

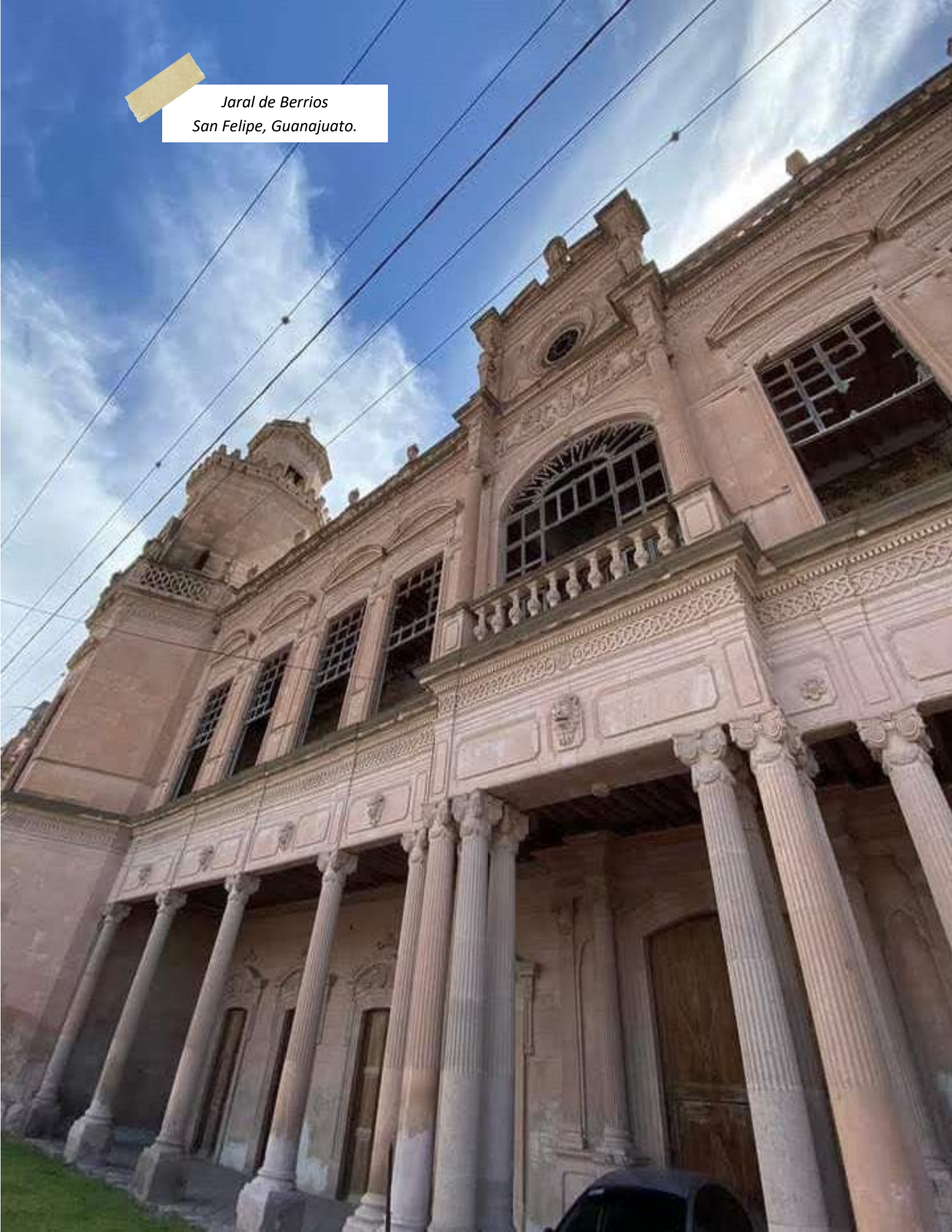


ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. MARCO GENERAL.....	6
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	7
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
3. ELEMENTOS DEL DESTINO.....	9
4. MODELO DE ATENCIÓN.....	10
5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO.....	12
5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO.....	12
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES.....	14
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	16
6.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	17
1. MEZCAL VILLASUSO.....	18
2. MEZCAL MÓNCADA.....	19
3. VIÑEDO PÁJARO AZÚL.....	20
4. RANCHO JAIME ASENCIO.....	21
5. CUEVALONGA.....	22
6. LOS PANALES.....	23
7. LOS ADOBES.....	24
9. CABERCERA MUNICIPAL.....	25
10. GORDITAS “DOÑA MAGO”.....	26
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	27
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	30
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO.....	33
8.1 PRODUCTO TURISTICO PROPUESTO.....	34
9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES.....	37
9.1 ESTRATÉGICAS.....	37
9.2 DETONADORAS.....	40
10. CONCLUSIONES.....	44

11. ANEXOS.....	46
11.1 GLOSARIO	46
11.2 FOTOGRÁFICO	46
11.3 PLAN DE TRABAJO	46

Jaral de Berrios
San Felipe, Guanajuato.



1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades económicas que **permite mejorar las condiciones de bienestar y desarrollo**, genera empleos, distribuye la derrama económica y favorece el patrimonio cultural y natural. Es notorio que el turismo se ha convertido en una actividad fundamental para la economía del estado de Guanajuato; durante los últimos años, se ha erigido en uno de los referentes de nuestro país en materia de turismo.

No es de extrañar lo anterior, si consideramos que **Guanajuato** dispone de una gran variedad de atractivos, como dos ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad, seis pueblos mágicos, escenarios arqueológicos, históricos, naturales, así como centros de negocios y diferentes segmentos turísticos en los que se han llevado a cabo estrategias de desarrollo. El turismo forma parte de los sectores estratégicos del estado, por lo que se han desarrollado e implementado grandes estrategias de oportunidad y desarrollo en el tema turístico.

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

El turismo en el Estado ha generado cientos de empleos que contribuyen al desarrollo de la economía local y al mejoramiento de servicios y espacios públicos para beneficio de los ciudadanos y el turismo, es una actividad que ha evolucionado con mayor aceleración. La correcta gestión de esta actividad no es nada sencillo debido a su amplitud por todos los sectores con los que se involucra, pero primordialmente por los efectos positivos y negativos que genera durante su desarrollo. La transformación de la actividad turística ha generado grandes cambios en la modalidad de sus productos, servicios, así como las prácticas de atención, generando experiencias únicas, personalizadas y vivenciales.

2. MARCO GENERAL



*Los Panales
San Felipe, 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.

*Los Panales
San Felipe, Guanajuato.*



2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*Jaral de Berrios
San Felipe, 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.

*Jaral de Berrios
San Felipe, 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



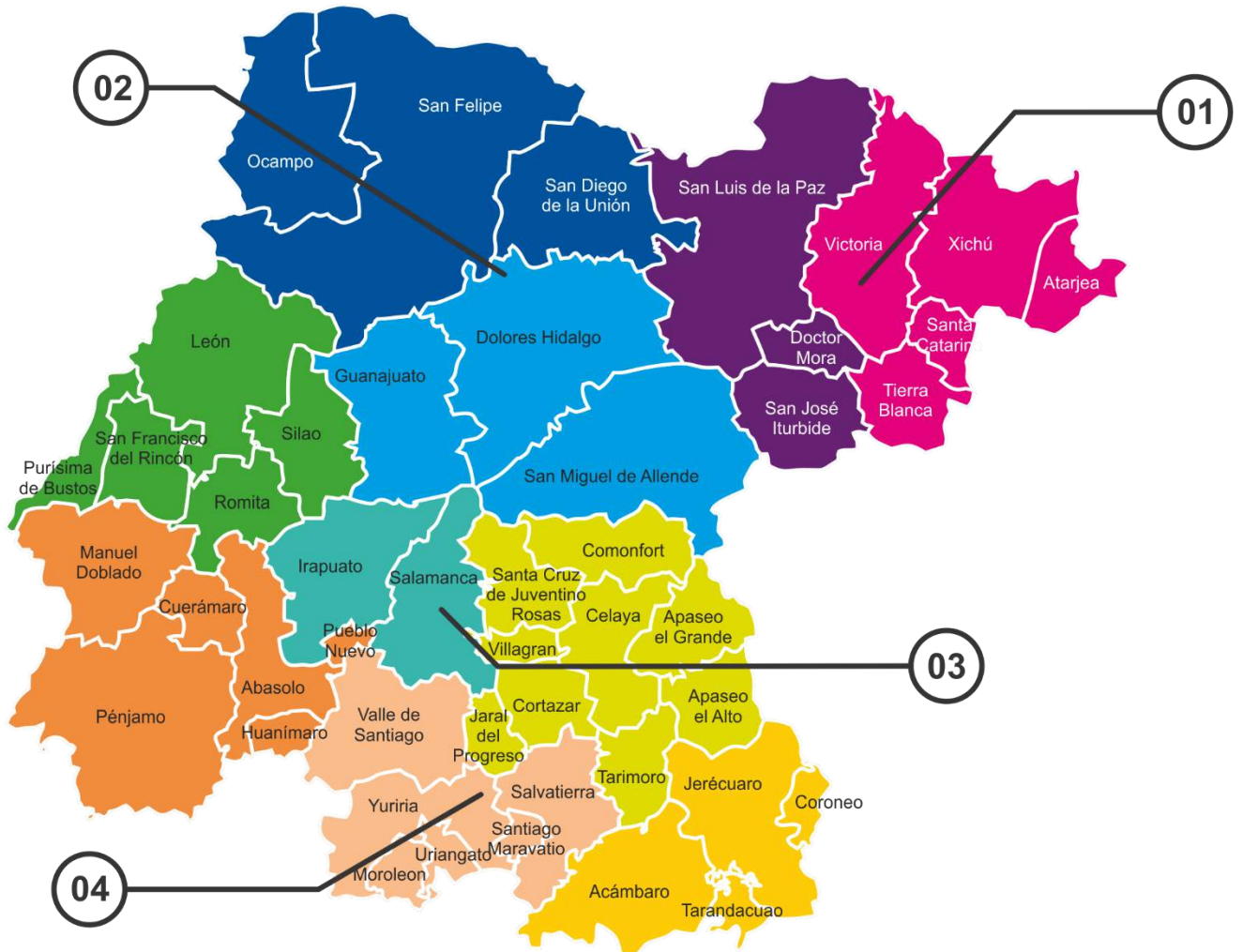
*Fuente Propia.

*Jaral de Berrios
San Felipe, Guanajuato.*



5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO



Fuente: Instituto de Planeación, Estadística y Geográfica 2015

- REGIONES**
1. Nordeste
 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 119, 793 habitantes, el municipio de **San Felipe**, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, ubicado en la **Región Norte, Subregión Sierra de Guanajuato**.

Las localidades con mayor representación son:

Cabecera Municipal: San Felipe, San Bartolo de Berrios, Laguna de Guadalupe, San Pedro de Almoloya, Jaral de Berrio, La Labor, Lequeitio, San Andrés del Cubo, El Refugio, La Cieneguita.

El municipio de San Felipe representa el **9.5% de la superficie del estado**.

El municipio lleva el mismo nombre que el de su cabecera municipal. Esta fue llamada Villa de San Felipe durante la época virreinal en honor al santo del mismo nombre San Felipe. El pueblo **recibió el apodo de Torres Mochas debido a que la torre y campanario de la iglesia parroquial de la ciudad permanecieron incompletos por un periodo de 243 años**, fue fundado el 21 de enero de 1562 por orden del virrey don Luis de Velasco, dándosele el nombre de Villa de San Felipe.

El municipio de San Felipe colinda al norte con el municipio de Ocampo y el estado de San Luis Potosí; al este con el estado de San Luis Potosí y el municipio de San Diego de la Unión; al sur con los municipios de Dolores Hidalgo, Guanajuato y León; al oeste con el municipio de León, el estado de Jalisco y el municipio de Ocampo.

Fiestas y festividades.

El 1 de enero, se realiza una fiesta religiosa, celebrando el día del Señor del Lanito.

En Semana Santa, se realiza una fiesta religiosa, celebrando a la Virgen de los Dolores.

El 8 de mayo, se realiza una fiesta religiosa, en conmemoración a los ángeles y arcángeles.

El 15 de septiembre, se lleva a cabo una fiesta religiosa, y se considera la fiesta patronal.

Del 28 al 30 de septiembre, se realiza una fiesta religiosa de 3 días, siendo la celebración principal del municipio.

Turismo.

Dentro de sus atractivos turísticos, uno de los principales es la **Parroquia** de San Felipe Apóstol, el Monumento al indio, Monumento a La Alfarería, **Hacienda el Jaral de Berrios** y a la Casa Hidalgo: **Museo Franquicia Chiquita**.

Artesanías.

Se puede adquirir: collares, aretes o arracadas, prendedores, cadenas, cruces, anillos y pulseras, entre otros objetos. También se pueden adquirir: campanas, esculturas, abrecartas, pisapapeles y tarjeteros.

Gastronomía.

Los platillos más populares son el caldo de res, el menudo, la sopa aguada de fideo con chorizo, la carne de puerco con chile serrano y tomate verde o jitomate rojo. Las gorditas con nopales, frijoles,

carne deshebrada, papa o chorizo son típicas, al igual que las enchiladas con pollo, queso, frijol o papas. La barbacoa de borrego en blanco cocida en horno de tierra es usual para las fiestas; los raspados de tamarindo, piña, limón y otras frutas.

Se puede adquirir: collares, aretes o arracadas,

prendedores, cadenas, cruces, anillos y pulseras, entre otros objetos. También se pueden adquirir: campanas, esculturas, abrecartas, pisapapeles y tarjeteros.

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



Actualmente, en el municipio de *San Felipe*, Guanajuato se cuenta con un registro de **23 sitios turísticos**, entre los cuales se puede mencionar: *Bosque Vergel de la Sierra*, *Casa de la Cultura*, *Ex-Hacienda de Jaral de Berrio*, *Fábrica la Soledad (Fábrica de mezcal)*, *Hacienda San José de la Quemada*, *Jardín Principal y Portales*, *Los Panales*, *Monumento a la Alfarería*, *Monumento al Indio*, *Museo Casa de Hidalgo*, *Parroquia de San Felipe Apóstol*, entre otros.

Atendiendo la estrategia de **Segmentos Turísticos** de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, en el municipio de San Felipe, 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.



Rancho "Jaime Asencio"
San Felipe, 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 requieran cada vez más de apoyos para promocionar, difundir y consolidar sus objetivos y metas.

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

En el destino se 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 **San Felipe** 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 TURÍSTICOS

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

- a. Mezcalera Villasuso
- b. Mezcalería Moncada
- c. Ex Hacienda Jaral de Berrios
- d. Viñedo Pájaro Azul
- e. Ex Hacienda Jaral de Berrios
- f. Rancho Jaime Asencio
- g. Cuevalonga
- h. Los Panales
- i. Los Adobes
- j. Gorditas “ Doña Mago”
- k. Quesos “El Güero”
- l. Centro Histórico
 - Francia Chiquita
 - Parroquia San Felipe Apóstol
 - Mercado Público Miguel Hidalgo
 - El Pueblito
 - Alfareria

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. MEZCAL VILLASUSO.

Mezcal Villasuso trabaja para producir y exportar mezcal artesanal de clase mundial. En esta dinámica, queremos acercar al mundo la belleza de nuestro mezcal; su historia, abanico de sabores y estilo de vida. Debemos generar y retornar riqueza a la tierra que nos favorece con abundancia.

Mezcal Villasuso garantiza su calidad artesanal. Entendemos que la lealtad a la tierra, personas y clientes habla de nosotros. Los valores no son negociables; entregamos siempre calidad y nobleza en cada botella. Pensamos siempre en grande y de manera consciente. Siempre abrazando la cooperación al interior y hacia el exterior. Amor por el trabajo, tradiciones y tierra. Belleza y humor en nuestras palabras porque sonreír ilumina al mundo. Compromiso para respetar las raíces y mantener el paso.



NECESIDADES ESPECÍFICAS.

1. Mayor promoción y difusión de la zona mezcalera de San Felipe.
2. Realización de eventos referentes al mezcal con mayor frecuencia.
3. Llevar a cabo acciones para apoyar la comercialización del mezcal en restaurantes en el Estado de Gto, apoyándoles en negociaciones con los intermediarios (grandes vinaterías)



2. MEZCAL MÓNCADEA

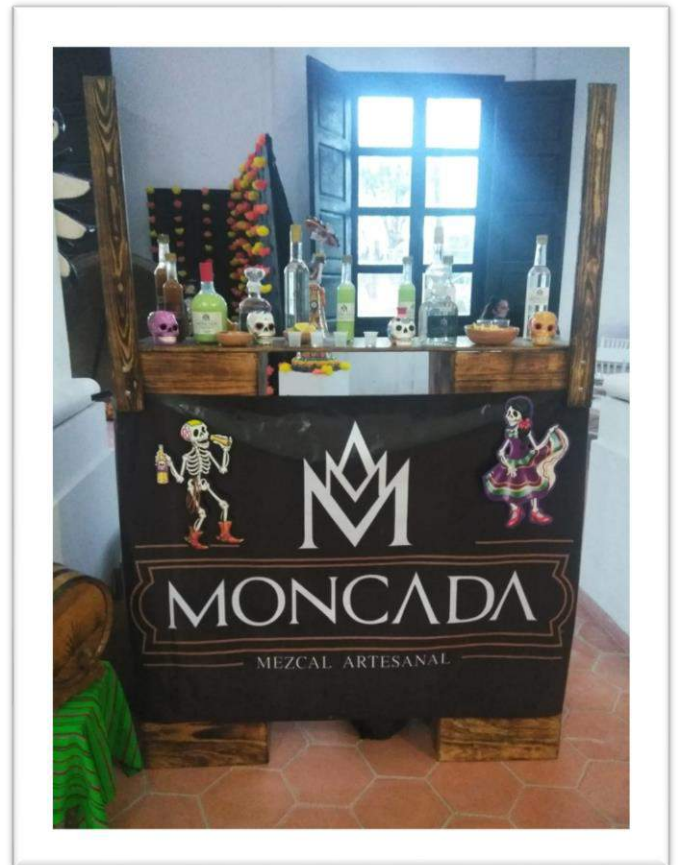
Una bebida única e inigualable, elaborada con maguey de la región ubicado en el norte del estado de Guanajuato.

El proyecto Mezcal Moncada se encuentra ubicado en la comunidad de Jaral de Berrios, el concepto turístico de la experiencia *Mezcal Moncada* incluye el recorrido en la elaboración del mezcal , degustación de alimentos de cocina tradicional, paseo por la ex Hacienda Jaral de Berrios , cementerio.

Se tiene proyectado la habilitación de 8 habitaciones para incentivar la pernocta en la comunidad Jaral de Berrios para al día siguiente continuar con alguna actividad en Viñedos Pájaro Azul o bien con alguna actividad de naturaleza.

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

1. Equipamiento para las habitaciones
2. Mayor promoción y difusión.
3. Organización de más eventos y no solo la feria del mezcal una vez al año.
4. Apoyo en la elaboración de un producto turístico.



3. VIÑEDO PÁJARO AZÚL

Somos una empresa vinícola familiar que nace en el año 2011 en Rancho Pájaro Azul, ubicado en el Valle de Jaral de Berríos, en San Felipe, Guanajuato; cuando la tercera y cuarta generación de agricultores y ganaderos de Pájaro Azul, grandes amantes del vino, comprueban que las características de la tierra y el micro-clima de la zona, son aptos para el cultivo de la vid, a 1800m de altura. Y es así, que a partir de ese año, se inicia la plantación de las primeras vides de la variedad Syrah. Posteriormente, en el año 2012, 2013 & 2014 se continúa con variedades Malbec, Merlot, Cabernet Sauvignon & Tempranillo.

Es así que en el año 2015 sale al mercado nuestra primer etiqueta, GUANAMÉ SYRAH 2014, cuyo significado es GUANAJUATO, MÉXICO, como remembranza del arraigo de más de 40 años a nuestra tierra.

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

1. Considerar el espacio para la realización de eventos del segmento de romance.
2. Mayor promoción y difusión del viñedo, de manera adicional a las vendimias que se han realizado cada año.
3. Elaboración de un producto turístico que incluya una experiencia adicional al recorrido del viñedo.
4. Elaboración de un proyecto ejecutivo para la integración de un concepto de hospedaje en conjunto con 7 empresarios logrando crear un concepto de experiencia de viñedo.
5. Mayor señalización para la ubicación del viñedo



4. RANCHO JAIME ASENCIO

Rancho familiar a cargo del sr. Jaime Asencio, en conjunto con 7 empresarios tiene la firme intención de desarrollar con complejo turístico con un enfoque de enoturismo, segmento de romance, en cada uno de los ranchos propuestos para este proyecto se cuentan con habitaciones y diferentes amenidades, el proyecto está planteado para desarrollar conceptos temáticos en cada uno de ellos (Italiano, mexicano, español, entre otros) acompañados de una experiencia de viñedos alrededor de estos ranchos.



NECESIDADES ESPECÍFICAS.

1. Elaboración de proyecto ejecutivo para el desarrollo del concepto hotelero enoturístico.



5. CUEVALONGA

La Cascada Cueva Longa se encuentra en el municipio de San Felipe, exactamente en la Sierra del Cubo. Este lugar no es muy conocido, pero es bastante popular para los amantes de la aventura y la emoción.

La Cueva Longa es ideal para aquellos que aman vivir al máximo la aventura, sin miedo y con extrema pasión, pues a sus alrededores puedes acampar bajo la luz de la noche, practicar senderismo, trekking o cañonismo, y un sin fin de actividades relacionadas con el ecoturismo y los deportes extremos digno para los mayores fanáticos de la naturaleza.

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

1. Colocar señalética para el acceso.
2. Arreglo de camino de acceso.
3. Construcción de explanada en donde se puedan ubicar asadores y zonas de recreación con las amenidades.
4. Zona de camping.
5. Controlar el acceso a la cascada de cuevalonga.
6. Restauración de la hacienda de la comunidad del cubo para una integración de producto turístico natural e histórico.
7. Mayor difusión y promoción de los productos turísticos desarrollados en la “Magia del cubo”



6. LOS PANALES.

También se les conoce como “Los Monolitos” en donde hay unos enormes monolitos en forma de panal.

Las formaciones rocosas están en una escarpada cañada y se compone de columnas de gran tamaño distribuidas en más de 10 km de longitud.

Para llegar hasta estas extrañas formaciones hay que caminar unos 600 m hasta llegar al fondo de la barranca. En el trayecto tendrás que atravesar algunos arroyos y espejos de agua.

En su parte baja corre un río denominado “El Panal”. Se recomienda visitarlo en épocas de lluvias.

Actividades

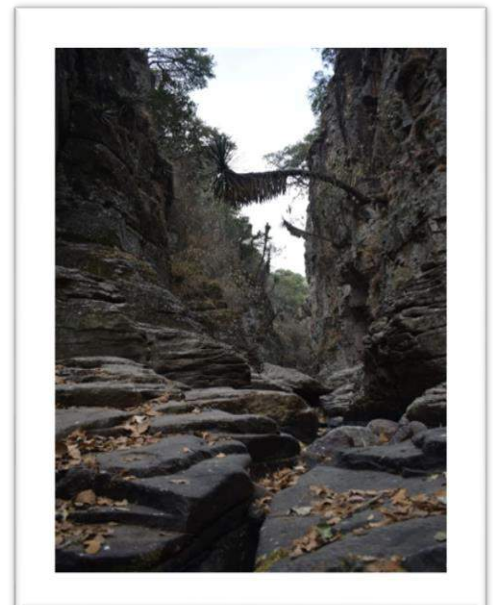
- Campismo
- Escalada
- Observación de flora y fauna
- Rappel
- Senderismo

Ubicación:

Esta ubica a la altura del km 34 de la Carretera León – San Felipe. A 25 km, a aproximadamente media hora al norte de la ciudad de León.

NECESIDADES ESPECÍFICAS

1. Señalética al acceso a los panales.
2. Construcción de palapa parador en el acceso de los panales para el reposo de las personas que no desean hacer senderismo y estar en espera.
3. Implementación de baños secos.
4. Colocación de asadores de manera estratégica.
5. Equipo de seguridad.
6. Acceso controlado.



7. LOS ADOBES.

Restaurante-bar de comida tradicional mexicana y tipo bufete, con una decoración tipo rustica y amplios jardines y un lago artificial, con un gran espacio para llevar acabo eventos, se encuentra en la Carretera *San Felipe Gto- Villa De Reyes SLP* km 22.



NECESIDADES ESPECÍFICAS.

1. Mayor promoción y difusión del lugar.
2. Consideración para la realización de eventos.



9. CABERCERA MUNICIPAL

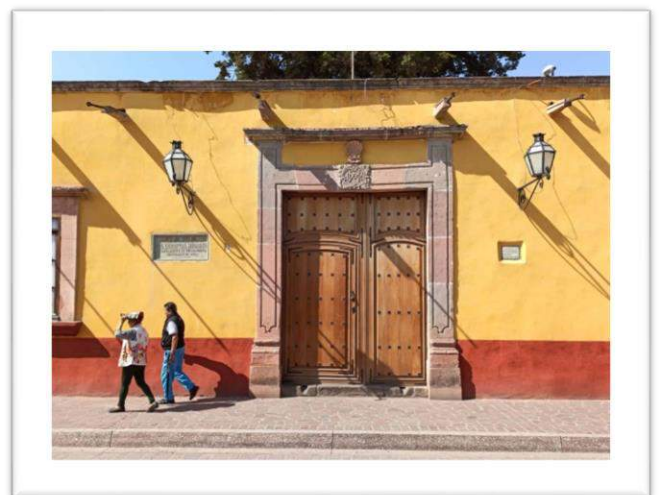
Durante el Porfiriato florecieron en San Felipe grandes latifundios, por ejemplo: el Cubo y el de Jaral de Berrio. Para fines de este siglo, en 1892 por decreto del Congreso San Felipe es elevado a rango de ciudad bajo el nombre de Ciudad Manuel González, el 24 de diciembre de 1939 cambió su nombre por el de Doctor Hernández Álvarez, y el 22 de diciembre de 1948 se le restituyó su nombre original. Para el siglo XX, Ocampo es testigo de enfrentamientos entre las fuerzas federales y un batallón de Cristeros, resultando varios muertos de ambos bandos. En San Felipe también se dieron enfrentamientos entre Cristeros Federales.

Dentro de cabecera municipal del municipio se encuentran diversos atractivos históricos entre los cuales se pueden mencionar:

1. **“La Francia Chiquita”** museo relacionado a Miguel Hidalgo y Costilla.
2. **“ La Parroquia San Felipe Apóstol”**
3. Mercado público **Miguel** Hidalgo del tiempo del Porfiriato.
4. Templo de la **Virgen de Dolores y la Soledad.**
5. Templo **de San José** (Discípulas de Jesús)
6. El pueblito en donde se encuentran diversos hoteles.

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

1. Realizar un producto turístico en el cual se incluya un circuito de visitas en el centro histórico del municipio.
2. Realizar un proyecto con el contenido histórico de cada uno de los sitios que se incluyen en el centro.
3. Ubicación de un módulo informativo en el cual se puede dar a conocer todos los atractivos de cada uno de los segmentos con los que cuenta el municipio.
4. Desarrollo de una marca destino partiendo de los atractivos turísticos que se encuentran en cabecera municipal desdoblando la estrategia a todas las comunidades con detonante turístico.



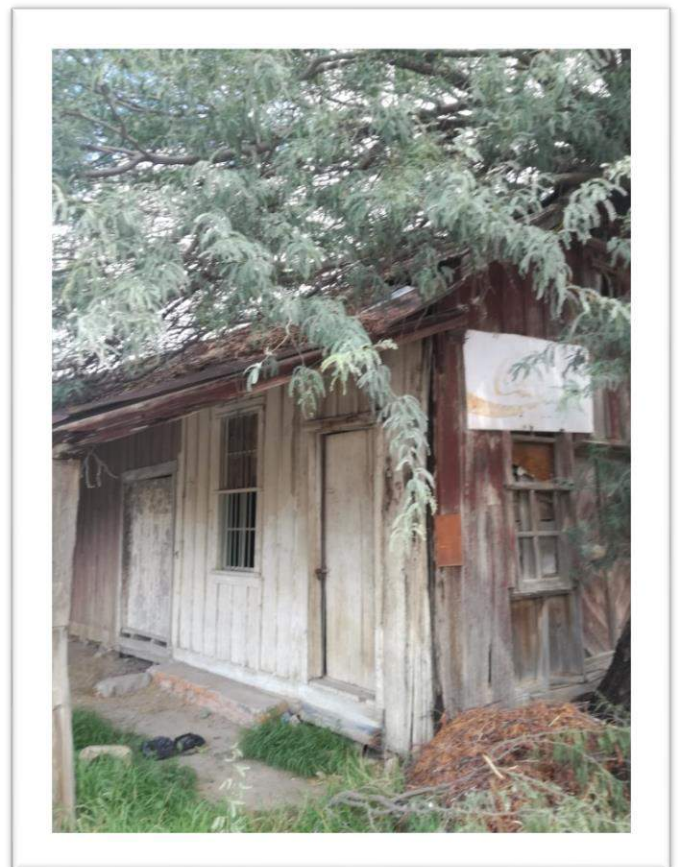
10. GORDITAS “DOÑA MAGO”.

Ubicada en Ex Estación Chirimoya, Gorditas Doña Mago es tradicional por su elaboración de gorditas de maíz quebrado preparadas a la leña.

Son reconocidas por su ubicación.

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

1. Equipamiento de mesas y sillas para extender el local comercial.
2. Construcción de baños en el local.
3. Rehabilitar la ex estación que se encuentra en el local.
4. Información histórica del lugar.
5. Mayor promoción de las gorditas “Doña Mago”.
6. Ser tomadas en cuenta para eventos en el municipio.
7. Integración en un producto turístico del municipio.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES			San Felipe, Guanajuato		
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Especifica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. MEZCALERA VILLASUSO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
2. MEZCALERIA MÓNCADA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Equipamiento	Equipamiento para habitaciones (T.V , colchones, mesas)	\$200,000.00	
	Inversión total				\$ 300,000.00
3. VIÑEDO PÁJARO AZUL	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$200,000.00	
	Inversión total				\$ 200,000.00
4. RANCHO JAIME ASENCIO	1	Estratégico	Proyecto ejecutivo para integración de visiones	\$300,000.00	
	Inversión total				\$ 300,000.00
5. CUEVALONGA	1	Infraestructura	Instalación de señalética	\$100,000.00	
	2	Infraestructura	Caminos y accesos	\$400,000.00	
	3	Equipamiento	Asadores	\$100,000.00	
	4	Infraestructura	Construcción de explanada	\$400,000.00	
	5	Estratégico	Proyecto de restauración hacienda	\$1,500,000.00	
	6	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 2,600,000.00

6. LOS PANALES	1	Infraestructura	Instalación de señalética	\$100,000.00	
	2	Equipamiento	Asadores	\$100,000.00	
	3	Infraestructura	Construcción de explanada	\$400,000.00	
	4	Equipamiento	Equipo de seguridad	\$25,000.00	
	5	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
				Inversión total	\$ 725,000.00
7. LOS ADOBES	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
					Inversión total
8. ESTRATEGICO MUNICIPIO	1	Estratégico	Elaboración de proyecto ejecutivo con enfoque turístico	\$2,500,000.00	
			*Plan de Desarrollo turístico de la comunidad (Detonante)		
			* Proyectos de Inversión		
			*Proyecto de Marketing y digitalización		
			*Estrategia de comunicación y promoción		
			* Modelo de negocios		
	2	Estratégico	Elaboración de proyecto señalética turística	\$500,000.00	
			1. Diagnostico situación actual		
			2. Selección y jerarquización de los elementos a señalar		
			3. Plano de señalética		
				Inversión total	\$ 3,000,000.00

INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA	\$7,325,000.00
----------------------------------	-----------------------

Rancho "Jaime Asencio"
San Felipe, 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.

Atendiendo las fases del ciclo de vida de los destinos anteriormente mencionados, se considera que el municipio de **San Felipe se encuentra en una etapa de Implicación**, cada vez hay más iniciativas privadas en el destino interesadas en participar en actividades turísticas, incluso el turismo de infraestructura está comenzando a desarrollarse, el gobierno municipal está comenzando a invertir en infraestructura para dinamizar la industria turística, se han realizado más actividades de promoción del destino, aun sin un sector totalmente formalizado, los procesos de capacitación comenzaron a enfocarse en la acogida de los visitantes, No se mide la satisfacción de los visitantes y depende en gran medida de la estacionalidad y los tiempos de bienvenida de los visitantes.





Rancho "Jaime Asencio"
San Felipe, Guanajuato

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

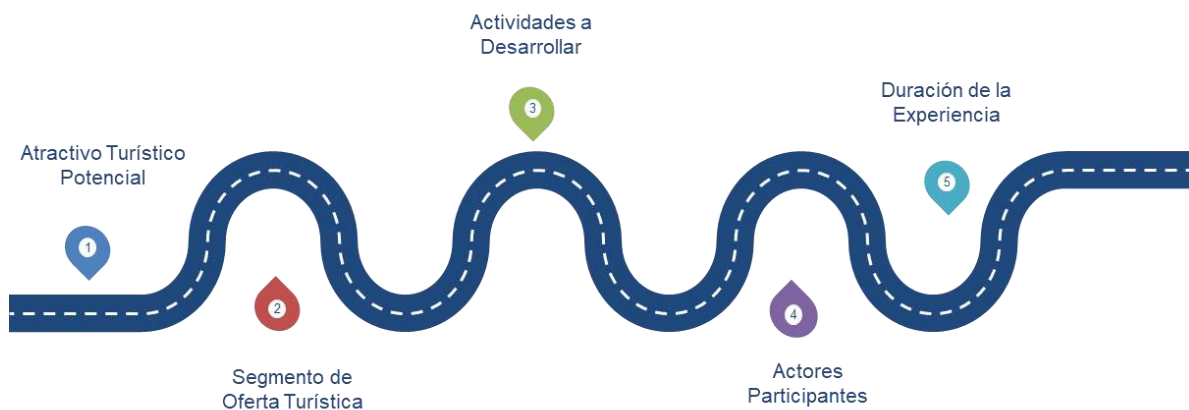
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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

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

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

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



8.1 PRODUCTO TURISTICO PROPUESTO

CIRCUITO 1

GTO Guanajuato
Vive Grandes Historias

<p>Cabecera Municipal</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desayuno Gorditas Doña Ingo <p>9:00 a.m - 10:00 a.m</p> <p>Quesos "El Güero"</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recorrido y degustación de diferentes tipos de quesos <p>11:00 a.m - 1:00 p.m</p> <p>Viniendo pájaro azul</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia viñedo <p>1:30 p.m - 3:30 p.m</p>	<p>Mezcal Moncada</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Comida <p>4:00 p.m - 5:30 p.m</p> <p>Mezcalera Villasuso</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recorrido y degustación de mezcal <p>6:00 p.m - 7:30 p.m</p> <p>Mezcal Moncada</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cena, hospedaje y desayuno del 2do día <p>8:00 p.m - 9:00 a.m</p>	<p>Hacienda Jaral de Berrios</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recorrido por la hacienda, templo y cementerio <p>10:00 a.m - 1:00 p.m</p> <p>Los adobes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia viñedo <p>2:30 p.m - 3:30 p.m</p> <p>Tierra adentro</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recorrido puntos por los que pasa el Camino Real <p>4:30 p.m - 7:30 p.m</p>
---	--	--

GUANAJUATO.MX

Crece

CIRCUITO 2

GTO Guanajuato
Vive Grandes Historias

<p>Los Panales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desayuno ✓ Ruta de senderismo ✓ Comida <p>8:00 a.m - 4:00 p.m</p> <p>Cabecera Municipal</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Parroquia San Felipe Apóstol ✓ Mercado público Hidalgo (época del porfirato) ✓ Templo virgen de Dolores ✓ La Francisquita ✓ El Pueblito ✓ Cena y desayuno 2do día <p>5:00 p.m - 10:00 a.m</p>	<p>Hacienda Jaral de Berrios</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recorrido por la hacienda, templo y cementerio <p>11:00 a.m - 1:00 p.m</p> <p>Mezcal Moncada</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Comida <p>2:00 p.m - 4:00 p.m</p>
---	---

GUANAJUATO.MX

Crece

CIRCUITO 3

GTO Guanajuato
Vive Grandes Historias

<p>Cabecera Municipal</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desayuno ✓ Parroquia San Felipe Apóstol ✓ Mercado público Hidalgo (época del porfirato) ✓ Templo virgen de Dolores ✓ La Francisquita <p>8:30 a.m - 12:00 p.m</p> <p>Tierra adentro</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recorrido puntos por los que pasa el Camino Real <p>1:00 p.m - 5:00 p.m</p>	<p>Cuevalonga</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Comida ✓ Actividades de senderismo ✓ Actividades nocturnas ✓ Hospedaje y desayuno 2do día <p>6:00 p.m - 10:00 a.m</p> <p>Hacienda Jaral de Berrios</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recorrido por la hacienda, templo y cementerio <p>11:00 a.m - 1:00 p.m</p>	<p>Mezcal Moncada</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Comida <p>2:00 p.m - 4:00 p.m</p>
--	--	--

GUANAJUATO.MX

Crece

Segmento de oferta turística:

- Cultural
- Histórico
- Enológico
- Gastronomía
- Destilados
- Naturaleza

Actividades a desarrollar:

- Recorrido y degustación de diferentes tipos de quesos
- Recorrido cultural-histórico
- Experiencia en viñedo y mezcalera
- Ruta de senderismo
- Experiencia en mezcalera
- Recorridos histórico- culturales
- Actividades nocturnas



*Jaral de Berrios
San Felipe, Guanajuato.*

Actores participantes

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

Duración de la experiencia

- 2 días (Pernoctar 1 noche) el hospedaje se considera en Mezcal Moncada (Circuito 1)
- 2 días (Pernoctar 1 noche) El hospedaje se considera en Cabecera Municipal (Circuito 2)
- 2 días (Pernoctar 1 noche) El hospedaje se considera en Cuevalonga (Circuito 3)

Rancho "Jaime Asencio"
San Felipe, Guanajuato.



9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES

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

9.1 ESTRATÉGICAS

a. Atractivos turísticos.

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

b. Infraestructura.

1. Se hace necesario realizar un plan de mantenimiento de los caminos y accesos principalmente a las comunidades con detonante turístico.
2. Con la finalidad de facilitar el acceso a los diferentes atractivos turísticos, así como llevar a cabo las actividades propias del destino es necesario implementar un **plan especial de señalética** con

enfoque turístico al interior del municipio, así como en las comunidades de vocación turística.

- **Los actores participantes** para la realización de dicha acción se propone la participación directa de obras públicas del municipio.

c. Servicios turísticos y de apoyo.

1. Los servicios turísticos incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente mientras está de viaje, como alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencias , de viajes, etc. , la formalización del sector es necesaria , la Secretaria de Turismo del Estado cuenta con un inventario turístico de todos los prestadores de servicios el cual es actualizado de manera anual por el municipio, dicho inventario debe mantenerse vigente respecto a las nuevas incorporaciones de establecimientos de índole turístico así como las inevitables bajas.
2. En referencia de los prestador y servidores turísticos registrados en el inventario turístico solamente **el 11%** se encuentra registrado en el Registro Estatal turístico , es **fundamental** incrementar la participación de los prestadores en este registro , haciendo las acciones necesarias para lograr un incremento considerable , entre ellas el lograr la formalización ante el SAT , siendo este uno de los puntos por el cuál muchos no se encuentran registrados , es importante llevar a cabo capacitaciones relacionados a temas del **SAT**, e incluso buscar acercamientos que faciliten la obtención de dicho requisito, promover campañas municipales y realización de jornadas de inscripciones de **RET** .
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, Iniciativa privada, administración turística municipal, Secretaría de Turismo del Estado.

d. Capital Humano del Sector Turístico.

1. En la actividad turística, el papel que cumplen las personas que tiene alguna responsabilidad directa o indirecta en la prestación de servicios turísticos es determinante para asegurar que la experiencia de la visita sea satisfactoria y recordada con una sensación de “querer volver”, la profesionalización dentro del sector turístico **es fundamental** para buscar el crecimiento como destino turístico, se requiere una participación más activa de los actores públicos y privados para el logro de

certificaciones existentes (Moderniza, distintivo H, entre otros) que le den seguridad en la calidad y servicio a los visitantes y turistas del destino.

2. De igual manera, el monitoreo constante de la satisfacción y fidelización de los visitantes es imprescindible, un nivel alto de satisfacción garantiza el regreso de los visitantes, lo cual incide directamente en la fidelización hacia el destino, además promueve que los visitantes recomienden el destino, en **San Felipe** solamente en **0%** de los prestadores de servicios turísticos tiene una medición de satisfacción, es imperioso la implementación de un sistema de satisfacción, lo que **NO** se mide **NO** se mejora.
3. Es indispensable contar con un programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos, con las necesidades específicas del destino, tomar como apoyo las que tiene a disposición la Secretaría de Turismo del Estado, sin embargo, la implementación de un programa de capacitación atendiendo las necesidades del destino es fundamental.
4. Actualmente existe una amplia gama de cursos de capacitación por lo que se propone realizar el acercamiento por 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 debe mantener claro el objetivo y enfoque turístico para los cuales fueron creadas.
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, iniciativa privada, administración turística municipal.

9.2 DETONADORAS

a. Consolidar Plan de gestión y desarrollo turístico del destino

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

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

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

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

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

d. Promover la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible

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

e. Desarrollo de una Marca Destino


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

f. Implementación de herramientas de medición turística.

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



*Los Panales
San Felipe, Guanajuato*



*Los Panales
San Felipe, Guanajuato.*



10. CONCLUSIONES

- Tras el análisis llevado a cabo, se pueden destacar las grandes potencialidades turísticas que se han visitado en el municipio de **San Felipe, 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 recomienda realizar un inventario turístico de todos aquellos atractivos turísticos (Naturales, Folklore, museos, artesanías, etc.) con información a mayor profundidad, considerando elementos históricos, acervos culturales, contenido fotográfico, etc. contenido en una ficha técnica que pueda ser base de estrategias turísticas de desarrollo y/o consolidación.
- Hoy en día se realizan acciones encaminadas al segmento de naturaleza, el cual se encuentra bien posicionado, se han desarrollado actividades de promoción **enoturísticas y de destilados, especialmente el mezcal**.
- **Una de las fortalezas** de San Felipe es su **gran potencial cultural y de naturaleza** cuenta con espacios que permiten detonar el segmento Wellness y los mismos prestadores de servicios han considerado explotar este segmento turístico, además de la atracción de turismo de aventura y gastronómico.
- Apelando a la preservación de áreas naturales y el posicionamiento del segmento de naturaleza, se considera detonante la **Comunidad San José del tanque y la Sierra del Cubo**.
- Se requerirá una revisión a los productos turísticos en la actualidad disponibles con el fin de evaluar el impacto que tienen y, en caso de ser necesario, adaptarlo a la situación.
- Hablar de infraestructura en el municipio es identificar un área de oportunidad prioritaria, ya que en tema de **señalización vial informativa**, es una de las acciones preferentes para implementar dentro del municipio, así como la reparación de caminos, especialmente los que conducen a los puntos de potencialidad turística.
- Se recomienda realizar acciones para el **cumplimiento del Registro Estatal Turístico**, se considera importante desarrollar: Material informativo o bien un curso en el cual se le pueda proporcionar información relacionada con las obligaciones frente al SAT y el manejo contable para poder obtener su registro ante el SAT y 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 recomienda realizar **capacitaciones en temas relacionados con cultura turística, manejo de redes sociales, servicio y atención al cliente, primeros auxilios y certificación de guías**. Es necesario llevar a cabo los registros de capacitación más cercana a los prestadores, actualmente se puede acceder de manera sencilla a los cursos, sin embargo, el apoyo del registro y la incentivación a la participación a dichos cursos puede incrementar el impacto y la participación a los mismos.
- Prevalecer a todos los operadores turísticos el tema de capacitación, ya que detectamos que adolecen de esta formación para aprovechar y potencializar sus conocimientos, dentro de los temas identificamos: Certificación de guías, certificación en primeros auxilios y atención al cliente.
- **Es imprescindible realizar la planificación del destino para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad turística**. Por ello se plantea la ejecución del plan de desarrollo turístico y así establecer los objetivos en conjunto, definir metas a corto 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 desarrollar un **COMITÉ DE GESTIÓN TURÍSTICA** en la que participen los órdenes de gobierno estatal, municipal e iniciativa privada.
- En **cuestión de imagen**, es importante contar con un proyecto de desarrollo de imagen y marca turística del municipio y evaluar su impacto. Se requiere contar con más información en cada uno de los eventos realizados para conocer el impacto y la imagen que los turistas tienen del destino 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

11.1 GLOSARIO

REPORTE
FOTOGRAFICO

San Felipe

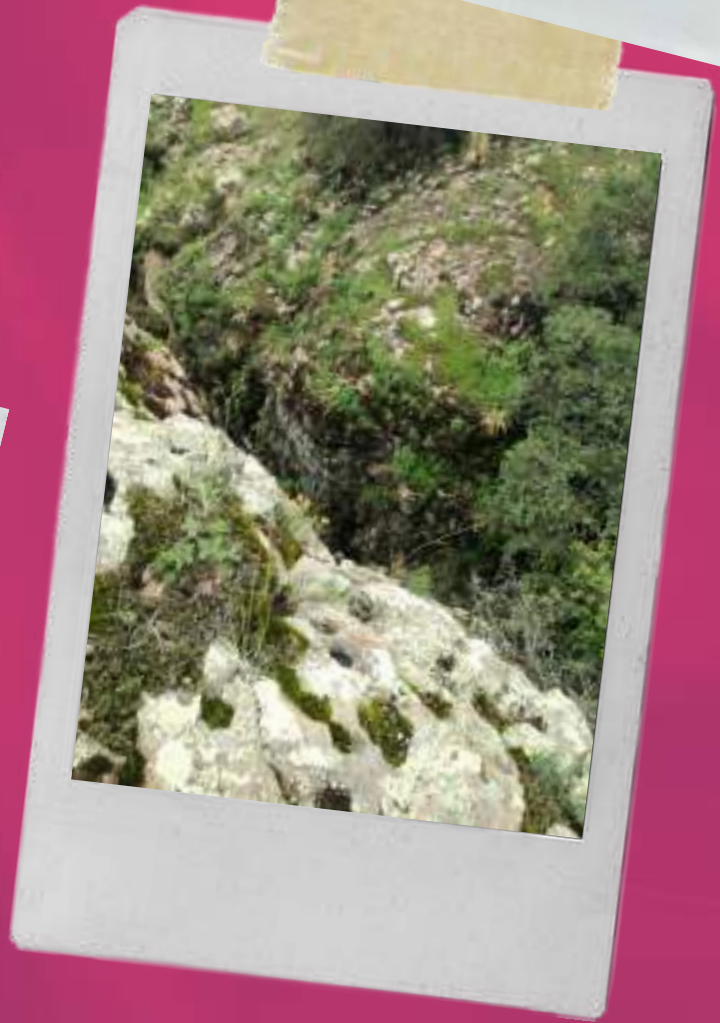




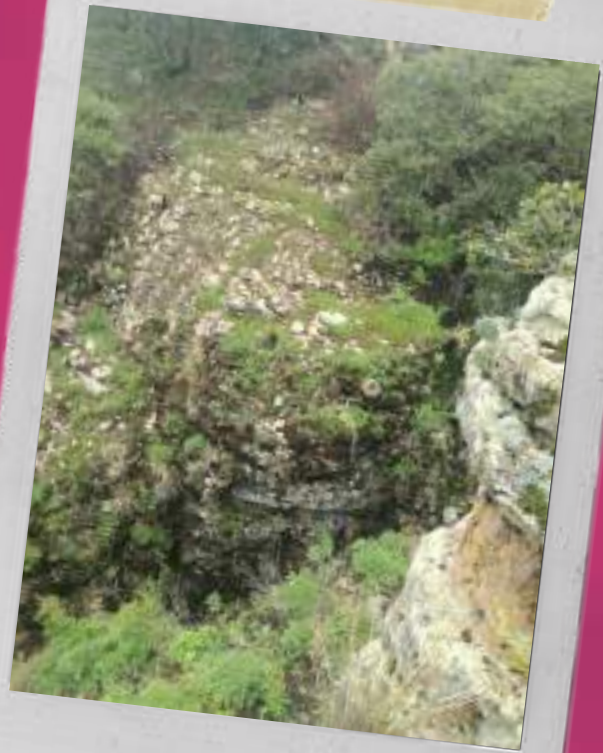
Los Panales



Los Panales



Los Panales



Los Panales



Gorditas

Doña Mago



Gorditas

Doña Mago



Quesos

"El Güero"



Quesos

"El Güero"



Quesos "El Güero"



Rancho

Jaime Asencio



Rancho

Jaime Asencio



Rancho

Jaime Asencio



Rancho

Jaime Asencio



Rancho

Jaime Asencio



Rancho

Jaime Asencio



Viñedo

Pájaro Azul



Jaral de Berrios



Jaral de Berrios



Jaral de Berrios



Cuevalonga



El Cubo

ANEXO
PLAN DE TRABAJO

Plan de trabajo "Mezcal Villasuso"



	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
	Imagen Comercial	Desarrollo de diseño y logotipo para exterior	Desarrollo de diseño y logotipo para exterior	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 de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Mezcal Mónica"



	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
	Imagen Comercial	Desarrollo de diseño y logotipo para exterior	Desarrollo de diseño y logotipo para exterior	De 4 a 5 meses
	Infraestructura	Equipamiento	Equipamiento	Duración 12 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 de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Pájaro Azúl"



	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
	Imagen Comercial	Desarrollo de diseño y logotipo para exterior	Desarrollo de diseño y logotipo para exterior	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 de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Cuevalonga"



	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
	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 "Los Panales"



	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
	Infraestructura	Elaboración de Proyecto	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 "Cabecera Municipal"



Actividades	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
Segmento		Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, aparte de analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Atractivos		Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Accesibilidad		Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Demanda		Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Influencers		Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Marketing Digital		Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Experiencia		Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Marca Ciudad		Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Alianzas estratégicas		Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación		<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en las calles • Redes sociales impulsar • Equipamiento 	*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 "Gorditas Doña Mago"



	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
	Imagen Comercial	Desarrollo de diseño y logotipo para exterior	Desarrollo de diseño y logotipo para exterior	De 4 a 5 meses
	Infraestructura	Equipamiento	Equipamiento	Duración 12 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 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 den el Estado, cuya operación y actualización corresponde a la Secretaría.
- **Inventario Turístico Estatal** La Secretaría integrará el inventario Turístico Estatal, el cual contendrá los recursos naturales, culturales, históricos y monumentales que constituyen un atractivo turístico y el estado que guardan; así como los productos turísticos.