



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. MARCO GENERAL	6
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	7
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
3. ELEMENTOS DEL DESTINO.....	9
4. MODELO DE ATENCIÓN.....	11
5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO	13
5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO.....	13
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES.....	16
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA	18
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS	19
1. RINCÓN PROHIBIDO	20
2. RANCHO LA NANITA “HOTEL MARÍA EUGENIO”	21
3. BUFFET MANOLETE	22
4. HOTEL MISIÓN COMANJILLA	23
5. CRISTO REY	24
6. ALUNA SKYDOME	25
7. CASA DE LA CULTURA Y TEATRO	26
8. DESTILERÍA MARÍA DE LA PAZ	27
9. HOTEL ECCE	28
10. HOTEL HACIENDA LA CATRINA.....	29
11. SPLASH.....	30
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	31
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	34

- 8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO.....37
 - 8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO38
- 9. HAYAZGOS Y RECOMENDACIONES41
 - 9.1 ESTRATÉGICAS41
 - 9.2 DETONADORAS.....44
- 10. CONCLUSIONES.....47
- 11. ANEXOS.....49
 - 11.1 GLOSARIO49
 - 11.2 FOTOGRÁFICO49
 - 11.3 PLAN DE TRABAJO49



*Jardín Principal
Silao de la Victoria,
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 una de las 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



*Cristo Rey
Silao de la Victoria,
Guanajuato.*

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

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

2.1 OBJETIVO GENERAL

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



*Casa de la Cultura
Silao de la Victoria,
Guanajuato.*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*Jardín Principal
Silao de la Victoria,
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.



*Hacienda La Catrina
Silao de la Victoria,
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.



*Fuente Propia

- a. **Los atractivos turísticos del destino consideran** todos aquellos sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, artesanías, eventos, lugares históricos, centro de esparcimiento, etc.
- b. 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.
- c. **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.

- d. 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



*Rincón Prohibido
Silao de la Victoria,
Guanajuato.*



*Ex Hacienda María Eugenio
Silao de la Victoria,
Guanajuato*

Con una población total de 173, 024 habitantes, el municipio de Silao de la Victoria, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, ubicado en la Región Centro, subregión Metropolitana de León, con un área de 538.72 km, que constituye el 1.76 % del territorio total del Estado de Guanajuato.

Al norte y al este limita con el Municipio de Guanajuato; al sur con Irapuato; al sureste con Romita, y al oeste con León. La cabecera municipal es la ciudad de Silao, la cual tiene 74 242 habitantes, siendo la quinta localidad más poblada del estado de Guanajuato.

Silao de la Victoria es parte de los 4 municipios que forman la Zona Metropolitana de León, junto con los municipios de León, San Francisco del Rincón y Purísima del Rincón. Esta zona metropolitana es la séptima más grande del país. Silao de la Victoria se ha visto beneficiado por su ubicación en la zona metropolitana, y unos ejemplos son el Aeropuerto Internacional del Bajío; la construcción del Puerto Interior, el puerto seco más importante de México; la construcción de varias vialidades de primer nivel que conectan con las ciudades de León, Guanajuato e Irapuato como lo son el Eje Metropolitano o los libramientos Norte y Sur.

En el lugar donde ahora se asienta el municipio de Silao existió un poblado otomí que al ser conquistado por los purépechas recibió el nombre de "Tzinacua", que en castellano significa "lugar

de humaredas" pues en la comunidad de Aguas Buenas, de sus aguas termales se desprendían columnas de vapor. Después, el nombre del lugar fue evolucionando a Sinaua; posteriormente fue llamado Silagua para finalmente quedar con el de Silao. El 3 de febrero de 1833 la legislatura local le concedió el título de villa. Y el 12 de julio de 1861 se elevó a la categoría de ciudad, con el nombre que hoy ostenta, Silao de la Victoria, pues, en la cabecera municipal, el ejército liberal, al mando del General Jesús González Ortega, obtuvo el triunfo sobre los conservadores.

Silao alberga atractivos turísticos como el monumento del Cristo Rey, el Parque Guanajuato Bicentenario y varios parques acuáticos, como las aguas termales de Aguas Buenas. El municipio también destaca por el turismo de negocios.

Algunos atractivos son:

Cerro del Cubilete. En la parte más alta de sus 2,500 m se eleva el monumento del Cristo Rey de aproximadamente 20 metros. El cual comenzó su construcción el 10 de diciembre de 1944, finalizando los trabajos el 17 de agosto de 1966.

- La ruta del Campeonato Mundial de Rally (WRC). Desde el año 2004, en la ciudad y comunidades de Silao, León y Guanajuato, cada año se celebra esta competición en el mes de marzo.

- Museo de los Hermanos José Chávez Morado y Tomás Chávez Morado. Importantes muralistas y escultores nacidos en Silao.

- Parque Guanajuato Bicentenario. Construido con motivo del Bicentenario de la Independencia de México, es un parque recreativo que alberga grandes exposiciones sobre la historia, el arte y la cultura de México, también cuenta con espacios para conciertos y otros eventos.

- Edificio de la Casa de la Cultura Isauro Rionda Arreguín. Anteriormente, era el Cuartel Militar Venustiano Carranza.

Combate de flores, tradicional evento que se celebra el 25 de julio, aniversario de la fundación

de la ciudad.

El municipio se convirtió en un centro ganadero que producía mulas para la ciudad de Guanajuato, también es un importante productor de alimentos, desde la colonia se producen en abundancia sandía, jícamas y limas, símbolo y orgullo de la ciudad. El caldo de res o viejo puchero es reconocido por su calidad, los taquitos de Silao son otro platillo popular.



*Cristo Rey
Silao de la Victoria,
Guanajuato.*

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



Actualmente, en el municipio de **Silao, Guanajuato** se cuenta con un registro de 19 sitios turísticos, entre los cuales se puede mencionar: *Parroquia de Santiago Apóstol, Plaza Libertad, Templo Casa de Ejercicios, Templo de la Tercera Orden, Templo de Loreto, Templo de San José, Templo del Señor del Perdón, Templo del Santuario de Guadalupe*, entre otros.

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



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



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





*Ex Hacienda La Catrina
Silao de la Victoria,
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 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 Silao de la Victoria 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 de acuerdo con la siguiente planeación:

1. Rincón Prohibido;
2. Rancho La Nanita “Hotel María Eugenia”;
3. Buffete Manolete;
4. Hotel Misión San José;
5. Cristo Rey;
6. Fonda de “Doña Chila”;
7. Aluna Skydome;
8. Destilería María de la Paz;
9. Hotel Ecce;
10. Hacienda La Catrina;
11. Splash;
12. Casa de la cultura;
13. Teatro de Silao.

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.



*Ex Hacienda La Catrina
Silao de la Victoria,
Guanajuato.*

1. RINCÓN PROHIBIDO

Ante la nueva normalidad, los diferentes segmentos de turismo se ven obligados a tomar medidas de seguridad sanitaria que garanticen estabilidad a los visitantes durante su estadía, por ello se busca promover el turismo seguro.

Y para los amantes de viajar y de los buscadores de nuevas aventuras, Silao es el sitio ideal, pues cuenta con todas ellas, además tiene el “Rincón Prohibido” que es un lugar de recreación y aventura; es una parada obligada en tu visita a Silao de la Victoria, Guanajuato, pues este lugar cuenta con una exquisita textura en su arquitectura y un olor extraordinario.

Situado sobre la carretera Irapuato-Silao a la altura del kilómetro 45 construidas a base de ladrillo, se encuentra el Rincón Prohibido, inconfundible, con una arquitectura única.

Esta hermosa construcción invita a todos los viajeros a tomar un breve descanso para relajar y despejar su mente en su travesía; ofreciéndoles a probar los mejores productos de Casa Corralejo empresa 100% Guanajuatense y su extensa gama de licores, vinos, vodkas y por supuesto el Ron prohibido.

La bebida emblema del lugar, un Ron con historia al que se le ha edificado una cava especial para su maduración en este lugar.

Los visitantes podrán tener recorridos guiados por el lugar donde se cuenta la historia del ron y sobre la construcción del sitio basado en una famosa tumba, es una bóveda con forma de sombrero invertido que ostenta el récord de la construcción más grande en su tipo.

A demás de eso podrás disfrutar de una fábrica de perfumes y otra de pieles de la región ubicadas en el mismo lugar; así como de una cata a ciegas en una cava oculta donde pacientemente se añeja un ron Premium.

Necesidades específicas

1. Hace falta señalética en carretera y un anuncio publicitario, porque no logras distinguir de primera instancia qué es;
2. Publicidad del lugar, darlo a conocer en diferentes canales para que puedan ubicarlo cada vez más personas;
3. En cuestión de mantenimiento en el área de cata privada, mantener el espacio limpio.



2. RANCHO LA NANITA “HOTEL MARÍA EUGENIO”

La localidad de La Nanita está situada en el Municipio de Silao (en el Estado de Guanajuato). Hay 7 habitantes. En la lista de los pueblos más poblados de todo el municipio, es el número 313 del ranking. La Nanita está a 1,859 metros de altitud.

La localidad anteriormente era conocida como Rancho Edela, pero hace unos años cambió su nombre. Este pueblo decidió el cambio de nombre en el año 2019.

Vive una experiencia inolvidable, en esta hacienda encontrarás un espacio moderno y vanguardista para realizar cualquier tipo de evento, Bodas, XV Años, etc.



Necesidades específicas

1. Señalética porque no se distingue en carretera, así como afuera del lugar. Infraestructura para poder operar sus propios eventos y difusión. Capacitación de servicio al cliente. Apoyo en los trámites para habilitar el proyecto de su restaurante (Ya tiene la infraestructura y el proyecto).



3. BUFFET MANOLETE

Es el sitio para degustar recetas de la cocina mexicana. Sus comensales pueden pedir unas tiernas ensaladas, un sorprendente y espacioso lugar, asimismo cuenta con una gastronomía perfectamente elaborada, en donde podrás degustar sus pasteles dominicanos. Este lugar es conocido por su excelente café cortado.

Este lugar te ofrece platos a unos precios adecuados. Su interesante ambiente es exactamente lo que necesitas tras una larga jornada de trabajo.

Costos:

- Desayunos \$135.00 p/p
- Comida \$155.00 p/p
- Comida \$210.00 p/p (en fines de semana, pescado).



Necesidades específicas

1. Señalética para llegar al lugar porque no está tan fácil el acceso si no conoces las avenidas;
2. Difusión y promoción orientada a redes sociales porque solo manejan contenido, no manejan, como tal, anuncios digitales. También antes de pandemia había promociones especiales por el día del cumpleaños, pero después ya no se implementó. Hay que considerar volver a implementar promociones o días especiales;
3. Capacitación de servicio al cliente porque el personal que solía trabajar en fábrica no tiene tacto con las personas y los que sí estaban en anteriores trabajos en ventas, sí tienen más tacto. Además de capacitación de manejo de alimentos.



4. HOTEL MISIÓN COMANJILLA

Este hotel se encuentra a 5 km del centro de Comanjilla, y a solo 29 minutos en coche del aeropuerto Internacional del Bajío. Silao está a 15 minutos en coche del hotel.

Las unidades están equipadas con un minibar, televisión por cable y TV de pantalla plana con canales vía satélite, así como con un baño privado. Las habitaciones con aire acondicionado cuentan con un gorro de ducha, un secador de pelo y toallas para el uso de los huéspedes.



Necesidades específicas

1. Más señalética para el lugar en carretera, más difusión al lugar en cuestión del hotel y no solo del balneario, hay parte de las instalaciones que hace falta renovar e igualmente dar mantenimiento, sobre todo a las albercas.



5. CRISTO REY

El cerro del Cubilete perteneció a la hacienda de Chichimequillas, propiedad del abogado y diputado constituyente José Natividad Macías Castorena, quien autorizó la construcción del primer monumento a Cristo Rey en los terrenos donde se asienta actualmente, la Ermita expiatoria. Natividad Macías, que ocupó varios puestos en el gabinete de Venustiano Carranza, durante la revolución, fue perseguido por la facción obregonista que lo obligó al destierro.

El edificio actual sirve de base a la gigantesca estatua que mide 20 metros y pesa 80 toneladas, siendo esta estatua de Cristo la más grande del mundo hecha de bronce y no concreto o mármol como las de otros lados, realizada por el escultor mexicano Fidias Elizondo. El actual monumento a Cristo Rey fue construido por dos arquitectos mexicanos: Nicolás Mariscal Piña (autor del proyecto) y José Carlos Ituarte González, iniciándose la obra en 1944; Mariscal edificó antes una capilla a la misma advocación en un costado de la catedral de León, Guanajuato; y José Carlos Ituarte González construyó el templo expiatorio del Sagrado Corazón de Jesús, en la misma ciudad.

Necesidades específicas

1. Requieren más espacio para estacionamiento porque hay áreas en donde no puedes estacionarte;
2. En la fonda no manejan el idioma de los extranjeros y eso es un problema porque es lo que más reciben, es por eso que sí les interesaría un tema de capacitación. Además de difusión.



6. ALUNA SKYDOME

Al pie del Cerro del Cubilete, se encuentra Aluna SKY Dome, excelente lugar para relajarse y disfrutar de la naturaleza.

Hoy en día puedes disfrutar del senderismo en este maravilloso lugar, asimismo la bici de montaña y carreras grupales. En este lugar encontrarás una hermosa cabaña con una decoración única, ya que tiene una vista hacia las montañas.



Necesidades específicas

1. Hace falta la señalética en el camino a Cristo Rey para que pueda ser más fácil ubicar. Requieren paneles solares porque la energía que tienen es solar porque cuidan mucho la parte del medio ambiente, no cuentan con señal de celular ni internet;
2. También requieren más difusión por redes sociales y anclajes de personas con un poder amplio de seguidores;
3. Además de cursos de primeros auxilios para estar preparados para sus huéspedes y también para las carreras que organizan. Además, es necesario un botiquín de primeros auxilios, más bicicletas para hacer ciclismo en el lugar; falta hoja responsiva, bote para separar la basura, cenicero y reglamento.



7. CASA DE LA CULTURA Y TEATRO

En la casa de la cultura encontrarás una variedad de disciplinas: violín, guitarra, teclado, canto, música andina, piano, banda de viento, danza clásica, folclórica, baile de salón y mixto, teatro, pintura, dibujo, comic e iniciación a las artes. Se impartieron, de febrero a diciembre de 2018, 44 talleres y se atendieron 904 usuarios. En salones culturales: guitarra, mandolina, teclado, banda de viento, danza folclórica, baile de salón, dibujo y pintura, iniciación a las artes y comics. Se impartieron, de febrero a diciembre de 2018, 47 talleres y se atendieron 1. Horarios de servicio de lunes a viernes de: 09:00 a 21:00 horas

El edificio de la casa de cultura cuenta con 11 aulas, 1 biblioteca pública y en el patio central un entarimado. 10 salones culturales en escuelas y colonias de la cabecera municipal y en las comunidades de Bajío de Bonillas, Salitrillo y Los Rodríguez.

El Teatro Silao de la Victoria forma parte de acervo cultural e histórico del Estado de Guanajuato, el cual se suma a los 24 ya existentes, entre los que

destaca el Teatro Juárez, Manuel Doblado, Bicentenario, Teatro de Minas, entre otros.

Necesidades específicas

1. Cuentan con perifoneo de los eventos y en las páginas del municipio y de educación cultural, pero requieren mayor difusión y actividades para el turista. Además de mejorar las instalaciones de los salones (Se tiene un proyecto de salón de usos múltiples), equipamiento para la casa de la cultura.



8. DESTILERÍA MARÍA DE LA PAZ

Los campos del Bajío, los hay verdes y los hay azules, en donde el agave es el gran protagonista que forja su carácter al salir victorioso de los embates del clima y nuestra madre naturaleza le permite entregar su corazón. En La Destilería de María de la Paz le rendimos homenaje, respetando durante el proceso toda esa pasión atrapada y que generosamente nos revela sus secretos en el color, cuerpo, aroma y sabor de cada uno de nuestros Destilados.

La Destilería de María de la Paz se encuentra dentro de la Hacienda Franco de Benavente, Casco de arquitectura colonial del siglo XVI, en cuyas tierras se han librado batallas históricas no solo de nuestra Independencia y Revolución, sino de todo aquello que viene de las ricas tierras del Bajío y del trabajo de su Gente: la minería, la ganadería, la agricultura.

Hoy en día se cuenta con 8 etiquetas; tequila, mezcal y licor digestivo. Asimismo, podrás disfrutar de vivir la experiencia de conocer su proceso de elaboración mediante un recorrido y degustar sus principales productos mediante una cata.

Necesidades específicas

1. Señalética en la parte de afuera de la destilería y en la carretera; difusión por medios digitales para llegar a más clientes potenciales. También requieren espacios techados y mobiliario para el servicio de la explicación de la destilería. (Ya está la idea, solo falta el recurso).



9. HOTEL ECCE

Hotel Ecce Inn & Spa se encuentra en el centro financiero de Silao. La belleza natural del área puede apreciarse en Parque Bicentenario Guanajuato y Jardín de Victoria, mientras que Parador Turístico Sangre de Cristo y Casa Museo Gene Byron son lugares culturales destacados.

¿Quieres asistir a un evento o partido mientras estás en la ciudad? Consulta el calendario de Autódromo de León o Centro deportivo Macrocentro I.

También podrás disfrutar de otros servicios, como:

- Alberca al aire libre con camastros;
- Estacionamiento gratis;
- Cancha de tenis al aire libre, salón de banquetes y caja de seguridad en la recepción;
- Resguardo de equipaje, recepción disponible las 24 horas y mesa de billar.

Necesidades específicas

1. Señalética en carretera (existe, pero solo cerca al hotel, haría falta en ciertos puntos estratégicos), tener al hotel como ancla para cualquier evento y para cualquier segmento, estar en el brochure del municipio y mayor difusión por diferentes canales.



10. HACIENDA LA CATRINA

También podrás disfrutar de otros servicios, como:

- Alberca al aire libre y chapoteadero con camas balinesas gratuitas, camastros y sombrillas;
- Estacionamiento y valet parking gratis;
- Desayuno a la carta (con cargo), salón de fiestas y 2 salas de juntas.

Necesidades específicas

1. Requieren señalética en puerto interior porque solo existe del hotel que estaba antes, y en la carretera también falta señalética. Difusión por diferentes medios, exposición comercial, capacitación para el personal en el tema operativo, en cocina, áreas públicas, personal, porque hay rotación de personal y no tienen servicio al cliente.



11. SPLASH

En el Parque Acuático Splash encontrarás las siguientes atracciones:

- Nado con Delfines;
- Deslizzer;
- Alberca con Olas;
- Thunder Water;
- Toboganes;
- Castillo Infantil;
- Tirolesa;
- Chapoteaderos;
- Mini zoológico;
- Canchas deportivas;
- Juegos infantiles;
- Acuario;
- Show de Delfines;
- Cocodrilos;
- Leones Marinos;
- Hotel.



Necesidades específicas

1. Requieren redes sociales, mayor difusión, capacitación de servicio al cliente del personal que está en el parque y que también sea una capacitación interna para que estén al tanto de la información del parque. Hace falta una renovación de parte de las instalaciones; el concepto es bueno, pero por fuera no comunica todo lo que es por dentro.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		Silao, Guanajuato			
PROYECTO	No.	<i>FASE 1 Tipo de Necesidad</i>	<i>FASE 2 Necesidad Especifica</i>	<i>Fase 3 Presupuesto Estimado</i>	<i>Inversión total estimada</i>
1. HACIENDA MARÍA EUGENIO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Capacitación	Operatividad y logística para eventos	\$200,000.00	
	Inversión total				
2. RINCÓN PROHIBIDO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				
3. BUFFETE MANOLETE	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Capacitación	Certificación en Atención a clientes y manejo de alimentos	\$400,000.00	
	Inversión total				
4. HOTEL MISIÓN COMANJILLA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				
5. CRISTO REY Y DOÑA CHILA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Capacitación	Certificación en Atención a clientes y manejo de alimentos	\$400,000.00	
	Inversión total				
6. SKY DOME ALUNA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Capacitación	Asesoría Legal	\$50,000.00	
	3	Equipamiento	Paneles solares	\$150,000.00	
	Inversión total				

7. CASA DE LA CULTURA Y TEATRO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Equipamiento	Duena, barras, espejos, lookers y ventiladores	\$400,000.00	
	3	Infraestructura	Construcción 2da etapa del Teatro	\$2,000,000.00	
	Inversión total				\$ 2,500,000.00
8. DESTILERÍA MARÍA DE LA PAZ	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Equipamiento	Mobiliario y equipo	\$100,000.00	
	3	Infraestructura	Ampliación de área para resivir a los turistas	\$300,000.00	
	Inversión total				\$ 500,000.00
9. HOTEL ECCE	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
10. HACIENDA LA CATRINA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
11. SPLASH	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Capacitación	Certificación en Atención a clientes	\$200,000.00	
	Inversión total				\$ 300,000.00
12. ESTRATÉGICO MUNICIPIO	1	Estratégico	Elaboración de proyecto ejecutivo con enfoque turístico	\$2,500,000.00	
			*Plan de Desarrollo turístico de la comunidad (Detonante)		
			* Proyectos de Inversión		
			*Proyecto de Marketing y digitalización		
			*Estrategia de comunicación y promoción		
			* Modelo de negocios		
			* Detección de necesidades de capacitación		
	2	Estratégico	Elaboración de proyecto señaletica turística	\$500,000.00	
			1. Diagnostico situación actual		
			2. Selección y jerarquización de los elementos a señalar		
		3. Plano de señaletica			
Inversión total				\$ 3,000,000.00	

INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA	\$8,300,000.00
----------------------------------	-----------------------



*Ex Hacienda María Eugenio
Silao de la Victoria,
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 *Silao de la Victoria*, se ubica en una *fase de desarrollo* porque el destino tiene más *promoción*, el número de turistas va en aumento, las actividades turísticas en el destino están mucho *más formalizadas*, ya existen empresas promotoras de viajes y turismo, el sector se está organizando y cuenta con mejor infraestructura para llevar a cabo proyectos turísticos.

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



*Fuente Propia



*Ex Hacienda María Eugenio
Silao de la Victoria,
Guanajuato.*

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

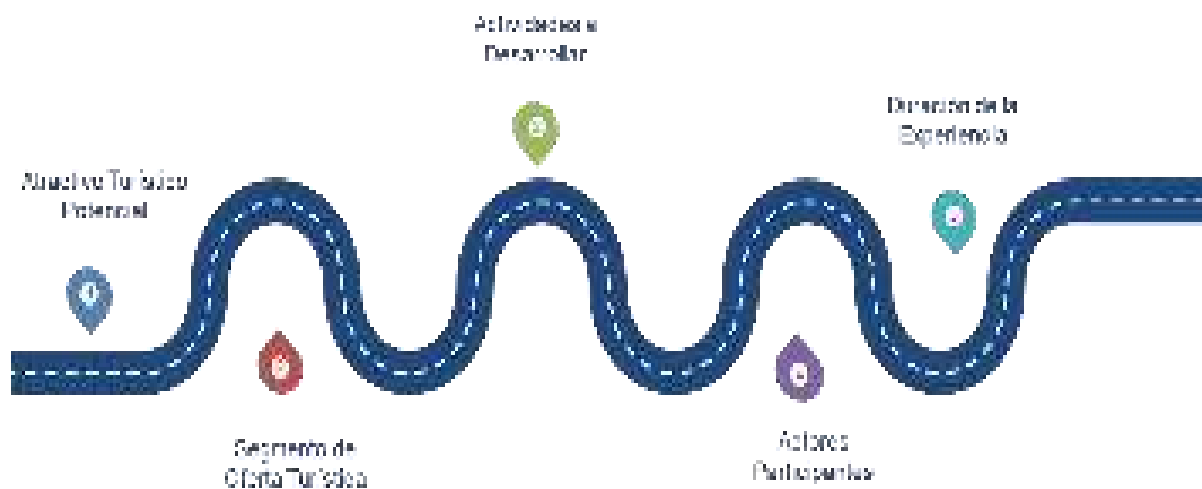
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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

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

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

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



*Fuente Propia

8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO

CIRCUITO 1

Cristo Rey

- ✓ Desayuno con los cochinos de Cristo Rey (Fiesta Doña Chela)
- ✓ Visita a Cristo Rey

8:30 am - 11:30 pm

- ✓ Comida (Cochinos de Cristo Rey, Doña Chela) (Culminación en la para lavar)

✓ Entrada en Avión Sky desde Aerolíneas artísticas de modestos, modernos y un de experimento y creatividad

✓ Pernoctar
12:00 pm - 02:00 pm

Cabeceza Municipal

- ✓ Desayuno en jardín principal
- ✓ Recorrido por el Centro de Siles (Templo de San José y Parroquia de Santiago Apóstol)
- ✓ Comida en el Jardín principal (Famosa Tamales Chiles)

10:00 am - 02:00 pm

GUANAJUATO ME

Crece

CIRCUITO 2

Cabeceza Municipal

- ✓ Desayuno en el Jardín principal
- ✓ Visita al Centro Parroquial (Famosa Tamales Chiles)

10:00 am - 12:00 pm

Destilería María de la Paz

- ✓ Recorrido guiado por la destilería
- ✓ Olla de destilados (Olla experimento C. M)
- ✓ Comida

11:30 am - 02:00 pm

Hotel Luce / Hacienda María Eugenia / Hacienda La Catrina

- ✓ Pernoctar
- ✓ Desayuno
- ✓ Actividades dentro de las instalaciones de los hoteles (Fiesta de la Cacha de cerdos de carne, Albarico, Salsa, Queso, etc)
- ✓ Fiesta de la Cacha de cerdos, Salsa, Queso, etc
- ✓ Fiesta de la Cacha de cerdos, Salsa, Queso, etc
- ✓ Comida

02:00 pm - 06:00 pm

Alcón Prohibido

- ✓ Recorrido a la zona de la periferia
- ✓ Comida de zona, dulces típicos y ensalada
- ✓ Taller de degustación

04:00 pm - 07:00 pm

GUANAJUATO ME

Crece

Segmento de oferta turística:

- Destilados;
- Cultural;
- Gastronómico.

Actividades a desarrollar

- Actividades recreativas, cabalgata, recorridos de destilados;
- Recorrido cultural.

Actores participantes

- Operadores turísticos locales;
 - Guía de turistas;
 - Colectivo de cocineras tradicionales;
 - Proveedores de productos locales;
 - Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos;
 - Emprendedores turísticos;
 - Empresarios locales de la cadena de valor turística;
 - Gobierno Municipal;
 - Gobierno Estatal;
 - Gobierno Federal.
- **Duración de la experiencia**
 - 2 días (Pernoctar 1 noche).



*Ex Hacienda María Eugenio
Silao de la Victoria,
Guanajuato.*



*Rincón Prohibido
Silao de la Victoria,
Guanajuato.*

9. HAYAZGOS 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 turística así como las inevitables bajas.
2. En referencia de los prestadores y servidores turísticos registrados en el inventario turístico solamente **el 47%** 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 **Silao** solamente en **5%** 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.



*Cristo Rey
Silao de la Victoria,
Guanajuato.*

10. CONCLUSIONES

- Tras el análisis llevado a cabo, se pueden destacar las grandes potencialidades turísticas que se han visitado en el municipio de Silao de la Victoria, Guanajuato. Este municipio cuenta con una amplia gama de atractivos turísticos, tales como sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, así como centros de esparcimiento.
- El municipio de Silao de la Victoria visitamos 11 potencialidades turísticas de los cuales los sitios históricos se pueden convertir en un producto turístico, sin embargo, no se cuenta con mucha información de estos por los que se deberá hacer un arduo trabajo de recopilación de información histórica. Este municipio pertenece a una zona de reserva histórico-cultural por ser un punto de encuentro ancestral.
- Se aconseja llevar a cabo un inventario turístico de todos los atractivos naturales, culturales e históricos, tales como Folklore, museos, artesanías, entre otros, con información detallada acerca de elementos, patrimonio, contenido fotográfico y contenido fotográfico, que pueda ser fundamento para la creación de nuevos productos turísticos.
- Las potencialidades turísticas identificadas en nuestro recorrido son: Rancho la Nanita, Rincón Prohibido, Buffet Manolete, Hotel Misión Comanjilla, Cristo Rey, Doña Chila, SKY Done Aluna, Casa de la Cultura, Teatro, Destilería María de La Paz, Hotel Ecce, Hacienda La Catrina Boutique, Splash. En este sentido, identificamos que es primordial generar circuitos con los sitios visitados, ya que así podremos ofrecer al turista una variedad de opciones buscan acrecentar su estancia en dicho municipio.
- Además de los atractivos turísticos mencionados, es importante nombrar lo que representa Puerto Interior para el municipio, una afluencia de mercado extranjero que viene a ser un detonante para abrir nuevos nichos de mercado dentro de la localidad.
- En virtud de la recomendación primordial, resulta fundamental involucrar a toda la comunidad en la creación de una cultura turística, con el fin de que la misma comunidad sea la que brinde información al visitante acerca de las actividades culturales, deportivos y religiosas que se presenten durante el transcurso del año. Para ello, es imperativo mantener a la sociedad informada de todos los acontecimientos culturales, deportivos y religiosos que se presenten durante el año, con el fin de colaborar y colaborar.
- Hablar de infraestructura en el municipio es identificar un **área de oportunidad prioritaria**, ya que en tema de señalización vial informativa, es una de las acciones preferentes para implementar dentro del

municipio, así como **la reparación de caminos**, especialmente los que conducen a los puntos de potencialidad turística.

- Se recomienda realizar acciones para el cumplimiento del Registro Estatal Turístico, se considera importante desarrollar: Material informativo o bien un curso en el cual se le pueda proporcionar información relacionada con las obligaciones frente al SAT y el manejo contable y así obtener su constancia de situación fiscal para el cumplimiento de ese requisito, apoyo legal para el desarrollo de contrato de arrendamiento y 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 porque 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 fundamental llevar a cabo la planificación del lugar para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad turística, por lo tanto, se plantea la implementación del plan de desarrollo turístico y, de esta forma, establecer los objetivos en conjunto, establecer metas a corto, mediano y largo plazo, presupuestos, métricas para su efectiva operativa, se recomienda realizar una actualización de este y buscar la conexión con el logro de objetivos.
- 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 lo que respecta a la imagen, resulta fundamental disponer de un proyecto de desarrollo de imagen y marca turística del municipio y evaluar su impacto. Es esencial contar con una mayor cantidad de información en cada uno de los eventos llevados a cabo con el fin de conocer el impacto y la imagen que los visitantes tienen del destino. Asimismo, se requiere la utilización de la herramienta de Satisfacción y Fidelización, QR, implementada por la Secretaría de Turismo del Estado, con el fin de lograr estrategias enfocadas en el posicionamiento del destino.
- 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 GLOSARIO

11.2 FOTOGRAFICO

11.3 PLAN DE TRABAJO

Silao de la Victoria

REPORTAGE
FOTOGRAFICO





Casa de la
Cultura



Casa de la
Cultura



Casa de la
Cultura



Casa de la
Cultura



Casa de la
Cultura



Casa de la
Cultura



Destilería

María de La Paz



Destilería

María de La Paz



Destilería

María de La Paz



Destilería

María de La Paz



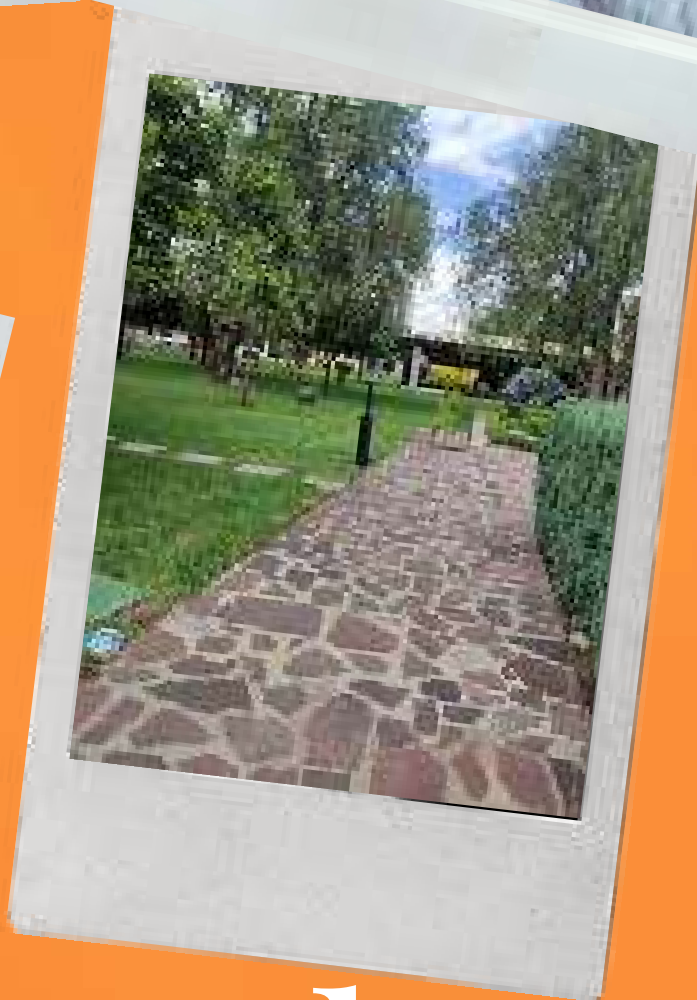
Destilería

María de La Paz



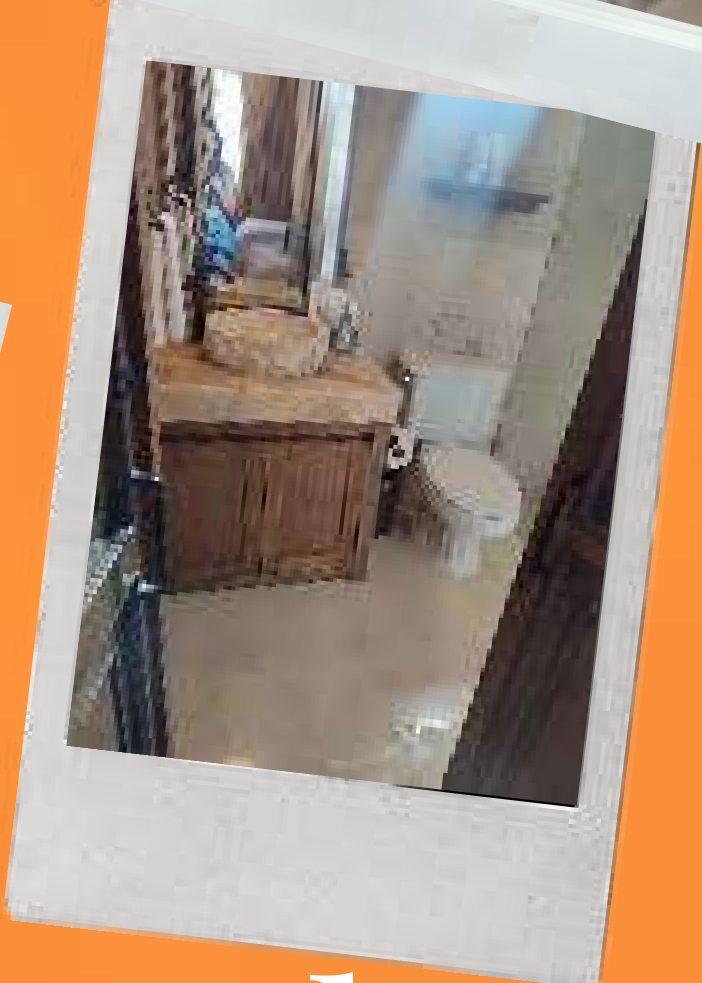
Hacienda

La Catrina



Hacienda

La Catrina



Hacienda

La Catrina



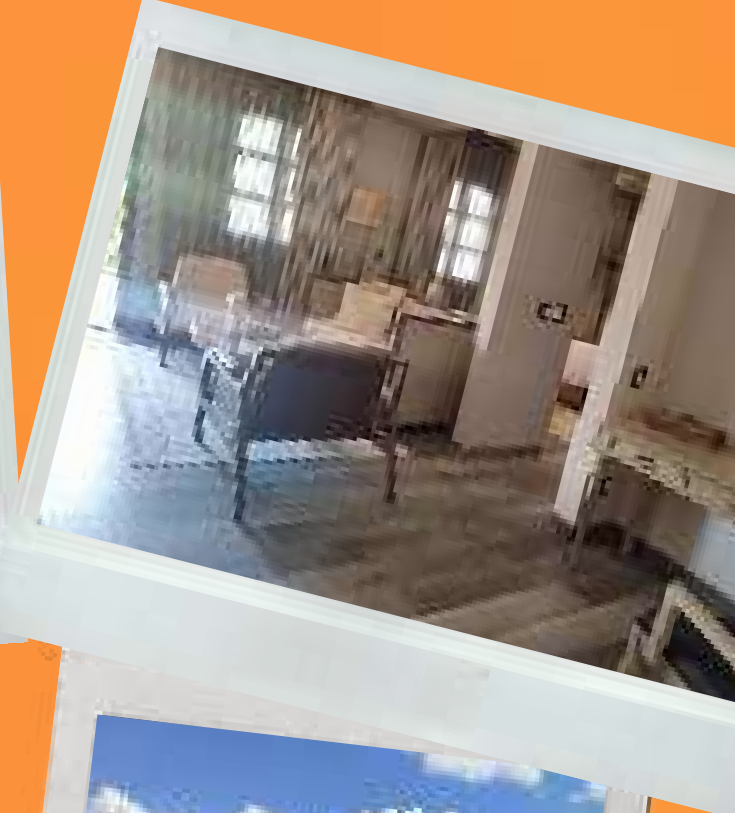
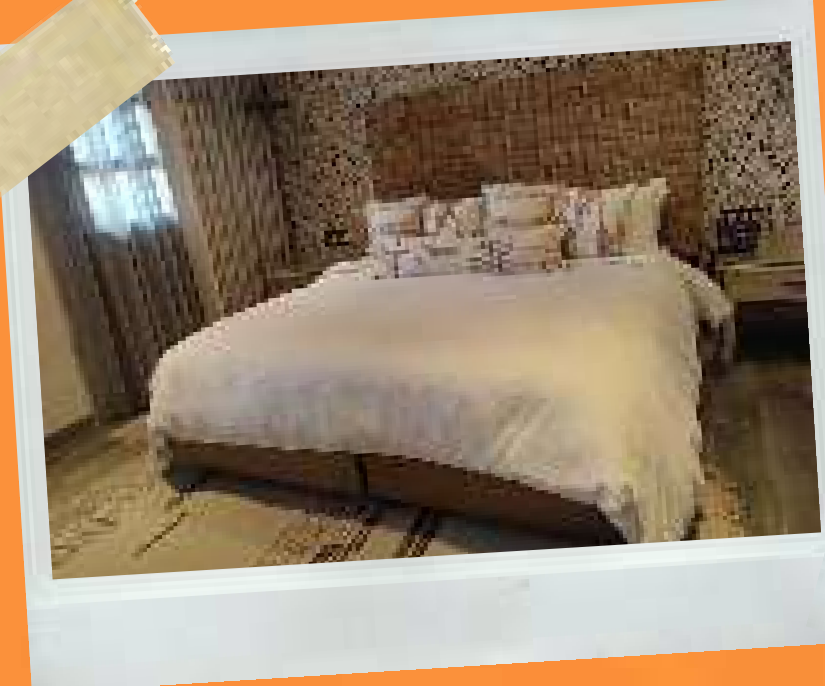
Hacienda

La Catrina



Hacienda

La Catrina



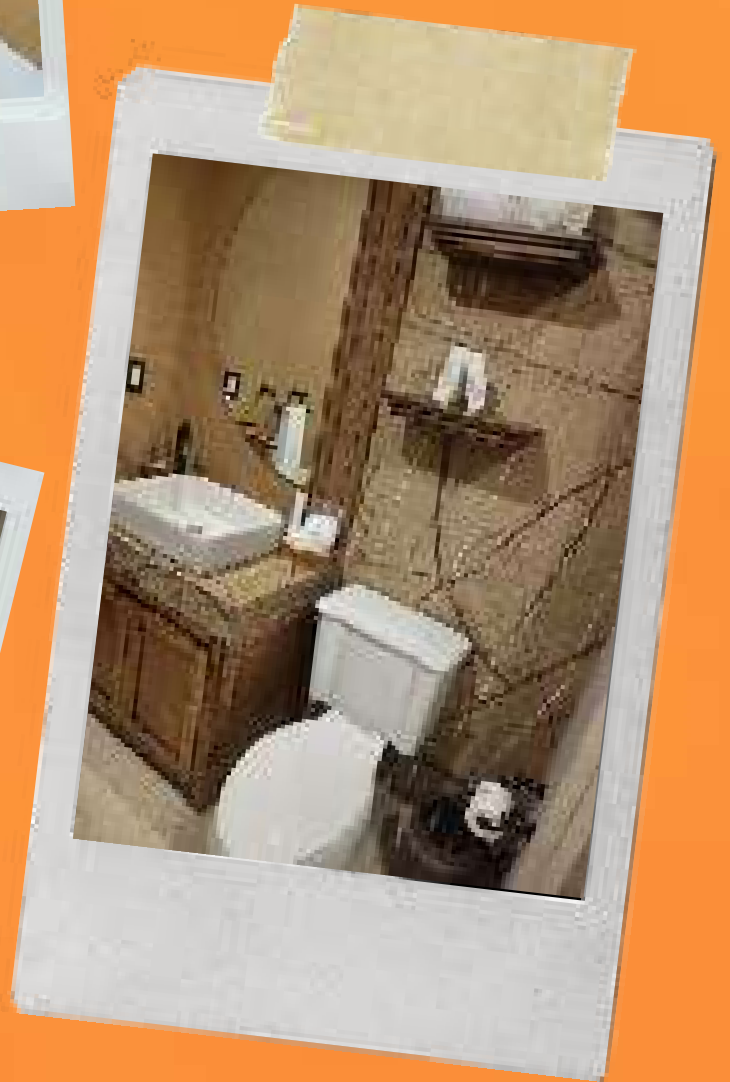
Hacienda

La Catrina



Hacienda

La Catrina



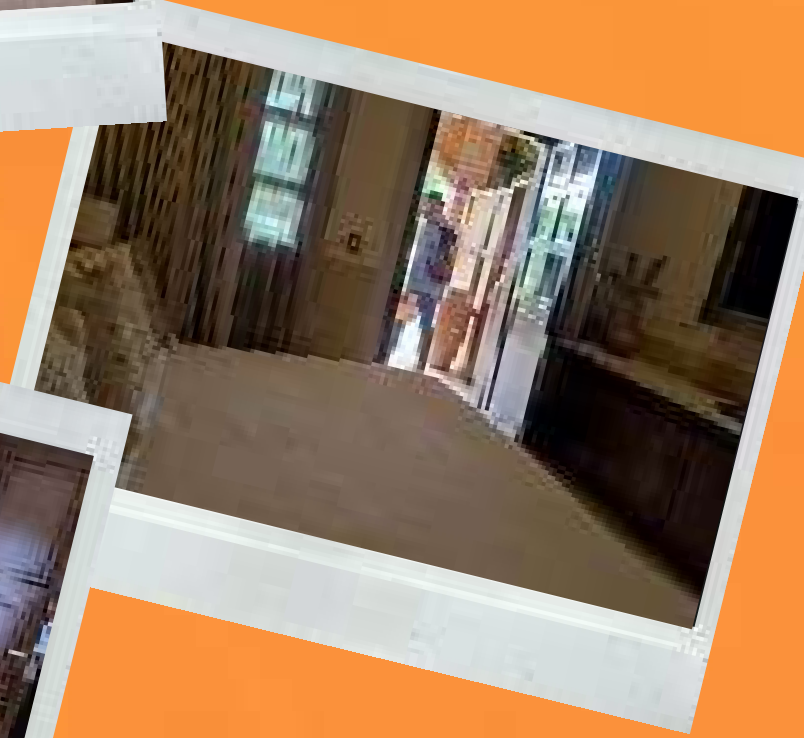
Hacienda

La Catrina



Hacienda

La Catrina



Hacienda

La Catrina



Hacienda

La Catrina



Hacienda

La Catrina



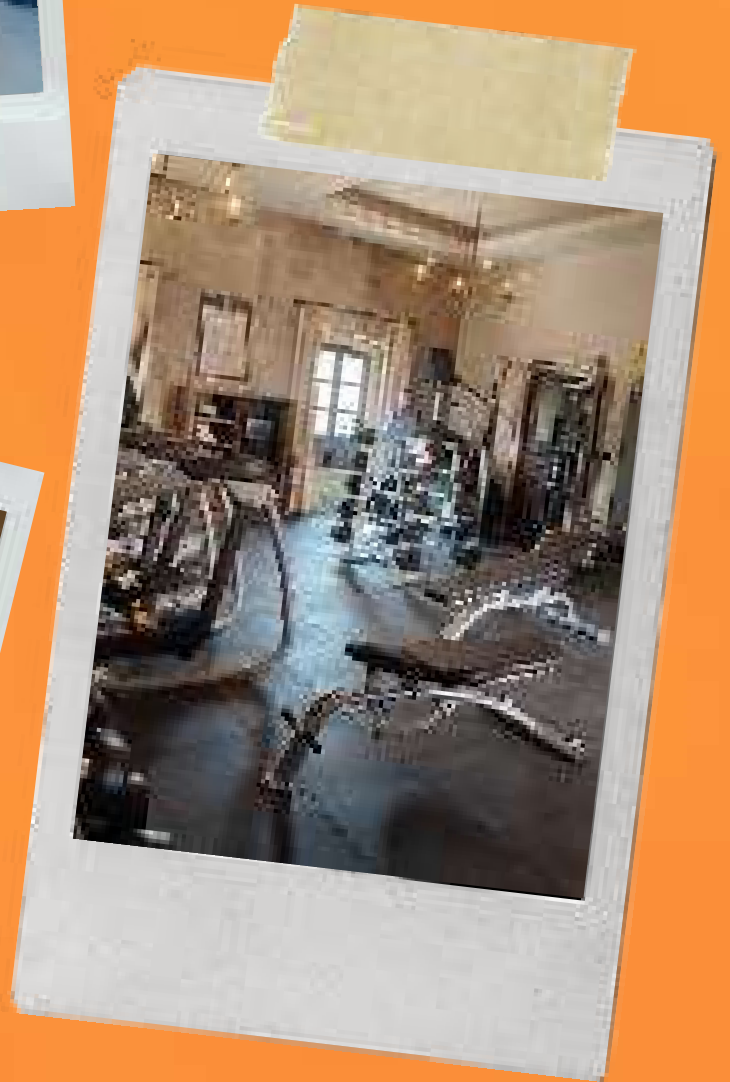
Hacienda

La Catrina



Hacienda

La Catrina



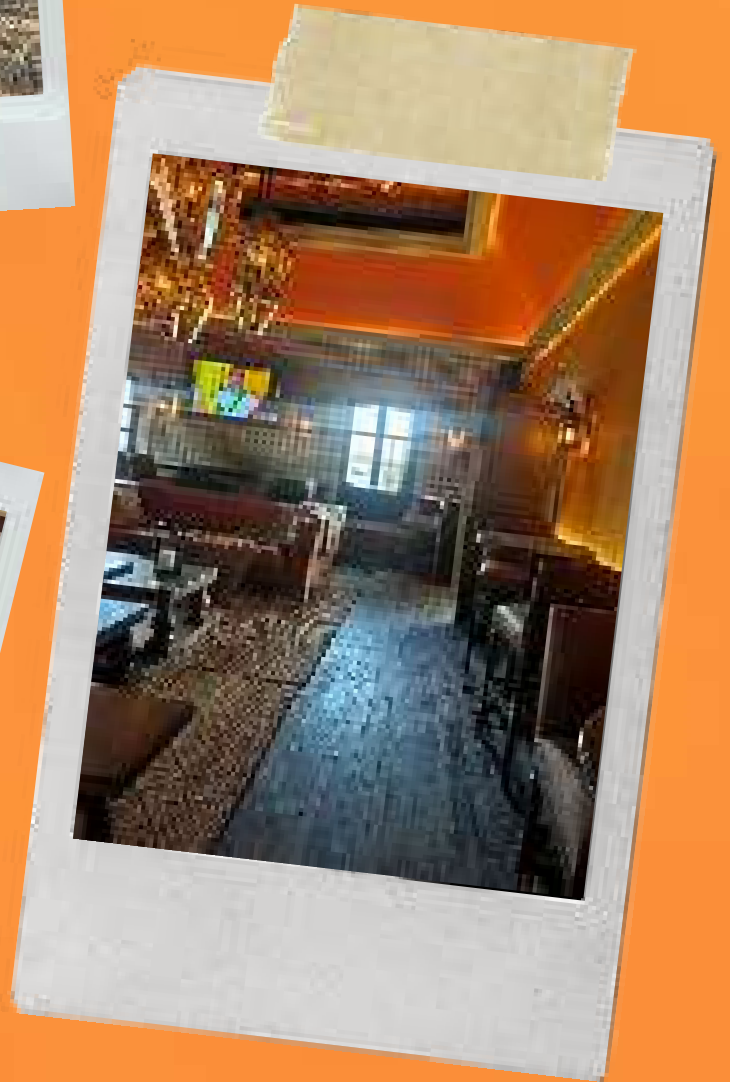
Hacienda

La Catrina



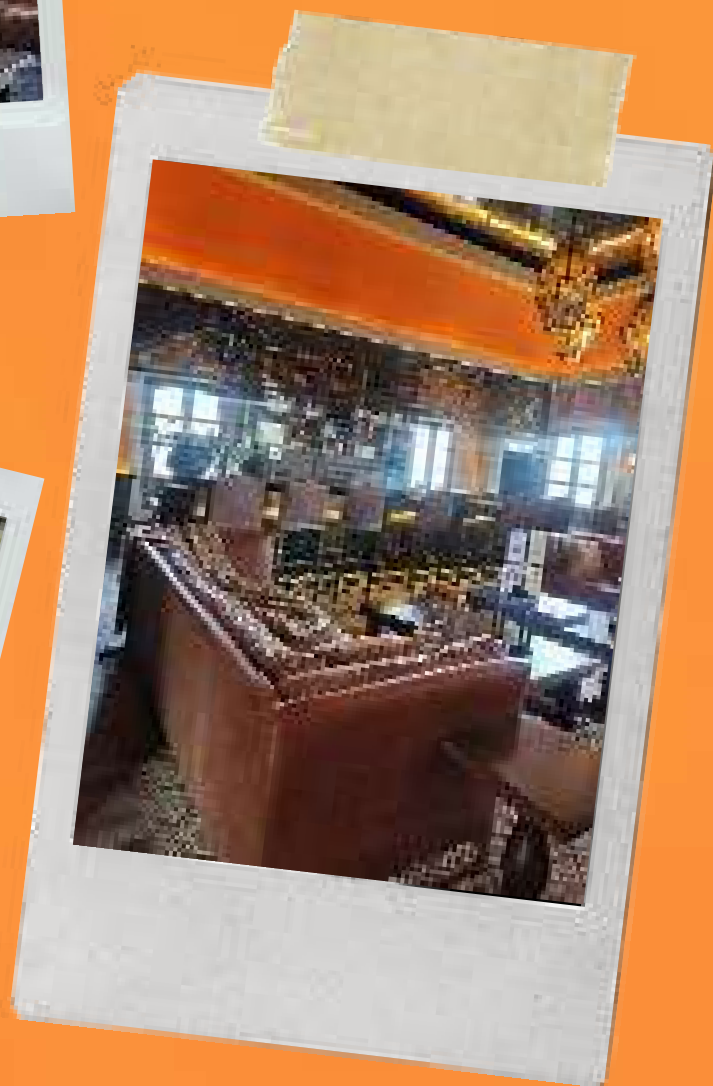
Hacienda

La Catrina



Hacienda

La Catrina



Hacienda

La Catrina



Hacienda

La Catrina



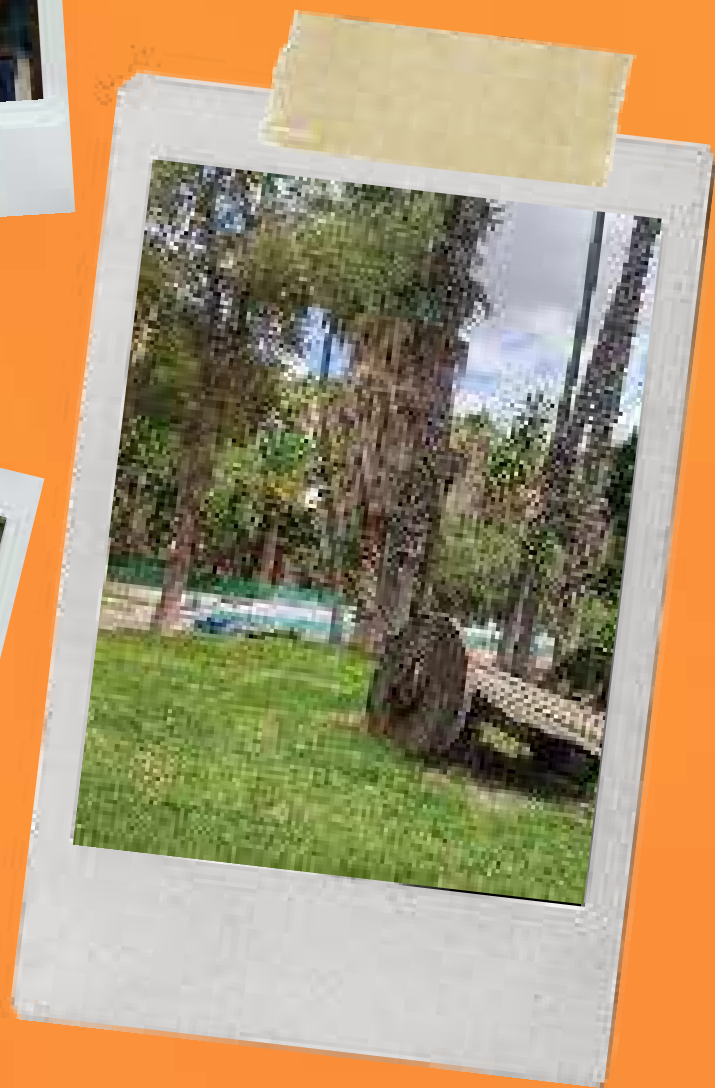
Hotel Misión

Comanjilla



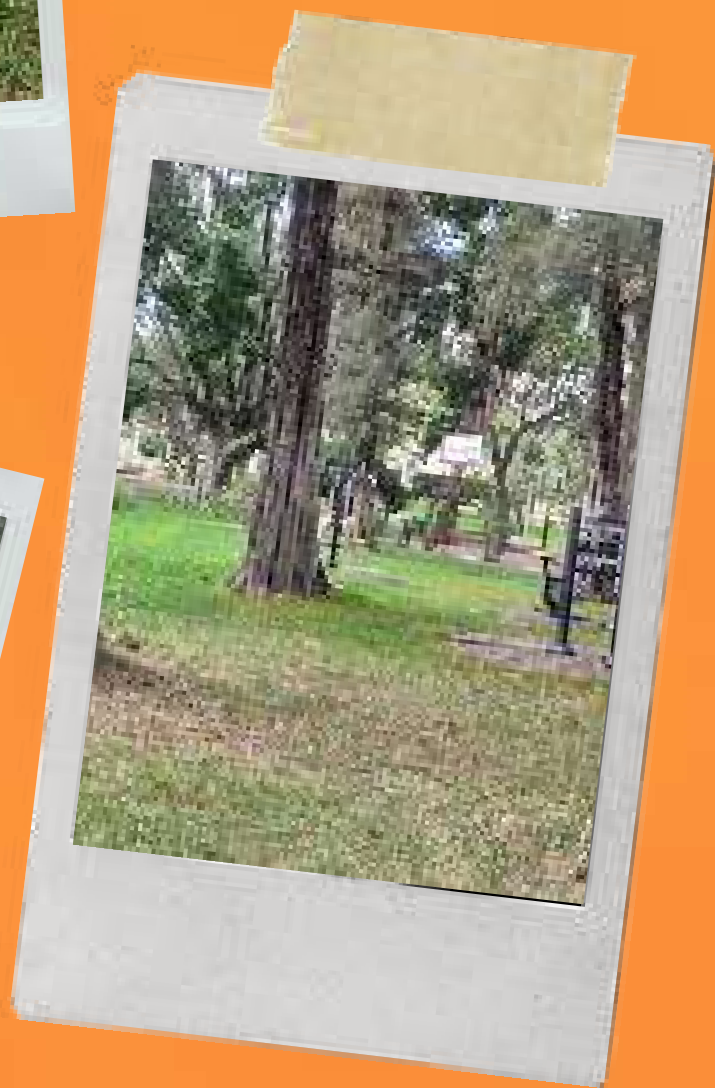
Hotel Misión

Comanjilla



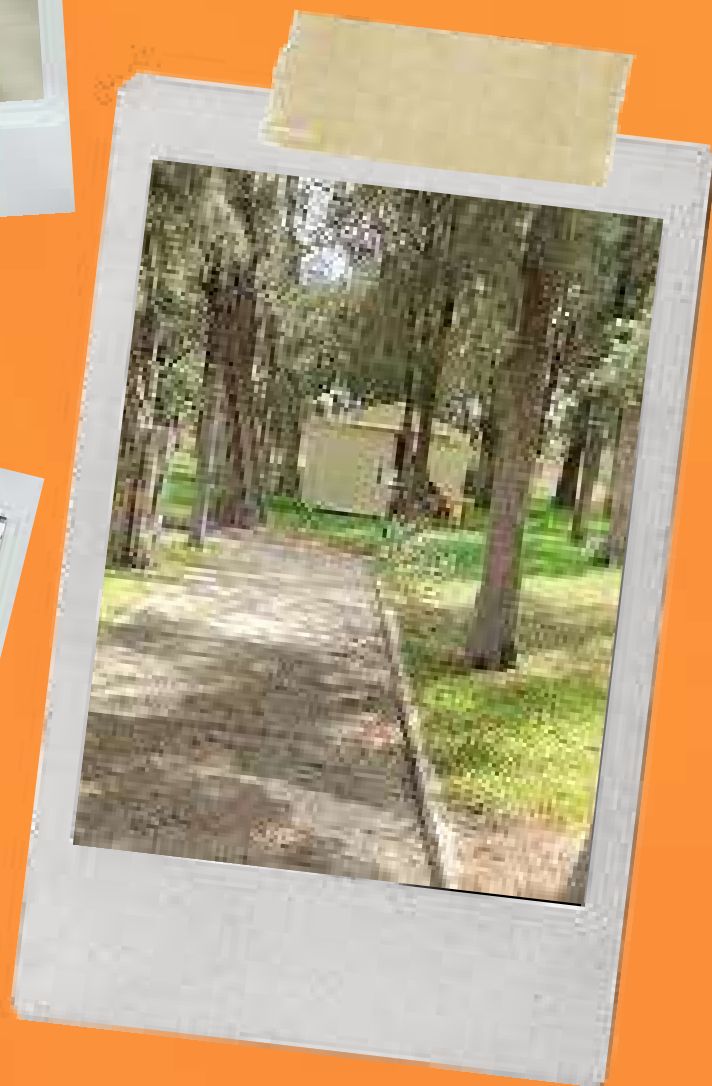
Hotel Misión

Comanjilla



Hotel Misión

Comanjilla



Hotel Misión

Comanjilla



Hotel Misión

Comanjilla



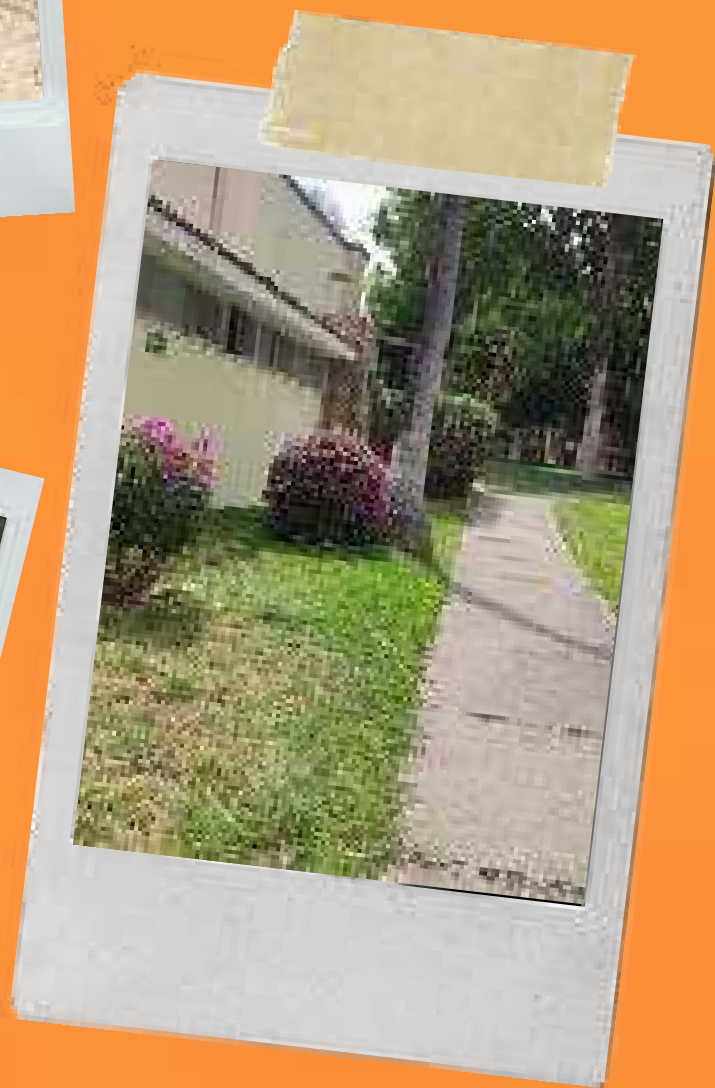
Hotel Misión

Comanjilla



Hotel Misión

Comanjilla



Hotel Misión

Comanjilla



Hotel Misión

Comanjilla



Hotel Misión

Comanjilla



Zona Centro



Zona Centro



Rincón

Prohibido



Rincón

Prohibido



Rincón

Prohibido



Ex Hacienda

María Eugenio



Ex Hacienda

María Eugenio



Ex Hacienda

María Eugenio



Ex Hacienda

María Eugenio



Ex Hacienda

María Eugenio



Ex Hacienda

María Eugenio



Ex Hacienda

María Eugenio



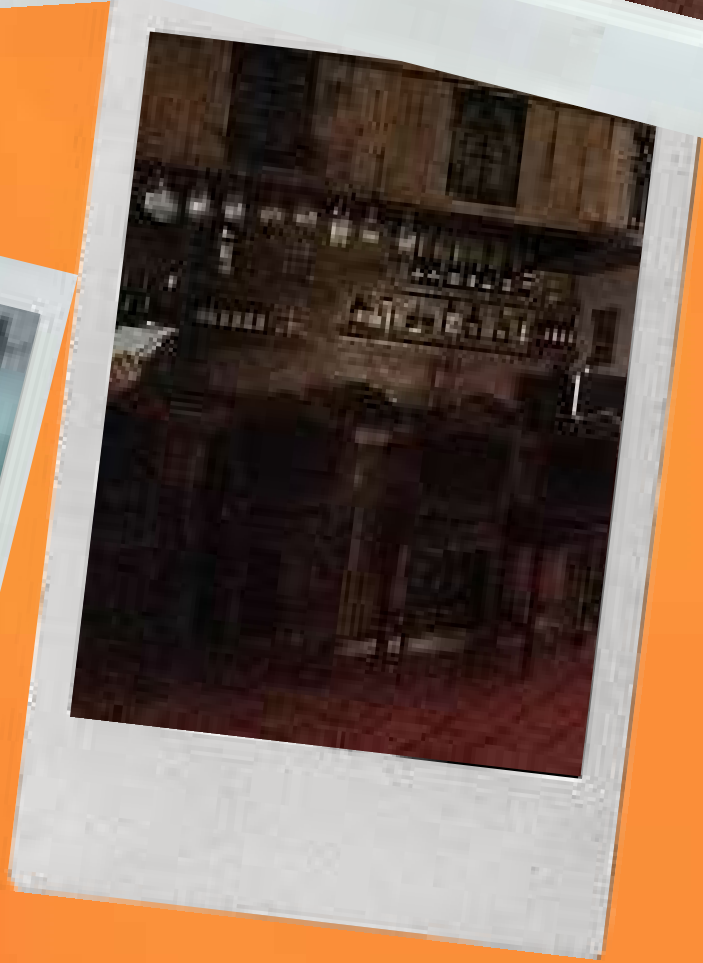
Ex Hacienda

María Eugenio



Ex Hacienda

María Eugenio



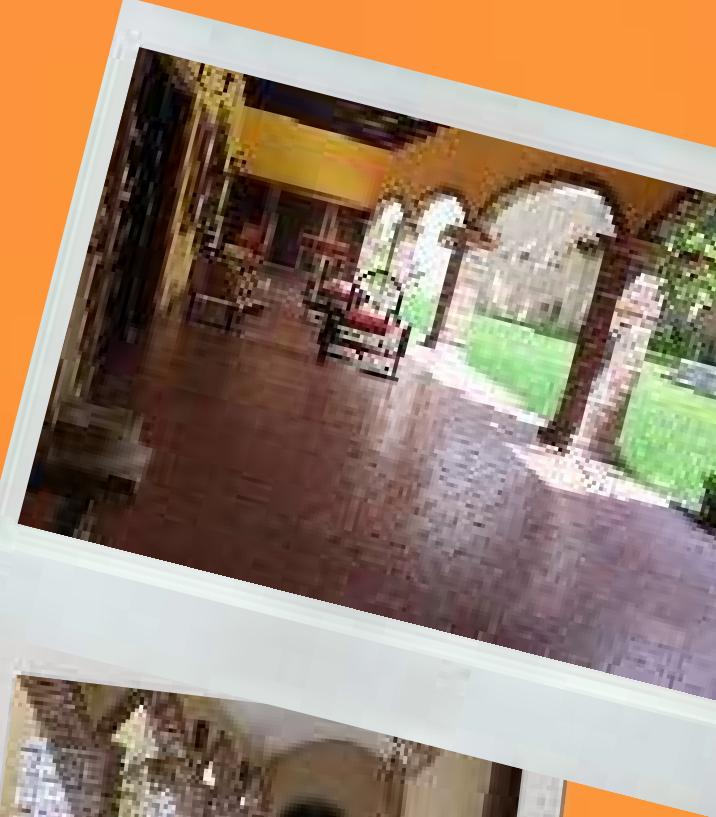
Ex Hacienda

María Eugenio



Ex Hacienda

María Eugenio



Ex Hacienda

María Eugenio



Ex Hacienda

María Eugenio



Ex Hacienda

María Eugenio



Ex Hacienda

María Eugenio



Cristo Rey



Teatro



Hotel ECCE



Hotel ECCE



Hotel ECCE



Hotel ECCE



Hotel ECCE



Hotel ECCE



Splash



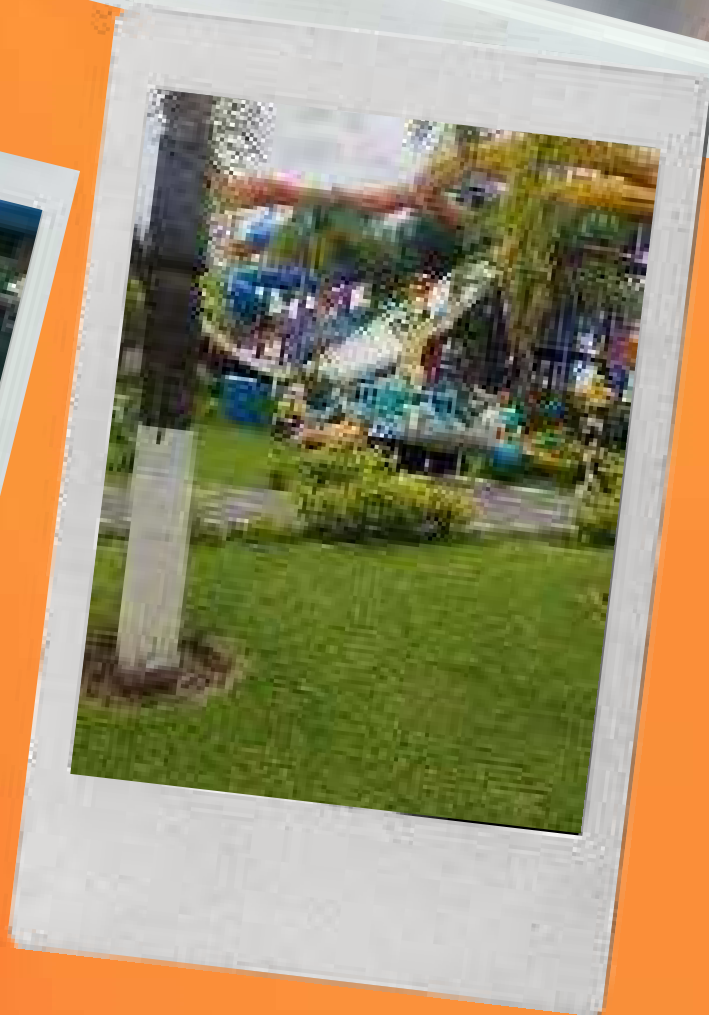
Splash



Splash



Splash



Splash



Manolete



Manolete



Aluna

Sky Dome



Aluna

Sky Dome



Aluna

Sky Dome

ANEXO
PLAN DE TRABAJO

Plan de trabajo "Rincón Prohibido"



	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
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	• Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto.	*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.	1 año	

Plan de trabajo "Rancho La Nanita"



	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
	Construcción	Construcción	Construcción	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*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 "Buffet Manolete"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación y Difusión	Capacitación y Difusión	Capacitación y Difusión	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Hotel Misión Comanjilla"



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

Plan de trabajo "Cristo Rey"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
Actividades	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Promoción y capacitación	<ul style="list-style-type: none"> Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto. 	<ul style="list-style-type: none"> *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. 	1 año

Plan de trabajo "SKY DOME ALUNA"



	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
	Equipamiento y asesoría legal	Equipamiento y asesoría legal	Equipamiento y asesoría legal	Identificar programa de apoyo
	Brochure y Difusión del recinto	Brochure y Difusión del recinto	Brochure y Difusión del recinto	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*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 "Casa de la Cultura y Teatro"



	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
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	• Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto.	*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.	1 año	

Plan de trabajo "Destilería María de la Paz"



	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
	Equipamiento y Ampliación de área	Equipamiento y Ampliación de área	Equipamiento y Ampliación de área	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Hotel Ecce"



	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
	Brochure y Difusión y comercialización	Brochure y Difusión y comercialización	Brochure y Difusión y comercialización	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*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 "Hacienda La Catrina"



	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
	Brochure y Difusión y comercialización	Brochure y Difusión y comercialización	Brochure y Difusión y comercialización	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*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 "Splash"



	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
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	• Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto.	*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.	1 año	

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.