



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. EX HACIENDA SANTIAGO.....	18
2. RECINTO FERIAL.....	19
3. ANILLO DE HIERRO.....	20
4. JARDÍN PRINCIPAL.....	21
5. LA TROJE.....	22
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	23
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	26
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO.....	29
8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO.....	30
9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES.....	32
9.1 ESTRATÉGIAS.....	32
9.2 DETONADORAS.....	36
10. CONCLUSIONES.....	39
11. ANEXOS.....	41



*Anillo de Hierro,
San Francisco del Rincón, Guanajuato.*

1. INTRODUCCIÓN

El Turismo es una de las actividades económicas que permite generar mayores condiciones de bienestar y desarrollo, genera empleos, distribuye derrama económica y favorece el patrimonio cultural y natural, es indudable 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.

Lo anterior no es de extrañar, si tomamos en cuenta que Guanajuato cuenta con un sinnúmero de atractivos, como dos ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad, seis Pueblos Mágicos, portentosos escenarios destinados al turismo de aventuras, zonas arqueológicas, 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 en el estado, por lo que se han desarrollado e implementado grandes estrategias de oportunidad y desarrollo dentro del tema turístico.

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, las nuevas prácticas y modalidades en turismo han hecho volver la mirada a la cultura local y el aprendizaje, a través de la participación de turistas y prestadores de servicios en conjunto provocando un aumento en la satisfacción y beneficio para ambas partes.

Lo que realmente forma una cultura turística es la inclusión e invitación a las personas y/o prestadores del destino a colaborar en el desarrollo de la actividad turística, así ofrecer su opinión activa sobre las acciones que se emprenden mediante esta.

2. MARCO GENERAL



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.



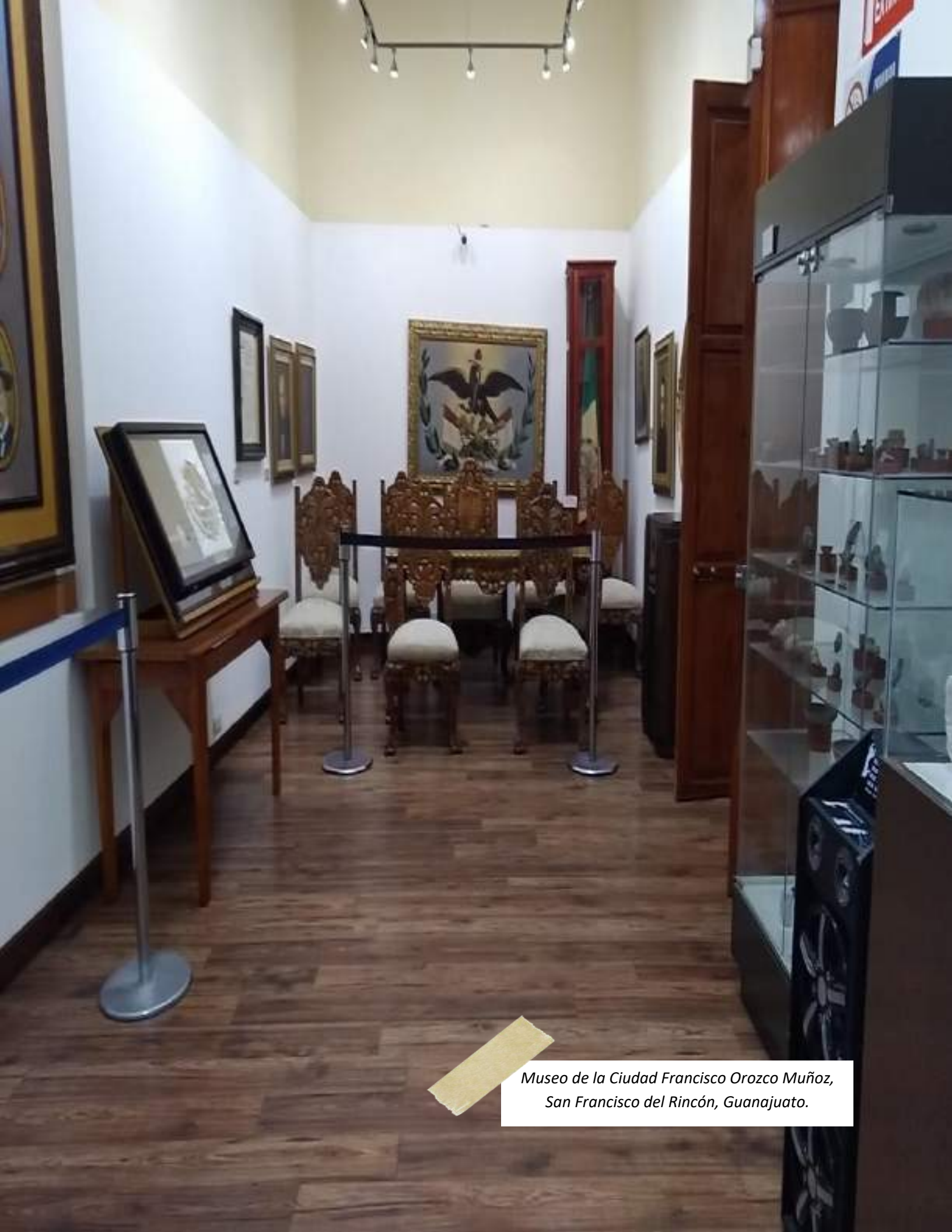
*Jardín Principal
San Francisco del Rincón, Guanajuato.*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*Ojo de Agua,
San Francisco del Rincón, 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 Francisco Orozco Muñoz,
San Francisco del Rincón, 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

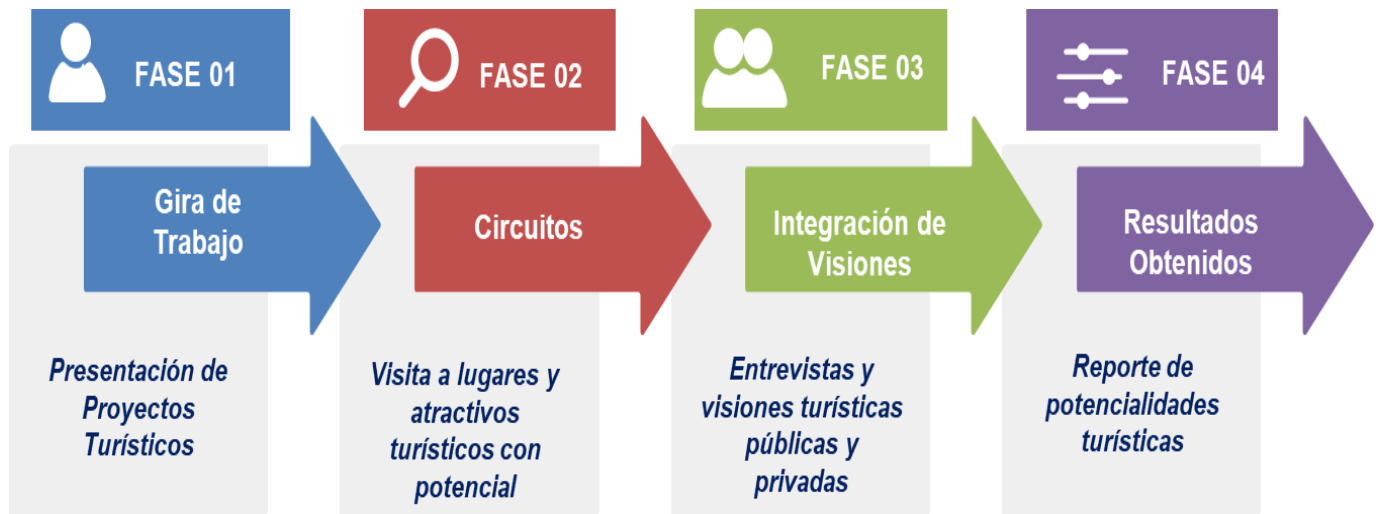
*Fuente propia

- Los atractivos turísticos del destino consideran** todos aquellos sitios naturales y culturales (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



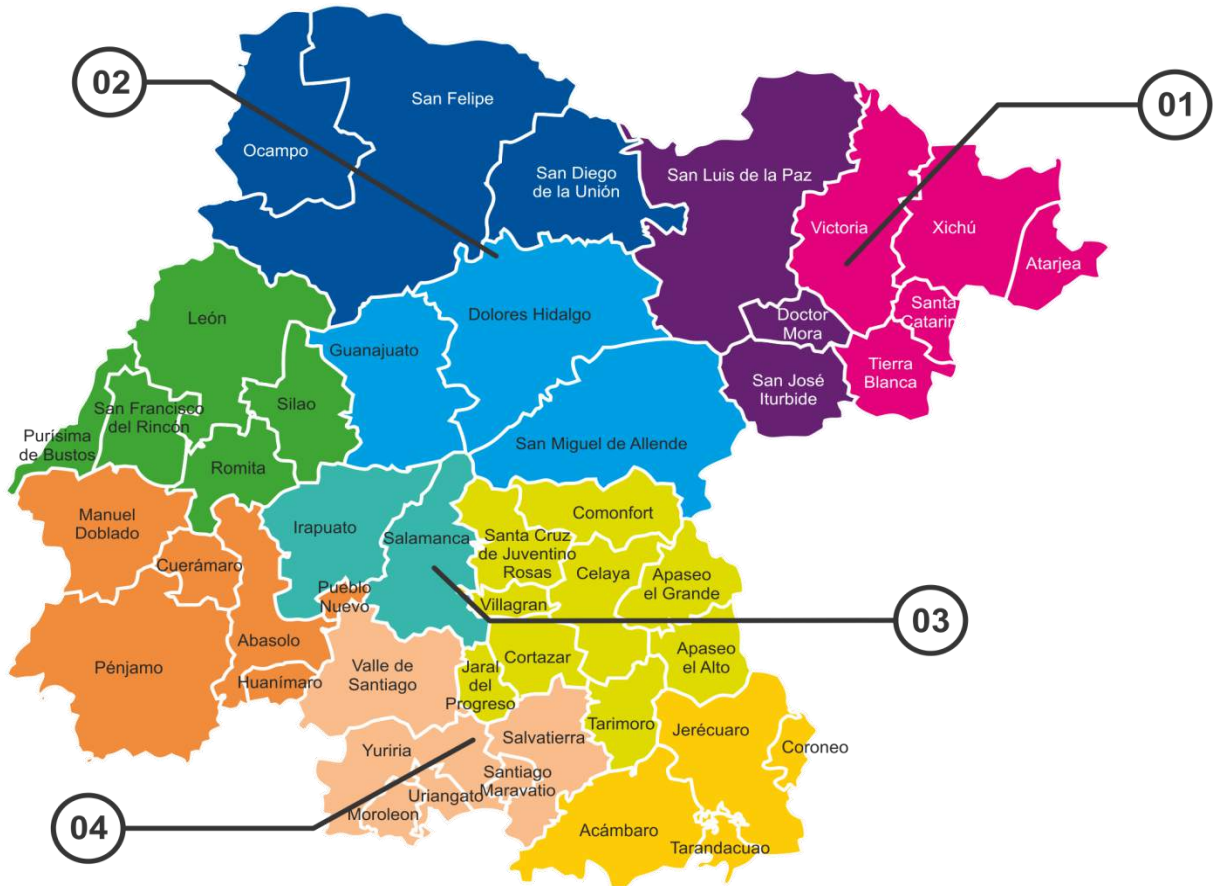
*Museo de la Ciudad Francisco Orozco Muñoz,
San Francisco del Rincón, Guanajuato.*



Calles del Jardín Principal
San Francisco del Rincón, Guanajuato.

5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.2 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 total de 130, 871 habitantes, el municipio de San Francisco del Rincón, Guanajuato es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, ubicado en la Región Centro, Subregión Metropolitana de León.

El municipio de San Francisco del Rincón representa el 1.39% de la superficie del estado.

El pueblo indígena de San Francisco del Rincón se fundó legalmente el día 20 de enero de 1607 por once indios de nación otomí, cuyos nombres son: Juan López, Juan Andrés, Andrés López, Lucas Gavilán, Pedro Nicolás, Juan García, Francisco Hernández, Gabriel Francisco, Jerónimo Joseph, Sebastián y Alonso Martín.

El municipio de San Francisco del Rincón colinda al norte con los municipios de Purísima del Rincón y León; al este con los municipios de León y Romita; al sur con los municipios de Romita y Manuel Doblado y al Oeste con el municipio de Purísima del Rincón.

Sus principales fiestas y festividades son:

- El 20 de enero se realiza una fiesta celebrando la Fiesta Cívica de la Fundación de la ciudad.
- En Semana Santa, se llevan a cabo distintas actividades.

- El 4 de octubre, se realiza una fiesta religiosa en honor a San Francisco de Asís, que es el Santo Patrono.

Turismo

Dentro de sus principales atractivos turísticos, uno de los principales Iglesia de San Francisco de Asís, Iglesia de Nuestra Señora de Guadalupe, Moana Surf y Yam Imespa.

Artesanías

Este municipio guanajuatense que colinda con Purísima del Rincón y León esconde un tesoro artesanal, por generaciones sus artesanos se han dedicado a fabricar sombreros, actividad por la cual, es conocido como “La Capital del Sombrero”.

Gastronomía

Sus platillos típicos son los tacos de aire (dorados sin nada adentro) y los pambazos, que son panes adobados fritos y rellenos de algún guisado como papa y longaniza. Las sopas de pasta secas con trozos de puerco enmolados y las carnitas son también ampliamente consumidas, los chila-cayotes almibarados y las compotas de frutas son sus principales postres.

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



Laredo Hats,
San Francisco del Rincón, Guanajuato.

Actualmente, en el municipio de **San Francisco del Rincón**, Guanajuato, se cuenta con un registro de 138 *sitios turísticos*, entre los cuales se puede mencionar *Jardín Principal*, *Comunidad de Peñuelas*, *San José de la Barranca*, *Comunidad Luz de Varal*, *Comunidad del Junco*, entre otros.

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



Participación de establecimiento de enfoque turístico en el **Registro Estatal Turístico**



Participación en **modelo de Satisfacción y Fidelización del cliente** de la SECTUR del Estado



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 realizaron 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 Francisco del Rincón, Gto; y Crece Guanajuato A.C 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 de acuerdo con la siguiente planeación:

1. Ex Hacienda Santiago.
2. Recinto Ferial.
3. Anillo de Hierro.
4. Jardín Principal.
5. La Troje.

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.



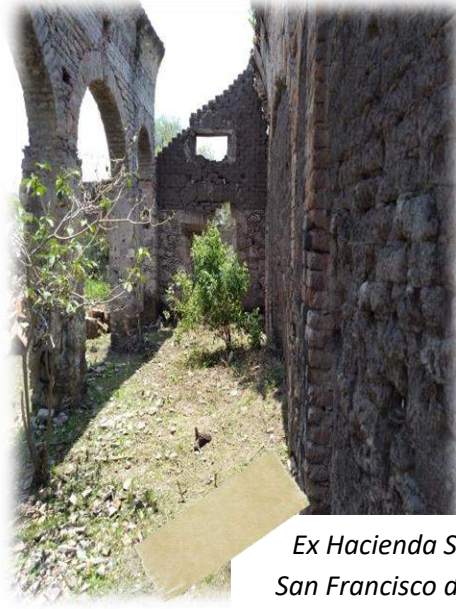
*Recinto Ferial,
San Francisco del Rincón, Guanajuato.*

1. EX HACIENDA SANTIAGO

Desde mediados del siglo XVI, se inicia el poblamiento de lo que posteriormente se conocería como la Hacienda Santiago, ubicada al occidente del actual estado de Guanajuato y cuya extensión se prolonga hasta la Nueva Galicia. Es aquí donde las indias otomías llegaron a asentarse en el año de 1607 y con ello sembraron la semilla de lo que hoy es San Francisco del Rincón.

- **Necesidades**

1. Revisión y adecuación de red hidráulica.
2. Reconstrucción y restauración de la Hacienda.
3. Limpieza general en áreas verdes.
4. Revisión y adecuación de alumbrado en zona perimetral.



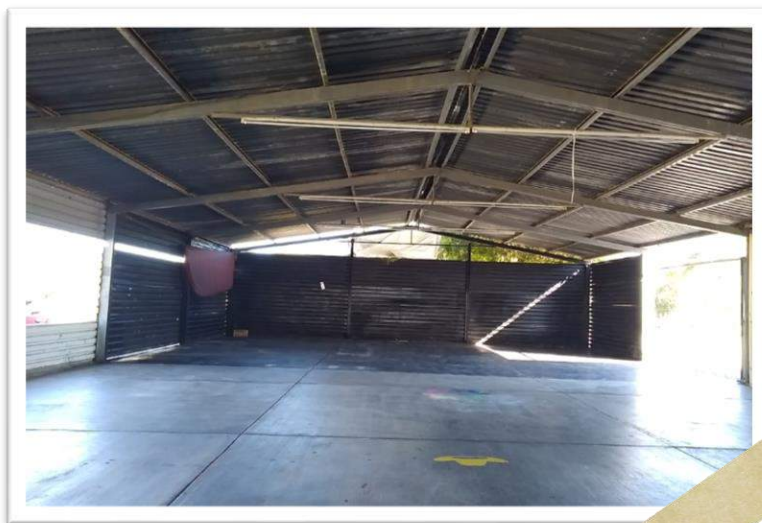
*Ex Hacienda Santiago,
San Francisco del Rincón,
Guanajuato.*

2. RECINTO FERIA

El recorrido por el recinto ferial es el más interesante, pues cuenta con diversas áreas de esparcimiento. Nos referimos al **circuito de juegos mecánicos** y su respectiva dosis de adrenalina; sin olvidar el **pabellón comercial**, la **expo venta de artesanías** y el inevitable **corredor gastronómico**, donde la variedad de antojitos mexicanos y platillos típicos es de lo mejor.

- **Necesidades**

1. Estructura y diseño de la velaría.
2. Cambio de láminas en el recinto.
3. Remodelación de baños y oficina administrativa.
4. Mantenimiento en todas las áreas verdes.



*Recinto Ferial,
San Francisco del Rincón,
Guanajuato.*

3. ANILLO DE HIERRO

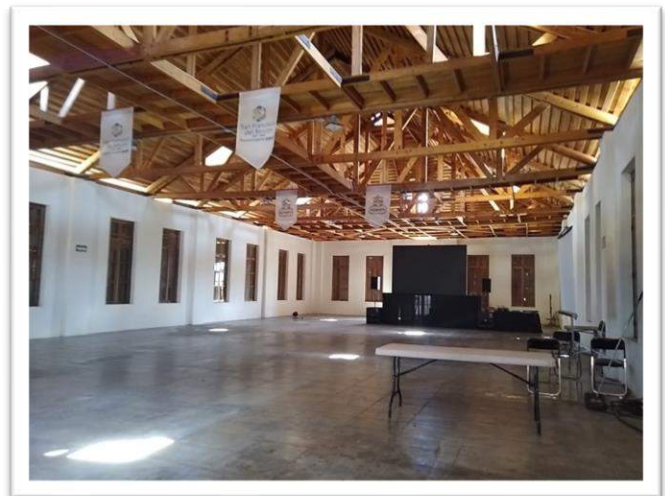
El Archivo Histórico Municipal atiende a una buena cantidad de usuarios de todos los niveles educativos y a cuantas personas se acercan en demanda de información histórica. Es importante la labor en cuanto al rescate de información del municipio, como lo acontecido en 1976 a la ya mencionada inundación historia en el municipio.

- **Necesidades**

1. Alumbrado de instalaciones eléctricas dentro del inmueble.
2. Realizar un circuito e incluirlo para dar recorridos y explotar la leyenda del túnel.
3. Promoción y difusión para eventos.



*Anillo de Hierro,
San Francisco del Rincón, Guanajuato.*



4. JARDÍN PRINCIPAL

Análisis

La industria tradicional en San Francisco del Rincón es la fabricación de sombreros que, desde la época colonial, hacia mediados del siglo XVIII, ya se fabricaban con palma traída de la tierra caliente michoacana. Poco a poco la industria ha ido cambiando según la tendencia, hoy en día ya podemos encontrar calzado de muy buena calidad. Platicando con la gente en los comercios del Jardín, nos manifiestan la necesidad de realizar eventos recurrentes para poder obtener un poco más de margen en sus negocios.

- **Necesidades**

1. Plagas en árboles del jardín principal.
2. Remodelación de Plaza Márquez y sus callejuelas.
3. Promoción y difusión para realizar eventos, con frecuencia en el jardín.



*Jardín Principal,
San Francisco del Rincón,
Guanajuato.*

5. LA TROJE

No existen datos fehacientes de la fecha en que grupos humanos se asentaron en lo que hoy es el municipio de San Francisco del Rincón, sin embargo, en un lugar cercano a la Hacienda de San Isidro se han encontrado restos de animales prehistóricos, lo que evidencia la presencia humana desde aquellos lejanos tiempos, y en distintas partes de su territorio, especialmente en la zona arqueológica del Cerro del Burro, cercano a la

comunidad de la Gloria, estuvo habitado desde tiempos remotos por gente que recibió la influencia de la cultura teotihuacana, como lo atestigua su cerámica.

Necesidades

1. Revisión y adecuación de red hidráulica.
2. Restauración del casco.
3. Limpieza en general.
4. Revisión de alumbrado en zona perimetral.
5. Proyecto ejecutivo para su detonación.



*La Troje,
San Francisco del Rincón, Guanajuato.*

6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		7. San Francisco del Rincón , Guanajuato			
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Especifica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. EX HACIENDA SANTIAGO	1	Estratégico	Proyecto ejecutivo de restauración	\$1,500,000.00	
			1. Plano arquitectónico del estado actual.		
			2. Plano de fábricas del estado actual		
			3. Plano de alteraciones y daños del estado actual		
			4. Inventario de instalaciones		
			5. Plano de liberaciones y retiros		
			6. Plano de liberaciones y retiros		
			7. Plano de proyecto/ Intervenciones		
Inversión total				\$ 1,500,000.00	
2. RECINTO FERIAL	1	Infraestructura	Estructuras y diseños de velaria, cambio de láminas en el recinto, remodelación de baños y oficina administrativa, mantenimiento áreas verdes.	\$5,000,000.00	
			Inversión total		
3. ANILLO DE HIERRO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Infraestructura	Instalación eléctrica dentro del inmueble	\$600,000.00	
	Inversión total				\$ 700,000.00
4. JARDÍN PRINCIPAL	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Infraestructura	Remodelación Plaza Márquez y sus callejuelas. Cuidado de áreas verdes por plaga.	\$2,900,000.00	
	Inversión total				\$ 3,000,000.00

5. LA TROJE	1	Estratégico	Proyecto ejecutivo de restauración	\$1,500,000.00	
			1. Plano arquitectónico del estado actual.		
			2. Plano de fábricas del estado actual		
			3. Plano de alteraciones y daños del estado actual		
			4. Inventario de instalaciones		
			5. Plano de liberaciones y retiros		
			6. Plano de liberaciones y retiros		
			7. Plano de proyecto/ Intervenciones		
			8. Plano de proyecto/ Intervenciones		
			9. Plano de proyecto/ Intervenciones		
Inversión total				\$ 1,500,000.00	
6. ESTRATÉGICO MUNICIPIO	1	Estratégico	Elaboración de proyecto ejecutivo con enfoque turístico	\$2,500,000.00	
			*Plan de Desarrollo turístico de la comunidad (Detonante)		
			* Proyectos de Inversión		
			*Proyecto de Marketing y digitalización		
			*Estrategia de comunicación y promoción		
			* Modelo de negocios		
			* Detección de necesidades de capacitación		
	2	Estratégico	Elaboración de proyecto señalética turística	\$500,000.00	
			1. Diagnostico situación actual		
			2. Selección y jerarquización de los elementos a señalar		
		3. Plano de señalética			
Inversión total				\$ 3,000,000.00	
INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA				\$14,700,000.00	



*Viñedo El Lobo,
San Francisco del Rincón, Guanajuato.*

7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO

Los destinos, al igual que los productos, tienen ciclos de vida que nos permiten evaluar su situación competitiva.

El ciclo de vida implica cambios en la percepción del destino, el volumen y tipo de público que llega al destino, los actores que participan de la actividad turística y el modo de comercialización de estos.

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

1. **Exploración:** Descubierta y recibe un reducido número de visitantes.
2. **Implicación:** Las personas locales inician negocios destinados al turista, Implicación del gobierno en desarrollar la infraestructura turística, se inicia la promoción del destino.
3. **Desarrollo:** El flujo de visitantes aumenta, así como la promoción, crece la infraestructura.
4. **Consolidación:** Desaceleración, pero continúa en ascenso. El turismo se vuelve fundamental para la economía del lugar, siendo generalmente su principal fuente de ingresos. Se busca incrementar la estancia de los visitantes, su gasto per cápita y desestacionalizar las visitas.
5. **Estancamiento:** La demanda turística empieza a decrecer y se estanca. El destino deja de estar de moda, por lo que se busca un mercado alternativo o conservador.
6. **Declive o Rejuvenecimiento** Si no se efectúa una importante reorientación de la actividad turística del destino, se entrará en la etapa de “declive”, en la que el destino no podrá competir con otros, lo que producirá una baja en la llegada de visitantes.

Actualmente el municipio de “San Francisco del Rincón” se encuentra en una **fase de desarrollo**, al contar con mayor promoción del destino la cantidad de visitantes se encuentra en aumento, se encuentra mucho más formalizada la actividad turística en el destino, ya se cuenta con tour operadores y promotores turísticos, se encuentra mucho más organizado el sector y se cuenta con mayor infraestructura para llevar a cabo proyectos turísticos, sobre todo de transporte, ya se encuentran mucho más posicionados los atractivos naturales, históricos, culturales y gastronómicos.

Se cuenta con información del comportamiento del visitante, seguimiento al servicio y atención al cliente, tienen bien establecidos los productos turísticos y los prestadores de servicios mismos que se encuentran inmersos completamente en la dinámica turística haciendo de esta actividad su principal fuente de ingresos.



• Fuente propia



*Laredo Hats,
San Francisco del Rincón, Guanajuato.*

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

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

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

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

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

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



• Fuente propia

8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO



- **Segmento de oferta turística**

1. Naturaleza.
2. Cultural.
3. Enológico.

- **Actividades a desarrollar**

1. Recorrido por zonas turísticas de cabecera municipal.
2. Recorridos sobre productos artesanales y para realizar compras.
3. Recorrido por viñedo.
4. Visita a lugares históricos.

- **Actores participantes**

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

3. Colectivo de cocineras tradicionales.
4. Proveedores de productos locales.
5. Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos.
6. Emprendedores turísticos.
7. Empresarios locales de la cadena de valor turística.
8. Gobierno Municipal.
9. Gobierno Estatal.
10. Gobierno Federal.

- **Duración de la experiencia**

Dos días (Pernoctar 1 noche) El hospedaje se considera en Cabecera municipal.

Ex Hacienda Santiago
San Francisco del Rincón, 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.

Con base a un trabajo de gabinete y de campo de manera técnica y objetiva en los diferentes atractivos turísticos del municipio de San Francisco del Rincón, Gto; se propone el desarrollo y/o fortalecimiento de los productos turísticos que a continuación se describen.

El plan de acción está contenido atendiendo las siguientes acciones:

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 turístico, natural*** y culturales (museos, artesanías, folklor), 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 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 turístico así como las inevitables bajas.
2. En referencia de los prestador y servidores turísticos registrados en el inventario turístico solamente **el 51%** 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 Francisco del Rincón** el 1% 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.



*Ex Hacienda Santiago,
San Francisco del Rincón, Guanajuato.*

10. CONCLUSIONES

- Se puede considerar que el municipio de San Francisco del Rincón como destino turístico se encuentra en una fase de desarrollo, por lo que deberá generarse diferentes acciones de planificación, gestión, comunicación y promoción, atendiendo la etapa en el ciclo del destino turístico en la que se encuentra el municipio.
- Cuenta con una amplia cantidad de atractivos turísticos de índole cultural, histórico, religioso y de naturaleza.
- Las potencialidades turísticas identificadas son: Ex Hacienda Santiago, Recinto Ferial, Anillo de Hierro, Jardín Principal y La Troje
- El municipio ha generado acciones importantes para detonar el turismo, tales como la feria del sombrero y del pambazo, sin embargo, aún faltan más acciones encaminadas a la profesionalización del sector turístico en el municipio.
- La iniciativa privada se muestra entusiasmada de poder participar en proyectos de índole turístico que pueda llevar a detonar el sector en el municipio.
- 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.
- Es importante realizar una revisión a los productos turísticos actualmente ofertados en el municipio para poder evaluar el impacto que tienen y de ser necesario reorientar el mismo.
- 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 a 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.



*Anillo de Hierro,
San Francisco del Rincón, Guanajuato.*

11.ANEXOS

11.1 FOTOGRAFICO

11.2 PLAN DE TRABAJO

11.3 GLOSARIO

REPORTE
FOTOGRAFICO

San Francisco del Rincón





Ex
Hacienda
de Santiago



Ex
Hacienda
de Santiago



Ojo de agua



Ojo de agua



Recinto ferial



Recinto ferial



Recinto ferial



Recinto ferial



Recinto ferial



Recinto ferial



Recinto ferial



Anillo de Hierro



Anillo de Hierro



Anillo de Hierro



Anillo de Hierro



Jardín Principal



Jardín Principal



Jardín Principal



Templo

San Francisco del Rincón



Templo

San Francisco del Rincón



Laredo Hats



Laredo Hats



La
Troje



Viñedo El Lobo



Viñedo El Lobo



Viñedo El Lobo

ANEXO
PLAN DE TRABAJO

Plan de trabajo "Jardín principal"



	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
	Cambio de láminas en el recinto	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyecto • Revisión y aprobación del proyecto • Ejecución del proyecto 	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Remodelación de Plaza Márquez y sus callejuelas	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyecto • Revisión y aprobación del proyecto • Ejecución del proyecto 	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 	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Recinto Ferial"

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

Fase 1
Levantamiento de necesidades

Fase 2
Actividad

Fase 3
Ejecución

Fase 4
Tiempo

	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
	Estructuras y diseño de velaria	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyecto • Revisión y aprobación del proyecto • Ejecución del proyecto 	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Cambio de láminas en el recinto	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyecto • Revisión y aprobación del proyecto • Ejecución del proyecto 	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Remodelación de baños, oficina y áreas verdes	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyecto • Revisión y aprobación del proyecto • Ejecución del proyecto 	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 	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Anillo de Hierro"



	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
	Alumbrado de instalaciones eléctricas dentro del inmueble	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyecto • Revisión y aprobación del proyecto • Ejecución del proyecto 	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 	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Ex Hacienda San Francisco del Rincón"



	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
	Red hidráulica	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyecto • Revisión y aprobación del proyecto • Ejecución del proyecto 	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Reconstrucción y restauración	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyecto • Revisión y aprobación del proyecto • Ejecución del proyecto 	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Limpieza en la zona y revisión de alumbrado	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyecto • Revisión y aprobación del proyecto • Ejecución del proyecto 	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 	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Ex Hacienda La Troje"



	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
	Red hidráulica	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyecto • Revisión y aprobación del proyecto • Ejecución del proyecto 	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Reconstrucción y restauración	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyecto • Revisión y aprobación del proyecto • Ejecución del proyecto 	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Limpieza en la zona y revisión de alumbrado	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyecto • Revisión y aprobación del proyecto • Ejecución del proyecto 	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 	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

ANEXO

GLOSARIO DE

TÉRMINOS

- **Atractivos turísticos:** Conjunto de elementos materiales e inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión de la persona visitante, provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.
- **Cambio climático:** Variación del estado del clima identificable en las variaciones del valor medio, en la variabilidad de sus propiedades, o en ambos, que persiste durante largos periodos de tiempo, generalmente decenios o periodos más largos. Puede deberse a procesos internos, naturales, a forzamientos externos o a cambios antropogénicos persistentes de la composición de la atmósfera o del uso del suelo.
- **Circuito turístico:** Recorrido que agrupa diversos puntos localizados en una zona geográficamente cercana y accesible dentro de las regiones o zonas turísticas del Estado que cuenta con atractivos, servicios y productos turísticos a lo largo del trayecto.
- **Cultura turística:** Conjunto de valores, manifestaciones o expresiones que integran a los miembros de una sociedad determinada con el turismo;
- **Desarrollo sostenible:** Proceso evaluable mediante criterios e indicadores de carácter ambiental, económico y social que tiende a mejorar la calidad de vida y la productividad de las personas, que se funda en medidas apropiadas de preservación ecológica, protección del ambiente y aprovechamiento de recursos naturales, de manera que no se comprometa la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras.
- **Destino turístico:** Espacio o zona geográfica en que se desarrolla la actividad turística;
- **Imagen urbana:** Conjunto de elementos naturales o materiales que forman parte del marco visual de quienes habitan una ciudad;
- **Instrumentos de planeación turística:** Los programas turísticos, el Registro Estatal de Turismo, el Sistema Estatal de Información Turística y el Inventario Turístico Estatal.
- **Oferta turística:** Conjunto de actividades, destinos, bienes y servicios turísticos, así como los atractivos culturales, históricos, naturales, recreativos y urbanos que se ofrecen a las personas visitantes.
- **Patrimonio turístico:** Conjunto de bienes y recursos naturales, culturales, históricos y de infraestructura turística;

- **Persona anfitriona:** Persona física o moral que brinda servicios de hospedaje en casas, apartamentos o demás modalidades, en forma total o parcialmente, destinados al uso habitacional, de su propiedad, posesión o administración de manera temporal y flexible, ofrecido a través de plataformas digitales.
- **Persona prestadora de servicios turísticos:** Persona física o moral que en forma o eventualmente proporcione, sirva de intermediario o contrate con las personas visitantes la prestación de servicios turísticos.
- **Persona visitante:** Persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a tres meses, con cualquier finalidad principal que no sea la de desempeñar una actividad laboral. Se clasifica como turista cuando pernocta y como excursionista cuando solo visita durante el día;
- **Potencial turístico:** Característica de un destino, municipio, región o zona en función a su patrimonio cultural que representa o puede representar un atractivo turístico, así como su oferta turística instalada, disponible o susceptible de creación para atraer personas visitantes.
- **Producto turístico:** Conjunto de bienes y servicios que se encuentran localizados en un área determinada y se ofrecen a las personas visitantes para satisfacer sus necesidades y deseos.
- **Ruta turística:** Oferta temática que agrupa diversos puntos de localizados en una zona geográficamente cercana y accesible dentro de las regiones o zonas turísticas del Estado, que cuenta con atractivos y productos turísticos a lo largo del trayecto.
- **Secretaría:** Secretaría de Turismo del Estado;
- **Vulnerabilidad al cambio climático:** Nivel al que un sistema es susceptible o no es capaz de soportar los efectos adversos del cambio climático, incluidos la variabilidad climática y los fenómenos extremos. La vulnerabilidad está en función del carácter, magnitud y velocidad de la variación climática a la que se encuentra expuesto un sistema, su sensibilidad y su capacidad adaptativa.
- **Zona de desarrollo turístico sustentable:** Áreas del Estado que, por sus características geográficas, gastronómicas, naturales, históricas, culturales, religiosas o típicas, constituyen un atractivo turístico o representan un potencial para el desarrollo de la actividad en beneficio de sus poblaciones locales. Se establecen mediante declaratoria emitida conforma a la Ley General de Turismo.

- **Registro Estatal de Turismo** El Registro Estatal de Turismo es el instrumento de inscripción y consulta de las personas prestadoras de servicios turísticos y los servicios que ofrecen en el Estado, cuya operación y actualización corresponde a la Secretaría.
- **Inventario Turístico Estatal** La Secretaría integrará el inventario Turístico Estatal, el cual contendrá los recursos naturales, culturales, históricos y monumentales que constituyen un atractivo turístico y el estado que guardan; así como los productos turísticos.