, el cual ha sido del agrado por parte de los turistas.

- **Necesidades específicas**

1. Estrategia de promoción y comunicación.
2. Certificaciones.
3. Equipamiento.
4. Infraestructura en el local.



5. HACIENDA OBRAJUELOS

Hacienda antigua del siglo XVIII, es construida por Jesuitas en donde podrás visualizar durante un recorrido toda su historia. Donde nace el Tetrapak, fundadores de la Leche Alpura en donde de 5 socios, 2 son de Apaseo el Grande.

Hoy en día la Sra. Ana María Urquiza da recorridos en la Hacienda, asimismo la ofrece para hospedaje y renta para eventos.

Cuenta con más de 11 habitaciones con baño, así mismo 70 camas comunitarias para grandes grupos o familias.

Tiene grandes áreas de recreación en donde podrás disfrutar de estancias confortables con todas las comodidades para disfrutar en familia como lo son asadores y alberca.

- **Necesidades específicas**
 1. Estrategia de promoción y comunicación.
 2. Equipamiento.
 3. Infraestructura.



*Hacienda Obrajuelos
Apaseo El Grande, Guanajuato.*

6. HACIENDA CASTILLO

Hacienda Castillo su hospedaje es tipo mesón, con diferentes opciones de habitaciones, así como distintos precios, disponibles para los asistentes a eventos y para renta individual por AIRBNB. Las habitaciones cuentan con toallas corporales (una por ocupante), toalla de manos, jabón, shampoo y plaquitas para mosquitos.

Cuenta con 55 habitaciones con capacidad para 130 personas de diferentes capacidades.

- **Necesidades específicas**
 1. Estrategia de promoción y comunicación.
 2. Equipamiento.
 3. Infraestructura.
 4. Señalética.



*Hacienda Castillo
Apaseo El Grande, Guanajuato.*

7. EX HACIENDA EL VICARIO

El Vicario es una construcción sólida, grande, imponente. Estética y bien balanceada. Es un solo cuerpo, o al menos, así lo aparenta, consistente en, del lado izquierdo, la Casa Grande, seguido de lo que fuera quizá una capilla (lo presumo porque en la parte alta hay una pequeñísima espadaña de un solo arco con su campana) a la que le sigue La Troje. Lo que vemos en esta toma es la puerta principal, imponente, enorme. No es la original, esta que ahora vemos es de fierro. La de sólido mezquite desapareció.

- **Necesidades específicas**

1. Hotel Piedra Gorda, Hace falta señalética fuera de las instalaciones y en la parte de la carretera y definir un nombre porque tiene varios nombres como en las bancas y otros detalles, activar Redes sociales, página web para darlo a conocer y una inauguración, capacitación de servicio al cliente y manejo de alimentos.



*Ex Hacienda El Vicario
Apaseo El Grande, Guanajuato.*

8. PULKERÍA EL VIKARIO

Carlos Rosales García ya tiene más de 5 años en la preparación del pulque. Su negocio se encuentra a 20 min del jardín principal, en donde podrás probar una variedad de diferentes sabores como: piña, coco, fresa, café, plátano, apio, mazapán, guayaba, mango.

Otro de los atractivos de este lugar, aparte de degustar un delicioso pulque, es que llegan las mariposas monarcas a poner sus huevecillos.

El horario que tiene es de 9:00 h a 21:00 h de lunes a domingo.

- **Necesidades específicas**

1. Asesoría para darse de alta en el SAT y su operación en declaración de impuestos.
2. Difusión y activación en redes sociales.
3. Equipamiento.



*Pulkería El Vikario
Apaseo El Grande, Guanajuato.*

9. OLY GRANJA Y QUESERÍA

Empresa familiar, fundada en el año 2000 en Apaseo el Grande, Guanajuato. La cual se inicia con el objetivo de dar salida a los excedentes de la producción de leche de cabra que en ese entonces había, así se comienza la transformación con procesos totalmente artesanales, y que ahora sean ido mejorando con ayuda de la tecnología, lo que nos ha permitido ser más eficientes en nuestra producción y también conservar la calidad de nuestros productos.

- **Necesidades específicas**

1. Señalética tanto en la parte de la carretera como fuera del establecimiento.
2. Redes sociales y utilizar publicidad para difusión para potencializar los eventos.



*Oly Granja y Quesería
Apaseo El Grande, Guanajuato.*

10. CASA CHICA

Su sorprendente pizza es la receta del éxito de este restaurante. Disfruta de música en vivo por las noches. Imagina una combinación de comidas grandiosas con un personal preparado: eso es exactamente lo que Casa Chica te ofrece. Tenemos que destacar su servicio con un gran equipo de trabajo, además de sus accesibles costos en sus platillos.

- **Necesidades específicas**
 1. Señalética para llegar al restaurante.
 2. Difusión y promoción del lugar en redes sociales.
 3. Estrategias para captación de nuevos clientes.



Casa Chica
Apaseo El Grande, Guanajuato.

6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		23. Apaseo el Grande , Guanajuato			
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Especifica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. PARROQUIA SAN JUAN BAUTISTA Y JARDÍN PRINCIPAL	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
2. CASA DE LOS PERROS	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
3.HOTEL DON PORFIRIO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
4. QUESOS ARTESANALES MUÑOZ LEDO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Certificación	Buenas prácticas de higiene	\$400,000.00	
	3	Equipamiento	Vitrina	\$3,000.00	
	4	Infraestructura	Cambio de piso en fabrica medida 4m x 6m	\$35,000.00	
	Inversión total				\$ 538,000.00
5. HACIENDA OBRAJUELO	1	Estratégico	Proyecto ejecutivo de restauración	\$1,500,000.00	
			1. Plano arquitectónico del estado actual.		
			2. Plano de fábricas del estado actual		
			3. Plano de alteraciones y daños del estado actual		
			4. Inventario de instalaciones		
			5. Plano de proyecto/ Intervenciones		
Inversión total				\$ 1,500,000.00	
6. HACIENDA CASTILLO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00

7. EX HACIENDA EL VICARIO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Equipamiento	(1) Cisterna 10,000 L	\$50,000.00	
	Inversión total				\$ 150,000.00
8. PULKERIA EL VIKARIO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Equipamiento	(1) Refrigerador	\$25,000.00	
	Inversión total				\$ 125,000.00
9. OLY GRANJA Y QUESERÍA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
10. CASA CHICA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
11. ESTRATÉGICO MUNICIPIO			Elaboración de proyecto señáletica turistica	\$500,000.00	
	2	Estratégico	1. Diagnostico situación actual		
			2. Selección y jerarquización de los elementos a señalar		
			3. Plano de señáletica		
	Inversión total				\$ 500,000.00

INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA	\$3,413,000.00
----------------------------------	-----------------------



*Ex Hacienda El Vicario
Apaseo El Grande, Guanajuato.*

7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO

Los destinos, al igual que los productos, tienen ciclos de vida que nos permiten evaluar su situación competitiva.

El ciclo de vida implica cambios en la percepción del destino, el volumen y tipo de público que llega al destino, los actores que participan de la actividad turística y el modo de comercialización de estos.

El ciclo de evolución de los destinos turísticos contempla las siguientes etapas:

1. **Exploración:** Descubierta y recibe un reducido número de visitantes.
2. **Implicación:** Las personas locales inician negocios destinados al turista, Implicación del gobierno en desarrollar la infraestructura turística, se inicia la promoción del destino.
3. **Desarrollo:** El flujo de visitantes aumenta, así como la promoción, crece la infraestructura.
4. **Consolidación:** Desaceleración, pero continúa en ascenso. El turismo se vuelve fundamental para la economía del lugar, siendo generalmente su principal fuente de ingresos. Se busca incrementar la estancia de los visitantes, su gasto per cápita y des estacionalizar las visitas.
5. **Estancamiento:** la demanda turística empieza a decrecer y se estanca. El destino deja de estar de moda, por lo que se busca un mercado alternativo o conservador.
6. **Declive o Rejuvenecimiento** Si no se efectúa una importante reorientación de la actividad turística del destino, se entrará en la etapa de “declive”, en la que el destino no podrá competir con otros, lo que producirá una baja en la llegada de visitantes.

Actualmente el municipio de “Apaseo El Grande” se encuentra en una **fase de desarrollo**, al contar con mayor promoción el destino la cantidad de visitantes se encuentra en aumento, se encuentra mucho más formalizada la actividad turística en el destino, ya se cuenta con tour operadores y promotores turísticos, se encuentra mucho más organizado el sector y se cuenta con mayor infraestructura para llevar a cabo proyectos turísticos, sobre todo de transporte, ya se encuentran mucho más posicionados los atractivos naturales, históricos, culturales y gastronómicos.

Se cuenta con información del comportamiento del visitante, seguimiento al servicio y atención al cliente, tienen bien establecidos los productos turísticos y los prestadores de servicios mismos que se encuentran inmersos completamente en la dinámica turística haciendo de esta actividad su principal fuente de ingresos.



• Fuente propia



LA CASA DE DETRÁS

Hotel Don Porfirio
Apaseo El Grande, Guanajuato

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

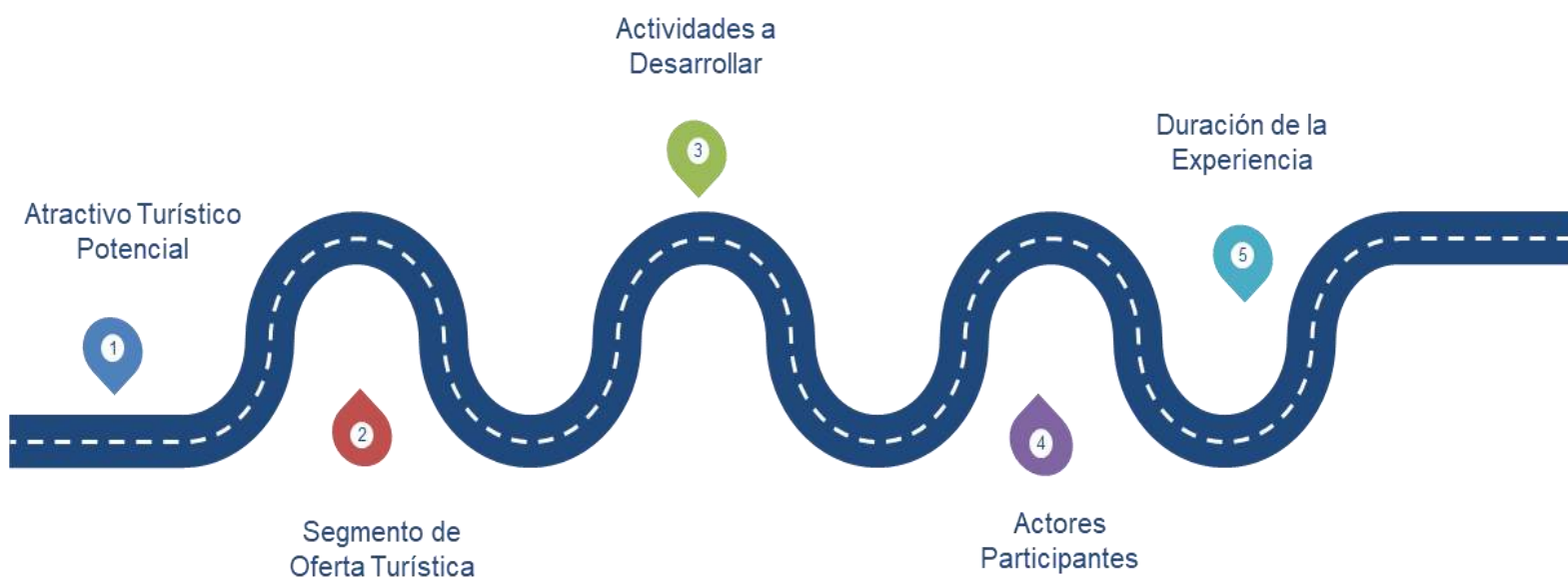
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

Un producto turístico puede incluir diferentes tipos de atractivos: naturales o hechos por el hombre, hoteles, restaurantes, teatros, actividades, festividades y eventos.

Es importante considerar en el proceso de desarrollo de un destino, los productos turísticos representativos del destino deben estar de acuerdo a la marca y posicionamiento del destino.

Son estos productos representativos los que logran consolidarlo en el mercado debido a su diferenciación o característica única.

Los elementos a considerar en la elaboración del producto turístico se muestran en la siguiente imagen:



8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO

GTO **G** **Guanajuato**
Vive Grandes Historias

CIRCUITO 1

- Cabecera Municipal**
 - ✓ *Desayuno (diversos establecimientos del Jardín Hidalgo)*
 - ✓ *Recorrido por el Jardín Hidalgo*
 - ✓ *Visita a la Parroquia de San Juan Bautista*
 - ✓ *Visita a la Casa de Los Perros*
 - ✓ *Visita al Cristo Monumental del Hotel Don Porfirio*
 - ✓ *Visita Calle Morelos- Camino Real*
 - ✓ *Visita a la Casa del Diezmo*
 - ✓ *Recorrido por el Jardín de los Enamorados (Andador Galeana)*
- Comida (diversos establecimientos del Jardín Hidalgo)**
 - ✓ *Degustar una nieve en "Nieves La Pastorcita" / Pan "Puerfecita"*
 - ✓ *Pernoctar en Hotel Don Porfirio/ Casa Chica*
 - ✓ *Desayuno y demostración de elaboración de Vaquitas*

9:00 am a 10:40 am
- Quesos Muñoz Ledo**
 - ✓ *Recorrido por la Fábrica de Quesos Muñoz Ledo*
 - ✓ *Degustación de tabla de quesos*

11:00 a.m – 12:00 p.m
- Granja de Quesos Oly**
 - ✓ *Recorrido por la Granja de Quesos Oly (Procesos, conociendo a las cabritas, alimentación, crianza, ordeña)*
 - ✓ *Degustación*

12:10 p.m – 2:40 p.m
- Cabecera Municipal**
 - ✓ *Comida en Restaurante Casa Chica*
 - ✓ *Degustar una nieve en "Nieves La Pastorcita" / Pan "Puerfecita"*

3:00 pm a 7:00 pm

GUANAJUATO.MX

Crece

Segmento de Oferta Turística

1. Gastronómico
2. Cultural- Religioso

Actividades para realizar

1. Recorridos culturales y religiosos
2. Recorrido gastronómico y degustación

Actores participantes

1. Operadores turísticos locales.
2. Guía de turistas.
3. Colectivo de cocineras tradicionales.

4. Proveedores de productos locales.
5. Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos.
6. Emprendedores turísticos.
7. Empresarios locales de la cadena de valor turística.
8. Gobierno Municipal.
9. Gobierno Estatal.
10. Gobierno Federal.

Duración de la experiencia

2 días (Pernoctar 1 noche) El hospedaje se considera en Hotel Don Porfirio/ Casa Chica

GTO **G** **Guanajuato**
Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo

CIRCUITO 2

Cabecera Municipal

- ✓ **Desayuno (diversos establecimientos del Jardín Hidalgo)**
- ✓ Recorrido por el Jardín Hidalgo
- ✓ Visita a la Parroquia de San Juan Bautista
- ✓ Visita a la Casa de Los Perros
- ✓ Visita al Cristo Monumental del Hotel Don Porfirio
- ✓ Visita Calle Morelos- Camino Real
- ✓ Visita a la Casa del Diezmo
- ✓ Recorrido por el Jardín de los Enamorados (Andador Galeana)

Comida (diversos establecimientos del Jardín Hidalgo)

- ✓ Degustar una nieve en "Nieves La Pastorcita"/ Pan "Puertecita"
- ✓ **Pernoctar en Hotel Don Porfirio/ Casa Chica**
- ✓ **Desayuno y demostración de elaboración de Vaquitas.**

9:00 am a 10:40 am

Hacienda Obrajuelo

- ✓ Recorrido por las instalaciones de la hacienda

11:40 a.m – 1:00 p.m

Hacienda Castillo

- ✓ Recorrido por las instalaciones de la hacienda

1:40 p.m – 3:30 p.m

Cabecera Municipal

- ✓ **Comida en Restaurante Casa Chica**
- ✓ Degustar una nieve en "Nieves La Pastorcita"/ Pan "Puertecita"

4:40 pm a 7:30 pm

GUANAJUATO.MX

Crece

Segmento de Oferta Turística

1. Gastronómico
2. Cultural- Religioso
3. **Actividades para realizar**
4. Recorridos culturales y religiosos
5. Recorrido gastronómico y degustación
6. **Actores participantes**
7. Operadores turísticos locales.
8. Guía de turistas.
9. Colectivo de cocineras tradicionales.

10. Proveedores de productos locales.
11. Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos.
12. Emprendedores turísticos.
13. Empresarios locales de la cadena de valor turística.
14. Gobierno Municipal.
15. Gobierno Estatal.
16. Gobierno Federal.

Duración de la experiencia

2 días (Pernoctar 1 noche) El hospedaje se considera en Hotel Don Porfirio/ Casa Chica



*Qesos Oly
Apaseo El Grande, Guanajuato*

9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES

La planificación y la gestión del destino turístico es la clave del desarrollo equilibrado, cada destino es único y se articula de acuerdo a sus características y necesidades, por lo tanto la gestión de ser flexible y adaptarse, tanto a las circunstancias políticas, sociales, ambientales y económicas y las propias del territorio, a partir de este escenario, podemos generar acciones que fortalezcan el desarrollo sustentable de destinos turísticos, que les permitan lograr su consolidación y buscar el impulso a nuevos productos turísticos.

9.1 ESTRATÉGICAS

a. Atractivos turísticos

1. Existe un inventario de prestadores turísticos en el destino el cual de manera anual es actualizado, sin embargo se hace necesario realizar un ***inventario de los atractivos turístico*** naturales, museos, artesanías, folklor, etc. del municipio incluyendo los atractivos que se encuentren en diferentes comunidades, realizando fichas técnicas en donde se pueda contar con la identificación y valoración de los atractivos turísticos encontrando entre otros elementos históricos, culturales, contenido fotográfico, etc. Que puedan ser base de estrategias turísticas de desarrollo y/o consolidación de productos turísticos.
 - ***Los actores participantes*** para la realización de dicha acción se propone las autoridades municipales, cronistas e historiadores y esfuerzos de actores de la iniciativa privada.

b. Infraestructura

1. Se hace necesario realizar un plan de mantenimiento de los caminos y accesos principalmente a las comunidades con detonante turístico.
2. Con la finalidad de facilitar el acceso a los diferentes atractivos turísticos, así como llevar a cabo las actividades propias del destino es necesario implementar un ***plan especial de señalética*** con enfoque turístico al interior del municipio, así como en las comunidades de vocación turística.
 - ***Los actores participantes*** para la realización de dicha acción se propone la

participación directa de Obras Públicas del municipio.

c. Servicios turísticos y de apoyo

1. Los servicios turísticos incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente mientras está de viaje, como alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencias, de viajes, etc., la formalización del sector es necesaria, la Secretaría de Turismo del Estado cuenta con un inventario turístico de todos los prestadores de servicios el cual es actualizado de manera anual por el municipio, dicho inventario debe mantenerse vigente respecto a las nuevas incorporaciones de establecimientos de índole turístico así como las inevitables bajas.
2. En referencia de los prestador y servidores turísticos registrados en el inventario turístico solamente **el 9%** se encuentra registrado en el Registro Estatal turístico, es **fundamental** incrementar la participación de los prestadores en este registro, haciendo las acciones necesarias para lograr un incremento considerable, entre ellas el lograr la formalización ante el SAT, siendo este uno de los puntos por el cuál muchos no se encuentran registrados, es importante llevar a cabo capacitaciones relacionados a temas del **SAT**, e incluso buscar acercamientos que faciliten la obtención de dicho requisito, promover campañas municipales y realización de jornadas de inscripciones de **RET**.
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, Iniciativa privada, administración turística municipal, Secretaría de turismo del Estado.

d. Capital Humano del Sector Turístico

1. En la actividad turística el papel que cumplen las personas que tiene alguna responsabilidad directa o indirecta en la prestación de servicios turísticos es determinante para asegurar que la experiencia de la visita sea satisfactoria y recordada con una sensación de “querer volver”, la profesionalización dentro del sector turístico **es fundamental** para buscar el crecimiento como destino turístico, se requiere una participación más activa de los actores públicos y privados para el logro de certificaciones existentes (Moderniza, distintivo H, entre otros) que le den seguridad en la calidad y servicio a los visitantes y turistas del destino.

2. De igual manera el monitoreo constante de la satisfacción y fidelización de los visitantes es imprescindible, un nivel alto de satisfacción garantiza el regreso de los visitantes, lo cual incide directamente en la fidelización hacia el destino, además promueve que los visitantes recomienden el destino, en **Apaseo El Grande** el 2% de los prestadores de servicios turísticos tiene una medición de satisfacción, es imperioso la implementación de un sistema de satisfacción, lo que NO se mide NO se mejora.
3. Es indispensable contar con un programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos, con las necesidades específicas del destino, tomar como apoyo las que tiene a disposición la Secretaría de Turismo del Estado, sin embargo, la implementación de un programa de capacitación atendiendo las necesidades del destino es fundamental.
4. Actualmente existe una amplia gama de cursos de capacitación por lo que se propone realizar el acercamiento por parte de autoridades municipales la facilidad de inscripciones.
5. Realizar alianzas estratégicas con organismos especializados en temas de desarrollo del capital humano. (IECA, organismos empresariales, etc.).
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, iniciativa privada, administración turística municipal, Secretaría de Turismo del Estado.

e. Planificación y gestión del destino

1. Es necesario la creación, desarrollo, fortalecimiento del comité y/o comisión de acciones turísticas, para la elaboración de proyectos detonantes y toma de decisiones en beneficio del sector turístico.
2. Es vital la revisión, desarrollo y actualización del plan de desarrollo turístico, un destino que no cuente y mida la planificación y gestión del destino turístico puede afectar negativamente al sector (Objetivos, acciones, recursos, etc.).
3. Se hace necesario contar con un plan de desarrollo en las comunidades con vocación turística que les permita detonar la actividad turística como pilar de su desarrollo económico y social.
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, Iniciativa privada, administración turística municipal.

f. Imagen

1. Es clave implementar una estrategia para el posicionamiento de la **MARCA DESTINO** resaltando

todos aquellos atributos y valores intangibles con los que cuenta el destino, cumpliendo con la función de poder de atracción hacia el destino en sí, generando de esta manera beneficios a los prestadores de servicios (alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, etc.) que se encuentran involucrados en la enorme cadena productiva del sector turismo, es preciso contar con un plan de desarrollo de imagen con objetivos y acciones claras, así como los recursos necesarios para llevar a cabo las estrategias planteadas en el plan.

2. Es relevante conocer la percepción de los visitantes al municipio, el lugar de procedencia (estatal, nacional, internacional), lo que más disfruto del destino, lo que no le agrado, la imagen, los principales segmentos, entre otros, es necesario implementar la herramienta de **flujos del destino turístico**.
3. Es significativo contar con un punto físico y digital de contacto informativo y de promoción de todas las actividades que se pueden llevar a cabo en el destino. (Módulo informativo en punto estratégico).
4. El manejo de las redes sociales turísticas del destino deben mantener claro el objetivo y enfoque turístico para los cuales fueron creadas.
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, Iniciativa privada, administración turística municipal.

9.2 DETONADORAS

a. Consolidar Plan de gestión y desarrollo turístico del destino

1. Desarrollo y consolidación del plan de desarrollo turístico con un horizonte a corto, mediano y largo plazo con objetivos claros y medibles.
2. Proyecto de desarrollo turístico de las comunidades con enfoque turístico.
3. Sociabilización a la iniciativa privada del plan de desarrollo turístico integral (Cabecera municipal y comunidades).

b. Fortalecer a los sectores del sector turístico (Público y Privado)

1. Programa de capacitación del destino con el fin de identificar y sistematizar las necesidades formativas y de capacitación de los actores involucrados en el desarrollo turístico, atendiendo necesidades de formación general, empresarial, profesional, entre otras.
2. Incremento de la participación del Registro Estatal Turístico.

c. Promover un desarrollo equilibrado en comunidades con enfoque turístico.

1. ***Elaboración de plan de desarrollo turístico comunitario*** que oriente las acciones necesarias por realizar, con el fin de aprovechar mejor y de manera sostenible el potencial turístico que existe en la comunidad y lograr superar limitantes de infraestructura e instalaciones básicas (Información turística, señalización adecuada, organización, alojamiento con un mínimo confort), aplicando un enfoque altamente participativo, involucrando a una gran parte de la comunidad en el desarrollo turístico.
2. Integración de acciones turísticas en cabecera municipal y comunidades con vocación turística.

d. Promover la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible

1. Promover la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible en establecimientos del sector turístico, eventos y en todas aquellas actividades propias del turismo en el destino, preservando los recursos naturales, culturales e históricos que sean parte fundamental del atractivo turístico.

e. Desarrollo de una Marca Destino

1. Diseñar, coordinar e implementar estrategias de promoción turística del destino, con el objetivo de desarrollar una *MARCA DESTINO*.

f. Implementación de herramientas de medición turística.

1. Implementar las herramientas de medición turística que permita evaluar la satisfacción de los visitantes al destino en sus diferentes vertientes.
2. Flujos turísticos del destino.
3. Experiencia y satisfacción de establecimientos.
4. Experiencias y satisfacción de eventos turísticos.



*Casa Chica Restaurant
Apaseo El Grande, Guanajuato*

10. CONCLUSIONES

- Tras el estudio realizado, podemos destacar las grandes potencialidades turísticas visitadas en el municipio de Apaseo El Grande, Guanajuato, cuenta con grandes atractivos turísticos dónde podremos encontrar una variedad de oferta turística como: sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, así como centros de esparcimiento.
- El municipio cuenta con 42 sitios los cuales se pueden convertir en un producto turístico sin embargo no se cuenta con mucha información histórica- cultural de estos por los que se deberá hacer un arduo trabajo de recopilación de información histórica.
- Se recomienda realizar un inventario turístico de todos aquellos atractivos naturales, culturales e históricos (Folklore, museos, artesanías, etc.) con información más detallada (elementos, patrimonio, contenido fotográfico, etc.) que pueda ser base para el desarrollo de nuevos productos turísticos.
- Las potencialidades turísticas identificadas son: Parroquia San Juan Bautista, Jardín principal, Casa de los perros, Hotel don Porfirio, Quesos artesanales Muñoz Ledo, Hacienda Obrajuelo, Ex Hacienda El Vicario, Pulkería El Vikario y Restaurante Casa Chica.
- Se puede considerar que el municipio de Apaseo El Grande como destino turístico se encuentra en una fase de desarrollo, por lo que deberán generarse diferentes acciones de planificación, gestión, comunicación y promoción atendiendo la etapa de desarrollo en la que se encuentra el municipio.
- Una de las fortalezas de Apaseo el Grande es su **gran potencial Cultural-Histórico**, cuenta con espacios que permiten detonarlo y los mismos prestadores de servicios han considerado explotar este segmento turístico.
- Se tendrá que realizar una revisión a los productos turísticos actualmente ofertados para poder evaluar el impacto que tienen y de ser necesario re orientar el mismo.

- Hablar de infraestructura en el municipio es identificar un **área de oportunidad prioritaria**, ya que, en tema de señalización vial informativa, es una de las acciones preferentes para implementar dentro del municipio, así como **la reparación de caminos**, especialmente los que conducen a los puntos de potencialidad turística.
- Se recomienda realizar acciones para el cumplimiento del Registro Estatal Turístico, se considera importante desarrollar: Material informativo o bien un curso en el cual se le pueda proporcionar información relacionada a las obligaciones frente al SAT y el manejo contable y así obtener su constancia de situación fiscal para el cumplimiento de ese requisito, apoyo legal para el desarrollo de contrato de arrendamiento y desarrollo de imagen y logotipo.
- Se recomienda realizar capacitaciones en temas relacionados a cultura turística, manejo de redes sociales, servicio y atención al cliente, primeros auxilios y certificación de guías, es necesario llevar a cabo los registros de capacitación más cercana a los prestadores, actualmente se puede acceder de manera sencilla a los cursos sin embargo el apoyo del registro y la incentivación a la participación a dichos cursos puede incrementar el impacto y la participación a los mismos.
- Prevalecer a todos los operadores turísticos el tema de capacitación ya que detectamos que adolecen de esta formación para aprovechar y potencializar sus conocimientos, dentro de los temas identificamos: Certificación de guías, certificación en primeros auxilios y atención al cliente.
- Es imprescindible realizar la planificación del destino para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad turística, por ello se plantea la ejecución del plan de desarrollo turístico y así establecer los objetivos en conjunto, definir metas a corto, mediano y largo plazo, presupuestos, métricas para su adecuada operatividad, se recomienda hacer una actualización de este y buscar la compatibilidad con el logro de objetivos en materia turística estatal.
- Con el objetivo de darle mayor estructura, es necesario desarrollar un **comité de gestión turística** en la que participen los órdenes de gobierno estatal, municipal e iniciativa privada.
- En cuestión de imagen, es importante contar con un proyecto de desarrollo de imagen y marca turística del municipio y evaluar su impacto, se requiere contar con más información en cada uno de

los eventos realizados para conocer el impacto y la imagen que los turistas tienen del destino, así mismo incentivar el uso de la herramienta de Satisfacción y Fidelización, QR implementado por la Secretaría de Turismo del Estado, para poder realizar estrategias enfocadas al posicionamiento del destino.

- Es necesario tomar acciones para lograr incentivar una estancia más prolongada en el destino, ya que en materia turística el municipio ha desarrollado pocas acciones que le permitan detonar las potencialidades turísticas con las que cuenta, se tendrán que hacer acciones que permitan el fortalecimiento de la cadena de valor del sector turístico.
- Los buenos resultados en la implementación del plan de acción dependerán mucho del compromiso de los actores de la estrategia turística propuesta, es necesaria la participación y empatía por parte de los prestadores de servicios, los esfuerzos municipales, la atracción a inversionistas privados y el apoyo a nuevos emprendedores para ofrecer una mayor oferta de atracciones.

11. ANEXOS

11.1 GLOSARIO

11.2 FOTOGRÁFICO

11.3 PLAN DE TRABAJO

REPORTE
FOTOGRAFICO

Apaseo El Grande





Casa Chica Restaurant



Casa Chica Restaurant



Casa Chica Restaurant



Casa De Los Perros



Casa De Los Perros



Jardín Principal



Quesos Muñoz Ledo



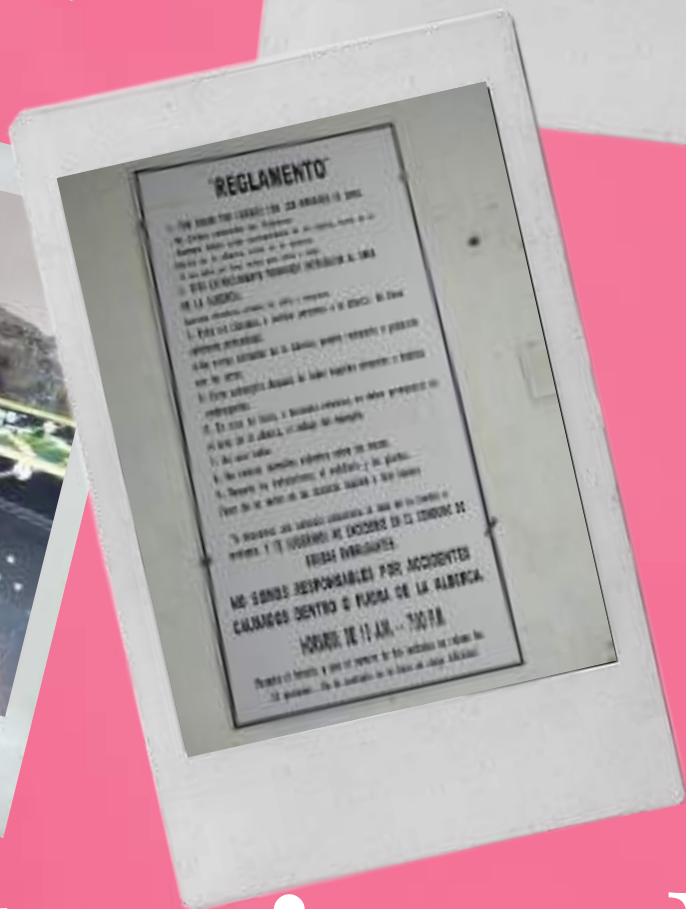
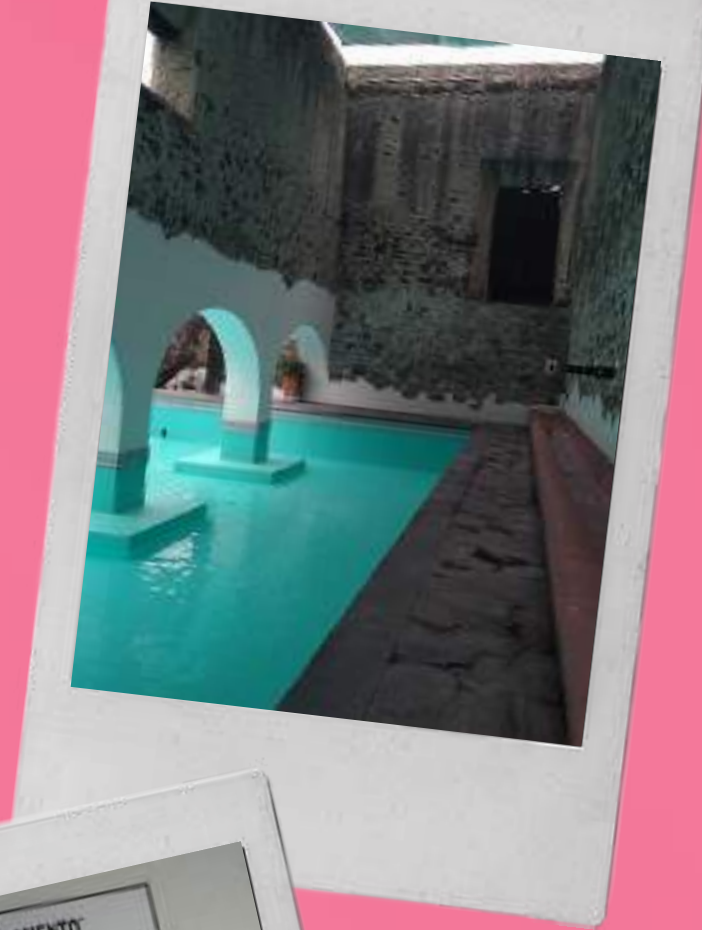
Ex Hacienda El Vicario



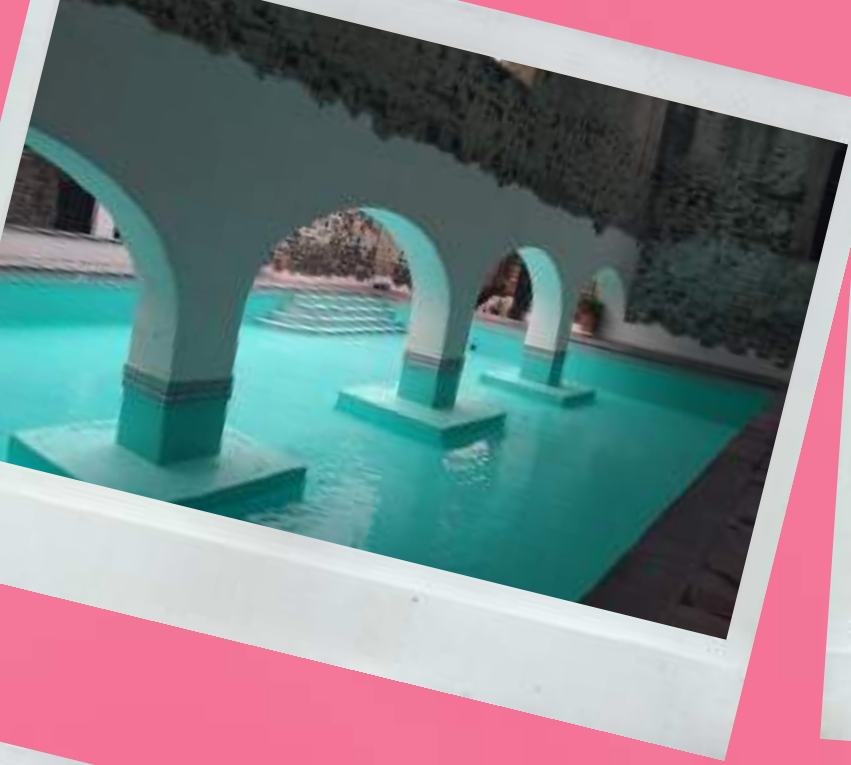
Ex Hacienda El Vicario



Ex Hacienda El Vicario



Ex Hacienda El Vicario



Ex Hacienda El Vicario



Ex Hacienda El Vicario



Ex Hacienda El Vicario



Ex Hacienda El Vicario



Hotel Don Porfirio



Hotel Don Porfirio



Hotel Don Porfirio



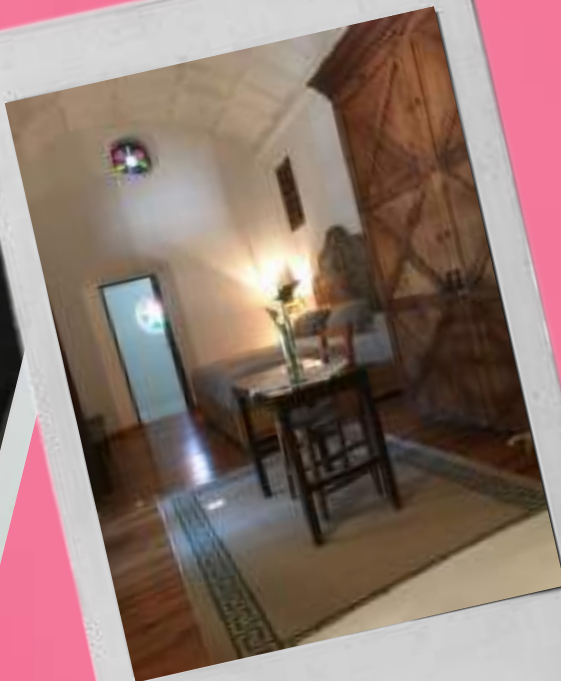
Hotel Don Porfirio



Hacienda Obrajuelo



Hacienda Obrajuelo



Hacienda Obrajuelo



Hacienda Obrajuelo



Hacienda Obrajuelo



Hacienda Obrajuelo



Hacienda Obrajuelo



Hacienda Obrajuelo



Hacienda Obrajuelo



Hacienda Obrajuelo



Hacienda Obrajuelo



Hacienda Obrajuelo



Hacienda Obrajuelo



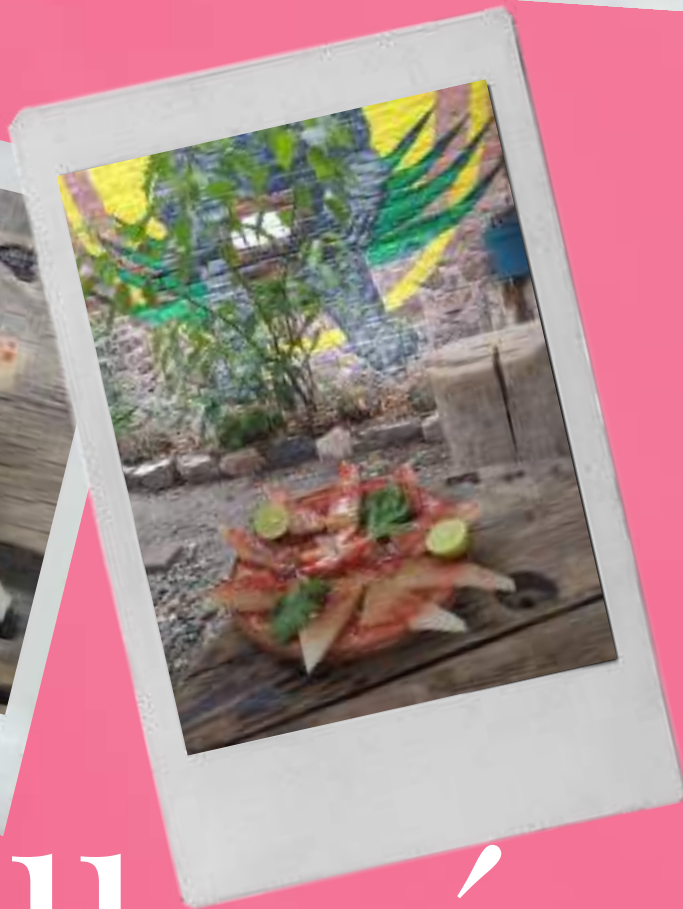
Hacienda Obrajuelo



Hacienda Obrajuelo



Hacienda Obrajuelo



Pulkería El Vikario



Pulkería

El Vikario



Pulkería

El Vikario



Pulkería

El Vikario



Pulkería

El Vikario



Pulkería

El Vikario



Quesos Oly



Quesos Oly



Quesos Oly



Quesos Oly



Quesos Oly

ANEXO
PLAN DE TRABAJO

Plan de trabajo "Parroquia San Juan Bautista"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción y circuitos.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	1 Año

Plan de trabajo "La Casa de los Perros"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Equipamiento	Señalética y Caseta de información Turística	Señalética y Caseta de información Turística	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	2 Años

Plan de trabajo "Hotel Don Porfirio"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Difusión	Difusión en redes sociales de SECTUR del Estado y páginas de Guanajuato.	Difusión en redes sociales de SECTUR del Estado y páginas de Guanajuato.	
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	2 Años

Plan de trabajo "Quesos Artesanales Muñoz Ledo"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Difusión	Difusión en redes sociales de Sectur del Estado y páginas de Guanajuato.	Difusión en redes sociales de Sectur del Estado y páginas de Guanajuato.	Redes sociales de SECTUR
	Equipamiento	Vitrina de tienda.	Vitrina de tienda.	Identificar programa de apoyo
	Infraestructura	Cambio de piso en fábrica	Cambio de piso en fábrica	Identificar programa de apoyo
	Certificación	Certificación en buenas prácticas de higiene.		
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	2 Años

Plan de trabajo "Hacienda Obrajuelo"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Difusión	Difusión en redes sociales de SECTUR del Estado y páginas de Guanajuato.	Difusión en redes sociales de SECTUR del Estado y páginas de Guanajuato.	Redes sociales de SECTUR
	Equipamiento	Blancos	Colchas, Sabanas, Colchones.	Identificar programa de apoyo
	Infraestructura	Adecuación y restructuración en paredes de la Hacienda.	Cambio de piso en fábrica	Identificar programa de apoyo
	Certificación	Certificación en buenas prácticas de higiene.		
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	<ul style="list-style-type: none"> *Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing. 	2 Años

Plan de trabajo "Ex Hacienda Vicario"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Equipamiento	Cisterna	Cisterna	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	2 Años

Plan de trabajo "Pulkeria El Vikario"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Equipamiento	Refrigerador	Refrigerador	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	2 Años

Plan de trabajo "Productos alimenticios Oly"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	2 Años

Plan de trabajo "CASA CHICA"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	2 Años

ANEXO

GLOSARIO DE

TÉRMINOS

- **Atractivos turísticos:** Conjunto de elementos materiales e inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión de la persona visitante, provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.
- **Cambio climático:** Variación del estado del clima identificable en las variaciones del valor medio, en la variabilidad de sus propiedades, o en ambos, que persiste durante largos periodos de tiempo, generalmente decenios o periodos más largos. Puede deberse a procesos internos, naturales, a forzamientos externos o a cambios antropogénicos persistentes de la composición de la atmósfera o del uso del suelo.
- **Circuito turístico:** Recorrido que agrupa diversos puntos localizados en una zona geográficamente cercana y accesible dentro de las regiones o zonas turísticas del Estado que cuenta con atractivos, servicios y productos turísticos a lo largo del trayecto.
- **Cultura turística:** Conjunto de valores, manifestaciones o expresiones que integran a los miembros de una sociedad determinada con el turismo;
- **Desarrollo sostenible:** Proceso evaluable mediante criterios e indicadores de carácter ambiental, económico y social que tiende a mejorar la calidad de vida y la productividad de las personas, que se funda en medidas apropiadas de preservación ecológica, protección del ambiente y aprovechamiento de recursos naturales, de manera que no se comprometa la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras.
- **Destino turístico:** Espacio o zona geográfica en que se desarrolla la actividad turística;
- **Imagen urbana:** Conjunto de elementos naturales o materiales que forman parte del marco visual de quienes habitan una ciudad;
- **Instrumentos de planeación turística:** Los programas turísticos, el Registro Estatal de Turismo, el Sistema Estatal de Información Turística y el Inventario Turístico Estatal.
- **Oferta turística:** Conjunto de actividades, destinos, bienes y servicios turísticos, así como los atractivos culturales, históricos, naturales, recreativos y urbanos que se ofrecen a las personas visitantes.
- **Patrimonio turístico:** Conjunto de bienes y recursos naturales, culturales, históricos y de infraestructura turística;

- **Persona anfitriona:** Persona física o moral que brinda servicios de hospedaje en casas, apartamentos o demás modalidades, en forma total o parcialmente, destinados al uso habitacional, de su propiedad, posesión o administración de manera temporal y flexible, ofrecido a través de plataformas digitales.
- **Persona prestadora de servicios turísticos:** Persona física o moral que en forma o eventualmente proporcione, sirva de intermediario o contrate con las personas visitantes la prestación de servicios turísticos.
- **Persona visitante:** Persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a tres meses, con cualquier finalidad principal que no sea la de desempeñar una actividad laboral. Se clasifica como turista cuando pernocta y como excursionista cuando solo visita durante el día;
- **Potencial turístico:** Característica de un destino, municipio, región o zona en función a su patrimonio cultural que representa o puede representar un atractivo turístico, así como su oferta turística instalada, disponible o susceptible de creación para atraer personas visitantes.
- **Producto turístico:** Conjunto de bienes y servicios que se encuentran localizados en un área determinada y se ofrecen a las personas visitantes para satisfacer sus necesidades y deseos.
- **Ruta turística:** Oferta temática que agrupa diversos puntos de localizados en una zona geográficamente cercana y accesible dentro de las regiones o zonas turísticas del Estado, que cuenta con atractivos y productos turísticos a lo largo del trayecto.
- **Secretaría:** Secretaría de Turismo del Estado;
- **Vulnerabilidad al cambio climático:** Nivel al que un sistema es susceptible o no es capaz de soportar los efectos adversos del cambio climático, incluidos la variabilidad climática y los fenómenos extremos. La vulnerabilidad está en función del carácter, magnitud y velocidad de la variación climática a la que se encuentra expuesto un sistema, su sensibilidad y su capacidad adaptativa.
- **Zona de desarrollo turístico sustentable:** Áreas del Estado que, por sus características geográficas, gastronómicas, naturales, históricas, culturales, religiosas o típicas, constituyen un atractivo turístico o representan un potencial para el desarrollo de la actividad en beneficio de sus poblaciones locales. Se establecen mediante declaratoria emitida conforma a la Ley General de Turismo.

- **Registro Estatal de Turismo** El Registro Estatal de Turismo es el instrumento de inscripción y consulta de las personas prestadoras de servicios turísticos y los servicios que ofrecen den el Estado, cuya operación y actualización corresponde a la Secretaría.
- **Inventario Turístico Estatal** La Secretaría integrará el inventario Turístico Estatal, el cual contendrá los recursos naturales, culturales, históricos y monumentales que constituyen un atractivo turístico y el estado que guardan; así como los productos turísticos.