



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. MARCO GENERAL.....	5
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	6
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
3. ELEMENTOS DEL DESTINO	8
4. MODELO DE ATENCIÓN.....	10
5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO.....	12
5.2 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO	12
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES.....	14
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	16
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS	17
1. SANTA BÁRBARA	19
2. PARQUE EL MOLINO	20
3. CABRAS DE GUADALUPE.....	21
4. SAN JOSÉ DEL TORREÓN, CÓPORO Y COCINERAS TRADICIONALES, SAN JOSÉ DEL TORREÓN	22
5. CAMINO REAL TIERRA ADENTRO.....	23
6. CABECERA MUNICIPAL.....	24
.....	24
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO	25
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO	30
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO	33
8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO	34
9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES	38
9.1 ESTRATÉGIAS.....	38
9.2 DETONADORAS	41
10. CONCLUSIONES	43
11. ANEXOS	45
11.1 FOTOGRÁFICO.....	45

11.2 PLAN DE TRABAJO	45
11.3 GLOSARIO	45

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



Santa Bárbara, Ocampo, Guanajuato.



El Saucito, Ocampo, 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.



El Puente Negro, Ocampo, Guanajuato.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



Ibarra, Ocampo, 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.



*Tlachiquera, Ocampo,
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 e históricas, artesanías, eventos, lugares históricos, centro de esparcimiento, etc.
- El rol de la **infraestructura** es clave en la competitividad del destino, pues facilita el acceso a su territorio y a sus atractivos, así como llevar a cabo las actividades propias turísticas, mantener las condiciones generales en infraestructura, principalmente en servicios básicos, transporte, caminos y servicios comerciales, en tanto en materia de señalización vial informativa es una de las acciones básicas para el desarrollo de la actividad turística.
- Los servicios turísticos y de apoyo** incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente, como el alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencia de viajes, etc.
- Capital humano del sector turístico**, en la actividad turística el papel que cumplen las personas que tienen alguna responsabilidad directa o indirecta en la prestación de servicios turísticos es determinante para asegurar que la experiencia de la visita sea satisfactoria y recordada con la sensación de “querer volver” y también lograr la fidelidad con el destino, la cadena productiva es indivisible y si bien los turistas

pueden estar recibiendo los servicios en forma individual, en la práctica al finalizar el viaje y retornar a su lugar de residencia, el destino será percibido y evaluado en su conjunto, será necesario contar con un capital humano preparado y altamente calificado para que el destino responda a la imagen que ha proyectado y mejor aún supere las expectativas del visitante.

- e. **La planificación y gestión del destino** es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad turística. Un destino que no cuente hoy en día con la planificación y gestión público-privada puede afectar negativamente al sector productivo turístico y a la imagen percibida o creada por viajeros. Hoy en día no existe un solo modelo de gestión de destino, sin embargo, es indispensable contar con un modelo que le permita al municipio encaminar sus acciones y sus alcances y hacerlo de conocimiento a los involucrados, para que en conjunto se pueda generar acciones planificadas y con objetivos alcanzables, la gestión de un destino corresponde a varios procesos de decisión público-privados que van a mejorar la gestión de los conflictos que inevitablemente provoca la actividad en el destino, entonces la gobernanza del destino está relacionada con los procesos de decisión colectiva que permiten gestionar conflictos sociales, atendiendo al tema de una sana gobernanza.
- f. **La imagen** del destino responde a distintos elementos que lo destacan, habitualmente reflejados en distintivos como son el logotipo, eslogan y todo aquello que hace distintivo al destino, se tiene que considerar la imagen que el público y el mercado tienen del destino para determinar si responde o no a la realidad y si es positiva o negativa. Conocer la imagen real que transmite un destino turístico, sirve para valorar la propia competitividad con respecto a otros destinos, fidelizar al cliente.

4. MODELO DE ATENCIÓN



*Fuente Propia



Santa Bárbara, Ocampo,
Guanajuato.



*Las Trojes, Ocampo,
Guanajuato.*

5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.2 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO



Fuente: Instituto de Planeación, Estadística y Geográfica 2015

REGIONES		SUBREGIONES	
1.	Noreste	■	Sierra Gorda
2.	Norte	■	Chichimeca
3.	Centro	■	Sierra de Guanajuato
4.	Sur	■	Bicentenario
		■	Metropolitana de León
		■	Metropolitana Irapuato/
		■	Salamanca Metropolitana
		■	Laja Bajío
		■	Agave Azul
		■	Lacustre
		■	Sierra de los Agustinos

Con una población de 26, 383 habitantes el municipio de Ocampo, Guanajuato, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato ubicado en la Región Norte, Subregión Sierra de Guanajuato.

Las localidades con mayor representación son:

- Ocampo
- Santa Barbara
- La Escondida
- La Tinaja
- Gachupines
- Ibarra

El municipio de Ocampo representa el 3.7 % de la superficie del estado.

En 1845 perteneció a la Hacienda de San Isidro, del municipio de San Felipe, Gto., y en 1843 se le dominó Estancia del Vaquero y constituía un centro comercial de gran importancia por ser la estación de las diligencias con ruta México-Zacatecas.

Y es hasta 1875 cuando se constituye el Municipio de Ocampo y la Estancia del Vaquero como Cabecera Municipal.

El municipio de Ocampo colinda al norte con los estados de Jalisco, Zacatecas, San Luis Potosí y el municipio de San Felipe; al este con el municipio de San Felipe; al sur con el municipio de San Felipe y el estado de Jalisco; al oeste con el estado de Jalisco.

Fiestas y festividades.

En el municipio de Ocampo, se realiza una fiesta religiosa, en la Parroquia de San Juan Bautista.

El 12 de diciembre, se realiza una fiesta religiosa, en conmemoración a la Virgen de Guadalupe.

Turismo.

El sitio Arqueológico “El Cóporo”. El parque particular “(El Saucito)” La parroquia “(San Juan Bautista)” Templo parroquial “(San Pedro Apóstol)” La Curva “(El salto)” Casa de la cultura La Deportiva Presidencia Los Charcos La Haciendita.

Artesanías.

La Alfarería es su principal artesanía de este municipio.

Gastronomía.

Es común el consumo de menudo caldoso, carnitas y chicharrón o durito.

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 Ocampo, y Crece Guanajuato, se llevó a cabo el análisis de los atractivos turísticos con potencialidades para el desarrollo de nuevos productos y/o experiencias turísticas, así como el fortalecimiento de las ya existentes.

6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS

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

1. Santa Bárbara;
2. Parque el Molino;
3. Cabras de Guadalupe;
4. San José del Torreón, Cóporo y Cocineras tradicionales, San José del Torreón;
5. Camino Real Tierra Adentro;
6. Cabecera Municipal.

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.



*Parque el Molino, Ocampo,
Guanajuato.*

1. SANTA BÁRBARA

A la llegada se pueden observar varios motores de la marca MONAC (Motores Nacionales), dichos motores fueron rescatados y montados sobre placas de cemento a lo largo del camino principal de Santa Bárbara, también al recorrer el poblado se aprecian varias construcciones con estilo Californiano que llama mucho la atención del lugar, posteriormente se visitó el antiguo puente de Santa Bárbara que pasa sobre el cauce de la sierra de Santa Bárbara, dicho puente es muy emblemático en la localidad y los pobladores tratan de mantenerlo realizando reparaciones constantes, posteriormente se visitó la plaza principal donde se encuentra el templo de Santa Bárbara y el jardín principal, cabe resaltar que es un pueblo pintoresco con lugares para consumir alimentos.

Necesidades específicas

1. Habilidad de infraestructura de hospedaje en Airbnb.
2. Habilidad de infraestructura de alimentos.
3. Señalética de Santa Bárbara.
4. Caminos de acceso.
5. Mejoramiento del balneario de Santa Bárbara (Pintura, equipamiento de cocina, mesas, sillas, asadores e imagen

comercial).

6. Elaborar un plan de promoción y difusión, desarrollar material promocional y manejo de redes sociales.
7. Capacitación en manejo de redes sociales, servicio al cliente y manejo higiénico de alimentos.



2. PARQUE EL MOLINO

En la Presa del Molino se encuentran antiguos vestigios de un molino que datan del año 1920, se encuentra ubicada en la comunidad de las Trojes. Junto a esta presa se construyó un molino hidráulico cuyo propósito principal era moler los granos de maíz para hacer harina o gofio, este maíz de almacenaba en los torreones que se encuentran junto a esta construcción, ambos ubicados en el mismo parque del Saucillo.

Necesidades específicas

1. Mantenimiento a los caminos de acceso.
2. Señalética de acceso y dentro del parque.
3. Habilitación de baños.
4. Apoyo de ecología para la replantación de perales para realizar un solo recorrido.
5. Limpieza general del parque.
6. Habilitación de zona lúdica.
7. Cambio de asadores, botes de basura y contenedores.
8. Generar una imagen comercial, un plan de promoción y difusión, desarrollar material promocional y manejo de redes sociales.
9. Se requieren capacitaciones de manejo de redes sociales, manejo higiénico de alimentos, servicio y atención al

cliente y capacitación respecto a la historia de “El Molino”.



3. CABRAS DE GUADALUPE

Para ubicar este precioso pueblo dentro del municipio, debes saber que Cabras de Guadalupe se encuentra a 21.7 kilómetros (en dirección Norte) de la localidad de Ocampo, que es una de la que más habitantes tiene dentro del municipio. En este lugar se encuentran montañas para senderismo y rutas.

Necesidades específicas

1. Se requiere mantenimiento a los caminos de acceso a la comunidad de Cabras de Guadalupe.
2. Se requiere señalética.
3. Capacitación en manejo de redes sociales, servicio y atención al cliente, manejo higiénico de alimentos.
4. Se necesita generar una imagen comercial, un plan de promoción y difusión, manejo de redes sociales y desarrollar material promocional.



4. SAN JOSÉ DEL TORREÓN, CÓPORO Y COCINERAS TRADICIONALES, SAN JOSÉ DEL TORREÓN

San José del Torreón es una comunidad perteneciente al municipio de Ocampo, localizado al noroeste del estado de Guanajuato.

En esta comunidad se encuentra una de las cuatro zonas arqueológicas de Guanajuato, abiertas al público: El Cóporo, es un antiguo asentamiento prehispánico que formó parte del Tunal Grande. Siendo un centro de poder o señorío con una compleja estratificación social”

San José del Torreón es un excelente destino para disfrutar del turismo rural. Gastronomía, naturaleza, aventura, paisajismo, historia, cultura y el cálido acompañamiento de la comunidad hacen de este lugar imprescindible



Necesidades específicas

1. Mantenimiento de los caminos de acceso al Cóporo y a San José del Torreón.
2. Habilitación de zona de alimentos en El Cóporo (Carritos de alimentos, sillas y mesas).
3. Habilitación de zona comercial “Casa de Artesanías”.
4. Equipamiento de cocina, de atención a comensales.
5. Se requiere generar una imagen comercial de las cocineras tradicionales de San José del Torreón.
6. Mayor difusión de la zona arqueológica.
7. Manejo de redes sociales.
8. Mayor participación en los eventos.
9. Capacitación en manejo de redes.
10. Sociales, Servicio y atención al cliente y manejo higiénico de alimentos.



5. CAMINO REAL TIERRA ADENTRO

El Camino Real de Tierra Adentro, también conocido por el nombre de Camino de la Plata, comprende cinco sitios ya inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial y otros 55 sitios más situados a lo largo de 1.400 de los 2.600 km de esta larga ruta que parte del norte de México y llega hasta Texas y Nuevo México, en los Estados Unidos. Utilizado entre los siglos XVI y XIX, este camino servía para transportar la plata extraída de las minas de Guanajuato, Zacatecas, y San Luis Potosí, así como el mercurio importado de Europa.

Un conjunto de sitios a lo largo de la parte del sur del Camino Real de Tierra Adentro, incluyendo ejemplos de edificios, conjuntos arquitectónicos y tecnológicos, ilustran una fase significativa en la historia humana.

Necesidades específicas

1. Señalética y caminos de acceso.
2. Falta de imagen comercial.
3. Plan de promoción y difusión, desarrollo de material promocional y manejo de redes sociales.

6. CABECERA MUNICIPAL

En cabecera municipal podemos encontrar la nueva casa de cultura, la cual cuenta con tres aulas, un recibidor y acceso a planta alta para discapacitados y baños. La antigua casa de cultura cuenta con 5 aulas, una biblioteca pública y un auditorio. 9 salones culturales en el fraccionamiento San Antonio de la cabecera municipal y en las

comunidades de Jesús María, El Tropezón, Santa Bárbara, San Juan Bosco, Tierra y Libertad, El Potrero, San Pedro Ibarra y San José del Torreón. 3 bibliotecas públicas.

También se puede encontrar la Parroquia San Juan Bautista.

Necesidades específicas

1. Se requiere fortalecimiento de la infraestructura de hospedaje actual (3 hoteles).
2. Habilitación de infraestructura de hospedaje Airbnb (Migrantes).
3. Fortalecimiento y/o modernización de estructura de alimentos.
4. Habilitación de infraestructura de alimentos.
5. Equipamiento de cocina, equipamiento de hotel, un parador turístico (souvenirs, artesanías, productos típicos, marca Gto).
6. Se requiere un plan de promoción y difusión, desarrollo de material promocional, manejo de redes sociales.
7. Caseta informativa y/o promocional.
8. Capacitación en manejo de redes sociales, servicio y atención al cliente y manejo higiénico de alimentos.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		Ocampo, Guanajuato			
PROYECTO	No.	FASE 1	FASE 2	Fase 3	Inversión total
1.SANTA BÁRBARA	1	Equipamiento	Mejoramiento del balneario de Santa Bárbara (Pintura, equipamiento de cocina, mesas, sillas, asadores e imagen comercial).		\$100,000
	2	Estratégico	Elaborar un plan de promoción y difusión, desarrollar material promocional y manejo de redes sociales.		\$50,000
	3	Capacitación	Capacitación en manejo de redes sociales, servicio al cliente y manejo higiénico de alimentos.		\$50,000
Inversión total					\$ 200,000.00
2.PARQUE EL MOLINO	1	Señalética	Señalética de acceso y dentro del parque.		\$50,000
	2	Infraestructura	Habilitación de baños.		\$70,000
	3	Infraestructura	Habilitación de zona lúdica.		\$100,000
	4	Equipamiento	Cambio de asadores, botes de basura y contenedores.		\$80,000
	5	Estratégico	Generar una imagen comercial, un plan de promoción y difusión, desarrollar material promocional y manejo de redes sociales.		\$100,000
	6	Capacitación	Capacitaciones de manejo de redes sociales, manejo higiénico de alimentos, servicio y atención al cliente y capacitación respecto a la historia de "El Molino".		\$50,000
Inversión total					\$ 450,000.00

3. CABRAS DE GUADALUPE	1	Señalética	Se requiere señalética en el lugar		\$30,000
	2	Capacitación	Capacitación en manejo de redes sociales, servicio y atención al cliente, manejo higiénico de alimentos.		\$50,000
	3	Estratégico	Se necesita generar una imagen comercial, un plan de promoción y difusión, manejo de redes sociales y desarrollar material promocional.		\$100,000
	Inversión total				\$ 180,000.00
4.SAN JOSÉ DEL TORREÓN	1	Equipamiento	Habilitación de zona de alimentos en El Cóporo (Carritos de alimentos, sillas y mesas).		\$200,000
	2	Infraestructura	Habilitación de zona comercial "Casa de Artesanías".		\$200,000
	3	Equipamiento	Equipamiento de cocina, de atención a comensales.		\$100,000
	4	Estratégico	Se requiere generar una imagen comercial de las cocineras tradicionales de San José del Torreón.		\$80,000
	5	Estratégico	Manejo de redes sociales.		\$80,000
	6	Capacitación	Capacitación en manejo de redes.		\$50,000
	Inversión total				\$ 710,000.00
5. CAMINO REAL TIERRA ADENTRO	1	Infraestructura	Señalética y caminos de acceso.		\$ 500,000.00
	2	Estratégico	Falta de imagen comercial.		\$ 70,000.00
	3	Estratégico	Plan de promoción y difusión, desarrollo de material promocional y manejo de redes sociales.		\$ 100,000.00
	Inversión total				\$ 670,000.00

ESTRATÉGICO MUNICIPIO	1	Estratégico	Elaboración de proyecto ejecutivo con enfoque turístico	\$ 250,000.00
			*Plan de Desarrollo turístico de la comunidad (Detonante).	
			* Proyectos de Inversión.	
			*Proyecto de Marketing y digitalización.	
			*Estrategia de comunicación y promoción.	
			* Modelo de negocios.	
			*Permisos para los espacios turísticos en el portal.	
	*Baños públicos.			
	2	Estratégico	Elaboración de proyecto	\$ 500,000.00
			1. Diagnóstico situación actual.	
			2. Selección y jerarquización de los elementos a señalar.	
			3. Plano de señalética.	
			*Optimización de logística en vialidades.	
3	Capacitación	Proyecto de Capacitación	\$ 500,000.00	
			Inversión total	\$ 750,000.00

INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA \$ 2,960,000.00



*Cabras de Guadalupe, Ocampo,
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 **Ocampo** se encuentra en una **fase de exploración**, esto significa que aún recibe muy pocos visitantes o se cuenta con muy poca información referente al comportamiento de los visitantes al municipio, y generalmente los visitantes que llegan son atraídos por los atractivos naturales que se pueden encontrar, así como por su cultura, gastronomía o artesanías.

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



*Fuente Propia

*Centro Histórico, Ocampo,
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

<ul style="list-style-type: none"> ● Santa Bárbara <ul style="list-style-type: none"> ✓ Río de Santa Bárbara ✓ Iglesia de Santa Bárbara ✓ Kiosco Santa Bárbara ✓ Desayuno <p>9:00 a.m. – 11:00 a.m.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabecera Municipal <ul style="list-style-type: none"> ✓ Comida ✓ Presidencia Municipal ✓ Jardín Principal ✓ Parroquia San Juan Bautista ✓ Museo de la Parroquia ✓ Cena y Hospedaje <p>3:00 p.m. – 8:00 p.m.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● San José del Torreón <ul style="list-style-type: none"> ✓ Comida Cocineras Tradicionales <p>2:00 p.m. – 4:00 p.m.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Camino Real <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tlachiquera ✓ El Puerquito ✓ Puente Negro ✓ El Sorbete ✓ Venta Colorada <p>11:00 a.m. – 3:00 p.m.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● San José del Torreón <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desayuno Cocineras Tradicionales <p>9:00 a.m. – 10:00 a.m.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Ex-Haciendas <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cabras de Guadalupe ✓ Santa Regina ✓ San Pedro de Ibarra <p>4:00 p.m. – 6:00 p.m.</p>



Segmento de oferta turística:

1. Cultural;
2. Religioso;
3. Histórico;
4. Naturaleza;
5. Gastronómico.

Actividades a desarrollar

1. Visita el río de Santa Bárbara, iglesia y kiosco.
2. Visita Tlachiquera, El puerquito, Puente Negro, El Sorbete, Venta Colorada.
3. Visita a la zona Arqueológica El Cópore.
4. Visita la parroquia de San Juan Bautista y su museo.
5. Visita a ex hacienda Cabras de Guadalupe, Santa Regina y San Pedro de Ibarra.
6. Comida en San José del Torreón, cocineras tradicionales.

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

Un día, pernoctando en Cabecera Municipal.



Segmento de oferta turística

1. Cultural;
2. Religioso;
3. Histórico;
4. Naturaleza;
5. Gastronómico.

Actividades a desarrollar

1. Recorrido en Cabecera municipal, presidencia, jardín, parroquia San Juan Bautista y museo.
2. Recorrido en El sorbete, Tlachiquera, El puerquito y Venta colorada.
3. Recorrido en el Eco parque El Molino
4. Recorrido en Santa Bárbara, río, iglesia y kiosco.
5. Desayuno y comida con las cocineras tradicionales en San José del Torreón
6. Recorrido en Ex hacienda Cabras

7. Visita el Cópore, zona arqueológica.

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:

Un día, pernoctar en Santa Bárbara.

<ul style="list-style-type: none"> ● San José del Torreón ✓ Desayuno Cocineras Tradicionales 9:00 a.m – 11:00 a.m 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabras de Guadalupe ✓ Ex Hacienda Cabras de Guadalupe « Representación Histórica Revolucionaria» 5:00 p.m. – 6:00 p.m. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabecera Municipal ✓ Desayuno tradicionales tortas de chorizo “La Flor del Retoño” ✓ Presidencia Municipal ✓ Jardín Principal ✓ Parroquia San Juan Bautista ✓ Museo de la Parroquia 9:30 a.m – 11:30 a.m
<ul style="list-style-type: none"> ● El Cópore ✓ Zona Arqueológica 11:00 a.m – 3:00 p.m 	<ul style="list-style-type: none"> ● Santa Bárbara ✓ Río de Santa Bárbara ✓ Iglesia de Santa Bárbara ✓ Kiosco Santa Bárbara ✓ Cena y Hospedaje 6:00 p.m. – 8:00 a.m. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Parque el Saucito ✓ Recorrido por la Naturaleza comida 12:00 p.m. – 5:00 p.m. 
<ul style="list-style-type: none"> ● San José del Torreón ✓ Comida Cocineras Tradicionales 3:00 p.m – 5:00 p.m 		

Segmento de oferta turística

1. Cultural;
2. Religioso;
3. Histórico;
4. Naturaleza;
5. Gastronómico.

Actividades a desarrollar

1. Comida con las cocineras tradicionales en San José del Torreón
2. Visita El Cópore, zona arqueológica.
3. Visita ex hacienda Cabras de Guadalupe.
4. Visita Santa Bárbara, río iglesia y kiosco.
5. Recorrido en Cabecera municipal
6. Recorrido por la naturaleza en Parque el Saucito.

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:

Un día, pernoctar en Santa Bárbara.



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

b. Infraestructura

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

c. Servicios turísticos y de apoyo

1. Los servicios turísticos incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente mientras está de viaje, como alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencias, de viajes, etc., la formalización del sector es necesaria, la Secretaría de Turismo del Estado cuenta con un inventario turístico de todos los prestadores de servicios el cual es actualizado de manera anual por el municipio, dicho inventario debe mantenerse vigente respecto a las nuevas incorporaciones de establecimientos de índole turísticos así como las inevitables bajas.
2. En referencia a los prestadores y servidores turísticos registrados en el inventario turístico solamente el **9 %** se encuentra registrado en el Registro Estatal turístico, es **fundamental** incrementar la participación de los prestadores en este registro, haciendo las acciones necesarias para lograr un incremento considerable, entre ellas el lograr la formalización ante el SAT, siendo este uno de los puntos por el cual muchos no se encuentran registrados, es importante llevar a cabo capacitaciones relacionadas con temas del **SAT**, e incluso buscar acercamientos que faciliten la obtención de dicho requisito, promover campañas municipales y realización de jornadas de inscripciones de **RET**.
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, iniciativa privada, Administración turística municipal, Secretaría de Turismo del Estado.

d. Capital humano del sector turístico

1. En la actividad turística, el papel que cumplen las personas que tiene alguna responsabilidad directa o indirecta en la prestación de servicios turísticos es determinante para asegurar que la experiencia de la visita sea satisfactoria y recordada con una sensación de “querer volver”, la profesionalización dentro del sector turístico **es fundamental** para buscar el crecimiento como destino turístico, se requiere una participación más activa de los actores públicos y privados para el logro de certificaciones existentes (Moderniza, Distintivo H, entre otros) que le den seguridad en la calidad y servicio a los visitantes y turistas del destino.
2. De igual manera, el monitoreo constante de la satisfacción y fidelización de los visitantes es imprescindible, un nivel alto de satisfacción garantiza el regreso de los visitantes, lo cual incide directamente en la fidelización hacia el destino, además promueve que los visitantes recomienden el destino, en **Ocampo** ninguno de los prestadores de servicios turísticos tiene una medición de

satisfacción, es imperioso la implementación de un sistema de satisfacción, lo que NO se mide, **NO** se mejora.

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

- **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, Iniciativa Privada, Administración turística municipal, Secretaría de Turismo del Estado.

e. Planificación y gestión del destino

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

- **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, Iniciativa Privada, Administración turística municipal.

f. Imagen

1. Es clave implementar una estrategia para el posicionamiento de la **MARCA DESTINO**, resaltando todos aquellos atributos y valores intangibles con los que cuenta el destino, cumpliendo con la función de poder de atracción hacia el destino en sí, generando de esta manera beneficios a los prestadores de servicios (alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, etc.) que se encuentran

involucrados en la enorme cadena productiva del sector turismo, es preciso contar con un plan de desarrollo de imagen con objetivos y acciones claras, así como los recursos necesarios para llevar a cabo las estrategias planteadas en el plan.

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

d. Promover la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible

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

e. Desarrollo de una marca destino

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

f. Implementación de herramientas de medición turística.

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

10. CONCLUSIONES

- Tras el análisis llevado a cabo, se pueden destacar las **grandes potencialidades turísticas** que se han visitado en el municipio de **Ocampo, Guanajuato**. Este municipio cuenta con el Cóporo una zona arqueológica muy importante, además de otros atractivos arquitectónicos y naturales.
- Se puede considerar que el municipio de Ocampo como destino turístico se encuentra en una **fase de exploración**, 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 **detonar sus segmentos** que ya tiene activos como son: aventura, cultura y gastronomía.
- 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 con los que cuenta, además desarrollar nuevos productos turísticos** 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**. Es necesario llevar a cabo los registros de capacitación más cercana a los prestadores, actualmente se puede acceder de manera sencilla a los cursos, sin embargo, el apoyo del registro y la incentivación a la participación a dichos cursos puede incrementar el impacto y la participación a los mismos.

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

11. ANEXOS

11.1 FOTOGRAFICO

11.2 PLAN DE TRABAJO

11.3 GLOSARIO

REPORTE
FOTOGRAFICO

Ocampo





Puente Del Sol



Santa Bárbara



Santa Bárbara



Santa Bárbara



Santa Bárbara



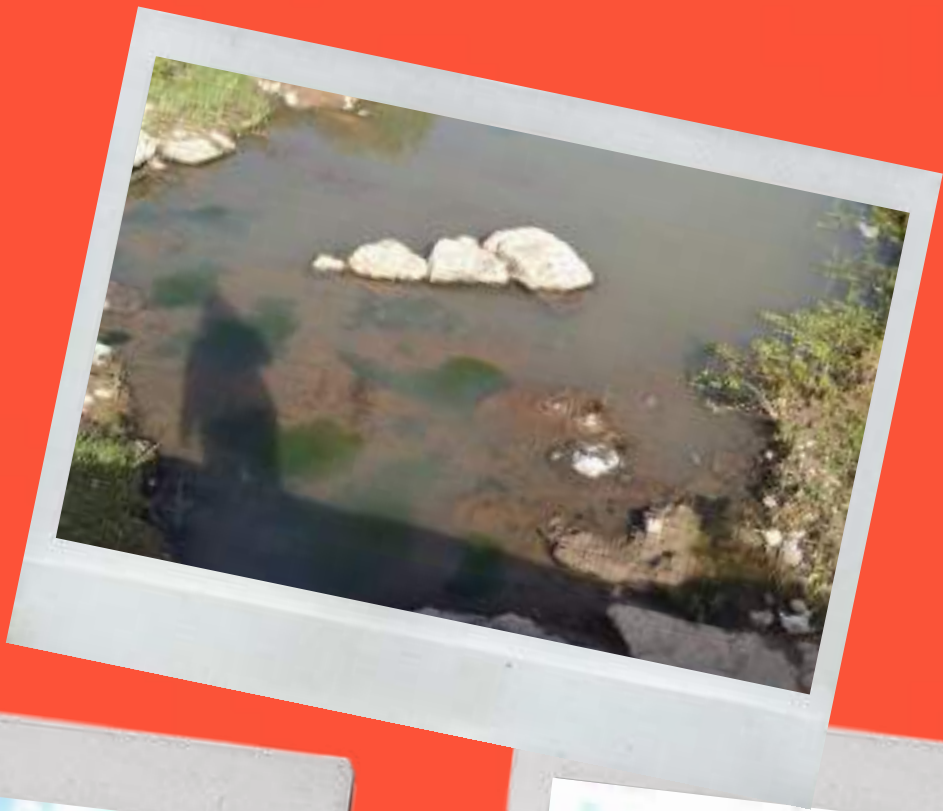
Santa Bárbara



Santa Bárbara



Santa Bárbara



Santa Bárbara



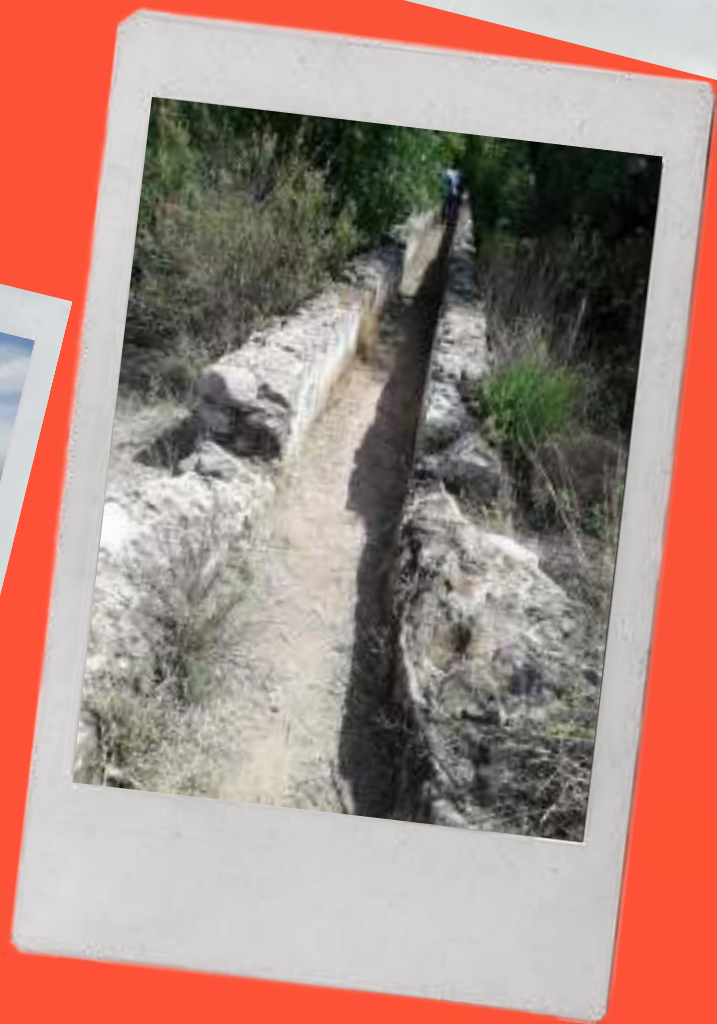
Las Trojes



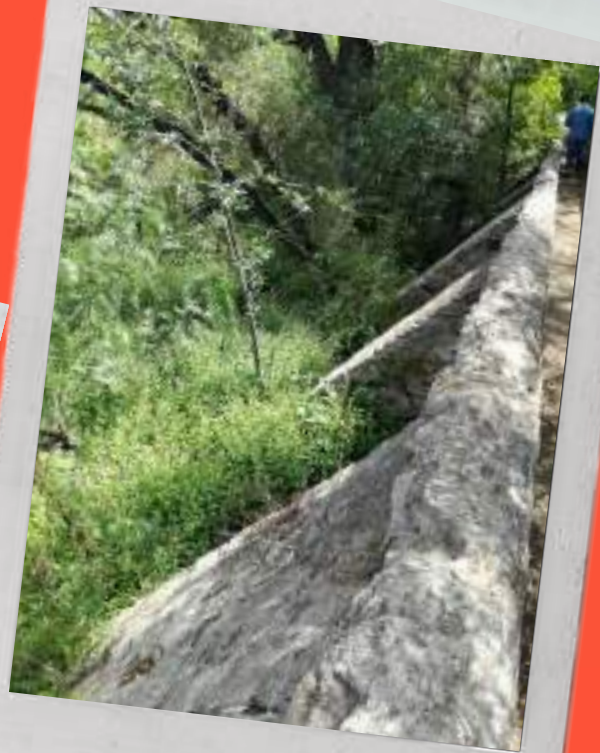
Las Trojes



Las Trojes



Parque El Molino



Parque El Molino



Parque El Molino



Parque El Molino



Parque El Molino



Parque El Molino



Parque El Molino



Parque El Molino



Parque El Molino



Tlachiquera



Tlachiquera



Tlachiquera



Tlachiquera



Puente Negro



Puente Negro



Puente Negro



Puente Negro



Puente Negro



El Puerquito



El Puerquito



El Puerquito



El Sorbete



El Sorbete



El Sorbete



Venta Colorada



Venta Colorada



Venta Colorada



El Tropezón



El Tropezón



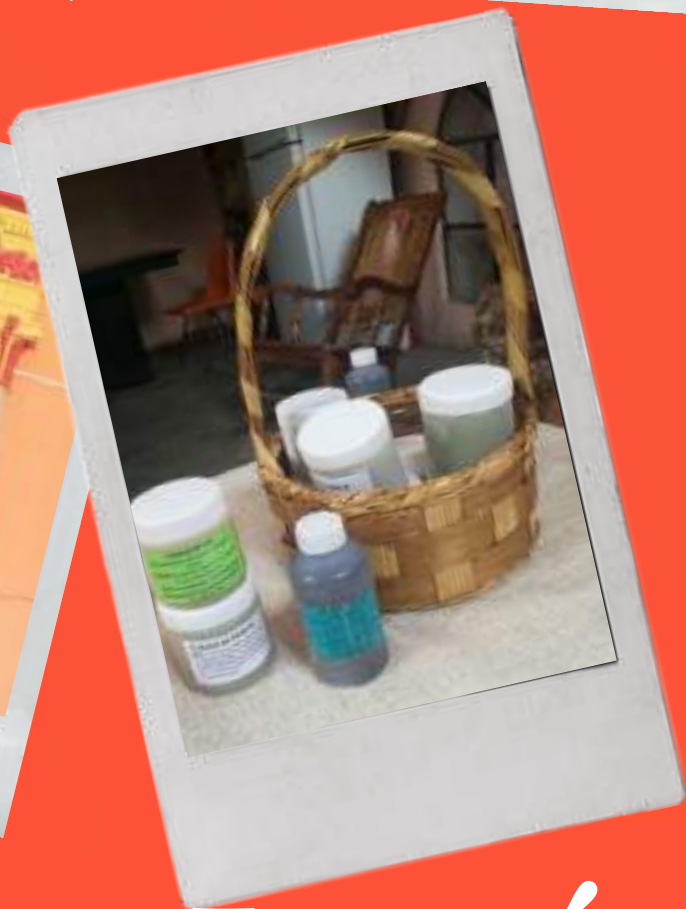
Cabras de Guadalupe



Cabras de Guadalupe



Cabras de Guadalupe



San José del Torreón



San José del Torreón



Cocineras tradicionales, San José del Torreón



Rancho El cielo



Rancho El cielo



Santa Regina



Santa Regina



Santa Regina



Ibarra



Ibarra



Centro Histórico



Centro Histórico



Centro Histórico



Centro Histórico



Los Arcos



Los Arcos



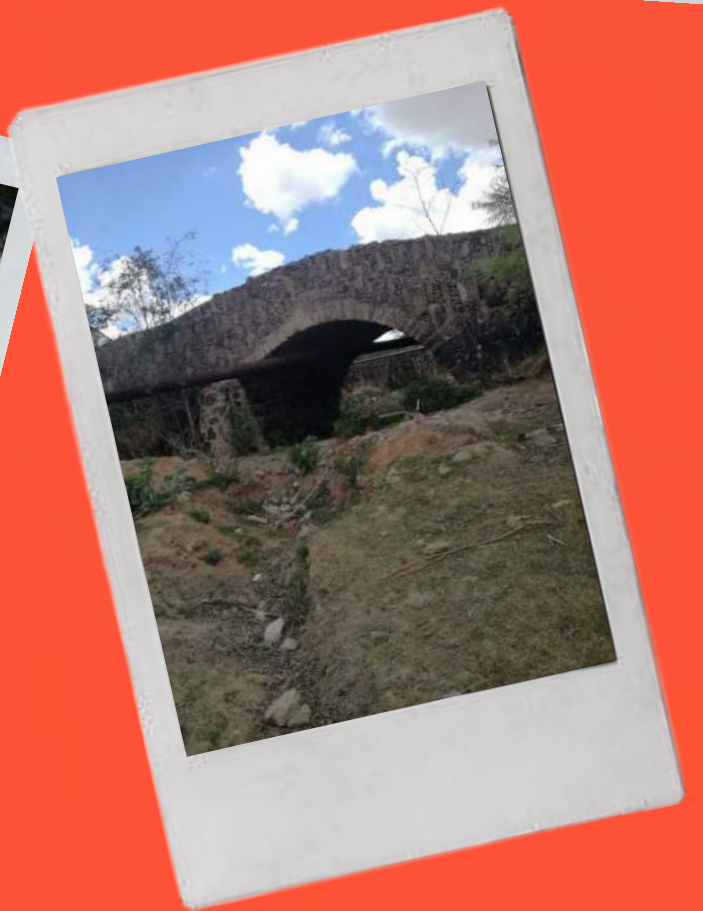
El Saucito



El Saucito



El Saucito



Puente de la Presa de Alzaraz



Parroquia San Diego



Cóporo

Plan de trabajo "SANTA BÁRBARA"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Equipamiento	Mejoramiento del balneario de Santa Bárbara	(Pintura, equipamiento de cocina, mesas, sillas, asadores e imagen comercial).	4 meses
	Estratégico	Elaborar un plan de promoción y difusión,	desarrollar material promocional y manejo de redes sociales.	1 año
	Capacitación	Capacitación en manejo de redes sociales, servicio al cliente y manejo higiénico de alimentos.	Plan de capacitación	1 año

Plan de trabajo "PARQUE EL MOLINO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividad	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Señalética	Señalética de acceso y dentro del parque.	Ubicar señalética	1 mes
	Infraestructura	Habilitación de baños.	Plan y desarrollo de adecuación	6 meses
	Infraestructura	Habilitación de zona lúdica.	Plan y desarrollo de adecuación	8 meses

Plan de trabajo "CABRAS DE GUADALUPE"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Señalética	Se requiere señalética en el lugar	Ubicación estratégica y elaboración de señalética	2 meses
	Capacitación	Capacitación en manejo de redes sociales, servicio y atención al cliente, manejo higiénico de alimentos.	Plan anual de capacitación	anual

Plan de trabajo "SAN JOSÉ DEL TORREÓN"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Equipamiento	Habilitación de zona de alimentos en El Cópore (Carritos de alimentos, sillas y mesas).	Proyecto de habilitación	6 meses
	Infraestructura	Habilitación de zona comercial "Casa de Artesanías".	Proyecto de habilitación	6 meses

Plan de trabajo "CAMINO REAL TIERRA ADENTRO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividad	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura	Señalética y caminos de acceso.	Ubicación estratégica	6 meses

ANEXO

GLOSARIO DE

TÉRMINOS

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

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

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