


**Vive
Grandes
Historias**

vive grandes historias



Salvatierra
te espera

 **Guanajuato**
Vive Grandes Historias

   
Secretaría de Turismo

   
Secretaría de Turismo

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. EL SABINAL	19
2. RANCHO MEZQUITE	20
3. SAN PEDRO	21
4. MUSEO SALVATIERRA.....	22
5. FINCA ROSAS	23
6. VIÑEDO LAS MARAVILLAS.....	24
7. CENTRO HISTÓRICO.....	25
8. QUESOS MARIETA	26
9. SANTUARIO NUESTRA SEÑORA DE LA LUZ.....	27
10. NIEVES TRADICIONALES	28
11. COCINERAS TRADICIONALES	29
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	30
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	34
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO.....	37
8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO	38
9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES.....	42
9.1 ESTRATÉGICAS.....	42

9.2 DETONADORAS.....	45
10. CONCLUSIONES.....	47
11. ANEXOS.....	49
11.1 FOTOGRÁFICO	49
11.2 PLAN DE TRABAJO	49
11.3 GLOSARIO	49

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



*El Sabinal,
Salvatierra, 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.



*Rancho Mezquite, Salvatierra,
Guanajuato.*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*San Pedro, Salvatierra,
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.



MUSEO DE
LA CIUDAD

Museo Salvatierra,
Salvatierra, Guanajuato.

3. ELEMENTOS DEL DESTINO

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

1. Atractivos Turísticos

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

2. Infraestructura

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

3. Servicios Turísticos y de Apoyo

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



4. Capital Humano del Sector Turístico

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

5. Planificación y Gestión del Destino

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

6. Imagen

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

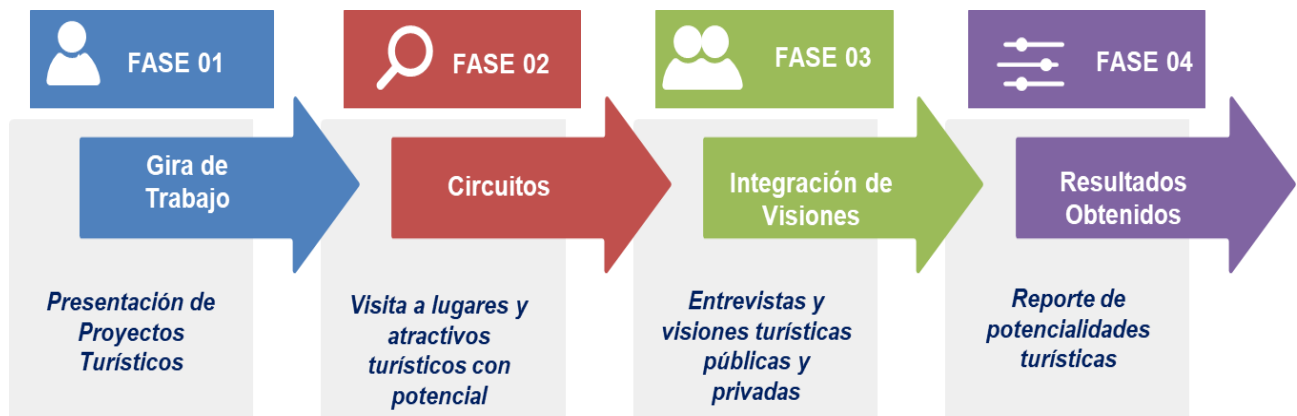
*Fuente Propia

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



Rancho Mezquite,
Salvatierra, 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 94,126 habitantes, el municipio de Salvatierra, 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:

- Salvatierra.
- Urireo.
- San Nicolás de los Agustinos.
- San Pedro de los naranjos.
- El Sabino.
- Maravatío del encinal
- Cupareo.
- Santo Tomás Huatzindeo.

El municipio de Salvatierra comprende el equivalente al 1.66 % del territorio estatal.

Fundada el 9 de febrero de 1644, por el decimonoveno virrey de la Nueva España, don García Sarmiento de Sotomayor Conde de Salvatierra (1642 - 1648) siendo la primera ciudad del estado y la primera fundada por el virrey, aunque no la población más antigua.

El municipio de Salvatierra limita al norte con el municipio de Cortázar, al noreste con el municipio de Tarimoro, al sur con el de Acámbaro y el estado de Michoacán; al oeste con los municipios de Yuriria y Santiago Maravatío y al noroeste con el de

Jaral del Progreso.

Fiestas y festividades

- El 10 de enero se festeja a San Nicolás Tolentino.
- Del 27 de enero al 10 de febrero, se lleva a cabo la feria regional en honor de la candelaria.
- El primero y segundo domingo del mes de noviembre se conmemora la fiesta del buen temporal.

Turismo

Dentro de sus principales atractivos turísticos, están la explanada Agustín Carranza y Salcedo, Hacienda de San José del Carmen, Jardín Principal, Museo de la ciudad, Plaza de toros, la Macarena, Portal la luz, Puente de Batanes, Parque ecológico “El Sabinal”.

Artesanías

En Salvatierra, su principal artesanía es la alfarería, los objetos más representativos son las tinajas, cántaros, botijos, barriles, jarros, chingues, micos, lebrillos, platos, etc. Una nueva artesanía que va tomando fuerza es la del corcho y las pieles, ambas localizables en talleres de la carretera de Zafra.

Gastronomía

Largas, nieve artesanal, mole de Urireo, tortillas de Urireo y gorditas de maíz quebrado, prestiños, fruta cristalizada, tamales, pícaros y atole de Pascua.

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



El Sabinal, Salvatierra Guanajuato.

Actualmente, en el municipio de Salvatierra, Guanajuato, en su inventario cuenta con **189 establecimientos con enfoque turístico** de los cuales **55 cuentan con Registro Estatal Turístico**, lo que representa el **29%**, el seguimiento de satisfacción y fidelización del visitante mediante la implementación del modelo a través del QR, tiene actualmente **26 inscritos** lo que representa el **47 %** 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 Salvatierra, 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.



*Quesos Marieta,
Salvatierra, 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 Salvatierra, 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. El Sabinal;
2. Rancho Mezquite;
3. San Pedro;
4. Museo Salvatierra;
5. Finca Rosas;
6. Viñedo las Maravillas;
7. Centro Histórico;
8. Quesos Marieta;
9. Santuario Nuestra Señora de La Luz;
10. Nieves Tradicionales;
11. Cocineras Tradicionales.

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.



1. EL SABINAL

Eco parque El Sabinal es uno de los sitios más importantes y concurridos por el turismo, donde puedes pasar un rato agradable con amigos o familia. Está ubicado dentro de cabecera municipal en Salvatierra, el cual lleva ese nombre por el tipo de flora que podemos encontrar en este lugar, pues aquí atraviesa el río Lerma, mismo que está rodeado por árboles de sabino. Además, este cuenta con extensas áreas verdes.

El sitio cuenta con una extensión territorial aproximada 1.6 hectáreas que forman parte del Eco parque perteneciente al municipio, más el andador del río Lerma, que pertenece al gobierno federal, formando un total de 3.5 hectáreas en conjunto. Aquí podemos encontrar juegos para niños, 5 palapas con asador, algunos anafres también con asador, servicio de baños públicos, zonas para acampar y por supuesto su atractivo principal que es el andador orillas del río Lerma. Cabe mencionar que las aguas del río son utilizadas para agricultura y ganadería de la región.

La forma de llegar es en carro propio, en transporte público o caminando. Se cuenta con



estacionamiento público, con una capacidad para 75 coches, el cual tiene un costo mínimo y actualmente la entrada al parque es gratuita. Las palapas y asadores no tienen costo alguno.

El Sabinal es visitado tanto por personas locales como por turistas, los cuales llevan a cabo distintas actividades como; clases de aeróbics, talleres, cursos, integraciones, convivios, fiestas, etc. Los principales visitantes externos son regionales de municipios como; Celaya, Cortázar, Querétaro, Salamanca, entre otros. Cada semana se tiene una afluencia de aproximadamente mil personas.

Necesidades específicas

1. Mantenimiento y restauración de juegos infantiles.
2. Mantenimiento a baños públicos.
3. Más personal de trabajo de limpieza y jardinería.
4. Remodelación y mantenimiento a palapas.
5. Promoción y difusión por parte de la Secretaría de Turismo.



2. RANCHO MEZQUITE

El Rancho “El Mezquite” es un centro ecuestre ubicado en la comunidad de San Pedro de los Naranjos, el cual pertenece a una familia de Salvatierra apasionados por los caballos, donde ofrecen diferentes servicios y actividades relacionados con estos animales. La persona encargada de lo administrativo es Zulima Barrera Guerrero. Todos los miembros de esta familia participan de diferentes formas en esta empresa familiar.

Los servicios que ofrece Rancho Mezquite son los siguientes:

- Pensión de caballos.
- Adiestramiento de caballos.
- Clases de monta personalizadas para todas las edades.
- Entrenamiento de escaramuzas.
- Equipo de escaramuzas categoría infantil y libre.
- Cursos infantiles.
- Centro gastronómico.
- Renta de caballos.
- Recorridos turísticos.
- Servicios veterinarios.
- Estimulación temprana.
- Vaquero por un día.



- Reconociéndome Valiosa.

Necesidades específicas

1. La necesidad más importante con la que cuenta rancho El Mezquite es la ampliación de su ruedo, ya que por el momento tuvieron que reducirlo por cuestiones de extensión de tierra, por tanto, que necesitan comprar una parte del terreno que se encuentra a un costado para lograr expandir su ruedo a las medidas necesarias para que pueda ser funcional además de que es indispensable para el entrenamiento de escaramuza. Por esta razón solicitan apoyo, ya sea económico, financiero o apoyo para el reacomodo del mismo.
2. Apoyo para certificación en temas psicológicos y de terapia.
3. Promoción y difusión.
4. Profesionalización turística.



3. SAN PEDRO

San Pedro de losaranjos, una comunidad ubicada en la carretera Salvatierra – Yuriria, la cual cuenta con un corredor comercial y gastronómico que se encuentra a la orilla de la carretera, donde podrás encontrar variedad de productos artesanales como; macetas, cazos de cobre, rebozos, artículos de piel, botas, huaraches, además de variedad de viveros y otros, así como comida tradicional como las típicas gorditas y largas de diferentes guisos, camotes, garbanzos, elotes, carnitas, aguas frescas y muchas otras más.



Necesidades específicas

1. Necesidades de capacitación.
2. Restauración de vialidades y acotamiento de la carretera, ya que no se encuentra en muy buenas condiciones estéticas y funcionales, además de que los puestos se ubican en esta zona, por lo que resulta complicado el estacionarse y se han provocado accidentes.
3. Embellecimiento de esta zona para áreas comunes y puestos.
4. Proyecto de carritos o casitas para puestos (equipamiento y mobiliario de acuerdo al giro).
5. Promoción y publicidad al sitio.
6. Profesionalización turística.



4. MUSEO SALVATIERRA

El museo está ubicado en la zona centro de la ciudad, en la calle Juárez 204, el edificio cuenta con biblioteca, hemeroteca y fototeca, por lo que puedes acceder a los documentos más importantes de sus comunidades y alrededores. El acceso al museo es libre y es administrado por el patronato del museo de la ciudad.

El museo abrió sus puertas hace 23 años, este cuenta con piezas prehispánicas registradas ante en INAH, y la mayor parte de sus piezas han sido donadas a lo largo de los años. El edificio donde se encuentra ubicado pertenece al municipio, así como los gastos y salarios también son responsabilidad del mismo.



Necesidades específicas

1. Promoción y Difusión.
2. Señalética.
3. Capacitación de tránsito y policía municipal para informar a los turistas sobre el museo.
4. Señalética vial.
5. Reactivación de exposiciones.
6. Recurso para nuevos atractivos.



5. FINCA ROSAS

Finca Rosas inició operaciones en el año 2017 por una pareja de emprendedores con la elaboración de la crema de licor y mazapanes artesanales de distintos sabores. Actualmente, uno de sus productos más importantes es el vino y su negocio se ha expandido hacia otros productos. Y la apertura de su propio viñedo y restaurante dentro del municipio de Salvatierra.

El viñedo Finca Rosas se encuentra ubicado sobre la carretera Salvatierra – Cortázar, en Miguel Hidalgo #3271, donde podrás tomar la experiencia de visitar el viñedo y conocer el proceso del vino, así como catar sus vinos y el resto de sus productos.

Actividades durante el recorrido:

- Como se elabora el vino.
- Actividad sensorial para despertar el sentido del olfato.
- Cata de vino y maridaje.



- Realiza el proceso de embotellado y etiquetado de un vino (actividad demostrativa).
- Taller de elaboración del mazapán artesanal.
- Degustación de varios productos artesanales.
- Costo de \$270 por persona.

Necesidades específicas

1. Capacitación para formalización ante el SAT.
2. Consolidación de la marca.
3. Inscripción al RET.
4. Promoción y difusión en diferentes medios.
5. Apoyo en redes sociales.
6. Capacitación en temas enológicos.
7. Señalética.



6. VIÑEDO LAS MARAVILLAS

El propietario, el señor Ezequiel Pérez, inició este proyecto hace 10 años, y desde hace 7 años inicio con la maquila de vino, se cuenta con aproximadamente una hectárea de siembra en la cual se cultivan 6 tipos de uva diferente. Está situado en la comunidad de “La quemada” en Salvatierra. Es particularmente reconocido por la forma en que está elaborado el sembradío, ya que plantas están en forma de arco.

El vino se maquila en el mismo sitio y se realiza un vino por cada tipo de uva. Cada año se lleva a cabo una vendimia aproximadamente en los meses de junio o julio, que es cuando la vid está en su máximo esplendor. En esta se llevan a cabo catas de vino, recorridos por el viñedo, venta de vinos y de uva y se cuenta con venta de comida de cocineras tradicionales.

Para el acceso al viñedo durante todo el año es necesario contactarte con el propietario para agendar tu visita. Puedes contactarte por medio de WhatsApp, por teléfono o por Facebook. En tu recorrido tendrás oportunidad de conocer el viñedo, catar vinos, traer tu propia comida e incluso acampar. El sitio ahora cuenta con una tirolesa de que pasa sobre los viñedos, el cual tiene un costo de 100 pesos por persona, de la cual puedes hacer uso en cualquiera de tus visitas.

Necesidades específicas

1. Promoción y difusión
2. Apoyo de gobierno municipal.
3. Señalética.
4. Profesionalización turística.
5. Ingreso al SAT.
6. Ingreso al RET.



7. CENTRO HISTÓRICO

El jardín principal está ubicado en el centro de la ciudad, entre las calles Juárez y Miguel Hidalgo, el cual cuenta con un quiosco en el centro, áreas verdes y bancas de descanso. Aquí mismo se encuentra el palacio municipal y también podemos encontrar variedad de comida, como nieves, pizzas, comida tradicional, restaurantes a la carta, las tradicionales nieves de Salvatierra y más. Es un lugar muy agradable y visitado siempre por los turistas y gente local.



Necesidades específicas

1. Mantenimiento a áreas verdes.
2. Mantenimiento a bancas y otras estructuras.
3. Control de perros callejeros.
4. Ambientación con música.
5. Realización de eventos semanales.
6. Restauración y mantenimiento de los portales.
7. Promoción y difusión.



8. QUESOS MARIETA

Quesos la Marieta es un negocio familiar, perteneciente a la familia Ramírez Barajas, que ha sido heredado de generación en generación, la cual se dedica a la elaboración de quesos artesanales hechos a base de leche de vaca y cabra.

La tradición se ha transmitido de generación en generación y actualmente una de las propietarias se ha especializado en todo lo relacionado con los procesos de los lácteos, pues la familia pretende conservar la esencia de la tradición familiar y sus técnicas artesanales y naturales. Cabe mencionar

que quesos “La Marieta” cuenta ya con la certificación de marca GTO.

Necesidades específicas

1. Promoción al municipio.
2. Promoción gastronómica en pro de sus productos como tradicionales del municipio de Salvatierra.
3. Refrigerador portátil para eventos.
4. Presa para quesos.
5. Promoción y difusión a la marca de la secretaria de Turismo del Estado.
6. Profesionalización turística.
7. Registro ante el RET.



9. SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE LA LUZ

El Santuario de Nuestra Señora de la Luz se encuentra ubicado en el jardín principal, en la calle Benito Juárez, Zona Centro del municipio de Salvatierra, Guanajuato, quien es venerada como la santa patrona de la ciudad. Se dice que la imagen de esta virgen fue elaborada por artesanos de Pátzcuaro, a base de pulpa de maíz y venerada como la virgen de la purificación.

El majestuoso templo inició su construcción en el año de 1744 y cuenta con un estilo barroco. En su interior destaca el altar mayor de estilo neoclásico, al igual que una capilla anexa con siete altares elaborados en cantera rosa. Al costado podemos encontrar una amplia zona de descanso con patio, bancas a su alrededor donde las personas pueden ingresar a descansar o simplemente apreciar la belleza de este edificio.



Necesidades específicas

1. Existe un proyecto inconcluso del museo a la Virgen de la Luz, el cual fue diseñado por el municipio. Consiste en adaptar y remodelar un sitio ya destinado dentro del Santuario para diferentes imágenes y vestimentas de la misma, entre otros artículos religiosos e imágenes. Por lo tanto, la iglesia pide directamente el apoyo a Señor Gobernador Diego Sinhue Rodríguez Vallejo y a la secretaria de Turismo darle seguimiento a dicho proyecto, pues se tenía contemplado recibir el apoyo tanto de gobierno del estado, la SECTUR y gobierno municipal.
2. Fomentar el turismo religioso.
3. Promoción y difusión.



10. NIEVES TRADICIONALES

“Nieves gus” es un punto de venta de nieves artesanales tradicionales en el municipio de Salvatierra, si bien existen otros neveros, en esta ocasión tuvimos la oportunidad de conocer a la presidenta de los neveros, la señora Josefina Ojeda Cervantes, quien heredó el negocio familiar, ya que quien lo inició fue el señor Cosme Cervantes desde el año 1916.

Estas nieves están situadas en diferentes puntos del jardín principal y puedes ir a disfrutar de la gran variedad de sabores, ya que cuentan con más de 30 sabores para elegir. Entre los más populares están los siguientes:

- Pasta
- Zapote
- Ciruela
- Mamey
- Fresa
- Frutos naturales de temporada
- Beso de ángel, entre otros.



Necesidades específicas

- El turismo ha bajado mucho en los últimos años, por lo cual piden estrategias para atraer a los visitantes.
- Mantenimiento de áreas verdes del jardín principal.
- Fumigación de insectos en el jardín principal.
- Atención y solución a problemática de perros callejeros.
- Seguridad pública para los ciudadanos
- Mantenimiento de plaza pública para bancas, árboles, etc.
- Ambientación con música para los visitantes.
- Ambientación de la plaza con adornos temáticos o alguna atracción.
- Mantenimiento a casitas de los neveros.
- Promoción y difusión.
- Profesionalización turística.



11. COCINERAS TRADICIONALES

Las cocineras tradicionales se encuentran ubicadas en uno de los principales portales del centro y jardín principal del municipio de Salvatierra, en la calle 16 de septiembre. Aquí puedes encontrar una gran variedad de exquisitos

platos tradicionales como lo son; las representativas largas de diferentes guisados, representativas del municipio, pozole, gorditas, tortas, tostadas, tacos dorados, entre otros.

Las cocineras se encuentran diariamente a partir de las 5 de la tarde hasta aproximadamente 9 de la noche.

Necesidades Específicas:

1. Remodelación y mantenimiento al portal.
2. Equipamiento para cocineras.
3. Mobiliario para los clientes como mesas y sillas para ofrecer un mejor servicio.
4. Seguridad pública.
5. Promoción y difusión.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		Salvatierra , Guanajuato			
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Especifica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. EL SABINAL	1	Infraestructura	Mantenimiento y restauración de juegos infantiles.	\$100,000.00	
	2	Infraestructura	Mantenimiento a baños públicos.	\$10,000.00	
	3	Infraestructura	Remodelación y mantenimiento a palapas	\$150,000.00	
	4	Estratégico	Campaña de promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				
2. RANCHO MEZQUITE	1	Infraestructura	Ampliación de su ruedo	\$1,500,000.00	
	2	Capacitación	Apoyo para certificación en temas psicológicos y de terapia	\$100,000.00	
	3	Estratégico	Promoción y difusión	\$10,000.00	
	Inversión total				
3. SAN PEDRO	1	Infraestructura	Restauración de vialidades y acotamiento de la carretera	\$1,500,000.00	
	2	Infraestructura	Embellecimiento de esta zona para áreas comunes y puestos	\$500,000.00	
	3	Equipamiento	Proyecto de carritos o casitas para puestos (equipamiento y mobiliario de acuerdo al giro)	\$2,500,000.00	
	4	Estratégico	Promoción y publicidad al sitio	\$200,000.00	
	5	Capacitación	Profesionalización turística	\$100,000.00	
Inversión total				\$4,800,000.00	
4. MUSEO SALVATIERRA	1	Estratégico	Promoción y Difusión	\$100,000.00	
	2	Estratégico	Reactivación de exposiciones	\$30,000.00	
	3	Estratégico	Recurso para nuevos atractivos	\$250,000.00	
Inversión total				\$380,000.00	
5. FINCA ROSAS	1	Capacitación	Capacitación para formalización ante el SAT	\$10,000.00	
	2	Estratégico	Consolidación de la marca	\$75,000.00	
	3	Estratégico	Inscripción al RET	\$-	
	4	Estratégico	Promoción y difusión en diferentes medios	\$100,000.00	
	5	Capacitación	Capacitación en temas enólogos	\$200,000.00	
	6	Infraestructura	Señalética.	\$100,000.00	
	Inversión total				

6. VIÑEDO LAS MARAVILLAS	1	Estratégico	Promoción y difusión	\$100,000.00
	2	Infraestructura	Señalética.	\$10,000.00
	3	Capacitación	Profesionalización turística.	\$20,000.00
	4	Estratégico	Registro al SAT y al RET	\$-
	Inversión total			
7. CENTRO HISTÓRICO	1	Infraestructura	Mantenimiento a áreas verdes	\$20,000.00
	2	Infraestructura	Mantenimiento a bancas y otras estructuras	\$80,000.00
	3	Estratégico	Ambientación con música	\$70,000.00
	4	Infraestructura	Proyecto Restauración y mantenimiento de los portales	\$150,000.00
	5	Estratégico	Promoción y difusión	\$100,000.00
Inversión total				\$420,000.00
8. QUESOS MARIETA	1	Estratégico	Promoción gastronómica en pro de sus productos como tradicionales del municipio de Salvatierra	\$150,000.00
	2	Equipamiento	Refrigerador portátil para eventos.	\$75,000.00
	3	Equipamiento	Presas para quesos.	\$15,000.00
	4	Estratégico	Profesionalización turística.	\$20,000.00
	5	Estratégico	Registro ante el RET.	\$-
Inversión total				\$260,000.00
9. TEMPLO	1	Estratégico	Promoción y difusión.	\$100,000.00
	Inversión total			
10. NIEVES TRADICIONALES	1	Infraestructura	Fumigación de insectos en el jardín principal	\$25,000.00
	2	Equipamiento	Mantenimiento a casitas de los neveros	\$200,000.00
	7	Estratégico	Promoción y difusión	\$100,000.00
	8	Capacitación	Profesionalización turística	\$20,000.00
Inversión total				\$345,000.00

11. COCINERAS TRADICIONALES	1	Infraestructura	Proyecto Remodelación y mantenimiento al portal	\$150,000.00	
	2	Equipamiento	Equipamiento para cocineras	\$250,000.00	
	3	Equipamiento	Mobiliario para los clientes como mesas y sillas para ofrecer un mejor servicio.	\$150,000.00	
	4	Estratégico	Promoción y difusión	\$1,500,000.00	
	Inversión total				
12. ESTRATÉGICO MUNICIPIO	1	Estratégico	Elaboración de proyecto ejecutivo con enfoque turístico	\$2,500,000.00	
			*Plan de Desarrollo turístico de la comunidad (Detonante)		
			* Proyectos de Inversión		
			*Proyecto de Marketing y digitalización		
			*Estrategia de comunicación y promoción		
			* Modelo de negocios		
			* Detección de necesidades de capacitación		
	2	Estratégico	Elaboración de proyecto señáletica turística	\$500,000.00	
			1. Diagnostico situación actual		
			2. Selección y jerarquización de los elementos a señalar		
		3. Plano de señáletica			
Inversión total					\$3,000,000.00
INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA				\$	14,295,000.00



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 Salvatierra *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



8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

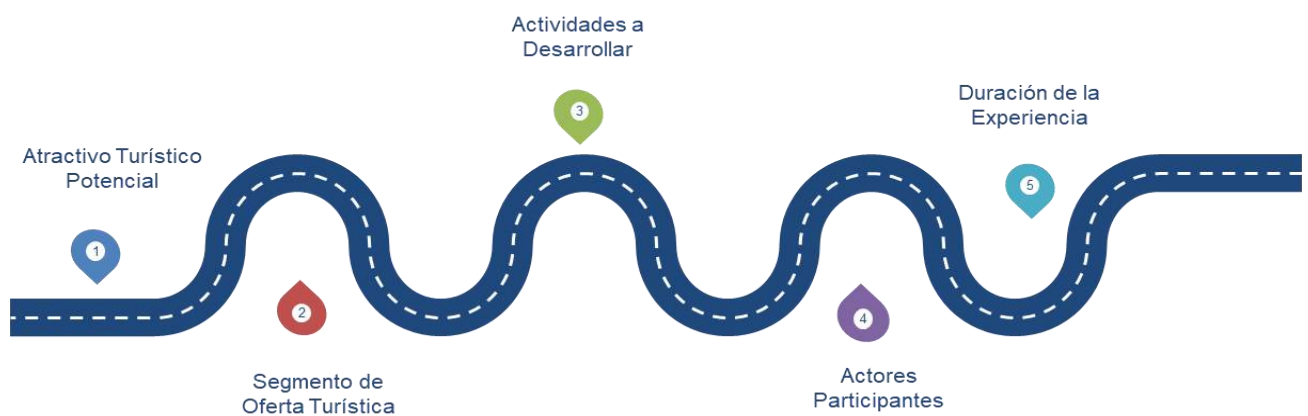
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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

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

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

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



8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO



Segmento de oferta turística

1. Enológico;
2. Cultural;
3. Religioso;
4. Histórico;
5. Naturaleza.

Actividades a desarrollar

1. Recorrido en la finca para conocer la elaboración del vino;
2. Comida;
3. Degustación de nieves tradicionales;
4. Visita al templo;
5. Museo Salvatierra;
6. Visita al jardín principal;
7. Pernoctar;
8. Desayuno;
9. Recorrido turístico Rancho el Mezquite.

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

Un día, pernoctando en cabecera municipal

Comunidad San Pedro

- ✓ **Desayuno**
- ✓ Recorrido turístico Rancho el Mezquite
- Renta de caballos
- Clase de monta
- Vaquero por 1 día

9:00 a. m - 3:30 p. m

Cabecera Municipal

- ✓ **Comida** (Restaurantes a la carta, comida tradicional, pizza, diferentes establecimientos del centro)

- ✓ Degustación de nieves tradicionales
- ✓ Visita al templo
- ✓ Museo Salvatierra
- ✓ Visita al jardín principal
- ✓ Compras quesos artesanales Marieta
- ✓ **Pernoctar**
- ✓ **Desayuno** (Restaurantes a la carta, comida tradicional, pizza, diferentes establecimientos del centro)

4:00 p. m - 10:00 a. m del 2do día

Comunidad La Quemada

- ✓ Recorrido en el viñedo Las Maravillas
- Cata de vino
- Venta de vino y uva
- Tirolesa
- *Agendar cita

10:30 a. m - 6:00 p. m

Segmento de oferta turística:

1. Enológico
2. Cultural;
3. Religioso;
4. Histórico;
5. Naturaleza.

Actividades a desarrollar

1. Desayuno;
2. Degustación de nieves tradicionales;
3. Visita al templo;
4. Museo Salvatierra;
5. Visita al jardín principal;
6. Recorrido en el viñedo Las Maravillas.

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. Un día.

Ecoparque El Sabinal

- ✓ **Desayuno**
- ***Puedes llevar tus alimentos**
- ✓ **Actividades de esparcimiento y recreación**

9:00 a. m – 3:30 p. m

Cabecera Municipal

- ✓ **Comida** (Restaurantes a la carta, comida tradicional, pizza, diferentes establecimientos del centro)
- ✓ **Degustación de nieves tradicionales**

- ✓ **Visita al templo**
- ✓ **Museo Salvatierra**
- ✓ **Visita al jardín principal**
- ✓ **Compras quesos artesanales Marieta**
- ✓ **Pernoctar**
- ✓ **Desayuno** (Restaurantes a la carta, comida tradicional, pizza, diferentes establecimientos del centro)

4:00 p. m – 10:00 a. m del 2do día

Comunidad San Pedro

- ✓ **Recorrido turístico Rancho el Mezquite**
- Renta de caballos
- Clase de monta
- Vaquero por 1 día
- ✓ **Recorrido por la comunidad de San Pedro**
- ✓ **Comida en la comunidad**
- ✓ **Compra de productos artesanales**

10:30 a. m – 6:00 p. m

Segmento de oferta turística

1. Enológico;
2. Cultural;
3. Religioso;
4. Histórico;
5. Naturaleza.

Actividades a desarrollar

1. Desayuno;
2. Actividades de esparcimiento y recreación;
3. Comida;
4. Degustación de nieves tradicionales;
5. Visita al templo;
6. Museo Salvatierra;
7. Visita al jardín principal;
8. Compras quesos artesanales Marieta;
9. Pernoctar;
10. Recorrido turístico Rancho el Mezquite;
11. Renta de caballos;

12. Clase de monta;
13. Vaquero por 1 día;
14. Recorrido por la comunidad de San Pedro;
15. Comida en la comunidad;
16. Compra de productos artesanales;
17. Desayuno.

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. Un día.

FINCA ROSAS



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 **29%** 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 **Salvatierra** solamente un **47%** 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.

10. CONCLUSIONES

- Tras el análisis llevado a cabo, se pueden destacar las **grandes potencialidades turísticas** que se han visitado en el municipio de **Salvatierra, 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 Salvatierra 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 sus segmentos** que ya tiene activos como son: cultural, romance, deportivo, enológico gastronómico y wellness
- 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

Salvatierra

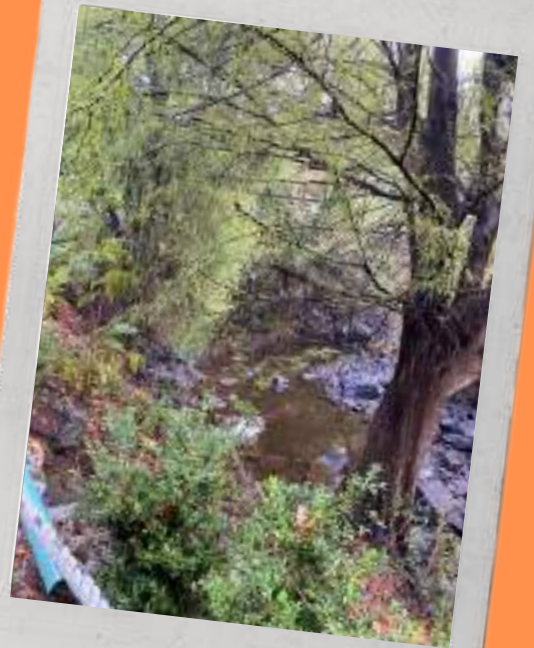




El Sabinal



El Sabinal



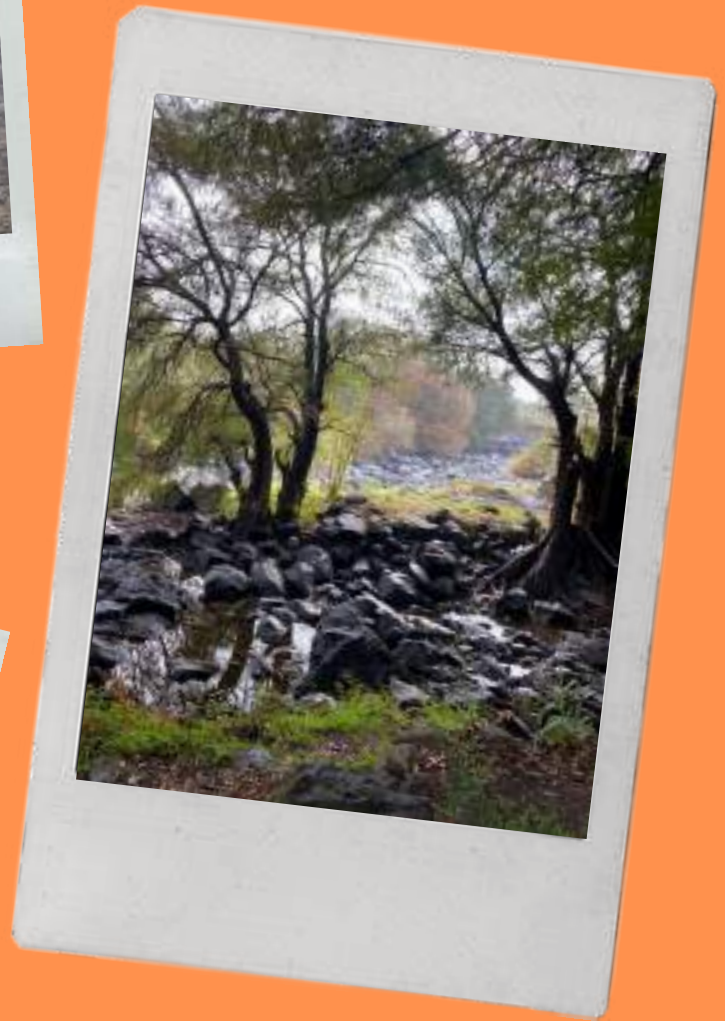
El Sabinal



El Sabinal



El Sabinal



El Sabinal



El Sabinal



El Sabinal



El Sabinal



Rancho Mezquite



Rancho Mezquite



Rancho Mezquite



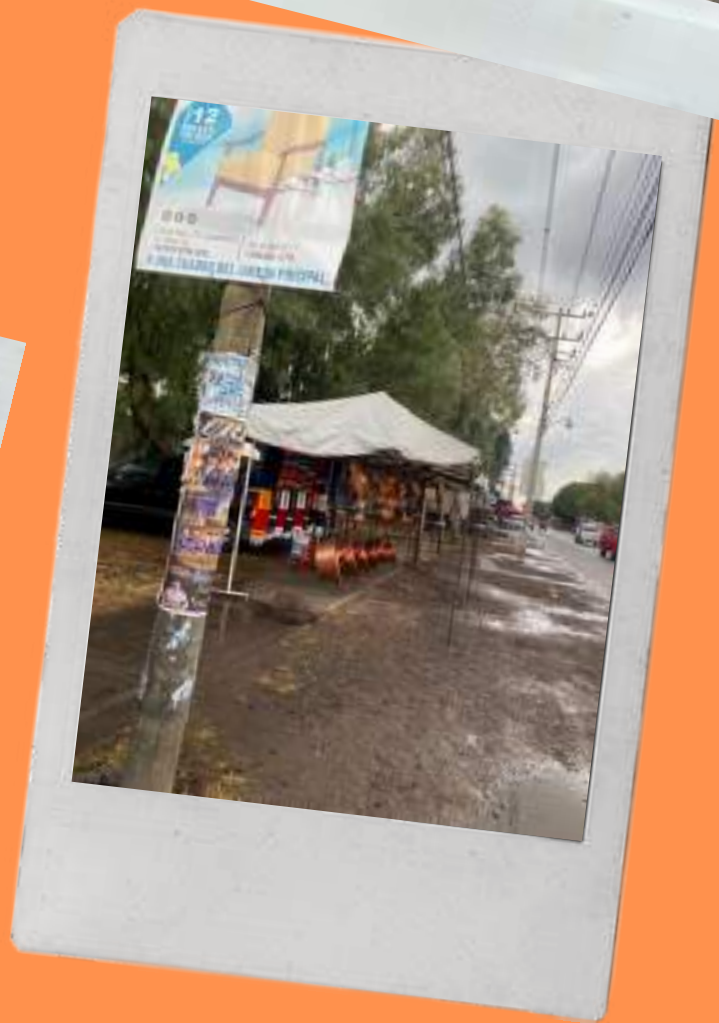
Rancho Mezquite



Rancho Mezquite



Rancho Mezquite



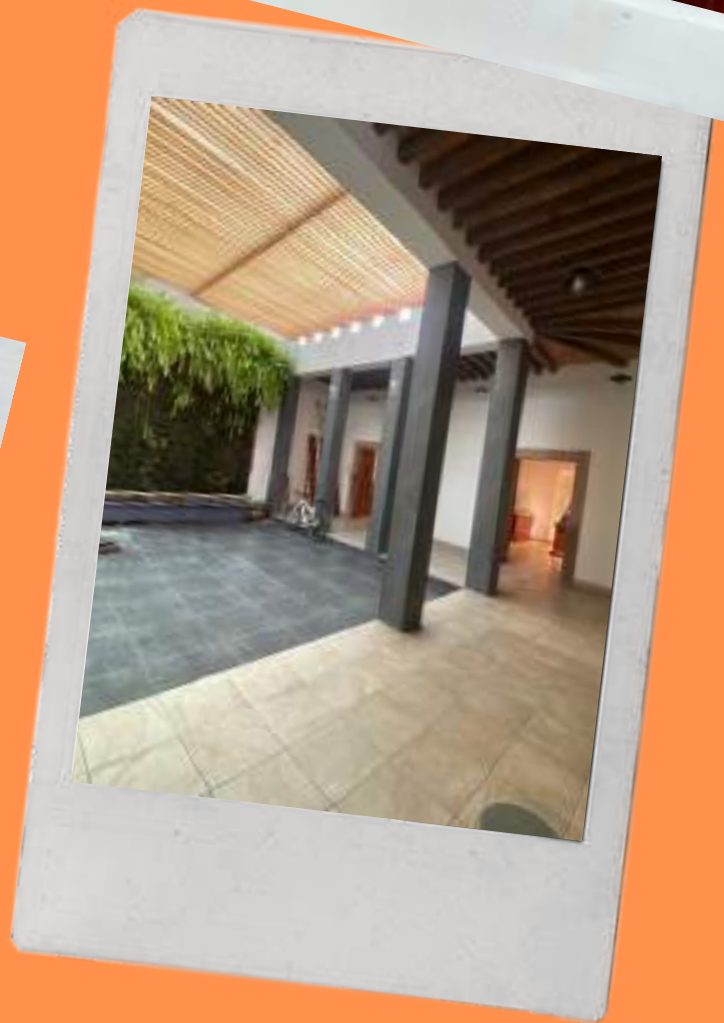
San Pedro



Museo Salvatierra



Museo Salvatierra



Museo Salvatierra



Finca
Rosas



Finca
Rosas



Finca Rosas



Finca Rosas



Finca Rosas



Viñedo las Maravillas



Viñedo las Maravillas



Viñedo las Maravillas



Convento de las Capuchinas



Convento de las Capuchinas



Centro Histórico



Centro Histórico



Centro Histórico



Quesos Marieta



Quesos Marieta



Quesos Marieta



Quesos Marieta



Quesos Marieta



Quesos Marieta



Templo



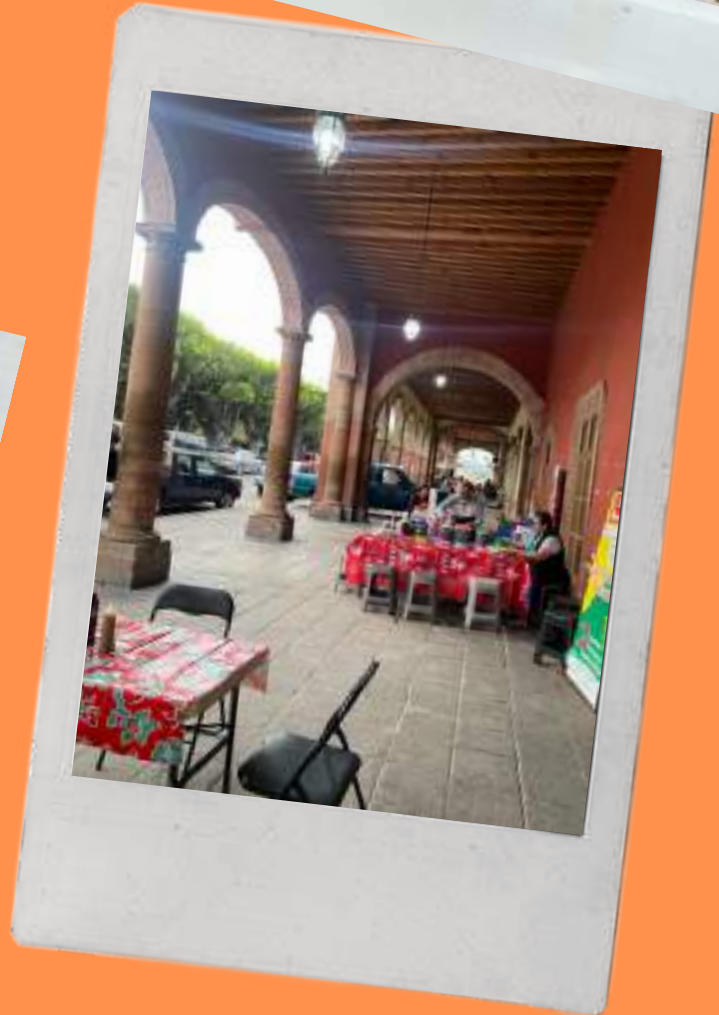
Templo



Templo



Cocineras Tradicionales



Cocineras Tradicionales



Cocineras Tradicionales



Nieves Tradicionales

Plan de trabajo "EL SABINAL"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Infraestructura	Mantenimiento de juegos infantiles	Remodelación de área de juegos infantiles	6-8 meses
	Infraestructura	Mantenimiento a baños públicos	Plan de limpieza y mantenimiento de baños	6 meses
	Infraestructura	Remodelación y mantenimiento a palapas	Remodelación y cuidado de área de palapas	6 meses
	Estratégica	Difusión por parte de la secretaría de turismo	Resaltar las principales atracciones y promoverlas	12 meses

Plan de trabajo "RANCHO MEZQUITE"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Infraestructura	Ampliación de su ruedo	Proyecto anual de ampliación del ruedo	12 meses
	Capacitación	Certificación en temas psicológicos y de terapia	Apoyo para realizar capacitaciones y certificaciones en temas de psicología y terapia	12 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	Crear estrategias de promoción y difusión	12 meses
	Estratégica	Profesionalización turística	Profesionalización en el ámbito turístico	12 meses

Plan de trabajo "MUSEO DE LA CIUDAD"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Estratégica	Promoción y Difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de colaboraciones, *Sitio web de destino atractivo, *Creación de estrategias de marketing.	12 meses
	Estratégica	Señalética	Señalética publicitaria	2 meses
	Capacitación	Capacitación de tránsito y policía municipal para informar a los turistas sobre el museo	Realizar plan de capacitación para personal de seguridad	6 meses
	Estratégica	Reactivación de exposiciones	Plan de desarrollo y difusión de exposiciones	6 meses
	Estratégica	Recurso para nuevos atractivos	Proporcionar recursos para nuevos atractivos	6 meses

Plan de trabajo "FINCA ROSAS"



	Levantamiento de necesidades	Actividad	Ejecución	Tiempo
Actividades	Capacitación	Capacitación para formalización ante el SAT	Desarrollar un plan de capacitación de formación ante el SAT	6-8 meses
	Estratégica	Consolidación de la marca	Proyecto ejecutivo de restauración y plan de mantenimiento anual	1 año
	Estratégica	Inscripción al RET	Crear estrategia para obtener la Inscripción en el RET	1 año
	Estratégica	Promoción y difusión en diferentes medios	*Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de colaboraciones	1 año
	Estratégica	Apoyo en redes sociales	*Desarrollo de Marketing digital, *Sitio web de destino atractivo, *Creación de estrategias de marketing.	1 año
	Capacitación	Capacitación en temas enólogos	Crear un plan de capacitación en temas enólogos	6-8 meses
	Estratégica	Señalética	Señalética publicitaria	1 año

Plan de trabajo "VIÑEDO DE LAS MARAVILLAS"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Estratégica	Promoción y difusión	Crear una estrategia para promover y difundir los atractivos turísticos	6-8 meses
	Estratégica	Apoyo del gobierno municipal	Crear lazos con el gobierno municipal que beneficien el desarrollo turístico	12 meses
	Estratégica	Señalética	Señalética publicitaria	12 meses
	Estratégica	Profesionalización turística	Crear estrategias para lograr la profesionalización turística	12 meses
	Estratégica	Ingreso al SAT	Crear una estrategia para ingresar al SAT	6-8 meses
	Estratégica	Ingreso al RET	Crear una estrategia para ingresar al RET	6-8 meses

Plan de trabajo "QUESOS LA MARIETA"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Estratégica	Promoción al municipio	Difusión al municipio mediante estrategias en redes sociales	8-12 meses
	Estratégica	Promoción gastronómica en pro de sus productos tradicionales del municipio de Salvatierra	Crear estrategias de promoción y difusión de la gastronomía	3-6 meses
	Equipamiento	Refrigerador portátil para eventos	Selección y compra de mobiliario	4 meses
	Equipamiento	Presa para quesos	Selección y compra de mobiliario	4 meses
	Estratégica	Promoción y difusión a la marca a través de la Secretaría de Turismo del Estado	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	1 año
	Estratégica	Profesionalización turística	Generar una estrategia para lograr la profesionalización turística	8-12 meses
	Estratégica	Registro ante el RET	Generar un registro ante el RET	8-12 meses

Plan de trabajo "SANTUARIO NUESTRA SEÑORA DE LA LUZ"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Infraestructura	Adaptar un sitio ya destinado dentro del santuario para diferentes imágenes y vestimentas de la misma entre otros artículos religiosos e imágenes	Remodelación de un espacio dentro del santuario	12 meses
	Estratégica	Fomentar el turismo religioso	Crear estrategias de difusión del turismo religioso	6-8meses
	Estratégica	Promoción y difusión	Crear estrategias en redes sociales para la difusión del turismo religioso	6 -12 meses

Plan de trabajo "NIEVES TRADICIONALES"

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

Fase 1
Levantamiento de necesidades

Fase 2
Actividad

Fase 3
Ejecución

Fase 4
Tiempo

Actividades

Estratégica	El turismo ha bajado mucho en los últimos años por lo cual piden estrategias para atraer a los visitantes	Crear una estrategia para reactivar el turismo	8-12 meses
Infraestructura	Mantenimiento de áreas verdes del jardín principal	Plan de mantenimiento y cuidado para el jardín principal	6-8 meses
Infraestructura	Fumigación de insectos en el jardín principal	Plan de mantenimiento y cuidado para el jardín principal	4-6 meses
Estratégica	Atención y solución a problemática de perros callejeros	Plan estratégico para solución de problemáticas	6 meses
Estratégica	Seguridad pública para los ciudadanos	Crear estrategias para fortalecer la seguridad pública de los ciudadanos	6 meses
Infraestructura	Mantenimiento de plaza pública para bancas, árboles, etc	Plan de mantenimiento y cuidado para el jardín principal	6 meses
Estratégica	Ambientación con música para los visitantes	Crear estrategias para atraer a nuevos visitantes	4-6 meses
Estratégica	Ambientación de la plaza con adornos temáticos o alguna atracción	Compra de material de decoración	6 meses
Infraestructura	Mantenimiento a casitas de los neveros	Plan de mantenimiento a casas de neveros	8-12 meses
Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de colaboraciones, *Sitio web de destino atractivo, *Creación de estrategias de marketing.	6- 8 meses
Estratégica	Profesionalización turística	Generar una estrategia para lograr la profesionalización turística	12 meses

Plan de trabajo "CENTRO HISTÓRICO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Infraestructura	Mantenimiento a áreas verdes	Mantenimiento y atención de áreas verdes	6 meses
	Infraestructura	Mantenimiento a bancas y otras estructuras	Mantenimiento al mobiliario	6-8 meses
	Estratégica	Control de perros callejeros	Plan estratégico para solución de problemáticas	6-8 meses
	Equipamiento	Ambientación con música	Resaltar las principales atracciones	6 meses
	Estratégica	Realización de eventos semanales	Promoción y calendarización de eventos	12 meses
	Infraestructura	Restauración y mantenimiento de los portales	Preservación, cuidado y reestablecimiento de los portales	6-8 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	Desarrollar estrategia de promoción y difusión	8-12 meses

Plan de trabajo "SAN PEDRO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Infraestructura	Restauración de vialidades y acotamiento de la carretera, ya que no se encuentra en muy buenas condiciones estéticas y funcionales, además de que los puestos se ubican en esta zona, por lo que resulta complicado el estacionarse y se han provocado accidentes	Generar un plan de restauración y mantenimiento de vialidades	12 meses
	Infraestructura	Embelllecimiento de esta zona para áreas comunes y puestos	Plan para el mejoramiento de áreas comunes y puestos	6 meses
	Equipamiento	Proyecto de carritos o casitas para puestos (equipamiento y mobiliario de acuerdo al giro)	Realizar proyecto de carritos y casitas para puestos	12 meses
	Estratégica	Promoción y publicidad al sitio	Generar una estrategia de Promoción y publicidad	6-8 meses
	Estratégica	Profesionalización turística	Generar una estrategia para lograr la profesionalización turística	12 meses

Plan de trabajo "COCINERAS TRADICIONALES"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 tiempo
Actividades	Infraestructura	Remodelación y mantenimiento al portal	Plan de mantenimiento y remodelación del portal	8-12 meses
	Equipamiento	Equipamiento para cocineras	Proporcionar el mobiliario necesario	6 meses
	Equipamiento	Mobiliario para los clientes como mesas y sillas para ofrecer un mejor servicio	Proporcionar el mobiliario necesario	6 meses
	Estratégica	Seguridad pública	Crear estrategias para fortalecer la seguridad pública de los ciudadanos	8-12 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	Desarrollar estrategia de promoción y difusión	12 meses

Glosario

- **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.