



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. MARCO GENERAL	5
2.1 OBJETIVO GENERAL	6
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
3. ELEMENTOS DEL DESTINO.....	8
4. MODELO DE ATENCIÓN	10
5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO	12
5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO	12
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES	14
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	15
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIO TURÍSTICOS	16
1. ZOOLOGICO DE MOROLEÓN	18
2. COMUNIDAD LA SOLEDAD	19
3. LOS AMOLES	20
4. PRESA DE QUIAHUYO	21
5. CENTRO HISTÓRICO.....	22
6. TEMPLO DE EQUIPULITAS	23
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	24
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	27
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO	30
8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO	31
9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES	33
9.1 ESTRATÉGICAS	33
9.2 DETONADORAS.....	36
10. CONCLUSIONES.....	40
11. ANEXOS.....	42

11.1 FOTOGRAFICO	42
11.2 PLAN DE TRABAJO	42
11.3 GLOSARIO	42

1. INTRODUCCIÓN

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

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

El sector del turismo en el Estado ha generado una cantidad significativa de empleos que contribuyen al desarrollo de la economía local y al mejoramiento de los servicios y espacios públicos, con el fin de beneficio de los ciudadanos y el turismo. Esta actividad ha experimentado una evolución significativa en el tiempo.

La administración adecuada de esta actividad no es una tarea sencilla debido a su amplio ámbito por todos los sectores con los que se involucra, pero fundamentalmente por los efectos positivos y negativos que genera durante su desarrollo.

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

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

2. MARCO GENERAL



*Presa de Quiahuyo,
Moroleón, 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.



*Zoológico de Moroleón,
Moroleón, Guanajuato*

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

2.1 OBJETIVO GENERAL

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



*Los Amoles,
Moroleón, Guanajuato*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*La Soledad,
Moroleón, 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.



*Templo de Esquipulitas,
Moroleón, 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

- Los atractivos turísticos del destino considera** todos aquellos sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, artesanías, eventos, lugares históricos, centro de esparcimiento, etc.
- El rol de la **Infraestructura** es clave en la competitividad del destino, pues facilita el acceso a su territorio y a sus atractivos, así como llevar a cabo las actividades propias turísticas, mantener las condiciones generales en infraestructura, principalmente en servicios básicos, transporte, caminos y servicios comerciales, en tanto en materia de señalización vial informativa, es una de las acciones básicas para el desarrollo de la actividad turística.
- Los servicios turísticos y de apoyo** incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente, como el alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencia de viajes, etc.

- 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



*Zoológico de Moroleón,
Moroleón, Guanajuato*



*Centro Histórico, Moroleón,
Guanajuato*

5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO



Fuente: Instituto de Planeación, Estadística y Geográfica 2015

REGIONES

1. Noreste
2. Norte
3. Centro
4. Sur

SUBREGIONES

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

Con una población de 47,261 habitantes, el municipio de **Moroleón, Guanajuato**, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, ubicado en la Región sur del territorio guanajuatense.

Las localidades con mayor representación son:

- Moroleón
- Rinconadas del bosque.
- Piñicuaró.

El municipio de Moroleón representa el 0.53 % de la superficie del estado.

Fundado en 1845.

El nombre de la ciudad está compuesto por la palabra Moro, lugar de origen de sus primeros pobladores, y León, apellido del General Antonio León, que condujo a la caballería de Guanajuato en el asalto a la ciudad de Oaxaca, durante el imperio iturbidista. Moroleón tiene su origen en la antigua congregación Del Moro, que pertenecía a la hacienda Santa Mónica, jurisdicción del partido político de Uriangato. En **el año de 1845 se le confirió la categoría de pueblo y en 1847 se constituye en municipio**, dada su creciente importancia económica, otorgándosele el **título de ciudad** hasta el año de **1929**.

Fiestas y festividades

- 15 de enero, fiesta en honor del Señor de las Esquipulas
- El martes de carnaval, fecha variable.
- El 10 de septiembre se conmemora a San Nicolás de Tolentino.
- El 27 de septiembre, el aniversario de la fundación del municipio.

Turismo

Dentro de sus principales atractivos turísticos, unos de los principales son la **parroquia del señor de Esquipulitas**, el monumento en honor del padre de la patria, don Miguel Hidalgo y Costilla, monumento al general. Tomás Moreno, entre otros.

Artesanías

En Moroleón los artesanos trabajan la **alfarería y textiles**.

Gastronomía

Carnitas de cerdo, barbacoa de chivo y borrego, tamales, calabaza, camote y biznaga en dulce, charamuscas, caramelos y garapiñados de miel de piloncillo y champurrado de maíz y de chocolate.

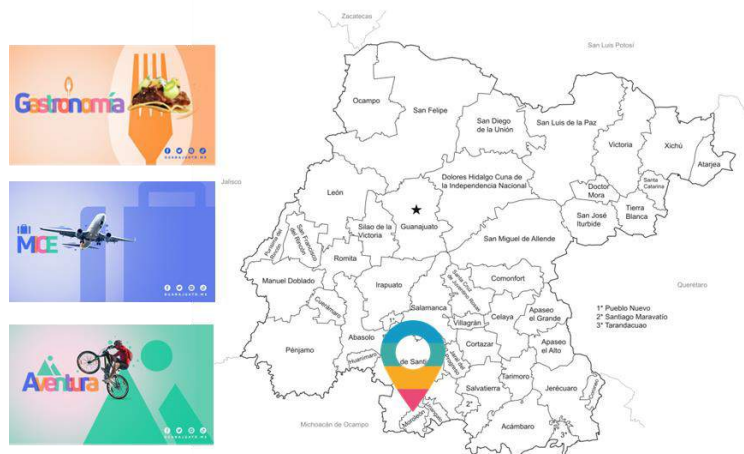
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



Presa de Quiahuyo,
Moroleón, Guanajuato

Actualmente, en el municipio de **Moroleón**, Guanajuato, se cuenta con un registro de **29** sitios turísticos, entre los cuales se puede mencionar: *Templo del Señor de la Clemencia*, *Templo de San Francisco*, *Parque Ecoturístico Los Amoles*, *Las Peñas*, *Las Tinajas*, *Cueva del Diablo*, *Cueva de la Mina*, entre otros.

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



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



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



6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA

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

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

En el destino se 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 Morelón**, 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 SITIO TURÍSTICOS

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

1. Zoológico de Moroleón.
2. La Soledad.
3. Los Amoles.
4. Presa de Quiahuyo.
5. Centro Histórico.
6. Templo de Esquipulitas.

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.



*La Soledad, Moroleón,
Guanajuato*



*La Soledad,
Moroleón, Guanajuato*

1. ZOOLOGICO DE MOROLEÓN

El zoológico de Moroleón está ubicado fuera de la ciudad, cuenta con una extensión territorial de **16 hectáreas**, y este se encuentran más de **140 animales de al menos 33 especies distintas**. Algunos de los animales que se pueden ver en este zoológico son; tigres, leones, jaguares, hipopótamos, monos, distintas especies de aves, entre otros.

El zoológico es también conocido como Áreas Verde, ya que cuenta con un extenso terreno con palapas donde la gente puede asistir a un día de campo y hacer uso de las palapas y parrillas, así como juegos para los niños, el cual ha sido uno de los atractivos más importante por años.

El nuevo atractivo en este parque es la construcción de dos albercas que se encuentran en la zona de las áreas verdes y juegos, de las cuales los visitantes pueden hacer uso con un costo extra.

En este atractivo participan 15 empleados, de los cuales 4 de ellos son médicos veterinarios, quienes están al cuidado de todos los animales. Es importante mencionar que la mayoría de los animales que están en este zoológico son animales que han sido decomisados por el gobierno y llegan aquí buscando un refugio. La mayoría de ellos han nacido y han sido criados en cautiverio, por lo que es casi imposible que puedan reintegrarse a una habitad natural.

Costos

Entrada: \$10

Pulsera para alberca: \$20

Estacionamiento: \$20

Estacionamiento motos: \$10

El zoológico se sostiene principalmente de recurso público, ya que es la presidencia municipal quien se encarga de cubrir la mayor parte de los gastos como sueldos y otras necesidades.

Necesidades

1. Remodelación y mantenimiento a las jaulas de los animales. Algunas cuentan solo con el espacio mínimo para algunas de las especies.
2. Equipamiento e insumos médicos para atención veterinaria.
3. Reforestación y mantenimiento de las áreas verdes, ya que por las fuertes sequías ha complicado mantener los espacios al cien por ciento.
4. Mantenimiento de palapas.
5. Remodelación de baños.
6. Nueva área de baños en sitios estratégicos, ya que solo cuentan con una zona al entrar al parque y pocos sanitarios.
7. Recurso para los alimentos de los animales.

2. COMUNIDAD LA SOLEDAD

La Soledad es una comunidad ubicada a tan solo 10 minutos del centro histórico, muy cerca del Zoológico Municipal. Cuenta con un pequeño parque en donde pueden realizar diferentes actividades como prender un asador y que está ubicado a tan solo unos metros de la capilla de La Virgen de la Soledad.

Este lugar se ha hecho muy popular, ya que muchas de las personas del municipio visitan la capilla por la gran devoción que le tienen a la virgen

En ocasiones también asisten grupos de ciclistas, motociclistas, y personas deportistas que van corriendo o caminando. Los domingos puedes disfrutar de ricos alimentos tradicionales



Necesidades

1. Mesas y mobiliario en la zona del parque.
2. Baños públicos.
3. Remodelación y mantenimiento de la capilla.
4. Remodelación y mantenimiento en la zona de gradas afuera de la iglesia.
5. Publicidad.
6. Velaría para cocineras tradicionales.



3. LOS AMOLES

Los amoles es una comunidad que se podría decir que es una de las más lejanas, ya que queda a aproximadamente a 30 minutos de la cabecera municipal.

En los amoles existe “El parque de los amoles”, el cual cuenta con una excelente vista, varias mesas con palapa y asador, juegos para niños y baños. También está permitido acampar en estas instalaciones.

La entrada tiene un costo mínimo y aquí puedes venir a pasar un día agradable en medio de la naturaleza.

Necesidades

1. Remodelación de cabañas, ya que han sido banalizadas y descuidadas.
2. Remodelación de baños existentes y construcción de nuevos baños.
3. Mantenimiento a juegos para niños.
4. Limpieza de la entrada.
5. Estrategia de promoción y publicidad.
6. Personal de seguridad y entradas, ya que si vas en ocasiones no está abierto,
7. Acuerdos con los miembros de esta comunidad, ya que a algunas de estas personas no les gusta la idea de recibir gente de fuera.



4. PRESA DE QUIAHUYO

La **Presa de Quiahuyo** se encuentra en la comunidad de Quiahuyo a aproximadamente 15 minutos de la cabecera municipal. Cuenta con aproximadamente 3.5 km de diámetro. Es una presa que almacena agua y cuenta con unas cortinas que ayudan a que cuando la presa se llena el agua pueda llegar hasta zonas de cultivo para ser utilizada como agua de riego.

Es un sitio sin ninguna estructura, sin embargo, las personas asisten los fines de semana y realizan diferentes actividades como consumir alimentos, llevar su asador para carnes asadas y también la pesca deportiva.

Necesidades

1. Reforestación y mantenimiento a áreas verdes, ya que por el momento se encuentra bastante descuidado.
2. Realizar un plan de trabajo o eventos dentro de esta área donde los visitantes puedan asistir.
3. La creación de palapas y asadores para los visitantes.
4. Construcción de sanitarios.
5. Mejorar la administración y establecer horarios fijos.



5. CENTRO HISTÓRICO

El centro histórico de Moroleón cuenta con un jardín principal con 4 portales donde puedes encontrar desde hoteles como restaurantes, bares, cafeterías, panaderías, bancos y todo tipo de tiendas de autoservicio a tu alcance, por lo que es un sitio bastante cómodo y accesible.

En ocasiones se llevan a cabo diferentes eventos de acuerdo a las fechas y temporadas y diariamente es visitado por los ciudadanos, quienes caminan incluso con mascotas y pasan un rato agradable.



Necesidades

1. La principal necesidad del centro histórico es la estrategia de publicidad y difusión de los distintos sitios de entretenimiento como restaurantes, cafeterías, etc.



6. TEMPLO DE EQUIPULITAS

En el centro de la ciudad de Moroleón se encuentra el templo del *Señor de Esquipulitas* el cual se sitúa frente al jardín principal, considerado el patrono de la ciudad.

El día 16 de enero de cada año, se lleva a cabo la celebración, con su tradicional festejo con una previa novena y ese día se realiza un desfile con carros alegóricos con representaciones bíblicas.

Necesidades

1. La principal necesidad del templo de El Señor de Esquipulitas es la estrategia de publicidad y difusión de los distintos sitios de entretenimiento como restaurantes, cafeterías, etc.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		Moroleón , Guanajuato			
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Específica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. ZOOLOGICO DE MOROLEON	1	Infraestructura	Remodelación y mantenimiento a las jaulas	\$500,000.00	
	2	Infraestructura	Equipos e insumos médicos para veterinaria	\$300,000.00	
	3	Infraestructura	Reforestación y mantenimiento de las áreas verdes	\$120,000.00	
	4	Infraestructura	Mantenimiento de las palapas	\$150,000.00	
	5	Infraestructura	Remodelación de los baños	\$100,000.00	
	6	Infraestructura	Construcción de nuevos baños	\$210,000.00	
	7	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
				Inversión total	\$ 1,480,000.00
2. COMUNIDAD LA SOLEDAD	1	Equipamiento	Equipamiento mesas y mobiliario en parque	\$180,000.00	
	2	Equipamiento	Baños Públicos	\$300,000.00	
	3	Estratégico	Proyecto de restauración de la capilla de la soledad	\$1,500,000.00	
	4	Equipamiento	Construcción de velaría para las cocineras tradicionales	\$200,000.00	
	5	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
				Inversión total	\$ 2,280,000.00
3. LOS AMOLES	1	Infraestructura	Remodelación de cabañas	\$300,000.00	
	2	Infraestructura	Remodelación de baños	\$100,000.00	
	3	Infraestructura	Construcción de baños	\$210,000.00	
	4	Infraestructura	Mantenimiento a juegos y área infantil	\$50,000.00	
	5	Infraestructura	Limpieza general	\$50,000.00	
	6	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
				Inversión total	\$ 810,000.00
4. PRESA QUIAHUYO	1	Infraestructura	Construcción de palapas	\$270,000.00	
	2	Infraestructura	Instalación de asadores		
	3	Infraestructura	Construcción de baños	\$300,000.00	
	4	Infraestructura	Mantenimiento de áreas verdes	\$50,000.00	
	5	Estratégico	Plan de trabajo para la realización de eventos	\$100,000.00	
				Inversión total	\$ 720,000.00
5. EL SEÑOR DE LAS ESQUIPULITAS	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
				Inversión total	\$ 100,000.00

6. ESTRATÉGICO MUNICIPIO	1	Estratégico	Elaboración de proyecto ejecutivo con enfoque turístico	\$2,500,000.00	
			*Plan de Desarrollo turístico de la comunidad (Detonante)		
			* Proyectos de Inversión		
			*Proyecto de Marketing y digitalización		
			*Estrategia de comunicación y promoción		
			* Modelo de negocios		
			* Detección de necesidades de capacitación		
	2	Estratégico	Elaboración de proyecto señalética turística	\$500,000.00	
			1. Diagnostico situación actual		
			2. Selección y jerarquización de los elementos a señalar		
3. Plano de señalética					
Inversión total				\$ 3,000,000.00	

INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA \$8,390,000.00



Zoológico, Moroleón
Guanajuato.



*Los Amoles,
Moroleón, 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 de 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.

En la actualidad, el municipio de **Moroleón** se encuentra en una fase de desarrollo debido a que el destino tiene una mayor 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 está organizando y cuenta con una mejor infraestructura para llevar a cabo proyectos turísticos.

Los atractivos **naturales, históricos, culturales 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, lo que hace de esta actividad su principal fuente de ingresos.





*Centro Histórico, Moroleón,
Guanajuato*

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

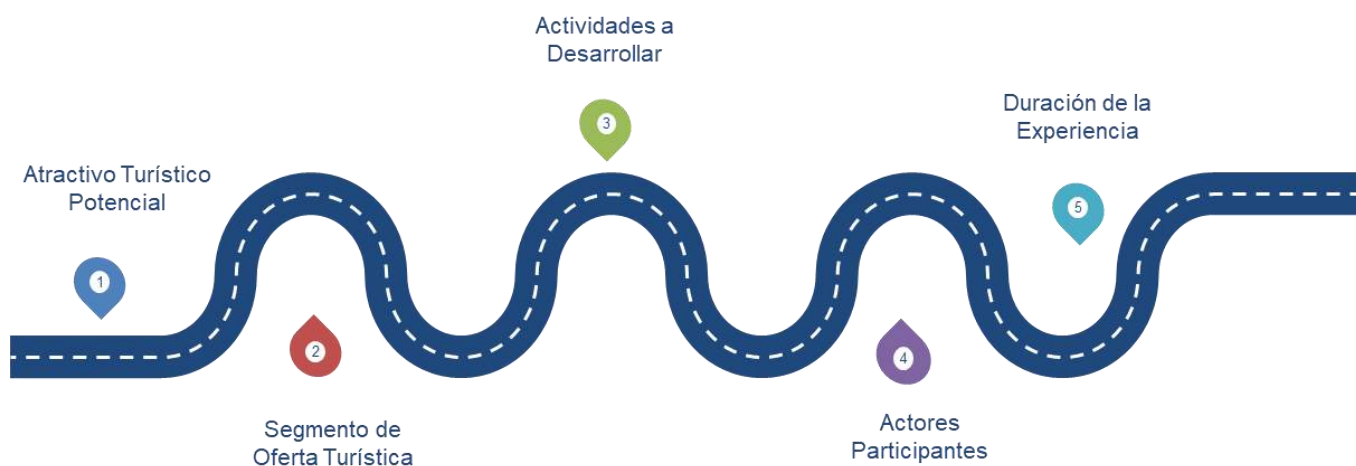
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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

GTO **G** **Guanajuato**
Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo

CIRCUITO 1

- Cabecera Municipal**
 - ✓ Desayuno en diversos locales alrededor del jardín principal
 - ✓ Recorrido de centro histórico
 - ✓ Visita al templo de equipulitas

9:00 a.m – 11:30 a.m
- Los Amoles/ Presa de Quiahuyo**
 - *Lugar a elegir (Los Amoles o la presa de Quiahuyo)
 - ✓ Actividades de esparcimiento y convivencia en la naturaleza.
 - ✓ Comida

12:10 p.m – 4:00 p.m
- Cabecera Municipal**
 - ✓ Recorrido en centro histórico
 - ✓ Cena
 - ✓ Hospedaje

5:00 p.m – 9:00 a.m (2do día)
- Zoológico de Moroleón**
 - ✓ Desayuno
 - ✓ Actividades de esparcimiento, espacio para realizar día de campo, parrilladas, juegos.
 - ✓ Albercada
 - ✓ Comida

10:00 a.m – 4:00 p.m.

GUANAJUATO.MX

Crece

- **Segmento de oferta turística:**

1. Naturaleza.
2. Cultural-religioso

- **Actividades a desarrollar:**

1. Actividades recreativas de naturaleza.
2. Recorrido cultural, zona centro.
3. Visita al zoológico

- **Actores participantes:**

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

5. Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos.

6. Emprendedores turísticos.
7. Empresarios locales de la cadena de valor turística.
8. Gobierno municipal.
9. Gobierno Estatal.
10. Gobierno Federal.

- **Duración de la experiencia**

2 días (Pernoctar 1 noche) El hospedaje se considera en Zona centro.



Zoológico de Morelón,
Morelón, Guanajuato

9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES

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

9.1 ESTRATÉGICAS

a. Atractivos turísticos

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

b. Infraestructura

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

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

c. Servicios turísticos y de apoyo

1. Los servicios turísticos incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente mientras está de viaje, como alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencias, de viajes, etc., la formalización del sector es necesaria, la Secretaría de Turismo del Estado cuenta con un inventario turístico de todos los prestadores de servicios el cual es actualizado de manera anual por el municipio, dicho inventario debe mantenerse vigente respecto a las nuevas incorporaciones de establecimientos de índole turístico así como las inevitables bajas.
2. En referencia de los prestador y servidores turísticos registrados en el inventario turístico solamente **el 33%** se encuentra registrado en el Registro Estatal turístico, es **fundamental** incrementar la participación de los prestadores en este registro, haciendo las acciones necesarias para lograr un incremento considerable, entre ellas el lograr la formalización ante el SAT, siendo este uno de los puntos por el cuál muchos no se encuentran registrados, es importante llevar a cabo capacitaciones relacionados a temas del **SAT**, e incluso buscar acercamientos que faciliten la obtención de dicho requisito, promover campañas municipales y realización de jornadas de inscripciones de **RET**.
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, iniciativa privada, administración turística municipal, Secretaría de Turismo del Estado.

d. Capital Humano del Sector Turístico

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

servicio a los visitantes y turistas del destino.

2. De igual manera el monitoreo constante de la satisfacción y fidelización de los visitantes es imprescindible, un nivel alto de satisfacción garantiza el regreso de los visitantes, lo cual incide directamente en la fidelización hacia el destino, además promueve que los visitantes recomienden el destino, en **Moroleón ninguno** de los prestadores de servicios turísticos tiene una medición de satisfacción, es imperioso la implementación de un sistema de satisfacción, lo que NO se mide **NO** se mejora.
3. Es indispensable contar con un programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos, con las necesidades específicas del destino, tomar como apoyo las que tiene a disposición la Secretaría de Turismo del Estado, sin embargo, la implementación de un programa de capacitación atendiendo las necesidades del destino es fundamental.
4. Actualmente existe una amplia gama de cursos de capacitación por lo que se propone realizar el acercamiento por parte de autoridades municipales la facilidad de inscripciones.
5. Realizar alianzas estratégicas con organismos especializados en temas de desarrollo del capital humano. (IECA, Organismos empresariales, etc.).
 - a. **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, Secretaría de Turismo del Estado.

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. (Modulo 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, Secretaría de Turismo del Estado.

9.2 DETONADORAS

a. Consolidar Plan de gestión y desarrollo turístico del destino

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

comunidades)

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

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

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

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

d. Promover la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible.

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

e. Desarrollo de una Marca Destino.

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

f. Implementación de herramientas de medición turística.

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





*Los Amoles,
Moroleón, Guanajuato*

10. CONCLUSIONES

- Tras el análisis llevado a cabo, se pueden destacar las **grandes potencialidades turísticas** que se han visitado en el municipio de **Moroleón**. Este municipio cuenta con una **amplia gama de atractivos turísticos**, entre los cuales se puede resaltar es su mayor posicionamiento en el mercado textil, ya que mundialmente es reconocido por ese rubro.
- Se puede considerar que el municipio de Moroleón como destino turístico se encuentra en una **fase de desarrollo**, por lo que deberán generarse diferentes acciones de planificación, gestión, comunicación y promoción atendiendo la etapa en la que se encuentra el municipio.
- Cuenta con espacios que permiten **potencializar los segmentos de gastronomía, mice y aventura**.
- En materia turística, el municipio ha desarrollado acciones que le permitan detonar las potencialidades turísticas con las que cuenta, aunque tiene un potencial por explotar.
- Se tendrán que hacer acciones que permitan el **fortalecimiento de la cadena de valor** del sector turístico.
- Es esencial llevar a cabo una **revisión a los productos turísticos que se encuentran disponibles** en el municipio para poder **evaluar el impacto** que tienen y, en caso de ser necesario, adaptarlo a la situación.
- El hecho de mencionar **infraestructura** en el municipio es identificar un área de oportunidad prioritaria, ya que la **señalización vial informativa** es una de las acciones preferentes para implementar dentro del municipio, así como la reparación de caminos, especialmente los que conducen a los puntos de potencialidad turística.
- Se recomienda realizar acciones para el cumplimiento del **Registro Estatal Turístico**, se considera importante desarrollar: Material informativo o bien un curso en el cual se le pueda proporcionar información relacionada con las obligaciones frente al SAT y el manejo contable para poder obtener su constancia de situación fiscal para el cumplimiento de ese requisito, apoyo legal para el desarrollo de contrato de arrendamiento, desarrollo de imagen y logotipo.
- Se aconseja llevar a cabo capacitaciones en temas relacionados con la **cultura turística, el manejo de las redes sociales, el servicio y atención al cliente, la certificación de guías, manejos de alimentos, entre otras más específicas**. Es necesario llevar a cabo los registros de capacitación más cercana a los prestadores, actualmente se puede acceder de manera sencilla a los cursos, sin embargo, el apoyo del registro y la incentivación a la participación a dichos cursos puede incrementar el impacto y la participación a los mismos.

- Prevalecer a todos los operadores turísticos el tema de capacitación porque detectamos que adolecen de esta formación para aprovechar y potencializar sus conocimientos.
- Es **imprescindible revisar y actualizar la planificación del destino** para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad turística. Por ello se plantea la ejecución del plan de desarrollo turístico y así establecer los objetivos en conjunto, definir metas a corto plazo, mediano y largo plazo, presupuestos, métricas para su adecuada operatividad, se recomienda hacer una revisión de la actualización de este y buscar la compatibilidad con el logro de objetivos en materia turística estatal. Con el objetivo de darle mayor estructura, es necesario fortalecer el **COMITÉ DE GESTIÓN TURÍSTICA** en la que participen los órdenes de gobierno estatal, municipal e iniciativa privada.
- En cuestión de imagen, es importante contar con un proyecto de **marca destino turística del municipio y evaluar su impacto**. Se requiere contar con más información en cada uno de los eventos realizados para conocer el impacto y la imagen que los turistas tienen del destino turístico, así mismo incentivar el uso de la herramienta de **Satisfacción y fidelización, QR implementado** por la Secretaría de Turismo del Estado, para poder realizar estrategias enfocadas a la imagen y al posicionamiento del destino turístico.
- Es necesario tomar acciones para lograr incentivar una estancia más prolongada en el destino, ya que en materia turística el municipio ha desarrollado pocas acciones que le permitan detonar las potencialidades turísticas con las que cuenta. Se tendrán que hacer acciones que permitan el fortalecimiento de la cadena de valor del sector turístico.
- **Los buenos resultados** en la implementación del plan de acción dependerán mucho del **compromiso** de los actores de la estrategia turística propuesta, es necesaria la participación y empatía por parte de los prestadores de servicios, los esfuerzos municipales, la atracción a inversionistas privados y el apoyo a nuevos emprendedores para ofrecer una mayor oferta de atracciones.

11. ANEXOS

11.1 FOTOGRAFICO

11.2 PLAN DE TRABAJO

11.3 GLOSARIO

REPORTE
FOTOGRAFICO

Moroleón





Centro Histórico



Centro Histórico



Centro Histórico



La Soledad



La Soledad



La Soledad



La Soledad



La Soledad



Templo de Esquipulitas



Templo de Esquipulitas



Templo de Esquipulitas



Templo de Esquipulitas



Los Amoles



Los Amoles



Los Amoles



Los Amoles



Los Amoles



Presas de Quiahuyo



Presa de Quiahuyo



Presas de Quiahuyo



Presas de Quiahuyo



Zoológico



Zoológico



Zoológico



Zoológico



Zoológico



Zoológico



Zoológico



Zoológico



Zoológico



Zoológico



Zoológico



Zoológico



Zoológico



Zoológico



Zoológico

ANEXO
PLAN DE TRABAJO

Plan de trabajo "ZOOLOGICO DE MOROLEÓN"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura	Remodelación y mantenimiento a las jaulas de los animales	Proyecto ejecutivo de remodelación y adaptación de las jaulas	6 meses
	Equipamiento	Equipamiento e insumos médicos para atención veterinaria.	Búsqueda y selección del equipamiento especial e insumos	3 meses
	Infraestructura	Mantenimiento de palapas	Plan de limpieza y mantenimiento	12 meses
	Infraestructura	Remodelación de baños, nueva área de baños.	Proyecto ejecutivo de remodelación de baños	6 meses
			Recurso para los alimentos de los animales.	Búsqueda de recurso

Plan de trabajo "COMUNIDAD LA SOLEDAD"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Equipamiento	Mesas y mobiliario en la zona del parque	Compra e instalación de mobiliario en el parque.	6 meses
	Infraestructura	Baños públicos	Proyecto ejecutivo para la instalación de baños públicos	6 meses
	Infraestructura	Remodelación y mantenimiento de la capilla	Proyecto ejecutivo de remodelación y mantenimiento	24 meses
	Infraestructura	Remodelación y mantenimiento en la zona de gradas afuera de la iglesia	Proyecto ejecutivo para la remodelación y mantenimiento	12 meses
	Estratégico	Publicidad	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de colaboraciones, *Sitio web de destino atractivo, *Creación de estrategias de marketing.	12 meses
	Infraestructura	Velaria para cocineras tradicionales	Proyecto ejecutivo de creación de espacio	Duración 18 meses

Plan de trabajo "LOS AMOLES"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura	Remodelación de cabañas.	Proyecto ejecutivo de remodelación	12-18 meses
	Infraestructura	Remodelación de baños existentes y construcción de nuevos baños.	Proyecto ejecutivo de remodelación y construcción	6 meses
	Infraestructura	Mantenimiento a juegos para niños	Plan de mantenimiento a los juegos	6 meses
	Estratégica	Estrategia de promoción y publicidad	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de colaboraciones, *Creación de estrategias de marketing.	12 meses
	Estratégica	Personal de seguridad en las entradas	Contratar a personal de seguridad para el control de las entradas	2 meses

Plan de trabajo "PRESA DE QUIAHUYO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégica	Plan de eventos	Plan y calendarización de eventos.	1 año
	Infraestructura	Creación de palapas y asadores	Proyecto ejecutivo	1 año
	Infraestructura	Construcción de sanitarios	Proyecto ejecutivo	6 meses
	Estratégica	Mejorar la administración y establecer horarios fijos	Plan administrativo	6 meses

Plan de trabajo "CENTRO HISTÓRICO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad Estratégica	Necesidad específica Estrategia de publicidad y difusión	Lista de actividades *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	12 meses

Plan de trabajo "TEMPLO DE EQUIPULITAS"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad Estratégica	Necesidad específica Publicidad y difusión	Lista de actividades *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	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 den el Estado, cuya operación y actualización corresponde a la Secretaría.
- **Inventario Turístico Estatal** La Secretaría integrará el inventario Turístico Estatal, el cual contendrá los recursos naturales, culturales, históricos y monumentales que constituyen un atractivo turístico y el estado que guardan; así como los productos turísticos.