



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. MARCO GENERAL	6
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	7
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
3. ELEMENTOS DEL DESTINO.....	9
4. MODELO DE ATENCIÓN	11
5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO	13
5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO	13
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES.....	16
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	17
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIO TURÍSTICOS	18
1. EX HACIENDA LA SAUCEDA	19
2. VIÑEDO EL RACO	20
3. PRESA SAN FRANCO	21
4. SANTUARIO DE GUADALUPE.....	22
5. PEÑUELAS.....	23
6. BALNEARIO TEMAXCALILLO	24
7. BALNEARIO ARCOÍRIS.....	25
8. TEMAZCAL LUZ DE LUNA	26
9. TEMPLO DE SAN MIGUEL ARCÁNGEL.....	27
10. LA MONTAÑITA	28
11. HACIENDA CABRAS.....	29
12. CERRITO DE LA SANTA CRUZ, CABRAS	30
13. MOLINO DE PEÑUELAS.....	31
14. CABAÑA DEL REY	32
15. HACIENDA LA JAULA.....	33

6.2	REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	34
7.	CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	38
8.	CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO	41
8.1	PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO	42
9.	HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES	48
9.1	ESTRATÉGICAS	48
9.2	DETONADORAS:.....	51
10.	CONCLUSIONES.....	54
11.	ANEXOS.....	56
11.1	FOTOGRAFICO	56
11.2	PLAN DE TRABAJO	56
11.3	GLOSARIO	56



*Santuario de Guadalupe
San Diego de la Unión, Guanajuato*

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



*Hacienda Saucedá
San Diego de la Unión,
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.



*Hacienda Saucedá
San Diego de la Unión, 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.



*Hacienda Saucedá
San Diego de la Unión,
Guanajuato*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*Santuario de Guadalupe
San Diego de la Unión, 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.



*Viñedo El Raco
San Diego de la Unión, 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



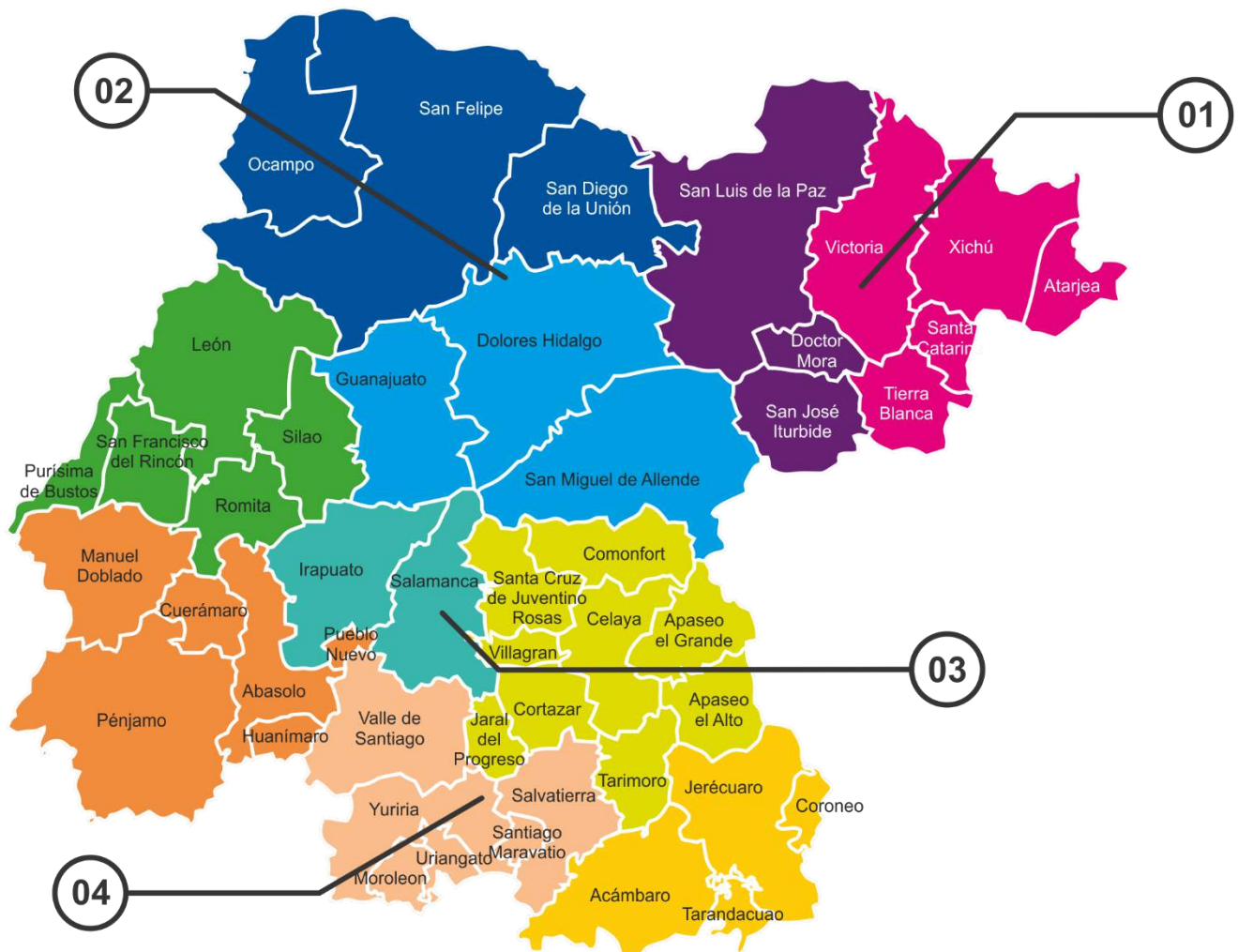
*Peñuelas
San Diego de la Unión, Guanajuato*



*Ex Hacienda Saucedá
San Diego de la Unión, 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 41, 054 habitantes, el municipio de San Diego de la Unión, 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:

Ex-Hacienda Noria de Alday, La Presita de la Luz, La Sauceda, Peñuelas, San Diego de la Unión, San Juan Pan de Arriba

El municipio de **San Diego de la Unión** representa el 3.26 % de la superficie del estado.

El municipio de San Diego de la Unión fue fundado por Don Manuel María de Torres con el nombre de “Pueblo del Biscocho”, el 30 de noviembre de 1719.

Fue en el año de 1875 en el que por decreto de fecha 4 de mayo, siendo Gobernador del Estado el General Florentino Antillón, se le concede el título de Villa.

El municipio de San Diego de la Unión colinda al norte con el municipio de San Felipe, el estado de San Luis Potosí y el municipio de San Luis de la Paz; al este con el municipio de San Luis de la Paz; al sur con los municipios de San Luis de la Paz y Dolores Hidalgo; al oeste con los municipios de Dolores Hidalgo y San Felipe.

Fiestas y festividades

El 29 de septiembre, se realiza una fiesta religiosa en honor a los ángeles y arcángeles.

El 13 de noviembre, se realiza una fiesta religiosa, que es la fiesta patronal.

Turismo.

Dentro de sus principales atractivos turísticos, uno de los principales es el Santuario de Guadalupe, la Parroquia de San Diego de Alcalá, el Fuente del siglo XVIII.

Artesanías.

Las artesanías que produce el municipio son: cobijas, jorongos, tapetes, guaraches y macetas de barro.

Gastronomía.

La borrachita, que es un capullo de biznaga, se consume aderezada con limón y chile; son comunes la capirotada y las torrejas. De sus guisos destacan las albóndigas de nopales con caldo de camarón seco; los tacos, la birria y la barbacoa son también populares. La vitualla de garbanzos es un platillo utilizado en las bodas y tornabodas, los frijoles sin machacar revueltos con mole y acompañados con salsa de xoconostles es también de uso regular, pero el alimento más reconocido es el pan bizcocho.



Santuario de Guadalupe
San Diego de la Unión, Guanajuato

Padre Méndez

Padre Méndez was a prominent figure in the region, known for his contributions to the community and his role in the development of the area. He was a dedicated priest and a leader in his time.



San Diego

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



Ex Hacienda La Jaula
San Diego de la unión, Guanajuato

Actualmente, en el municipio de San Diego de la Unión, Guanajuato, cuenta con un registro de 42 sitios turísticos, entre los cuales se puede mencionar: Ex - Hacienda de Ojo Ciego, Ex-Hacienda de San Juan Pan Arriba, Ex - Hacienda la Noria de Alday, Jardín Principal Hidalgo, Parroquia de San Diego de Alcalá, Plaza de Armas, Gral. Xavier Mina y Larrea, Presa Belén, Presa de San Franco, Presa Santo Tomás, entre otros.

Atendiendo la estrategia de **Segmentos Turísticos** de la **Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato**, en el municipio de San Diego de la Unión, 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 San Diego de La Unión**, 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. Ex-Hacienda La Saucedá,
2. Viñedo el Raco,
3. Presa San Franco,
4. Santuario de Guadalupe,
5. Peñuelas,
6. Balneario Temaxcalillo,
7. Balneario Arcoíris,
8. Temazcal, Luz de Luna,
9. Templo San Miguel Arcángel,
10. La Montañita,
11. Hacienda de Cabras,
12. Cerrito de la Santa Cruz, Cabras,
13. Molino de Peñuelas,
14. Comunidad Cabaña del Rey y
15. Hacienda La Jaula.

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

1. EX HACIENDA LA SAUCEDA

La Hacienda la Sauceda, o anteriormente conocida como Hacienda Sauceda de los Mulatos, es una antigua hacienda de más de 400 años, esta hacienda le perteneció a don Aciano Cano quien fuera presidente municipal 2 veces en San Diego de la Unión.

En la Sauceda se llevan a cabo dos días de festividad, el primer día es el 19 de marzo, día del santo patrono San José, esta fiesta se realiza en la explanada de la hacienda. La segunda festividad se realiza el día 29 de septiembre, día de San Miguel, el festejo se lleva en la parte baja de la comunidad, a esta fiesta acuden visitantes de diversas localidades de San Diego de la Unión, también es muy visitada por migrantes y es transmitida en vivo por diversas redes sociales.

La Hacienda de la Sauceda se ha dado a conocer por medio de plataformas digitales como Airbnb donde presta sus servicios de hospedaje donde su principal atractivo es vivir la verdadera experiencia de dormir en una hacienda. Además de esto, en el lugar se han realizado bodas de hasta 300 personas

En la parte superior de la comunidad se encuentra la presa de la sauceda, la cual para llegar es necesario realizar un recorrido de aproximadamente 30 min a pie, ya que el automóvil no puede acceder, esta presa fue

realizada por el señor León Peña, quien fuera el máximo benefactor de San Diego de la Unión hace 200 años.

Necesidades

1. En la Hacienda de la Sauceda; la comunidad tiene problemas de agua potable,
2. Mejora en los caminos,
3. Limpieza en zonas como baldíos, hay mucha basura,
4. Contenedores para depositar la basura,
5. Difusión del lugar y
6. Capacitaciones de atención y generación de análisis histórico.



2. VIÑEDO EL RACO

Viñedo el Raco es el primer viñedo en San Diego de la Unión, perteneciente a Juan Manchón, enólogo con varias certificaciones.

Este viñedo es el principal productor de insumo para Cavas Manchón del municipio de Dolores Hidalgo

En este viñedo se produce composta de la uva una vez triturada y desechada, todos estos residuos se mezclan con tierra fértil en unos recipientes los cuales contienen lombriz roja californiana, al juntar todos estos recursos se produce el lixiviado o humus el cual básicamente es el resultado líquido que se produce tras la descomposición de los desechos orgánicos en gran medida apoyada por el proceso digestivo de la lombriz.

Necesidades

1. Promoción y difusión,
2. Mejora de camino para llegar al Viñedo,
3. Señalética dentro y fuera del viñedo,
4. Equipo para mayor producción y
5. Manejo de redes sociales.



3. PRESA SAN FRANCO

La presa de San Franco tiene una longitud de -100.954167 y una latitud de 21.460556; lo cual, provoca que la poca localidad que habita se encuentre a una altura de 2150 metros sobre el nivel del mar.

En la presa solo hay 463 personas que habitan la zona, lo cual, lo hace entrar en la lista de los pueblos más poblados de todo el municipio, siendo el número 17 del ranking. En este lugar podrás disfrutar de bellos atardeceres en compañía de la familia, además de organizar algún picnic con amigos o simplemente andar por los alrededores de la presa montado en bicicleta; o bien, explorar la naturaleza de los árboles y toda la vegetación que hay sus alrededores. En la parte interna de la presa, siguiendo el camino que lleva a la presa de **San Franco** se encuentra **Peña Alta** es un área natural protegida la cual se estableció en 1998.

Peña Alta comprende un aproximado de 13, 270 hectáreas en las cuales se encuentran un total de 120 especies de flora registrada y 223 especies de fauna, 43 especies con estatus de protección y/o endémicas.

Los servicios que se ofrecen en Peña Alta son:

- Cabaña con costo de \$500
- Casas de campaña para 4 personas \$150
- Recorrido guiado por los senderos \$200

- Desayuno \$60, Comida \$60, Cena \$60
- Acceso al parque \$10 (no incluye acampada)
- Palapas
- Tirolesa
- Bicicletas

Necesidades

1. Plan de promoción y difusión del lugar,
2. Capacitación en seguridad y capacitación por un acuicultor,
3. Certificación de naturaleza,
4. Equipo para desempeñar actividades (binoculares, radios, etc.),
5. Baños secos,
6. Sombra de resguardo para la tirolesa,
7. Introducción de más peces en la presa,
8. Camino de laja para subir a la tirolesa (solo se tiene permitido este material ya que es área natural protegida) y
9. Proyecto ejecutivo para el desarrollo de la comunidad (turismo de naturaleza).



4. SANTUARIO DE GUADALUPE

La construcción del Santuario comenzó en el año de 1940 encabezado por el padre Florentino Méndez Chávez, dicha obra se culminó 4 años después gracias a la aportación de la gente y de bienhechores que el padre Méndez busco, cabe mencionar que gente vecina de los alrededores del santuario, así como de la calle principal obsequiaron parte de sus terrenos para convertirse en lo que es ahora la calzada de Guadalupe.

En el año de 1983 se recibió la virgen de Guadalupe, que es una réplica con las medidas exactas del ayate de San Juan Diego, el cual el padre Méndez dio al pueblo por su generosidad y su trabajo.

La festividad de la Virgen de Guadalupe se lleva a cabo el día 12 de diciembre donde la calle principal se llena de puestos y personas danzando que buscan llegar hasta el santuario, año con año esta festividad llena a San Diego de la Unión de color, folclor y visitantes.

Necesidades

1. Promoción y difusión a la festividad de la Virgen,
2. Pavimentación en una de las explanadas del templo y
3. Reacondicionamiento de cableado eléctrico.



5. PEÑUELAS

La comunidad de Peñuelas se ubica a una altura de 1970 metros de altura, cuenta con una población aproximada de 861 habitantes, entre los atractivos turísticos de la comunidad se encuentra el cerro de Peñuelas, la cueva abandonada, las ruinas de la presa y arcos.

En la cima del cerro de Peñuelas se encuentra el templo de la Santa Cruz, la comunidad de Peñuelas lleva a cabo cada año la festividad que corresponde al día 03 de mayo, además de esto los San Dieguenses llevan a cabo la festividad desde el día 8 hasta el 28 de mayo en memoria de la ascensión de asunción El atractivo turístico de la cueva de Peñuelas tiene su leyenda el cual hace alusión a un tesoro dentro el cual no es posible extraer, ya que las personas que han tratado de extraerlo han fallecido días después del hallazgo.



Necesidades

1. Requiere un camino al templo de la Santa Cruz, ya que se encuentra incompleto,
2. Señalética en el lugar, ya que el acceso está oculto y
3. Proyecto de restauración.



6. BALNEARIO TEMAXCALILLO

El balneario Temaxcalillo tiene un aproximado de 10 años que se abrió al público, dicho balneario comenzó con un pozo de agua cuya principal función era la agricultura, al paso del tiempo este pozo de agua era utilizado por la misma familia del propietario, fue de ahí donde comenzó la construcción de un segundo pozo, fue pensado para uso de alberca, con el paso del tiempo se abrió al público con solo una alberca, hoy en día el balneario cuenta con 4 albercas con diferentes diseños, palapas, asadores, área de venta de snacks, lago artificial, estacionamiento, una mini capilla y próximamente área de restaurante.

El Balneario Temaxcalillo se caracteriza por tener flujo constante de agua en sus albercas, es decir, a diferencia de otros balnearios que utilizan químicos para limpiarlos, ya que el pozo abastece las 4 albercas que están interconectadas.

Los costos de acceso al balneario son de \$50 pesos niños, \$100 pesos adultos y \$250 por el área de acampar.

Necesidades

1. Mejora de caminos para acceder al balneario,
2. Señalética,
3. Equipo y mobiliario para el restaurante,
4. Publicidad, plan de promoción y difusión.



7. BALNEARIO ARCOÍRIS

El balneario Arcoíris se encuentra ubicado por la carretera Dolores Hidalgo, San diego de la Unión, entre las comunidades de San Nicolás del Charco y San Agustín, el lugar abre los días sábado y domingo en un horario de 9 h a 18 h este lugar cuenta con 2 albercas de gran proporción y dos resbaladillas, palapas, asadores, cancha de futbol, área para fiestas, baños, vestidores, tienda de snacks, estacionamiento y una gran cantidad de áreas verdes.

El propietario Martin García comenta que los fines de semana se llegan a tener de 400 a 500 visitantes. El costo de acceso es de adultos \$100 pesos y niños \$80



Necesidades

1. Toboganes,
2. Señalética,
3. Promoción y difusión; y
4. Construir una palapa grande para eventos.



8. TEMAZCAL LUZ DE LUNA

El temazcal luz de luna se construyó por la maestra jubilada María Teresa Luna Soto a inicios de noviembre del 2009, este temazcal se encuentra a la entrada de la cabecera municipal de San Diego de la Unión. La maestra comenta que para acceder no hay un límite de edad, que los beneficios de realizar esta actividad son muchos, desde la mejora de la circulación, la depuración de las vías respiratorias, ayuda al aparato digestivo, tonifica el sistema nervioso, ayuda en los problemas óseos y musculares, entre otros. También menciona que el único motivo por el que no se puede acceder es si se tiene algún padecimiento en el corazón como marca, pasos, etc.

El precio de acceso es de \$150 pesos por persona, los accesos son por grupos los cuales lo mínimo son de 5.

Además del temazcal, la maestra ofrece productos como ungüentos, los cuales están dados de alta en marca Guanajuato

Necesidades

1. Señalética ya que a pesar de que se encuentra a la entrada de la cabecera municipal el lugar no es muy visible,
2. Mejorar en el acceso al lugar ya que el camino no está pavimentado,
3. Servicios comunes como agua y luz,
4. Plan de promoción y difusión.
5. Generación de imagen comercial,
6. Capacitación en manejo de redes sociales y
7. Mobiliario para las actividades.



9. TEMPLO DE SAN MIGUEL ARCÁNGEL

Este templo se encuentra al costado de la presa de Santo Tomás, para llegar a este lugar es necesario seguir el camino de la carretera San Luis Potosí-San Diego de la Unión hasta topar casi a las afueras de la cabecera municipal.

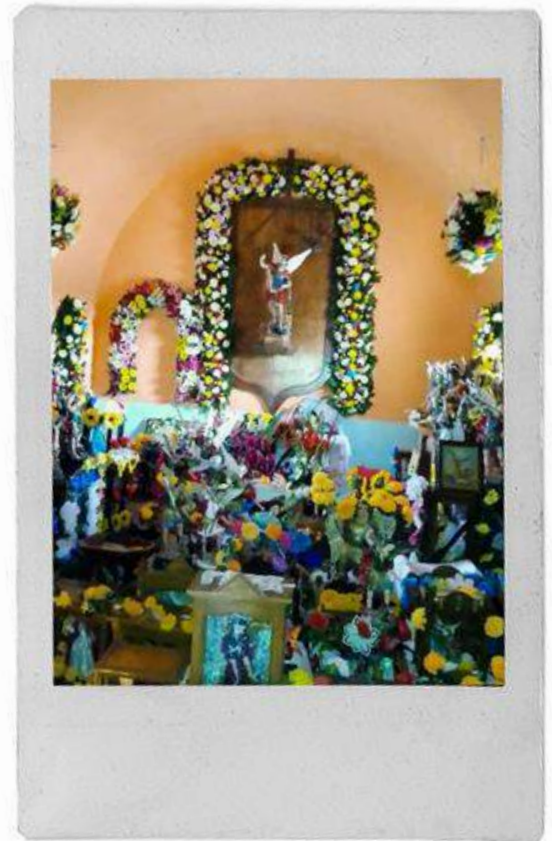
El lugar cuenta con una explanada grande donde los San Dieguenses acuden a hacer ejercicio y en ocasiones a jugar fútbol, por la parte religiosa no es muy visitado constantemente, únicamente el día más concurrido en la capilla es en su día.

La festividad de San Miguel Arcángel se lleva a cabo el día 29 de septiembre, donde los pobladores de San Diego realizan una procesión con el santo, la cual culmina en el templo de San Miguel. En la explanada del templo se hace la charreada, donde se reúnen varias personas en caballo y comienzan a dar vueltas por la explanada, además se hace la tradicional venta de antojitos, recuerdos y la quema del castillo.



Necesidades

1. Requiere que el acceso al templo se encuentra esté en mejor estado,
2. Tiene problemas de iluminación y
3. Hace falta una remodelación de la capilla



10. LA MONTAÑITA

La Montañita es un lugar muy visitado por los San Dieguenses, especialmente por los migrantes, a este lugar acuden en su mayoría personas devotas a la virgen de Guadalupe. Este lugar se ha convertido en un icono de San Diego de la Unión, ya que el camino que conduce a la capilla de la virgen ha sido construida prácticamente por los migrantes y los pobladores, en el lugar se pueden apreciar diferentes tipos de escalinatas, desde muy sencillas, construidas únicamente de cemento, hasta otras con piso de mosaico y barandal, aunque al final podemos apreciar que todas tienen algo en común y es que en cada escalón viene marcado el nombre de la familia que la construyó y sus agradecimientos a la Virgen de Guadalupe.

A este lugar acuden personas de las diferentes comunidades a tener un buen tiempo de fin de semana, además de que el lugar es muy concurrido por las personas el día 11 de diciembre, día en el que se hacen los preparativos para las mañanitas a la virgen de Guadalupe. El día 11 sube una procesión a la cima de la montaña hacen rezos, cantan y se preparan para velar a la virgen, ya que al día siguiente se realiza el festejo en el santuario de Guadalupe.

Necesidades

1. Mejora en el camino,
2. Barandal el cual proteja a los pobladores que visitan el lugar ya que hay una pendiente muy pronunciada de fácil acceso,
3. Promoción y difusión de la festividad y
4. Apoyo para un lugar de venta de souvenirs.



11. HACIENDA CABRAS

La hacienda de cabras se encuentra ubicada en la comunidad de cabras, en esta antigua hacienda en la actualidad no hay mucho que apreciar, ya que la mayor parte de la se encuentra en ruinas y lo poco que queda los pobladores se han apropiado de ella, la utilizan como corral para el ganado, algunas paredes las han utilizado para complementar sus construcciones. Al momento de la visita lo único que pudimos apreciar de la antigua hacienda fue un arco el cual al parecer era el acceso y unas bardas en las cuales tenían borregos.

Necesidades

1. Requiere pavimentación de caminos,
2. Señalética,
3. Proyecto de restauración del lugar y
4. Capacitación respecto a sensibilización del lugar (enfocado a los pobladores).



12. CERRITO DE LA SANTA CRUZ, CABRAS

El Cerrito de la Santa Cruz también forma parte de la comunidad de Cabras, en este lugar al igual que en la Montañita los pobladores locales y migrantes se han empeñado por diseñar un camino de escalinatas a la subida del cerro, como en la montañita el camino está construido por fragmentos de escalones los cuales se van realizando por familias, en estos escalones se puede apreciar el nombre de cada familia que las construye. Al llegar a la parte alta del cerro se puede apreciar que el camino de escaleras aún no está terminado para llegar a la pequeña capilla, la cual data de 1989.



Necesidades

1. La señalética,
2. Mejora de caminos y
3. Zonas para descanso como bancas o algún lugar con sombra.



13. MOLINO DE PEÑUELAS

El molino de Peñuelas es un lugar emblemático en la comunidad que data del siglo XVIII, actualmente el molino se encuentra invadido por una familia que tomo el costado del molino para darle continuidad a su vivienda. Además, en el lugar se encuentra mucha basura y vegetación.

El 03 de julio del 2020 se presentó un proyecto de restauración y rescate por parte del director de desarrollo económico y turismo, Moisés Mendoza Rodríguez, y el secretario de ayuntamiento, Juan Esteban Díaz Rodríguez. Actualmente, no se ve alguna mejora en el lugar.

Necesidades

1. Limpieza del lugar,
2. Mejora de caminos,
3. Señalética y
4. Proyecto de restauración.



14. CABAÑA DEL REY

En la comunidad de Cabaña del Rey se venera al Santo Niño de las Promesas por la cantidad de milagros que ha hecho a los pobladores de la comunidad, en su gran mayoría a los migrantes, en las paredes del templo se puede apreciar una gran cantidad de pinturas representando los momentos en que los migrantes, personas enfermas, etc. Fueron apoyados por el Santo Niño de las promesas, La festividad de Cabaña del Rey se lleva a cabo el 14 de febrero.

La comunidad no cuenta con otro atractivo; este lugar es importante para los San Dieguenses por el atractivo religioso.

Necesidades

1. Pavimentación,
2. Mejora de la plazuela y
3. Señalética



15. HACIENDA LA JAULA

La Hacienda de la Jaula se encuentra a 1 km de la carretera federan 57 entre San Luis de la Paz y San Luis Potosí, según el censo del año 2020 la comunidad de La Jaula cuenta con 1,094 habitantes.

La hacienda tiene una antigüedad de 200 años, sus primeros dueños fueron las señoras Cayetana y Rosalía Peña, tías de don León y don Daniel Peña, tiempo después la hacienda fue heredada y se repartió a los hermanos Peña, pero más adelante don León le compro la parte que le correspondía de la hacienda a su hermano, finalmente la hacienda pasa a manos del señor Salvador Vértiz sobrino de don León Peña.

Anteriormente en La Jaula se cultivaba chiles, maíz, frijol; dentro de la hacienda fue habilitada un área donde se ponía a secar el chile.

En la parte exterior de la hacienda se puede apreciar un “macho” nombre de la antigua máquina que se usaba para desgranar el maíz.

Actualmente, en la hacienda se destila vino de tuna, el cual se almacena y se envasa para exportarlo.

En la comunidad de la Jaula se venera a la virgen del Refugio, a quien el 04 de julio año con año le realizan su festividad.

Necesidades

1. Mejora de caminos,
2. Señalética,
3. Proyecto de restauración,
4. Promoción y difusión y
5. Análisis histórico de la Jaula.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		San Diego de la Unión , Guanajuato			
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Especifica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. EX HACIENDA LA SAUCEDA	1	Infraestructura	Mejora de caminos de accesos	\$1,000,000.00	
	2	Infraestructura	Mantenimiento y limpieza	\$50,000.00	
	3	Equipamiento	Botes de Basura	\$51,000.00	
	4	Capacitación	Capacitación en servicio y atención al cliente	\$20,000.00	
	5	Estratégico	Análisis histórico de la hacienda	\$50,000.00	
	6	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				
2. VIÑEDO EL RACO	1	Infraestructura	Mejora de caminos de accesos	\$300,000.00	
	2	Infraestructura	Señalética	\$50,000.00	
	3	Equipamiento	Equipamiento para mayor producción	\$400,000.00	
	4	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
Inversión total				\$ 850,000.00	
3. PRESA SAN FRANCO	1	Equipamiento	Equipamiento (Binoculares, radios,etc)	\$13,000.00	
	2	Capacitación	* Certificación de Guías * Certificación en primeros auxilios	\$100,000.00	
	3	Equipamiento	Instalación de baños secos	\$480,000.00	
	4	Infraestructura	Colocación de sombra para la zona de tirolesa	\$15,000.00	
	5	Infraestructura	Camino de laja para el acceso a la tirolesa	\$500,000.00	
	6	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	7	Estratégico	Proyecto para el desarrollo de la comunidad	\$200,000.00	
Inversión total				\$ 1,408,000.00	
4. SANTUARIO DE GUADALUPE	1	Infraestructura	Pavimentación de explanada del templo		
	2	Infraestructura	Reacondicionamiento de cableado eléctrico	\$25,000.00	
	3	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
Inversión total				\$ 125,000.00	

5. PEÑUELAS	1	Estratégico	Proyecto ejecutivo de restauración	\$1,000,000.00	
	2	Infraestructura	Terminar el camino de acceso	\$1,000,000.00	
	3	Infraestructura	Señalética	\$50,000.00	
	Inversión total				\$ 2,050,000.00
6. BALNARIO TEMAXCALILLO	1	Infraestructura	Reparación del camino de acceso	\$1,000,000.00	
	2	Equipamiento	Equipamiento y mobiliario para el restaurante	\$250,000.00	
	3	Infraestructura	Señalética	\$50,000.00	
	4	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 1,400,000.00
7. BALNARIO ARCOIRIS	1	Infraestructura	Palapa grande para eventos	\$56,000.00	
	3	Infraestructura	Señalética	\$50,000.00	
	4	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 206,000.00
8. TEMAZCAL LUZ DEL ALMA	1	Infraestructura	Reparación del camino de acceso	\$1,000,000.00	
	2	Equipamiento	Equipamiento y mobiliario para actividades del temazcal	\$180,000.00	
	3	Infraestructura	Señalética	\$50,000.00	
	4	Capacitación	Capacitación en manejo de redes sociales	\$10,000.00	
	5	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 1,340,000.00
9. TEMPLO DE SAN MIGUEL ARCÁNGEL	1	Estratégico	Proyecto de restauración	\$1,000,000.00	
	Inversión total				\$ 1,000,000.00
10. LA MONTAÑITA	1	Infraestructura	Reparación del camino de acceso	\$1,000,000.00	
	2	Infraestructura	Restauración de barandal de protección	\$300,000.00	
	3	Infraestructura	Señalética	\$50,000.00	
	4	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 1,450,000.00
11. HACIENDA CABRAS	1	Infraestructura	Reparación del camino de acceso	\$1,000,000.00	
	2	Infraestructura	Señalética	\$50,000.00	
	3	Estratégico	Proyecto de restauración	\$1,000,000.00	
	4	Estratégico	Proyecto para el desarrollo de la comunidad	\$200,000.00	
	Inversión total				\$ 2,250,000.00

12. CERRITO DE LA SANTA CRUZ, CABRAS	1	Infraestructura	Reparación del camino de acceso	\$1,000,000.00	
	2	Infraestructura	Construcción área de descanso	\$200,000.00	
	3	Infraestructura	Señalética	\$50,000.00	
	Inversión total				\$ 1,250,000.00
13. MOLINO DE PEÑIELAS	1	Infraestructura	Limpieza y mantenimiento del lugar	\$50,000.00	
	3	Estratégico	Proyecto de restauración	\$1,000,000.00	
	Inversión total				\$ 1,050,000.00
14. CABAÑA DEL REY	1	Infraestructura	Reparación del camino de acceso	\$300,000.00	
	3	Estratégico	Proyecto para el desarrollo de la comunidad	\$200,000.00	
	3	Infraestructura	Señalética	\$50,000.00	
	Inversión total				\$ 550,000.00
15. HACIENDA LA JAULA	1	Infraestructura	Reparación del camino de acceso	\$300,000.00	
	3	Estratégico	Proyecto de restauración	\$1,000,000.00	
	1	Infraestructura	Análisis histórico de la hacienda	\$150,000.00	
	1	Infraestructura	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 1,550,000.00
16. 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 señalizar		
		3. Plano de señalética			
Inversión total				\$ 3,000,000.00	

INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA \$20,750,000.00



Santuario de Guadalupe
San Diego de La Unión, 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:

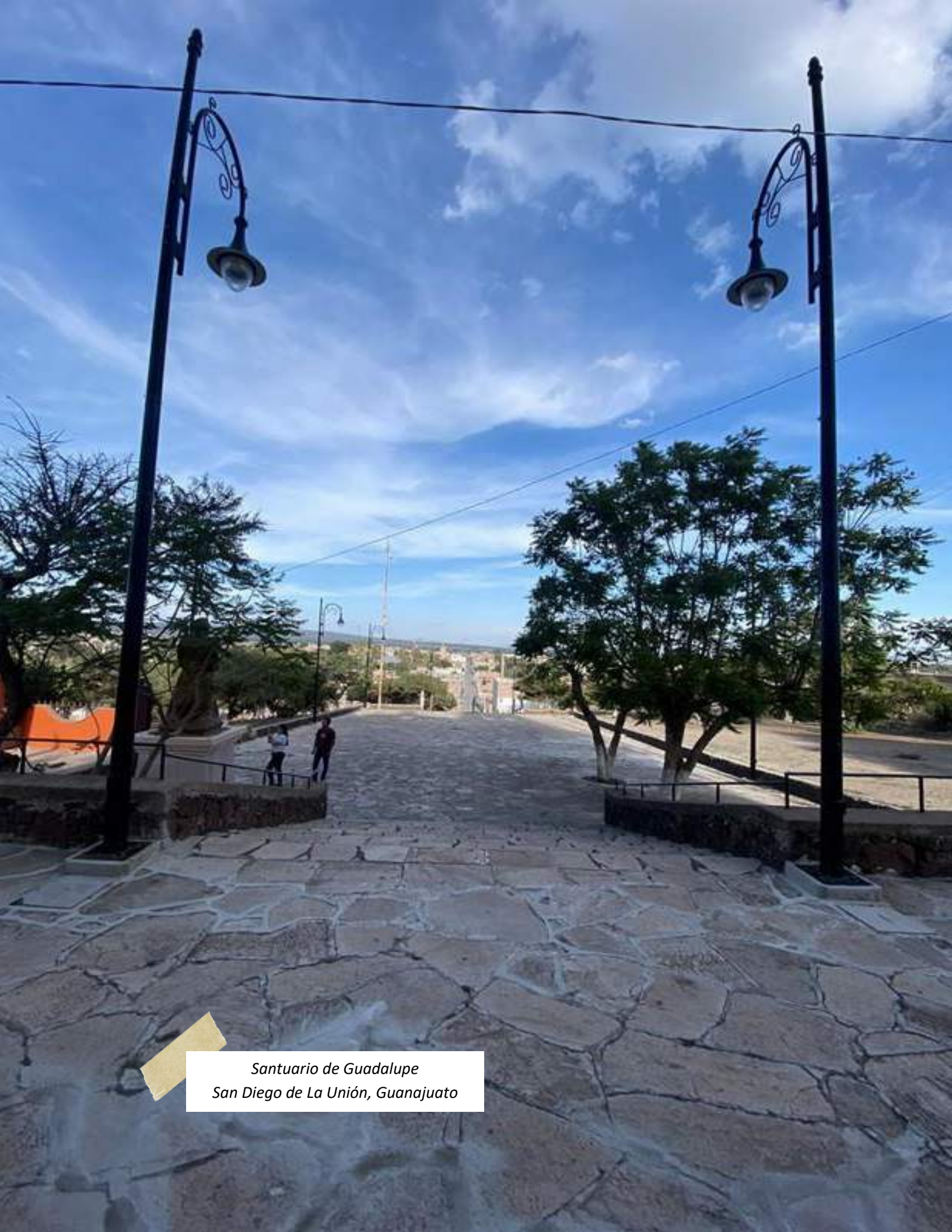
1. **Exploración:** Descubierta y recibe un reducido número de visitantes.
2. **Implicación:** Las personas locales inician negocios destinados al turista, Implicación del gobierno en desarrollar la infraestructura turística, se inicia la promoción del destino.
3. **Desarrollo:** El flujo de visitantes 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 San Diego de la Unión 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.



**Fuente Propia*



*Santuario de Guadalupe
San Diego de La Unión, Guanajuato*

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

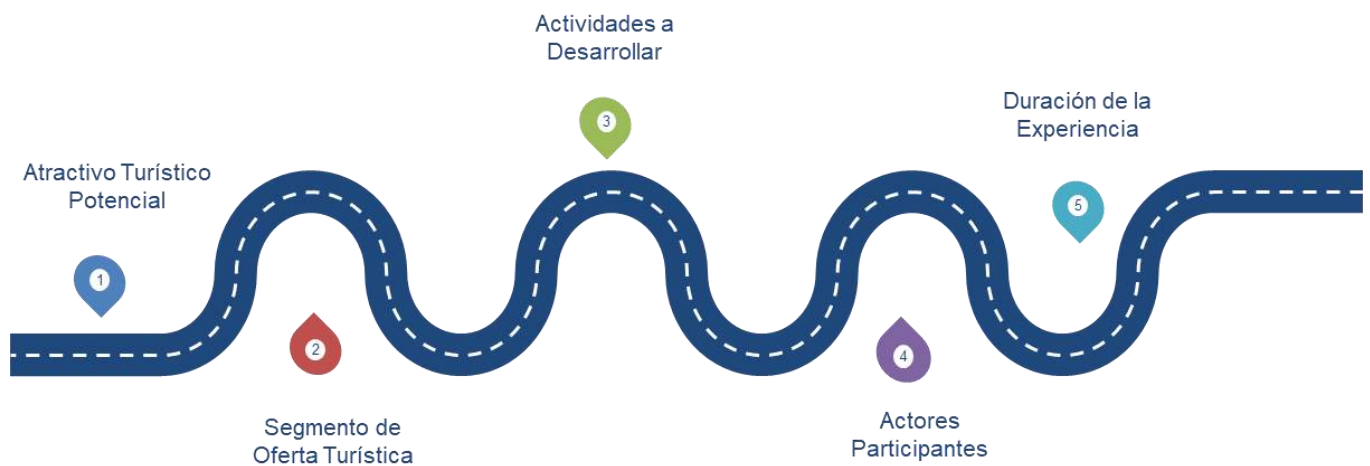
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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



*Fuente Propia

- **Segmento de oferta turística:**

1. Naturaleza.
2. Enológico.

- **Actividades a desarrollar:**

1. Actividades recreativas de naturaleza, tirolesa y bicicleta.
2. Senderismo.
3. Avistamiento de aves.
4. Recorrido y experiencia en el viñedo.
5. Recorrido cultural.
6. Actividades nocturnas.

- **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 Peña Alta y Presa San Franco.

CIRCUITO 2

Balneario
***Arcoiris o Temaxcolillo**
 ✓ Actividades recreativas
 ✓ **Desayuno**
 9:00 a.m – 6:00 p.m.

Capilla San Miguel Arcángel
 ✓ Visita la capilla de San Miguel Arcángel
 6:30 p.m – 7:30 p.m.

Cabecera Municipal
 ✓ **Cena, Hospedaje y Desayuno**
 ✓ Visita al Santuario de Guadalupe
 ✓ Visita a la Plaza de Toros
 ✓ Visita al Lienzo Charro
 4:00 p.m – 10:00 a.m.
Ex Hacienda La Noria de Alday
 ✓ Recorrido por la Ex Hacienda La Noria de Alday
 11:00 a.m – 1:00 p.m.

Peñuelas
 ✓ Recorrido por el Parque de Peñuelas
 ✓ Visita la cueva abandonada
 ✓ Visita al Molino de Peñuelas
 ✓ Cerro de Peñuelas y arcos
 2:00 p.m – 6:30 p.m.

GUANAJUATO . MX

Crece

*Fuente Propia

- **Segmento de oferta turística:**

1. Naturaleza.
2. Cultural- Religioso.

- **Actividades a desarrollar:**

1. Actividades recreativas.
2. Visita a lugares turísticos culturales y de naturaleza.

- **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 Cabecera Municipal.



Guanajuato
Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo

CIRCUITO 3

Balneario

*Arcoiris o Temascalillo

- ✓ Actividades recreativas
- ✓ Desayuno

9:00 a.m - 6:00 p.m

Capilla San Miguel Arcángel

- ✓ Visita la capilla de San Miguel Arcángel

6:30 p.m - 7:30 p.m

Cabecera Municipal

- ✓ Cena, Hospedaje y Desayuno
- ✓ Visita al Santuario de Guadalupe
- ✓ Visita a la Plaza de Toros
- ✓ Visita al Lienzo Charro

4:00 p.m - 10:00 a.m

La Montañita

- ✓ Recorrido a la montañita
- ✓ Visita a la Presa de Santo Tomás
- ✓ Visita a San Juan Pan de Arriba

11:00 a.m - 2:00 p.m

Viñedo El Raco

- ✓ Recorrido y experiencia en el viñedo

3:00 p.m - 6:30 p.m

*Arcoiris 43min o
Temascalillo 1hr 5min

GUANAJUATO.MX



*Fuente Propia

- **Segmento de oferta turística:**

1. Naturaleza.
2. Enológico.
3. Cultural- Religioso.

- **Actividades a desarrollar:**

1. Actividades recreativas.
2. Visita a lugares turísticos culturales y de naturaleza.
3. Recorrido y experiencia en el viñedo.

- **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 Cabecera Municipal.

*Extra, puedes elegir ir a uno de los dos balnearios de la ruta.



Guanajuato
Vive Grandes Historias
— Gobierno del Estado —

CIRCUITO 4

<ul style="list-style-type: none"> ● Cabaña del Rey <ul style="list-style-type: none"> ✓ Visita a Cabaña del Rey (Niño de las promesas) 9:00 a.m – 10:00 a.m 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ex Hacienda La Jaula <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recorrido en La Hacienda La Jaula 12:30 p.m – 2:00 p.m 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ex Hacienda La Noria de Alday <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recorrido por la Ex Hacienda La Noria de Alday 10:00 a.m – 1:00 p.m
<ul style="list-style-type: none"> ● Ex Hacienda La Saucedá <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recorrido en la Ex Hacienda La Saucedá ✓ *Desayuno 10:00 a.m – 11:30 p.m 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabecera Municipal <ul style="list-style-type: none"> ✓ Comida, cena y desayuno ✓ Visita al Santuario de Guadalupe ✓ Visita a la Plaza de Toros ✓ Visita al Lienzo Charro 3:00 p.m – 9:00 a.m 	<ul style="list-style-type: none"> ● Temazcal Luz de luna <ul style="list-style-type: none"> ✓ Actividades recreativas ✓ *Comida 2:00 a.m – 6:00 p.m

GUANAJUATO.MX



*Fuente Propia

- **Segmento de oferta turística:**

1. Naturaleza.
2. Wellness.
3. Cultural- Religioso.

- **Actividades a desarrollar:**

1. Actividades recreativas.
2. Visita a lugares turísticos culturales y de naturaleza.
3. Visita al Temazcal.

- **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 Cabecera Municipal.



*Fuente Propia

• **Segmento de oferta turística:**

1. Naturaleza.
2. Enológico.
3. Cultural- Religioso.

• **Actividades a desarrollar:**

1. Recorrido y experiencia en el viñedo.
2. Visita a lugares turísticos culturales y de naturaleza.

• **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 Cabecera Municipal.



Guanajuato
Vive Grandes Historias

CIRCUITO 6

● Ex Hacienda Las Monjas

- ✓ Recorrido a la Ex Hacienda Las Monjas
- ✓ Visita a la Presa Las Monjas
- ✓ *Desayuno

9:00 a.m – 12:00 p.m

● Cerro de La Santa Cruz/ Hacienda de Cabras

- ✓ Visita al Cerro de La Santa Cruz
- ✓ Visita Ex Hacienda de Cabras

1:00 p.m – 4:00 p.m

● Peña alta y Presa de San Franco

- ✓ Comida, cena, camping y desayuno
- ✓ *Actividades recreativas de naturaleza (Senderismo, avistamiento de aves, tirolesa y bicicleta).

- ✓ *Comida (opcional)

5:00 p.m – 4:00 p.m

*Si no se visita Cabecera Municipal
47 min

● *Cabecera Municipal

(Opcional)

- ✓ *Comida
- ✓ Visita al Santuario de Guadalupe
- ✓ Visita a la Plaza de Toros
- ✓ Visita al Lienzo Charro

5:00 p.m – 7:30 p.m

*Si se visita Cabecera Municipal
1hr 15min



GUANAJUATO.MX



*Fuente Propia

- **Segmento de oferta turística:**

1. Naturaleza.
2. Cultural- Religioso.

- **Actividades a desarrollar:**

1. Recorrido cultural Ex Haciendas.
2. Actividades recreativas de naturaleza, senderismo, avistamiento de aves, tirolesa, bicicleta).

- **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 Peña Alta y Presa San Franco.

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 5%** se encuentra registrado en el Registro Estatal turístico, es **fundamental** incrementar la participación de los prestadores en este registro, haciendo las acciones necesarias para lograr un incremento considerable, entre ellas el lograr la formalización ante el SAT, siendo este uno de los puntos por el 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 **San Diego de La Unión 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.



Viñedo el Raco
San Diego de La Unión, Guanajuato

10. CONCLUSIONES

- Tras el estudio realizado, podemos destacar las grandes potencialidades turísticas visitadas en el municipio de **San Diego De La Unión, Guanajuato**, cuenta con grandes atractivos turísticos dónde podremos encontrar una variedad de oferta turística como: sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, así como centros de esparcimiento.
- El municipio cuenta con 42 sitios turísticos de los cuales los sitios culturales-históricos se pueden convertir en un producto turístico sin embargo no se cuenta con mucha información de estos por los que se deberá hacer un arduo trabajo de recopilación de información histórica-cultural.
- Se recomienda realizar un inventario turístico de todos aquellos atractivos turísticos (Naturales, Folklore, museos, artesanías, etc.) con información a mayor profundidad considerando elementos históricos, acervos culturales, contenido fotográfico, etc. contenidos en una ficha técnica que pueda ser base de estrategias turísticas de desarrollo y/o consolidación.
- Identificamos las siguientes potencialidades turísticas: Ex Hacienda La Saucedá, Viñedo el Raco, Presa San Franco, Santuario de Guadalupe, Peñuelas, Balneario Temaxcalillo, Balneario Arcoíris, Temazcal Luz de Luna, Templo San Miguel Arcángel, La Montañita, Hacienda de Cabras, Cerrito de la Santa Cruz, Cabras, Molino de Peñuelas, Comunidad Cabaña del Rey, Hacienda La Jaula
- Hoy en día se realizan acciones encaminadas al segmento de naturaleza, el cual se encuentra bien posicionado.
- Una de las fortalezas de San Diego De La Unión es su gran potencial cultural-histórico y de naturaleza, cuenta con espacios que permiten detonar **el segmento Wellness** además de que es importante realizar acciones encaminadas al enoturismo para poder aprovechar su máximo potencial.
- Se tendrá que realizar una revisión a los productos turísticos actualmente ofertados para poder evaluar el impacto que tienen y de ser necesario re orientar el mismo.
- Hablar de infraestructura en el municipio es identificar un **área de oportunidad prioritaria**, ya que, en tema de **señalización vial informativa**, es una de las acciones preferentes para implementar dentro del municipio, así como la reparación de caminos, especialmente los que conducen a los puntos de potencialidad turística.
- Se recomienda realizar acciones para el cumplimiento del Registro Estatal Turístico, se considera importante desarrollar: Material informativo o bien un curso en el cual se le pueda proporcionar información relacionada a las obligaciones frente al SAT y el manejo contable para poder obtener su

registro ante el SAT y 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 recomienda realizar capacitaciones en temas relacionados a cultura turística, manejo de redes sociales, servicio y atención al cliente, primeros auxilios y certificación de guías. Es necesario llevar a cabo los registros de capacitación más cercana a los prestadores, actualmente se puede acceder de manera sencilla a los cursos sin embargo el apoyo del registro y la incentivación a la participación a dichos cursos puede incrementar el impacto y la participación a los mismos.
- Prevaler a todos los operadores turísticos el tema de capacitación ya que detectamos que adolecen de esta formación para aprovechar y potencializar sus conocimientos, dentro de los temas identificamos: Certificación de guías, certificación en primeros auxilios y atención al cliente.
- Es imprescindible realizar la planificación del destino para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad turística. Por ello se plantea la ejecución del plan de desarrollo turístico y así establecer los objetivos en conjunto, definir metas a corto 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 desarrollar un **COMITÉ DE GESTIÓN TURÍSTICA** en la que participen los órdenes de gobierno estatal, municipal e iniciativa privada.
- En cuestión de imagen, es importante contar con un proyecto de desarrollo de imagen y marca turística del municipio y evaluar su impacto. Se requiere contar con más información en cada uno de los eventos realizados para conocer el impacto y la imagen que los turistas tienen del destino 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

San Diego de la Unión





Hacienda Sauceda



Hacienda Sauceda



Hacienda Sauceda



Hacienda Sauceda



Hacienda Sauceda



Viñedo El Raco



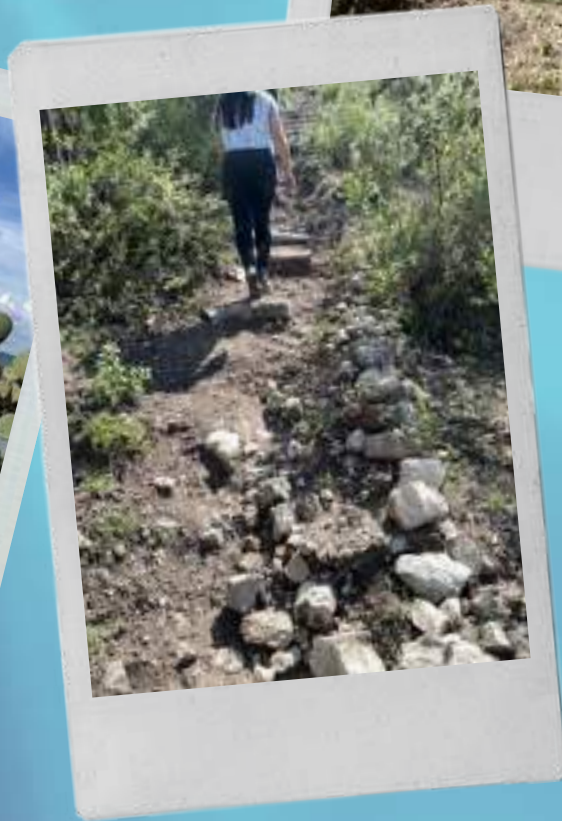
Viñedo El Raco



Viñedo El Raco



Viñedo El Raco



Presa San Franco



Santuario de Guadalupe



Santuario de Guadalupe



Peñueelas



Peñueelas

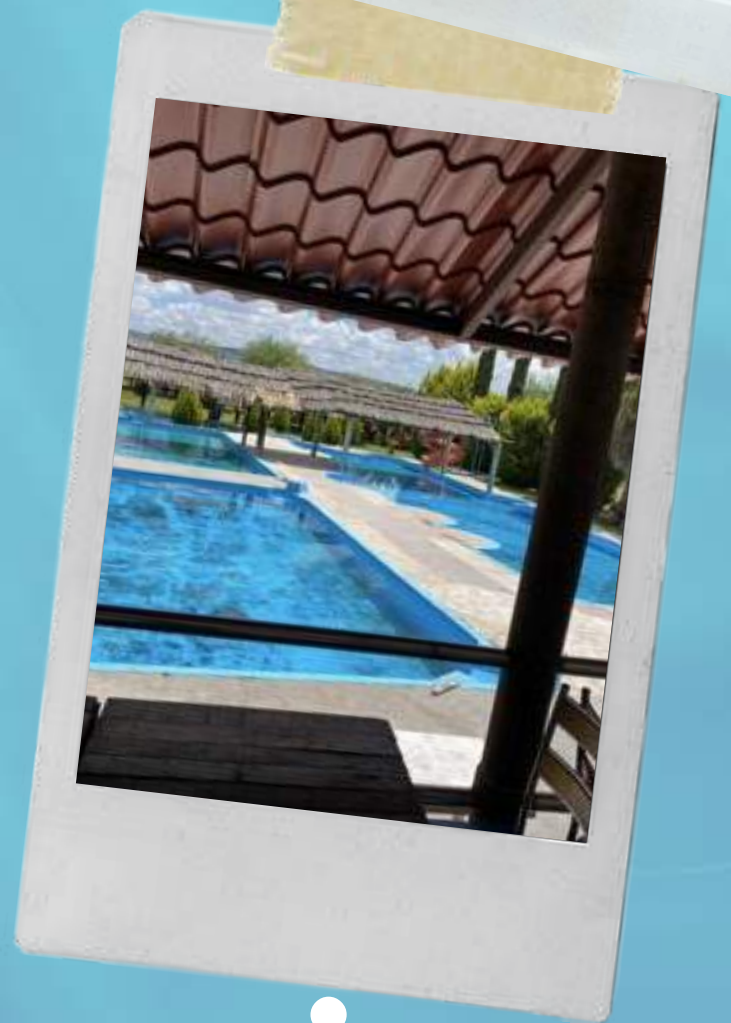


Peñueelas



Balneario

Temaxcalillo



Balneario

Temaxcalillo



Balneario

Arcoíris



Balneario

Arcoíris



Temazcal

Luz de Luna



Capilla

San Miguel Arcángel



La
Montañita



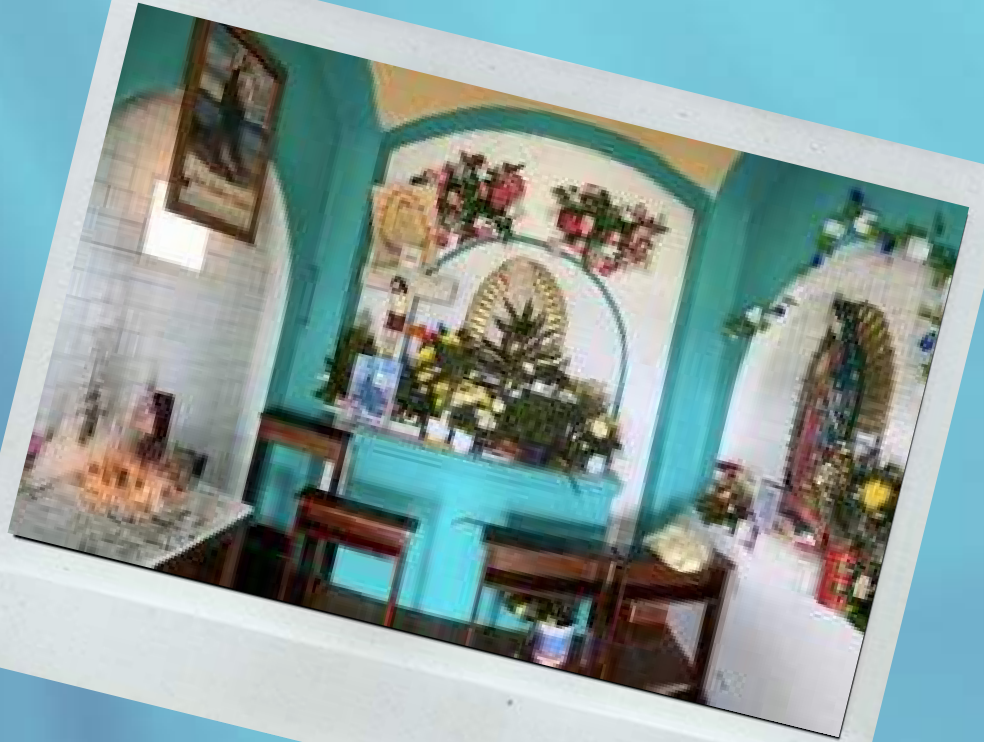
La
Montañita



La Montañita



La
Montañita



La
Montañita



Ex
Hacienda
de Cabras



Ex
Hacienda
de Cabras



Cerrito de La Santa Cruz



Molino de Peñuelas



Molino de Peñuelas



El Niño De Las Promesas, Cabaña del Rey



Hacienda
La Jaula



Hacienda
La Jaula

Plan de trabajo "La Montañita"

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

Fase 1 Levantamiento de necesidades

Fase 2 Actividad

Fase 3 Ejecución

Fase 4 Tiempo

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

Plan de trabajo "Comunidad Cabaña del Rey"

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
Actividades	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Promoción y capacitación	Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	1 año

Plan de trabajo "Temazcal Luz de Luna"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Camino y Señalética	Desarrollar proyecto	Desarrollar proyecto	Indefinido
	Infraestructura	Reacondicionamiento de áreas	Mantenimiento en las instalaciones	Identificar programa de apoyo o financiamiento
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Cerro de la Santa Cruz "



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos convienen analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo mas importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportos tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	1 año	

Plan de trabajo "Hacienda La Jaula"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que compartan objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	1 año	

Plan de trabajo "Templo de San Miguel Arcángel"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo mas importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	1 año	

Plan de trabajo "Santuario de Guadalupe"

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

Fase 1
Levantamiento de necesidades

Fase 2
Actividad

Fase 3
Ejecución

Fase 4
Tiempo

Actividades

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

Plan de trabajo "Molino de Peñuelas"

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

Fase 1
Levantamiento de necesidades

Fase 2
Actividad

Fase 3
Ejecución

Fase 4
Tiempo

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

Plan de trabajo "Hacienda Cabras"

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

Fase 1
Levantamiento de necesidades

Fase 2
Actividad

Fase 3
Ejecución

Fase 4
Tiempo

Actividades

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

Plan de trabajo "Balneario Arcoíris"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo mas importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto.	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias de marketing.	1 año	

Plan de trabajo "Balneario Temascalillo"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo mas importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Promoción y capacitación	Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto.	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias	1 año

Actividades

Plan de trabajo "Peñuelas"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
Actividades	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo mas importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Promoción y capacitación	Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto.	*Digitalizar los servicio de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	1 año

Plan de trabajo "Presa San Franco"

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
Actividades	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Promoción y capacitación	Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	1 año

Plan de trabajo "Viñedo El Raco"



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

Plan de trabajo "Ex Hacienda La Sauceda"



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

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.