



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	15
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	17
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS	18
1. ZONA ARQUEOLÓGICA ARROYO SECO	19
2. CACTÁCEAS GIGANTES EJIDO SAN ISIDRO CORRALILLOS.....	20
3. EX HACIENDA SAN ISIDRO	21
4. PINTURAS RUPESTRES EJIDO SAN ISIDRO.....	22
5. VIRGEN DE LOS REMEDIOS	23
6. EL CARMEN	24
7. TEMPLO CIENEGUILLA	25
8. TEMPLO DE LA VIRGEN QUEMADA	26
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	27
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO	30
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO	33
8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO.....	34
9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES	36

9.1 ESTRATÉGICAS36

9.2 DETONADORAS.....39

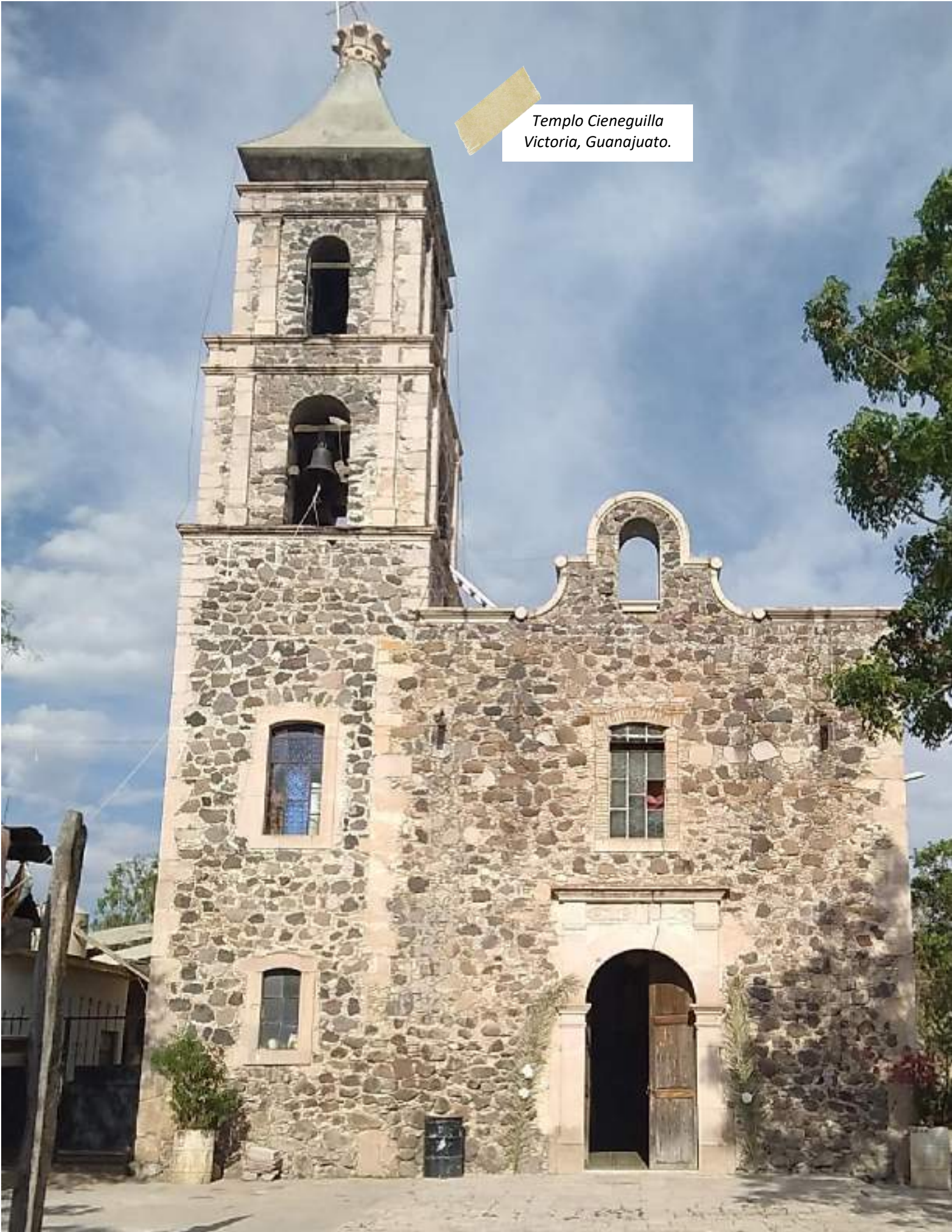
10. CONCLUSIONES.....42

11. ANEXOS.....44

11.1 GLOSARIO44

11.2 FOTOGRÁFICO44

11.3 PLAN DE TRABAJO.....44



*Templo Cieneguilla
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



*Parroquia San Juan Bautista
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.



2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



Templo Cieneguilla
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.

**EJIDO SAN ISIDRO
CORRALILLOS
PRODUCTOS NENANCI**



*Ex Hacienda San Isidro
Ejido San Isidro
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.

1. Atractivos Turísticos

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

2. Infraestructura

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

3. Servicios Turísticos y de Apoyo

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



4. Capital Humano del Sector Turístico

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

5. Planificación y Gestión del Destino

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

6. Imagen

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

*Fuente Propia

- Los atractivos turísticos del destino considera** todos aquellos sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales, 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.

- 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



*Santuario Virgen de los Remedios,
Victoria, Guanajuato*

*Santuario Virgen de los Remedios
Victoria, Guanajuato*



5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO



Fuente: Instituto de Planeación, Estadística y Geografía 2015

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

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

Con una población total de **21, 253** habitantes, el municipio de **Victoria, Guanajuato**, es uno de los 46 municipios de Guanajuato, ubicado en la región noreste, subregión Sierra Gorda, limita al norte con el estado de San Luis Potosí, al este con el municipio de Xichú, al sur con el municipio de Santa Catarina y con el municipio de Doctor Mora y, al oeste con el municipio de San Luis de la Paz. El área total del territorio municipal comprende 1050.188 kilómetros cuadrados, equivalentes al 3.42 % de la superficie total del estado de Guanajuato.

Las localidades más importantes son:

- Los Remedios, Rancho Viejo, Palmillas, Misión de Arnedo, Misión del Refugio, Milpilllas, Malinto, Derramaderos, Cieneguilla, El Carmen, Álamos de Martínez.

En la comunidad de **Los Remedios** aún se conservan en su estado natural pinturas rupestres, en este sitio se celebra el equinoccio de primavera.

Las principales fiestas y festividades son:

- San Isidro Labrador, 15 de mayo,
- San Juan Bautista, 24 de junio,
- Señora de los Remedios, 25 de julio,
- Purísima Concepción, 8 de diciembre

El **patrono de la Ciudad es San Juan Bautista**.

Algunas de las principales tradicionales en el municipio de Victoria son la representación en Semana Santa, el Día de Muertos, el Huapango Arribeño, el equinoccio, festival navideño, feria de San Juan Bautista, entre otras.

Dentro de sus **principales atractivos turísticos** resalta el *Palacio Municipal, la Parroquia de San Juan Bautista, construida a principios del siglo XX, monumento a los niños héroes, Zona Arqueológica Arroyo Seco, Presa de Victoria, Cactáceas Gigantes, entre otros.*

Dentro de sus principales **artesanías** se encuentran la fabricación de canastas, colotes, tortilleros y sombreros de carrizo tallado, metales y molcajetes, elaborados de piedra negra, morrales, mecates, costales, mantas y coyundas de ixtle, y sudaderos de palma de dátil.

Dentro de su **gastronomía** podemos encontrar bebidas como el pulque y la elaboración de cocina tradicional.

Este municipio pertenece a una zona de reserva histórico-cultural por ser un punto de encuentro ancestral, gracias a los vestigios pictóricos encontrados en más de 95 sitios con pinturas sobre roca en esta región de Guanajuato.



5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



Actualmente, en el municipio de **Victoria**, Guanajuato se cuenta con un registro de **15 sitios** turísticos, entre los cuales se puede mencionar *Casa de Cultura, Montañas de Cerrito Colorado, Parroquia de San Juan Bautista, Plaza Principal, Plazuela de la Reforma, Presa Misión de Armedo, Presidencia Municipal, Vestigios Pictóricos de la Peña del Tecolote, Vestigios Pictóricos de los Remedios, Cerrito*, entre otros.

Atendiendo la estrategia de **Segmentos Turísticos** de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, en el municipio de **Victoria**, 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 San Isidro
Ejido San Isidro
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 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 **Victoria, Guanajuato** 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. Zona Arqueológica Arroyo Seco;
2. Cactáceas Gigantes (Ejido San Isidro Corralillos);
3. Ex-Hacienda San Isidro;
4. Pinturas Rupestres (Ejido San Isidro Corralillos);
5. Santuario de la Virgen de los Remedios;
6. El Carmen;
7. Cieneguilla.
8. Templo de la Virgen Quemada/Misión de Arnedo.

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.



*Zona Arqueológica
Arroyo Seco
Victoria, Guanajuato*



1. ZONA ARQUEOLÓGICA ARROYO SECO

La zona arqueológica Arroyo Seco está integrada por una planicie y dos pequeñas elevaciones naturales de relevante valor paisajístico, donde se ubican los conjuntos pictóricos que confieren a este sitio su valor patrimonial y que lo distinguen como una de las concentraciones de arte rupestre más importantes del país.

Llama la atención por la gran cantidad de grafismos que contiene, así como por la variedad y riqueza iconográfica que presenta. Asiento de cazadores-recolectores desde épocas ancestrales, estas sociedades dejaron plasmadas en cuevas, abrigos y frentes rocosos, una gran cantidad de motivos pictóricos que reflejan una parte fundamental de su forma de vida y de su cosmovisión.



Necesidades específicas

1. Difusión del recinto con el fin de captar más turistas.
2. Desarrollar una marca municipio en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.



2. CACTÁCEAS GIGANTES EJIDO SAN ISIDRO CORRALILLOS

Un sitio que ofrece vivir una experiencia única en la cual podrás tener contacto con la naturaleza, realizar una cabalgata por las ruinas de la ex hacienda y conocer su historia, además de disfrutar de la gran variedad gastronómica y artesanías realizadas por los pobladores de la región.

A solo minutos de los municipios de Tierra Blanca y Victoria.

Actividades: Miradores Panorámicos, Pinturas Rupestres, Senderos, Recorridos de Plantas Nativas, Cactáceas Gigantes, Cabalgata.



Necesidades específicas

1. Difusión del recinto con el fin de captar más turistas.
2. Desarrollar una marca municipio en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.



3. EX HACIENDA SAN ISIDRO

Haciendas. Originalmente, el término “hacienda” se refería a un “conjunto de bienes”, por eso, durante los primeros años de la época colonial, las ahora llamadas haciendas eran más bien estancias asignadas a los encomenderos españoles.

Durante la época colonial se designa por “hacienda” toda ocupación de la gente. Así, los campos, los rebaños, etc., eran designados con este término. Poco a poco, se empieza a asociar el trabajo con el medio o el lugar de la actividad.



Necesidades específicas

1. Remodelación y reconstrucción de la Hacienda y señalética.



4. PINTURAS RUPESTRES EJIDO SAN ISIDRO

En el estado de Guanajuato hay pocos lugares con ejemplos de arte rupestre tan significativos como los de la región nororiental de la entidad. Asiento de cazadores recolectores desde épocas ancestrales, estas sociedades dejaron plasmadas en cuevas, abrigos y frentes rocosos, una gran cantidad de motivos pictóricos que reflejan una parte fundamental de su forma de vida y de su cosmovisión. Cuando los españoles llegaron a México en el siglo XVI, el extenso territorio ubicado al norte de los ríos San Juan (Querétaro) y Lerma (Guanajuato) estaba habitado por diversos grupos de cazadores y recolectores y nómadas y seminómadas, a quienes se llamó simplemente chichimecas; sin embargo, estos grupos no necesariamente compartían un mismo origen étnico, ni se encontraban en un nivel de desarrollo equiparable, ni hablaban la misma lengua o tenían las mismas costumbres.



Necesidades específicas

1. Equipamiento para guías.
2. Reparación de caminos.
3. Capacitación y certificación de guías.



5. VIRGEN DE LOS REMEDIOS

La fiesta para la Virgen de los Remedios se celebra tres veces al año. La primera el día 5 de febrero. La segunda el día 1 de septiembre y la tercera el día 28 de diciembre. Estas festividades se celebran con rezo de rosarios, cantos y danzas de pluma durante nueve días, anteriormente al no haber carros ni carreteras, las personas que venían de otros lugares llegaban en burros. A falta de policías, la misma gente se organizaba haciendo rondas usando un cuarto o habitación como cuartel o cárcel, la única arma de



defensa era un machete, mismo que los identificaba como ronderos.

Necesidades específicas

1. Mantenimiento de los baños públicos.
2. Mejorar el desnivel de la explanada.
3. Iluminación y sonido, señalética y estructura en atrio.



6. EL CARMEN

Posee una pintoresca capilla clásica del tiempo de las viejas haciendas que conserva todavía su pintura original. Cuentan las personas mayores que su dueño, don Arturo Ducoing, cuando salía a pasear por sus dominios llevaba a todas sus mujeres bien ataviadas, cada una en su caballo y él al pendiente de ellas como gallo en parvada.

Esta comunidad ha progresado bastante en los últimos años en el aspecto urbano. Esta hacienda ocupó una porción de tierra que actualmente limita con el ejido de Cañada de Moreno. En el lugar conocido como Las Trojes, existe una hermosa construcción que en su momento fue utilizada como almacén de semillas, hoy, parte de ella, es utilizada como capilla y frente a ella se ubica todavía la era, espacio que en su época era utilizado para trillar las semillas. El año con fines de dar a conocer el recorrido religioso. Desarrollar una marca municipio en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.



Necesidades específicas

1. Realización de eventos religiosos y culturales en todo el año con fines de dar a conocer el recorrido religioso.
2. Desarrollar una marca municipio en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.



7. TEMPLO CIENEGUILLA

Importante núcleo ejidal ubicado a 10 km al poniente de la cabecera municipal, es una de las comunidades de mayor población, su actividad principal es la agricultura, posee buenas tierras de cultivo solo que la mayor parte son de temporal.

Tienen dos festividades al año, una en los últimos días de diciembre, para festejar a su santa patrona La Virgen de Guadalupe, “MaCuaTa: Nuestra Señora. Por quién se vive” y la otra en el mes de agosto para dar gracias al Creador por la cosecha obtenida, cabe destacar que esta comunidad era muy rica en agua, que era utilizada en el cultivo de hortalizas como la cebolla, el ajo y el cilantro, además de sus huertas de chabacano.



Necesidades específicas

1. Realización de eventos religiosos y culturales en todo el año con fines de dar a conocer el recorrido religioso.
2. Desarrollar una marca municipio en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.



8. TEMPLO DE LA VIRGEN QUEMADA

En esta comunidad veneran a la virgen de la Purísima Concepción, patrona del lugar cuya festividad se lleva a cabo el 8 de enero, en este lugar se dan los dos tipos de tenencia de la tierra: el ejido y la comunidad: su templo hecho de piedra es más grande y muy distinto a los de otras comunidades.

Existen en este lugar pinturas rupestres como las que tradicionalmente se encuentran en los otros sitios del municipio, pero también encontramos algunas pinturas de la época imperialista como el águila bicéfala.



Necesidades específicas

1. Realización de eventos religiosos y culturales en todo el año con fines de dar a conocer el recorrido religioso.
2. Desarrollar una marca municipio en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		16. Victoria , Guanajuato			
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Especifica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. ZONA ARQUEOLÓGICA ARROYO SECO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
2. CACTÁCEAS GIGANTES (EJIDO SAN ISIDRO CORRALILLOS)	1	Equipamiento	(3) Cuatrimotos (3) Binoculares Indumentaria (Imagen)	\$500,000.00	
	2	Capacitación	* Certificación de Guías * Certificación en primeros auxilios	\$400,000.00	
	3	Infraestructura	Reparación de caminos	\$1,500,000.00	
	Inversión total				\$ 2,400,000.00
3. EX HACIENDA SAN ISIDRO	1	Estratégico	Proyecto ejecutivo de restauración	\$1,500,000.00	
			1. Plano arquitectónico del estado actual.		
			2. Plano de fábricas del estado actual		
			3. Plano de alteraciones y daños del estado actual		
			4. Inventario de instalaciones		
			5. Plano de liberaciones y retiros		
			6. Plano de proyecto/ Intervenciones		
Inversión total				\$ 1,500,000.00	
4. PINTURAS RUPESTRES EJIDO SAN ISIDRO	1	Equipamiento	(3) Cuatrimotos (3) Binoculares Indumentaria (Imagen)	\$500,000.00	
	2	Capacitación	* Certificación de Guías * Certificación en primeros auxilios	\$400,000.00	
	3	Infraestructura	Reparación de caminos	\$1,500,000.00	
	Inversión total				\$ 2,400,000.00

5. SANTUARIO VIRGEN DE LOS REMEDIOS	1	Infraestructura	Mejora de baños públicos	\$150,000.00	
	2	Infraestructura	Mantenimiento en desnivel de explanada	\$850,000.00	
	3	Equipamiento	Iluminación y sonido	\$250,000.00	
	4	Infraestructura	Estructura en atrío	\$1,000,000.00	
	Inversión total				\$ 2,250,000.00
6. EL CARMEN	1	Estratégico	Proyecto ejecutivo de restauración	\$1,500,000.00	
	Inversión total				\$ 1,500,000.00
7. TEMPLO DE CIENEGUILLA	1	Estratégico	Proyecto ejecutivo de restauración	\$1,500,000.00	
	Inversión total				\$ 1,500,000.00
8. MISIÓN DE ARNEDO/TEMPLO DE LA VIRGEN QUEMADA	1	Estratégico	Proyecto ejecutivo de restauración	\$1,500,000.00	
	Inversión total				\$ 1,500,000.00
9. ESTRATÉGICO MUNICIPIO	1	Estratégico	Elaboración de proyecto ejecutivo con enfoque turístico	\$2,500,000.00	
			*Plan de Desarrollo turístico de la comunidad (Detonante)		
			* Proyectos de Inversión		
			*Proyecto de Marketing y digitalización		
			*Estrategia de comunicación y promoción		
			* Modelo de negocios		
			* Detección de necesidades de capacitación		
	2	Estratégico	Elaboración de proyecto señalética turística	\$500,000.00	
			1. Diagnostico situación actual		
			2. Selección y jerarquización de los elementos a señalar		
			3. Plano de señalética		
Inversión total				\$ 3,000,000.00	

INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA	\$16,150,000.00
----------------------------------	------------------------



*Zona Arqueológica Arroyo Seco
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 **Victoria se ubica en una fase de implicación** 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 de **gastronomía, aventura y cultura** 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



*Templo de la Virgen Quemada
Misión de Arnedo
Victoria, Guanajuato*

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

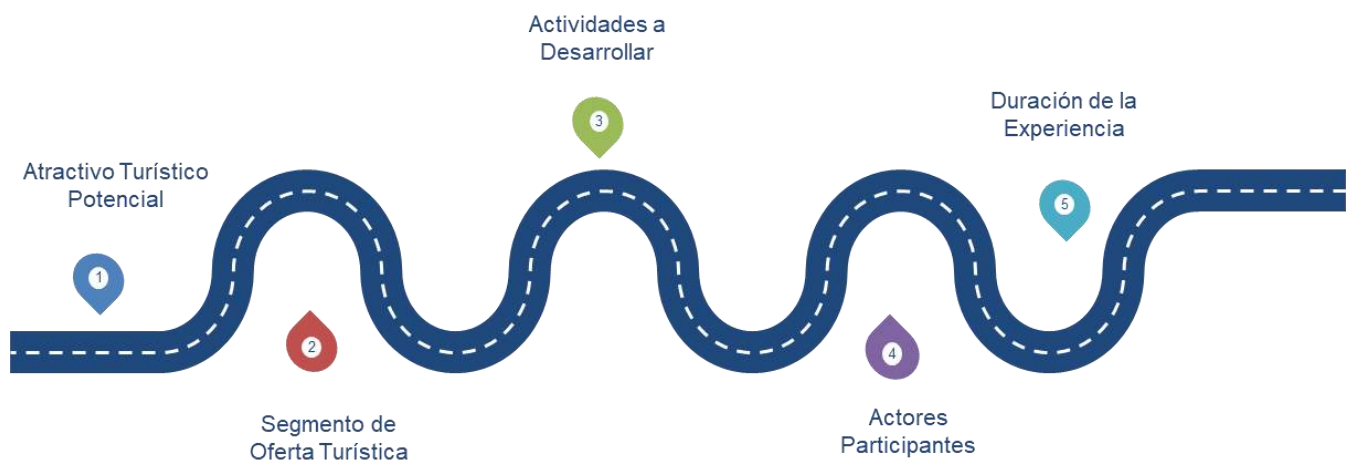
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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



Segmento de oferta turística:

- Naturaleza.
- Cultural.

Actividades a desarrollar:

- Actividades recreativas de naturaleza, tirolesa y bicicleta, senderismo.
- Actividades históricas, recorridos por la cabecera municipal del municipio.
- Actividades culturales – religiosas.

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).

El hospedaje se considera en Cabecera municipal.

*Templo del Carmen
Victoria, Guanajuato*



9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES

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

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

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. Para facilitar el acceso a los distintos atractivos turístico y realizar las actividades en el destino, es necesario implementar planes de señalización específicos enfocados al turismo tanto en el municipio

como en las comunidades con detonantes turísticos.

- 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 lo que el turista requiere y consume directamente mientras está de viaje (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 listado 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 5%** 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 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 **es fundamental** para buscar el crecimiento como destino, 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 del destino.
2. De igual manera, es fundamental realizar un seguimiento continuo de la satisfacción y fidelidad de los

visitantes, un nivel alto de satisfacción garantiza el regreso, lo cual incide directamente en la fidelización hacia el destino, además promueve la recomendación del destino, en **Victoria** solamente un **2%** 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.
2. Es vital la revisión, desarrollo y actualización del plan de desarrollo turístico, un destino que no cuente y mida la planificación y gestión, 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 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 importante implementar una estrategia de posicionamiento de **Marca Destino** que enfatice todos los atributos e intangibles del destino y cumpla la función de atracción, beneficiando así a los proveedores de servicios (alojamiento, alimentos y bebidas), operadores de transporte, etc., involucrada en una enorme

cadena productiva en este campo, requiere de un plan de desarrollo de imagen con objetivos y acciones claros, así como de los recursos necesarios para implementar la estrategia propuesta.

2. Es relevante conocer la percepción de los visitantes al municipio, el lugar de procedencia (estatal, nacional, internacional), lo que más disfrutó del destino, lo que no le agradó, la imagen, los principales segmentos, entre otros, es necesario implementar la herramienta de **flujos del destino turístico**.
3. Es significativo contar con un punto físico y digital de contacto informativo y de promoción de todas las actividades que se pueden llevar a cabo en el destino. (Módulo informativo en punto estratégico).
4. El manejo de las redes sociales turísticas del destino deben mantener claro el objetivo y enfoque turístico para los cuales fueron creadas.
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, Iniciativa privada, administración turística municipal.

9.2 DETONADORAS

a. Consolidar plan de gestión y desarrollo turístico del destino

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

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

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

c. Promover un desarrollo equilibrado en comunidades con enfoque turístico

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

*Templo del Carmen
Victoria, Guanajuato*



10. CONCLUSIONES

- Tras el estudio realizado, podemos destacar las grandes potencialidades turísticas visitadas en el municipio de Victoria, Guanajuato, cuenta con grandes atractivos turísticos dónde podremos encontrar una variedad de oferta turística como: sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, así como centros de esparcimiento.
- El municipio cuenta con 15 sitios turísticos 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, gracias a los vestigios pictóricos encontrados en más de 95 sitios con pinturas sobre roca en esta región de Guanajuato.
- Se recomienda realizar un inventario turístico de todos aquellos atractivos naturales, culturales e históricos (Folklore, museos, artesanías, etc.) con información más detallada (elementos, patrimonio, contenido fotográfico, etc.) que pueda ser base para el desarrollo de nuevos productos turísticos.
- Las potencialidades turísticas identificadas son: Zona Arqueológica Arroyo Seco, Cactáceas Gigantes (Ejido San Isidro Corralillos), Ex Hacienda San Isidro, Pinturas Rupestres (Ejido San Isidro), Santuario Virgen de los Remedios, El Carmen, Templo de Cieneguilla, Misión de Arnedo / Templo de la Virgen.
- Una de las características de Victoria radica en su vasto potencial natural, pues cuenta con áreas que posibilitan la detección del segmento Wellness, y los prestadores de servicios han considerado explotar este segmento turístico.
- Apelando a la preservación de áreas naturales y el posicionamiento del segmento de naturaleza, se considera detonante **la Comunidad Los Remedios**, ya que aún conserva en su estado natural pinturas rupestres, además de que en este sitio se celebra el equinoccio de primavera.
- Se requiere llevar a cabo una revisión exhaustiva de los productos turísticos actualmente ofertados con el fin de evaluar su impacto y, en caso de ser necesario, reorientar el mismo.
- Hablar de infraestructura en el municipio es identificar un **área de oportunidad prioritaria**, ya que en tema de señalización vial informativa, es una de las acciones preferentes para implementar dentro del municipio, así como **la reparación de caminos**, especialmente los que conducen a los puntos de potencialidad turística.
- Se recomienda realizar acciones para el cumplimiento del **Registro Estatal Turístico**, se considera importante desarrollar: Material informativo o bien un curso en el cual se le pueda proporcionar información relacionada 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 aconseja llevar a cabo capacitaciones en temas relacionados con la cultura turística, el manejo de redes sociales, el servicio y atención al cliente, primeros auxilios y la certificación de guías. Es esencial llevar a cabo registros de capacitación más cercanos a los prestadores. En la actualidad, se puede acceder de manera sencilla a los cursos, no obstante, el respaldo del registro y la incentivación al registro pueden incrementar el impacto y la participación en dichos cursos.
- Prevaler 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 imprescindible realizar la planificación del destino para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad turística, por ello se plantea la ejecución del plan de desarrollo turístico y así establecer los objetivos en conjunto, definir metas a corto, mediano y largo plazo, presupuestos, métricas para su adecuada operatividad, se recomienda hacer una actualización de este y buscar la compatibilidad con el logro de objetivos en materia turística estatal.
- Con el objetivo de darle mayor estructura, es necesario desarrollar un **comité de gestión turística** en la que participen los órdenes de gobierno estatal, municipal e iniciativa privada.
- En cuestión de imagen, es importante contar con un proyecto de desarrollo de imagen y **marca turística** del municipio y evaluar su impacto, se requiere contar con más información en cada uno de los eventos realizados para conocer el impacto y la imagen que los turistas tienen del destino, 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 al posicionamiento del destino.
- Es preciso adoptar medidas para fomentar una **estancia más prolongada** en el destino, ya que en lo que respecta al sector turístico el municipio ha llevado a cabo pocas acciones que le permitan demostrar las potencialidades turísticas con las que cuenta. Se deberán realizar acciones que fortalezcan la cadena de valor del sector turístico.
- Los resultados favorables en la puesta en marcha del plan de acción dependerán significativamente 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

REPORTE
FOTOGRAFICO

Victoria





Zona Arqueológica Arroyo Seco



Cactáceas Gigantes, Ejido San Isidro Corralillos



Cactáceas Gigantes



Cactáceas Gigantes



Ex Hacienda San Isidro



Pinturas Rupestres Ejido San Isidro



Santuario Virgen de Los Remedios



Templo

El Carmen



Templo

Cieneguilla



Misión de Arnedo, Templo
de la Virgen Quemada



Misión de Arnedo, Templo de la Virgen Quemada

ANEXO
PLAN DE TRABAJO

Plan de trabajo "Zona Arqueológica Arroyo Seco"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, 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	• Redes sociales impulsar	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias de marketing.	1 año / Según programa de apoyo.

Actividades

Plan de trabajo "Ejido San Isidro Cactáceas Gigantes"



	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	Certificación de Guías y Primeros Auxilios	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	Duración 12 meses
	Equipamiento	Cuatrimotos, Binoculares, Equipo de Primeros auxilios.	Cuatrimotos, Binoculares, Equipo de Primeros auxilios.	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 "Ex Hacienda San Isidro"



	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	• Redes sociales impulsar	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	1 año / Según programa de apoyo.	

Plan de trabajo "Ejido San Isidro Pinturas Rupestres"



	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	Certificación de Guías y Primeros Auxilios	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	Duración 12 meses
	Equipamiento	Cuatrimotos, Binoculares, Equipo de Primeros auxilios.	Cuatrimotos, Binoculares, Equipo de Primeros auxilios.	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 "Santuario Virgen de los Remedios"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Infraestructura	Estructura en atrio, Mantenimiento baños, Explanada mejorar desnivel.	Estructura en atrio, Mantenimiento baños, Explanada mejorar desnivel.	Identificar programa de apoyo
	Equipamiento	Sonido e Iluminación, Señalética	Sonido e Iluminación, Señalética	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 "Templo El Carmen"

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, 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	• Redes sociales impulsar	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	1 año / Según programa de apoyo.

Actividades

Plan de trabajo "Templo Cieneguilla"



	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 mas 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	• Redes sociales impulsar	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	1 año / Según programa de apoyo.	

Plan de trabajo "Misión de Armedo/Virgen Quemada"



	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	• Redes sociales impulsar	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	1 año / Según programa de apoyo.	

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.