



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. MARCO GENERAL.....	5
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	6
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
3. ELEMENTOS DEL DESTINO.....	8
4. MODELO DE ATENCIÓN.....	10
5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO.....	12
5.2 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO.....	12
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES.....	14
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	16
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS.....	17
1. LA PÉRGOLA.....	19
2. EX-HACIENDA DE JALPA.....	20
3. CAJETA DE MEMBRILLO ARA.....	21
4. LICORES Y CONSERVAS BRANIFF.....	22
5. LAS GOLONDRINAS DE JALPA.....	23
6. HOTEL PUERTA DEL JARDÍN.....	24
7. OPERADORA TURÍSTICA XALPA.....	25
8. MUSEO LUIS CABRERA.....	26
9. OPERADORA XALPA XPERIENCE.....	27
10. PRESA SANTA EFIGENIA.....	28
11. HACIENDA CAÑADA DE NEGROS.....	29
12. HOTEL POSADA.....	30
13. BALNEARIO Y CABAÑAS LOS GIRASOLES.....	31
14. LOS TRADICIONALES CHOCOMILES DE PURÍSIMA.....	32
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	33
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	36
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO.....	39

8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO40

9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES.....47

9.1 ESTRATÉGICAS47

9.2 DETONADORAS.....50

10. CONCLUSIONES53

11. ANEXOS.....55

11.1 FOTOGRÁFICO55

11.2 PLAN DE TRABAJO55

11.3 GLOSARIO55

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



*Jalpa de Cánovas
Purísima del Rincón, Guanajuato.*

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

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

2.1 OBJETIVO GENERAL

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



Cañada de Negros,
Jalpa de Cánovas, Guanajuato

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



La Pérgola,
Jalpa de Cánovas, 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.



*Hotel La Galera, Jalpa de
Cánovas, Guanajuato.*

3. ELEMENTOS DEL DESTINO

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

1. Atractivos Turísticos

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

2. Infraestructura

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

3. Servicios Turísticos y de Apoyo

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



4. Capital Humano del Sector Turístico

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

5. Planificación y Gestión del Destino

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

6. Imagen

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

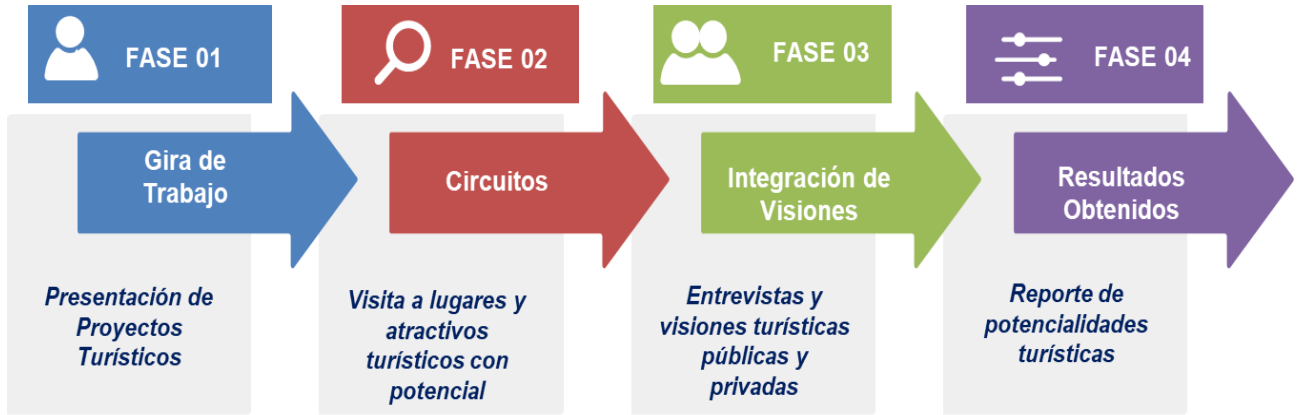
- Los atractivos turísticos del destino considera** todos aquellos sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, artesanías, eventos, lugares históricos, centro de esparcimiento, etc.
- El rol de la **Infraestructura** es clave en la competitividad del destino, pues facilita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



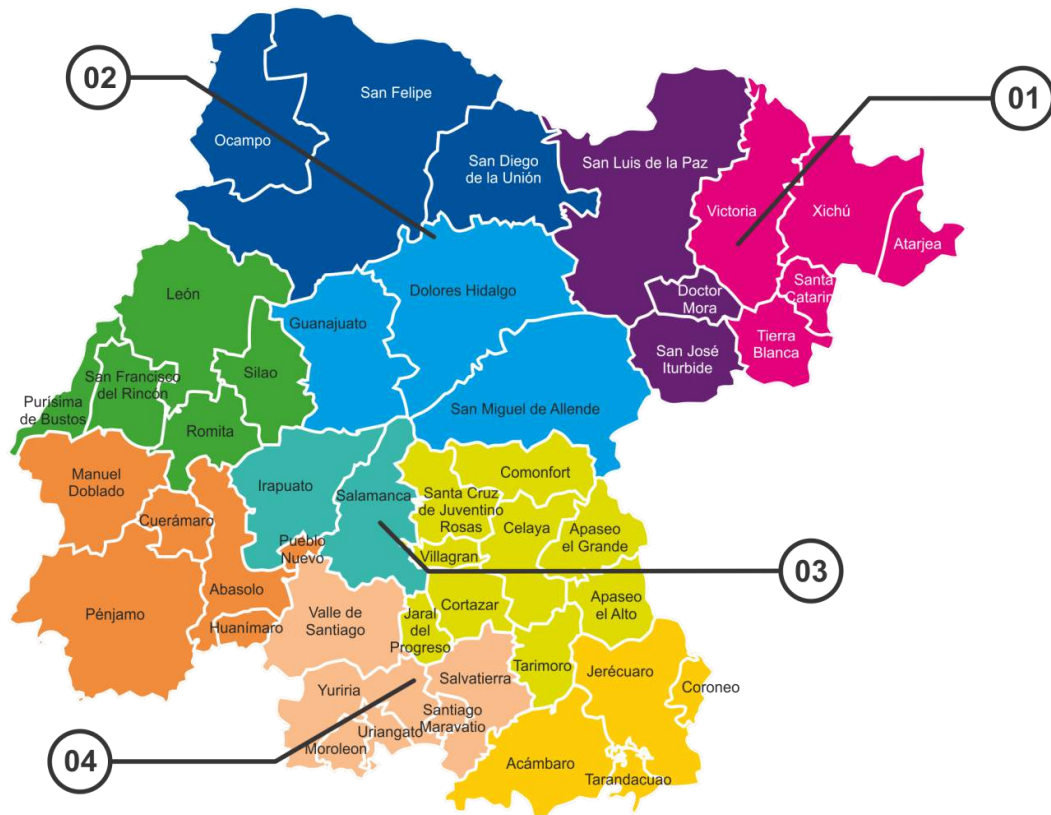
Cañada de Negros, Jalpa de Cánovas, Guanajuato.



*La Galera, Jalpa de Cánovas,
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 83, 842 habitantes, el municipio de Purísima del Rincón, Guanajuato, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, ubicado en la Región Centro, Subregión Metropolitana de León.

Las localidades con mayor representación son:

- Cañada de Negros.
- El Tecolote.
- Monte Grande.
- Potrerillos.
- Purísima de Bustos.
- San Ángel.
- Colonia Rafael Corrales Ayala.
- San Bernardo.

El municipio de Purísima del Rincón representa el 0.95 % de la superficie del estado.

Fundado el 01 de enero de 1603 por orden del Virrey Martín Enríquez de Almanza, con el nombre de San Juan del Bosque.

En el año de 1649 dicho nombre le fue cambiado por Nuestra Señora de la Limpia Concepción, posteriormente **en 1834 se le denominó Purísima del Rincón** y finalmente en 1954 se le dio el nombre de Purísima de Bustos, en honor del pintor Hermenegildo Bustos, oriundo de esta ciudad.

El municipio de Purísima del Rincón colinda al norte con el estado de Jalisco y el municipio de León; al este con los municipios de León y San Francisco del Rincón; al sur con los nuncios de San Francisco del Rincón y Manuel Doblado y al oeste con el estado de Jalisco.

Fiestas y festividades

- En Semana Santa, se llevan a cabo distintas actividades.
- El 11 al 22 de octubre, se realiza una convivencia social, en donde se lleva a cabo una feria Religiosa.
- El 8 de diciembre, se realiza una fiesta religiosa, que se le conoce como fiesta de la Inmaculada de la Purísima Concepción.

Turismo

Dentro de sus principales atractivos turísticos, uno de los principales es Jalpa de Cánovas, Plaza del Zapato, Calzada de las Artes, Cafecito del Rincón, La Gran Soberana, Camino Viejo, entre otros.

Artesanías

En Purísima del Rincón se elaboran las máscaras para la Judea de trozos de madera de patol o colorín y elaboración de sombreros de todo tipo.

Gastronomía

Produce mucha naranja, membrillo, nuez y otros granos como maíz y frijol, comparte elementos culinarios con su vecino San Francisco del Rincón.

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



*Hotel Luis Long,
Jalpa de Cánovas,
Guanajuato.*

Actualmente, en el municipio de Purísima del Rincón, Guanajuato, en su inventario cuenta con **86 establecimientos con enfoque turístico** (Se anexa imagen ilustrativa) de los cuales **38 cuentan con Registro Estatal Turístico**, lo que representa el **44%** el seguimiento de satisfacción y fidelización del visitante mediante la implementación del modelo a través del QR, tiene actualmente 13 inscritos lo que representa el 34% 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 Purísima del Rincón, 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.



Ex Hacienda, Jalpa de Cánovas, 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 Purísima del Rincón, 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. La Pérgola;
2. Ex-Hacienda de Jalpa;
3. Cajeta de membrillo Ara;
4. Licores y Conservas Braniff;
5. Las Golondrinas de Jalpa;
6. La Operadora Turística Xalpa;
7. Hotel Puerta del Jardín;
8. Museo Luis Cabrera;
9. Operadora Xalpa Xperience;
10. Presa de Jalpa;
11. Hacienda Cañada de Negros;
12. Hotel Posada;
13. Balneario y Cabañas Los Girasoles;
14. Los Tradicionales Choco miles de Purísima.

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.



*Presa Vieja,
Jalpa de Cánovas, Guanajuato.*

1. LA PÉRGOLA

La Pérgola, un lugar con una arquitectura y diseño vanguardista, cuenta con excelentes instalaciones para recibir a todos sus visitantes. En nuestro recorrido y platicando con el equipo de trabajo identificamos que falta considerablemente difusión al municipio para obtener un crecimiento constante.



Necesidades específicas

1. Necesidades de capacitación en atención al cliente, coctelería y manejo higiénico de los alimentos.
2. Difusión dirigida en redes sociales para captar el público objetivo.



2. EX-HACIENDA DE JALPA

En este museo conocerás todo sobre Guadalupe Cánovas, heredó de su padre el terreno donde se levantaría la Hacienda.

Lugar con mucha historia dentro del municipio, la Ex-Hacienda, recibe a los turistas dándoles un recorrido por todos sus rincones, lugar que aún conserva algunos muebles y paredes desde sus antepasados.



Necesidades específicas

1. Requieren señalética en carretera para llegar a la Ex-Hacienda.
2. Mantenimiento en el exterior e interior de la Ex hacienda,
3. Publicidad en cuestión digital para mejorar la difusión.
4. Optimización del servicio de conectividad wifi.



3. CAJETA DE MEMBRILLO ARA

Cajeta de membrillo Ara, ya tiene más de 10 años en operación en la preparación de diferentes productos elaborados con el membrillo, en nuestra visita nos pudimos percatar que la empresaria Araceli ha tenido que ir buscando la forma para la comercialización de los productos lo que nos comenta no se ve reflejado monetariamente.

Necesidades específicas

1. Señalética para llegar al punto de venta.
2. Imagen comercial, así como difusión por medios digitales, sobre todo de las promociones o días especiales que tienen.
3. Necesidades de equipamiento.
4. Necesidades de capacitación.



4. LICORES Y CONSERVAS BRANIFF

Con más de 10 años en operación, Ana Dolores tiene una gran variedad de productos para venta a los turistas como lo son: licor de nuez, mermelada de nuez, dulce de nuez, mermelada de zarzamora, rompope, por mencionar algunos. Ubicada en la calle principal de Jalpa de Cánovas, nos comenta que falta realizar una estrategia de promoción y difusión al pueblo mágico, ya que la gente no lo conoce.

Necesidades específicas

1. Señalética para llegar al punto de venta.
2. Imagen comercial, así como difusión por medios digitales, sobre todo de las promociones o días especiales que tienen.
3. Necesidades de equipamiento.
4. Necesidades de capacitación.



5. LAS GOLONDRINAS DE JALPA

Las Golondrinas de Jalpa, aquí encontrarás una variedad de platillos para degustar con toda la familia y con una excelente sazón. En nuestra visita nos comenta la Sra. Alejandra Pérez que una de las prioridades para el municipio es generar un circuito turístico.

Necesidades específicas

1. Señalética para llegar al punto de venta.
2. Imagen comercial, así como difusión por medios digitales, sobre todo de las promociones o días especiales que tienen.
3. Necesidades de equipamiento.
4. Necesidades de capacitación.
5. Pide se realicen congresos, para poder explotar ese mercado.



6. HOTEL PUERTA DEL JARDÍN

El Hotel se encuentra a 5 min de la zona centro, cerca de todas las potencialidades turísticas que se encuentran en la comunidad. Nos comenta la Sra. Silvia Murillo, que la afluencia no ha sido muy buena y sobre todo constante, que hace falta muchos eventos que sean detonadores para todos los comercios.



Necesidades específicas

1. Señalética para llegar al punto de venta.
2. Imagen comercial, así como difusión por medios digitales, sobre todo de las promociones o días especiales que tienen.
3. Necesidades de equipamiento.
4. Necesidades de capacitación.
5. Pide se realicen eventos de diferente índole, para poder explotar ese mercado.



7. OPERADORA TURÍSTICA XALPA

Jesús Murillo, ya más de cuatro años siendo operador turístico dentro de la localidad, nos comenta que se debe de generar una planeación de eventos mensuales para poder potencializar los sitios turísticos dentro de Jalpa de Cánovas.

Necesidades específicas

1. Generar circuitos y potencializarlos.
2. Tener acercamiento y coordinación con el consejo para desarrollar nuevas estrategias para eventos.
3. Necesidades de capacitación y certificación.
4. Automóvil para realizar recorridos turísticos.



8. MUSEO LUIS CABRERA

Luis Cabrera, encargado de recopilar toda la historia, nos comenta que ya tiene más de 10 años atendiendo el museo, en donde muchos de los visitantes inician su recorrido y conocen la historia que él les platica. El ingresar al museo tiene un costo significativo para cubrir gastos operativos.

Necesidades específicas

1. Señalética para llegar al punto de venta.
2. Imagen comercial, así como difusión por medios digitales, sobre todo de las promociones o días especiales que tienen.
3. Necesidades de equipamiento.
4. Necesidades de capacitación.
5. Pide se realicen eventos de diferente índole, para poder explotar ese mercado.



9. OPERADORA XALPA XPERIENCE

Edgar Gamboa, más de 10 años en la realización de recorridos para grupos grandes, por la diversidad de actividades que se ofrecen, tales como: Kayak, paseo en globo, recorridos en cuatrimotos, recorridos a caballo.

Nos comenta que una prioridad del municipio es buscar que el turista pase una o dos noches en el sitio, con esto se generarían ingresos para todos los comercios y así el turista identificaría todos los sitios turísticos a visitar.

Necesidades específicas

1. Señalética para ubicación e información al turista, difusión por medios digitales.
2. Necesidades de equipamiento.
3. Necesidades de capacitación.
4. Pide se realicen eventos de diferente índole, para poder explotar las maravillas del municipio.



10. PRESA SANTA EFIGENIA

En este sitio se busca empezar a generar eventos y situar cocineras tradicionales para darle otra alternativa al turista. Se pretende reacondicionar el sitio para darle una seguridad y comodidad al turista, como los son palapas y asadores.

Hoy en día se ofrecen los servicios de kayaks, para los visitantes.

Necesidades específicas

1. Nos comenta el encargado de las presas que una de las necesidades de la presa y que se tiene que hacer, es quitar el lirio porque genera maleza.



11. HACIENDA CAÑADA DE NEGROS

Con más de 300 años de antigüedad, Cañada de Negros es un lugar histórico que se tiene que conocer en Jalpa de Cánovas.

Este hermoso lugar te ofrece vivir una experiencia única con todas sus actividades que puedes realizar.

Esta zona se considera como un parque ecológico donde se puede practicar ecoturismo.

Necesidades específicas

1. Señalética para ubicación e información al turista, difusión por medios digitales.
2. Necesidades de equipamiento.
3. Pide se realicen eventos de diferente índole, para poder explotar las maravillas del municipio.



12. HOTEL POSADA

Ubicado en la cabecera de Purísima del Rincón, donde te podrás desplazar a varios sitios y lugares de comida. Cuenta con 7 habitaciones amplias y cómodas atendiendo una capacidad de más de 20 personas.

Nos comenta la Sra. Maricela Alcalá de la baja afluencia de turistas en cabecera, ya que dan más publicidad a Jalpa de Cánovas que a Purísima del Rincón.

Necesidades específicas

1. Señalética para ubicación e información al turista,
2. Difusión por medios digitales.
3. Necesidades de equipamiento.
4. Pide se realicen eventos de diferente índole, para poder explotar las maravillas del municipio.



13. BALNEARIO Y CABAÑAS LOS GIRASOLES

Con capacidad para más de 25 personas en las cabañas, y con más de 29 años en operación, en este lugar podrás encontrar un lugar de relajación y esparcimiento para toda la familia. Ubicado a no más de 15 de cabecera Purísima del Rincón. Podrás disfrutar de diferentes actividades y albercas que te ofrecen en el lugar, así como servicio de snaks para todos sus visitantes.

Necesidades Específicas

1. Actualizar certificación moderniza.
2. Actualizar certificación en punto limpia.
3. Capacitación en conceptos básicos de atención al cliente.
4. Fábrica de productos 4.0.
5. Equipamiento.
6. Promoción y difusión del lugar.



14. LOS TRADICIONALES CHOCOMILES DE PURÍSIMA

Roberto Sainz nos comenta que el negocio fue fundado por su Papá en el año 1978, por lo cual el siguió con la tradición. Hoy en día son reconocidos por la gente local y se han posicionado por su variedad de productos. Están ubicados dentro del mercado con un horario de 6:00pm a 11:00pm.

Necesidades Específicas

1. Capacitación.
2. Equipamiento.
3. Difusión y comercialización en redes sociales.
4. Pide se realicen eventos de diferente índole, para poder explotar las maravillas del municipio.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		Purísima del Rincón , Guanajuato			
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Especifica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. LA PÉRGOLA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
2. EX HACIENDA DE JALPA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
3. CAJETA DE MEMBRILLO ARA	1	Equipamiento	(1) Cernidora (4) Vaporeras	\$20,000.00	
	2	Capacitación	* Atención a clientes * Ventas online	\$400,000.00	
	3	Infraestructura	Construcción de cuarto frío	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 520,000.00
4. LICORES Y CONSERVAS BRANIFF	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Equipamiento	Extractor de calor y punto de venta	\$10,000.00	
	3	Capacitación	* Atención a clientes * Ventas online	\$400,000.00	
	Inversión total				\$ 510,000.00
5. LAS GOLONDRINAS DE JALPA	1	Equipamiento	(1) Horno para pan (1) Cafetera industrial	\$60,000.00	
	2	Capacitación	* Atención a clientes * Ventas online	\$400,000.00	
	Inversión total				\$ 460,000.00
6. OPERADORA TURÍSTICA XALPA	1	Equipamiento	Equipo de transporte	\$700,000.00	
	Inversión total				\$ 700,000.00
7. HOTEL PUERTA DEL JARDÍN	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Equipamiento	Paneles solares	\$100,000.00	
	3	Infraestructura	Reacondicionamiento estacionamiento y sala de juntas	\$200,000.00	
	Inversión total				\$ 700,000.00

8. MUSEO LUIS CABRERA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Equipamiento	(2) Mesas de trabajo (3) Vitrinas	\$50,000.00	
	3	Imagen	Anuncio publicitario exterior	\$10,000.00	
	Inversión total				\$ 460,000.00
9. OPERADORA XALPA XPERIENCE	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Equipamiento	(20) Kayaks (20) Chalecos Salvavidas (10) Cascos de protección rappel (60 mts) Cuerda rappel (8) Arnés (4) Anclas rappel	\$240,000.00	
	Inversión total				\$ 640,000.00
10. PRESAS JALPA	1	Infraestructura	Limpia de presas por maleza	\$15,000.00	
Inversión total				\$ 15,000.00	
11. HACIENDA CAÑADA DE NEGROS	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Equipamiento	Sala SPA, Sala Sauna, Mesa para masajes, Mobiliario salones de eventos, Equipo de transporte para mover a los turistas, Equipamiento de salas, Equipamiento de kayaks, Bicicletas y cuatrimotos,	\$3,150,000.00	
	3	Infraestructura	Adecuación en zona de SPA, Adecuación de cocina en jardín para eventos, Adecuación de un área de panificación,	\$1,000,000.00	
	Inversión total				\$ 4,550,000.00
12. HOTEL LA POSADA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Equipamiento	(6) Calentadores solares (4) Camas	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 500,000.00
13. BALNEARIO Y CABAÑAS GIRASOLES	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Infraestructura	Construcción de cocina, Calefacción en cabañas, Baños en recepción	\$250,000.00	
	Inversión total				\$ 650,000.00
14. LOS TRADICIONALES CHOCOMILES DE PURÍSIMA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Equipamiento	(6) Paneles solares	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 500,000.00
15. ESTRATÉGICO MUNICIPIO	1	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		
Inversión total				\$ 500,000.00	
INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA				\$10,905,000.00	



*Presa Santa Efigenia,
Jalpa de Cánovas, Guanajuato.*

7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO

Los destinos, al igual que los productos, tienen ciclos de vida que nos permiten evaluar su situación competitiva. El ciclo de vida implica cambios en la percepción del destino, el volumen y tipo de público que llega al destino, los actores que participan de la actividad turística y el modo de comercialización de estos.

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

1. **Exploración:** Descubierta y recibe un reducido número de visitantes.
2. **Implicación:** Las personas locales inician negocios destinados al turista, implicación del gobierno en desarrollar la infraestructura turística, se inicia la promoción del destino.
3. **Desarrollo:** El flujo de visitantes aumenta, así como la promoción, crece la infraestructura.
4. **Consolidación:** Desaceleración, pero continúa en ascenso. El turismo se vuelve fundamental para la economía del lugar, siendo generalmente su principal fuente de ingresos. Se busca incrementar la estancia de los visitantes, su gasto per cápita y 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 *Purísima del Rincón se ubica en una fase de desarrollo* porque el destino tiene más *promoción*, el número de turistas va en aumento, las actividades turísticas en el destino están mucho *más formalizadas*, ya existen empresas promotoras de viajes y turismo, el sector se está organizando y cuenta con mejor infraestructura para llevar a cabo proyectos turísticos.

Los atractivos *naturales, históricos, culturales y la gastronomía* están mejor posicionados, al disponer de información sobre el comportamiento de los visitantes, la atención al cliente y el seguimiento de los servicios, los propios proveedores de productos y servicios turísticos están bien establecidos y *plenamente inmersos en la dinámica del turismo*, haciendo de esta actividad su *principal fuente de ingresos*.



- Fuente propia



*Nogalera,
Jalpa de Cánovas, Guanajuato.*

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

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

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

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

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

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



- Fuente propia

8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO

CIRCUITO 1

Purisima del Rincón, Cabecera Municipal

- ✓ Desayuno en el Mercado Zona centro
- ✓ Recorrido Centro Histórico
- ✓ Teatro de la ciudad
- ✓ La casona
- ✓ Santuario

9:00 a.m – 1:00 p.m

Jalpa de Cánovas

- ✓ Comida en Las Golondrinas
- ✓ Visita al templo gótico
- ✓ Ex Hacienda de Jalpa
- ✓ Visita al museo Luis Cabrera

2:00 p.m – 7:00 p.m

✓ Cena y Hospedaje en Ex Hacienda de Jalpa

7:00 p.m – 10:00 p.m

✓ Desayuno en La Pérgola

8:30 a.m – 10:00 a.m

✓ Recorrido en la Nogalera y presas

✓ Visita "Cajeta de Membrillo Ara"

✓ Visita "Licores y conservas Braniff"

✓ Tour de compras, productos artesanales

11:00 a.m – 2:00 p.m

✓ Comida

2:00 p.m

GUANAJUATO.MX

Crece

Segmento de oferta turística

1. Cultural;
2. Histórico;
3. Gastronómico;
4. Enológico.

Actividades a desarrollar

1. Recorrido en atractivos turísticos en cabecera municipal;
2. Tour de compras;
3. Recorrido en Pueblo Mágico Jalpa de Cánovas;
4. Degustación de licores y cajeta.

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), variedad de hoteles en cabecera.

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

CIRCUITO 2

Purísima del Rincón, Cabecera Municipal

- ✓ Desayuno en el Mercado Zona centro
- ✓ Recorrido Centro Histórico
- ✓ Teatro de la ciudad
- ✓ La casona
- ✓ Santuario

9:00 a.m – 1:00 p.m

Balneario los Girasoles

- ✓ Comida
- ✓ Actividades recreativas
- ✓ Hospedaje, cena y desayuno

2:00 p.m – 12:00 p.m

Jalpa de Cánovas

- ✓ Comida en Las Golondrinas
- ✓ Visita al templo gótico
- ✓ Ex Hacienda de Jalpa
- ✓ Visita al museo Luis Cabrera
- ✓ Visita "Cajeta de Membrillo Ara"
- ✓ Visita "Licores y conservas Braniff"
- ✓ Tour de compras: productos artesanales

1:00 p.m – 5:00 p.m

GUANAJUATO.MX

Crece

Segmento de oferta turística:

1. Cultural;
2. Histórico;
3. Gastronómico;
4. Naturaleza.

Actividades a desarrollar

1. Recorrido en atractivos turísticos en cabecera municipal;
2. Tour de compras;
3. Recorrido en Pueblo Mágico Jalpa de Cánovas;
4. Degustación de licores y cajeta;
5. Visita a balneario con actividades recreativas.

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);
2. El Hospedaje recomendado es en el Balneario Los Girasoles

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

CIRCUITO 3

Purísima del Rincón, Cabecera Municipal

- ✓ Desayuno en el Mercado Zona centro
- ✓ Recorrido Centro Histórico
- ✓ Teatro de la ciudad
- ✓ La casona
- ✓ Santuario

9:00 a.m. – 1:00 p.m.

Jalpa de Cánovas

- ✓ Comida en Las Golondrinas
- ✓ Visita al templo gótico
- ✓ Ex Hacienda de Jalpa
- ✓ Visita al museo Luis Cabrera

Cañada de Negros

- ✓ Visita "Cajeta de Membrillo Ara"
- ✓ Visita "Licores y conservas Braniff"
- ✓ Tour de compras, productos artesanales

2:00 p.m. – 8:00 p.m.

Cañada de Negros

- ✓ Cena y Hospedaje (Ex Hacienda Cañada de Negros, Camping, Cabañas)

7:00 p.m. – 10:00 p.m.

Purísima del Rincón, Cabecera Municipal

- ✓ Desayuno
- ✓ Parque Cañada de Negros, actividades de aventura

9:00 a.m. – 3:00 p.m.

Purísima del Rincón, Cabecera Municipal

- ✓ Comida

4:00 p.m. – 6:00 p.m.

GUANAJUATO.MX

Crece

Segmento de oferta turística

1. Cultural;
2. Histórico;
3. Gastronómico;
4. Naturaleza.

Actividades a desarrollar

1. Recorrido en atractivos turísticos en cabecera municipal;
2. Tour de compras;
3. Recorrido en Pueblo Mágico Jalpa de Cánovas;
4. Degustación de licores y cajeta.

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);
2. El Hospedaje se considera en Cañada de Negros.

GTO **G** **Guanajuato**
 Vivo Grandes Historias
 Asociación de Turismo

CIRCUITO 4

Jalpa de Cánovas

- ✓ **Desayuno en La Pérgola**
- ✓ Visita al templo gótico
- ✓ Ex Hacienda de Jalpa
- ✓ Recorrido en la Nogalera y presas

9:00 a.m. – 1:00 p.m.

- ✓ **Comida en Las Golondrinas**

2:00 p.m. – 4:30 p.m.

- ✓ Visita al museo Luis Cabrera
- ✓ Visita "Cajeta de Membrillo Ara"
- ✓ Visita "Licores y conservas Braniff"
- ✓ Tour de compras, productos artesanales

4:30 p.m. – 8:00 p.m.

- ✓ **Cena y Hospedaje en Puerta del Jardín**

8:00 p.m. – 10:30 p.m.

Cañada de Negros

- ✓ **Desayuno**
- ✓ Recorrido por la comunidad

9:00 a.m. – 12:00 p.m.

Purísima del Rincón

- ✓ **Comida en el Mercado Zona centro**
- ✓ Recorrido Centro Histórico
- ✓ Teatro de la ciudad
- ✓ La casona
- ✓ Santuario

1:00 p.m. – 5:00 p.m.

GUANAJUATO.MX

Crece

Segmento de oferta turística

1. Cultural;
2. Histórico;
3. Gastronómico;
4. Naturaleza.

Actividades a desarrollar

1. Recorrido en atractivos turísticos en cabecera municipal;
2. Tour de compras;
3. Recorrido en Pueblo Mágico Jalpa de Cánovas;
4. Degustación de licores y cajeta.

Actores participantes

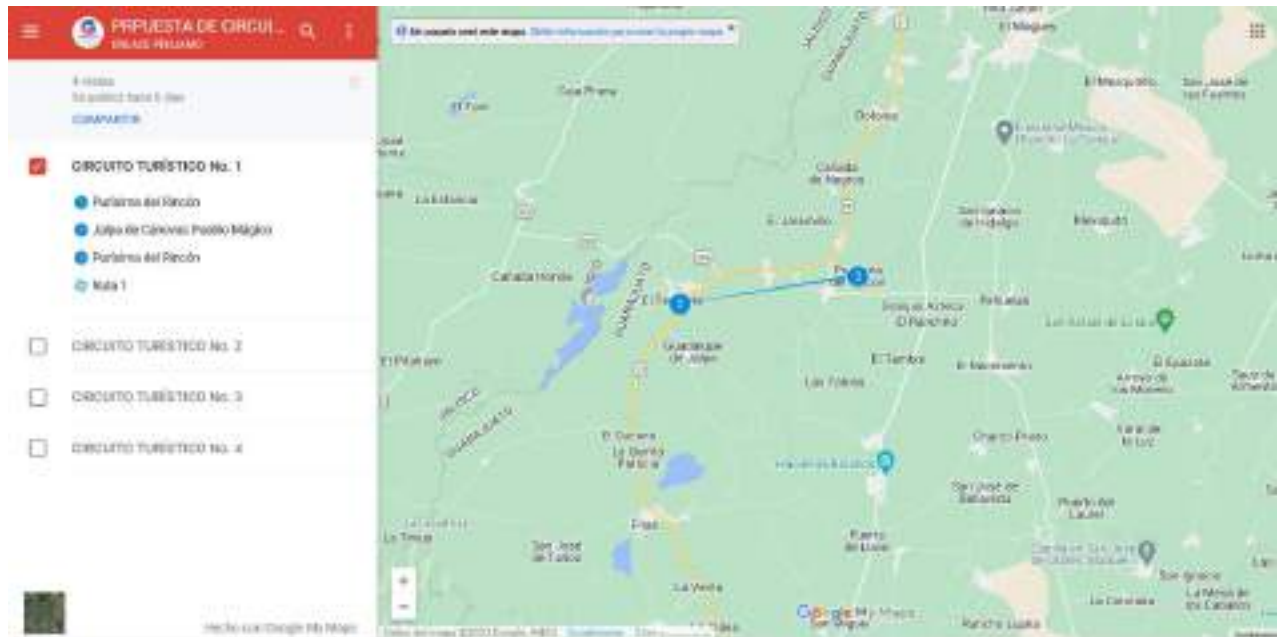
1. Operadores turísticos locales;
2. Guía de turistas;

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.

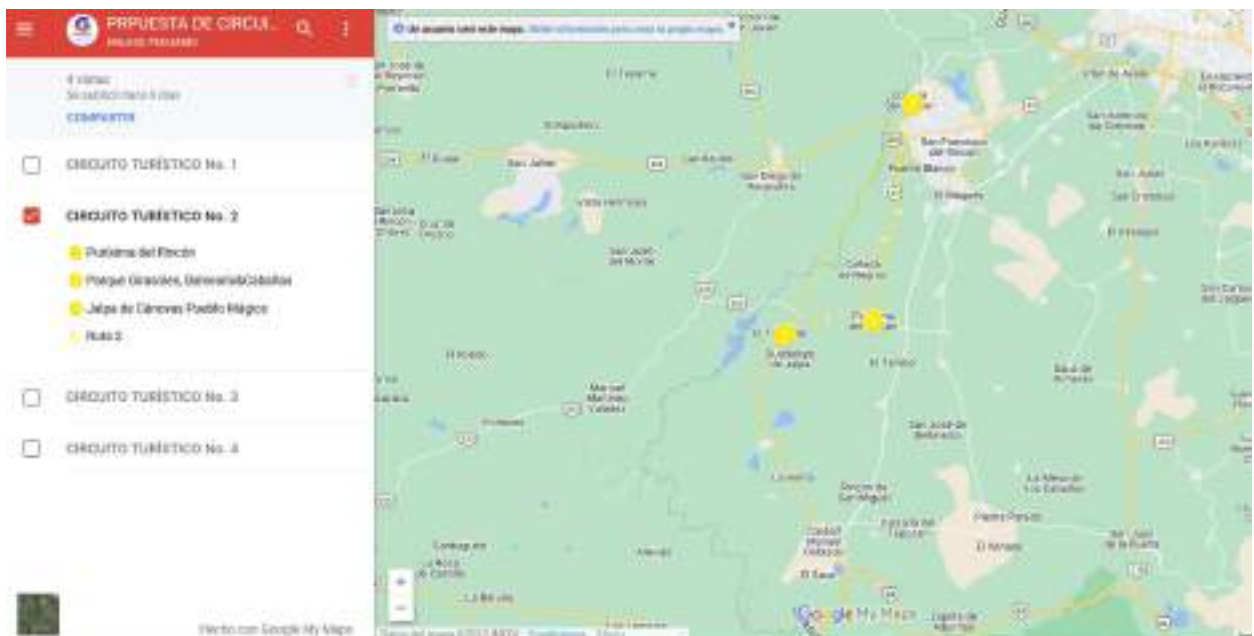
Duración de la experiencia

1. Dos días (Pernoctar 1 noche);
2. El Hospedaje se considera en Puerta del Jardín, Jalpa de Cánovas.

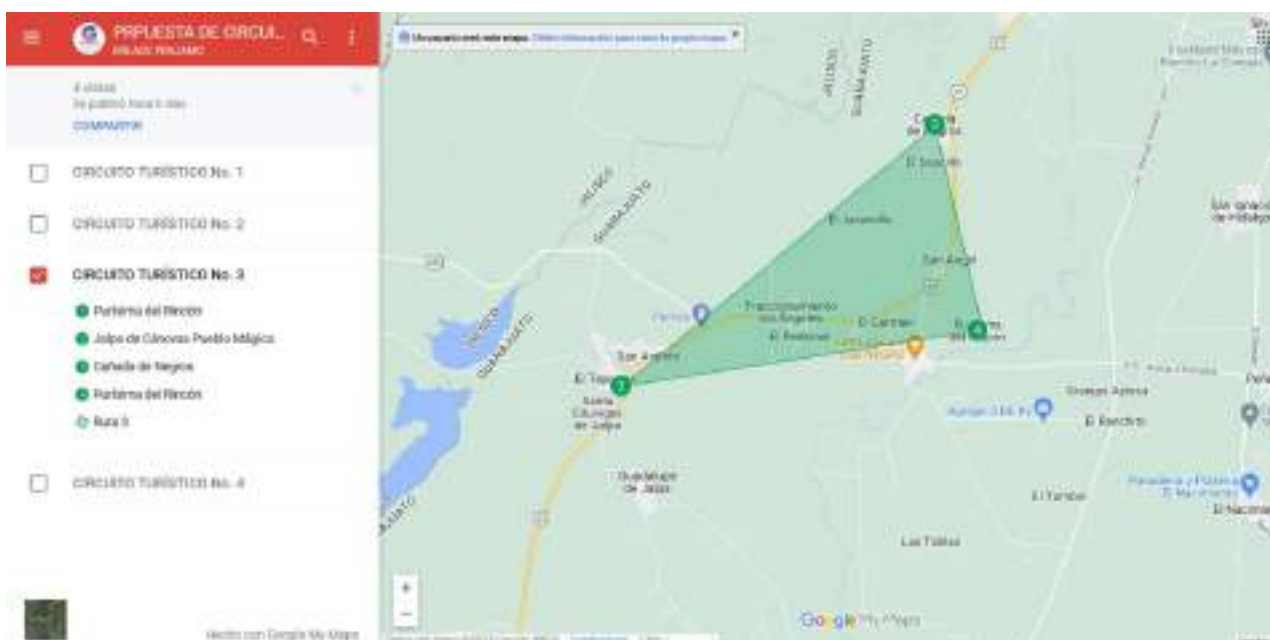
Circuito Propuesto No. 1



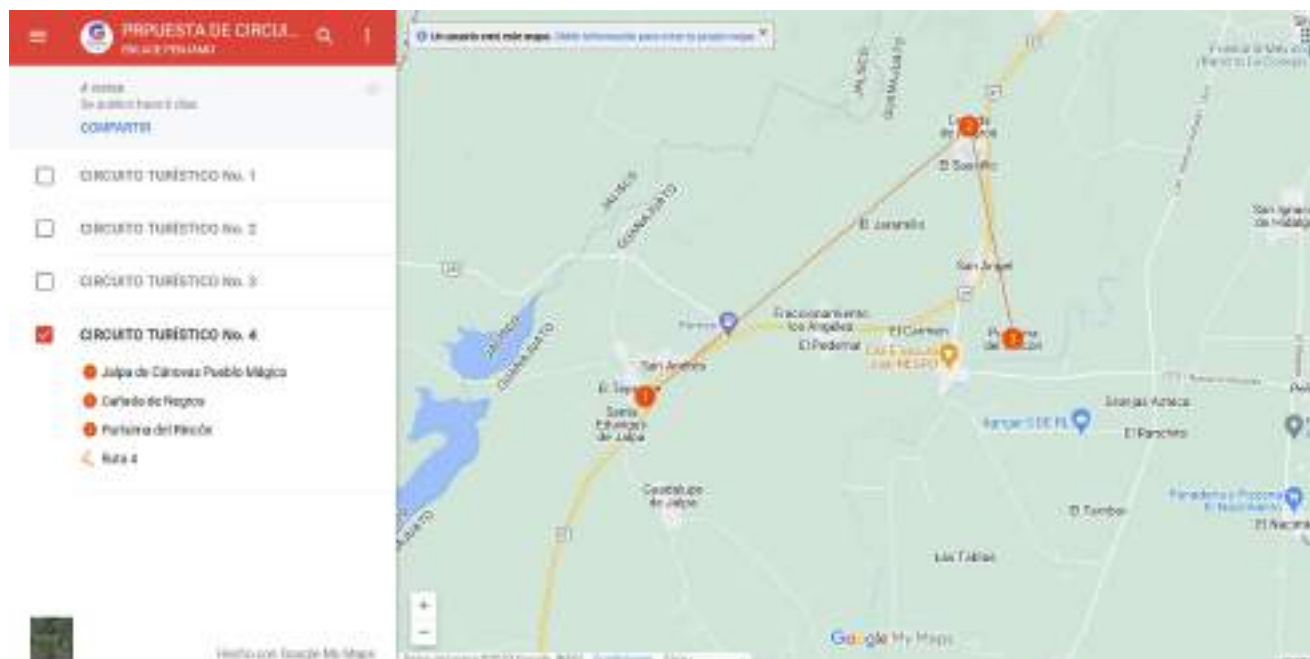
Circuito Propuesto No. 2



Circuito Propuesto No. 3



Circuito Propuesto No. 4



Link de acceso

<https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?mid=1AVtYfNrqrz2K4lyKmT-H0ixCrMnDCCM&usp=sharing>



*Cañada de Negros,
Jalpa de Cánovas, 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 38%** 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 **Purísima del Rincón** solamente un **13%** de los prestadores de servicios turísticos tiene

una medición de satisfacción, es imperioso la implementación de un sistema de satisfacción, lo que NO se mide **NO** se mejora.

3. Es indispensable contar con un programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos, con las necesidades específicas del destino, tomar como apoyo las que tiene a disposición la Secretaría de Turismo del Estado, sin embargo, la implementación de un programa de capacitación atendiendo las necesidades del destino es fundamental.
4. Actualmente, existe una amplia gama de cursos de capacitación, por lo que se propone realizar el acercamiento por parte de autoridades municipales la facilidad de inscripciones.
5. Realizar alianzas estratégicas con organismos especializados en temas de desarrollo del capital humano. (IECA, Organismos empresariales, etc.).
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, iniciativa privada, administración turística municipal, Secretaría de Turismo del Estado.

e. Planificación y gestión del destino

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

f. Imagen

1. Es clave implementar una estrategia para el posicionamiento de la **MARCA DESTINO**, resaltando todos aquellos atributos y valores intangibles con los que cuenta el destino, cumpliendo con la función de poder de atracción hacia el destino en sí, generando de esta manera beneficios a los prestadores de servicios (alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, etc.) que se encuentran

involucrados en la enorme cadena productiva del sector turismo, es preciso contar con un plan de desarrollo de imagen con objetivos y acciones claras, así como los recursos necesarios para llevar a cabo las estrategias planteadas en el plan.

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

9.2 DETONADORAS

a. Consolidar plan de gestión y desarrollo turístico del destino

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

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

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

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

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

d. Promover la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible

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

e. Desarrollo de una marca destino

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

f. Implementación de herramientas de medición turística.

1. Implementar las herramientas de medición 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.



*Luis Long,
Jalpa de Cánovas, Guanajuato.*

10. CONCLUSIONES

- Tras el análisis llevado a cabo, se pueden destacar las **grandes potencialidades turísticas** que se han visitado en el municipio de **Purísima del Rincón, Guanajuato**. Este municipio cuenta con una **amplia gama de atractivos turísticos**, tales como sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, así como centros de esparcimiento.
- Se puede considerar que el municipio de Purísima del Rincón como destino turístico se encuentra en una **fase de desarrollo**, por lo que deberán generarse diferentes acciones de planificación, gestión, comunicación y promoción atendiendo la etapa de desarrollo en la que se encuentra el municipio.
- Cuenta con espacios que permiten **detonar el segmento de naturaleza**, además de los segmentos que ya tiene activos como son: cultural, romance, deportivo, enológico, destilados, gastronómico, wellness y MICE.
- En materia turística, el municipio ha desarrollado acciones que le permitan detonar las potencialidades turísticas con las que cuenta, aunque 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, 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

Purísima





Jalpa de Cánovas



Jalpa de Cánovas



Las Golondrinas



Cañada de Negros



Cañada de Negros



Ex Hacienda Jalpa



Ex Hacienda Jalpa



Hotel La Pérgola



Restaurante La Pérgola



Restaurante La Pérgola



Hotel
Puerta Jardín



Hotel
Puerta Jardín



Hotel Puerta Jardín



Licores y conservas
Braniff



Licores y conservas
Braniff



Cajeta de membrillo Ara



Museo Luis Cabrera



Museo Luis Cabrera



Museo Luis Cabrera



Presa Jalpa



Xalpa Xperience & La Galera



Xalpa Xperience & La Galera



Xalpa Xperience
& La Galera



Xalpa Xperience & La Galera



Luis Long



Luis Long



Luis Long

ANEXO
PLAN DE TRABAJO

Plan de trabajo "La Pérgola"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Atención al cliente, Coctelería y Preparación de Alimentos, Primeros auxilios.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Ex Hacienda de Jalpa"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Atención a clientes, Manejo de redes sociales	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Cajeta de Membrillo Ara"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Atención a clientes, Seguridad e Higiene, Manejo de los alimentos.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Equipamiento	Cernidora, Vaporeras, Construcción de cuarto frío, Plásticos para envasado.	Definir instituciones y/o programas de apoyo.	Por definir
	Infraestructura	Construcción de cuarto frío.	Definir instituciones y/o programas de apoyo.	Por definir
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Licores y Conservas Braniff"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Venta en línea, Marketing digital, Venta en redes sociales.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 7 meses
	Equipamiento	Extractor de calor, Punto de venta de gran capacidad.	Definir instituciones y/o programas de apoyo.	Por definir
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Las Golondrinas de Jalpa"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Servicio en banquetes, Atención al cliente, Desarrollo de procesos en la elaboración de alimentos para identificar tiempos y movimientos.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 12 meses
	Equipamiento	Cafetera profesional, Horno de panadería.	Definir instituciones y/o programas de apoyo.	Por definir
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Operadora Xalapa"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Atención a clientes, Promoción y venta en redes sociales.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 12 meses
	Equipamiento	Equipo de transporte	Definir instituciones y/o programas de apoyo.	Por definir
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Hotel Puerta del Jardín"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Operatividad del hotel, Servicio al cliente, Certificación punto limpio, Capacitación especializada en hospedaje y mantenimiento, Capacitación en tema de residuos.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 12 meses
	Equipamiento	Paneles solares	Definir instituciones y/o programas de apoyo.	Por definir
	Infraestructura	Reacondicionamiento para sala de juntas, Reacondicionamiento estacionamiento.	Identificar programa de apoyo.	Por definir
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Museo Luis Cabrera"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Atención a clientes, ventas y promoción en redes sociales.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 12 meses
	Equipamiento	Mesas de trabajo, Vitricas/Exhibidores, Anuncio publicitario para exterior.	Definir instituciones y/o programas de apoyo.	Por definir
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Xalpa Xperience"

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

Fase 1
Levantamiento de necesidades

Fase 2
Actividad

Fase 3
Ejecución

Fase 4
Tiempo

Actividades

Lista de actividades

Lista de actividades

Lista de actividades

Lista de actividades

Capacitación

Certificación para guías en rescate,
Primeros auxilios, servicio al cliente.

Desarrollar cursos de capacitación
identificando las necesidades del capital
humano.

De 4 a 12 meses

Equipamiento

Kayaks, Chalecos, Cascos, Cuerdas
Rappel, Arnés para rappel, Anclas para
rappel

Definir instituciones y/o programas de
apoyo.

Por definir

Infraestructura

No requerido

No requerido

No requerido

Promoción

Desarrollar estrategias de promoción.

*Digitalizar los servicios de información
turística *Desarrollo de Marketing
digital *Resaltar las principales
atracciones del sitio *Desarrollo y
búsqueda de asociaciones *Crear un
sitio web del destino atractivo *Atraer
personas influyentes *Creación de
estrategias de marketing.

Duración 12 meses

Plan de trabajo "Hotel Cañada de Negros"

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

Fase 1
Levantamiento de necesidades

Fase 2
Actividad

Fase 3
Ejecución

Fase 4
Tiempo

	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
Actividades	Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio en los centros de consumo; restaurante y bar • Preparación de bebidas en general, incluyendo té y café • Administración efectiva de hoteles y restaurantes • Preparación de un equipo local de masajistas <ul style="list-style-type: none"> • Servicio al cliente • Documentación de procesos • Capacitación al personal sobre el servicio del vino, especialmente el guanajuatense • Organización de eventos 	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	24 meses
	Equipamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuación física de la zona del SPA • Equipamiento de una sala del SPA en vapor para 6-8 personas • Equipamiento de una sala con Sauna para 6-8 personas • Equipamiento de una sala del SPA con jacuzzi para 6 personas <ul style="list-style-type: none"> • Mesas para masajes • Adecuación de una cocina adicional en el jardín de eventos <ul style="list-style-type: none"> • Adecuación de un área de panificación para la cual ya se cuenta con el equipo • Habilitación de la cocina de los salones • Mobiliario para los salones de eventos 	Definir instituciones y/o programas de apoyo.	Por definir
	Infraestructura	No requerido	No requerido	No requerido
	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción del destino y los servicios en las plataformas del estado y del municipio • Participación en los eventos de promoción de los pueblos mágicos y servicios turísticos en general • Promoción focalizada en revistas especializadas • Promoción directa a empresas y usuarios potenciales de nuestros servicios <ul style="list-style-type: none"> • Promoción del concepto de Haciendas del Bajío que integra las haciendas de Cañada de Negros, Jalpa de Cánovas y San Cristóbal. • Promoción del destino con los Wedding Planners 	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Hotel La Posada"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales para ventas y publicidad para el Hotel • Atención al cliente • Distintivo H 	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 12 meses
	Equipamiento	a) Calentadores solares 6 b) Camas individuales 4	Definir instituciones y/o programas de apoyo.	Por definir
	Infraestructura	Construcción y Equipamiento sala de juntas	Definir instituciones y/o programas de apoyo.	Por definir
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Los Girasoles"

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

Fase 1
Levantamiento de necesidades

Fase 2
Actividad

Fase 3
Ejecución

Fase 4
Tiempo

	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
Actividades	Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Se cuenta con certificación moderna se desea actualizar • Participaron en punto limpio se desea actualizar • Conceptos básicos para hospedaje <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de agua potable • Fábrica de productos con 4.0 	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 12 meses
	Equipamiento	a) Construcción y equipamiento de cocina para atender a los huéspedes en cuanto a la preparación de alimentos. b) Dentro de cabañas se ocupa calefacción c) Terminar baños en recepción	Definir instituciones y/o programas de apoyo.	Por definir
	Infraestructura	Construcción Baños recepción y Cocina	Definir instituciones y/o programas de apoyo.	Por definir
	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en las calles • Redes sociales impulsar 	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Chocomiles de Purísima"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Punto limpio • Manejo de alimentos • 5's 	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 12 meses
	Equipamiento	Paneles solares	Definir instituciones y/o programas de apoyo.	Por definir
	Infraestructura	Instalación y adecuaciones para paneles solares	Definir instituciones y/o programas de apoyo.	Por definir
	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en las calles • Redes sociales impulsar 	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias de marketing.	Duración 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 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.