Guanajuato
Vive Grandes Historias

Vive Grandes Historias

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 13
5.2 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO 13
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES 15
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA 17
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS 18
1. HACIENDA CAMARGO 19
2. COCINA ANCESTRAL CHOCOMOZTOC 20
3. FINCA HERNÁNDEZ 22
4. APAPACHO TEMAZCAL 23
5. LA CALZADA 24
6. JARAL DUCE ARTESANAL 25
7. CENTRO HISTÓRICO 26
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO 27
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO 30
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO 33
8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO 34
9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES 36
9.1 ESTRATÉGICAS 36
9.2 DETONADORAS 39
10. CONCLUSIONES 42
11. ANEXOS 44

11.1 FOTOGRÁFICO 44
11.2 PLAN DE TRABAJO 44
11.3 GLOSARIO 44

Centro Histórico
Jaral del Progreso
Guanajuato

1. INTRODUCCIÓN

El ***turismo*** es una de las actividades económicas que ***permite mejorar las condiciones de bienestar y desarrollo,*** genera empleos, distribuye la derrama económica y favorece el patrimonio cultural y natural. Es notorio 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.

No es de extrañar lo anterior, si consideramos que ***Guanajuato*** dispone de una gran variedad de atractivos, como dos ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad, seis pueblos mágicos, escenarios arqueológicos, históricos, naturales, así como 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 del estado, por lo que se han desarrollado e implementado grandes estrategias de oportunidad y desarrollo en el tema turístico.

El sector del turismo en el Estado ha generado una cantidad significativa de empleos que contribuyen al desarrollo de la economía local y al mejoramiento de los servicios y espacios públicos, con el fin de beneficio de los ciudadanos y el turismo. Esta actividad ha experimentado una evolución significativa en el tiempo. La administración adecuada de esta actividad no es una tarea sencilla debido a su amplio ámbito por todos los sectores con los que se involucra, pero fundamentalmente por los efectos positivos y negativos que genera durante su desarrollo.

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.

2. MARCO GENERAL

Apapacho temazcal,
Jaral del Progreso, 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 tecnologíasy 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 yprivadas 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.

Centro Histórico
Jaral del Progreso, Guanajuato.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Centro Histórico
Jaral del Progreso, 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.

Centro Histórico
Jaral del Progreso, 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.

- Fuente Propia

a. ***Los atractivos turísticos del destino consideran*** todos aquellos sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, artesanías, eventos, lugares históricos, centro de esparcimiento, etc.

b. 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.

c. **Los servicios turísticos y de apoyo** incluyen todos los servicios queel turista requiere y consume directamente, como el alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencia de viajes, etc.

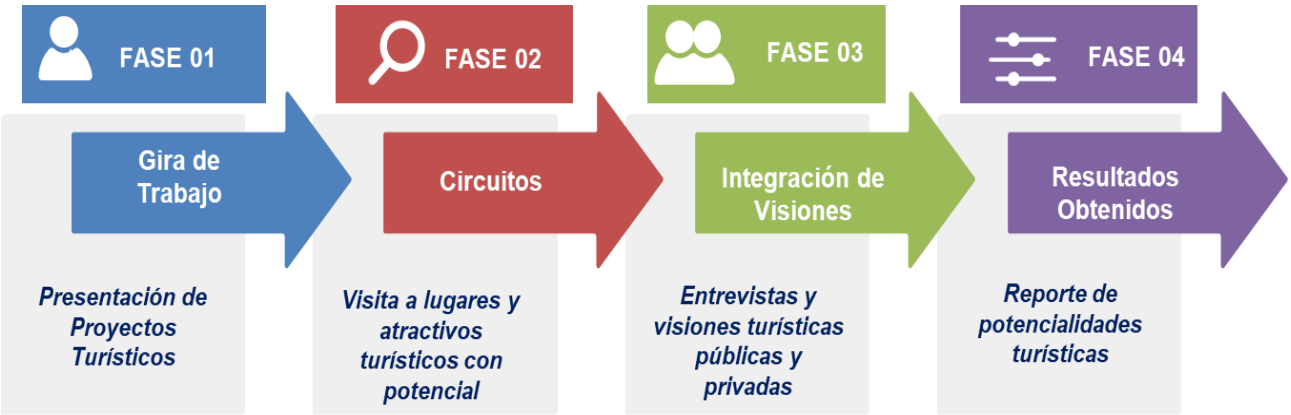
d. **Capital Humano del sector turístico,** en la actividad turística el papel que cumplen las personas que tienen alguna responsabilidad directa o indirecta en la prestación de servicios turísticos es determinante para

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 pueda generar acciones planificadas y con objetivos alcanzables, la gestión de un destino corresponde a varios procesos de decisión público-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



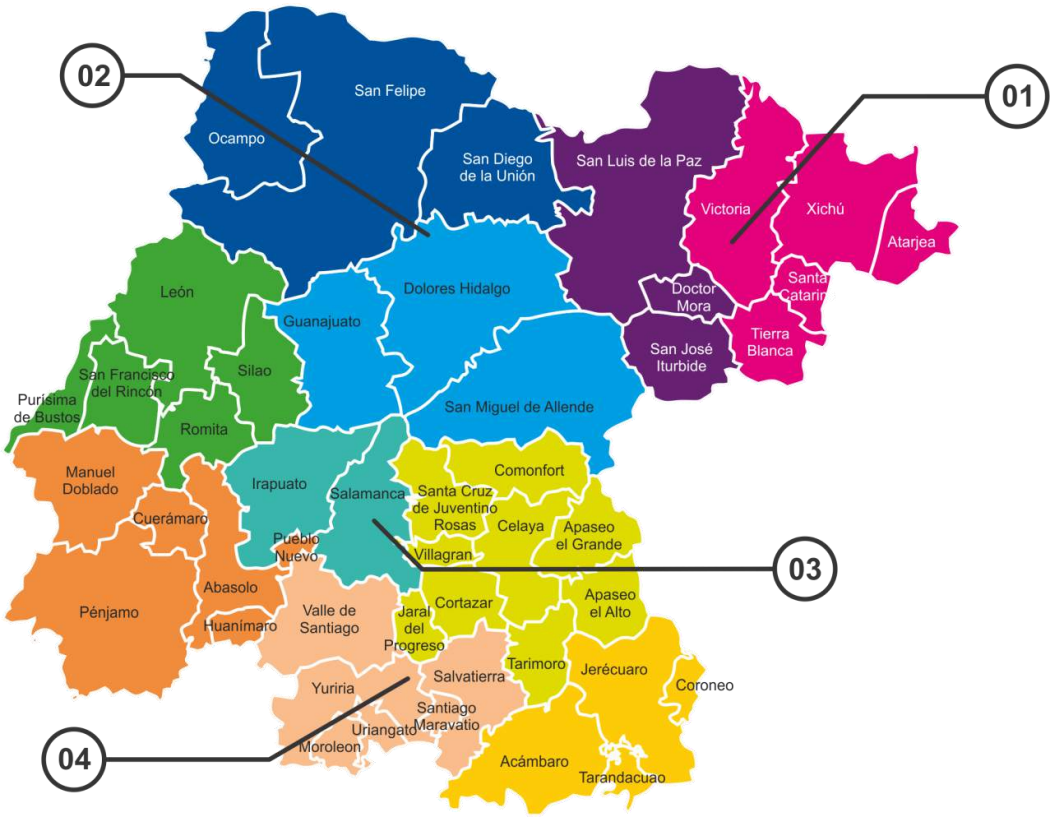
- Fuente Propia

Cocina Ancestral Chicomoztoc
Jaral del Progeso Guanajuato

Finca Hernández,
Jaral del Progreso,
Guanajuato.

5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.2 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO



Fuente: Instituto de Planeación, Estadística y Geográfica 2015

REGIONES
1. Noreste
2. Norte
3. Centro
4. Sur

SUBREGIONES
- Sierra Gorda
- Chichimeca
- Sierra de Guanajuato
- Bicentenario
- Metropolitana de León
- Metropolitana Irapuato/ Salamanca Metropolitana
- Laja Bajío
- Agave Azul
- Lacustre
- Sierra de los Agustinos

Con una población de 38,782 habitantes, el municipio de ***Jaral del Progreso***, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, ***ubicado en la Región sureste del territorio guanajuatense.***

Las localidades con mayor representación son:

- Jaral del Progreso
- Victoria de Cortazar.
- Santiago Capitiro.
- San José del Cerrito de Camargo.

El municipio de Jaral del Progreso representa el ***0.57 % de la superficie del estado***.

Fundado el 14 de septiembre de 1590.

La ciudad de Jaral del Progreso fue fundada el 14 de septiembre de 1590 por orden del virrey Luis de Velasco, en tierras que pertenecían al indio Diego Turicanti. El pueblo fue trazado por don Anselmo Ramírez el 9 de junio de 1831, y es hasta el 4 de noviembre de 1863 cuando se constituyó en municipio del Estado y su cabecera en villa, según ***decreto del gobernador Manuel Doblado. En el año de 1910 se elevó esta última a la categoría de ciudad con el nombre que ahora ostenta.*** En 1912, la Legislatura del Estado constituye el municipio libre de Jaral del Progreso y el territorio municipal se extiende en 1919 hasta la ranchería de Zempoala, que pertenecía a Yuriria, por decreto fechado el 3 de junio del citado año.

Jaral del Progreso; colinda al este con los municipios de ***Salvatierra y Santiago Mara vatio***, al sur con el estado de Michoacán de Ocampo y los municipios de ***Uriangato y Moroleón***; al oeste con el estado de Michoacán de Ocampo.

Fiestas y festividades

- El 19 de marzo, se celebra una fiesta religiosa en el poblado de San José.
- El 3 de mayo, se conmemora el día de la Santa Cruz
- El 15 de mayo, la fiesta de San Isidro.
- El 16 de junio, la fiesta de la Virgen del Carmen.
- El 10 de septiembre, San Nicolás.
- El 2 de noviembre, San Martín de Porres.

Turismo

Dentro de sus principales ***atractivos turísticos, son el monumento de Benito Juárez,*** el monumento de ***Miguel Hidalgo***, el monumento de la ***ruta de la Independencia***, que se localiza en el atrio del templo parroquial, entre otros.

Artesanías

Se elaboran artesanías de carrizo, como canastas, cestos, sombreros y floreros. De mimbre: sombreros, canastas y figuras decorativas y trabajos de cascarón de huevo, cáscara de nuez, prendas bordadas tejidas.

Gastronomía

Los alimentos que se producen tradicionalmente son el queso asadero y la fruta de horno, los dulces que se elaboran son rollo de Guayaba y los pirules de goma

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES

Ex Hacienda Camargo, Jaral del Progreso, Guanajuato.

Actualmente, en el municipio de Jaral del Progreso, Guanajuato, en su inventario cuenta con ***92 establecimientos con enfoque turístico*** (Se anexa imagen ilustrativa) de los cuales ***5 cuentan con Registro Estatal Turístico***, lo que representa el ***5%*** el seguimiento de satisfacción y fidelización del visitante mediante la implementación del modelo a través del QR, tiene actualmente 0 inscritos lo que representa el 0% del total de los prestadores de servicios.

Atendiendo la estrategia de ***Segmentos Turísticos*** de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, en el municipio de **Jaral del Progreso,** Guanajuato se identifican los segmentos de:

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.

- Fuente Propia

Finca Hernández,
Jaral del Progreso, Guanajuato.

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 demantener la calidad y el interés de los visitantes, de tal forma que, los prestadores de servicios turísticos requieren cada vez más de apoyos para promocionar, difundir y consolidar sus objetivos y metas.

Es importarte en cada proyecto mantener un enfoque socioeconómico como detonante del bienestar de las personasque 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 hicieron 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 desarrollo de los proyectos detonadores de la actividad turística.

En coordinación y colaboración con la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del municipio de ***Jaral del Progreso*** y Crece Guanajuato, se llevó a cabo el análisis de los atractivos turísticoscon 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 en los siguientes puntos:

1. Hacienda Camargo,
2. Cocina ancestral Chicomoztoc,
3. Finca Hernández,
4. Apapacho Temazcal,
5. La Calzada,
6. Jaral dulce artesanal,
7. Centro Histórico.

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.

Hacienda Camargo
Jaral del Progreso, Guanajuato.

1. HACIENDA CAMARGO

La hacienda Camargo, es un hotel, restaurante y spa que se ubica en la carretera Cortázar - Jaral del Progreso km 10, Cerrito de Camargo. La cual cuenta con un total de 15 habitaciones. En el restaurante se sirve comida típica mexicana, además del spa que cuenta con servicios profesionales en cosmetología.

Entre los servicios que podemos encontrar en la hacienda Camargo se encuentran los siguientes:

- Gimnasio
- Alberca
- Salones de juntas
- Salón de fiestas con capacidad de 250 personas
- Spa con servicios profesionales en cosmetología y masajes
- Estacionamiento
- Servicio de banquete
- Servicio de Catering y Coffee Break

Necesidades específicas

1. Capacitación en Profesionalización Turística.
2. Promoción y difusión del establecimiento.
3. Señalética

2. COCINA ANCESTRAL CHOCOMOZTOC

Cocina ancestral Chicomoztoc es un proyecto realizado por un grupo de personas que buscan promover el turismo en Jaral de Progreso, ubicado en las faldas del cerro de Culiacán, en la comunidad de La Cruz. Se encuentra en un terreno propio, adquirido por el mismo equipo, el cual se ha ido remodelando y adaptando con el paso del tiempo.

El objetivo principal es fomentar y dar a conocer las costumbres ancestrales, así como rescatar las tradiciones culturales a través de los alimentos típicos y de una ceremonia que se lleva a cabo por el personal de Cocina Ancestral Chicomoztoc.

Este espacio está creado para la purificación del alma al ofrecer un espacio completamente libre entre la naturaleza.

La actividad que ofrece el prestador de servicios, consiste en llegar al sitio de naturaleza y da inicio con una ceremonia de bienvenida para abrir permiso a los rumbos y a la madre tierra y su vez dar gracias. Posteriormente, se ofrece el desayuno con platillos tradicionales, especialmente las gorditas y tortillas hechas a mano, rellenas de guisos típicos de la región. Al término de consumir estos alimentos se ofrece la opción de asistir al temazcal o realizar senderismo según el gusto de cada persona. Al finalizar las actividades se ofrece nuevamente los alimentos para la hora de comida.

Se busca aprovechar al máximo los alimentos que la tierra y esta región ofrece y podemos encontrar lo siguiente: (todos los guisados son hechos en cazuelas y ollas de barro).

- Atole de maíz.
- Torti huevos.
- Tortillas hechas a mano.
- Caldo de la abundancia (ancas de rana).
- Variedad de salsas hechas a base de Xoconostle.
- Salsa de habanero con chocolate.
- Chicharrón en salsa.

Dentro del proyecto también se ofrece la oportunidad a los artesanos para que puedan asistir a los eventos y ofrecer sus productos, para lo cual se pretende apoyar a los productores, dentro de este sector podemos encontrar productos tallados en madera, cestos hechos a base de palma, entre otros.

A continuación se muestran los costos y especificaciones de esta experiencia:

- Entrada $50
  Uso de instalaciones.
  Senderismo.
  Ceremonia Ancestral.
- Comida
  1.er platillo $100.

2.do platillo $100.

- Temazcal $150

  Cupo limitado.

  Traer ropa cómoda.

  Toalla.

- Acceso:

El evento se lleva a cabo una vez al mes, usualmente es el cuarto domingo de cada mes. Cada evento cuenta con una temática diferente.

Necesidades específicas

1. Asesoría en modelo de negocios y costos.
2. Equipamiento y mobiliario como mesas y sillas.
3. Promoción, difusión, publicidad y manejo de redes sociales.
4. Profesionalización para el equipo a través de cursos y capacitaciones.
5. Señalética.

3. FINCA HERNÁNDEZ

Finca Hernández ubicada en la localidad de Cerrito de Camargo, es una finca dedicada al servicio de eventos privados, el sitio cuenta con un espacio de áreas verdes, toldos, mesas, sillas y todo lo necesario para llevar a cabo eventos como bodas, quince años, cumpleaños, etc.

Actualmente, se encuentra en proceso de iniciar con el servicio de restaurante, para lo cual ya se cuenta con las instalaciones necesarias. El sitio se ha ido adecuando con diferentes detalles hechos por ellos mismos, como sus mesas y casitas de madera. También se cuenta con un pequeño vivero con diferentes especies de plantas.

Necesidades específicas

1. Equipamiento y mobiliario para cocina.
2. Equipamiento y mobiliario para restaurante.
3. Mesas y sillas para eventos en el exterior.
4. Instalación de juegos para niños.
5. Capacitación de personal.
6. Promoción y difusión.
7. Reparación camino de acceso.
8. Señalética.

4. APAPACHO TEMAZCAL

Apapacho Temazcal y Spa es una empresa dedicada a las terapias naturales, la cual se enfoca en dar tratamiento a padecimientos de salud y del alma. El spa, también nombrado casa de sanación por su propietaria, cuenta con más de 25 años de servicio y sus remedios se consideran 100% naturales, todos los productos son elaborados con una fórmula magistral de botica.

Entre los servicios que ofrece existen los siguientes:

- Masajes.
- Acupuntura.
- Auriculoterapia.
- Ventosas.
- Moxibustión.
- Reflexología.
- Pedicure clínico.
- Hidroterapia de colon.
- Desintoxicación iónica.
- Conoterapia.
- Magnetoterapia.
- Geoterapia.

Uno de los servicios más destacados que ofrece Apapacho es el Temazcal, el cual es reconocido como uno de los más grandes en esta región con un cupo máximo de 80 personas. Este se encuentra ubicado a tan solo 2.2 km del centro de Jaral del Progreso.

El servicio de temazcal se ofrece a personas que deseen vivir una experiencia de sanación y está situado en un agradable lugar rodeado de áreas verdes, cuenta con estacionamiento y una hermosa vista al cerro de Culiacán. Otra experiencia que ofrece la empresa es la oportunidad de acampar en sus terrenos.

Necesidades específicas

1. El spa cuenta con una cama de piedras jade, la cual se encuentra fuera de servicio, por lo cual la propietaria requiere apoyo para repararla.
2. Promoción y difusión.
3. Señalética.

5. LA CALZADA SAN JUAN DE DIOS PEZA

La calzada es un parador gastronómico que está ubicado en la avenida Juan de Dios Peza, la cual es la principal de Jaral del Progreso, en donde se puede encontrar gran variedad de comida típica como carnitas, gorditas, comida corrida, comida tradicional, entre otros. Este parador tiene aproximadamente 30 años de antigüedad y es uno de los sitios más importantes para los visitantes y de los más concurridos en tema de gastronomía.

Necesidades específicas

1. Reparación y restauración de la velaría.
2. Mobiliario y equipamiento para cocineros.
3. Promoción y difusión.
4. Profesionalización turística.
5. Embellecimiento del sitio.

6. JARAL DULCE ARTESANAL

Jaral dulce artesanal es una empresa familiar la cual elabora dulces típicos desde 1950, su principal producto es el tradicional rollo de guayaba, el cual es uno de los tesoros más representativo del municipio.

Su fábrica y tienda están ubicadas en cabecera municipal, en la calle Gral. Nicolás Bravo Norte 209. También podemos encontrar variedad de dulces mexicanos como cajeta, cocadas, natillas, garapiñados, borrachitos, obleas, entre otros. Cabe mencionar que la marca se encuentra bien posicionada y cuenta con el distintivo de marca Guanajuato.

Necesidades específicas

1. Promoción y difusión.
2. Profesionalización turística.

7. CENTRO HISTÓRICO

En el centro histórico podemos encontrar la parroquia San Nicolás de Tolentino, el jardín principal y las tradicionales nieves artesanales.

Aquí podemos encontrar todo tipo de comercios como tiendas de ropa, artículos para el hogar, lugares de alimentos y bebidas, nieves artesanales, etc.

Necesidades específicas

1. Mantenimiento a áreas verdes.
2. Mantenimiento de bancas.
3. Embellecimiento de áreas verdes.
4. Promoción y difusión.
5. Señalética.

6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES	Jaral del Progreso , Guanajuato				
PROYECTO	***No.***	***FASE 1 Tipo de Necesidad***	***FASE 2 Necesidad Especifica***	***Fase 3 Presupuesto Estimado***	***Inversión total estimada***
1. HACIENDA CAMARGO	1	Capacitación	Capacitación Profesionalización turística	$100,000.00	
	2	Infraestructura	señalética de acceso a la hacienda	$50,000.00	
	3	Infraestructura	Reparación de caminos	$700,000.00	
	4	Estratégico	Promoción y difusión	$100,000.00	
				Inversión total	**$ 950,000.00**
2. COCINA ANCESTRAL CHOCOMOZTOC	1	Estratégico	Asesoría en modelo de negocios y costos.	$150,000.00	
	2	Equipamiento	Mobiliario como mesas y sillas.	$50,000.00	
	3	Capacitación	Capacitación Profesionalización turística	$100,000.00	
	4	Estratégico	Estrategia de promoción, difusión, publicidad y manejo de redes sociales.	$100,000.00	
	5	Infraestructura	Señalética para el acceso	$50,000.00	
				Inversión total	**$ 450,000.00**
3. FINCA HERNÁNDEZ	1	Equipamiento	Mobiliario de cocina	$150,000.00	
	2	Equipamiento	Mobiliario para restaurante	$250,000.00	
	3	Equipamiento	Mesas y sillas para eventos exterior	$70,000.00	
	4	Equipamiento	Instalación de juegos infantiles	$80,000.00	
	5	Capacitación	Capacitación para el personal	$100,000.00	
	6	Estratégico	Promoción, difusión y manejo de redes sociales	$100,000.00	
	7	Infraestructura	Señalética	$400,000.00	
	8	Infraestructura	Reparación de caminos	$1,500,000.00	
				Inversión total	**$ 2,650,000.00**
4.APAPACHO TEMAZCAL	1	Equipamiento	Reparación de cama jade	$25,000.00	
	2	Estratégico	Promoción, difusión y manejo de redes sociales	$100,000.00	
	3	Infraestructura	Señalética	$50,000.00	
				Inversión total	**$ 175,000.00**

5. LA CALZADA SAN JUAN DE DIOS PEZA	1	Infraestructura	Reparación y restauración de la velaría.	$150,000.00	
	2	Equipamiento	Mobiliario y equipamiento para cocineros.	$250,000.00	
	3	Infraestructura	Proyecto de embellecimiento de la calzada	$200,000.00	
	4	Capacitación	Capacitación en profesionalización del sector	$100,000.00	
	5	Estratégico	Promoción, difusión y manejo de redes sociales	$100,000.00	
				Inversión total	**$ 800,000.00**
6. JARAL DULCE ARTESANAL	1	Estratégico	Promoción, difusión y manejo de redes sociales	$100,000.00	
	2	Capacitación	Capacitación en profesionalización del sector	$100,000.00	
				Inversión total	**$ 200,000.00**
7. CENTRO HISTÓRICO	1	Infraestructura	Mantenimiento a áreas verdes	$50,000.00	
	2	Infraestructura	Mantenimiento de bancas	$120,000.00	
	3	Estratégico	Promoción, difusión y manejo de redes sociales	$100,000.00	
	4	Infraestructura	Señalética	$50,000.00	
				Inversión total	**$ 320,000.00**
8. ESTRATÉGICO MUNICIPIO	1	Estratégico	**Elaboración de proyecto ejecutivo con enfoque turístico**	$2,500,000.00	
			*Plan de Desarrollo turístico de la comunidad (Detonante)		
			* Proyectos de Inversión		
			*Proyecto de Marketing y digitalización		
			*Estrategia de comunicación y promoción		
			* Modelo de negocios		
			* Detección de necesidades de capacitación		
	2	Estratégico	**Elaboración de proyecto señalética turística**	$500,000.00	
			1. Diagnostico situación actual		
			2. Selección y jerarquización de los elementos a señalizar		
			3. Plano de señalética		
				Inversión total	**$ 3,000,000.00**

INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA	**$8,545,000.00**

El apapacho Temazcal
Jaral del Progreso, 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.

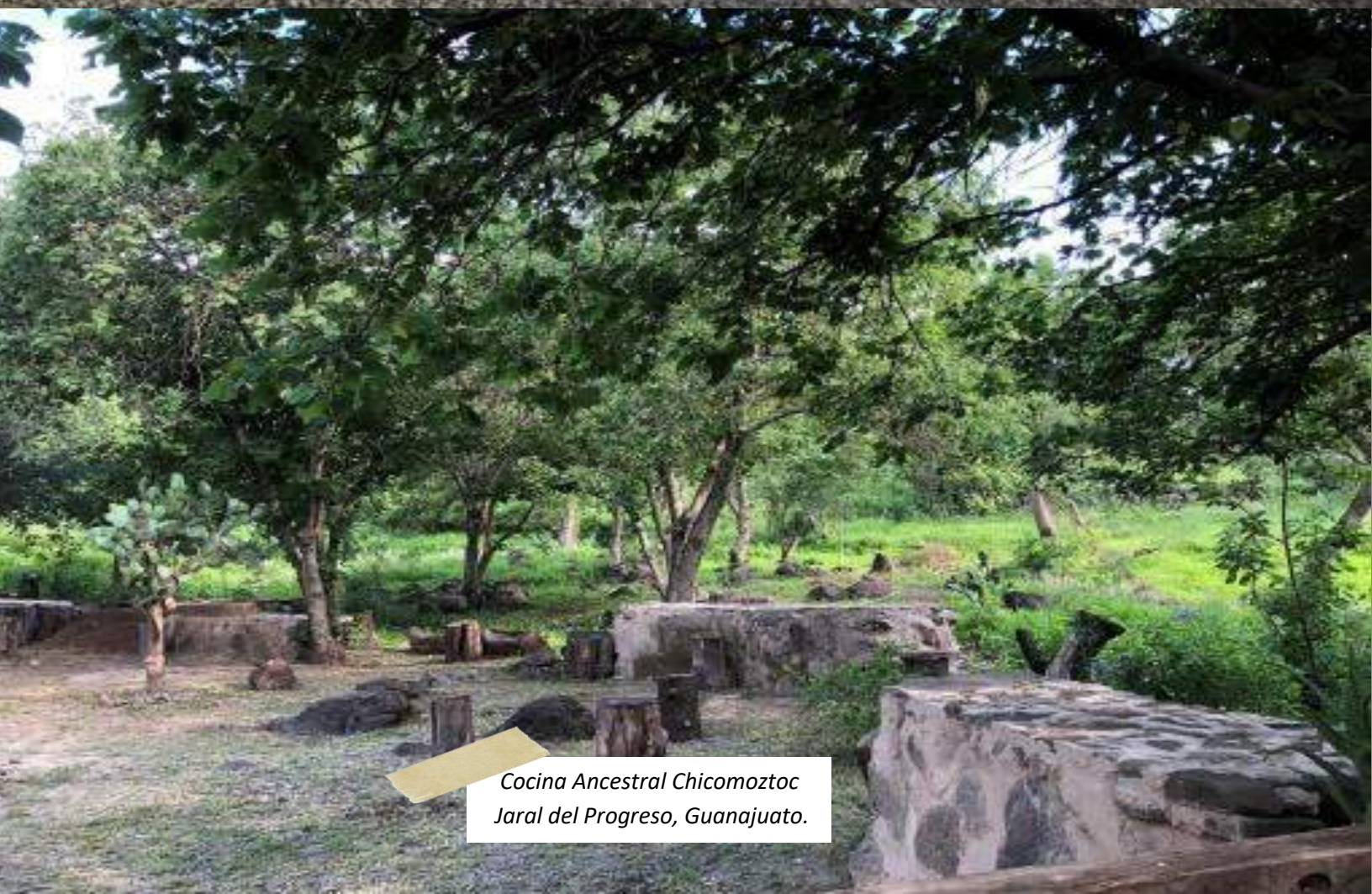
El ciclo de evolución de los destinos turísticos contempla las siguientes etapas:

1. ***Exploración:*** Descubierto 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 desestacionalizar 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 ***Jaral del Progreso*** se encuentra en fase de ***exploración***, lo cual significa que aún ***no recibe muchos visitantes*** o existe ***poca información sobre el comportamiento turístico*** en el municipio.

En general, los turistas que llegan aquí se sienten atraídos por los atractivos naturales, culturales y gastronómicos. No existe suficiente infraestructura turística formal.

- Fuente Propia



Cocina Ancestral Chicomoztoc
Jaral del Progreso, Guanajuato.

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

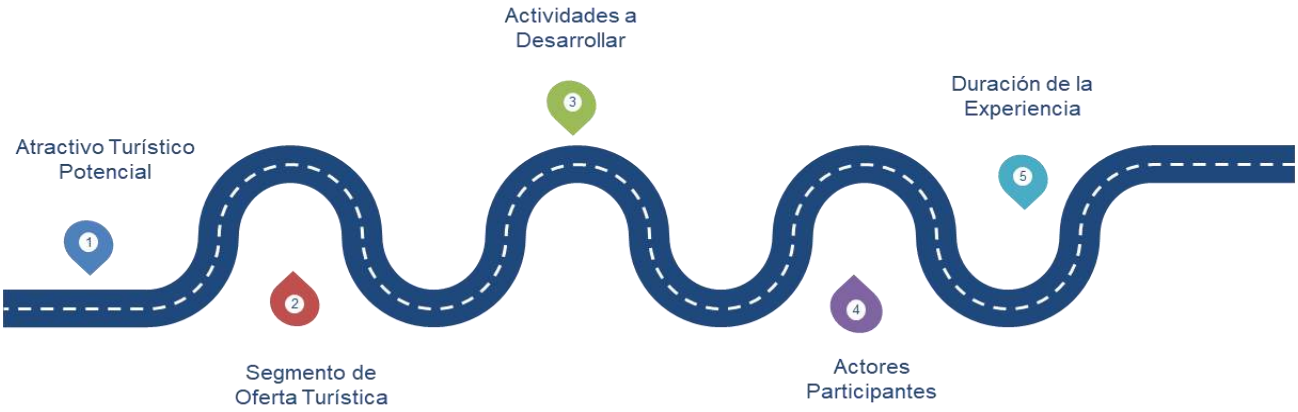
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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

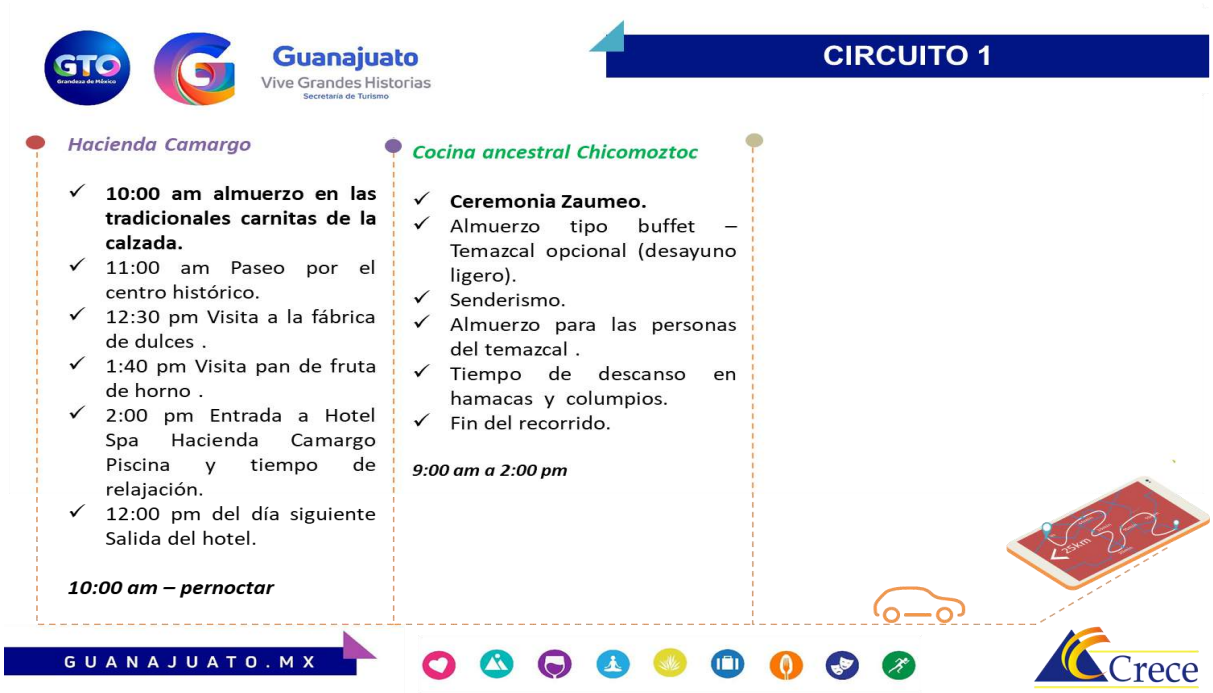
Es importante considerar en el proceso de desarrollo de un destino, los productos turísticos representativos del destino deben estar de acuerdo a la marca y posicionamiento del destino.

Son estos productos representativos los que lograran 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:



- Fuente propia



Segmento de oferta turística

- Cultural;
- Histórico;
- Gastronómico;
- Enológico.

Actividades a desarrollar

- Recorrido en atractivos turísticos en cabecera municipal;
- Degustación de comida Ancestral
- Compras de dulces artesanales
- Actividades Wellness

Actores participantes

- Operadores turísticos locales;
- Guía de turistas;
- Colectivo de cocineras tradicionales;
- Proveedores de productos locales;
- Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos;
- Emprendedores turísticos;
- Empresarios locales de la cadena de valor turística;
- Gobierno Municipal;
- Gobierno Estatal;
- Gobierno Federal.

Duración de la experiencia

- Dos días (Pernoctar 1 noche), variedad de hoteles en cabecera.

Dulces Jaral
Jaral del Progreso, 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. El destino cuenta con un directorio de prestadores de servicios, que se actualiza anualmente; sin embargo, se hace necesario realizar un inventario ***de los atractivos turísticos,*** naturales y culturales (museos, artesanías, folklor, etc.) del municipio, incluyendo todos aquellos que se encuentren en diferentes comunidades, elaborando fichas técnicas que se puedan utilizar con confianza identificando entre otras cosas, elementos históricos y culturales, contenidos fotográficos, etc. Esto podría constituir la base de una estrategia turística para desarrollar y/o mejorar los 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 turísticos así como las inevitables bajas.
2. En referencia a los prestadores y servidores turísticos registrados en el inventario turístico solamente ***el 5%*** 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 cual muchos no se encuentran registrados, es importante llevar a cabo capacitaciones relacionadas con 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 ***Jaral del Progreso*** solamente un ***0%*** 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 partede 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 debe 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 turísticas 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.

Finca Hernández
Jaral del Progreso, Guanajuato.

10. CONCLUSIONES

- Tras el análisis llevado a cabo, se pueden destacar las ***potencialidades turísticas*** que se han visitado en el municipio de ***Jaral del Progreso, Guanajuato***. Este municipio cuenta con ***atractivos turísticos,*** algunos históricos, gastronómicos y especialmente de naturaleza.
- Se puede considerar que el municipio de ***Jaral del Progreso*** como destino turístico se encuentra en una ***fase de implicación,*** 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 y promover el crecimiento de infraestructura básica turística.
- Se tendrán que hacer acciones que permitan el ***fortalecimiento de la cadena de valor*** del sector turístico, actualmente tiene muy baja participación en el sistema RET.
- No se identifican productos turísticos vigentes, por lo cual se recomienda ampliamente un análisis que permite el diseño de algún producto turístico.
- El hecho de mencionar ***infraestructura*** en el municipio es identificar un área de oportunidad prioritaria, ya que la ***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 con las obligaciones frente al SAT y el manejo contable para poder obtener su constancia de situación fiscal para el cumplimiento de ese requisito, apoyo legal para el desarrollo de contrato de arrendamiento, desarrollo de imagen y logotipo.
- Se aconseja llevar a cabo capacitaciones en temas relacionados con la ***cultura turística, el manejo de las redes sociales, el servicio y atención al cliente, la 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.
- Es ***imprescindible revisar y actualizar 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 plazo, mediano y largo plazo, presupuestos, métricas para su adecuada operatividad, se recomienda hacer una revisión de la 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 fortalecer el ***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 turístico, 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 a la imagen y al posicionamiento del destino turístico.
- 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 turísticascon 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 FOTOGRÁFICO

11.2 PLAN DE TRABAJO

11.3 GLOSARIO

REPORTE FOTOGRÁFICO

Jaral

Temazcal

Apapacho

Temazcal

Apapacho

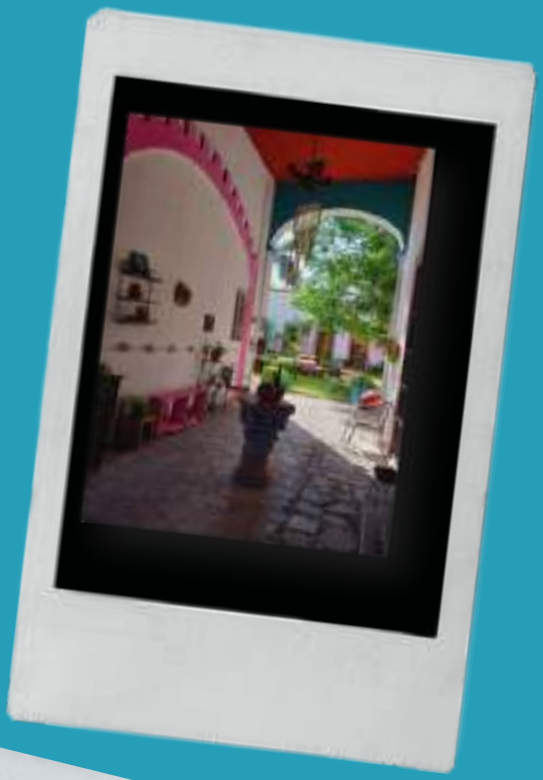
Temazcal

Apapacho

Finca Hernández

Finca Hernández

Dulces
Jaral



Hacienda
Camargo

Cocina ancestral
Chicomoztoc

Jardín Principal

ANEXO
PLAN DE TRABAJO

Plan de trabajo "HACIENDA CAMARGO"

Fase 1 | Fase 2 | Fase 3 | Fase 4

Actividades	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Capacitación	Capacitación Profesionalización turística	Programa de capacitación	6 meses
	Infraestructura	señalética de acceso a la hacienda	Proyecto ejecutivo de señalética	1 mes
	Infraestructura	Reparación de caminos	Proyecto ejecutivo para definición de costos	1 mes
	Estratégico	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de colaboraciones, *Creación de estrategias de marketing.	12 meses

Plan de trabajo "COCINA ANCESTRAL CHOCOMOZTOC"

Fase 1 | Fase 2 | Fase 3 | Fase 4

	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégica	Desarrollar plan de negocios	Plan de negocios	6 meses
	Equipamiento	Equipamiento y mobiliario silla y mesas	Selección y compra	3 meses
	Capacitación	Profesionalización en el sector	Proyecto ejecutivo	6-8 meses
	Estratégica	Manejo de redes sociales, promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de colaboraciones, *Creación de estrategias de marketing.	12 meses
	Infraestructura	Señalética	Proyecto ejecutivo e implementación	6-8 meses

Plan de trabajo "FINCA HERNÁNDEZ"

Fase 1 | Fase 2 | Fase 3 | Fase 4

Actividades	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Equipamiento	Mobiliario de cocina	Cotización Selección de equipos Compra	1 a 3 meses
	Equipamiento	Mobiliario para restaurante	Cotización Selección de equipos Compra	1 a 3 meses
	Equipamiento	Mesas y sillas eventos exteriores	Cotización Selección de equipos Compra	1 a 3 meses
	Equipamiento	Instalación de juegos infantiles	Cotización Selección de equipos Compra	1 a 3 meses
	Capacitación	Capacitación para el personal	Plan de capacitación	12 meses
	Infraestructura	Señalética	Proyecto Ejecutivo e implementación	6 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	12 meses

Plan de trabajo "APAPACHO TEMAZCAL"

Fase 1 | Fase 2 | Fase 3 | Fase 4

Actividades	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Equipamiento	Reparación de máquina de jade	Cotización y selección de proveedor	1 a 3 meses
	Infraestructura	Proyecto de señalética	Proyecto Ejecutivo e implementación	1 a 3 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	12 meses

Plan de trabajo "LA CALZADA SAN JUA DE DIOS PEZA"

Fase 1 | Fase 2 | Fase 3 | Fase 4

Actividades	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura	Reparación y restauración de la velaría.	Proyecto Cotización Selección de proveedores Implementación	6 meses
	Equipamiento	Mobiliario y equipamiento para cocineros.	Cotización Compra	1 a 3 meses
	Infraestructura	Proyecto de embellecimiento de la calzada	Proyecto ejecutivo	2 meses
	capacitación	Capacitación en profesionalización del sector	Plan de capacitación	6 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	12 meses

Plan de trabajo "JARAL DULCE ARTESANAL"

Fase 1 | Fase 2 | Fase 3 | Fase 4

	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégica	Colocación de puntos de venta	Estudio de mercado	6 meses
	Estratégica	Promoción y publicidad	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	12 meses
	Capacitación	Capacitación	Plan de capacitación anual	12 meses

Plan de trabajo "CENTRO HISTÓRICO"

Fase 1 | Fase 2 | Fase 3 | Fase 4

	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura	Mantenimiento de áreas comunes	Plan de limpieza y mantenimiento	6 meses
	Estratégico	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de colaboraciones, *Sitio web de destino atractivo, *Creación de estrategias de marketing.	12 meses
	Estratégico	Actividades recreativas y eventos	Plan y calendarización de actividades recreativas y eventos	12 meses

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.