



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. MARCO GENERAL	5
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	6
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
3. ELEMENTOS DEL DESTINO.....	8
4. MODELO DE ATENCIÓN.....	10
5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO	12
5.2 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO.....	12
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES.....	14
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	16
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS	17
1. EL CERRITO.....	19
1. RANCHO LAS CAMELINAS.....	20
2. AUDITORIO MUNICIPAL	21
.....	21
3. RESTAURANT ADRIANA.....	22
4. JOYITA DE PASTORES, LAS PEÑAS	23
5. EL SALTO.....	24
6. LA YACATA, EL DORMIDO.....	25
7. OJITO DE AGUA	26
8. VIRGEN DEL CANTARITO	27
9. CASA DE LA CULTURA.....	28
10. BALNEARIO “LOS PINITOS”	29
11. TORTAS PUEBLO VIEJO	31
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	32
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	36
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO.....	39
8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO	40

9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES.....	43
9.1 ESTRATÉGICAS	43
9.2 DETONADORAS.....	46
10. CONCLUSIONES.....	49
11. ANEXOS.....	51
11.1 FOTOGRÁFICO	51
11.2 PLAN DE TRABAJO	51
11.3 GLOSARIO	51

1. INTRODUCCIÓN

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

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

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

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

Por el lado del consumidor, los turistas cada vez exigen mayor conectividad y personalización, esperan mucho más de la parte explícita en los servicios que se les brinden y del aprendizaje que ellos adquieran durante su estancia en el destino.

2. MARCO GENERAL



*El Cerrito, Santiago Maravatío,
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.



*Las Camelinas, Santiago Maravatío,
Guanajuato.*

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.



*El Salto, Santiago Maravatío,
Guanajuato*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*El Cerrito, Santiago Maravatío,
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.



7

*El Salto, Santiago Maravatío,
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

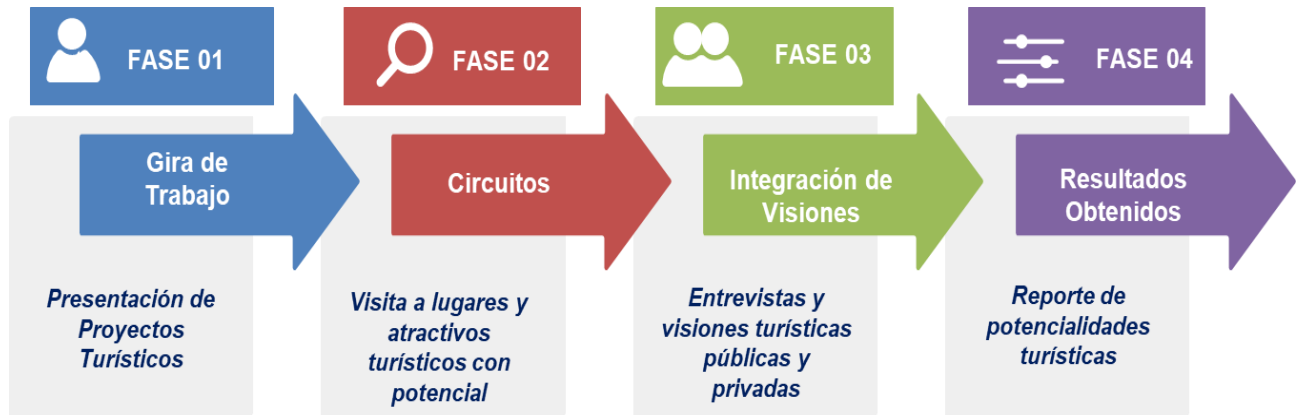
- Fuente Propia

- Los atractivos turísticos del destino consideran** todos aquellos sitios naturales, 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



Auditorio Municipal, Santiago Maravatio, Guanajuato.



5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.2 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO



- REGIONES**
1. Noreste
 2. Norte
 3. Centro
 4. Sur

- SUBREGIONES**
- Sierra Gorda
 - Chichimeca
 - Sierra de Guanajuato
 - Bicentenario
 - Metropolitana de León
 - Metropolitana Irapuato/
 - Salamanca Metropolitana
 - Laja Bajío
 - Agave Azul
 - Lacustre
 - Sierra de los Agustinos

Fuente: Instituto de Planeación, Estadística y Geográfica 2015

Con una población de 6 mil 714 habitantes, habitan el municipio de Santiago Maravatío, Guanajuato, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato.

Las localidades con mayor representación son:

- Santiago Maravatío.
- Santa Rita de Casia.
- Santa Teresa (La Majada).
- La Leona.
- La Joyita de Pastores.
- Ojo de Agua de la Yerbabuena.
- El dormido.
- Hermosillo.

El municipio de Santiago Maravatío comprende el equivalente al 0.27 % del territorio estatal.

Fundada el 29 de enero de 1540. El primer asentamiento del lugar fue una congregación de familias chichimecas, a la cual el 29 de enero de 1540 se le expidió cédula de fundación con el carácter de pueblo.

Fundada el 9 de febrero de 1644, por el decimonoveno virrey de la Nueva España, don García Sarmiento de Sotomayor Conde de Salvatierra (1642 - 1648) siendo la primera ciudad del estado y la primera fundada por el virrey,

aunque no la población más antigua.

Colinda al norte con los municipios de Yuriria y Salvatierra; al este con el municipio de Salvatierra; al sur con los municipios de Salvatierra y Yuriria.

Fiestas y festividades

- El 12 de diciembre se celebra la fiesta de la virgen de Guadalupe.
- Fiesta de Santiago Apóstol.
- Jueves y Viernes Santos.

Turismo

Dentro de sus principales atractivos turísticos, están la parroquia de Santiago Apóstol y la Capilla del señor Santiago en el cerrito.

Artesanías

Se fabrican bastones de madera, los cuales tienen figuras de serpiente, sujetando a una ave; máscaras de madera y pantallas para lámparas con figura de flores; estos trabajos están hechos a base de ramas e injertos de mezquite, decorados como antiguamente se hacía con la laca de escamas.

Gastronomía

Cubierto de calabaza, charamuscas y figuras de azúcar.

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



Las Camelinas, Santiago Maravatío, Guanajuato.

Actualmente, en el municipio de **Santiago Maravatío**, Guanajuato cuenta con un registro de 11 sitios turísticos, entre los cuales se puede mencionar: *El Mezquite, Jardín principal, Los nietos, Los nogalitos, Parroquia de Santiago Apóstol, Templo de Guadalupe*, entre otros.

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



- Fuente Propia

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



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



• Fuente Propia



Ojito de agua, Santiago Maravatío, Guanajuato.

6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA

Para poder consolidar el destino local se requiere de un análisis profundo de las potencialidades turísticas con las que cuenta el municipio para desarrollarlas o bien fortalecer aquellas existentes, así mismo realizar una inversión constante a fin de mantener la calidad y el interés de los visitantes, de tal forma que, los prestadores de servicios turísticos requieren cada vez más de apoyos para promocionar, difundir y consolidar sus objetivos y metas.

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

En el destino se hicieron visitas a diferentes atractivos que cuentan con potencial turístico, para poder llevarlos a cabo se requiere de la gestión de apoyos mediante fuentes de financiamiento de carácter público y privado, municipal, estatal y federal, que facilite la obtención de recursos económicos que coadyuven al desarrollo de los proyectos detonadores de la actividad turística.

En coordinación y colaboración con la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del municipio de Santiago Maravatío, y Crece Guanajuato, se llevó a cabo el análisis de los atractivos turísticos con potencialidades para el desarrollo de nuevos productos y/o experiencias turísticas, así como el fortalecimiento de las ya existentes.

6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS

El análisis de los diferentes atractivos y/o sitios turísticos se realizaron en los siguientes puntos:

1. El Cerrito;
2. Rancho las Camelinas;
3. Auditorio Municipal;
4. Restaurant Adriana;
5. Joyita de Pastores, las Peñas;
6. El Salto;
7. La Yácata, él Dormido;
8. Ojito de Agua;
9. Virgen del Cantarito;
10. Casa de la Cultura;
11. Balneario los Pinitos;
12. Tortas pueblo viejo.

Las potencialidades turísticas que se muestran a continuación mantienen un valor estimado a partir de la investigación y benchmarking de proyectos de similitud objetivo y estructura, en este sentido, los proyectos pueden variar en su valor comercial de acuerdo con las características del entorno y de las variables económicas del momento en el que se encuentren desarrollándose.



1. EL CERRITO

El Cerrito se encuentra a unos minutos del centro, cuenta con una capilla donde se ofrecen misas en ocasiones especiales, tiene un espacio de esparcimiento con 8 palapas pequeñas y 1 grande, baños, espacio de estacionamiento para 50 autos aproximadamente.

Además de utilizar el lugar para esparcimiento, lo prestan para celebraciones, pero sin permiso para uso de alcohol.

Horarios: 7 am a 7 pm y verano 8 am a 8 pm

Costo: Entrada libre

Hay una persona que le da mantenimiento a las instalaciones, pero solo en fin de semana, que es cuando hay actividad.

Necesidades específicas

- Mejorar los caminos para poder acceder fácilmente.
- Publicidad.
- Definir los cajones de estacionamiento.
- Señalética para acceder al lugar.
- Señalética para definición de áreas.
- Mantenimiento, limpieza y vigilancia del lugar no solo en fin de semana.



1. RANCHO LAS CAMELINAS

Tiene un recorrido en donde les muestra las piedras de las campanas, se les llama así porque tienen un sonido metálico, la tinaja, charco de agua, yo-yo y un área del mirador. El espacio cuenta con baños, mesitas, palapas, peces, lanchas, un mirador, espacio para camping y para tener una fogata. Durante el recorrido, cuenta varias leyendas sobre ciertas zonas del rancho que tienen historia y eso es lo que le da un buen toque.

Tienen espacio para estacionarse, espacio de descanso y esparcimiento, para pescar y próximamente venderán bebidas no alcohólicas, pero también pueden llevar sus propias bebidas.

Cuenta con redes sociales, las cuales las tiene a la vista, en la parte de las palapas.

Horarios: sábados y domingos de 10 am a 6 pm



Costos: \$25 entrada, lanchas \$100 por 1 hora con capacidad para 4 personas, venden tilapia \$120 kilo, camping \$50 por persona, por noche, capacidad mínima para el camping es de 8 personas.

Necesidades específicas

- Señalética para llegar al lugar, señalética fuera del rancho y dentro de cada una de las áreas.
- Campaña publicitaria de marketing digital.
- Conexión de electricidad.
- Personal de apoyo.



2. AUDITORIO MUNICIPAL



Es un espacio amplio para poder realizar actividades deportivas en el municipio. Cuenta con gimnasio de 7 am a 8 pm de lunes a viernes, sábados de 8 am a 11 am y en ocasiones especiales cierran según autorización de presidencia.

También tiene una pista para correr, una taquilla para eventos especiales, canchas de futbol, basquetbol, áreas de esparcimiento, bicicletas para ejercicio y más.

Necesidades específicas

1. Publicidad de las instalaciones que tiene, activaciones, potencial para eventos deportivos.



3. RESTAURANT ADRIANA

El restaurant Adriana tiene 30 años, vende guisados (Carne de puerco, bistec, chicharrón, pollo, arroz, papas, frijoles, mole y más), en tacos y quesadillas. Lo que más se vende para llevar es el mole y los chiles rellenos. Además de vender comida en el lugar y para llevar, hace comida para eventos.

Las mejores temporadas son diciembre y julio, porque es cuando van de visita los familiares de Estados Unidos.

Costos:

\$30 quesadillas, plato \$100, refresco o agua \$15

Existe mucha competencia de negocios, en el municipio, además de que consideran que hace falta infraestructura hotelera. Ellos cuentan con un hotel, el cual no lo tiene en funcionamiento, ya que tiene pocos cuartos y no cuenta con agua, además de que sus hijos de Estados Unidos quieren ocupar el espacio.

El hotel tiene 20 años de antigüedad y cuenta con 8 habitaciones de 2 camas matrimoniales.

*Costo \$300 por habitación, por noche

No tienen combos con la comida, no cuentan con espacio de estacionamiento ni con convenio de estacionamiento, se quedan afuera los carros, pero tienen cámara.

Tienen Facebook activo, lo maneja su hijo.

Necesidades específicas

- Señalética para ubicar su negocio desde el jardín principal
- Plan de marketing para lograr una diferenciación, circuitos turísticos para promover el turismo.
- Infraestructura hotelera.
- Mantenimiento en zonas turísticas y definición de espacios para los animales
- Reactivación de exposiciones.
- Equipamiento para el hotel, en el caso de activarlo.



4. JOYITA DE PASTORES, LAS PEÑAS

Se encuentra en la comunidad de la joyita de pastores, después de subir unos escalones, llegas a la cima, donde está un mirador. En fechas especiales se realizan misas en esa zona, tienen una explanada pequeña donde las realizan.

Necesidades específicas

- Señalética para llegar al lugar, señalética en la entrada
- Palapa y equipamiento en la cima
- Infraestructura para poner una tirolesa y equipamiento de seguridad necesario para esta actividad
- Delimitación de áreas, mantenimiento y limpieza



5. EL SALTO

Es un lugar rodeado de naturaleza, donde se puede hacer senderismo y escalada con las debidas precauciones y equipo necesario. Para ir necesitas un guía e indumentaria, también necesitas ir hidratado. Actualmente, no hay personas que realicen recorridos turísticos en esta zona y requiere de mantenimiento y facilitar el acceso para hacerlo más turístico.



Necesidades específicas

1. Separar lo del drenaje, rehabilitar una entrada por el área de la plaza de toros para que entren carros.
2. Palapa y puente colgante.
3. Mantenimiento, limpieza.
4. Vinculación para hacer recorridos turísticos.



6. LA YACATA, EL DORMIDO

Es una zona de naturaleza donde se puede realizar senderismo, es una zona privada, pero se tiene pensado la apertura al público para hacer recorridos de senderismo. Para recorrer la zona es importante que vayan con un guía, ya que es una zona amplia.

Necesidades específicas

1. Mantenimiento de la zona.
2. Definir la entrada.
3. Limpieza de la zona.
4. Permiso del dueño para hacerlo turístico.
5. Vigilancia.
6. Señalética vial.
7. Señalética de la zona.
8. Personal, guía de turistas para las actividades en la naturaleza.



7. OJITO DE AGUA

El ojo de agua está cercado y con lavaderos, los cuales aún son utilizados; se encuentra a un costado de un parque público, justo está en el centro de la comunidad.



Necesidades específicas

1. Mantenimiento constante.



8. VIRGEN DEL CANTARITO

Se le conoce como la virgen del cantarito porque se apareció en el cantarito, pero también es conocida como la virgen de los milagros, la gente de la comunidad va a pedirle a la virgen por un milagro y le promete cabello, ropa, fotos o cosas de esa persona por la que pidieron.

Necesidades Específicas:

- Publicidad y promoción
- Delimitación de espacio con acceso al público



9. CASA DE LA CULTURA

Es un espacio para fomentar la cultura, se utiliza para talleres, exposiciones de arte, de danza, música, entre otras disciplinas. Horarios: lunes a viernes de 10 am a 7 pm y sábados de 9 am a 1 pm

Costo: Entrada libre, \$30 talleres y por mes \$10.

Necesidades Específicas:

- Publicidad de las actividades para realizar en el lugar.



10. BALNEARIO “LOS PINITOS”

El balneario tiene 30 años, es un negocio familiar, cuentan con 2 áreas principales, área de la alberca en el que trabajan 2-3 personas y el área de la venta/ minisuper con 2-3 personas, depende del día de la semana, pero en promedio cuenta con 5 trabajadores y en temporada alta aumentan el personal.

Cuentan con 3 albercas, una semiolímpica 46 mts de largo y las otras 2, una que es un chapoteadero y la mediana de 25 mts de largo; la más grande es la que más se utiliza. En el chapoteadero hay una resbaladilla y un honguito, tienen áreas verdes para la convivencia, portales con mesas y sillas, vestidores, baños y regaderas, cancha de volley, 2 áreas de columpios para los niños y 2 toboganes.

Cuentan con redes sociales, facebook e instagram, las cuales las llevan ellos mismos, en

sus redes ponen las promociones que tienen en ciertas temporadas como Día de la Madre, del padre y del niño.

Reconocen mucho el balneario por la venta de micheladas, tienen los permisos. Cuentan con venta de alimentos los fines de semana y la barra todos los días se abre, fines de semana de 7 a 5 pm y entre semana de 11-12 y terminan de vender a las 5 pm; las personas que van a vender comida son parte de la familia.

Cuentan con espacio de estacionamiento, pero lo rentan y tienen una parte de atrás que sí es de ellos, con capacidad de más de 50 autos.

COSTO: \$110 adulto y \$55 por niño, de 3 años hasta los 10 años

HORARIOS: 7 am a 7 pm todos los días, solo los miércoles cierran

Necesidades Específicas:

- Señalética en carreteras sobre el balneario.
- Señalética en carreteras sobre el municipio.
- Promoción y Difusión.
- Mobiliario sillas y mesas para el área de comida.
- Carriles anti turbulencias para el área de natación.
- Material de jardinería, equipamiento para limpieza de las albercas.
- Capacitación de personal referente a jardinería.
- Capacitación en optimizar entradas y salidas de clientes.
- En la tiendita, renovación de instalaciones, máquina de hielo, en la barra adecuaciones de las instalaciones y ampliación.
- Botes de basura, mantenimiento de las instalaciones, toboganes y albercas.
- Personal para limpieza de albercas.
- Mejorar la logística del camión de basura público.
- Apertura a nuevas rutas de transporte que puedan pasar por el establecimiento.
- Cambiar la pintura.



11. TORTAS PUEBLO VIEJO

Rosa Isela Cardoso Navoa, tiene 12 años con una lonchería, vende tortas, hamburguesas, sándwich, hot dot, quesadillas y sincronizadas. Cuenta con 3 personas que trabajan con ella.

En el establecimiento cuentan con internet, y solo tienen espacio para estacionarse en los alrededores. Las personas que asisten son de todo un poco, pero llegan más familia y muchachos. Además de que los recomiendan en Salvatierra y Celaya.

El 25 de julio es cuando más personas están en el municipio, porque llegan los familiares de

vacaciones, también, la mejor temporada es en diciembre.

No cuenta con redes sociales porque no le gustan, no le gusta la publicidad por el nivel de inseguridad, solo se publicitan por recomendación.

Horarios:

Lunes a sábado

9 am a 2 pm

Los días de descanso son los domingos, viernes santo, 25 de diciembre y el 1ro de enero.

Necesidades Específicas:

- Capacitación de atención a clientes.
- Manejo de alimentos.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES			Santiago Maravatío		
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Especifica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. EL CERRITO	1	Estratégico	Mejorar los caminos para poder acceder fácilmente.	\$ 150,000.00	
	2	Estratégico	Publicidad.	\$ 30,000.00	
	3	Infraestructura	Definir cajones de estacionamiento	\$ 10,000.00	
	4	Infraestructura	Mantenimiento, limpieza y vigilancia	\$ 35,000.00	
	5	Señalética	Señalética para definición de áreas.	\$ 40,000.00	
	Inversión total				
2. RANCHO LAS CAMELINAS	1	Señalética	Señalética para llegar al lugar, señalética fuera del rancho y dentro de cada una de las áreas.	\$ 40,000.00	
	2	Estratégico	Campaña publicitaria de marketing digital.	\$ 50,000.00	
	3	Infraestructura	Conexión de electricidad	\$ 180,000.00	
	Inversión total				
3. AUDITORIO MUNICIPAL	1	Estratégico	Publicidad de las instalaciones que tiene, activaciones, potencial para eventos deportivos.	\$ 45,000.00	
	Inversión total				
4. RESTAURANT ADRIANA	1	Señalética	Señalética para ubicar su negocio desde el jardín principal	\$ 80,000.00	
	2	Estratégico	Plan de marketing para lograr una diferenciación	\$ 50,000.00	
	Inversión total				
5. JOYITA DE PASTORES	1	Infraestructura	Señalética para llegar al lugar, señalética en la entrada	\$ 50,000.00	
	2	Infraestructura/ Equipamiento	Palapa y equipamiento en la cima	\$ 100,000.00	
	3	infraestructura/ Equipamiento	Infraestructura para poner una tirolesa y equipamiento de seguridad necesario para esta actividad	\$ 150,000.00	
	4	Infraestructura	Delimitación de áreas, mantenimiento y limpieza	\$ 35,000.00	
	Inversión total				

6.EL SALTO	1	Infraestructura	Separar el área del drenaje, rehabilitar una entrada por el área de la plaza de toros para que entren carros	\$ 1,000,500.00		
	2	Infraestructura/ Equipamiento	Palapa y puente colgante con su equipamiento de seguridad necesario	\$ 200,000.00		
	3	Infraestructura	Mantenimiento,limpieza.	\$ 35,000.00		
	Inversión total				\$ 1,235,500.00	
7. LA YACATA,EL DORMIDO	1	Infraestructura	Mantenimiento, vigilancia y limpieza de las zonas	\$ 35,000.00		
	2	Infraestructura	Delimitación y señalética de áreas	\$ 30,000.00		
	3	Capacitación	Personal, guía de turistas para las actividades en la naturaleza.	\$ 70,000.00		
	Inversión total				\$ 135,000.00	
8.OJITO DE AGUA	1	Infraestructura	Mantenimiento	\$ 35,000.00		
	Inversión total				\$ 35,000.00	
9.VIRGEN EL CANTARITO	1	Estratégico	Publicidad y promoción	\$ 50,000.00		
	2	Infraestructura	Delimitación de espacio con acceso al público	\$ 65,000.00		
	Inversión total				\$ 115,000.00	
10. CASA DE LA CULTURA	1	Estratégico	Publicidad y promoción de las actividades para realizar en el lugar.	\$ 50,000.00		
11.BALNEARIO LOS PINITOS	Inversión total				\$ 50,000.00	
	1	Capacitación	Capacitación de personal referente a jardinería.	\$ 10,000.00		
	2	Capacitación	Capacitación en optimizar entradas y salidas de clientes.	\$ 15,000.00		
	3	Estratégico	Publicidad y promoción de las actividades para realizar en el lugar.	\$ 50,000.00		
	4	Infraestructura	Mobiliario sillas y mesas para el área de comida.	\$ 62,000.00		
	5	Señalética	Letreros en carreteras.	\$ 50,000.00		
	6	Infraestructura	Renovación de instalaciones en la tiendita	\$ 80,000.00		
	7	Infraestructura	Cambiar pintura	\$ 30,000.00		
	8	Equipamiento	Botes de basura/ mantenimiento	\$ 15,000.00		
	9	Equipamiento	Carriles anti turbulencias	\$ 30,000.00		
	10	Equipamiento	Material de jardinería y de limpieza de albercas	\$ 50,000.00		
Inversión total				\$ 392,000.00		

12. TORTAS PUEBLO VIEJO	1	Capacitación	Capacitación de atención a clientes.	\$ 30,000.00	
	2	Capacitación	Manejo de alimentos.	\$ 30,000.00	
	Inversión total				\$ 60,000.00
13. ESTRATÉGICO MUNICIPIO	1	Estratégico	Elaboración de proyecto ejecutivo con enfoque turístico	\$ 2,500,000.00	
			* Plan de Desarrollo turístico de la comunidad (Detonante)		
			* Proyectos de Inversión		
			* Proyecto de Marketing y digitalización		
			* Estrategia de comunicación y promoción		
			* Modelo de negocios		
			* Detección de necesidades de capacitación		
	2	Estratégico	Elaboración de proyecto señáletica turística	\$ 500,000.00	
			1. Diagnostico situación actual		
			2. Selección y jerarquización de los elementos a señalar		
		3. Plano de señáletica			
Inversión total				\$ 3,000,000.00	

INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA	\$ 5,747,500.00
----------------------------------	------------------------



*Joyita de pastores, las peñas,
Santiago Maravatío, 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 **Santiago Maravatío se ubica en una fase de exploración**, esto significa que aun recibe muy pocos visitantes o se cuenta con muy poca información referente al comportamiento de los visitantes, al destino, y generalmente los visitantes que llegan son atraídos por los atractivos naturales que se pueden encontrar, así como por su cultura, gastronomía o artesanías.

No se cuenta con suficiente infraestructura turística formalizada (Hoteles, restaurantes, tiendas de artesanías entre otras), y en general los habitantes no se encuentran comprometidos con la atención y servicio al cliente, por lo cual no genera una importante derrama económica.



Fuente Propia



8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

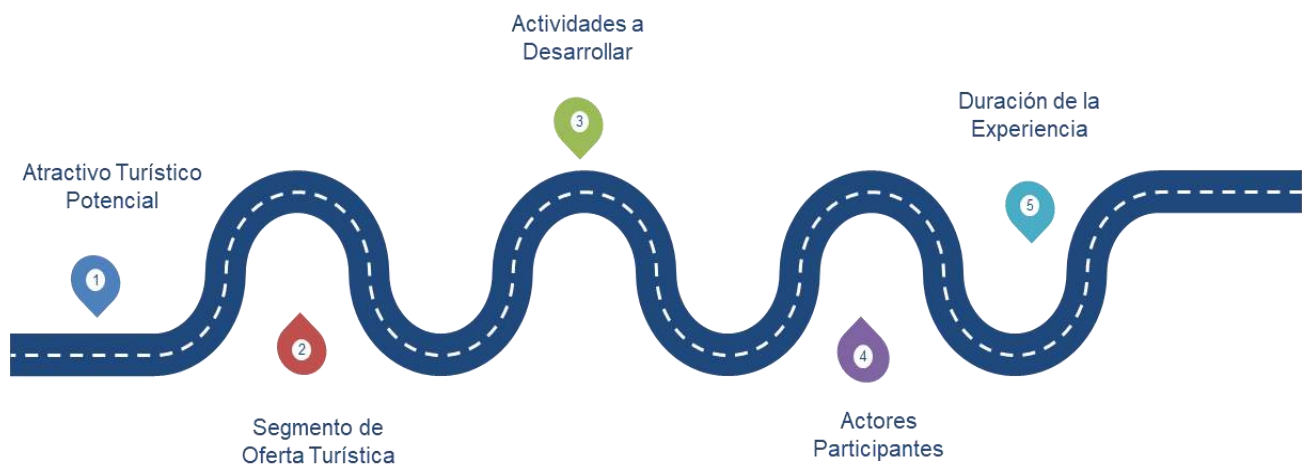
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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

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

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

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



• Fuente propia

8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO

CIRCUITO 1

Cabecera Municipal

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desayuno (Restaurante Adriana, tortas pueblo vieja, establecimientos en cabecera municipal) ✓ Rancho las Camelinas <ul style="list-style-type: none"> -Recorrido de leyendas -Paseo en lancha -Pesca -Actividades esparcimiento ✓ Comida (Asadores) ✓ Cena ✓ Camping 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desayuno en cabecera municipal ✓ Recorrido en el jardín principal ✓ Visita el cerrito *Opcional, actividades de esparcimiento *Opcional actividades deportivas en el auditorio municipal (Gym, bicicleta, fútbol, vóley, pista de carreras...)
--	---

GUANAJUATO.MX

Crece

Segmento de oferta turística

1. Cultural;
2. Naturaleza.
3. Deportivo

Actividades a desarrollar

1. Rancho las camelinas, recorrido de leyendas;
2. Paseo en lancha;
3. Pesca;
4. Actividades de esparcimiento;
5. Camping.

Actores participantes

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

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

Duración de la experiencia

1. Dos días (Pernoctar 1 noche), camping en Rancho Camelinas



Cabecera Municipal

- ✓ **Desayuno** (Restaurante Adriana, tortas pueblo viejo, establecimientos en cabecera municipal)

Yacata/ El Salto

- ✓ Recorrido de naturaleza
 - Senderismo
 - Escarlar
- ✓ **Comida en la comunidad**

Joyita de pastores, Las Peñas

- ✓ **Visita el mirador de joyita de pastores**

Cabecera Municipal

- ✓ **Cena**
- ✓ **Pernoctar** en hoteles del municipio
- ✓ **Desayuno**
- ✓ Recorrido en cabecera municipal, jardín principal
- ✓ **Visita El Cerrito**



Segmento de oferta turística:

1. Cultural;
2. Naturaleza.

Actividades a desarrollar

1. Recorrido de naturaleza;
2. Senderismo;
3. Escalar;
4. Visita al mirador de joyita de pastores.

Actores participantes

1. Operadores turísticos locales;
2. Guía de turistas;
3. Colectivo de cocineras tradicionales;
4. Proveedores de productos locales;

5. Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos;
6. Emprendedores turísticos;
7. Empresarios locales de la cadena de valor turística;
8. Gobierno Municipal;
9. Gobierno Estatal;
10. Gobierno Federal.

Duración de la experiencia

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



9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES

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

9.1 ESTRATÉGICAS

a. Atractivos turísticos

1. El destino cuenta con un directorio de prestadores de servicios, que se actualiza anualmente; sin embargo, se hace necesario realizar un inventario **de los atractivos turísticos**, naturales y culturales (museos, artesanías, folklor, etc.) del municipio, incluyendo todos aquellos que se encuentren en diferentes comunidades, elaborando fichas técnicas que se puedan utilizar con confianza identificando entre otras cosas, elementos históricos y culturales, contenidos fotográficos, etc. Esto podría constituir la base de una estrategia turística para desarrollar y/o mejorar los productos turísticos.
 - **Los actores participantes** para la realización de dicha acción se propone las autoridades municipales, cronistas e historiadores y esfuerzos de actores de la iniciativa privada.

b. Infraestructura

1. Se hace necesario realizar un plan de mantenimiento de los caminos y accesos, principalmente a las comunidades con detonante turístico.
2. Con la finalidad de facilitar el acceso a los diferentes atractivos turísticos, así como llevar a cabo las actividades propias del destino, es necesario implementar un **plan especial de señalética** con enfoque turístico al interior del municipio, así como en las comunidades de vocación turística.
 - **Los actores participantes** para la realización de dicha acción se propone la participación directa de Obras Públicas del municipio.

c. Servicios turísticos y de apoyo

1. Los servicios turísticos incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente mientras está de viaje, como alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencias, de viajes, etc., la formalización del sector es necesaria, la Secretaría de Turismo del Estado cuenta con un inventario turístico de todos los prestadores de servicios el cual es actualizado de manera anual por el municipio, dicho inventario debe mantenerse vigente respecto a las nuevas incorporaciones de establecimientos de índole turísticos así como las inevitables bajas.
2. En referencia a los prestadores y servidores turísticos registrados en el inventario turístico solamente **el 8%** se encuentra registrado en el Registro Estatal turístico, es **fundamental** incrementar la participación de los prestadores en este registro, haciendo las acciones necesarias para lograr un incremento considerable, entre ellas el lograr la formalización ante el SAT, siendo este uno de los puntos por el cual muchos no se encuentran registrados, es importante llevar a cabo capacitaciones relacionadas con temas del **SAT**, e incluso buscar acercamientos que faciliten la obtención de dicho requisito, promover campañas municipales y realización de jornadas de inscripciones de **RET**.
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, iniciativa privada, administración turística municipal, Secretaría de Turismo del Estado.

d. Capital humano del sector turístico

1. En la actividad turística, el papel que cumplen las personas que tiene alguna responsabilidad directa o indirecta en la prestación de servicios turísticos es determinante para asegurar que la experiencia de la visita sea satisfactoria y recordada con una sensación de “querer volver”, la profesionalización dentro del sector turístico **es fundamental** para buscar el crecimiento como destino turístico, se requiere una participación más activa de los actores públicos y privados para el logro de certificaciones existentes (Moderniza, Distintivo H, entre otros) que le den seguridad en la calidad y servicio a los visitantes y turistas del destino.
2. De igual manera, el monitoreo constante de la satisfacción y fidelización de los visitantes es imprescindible, un nivel alto de satisfacción garantiza el regreso de los visitantes, lo cual incide directamente en la fidelización hacia el destino, además promueve que los visitantes recomienden el destino, en **Santiago Maravatío ninguno** de los prestadores de servicios turísticos tiene una medición de satisfacción, es imperioso la implementación de un sistema de satisfacción, lo que **NO** se mide **NO** se mejora.

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

e. Planificación y gestión del destino

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

f. Imagen

1. Es clave implementar una estrategia para el posicionamiento de la **MARCA DESTINO**, resaltando todos aquellos atributos y valores intangibles con los que cuenta el destino, cumpliendo con la función de poder de atracción hacia el destino en sí, generando de esta manera beneficios a los prestadores de servicios (alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, etc.) que se encuentran involucrados en la enorme cadena productiva del sector turismo, es preciso contar con un plan de desarrollo de imagen con objetivos y acciones claras, así como los recursos necesarios para llevar a cabo las estrategias planteadas en el plan.

2. Es relevante conocer la percepción de los visitantes al municipio, el lugar de procedencia (estatal, nacional, internacional), lo que más disfruto del destino, lo que no le agrado, la imagen, los principales segmentos, entre otros, es necesario implementar la herramienta de **flujos del destino turístico**.
3. Es significativo contar con un punto físico y digital de contacto informativo y de promoción de todas las actividades que se pueden llevar a cabo en el destino. (Módulo informativo en punto estratégico).
4. El manejo de las redes sociales turísticas del destino 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.



10. CONCLUSIONES

- Tras el análisis llevado a cabo, se pueden destacar las **grandes potencialidades turísticas** que se han visitado en el municipio de **Santiago Maravatío, Guanajuato**. Este municipio cuenta con atractivos de naturaleza con potencial turístico, que es importante detonarlos.
- Cuenta con espacios que permiten **detonar más segmento de naturaleza y aperturar el deportivo**, además de los segmentos que ya tiene activos.
- En materia turística, el municipio aún no ha desarrollado acciones que le permitan detonar las potencialidades turísticas con las que cuenta, ya que, tiene un gran potencial por explotar.
- Se tendrán que hacer acciones que permitan el **fortalecimiento de la cadena de valor** del sector turístico.
- Es esencial llevar a cabo una **revisión a los productos turísticos que se encuentran disponibles** en el municipio para poder **evaluar el impacto** que tienen y, en caso de ser necesario, adaptarlo a la situación; y crear nuevos productos turísticos viables para que tengan más oferta turística.
- El hecho de mencionar **infraestructura** en el municipio es identificar un área de oportunidad prioritaria, ya que la **señalización vial informativa** es una de las acciones preferentes para implementar dentro del municipio, así como la reparación de caminos, especialmente los que conducen a los puntos de potencialidad turística.
- Se recomienda realizar acciones para el cumplimiento del **Registro Estatal Turístico**, se considera importante desarrollar: Material informativo o bien un curso en el cual se le pueda proporcionar información relacionada con las obligaciones frente al SAT y el manejo contable para poder obtener su constancia de situación fiscal para el cumplimiento de ese requisito, apoyo legal para el desarrollo de contrato de arrendamiento, desarrollo de imagen y logotipo.
- Se aconseja llevar a cabo capacitaciones en temas relacionados con la **cultura turística, el manejo de las redes sociales, el servicio y atención al cliente, la certificación de guías**. Es necesario llevar a cabo los registros de capacitación más cercana a los prestadores, actualmente se puede acceder de manera sencilla a los cursos, sin embargo, el apoyo del registro y la incentivación a la participación a dichos cursos puede incrementar el impacto y la participación a los mismos.
- Prevalecer a todos los operadores turísticos el tema de capacitación porque detectamos que adolecen de esta formación para aprovechar y potencializar sus conocimientos.
- Es **imprescindible revisar y actualizar la planificación del destino** para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad turística. Por ello se plantea la ejecución del plan de desarrollo turístico y

así establecer los objetivos en conjunto, definir metas a corto plazo, mediano y largo plazo, presupuestos, métricas para su adecuada operatividad, se recomienda hacer una revisión de la actualización de este y buscar la compatibilidad con el logro de objetivos en materia turística estatal. Con el objetivo de darle mayor estructura, es necesario fortalecer el **COMITÉ DE GESTIÓN TURÍSTICA** en la que participen los órdenes de gobierno estatal, municipal e iniciativa privada.

- En cuestión de imagen, es importante contar con un proyecto de **desarrollo de imagen y marca turística del municipio y evaluar su impacto**. Se requiere contar con más información en cada uno de los eventos realizados para conocer el impacto y la imagen que los turistas tienen del destino turístico, así mismo incentivar el uso de la herramienta de **Satisfacción y Fidelización, QR implementado** por la Secretaría de Turismo del Estado, para poder realizar estrategias enfocadas a la imagen y al posicionamiento del destino turístico.
- Es necesario tomar acciones para lograr incentivar una estancia más prolongada en el destino, ya que en materia turística el municipio ha desarrollado pocas acciones que le permitan detonar las potencialidades turísticas con las que cuenta. Se tendrán que hacer acciones que permitan el fortalecimiento de la cadena de valor del sector turístico.
- **Los buenos resultados** en la implementación del plan de acción dependerán mucho del **compromiso** de los actores de la estrategia turística propuesta, es necesaria la participación y empatía por parte de los prestadores de servicios, los esfuerzos municipales, la atracción a inversionistas privados y el apoyo a nuevos emprendedores para ofrecer una mayor oferta de atracciones.

11. ANEXOS

11.1 FOTOGRAFICO

11.2 PLAN DE TRABAJO

11.3 GLOSARIO

REPORTE
FOTOGRAFICO

SANTIAGO MARAVATÍO





El Cerrito



El Cerrito



El Cerrito



El Cerrito



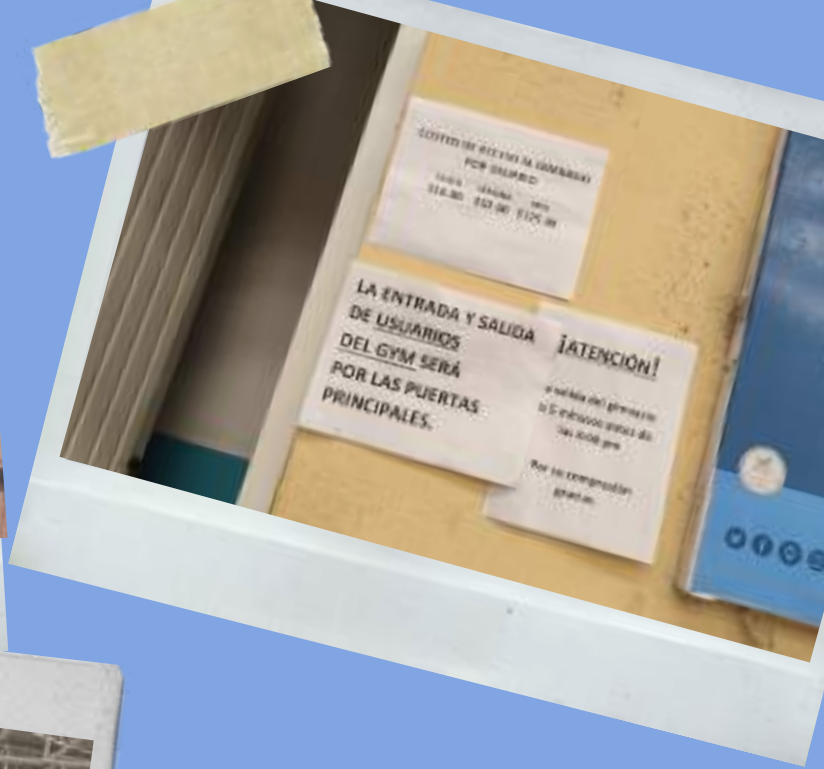
Las Camelinas



Las Camelinas



Las Camelinas



Auditorio Municipal



Auditorio Municipal



Restaurant Adriana



La Yácata/ El Dormido



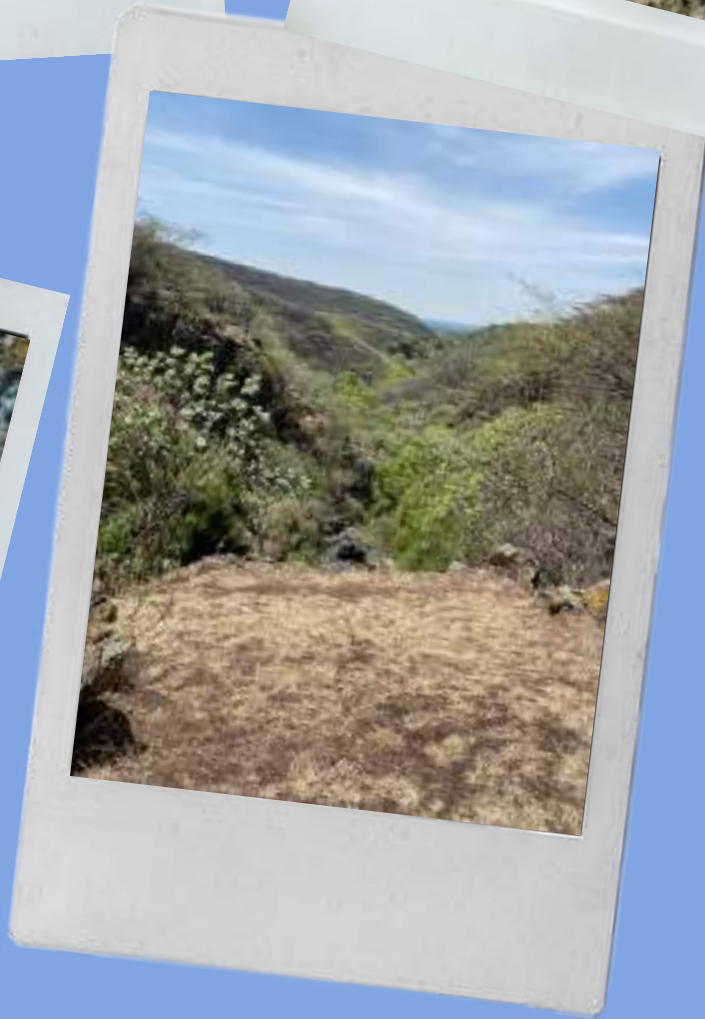
La Yácata/ El Dormido



Ojito de agua



Ojito de agua



El Salto



El Salto



El Salto



Virgen del Cantarito



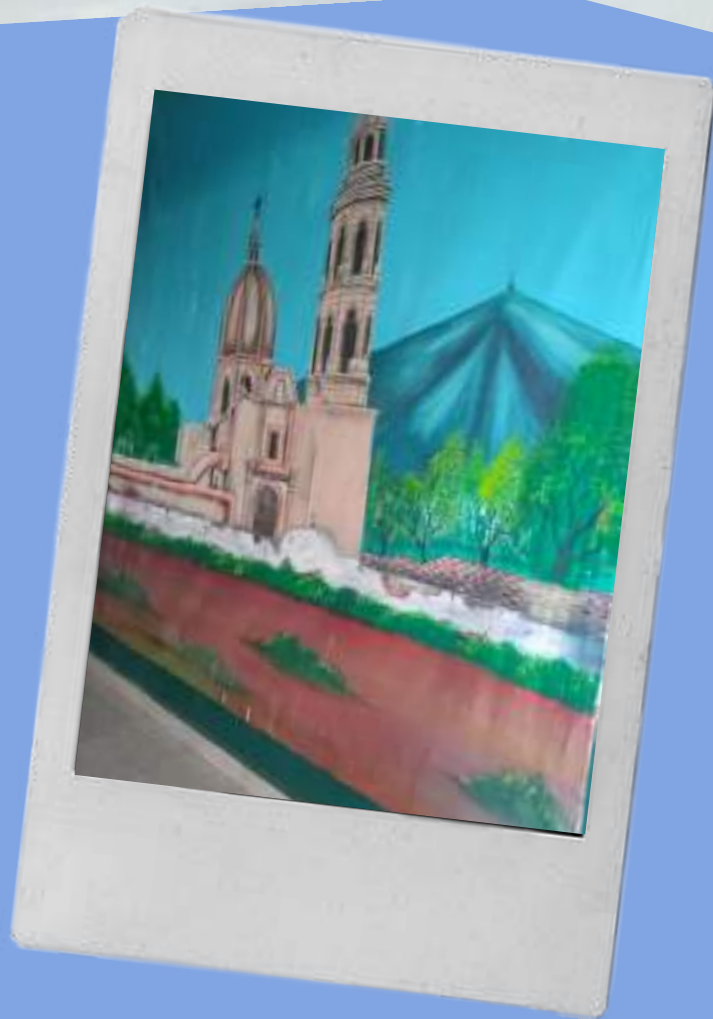
Joyita de pastores,
Las Peñas



Joyita de pastores,
Las Peñas



Casa de la Cultura



Casa de la Cultura



Casa de la Cultura



Balneario “Los Pinitos”



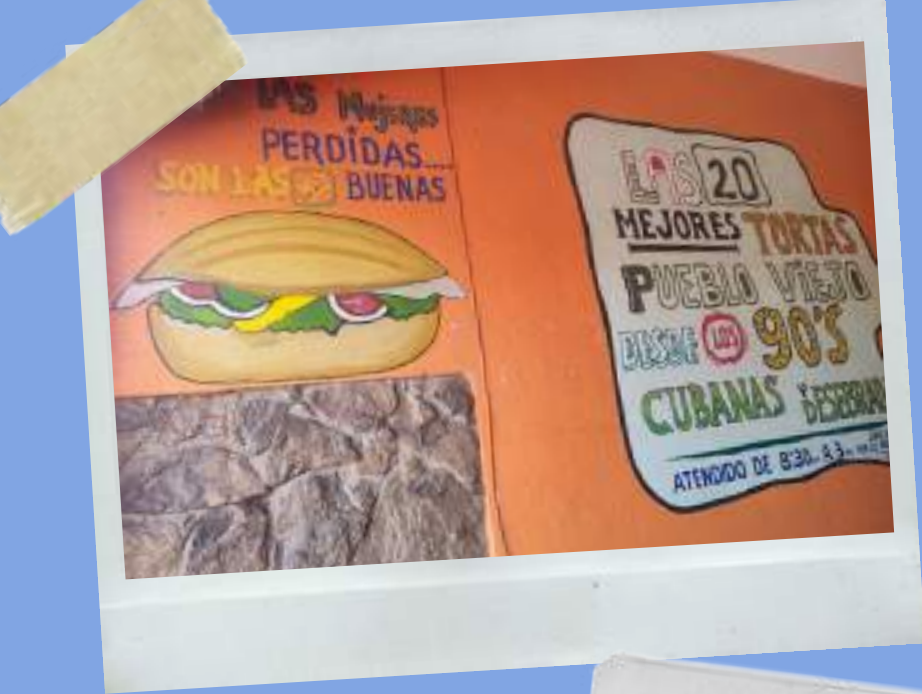
Balneario “Los Pinitos”



Balneario "Los Pinitos"



Balneario "Los Pinitos"



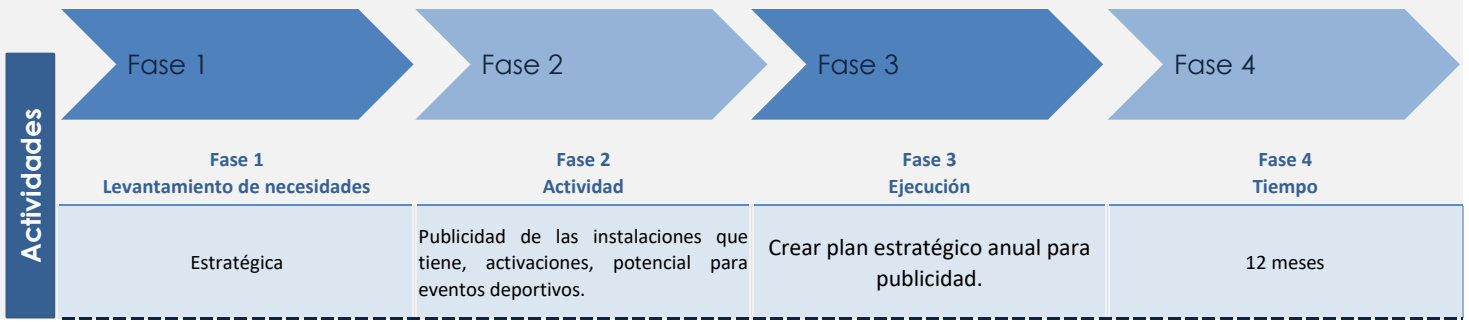
Tortas Pueblo Viejo

Plan de trabajo "RANCHO LAS CAMELINAS"



Actividades	Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4
	Levantamiento de necesidades	Actividad	Ejecución	Tiempo
	Infraestructura	Señalética para llegar al lugar, señalética fuera del rancho y dentro de cada una de las áreas.	Señalética interior para definición de lugares	3 meses
	Estratégica	Campaña publicitaria de marketing digital.	Planeación y ejecución estratégica anual del plan de marketing	12 meses
Infraestructura	Conexión de electricidad	Activar la conexión de electricidad, un poste de luz	10 meses	

Plan de trabajo "AUDITORIO MUNICIPAL"



Plan de trabajo "RESTAURANT ADRIANA"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Act.	Señalética	Señalética para ubicar su negocio desde el jardín principal	Señalética, letreros en el jardín principal	6-8 meses
	Estratégica	Plan de marketing para lograr una diferenciación	Realizar plan de marketing enfocado a la diferenciación	1 año

Plan de trabajo "JOYITA DE PASTORES"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Señalética	Señalética para llegar al lugar, señalética en la entrada	Señalética	6-8 meses
	Infraestructura /Equipamiento	Palapa y equipamiento en la cima	Compra de equipamiento y construcción de la palapa	18 meses
	Infraestructura /Equipamiento	Infraestructura para poner una tirolesa y equipamiento de seguridad necesario para esta actividad	Definición de espacios, compra de equipamiento necesario para el lugar e instalación de la tirolesa	18 meses
	Infraestructura	Delimitación de áreas, mantenimiento y limpieza	Crear una planeación estratégica para lograr la profesionalización turística	12 meses

Plan de trabajo "EL SALTO"



Actividades

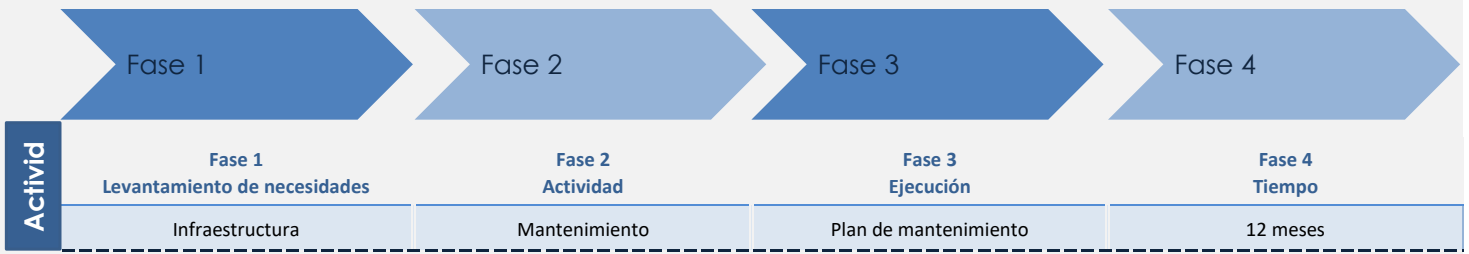
	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Infraestructura		Separar el área del drenaje, rehabilitar una entrada por el área de la plaza de toros para que entren carros.	Plan de adaptación de accesos, apertura de nuevos caminos.	8-12 meses
Infraestructura/Equipamiento		Palapa y puente colgante con su equipamiento de seguridad necesario	Instalación de palapa. Adquisición de equipamiento	12 meses
Infraestructura		Mantenimiento, limpieza.	Plan anual de mantenimiento y limpieza del lugar	12 meses

Plan de trabajo "LA YACATA"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Infraestructura	Mantenimiento, vigilancia y limpieza de las zonas	Plan de mantenimiento y limpieza. Rol de vigilancia	12 meses
	Señalética	Delimitación y señalética de áreas	Plan de señalética de áreas internas y definición de áreas	6-8meses
	Capacitación	Capacitación de personal, guía de turistas para las actividades en la naturaleza.	Plan anual de capacitaciones	12 meses

Plan de trabajo "OJITO DE AGUA"



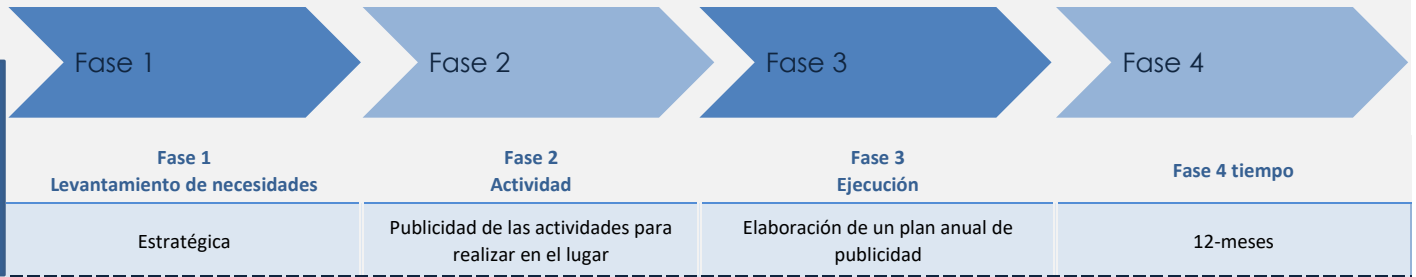
Plan de trabajo "VIRGEN DEL CANTARITO"



Actividades	Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4
	Levantamiento de necesidades	Actividad	Ejecución	Tiempo
Estratégica		Publicidad y promoción	Elaboración de un plan anual de publicidad y promoción turística	12 meses
Infraestructura		Delimitación de espacio con acceso al público	Delimitación de zona	14 meses

Plan de trabajo "CASA DE LA CULTURA"

Actividades



Plan de trabajo "BALNEARIO LOS PINITOS"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 tiempo
Actividades	Señalética	Letrero en carreteras	Ubicación estratégica de los letreros en carreteras	5 meses
	Capacitación	Capacitación de personal referente a jardinería.	Elaborar un plan de capacitación	2 meses
	Capacitación	Capacitación en optimizar entradas y salidas de clientes.	Elaborar un plan de capacitación semestral	6 meses
	Infraestructura	En la tiendita, renovación de instalaciones, máquina de hielo, en la barra adecuaciones de las instalaciones y ampliación.	Renovación de instalaciones.	8 meses
	Estratégica	Promoción y Difusión.	Elaboración de un plan anual para promoción y difusión.	12 meses
	Infraestructura	Mobiliario sillas y mesas para el área de comida.	Compra de mobiliario.	6 meses
	Infraestructura	Cambiar la pintura.	Compra y pintar	1 mes
	Infraestructura	Botes de basura, mantenimiento de las instalaciones, toboganes y albercas.	Plan de mantenimiento cada 8 meses	8 meses
	Infraestructura	Carriles anti turbulencias para el área de natación.	Compra e instalación de carriles	5 meses
	Infraestructura	Material de jardinería, equipamiento para limpieza de las albercas.	Compra de material	3 meses

Plan de trabajo "TORTAS PUEBLO VIEJO"

Actividades	Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4
	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 tiempo
Capacitación		Capacitación en atención a clientes	Plan anual de capacitación de atención a clientes	12 meses
Capacitación		Manejo de alimentos.	Plan semestral de capacitación manejo de alimentos	6 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.