


**Vive
Grandes
Historias**

vive grandes historias



Juventino Rosas

Venir te queremos volver a ver!

 **Guanajuato**
Vive Grandes Historias

   
Secretaría de Turismo

Venir te queremos volver a ver!

 **Guanajuato**
Vive Grandes Historias

   
Secretaría de Turismo

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. MARCO GENERAL	4
2.1 OBJETIVO GENERAL	5
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
3. ELEMENTOS DEL DESTINO	7
4. MODELO DE ATENCIÓN	9
5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO	11
5.2 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO.....	11
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES	13
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	15
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS	16
1. CENTRO Y PARROQUIA LA SANTA CRUZ	18
2. BALAM KAM.....	19
3. TEMAZCAL NUEVO SOL	20
4. TOCI CALLI	21
5. RANCHO VERGEL TONANTZIN	22
6. LOS MONOS	23
7. LAS FUENTES	24
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	25
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO	28
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO	31
8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO	32
9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES	35
9.1 ESTRATÉGIAS	35
9.2 DETONADORAS	38
10. CONCLUSIONES	41
11. ANEXOS.....	43
11.1 FOTOGRÁFICO	43
11.2 PLAN DE TRABAJO	43
11.3 GLOSARIO	43

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.

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.

2. MARCO GENERAL



Parroquia de la Santa Cruz, Juventino Rosas, 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 posicionara 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 coordinacióny articulación con todos los eslabones de la cadena de valor del sector es de vital importancia y que la participación dela 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.



*Temazcal Nuevo Sol, Juventino Rosas
Guanajuato.*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*Parroquia de la Santa Cruz,
Juventino, 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.



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

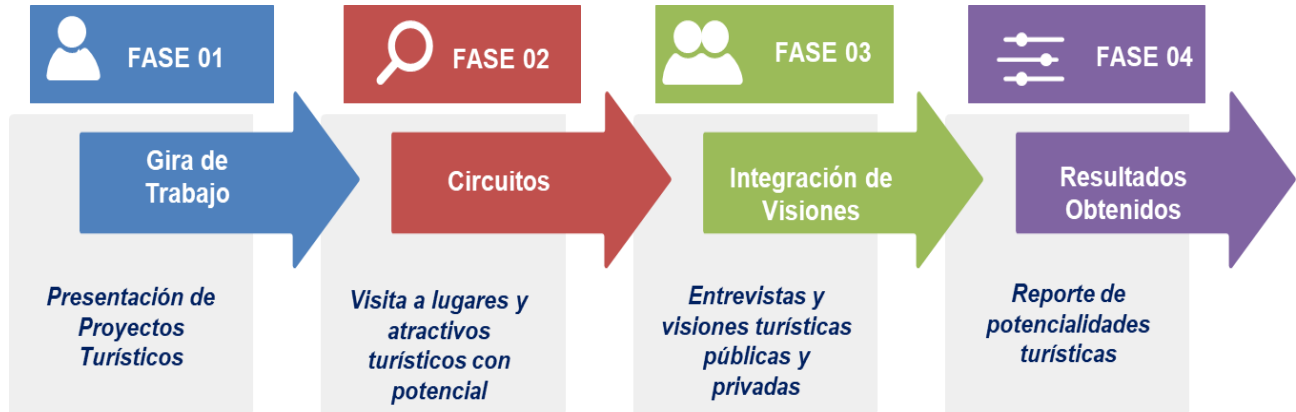
- Fuente Propia

- Los atractivos turísticos del destino consideran** 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.
- 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

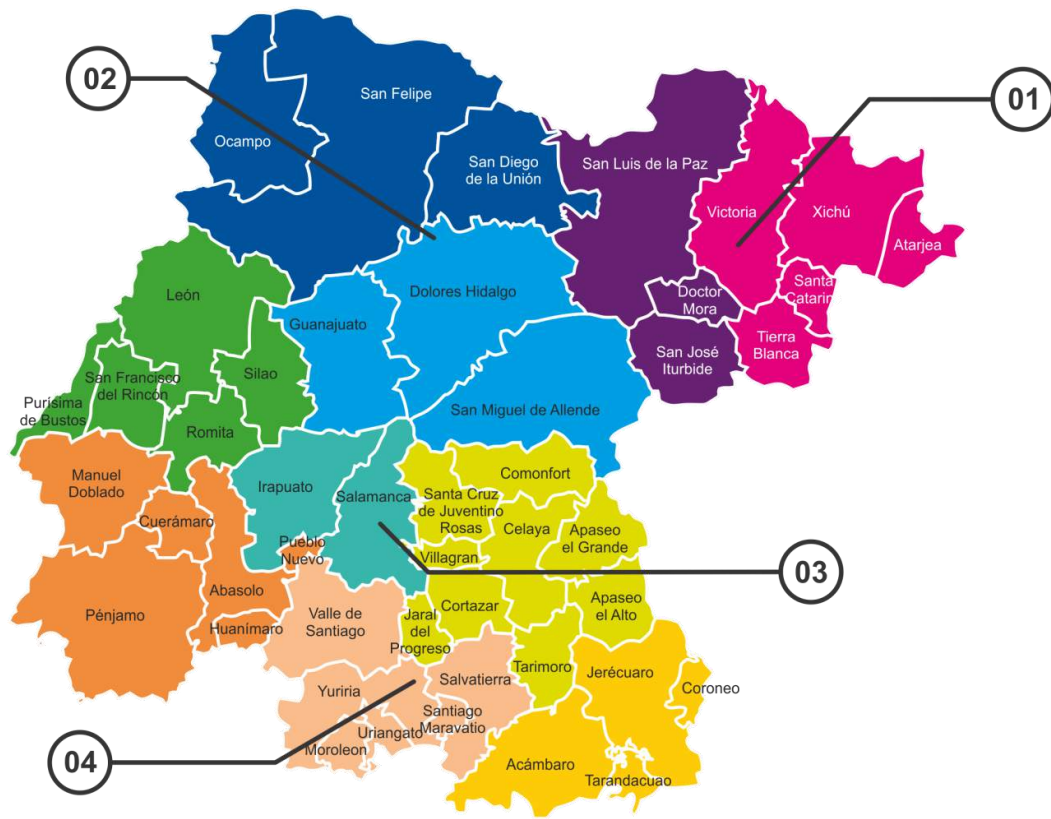


Temazcal nuevo sol, Juventino Rosas, Guanajuato.



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 82,340 habitantes, el municipio de Juventino Rosas, Guanajuato, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato.

Las localidades con mayor representación son:

- Juventino rosas.
- Santiago de Cuenda.
- Rincón de Centeno.
- San Antonio de Morales.
- Franco Tavera.
- El Naranjillo.
- Los dulces nombres.
- Cerrito de Gasca.

El municipio de Juventino Rosas comprende el equivalente al 1.40 % del territorio estatal.

Fundada el 1 de enero de 1920, está limitado al norte con el municipio de San Miguel de Allende; al noreste con el municipio de Comonfort; al este con

el municipio de Celaya; al sur con el municipio de Villagrán y al oeste con el municipio de Salamanca.

Fiestas y Festividades

- Fiesta homenaje a Juventino Rosas.
- Fiesta de la virgen de Guadalupe Fiesta de la Santa Cruz.

Turismo

Dentro de sus principales atractivos turísticos, están: Parque ecoturístico Insurgentes pípila, Parador Peña Sola, Cascaditas Mandujano, y Reserva ecológica y turística los monos.

Artesanías

En Juventino Rosas, su principal artesanía es la cerámica y la madera.

Gastronomía

Gorditas de migajas, enchiladas mineras, quesadillas de queso ("esas enormes"), pambazos, tamales, buñuelos, garbanzos y elotes en temporada.

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



Rancho Vergel de Tonantzin, Juventino Rosas, Guanajuato.

Actualmente, en el municipio de Juventino Rosas, Guanajuato se cuenta con un registro de 11 sitios turísticos, entre los cuales se puede mencionar: Tauro tour, Casa de Pedro el brujo, Casa de la cultura, Auditorio Juventino Rosas, Cerrito del Tepeyac, Parque ecoturístico Insurgentes Pípila (Presa San Pedro), Parque ecoturístico "Tierra aventura", Reserva ecológica las fuentes, Quesos Yapa.

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



- Fuente Propia

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



*Rancho Vergel de Tonantzin,
Juventino Rosas, 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 de mantener 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 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 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 Juventino Rosas, y Crece Guanajuato, 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 en los siguientes puntos:

1. Centro, Parroquia y Estatua de Juventino Rosas
2. Temazcal y artesanías Balam Kam;
3. Temazcal Nuevo Sol;
4. Toci Calli Centro Holístico;
5. Rancho Vergel de Tonantzin;
6. Los monos;
7. Las fuentes.

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.



*Los Monos, Juventino Rosas,
Guanajuato.*



1. CENTRO Y PARROQUIA LA SANTA CRUZ

En la cabecera municipal se encuentran una gran variedad de negocios. Se planea establecer una de las calles especialmente decorada y adaptada como “La calle de las delicias” donde estén establecimientos de gastronomía de Juventino Rosas, también en la cabecera municipal se encuentra la Parroquia de la Santa Cruz, la cual puedes visitar.

En las entradas del municipio se encuentran puntos importantes del municipio, como por ejemplo la estatua de autor Juventino Rosas.

Necesidades específicas

- Proyecto ejecutivo de “La calle de las delicias”.



2. BALAM KAM

Jesús Pérez Vargas tiene un temazcal con más de 15 años, el enfoque que tiene es de los wixarikas, el temazcal es más espiritual y se trabaja con plantas sagradas y curanderos haciendo conexiones en diferentes lados anclando las energías. Se hacen rezos para tejer bendiciones y cada espíritu te enseña cosas diferentes.

Las instalaciones del temazcal son en su casa, pero hace falta delimitar los espacios para que pueda estar separado y pueda brindar una mejor experiencia.

Se encuentra a 10 minutos de la central, no cuenta con espacio propio para estacionarse, se puede estacionar en la calle. No cuenta con redes sociales,

pero ve la necesidad de comenzarle a dar más difusión.

Horarios: Pueden variar, pero por lo regular son los domingos 2 pm y terminan aproximadamente 4-5

Costo: \$1,800 privado y si se necesitan sillas se cobra extra y el temazcal abierto al público \$150

Necesidades específicas

- Difusión.
- Conectar con alianzas.
- Capacitación de primeros auxilios.
- Remodelar la zona de regaderas.
- Delimitar sus espacios entre su casa y el temazcal.
- Señalética para ubicar el lugar.



3. *TEMAZCAL NUEVO SOL*

Es un temazcal en un espacio abierto, con naturaleza alrededor, los cantos que se hacen son más religiosos.

Costo: \$150.

Horario: Domingos a las 12 y jueves a las 5 pm, puede variar

Necesidades específicas

- Señalética fuera del lugar.
- Señalética para llegar.
- Difusión.
- Pavimentación.
- Delimitación de espacios.
- Baños.



4. TOCI CALLI

Silvia Salazar comenzó su temazcal desde el 2017. Toci Calli es un espacio de sanación física, mental, emocional y espiritual; ofrece terapias tanatológicas y de reiki, además de diferentes tipos de temazcales como: temazcal tradicional, yoga temazcal, temazcal social, temazcal terapéutico y spa temazcal.

Son sustentables porque no utilizan desechables, la comida que se cocina es vegana y hay hidratación en el transcurso de la experiencia, lo anterior ya va incluido en el costo. Existen fechas en las que cada año se realizan temazcales, como el 25 de julio, que es la fecha que los Mayas consideran fuera de

tiempo, poderoso energéticamente y es ideal para solicitar nuevos proyectos, se realiza una meditación y temazcal. Otras fechas son la bendición de las semillas a fin de año, equinoccios, solsticios. Los asistentes son de Celaya, San Miguel de Allende, Cortázar, Salamanca, León y CDMX, todo se ha manejado por recomendación.

Necesidades específicas

- Señalética.
- Pavimentación de la calle principal.
- Difusión por medios digitales.
- Vestidor plegable de madera reciclada.



5. RANCHO VERGEL TONANTZIN

El rancho se encuentra a 100 mts aproximadamente de la comunidad del Carmen, ya cuenta con el negocio 13 años aproximadamente, ha ido creciendo poco a poco por partes. Tiene capacidad de 60 personas, se maneja con reservación de al menos 1 semana de anticipación. En el rancho tienen la filosofía de la separación de la basura, separan lo orgánico de lo inorgánico, lo orgánico lo devuelven a la tierra y lo inorgánico, lo que puedes, lo venden, pero no lo hace como negocio.

Actividades: Visita guiada a las cactáceas, lombricultura, acuicultura; pesca, temazcal tipo Otomí, tiene un cuarto en donde tiene el material para el temazcal con plantas medicinales y un área de espera con sombra, hospedaje, camping, retiros de yoga/ desintoxicación, retiros espirituales, terapias alternativas, para estas últimas actividades consigue a las personas que requieren para guiarlos en estas actividades. Hacen juguetes de madera y realizan eventos pequeños en las instalaciones, se rentan para bodas, xv años y cumpleaños. Antes realizaban senderismo, pero ya no desde que privatizaron la zona.

Costos:

\$2,500 temazcal, incluye asador, leña y el salón de usos múltiples para comer y como área de esparcimiento.

\$1,200 solo el salón de usos múltiples

\$2,200 salón de usos múltiples con el cuarto de hospedaje para 1-2 personas

Necesidades específicas

- Pavimentación, señalética en carretera, problemas de inseguridad.
- Alianzas y conexiones en Dolores y SMA.
- Cableado para la luz.
- Equipamiento para la cocina tradicional.



6. LOS MONOS

Es un cerro ubicado en la comunidad de los Naranjillos y conocido por la forma en la que sus rocas se acomodan, las cuales se colocaban sobre las tumbas de grandes jefes otomíes que habitaban la zona. Es una reserva natural protegida que consta de cuevas que albergan especies como murciélagos, tienen espacios donde puedes realizar rappel, senderismo y recorrer las cascadas.

En la actualidad se realizan recorridos, existen grupos de personas que hacen retos en la zona.

Necesidades específicas

- Promoción y publicidad en medios digitales



7. LAS FUENTES

Es un área natural protegida en donde se puede realizar senderismo, avistamiento de aves; se puede llegar a una cueva del giro, este sitio es interesante porque era un escondite de los revolucionarios.

Hay asadores, palapas para poder convivir y comer bajo los árboles, juegos infantiles, cuentan con baños secos, vigilancia y estacionamiento.

Actividades

- Senderismo
- Visita a la cueva del giro
- Visita a la cascada de las fuentes
- Convivencia en el área

Necesidades específicas

- Promoción y publicidad en medios digitales
- Mantenimiento de las zonas.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		Juventino Rosas			
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Especifica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1.PARROQUIA LA SANTA CRUZ Y CENTRO	1	Estratégico	Proyecto ejecutivo de "La calle de las delicias"	\$1,800,000.00	
					Inversión total
2.BALAM KAM	1	Estratégico	Difusión por medios digitales.	\$50,000.00	
	2	Infraestructura	Remodelar la zona de regaderas.	\$100,000.00	
	3	Infraestructura	Delimitar los espacios entre su casa y el temazcal	\$150,000.00	
	4	Capacitación	Capacitación de primeros auxilios.	\$30,000.00	
	5	Señalética	Señalética para ubicar el lugar.	\$10,000.00	
				Inversión total	\$340,000.00
3.TEMAZCAL NUEVO SOL	1	Señalética	Señalética afuera del lugar	\$10,000.00	
	2	Infraestructura	Adecuación e instalación de baños	\$45,000.00	
	3	Infraestructura	Delimitar los espacios	\$100,000.00	
	4	Estratégico	Difusión por medios digitales.	\$50,000.00	
				Inversión total	\$205,000.00
4.TOCI CALLI	1	Estratégico	Difusión por medios digitales.	\$50,000.00	
	2	Equipamiento	Vestidor plegable de madera reciclada.	\$6,590.00	
				Inversión total	\$56,590.00
5. RANCHO VERGEL DE TONANTZIN	1	Infraestructura	Cableado para la luz, proyecto ejecutivo	\$1,500,000	
	2	Estratégico	Equipamiento para la cocina tradicional.	\$70,000	
				Inversión total	\$1,570,000.00
6.LOS MONOS	1	Estratégico	Difusión por medios digitales.	\$50,000.00	
				Inversión total	\$50,000.00
7. LAS FUENTES	1	Estratégico	Difusión por medios digitales.	\$50,000.00	
				Inversión total	\$50,000.00

8. ESTRATEGICO 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 señalar		
		3. Plano de señalética			
	3	Infraestructura	Elaboración de proyecto de pavimentación de áreas con potencial turístico	\$2,000,000.00	
				Inversión total	\$5,000,000.00

INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA \$9,071,590.00



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 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 de **Juventino Rosas** se encuentra en una **fase de Implicación**, significa que cada vez existe más iniciativa privada dentro del destino interesada en involucrarse en actividades de índole turística, incluso, empieza a incrementarse la infraestructura turística, se pueden encontrar proyectos de emprendedurismo con enfoque turístico, el gobierno municipal empieza a generar inversión en infraestructura e impulso al sector turístico, ya existe más promoción del destino, aunque aún no se cuenta con un sector formalizado del todo, se inician procesos de capacitación con enfoque a la atención de los visitantes, sin embargo, no se lleva mediciones de la satisfacción de los visitantes y depende mucho de la estacionalidad y temporalidad para recibir visitantes.



- Fuente Propia



8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

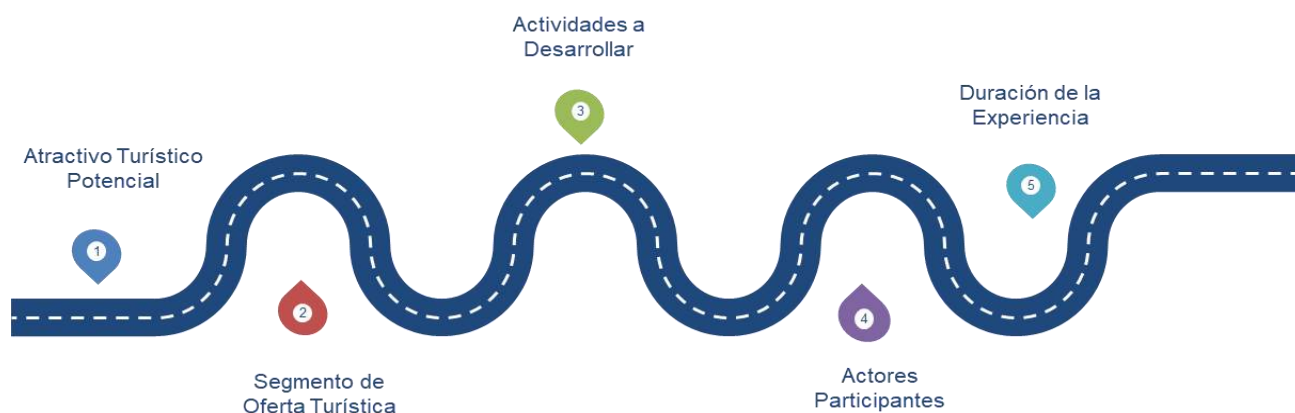
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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:



*Fuente propia

8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO

GTO **G** **Guanajuato**
Vive Grandes Historias
Iniciamos el futuro

CIRCUITO 1

Temazcal Balam Kam/ Nuevo Sol/ Toci Calli

✓ **Desayuno**
*Dependiendo del temazcal es llevar comida (Balam Kam, Nuevo Sol) o desayuno incluido (Toci Calli)

Balam Kam
-Compra de artesanías, temazcal con enfoque wixarikas, espiritual.

Nuevo Sol
-Temazcal con cantos religiosos

Temazcal Toci Calli
-Tradicional, yoga temazcal, spa temazcal, temazcal terapéutico o temazcal social

*Temazcal a elegir
9:00 a. m – 11:30 a. m

● **Las Fuentes**

✓ **Recorrido en Las Fuentes**
-Senderismo
-Avistamiento de aves
-Actividades de esparcimiento y convivencia
-Visita a la cueva del giro
-Visita a la cascada de las fuentes
✓ **Comida (asadores)**

11:50 a. m – 5:00 p. m

● **Cabecera Municipal**

✓ **Visitar el centro, jardín principal, la parroquia de La Santa Cruz**
✓ **Visitar estatua del autor Juventino Rosas**

✓ **Cena**
✓ **Hospedaje (en hoteles de Cabecera Municipal)**
✓ **Desayuno en diversos establecimientos en "La Calle de las Delicias" *Proyecto para realizar**

5:30 p. m – 10:00 a. m del 2do día

GUANAJUATO.MX

Crece

Segmento de oferta turística

1. Wellness;
2. Gastronómico;
3. Cultural- Religioso
4. Naturaleza.

Actividades a desarrollar

- Temazcales; Yoga; Spa; Terapéutico; Temazcal Social.
- Senderismo
- Avistamiento de aves
- Visita a la cueva del giro;
- Visita a la cascada de las fuentes.
- Visitar el centro, Jardín principal, parroquia de La Santa Cruz; Visitar estatua del autor Juventino Rosas.

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

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



Rancho Vergel del Tonatzin

- ✓ **Desayuno**
- ✓ Recorrido en las instalaciones y experiencia
- Visita guiada a las cactáceas, lombricultura, acuicultura.
- Pesca
- Temazcal tipo Otomí
- Retiros de yoga/ desintoxicación, retiros espirituales, terapias alternativas (con reservación)
- ✓ **Comida**
- ✓ **Cena**
- ✓ **Camping/hospedaje**
- ✓ **Desayuno**

9:00 a. m – 9:00 a. m del segundo día

Los Monos

- ✓ **Desayuno**
- ✓ Recorrido en las instalaciones y experiencia
- Rappel, senderismo y recorrer las cascadas.

10:00 a. m – 2:00 p. m

Cabecera Municipal

- ✓ **Desayuno en diversos establecimientos en "La Calle de las Delicias" *Proyecto para realizar**

- ✓ Visitar el centro, jardín principal, la parroquia de La Santa Cruz
- ✓ Visitar estatua del autor Juventino Rosas

2:30 p. m – 5:00 p. m

GUANAJUATO.MX



Segmento de oferta turística:

- Cultural;
- Naturaleza;
- Gastronómico;
- Wellness.

Actividades a desarrollar

Recorrido en las instalaciones;
Visita guiada a las cactáceas, lombricultura y acuicultura;
Pesca;
Temazcal tipo Otomí;
Retiros de Yoga /desintoxicación, retiros espirituales, terapias alternativas (con reservación)
Rappel, senderismo y cascadas.

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

1. Dos días (Pernoctar 1 noche) en hoteles de cabecera municipal.



*Las Fuentes, Juventino Rosas,
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 12%** 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 **Juventino Rosas** ninguno 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

1. 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).

2. 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.

3. 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.

4. 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.

5. Desarrollo de una marca destino

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

6. 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.



*Los Monos, Juventino Rosas,
Guanajuato.*





10. CONCLUSIONES

- Tras el análisis llevado a cabo, se pueden destacar las **grandes potencialidades turísticas** que se han visitado en el municipio de **Juventino Rosas, Guanajuato**. Este municipio cuenta con **atractivos turísticos**, tales como sitios naturales, wellness, gastronómicos, festividades culturales e históricas.
- Se puede considerar que el municipio de Juventino Rosas 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.
- Cuenta con espacios que permiten **detonar los segmentos de wellness y de naturaleza** además de los segmentos que ya tiene activos como son: cultural y gastronómico.
- En materia turística, requieren que el municipio desarrolle acciones que le permitan detonar las potencialidades turísticas con las que cuenta, ya que tiene un potencial por explotar.
- Se tendrán que hacer acciones que permitan el **fortalecimiento de la cadena de valor** del sector turístico.
- Es esencial llevar a cabo una **revisión a los productos turísticos que se encuentran disponibles** en el municipio para poder **evaluar el impacto** que tienen y, en caso de ser necesario, adaptarlo a la situación.
- 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, manejo de finanzas sanas, actualizaciones y 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.
- Prevalecer a todos los operadores turísticos el tema de capacitación porque detectamos que adolecen de esta formación para aprovechar y potencializar sus conocimientos.

- 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 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 FOTOGRAFICO

11.2 PLAN DE TRABAJO

11.3 GLOSARIO

REPORTE
FOTOGRAFICO

Juventino Rosas





Centro y Parroquia La Santa Cruz



Centro y Parroquia La Santa Cruz



Monumento Juventino Rosas



Temazcal Balam Kam



Artesanías Balam Kam



Temazcal Nuevo Sol



Temazcal Nuevo Sol



Toci Calli Centro Holístico



Toci Calli Centro Holístico



Rancho Vergel de Tonantzin



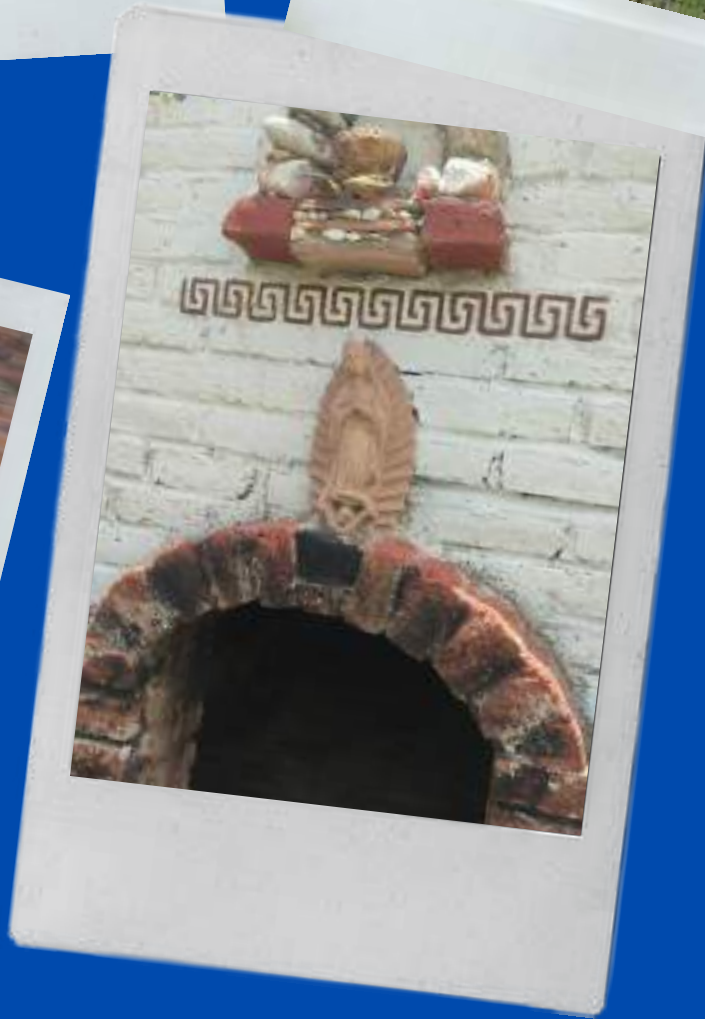
Rancho Vergel de Tonantzin



Rancho Vergel de Tonantzin



Rancho Vergel de Tonantzin



Rancho Vergel de Tonantzin



Rancho Vergel de Tonantzin



Rancho Vergel de Tonantzin



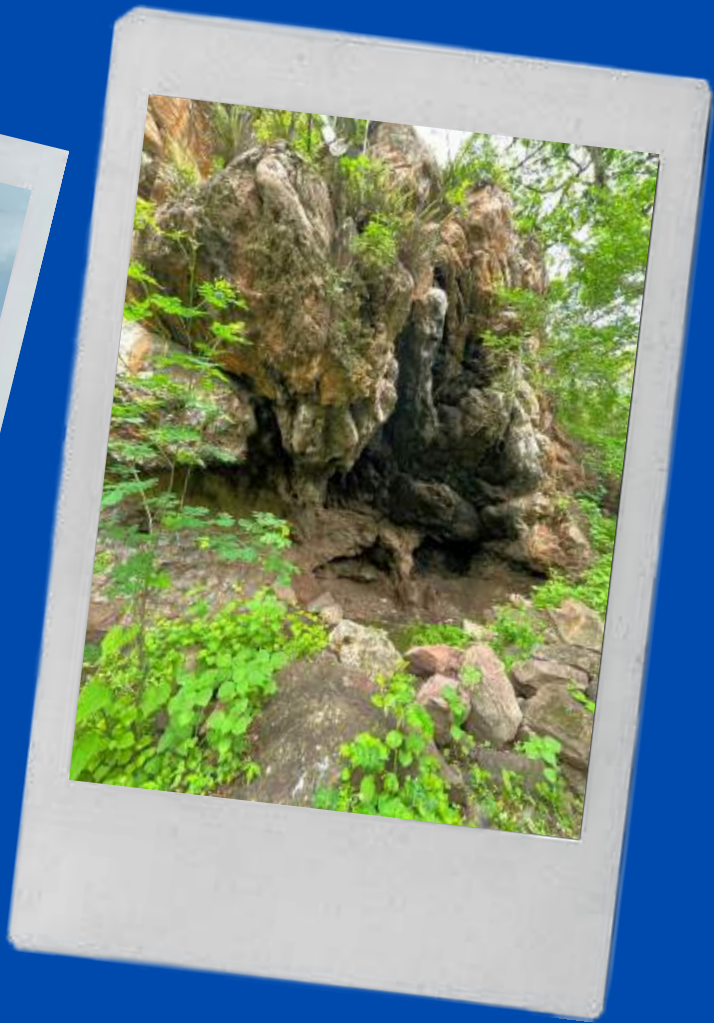
Los Monos



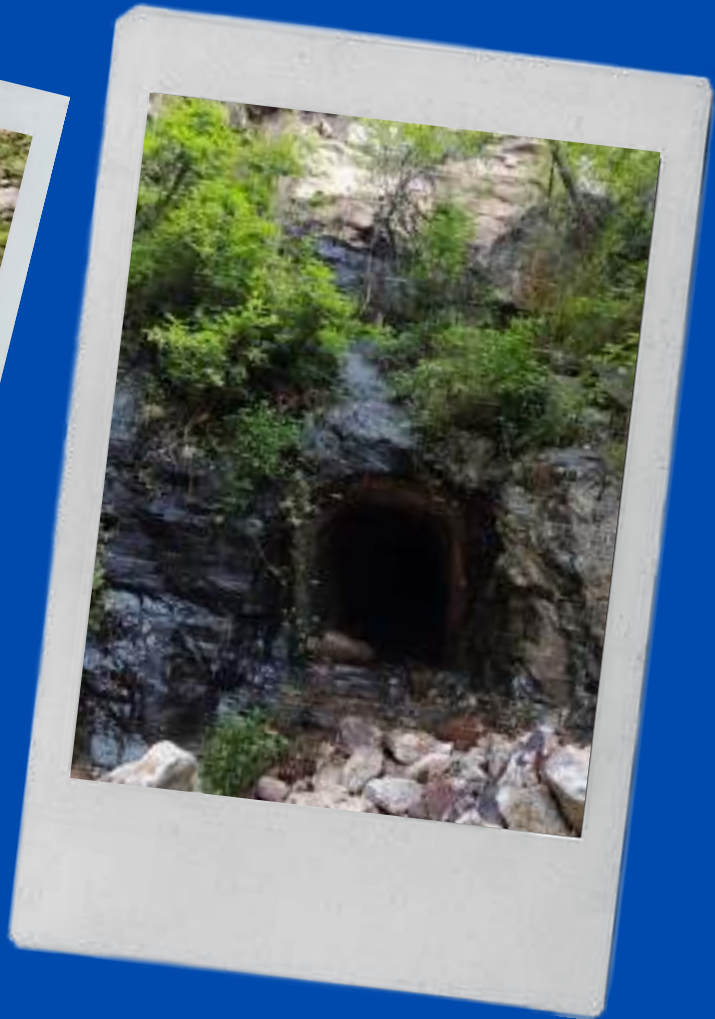
Los Monos



Los Monos



Las Fuentes



Las Fuentes

Plan de trabajo " PARROQUIA LA SANTA CRUZ Y CENTRO"



Actividades	Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4
	Levantamiento de necesidades	Actividad	Ejecución	Tiempo
	Estratégico	Proyecto ejecutivo de "La calle de las delicias"	Creación de proyecto estratégico	6-8 meses

Plan de trabajo "BALAM KAM"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Estratégico.	Difusión por medios digitales.	Plan de difusión anual	12 meses
	Infraestructura.	Delimitar espacios entre su casa y el temazcal.	Proyecto para delimitación de espacios y construcción	8 meses
	Capacitación.	Capacitación de primeros auxilios.	Elaborar un plan de capacitación	12 meses
	Infraestructura.	Remodelar la zona de regaderas.	Remodelación y mantenimiento de la zona de regaderas.	8 meses
	Señalética.	Señalética para ubicar el lugar.	Señalética.	1 mes

Plan de trabajo "TEMAZCAL NUEVO SOL"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Señalética.	Señalética afuera del lugar .	Señalética del lugar.	1 mes
	Infraestructura.	Delimitación de espacios	Proyecto para delimitación de espacios y zonas	8 meses
	Infraestructura.	Adecuación e instalación de baños .	Proyecto para adecuación de baños	6 meses
	Estratégico.	Difusión por medios digitales.	Hacer un plan de difusión anual digital	12 meses

Plan de trabajo "TOCI CALLI"



Actividades	Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4
	Levantamiento de necesidades	Actividad	Ejecución	Tiempo
Estratégico.		Difusión por medios digitales.	Hacer un plan anual de difusión para medios digitales.	12 meses
Equipamiento.		Vestidor plegable de madera reciclada.	Búsqueda, compra y selección	1 mes

Plan de trabajo "RANCHO VERGEL DE TONANTZIN"



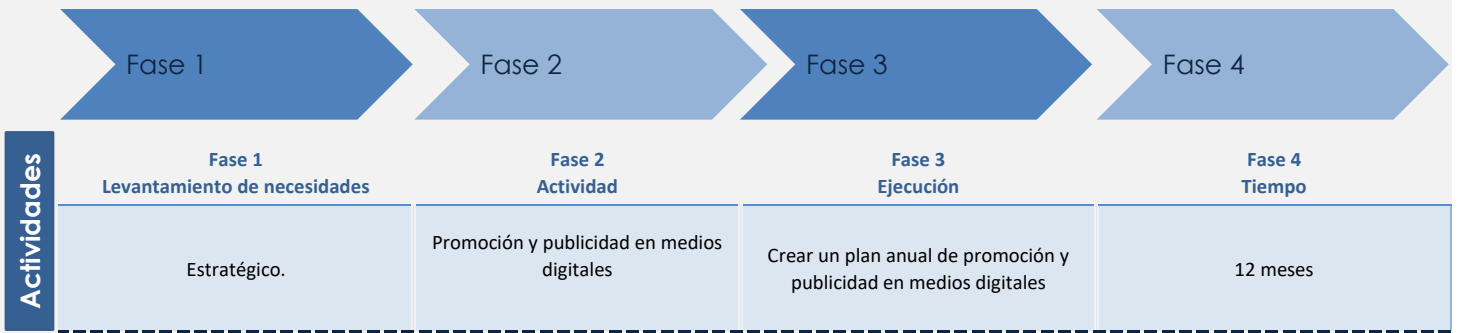
Actividades	Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4
	Levantamiento de necesidades	Actividad	Ejecución	Tiempo
	Equipamiento.	Cableado para la luz.	Elaboración de proyecto ejecutivo	8 meses
	Equipamiento.	Equipamiento para la cocina tradicional	Compra de equipamiento para la cocina.	6 meses

Plan de trabajo "LOS MONOS"



Actividades	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
	Estratégico.	Promoción y publicidad en medios digitales	Crear un plan anual de promoción y publicidad en medios digitales	12 meses

Plan de trabajo "LAS FUENTES"



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 en 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.