



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.....	12
5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO.....	12
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES.....	14
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	15
6.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	16
1. ATRIO PARROQUIAL.....	17
2. LA DOS 96.....	18
3. LAS PALOMAS GRILL.....	19
4. JARDÍN INDEPENDENCIA, SANTUARIO, LOS MURALES Y PORTAL SÁMANO.....	20
5. PANFETERÍA CAFETERÍA.....	21
6. BARILOCHE CAFÉ.....	22
7. ALDEBARÁN CAFÉ.....	23
8. CHANTILLI HELADOS.....	24
9. TEMPLO DE LAS CRUCES “TAJ MA HAL MEXICANO”.....	25
10. PARQUE ECO TURÍSTICO ZAPOTITO.....	26
11. PANADERÍA TÍO SAM.....	27
12. CERÁMICA MARGARITA.....	28
13. LOS AGUSTINOS CABAÑAS.....	29
14. EL MESÓN DEL PUENTE.....	30
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	31
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	35
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO.....	38

8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO39

9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES.....41

 9.1 ESTRATÉGICAS41

 9.2 DETONADORAS.....44

10. CONCLUSIONES47

11. ANEXOS.....49

 11.1 GLOSARIO49

 11.2 FOTOGRÁFICO49

 11.3 PLAN DE TRABAJO49



Los Murales
Acámbaro, Guanajuato.

1. INTRODUCCIÓN

El Turismo es una de las actividades económicas que permite generar mayores condiciones de bienestar y desarrollo, genera empleos, distribuye derrama económica y favorece el patrimonio cultural y natural, es indudable que el turismo se ha convertido en una actividad fundamental para la economía del estado de Guanajuato.

Durante los últimos años, se ha erigido como uno de los referentes de nuestro país en materia de turismo.

Lo anterior no es de extrañar, si tomamos en cuenta que Guanajuato cuenta con un sinnúmero de atractivos, como dos ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad, seis Pueblos Mágicos, portentosos escenarios destinados al turismo de aventuras, zonas arqueológicas, centros de negocios y diferentes segmentos turísticos en los que se han llevado a cabo estrategias de desarrollo. El turismo forma parte de los sectores estratégicos en el estado, por lo que se han desarrollado e implementado grandes estrategias de oportunidad y desarrollo dentro del tema turístico.

El turismo en el Estado ha generado cientos de empleos que contribuyen al desarrollo de la economía local y al mejoramiento de servicios y espacios públicos para beneficio de los ciudadanos y el turismo, es una actividad que ha evolucionado con mayor aceleración. La correcta gestión de esta actividad no es nada sencillo debido a su amplitud por todos los sectores con los que se involucra, pero primordialmente por los efectos positivos y negativos que genera durante su desarrollo.

La transformación de la actividad turística ha generado grandes cambios en la modalidad de sus productos, servicios, así como las prácticas de atención, generando experiencias únicas, personalizadas y vivenciales.

Por el lado del consumidor, los turistas cada vez exigen mayor conectividad y personalización, esperan mucho más de la parte explícita en los servicios que se les brinden y del aprendizaje que ellos adquieran durante su estancia en el destino, las nuevas prácticas y modalidades en turismo han hecho volver la mirada a la cultura local y el aprendizaje, a través de la participación de turistas y prestadores de servicios en conjunto provocando un aumento en la satisfacción y beneficio para ambas partes.

Lo que realmente forma una cultura turística es la inclusión e invitación a las personas y/o prestadores del destino a colaborar en el desarrollo de la actividad turística, así ofrecer su opinión activa sobre las acciones que se emprenden mediante esta.

2. MARCO GENERAL



Acámbaro, Guanajuato.

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

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

2.1 OBJETIVO GENERAL

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



2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



- 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.



*Los Agustinos
Acámbaro, Guanajuato*

3. ELEMENTOS DEL DESTINO

Un destino turístico está constituido por un conjunto de componentes, por una suma de atractivos naturales, culturales, artísticos y de servicios. Pero no es suficiente con la presencia de recursos naturales o el patrimonio cultural, es saber aprovechar la capacidad de atracción que tiene cada destino para inducir a los visitantes a realizar los esfuerzos necesarios para trasladarse hasta el punto turístico.

1. Atractivos Turísticos

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

2. Infraestructura

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

3. Servicios Turísticos y de Apoyo

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



4. Capital Humano del Sector Turístico

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

5. Planificación y Gestión del Destino

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

6. Imagen

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

*Fuente Propia.

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

asegurar que la experiencia de la visita sea satisfactoria y recordada con la sensación de “querer volver” y también lograr la fidelidad con el destino, la cadena productiva es indivisible y si bien los turistas pueden estar recibiendo los servicios en forma individual, en la práctica al finalizar el viaje y retornar a su lugar de residencia, el destino será percibido y evaluado en su conjunto, será necesario contar con un capital humano preparado y altamente calificado para que el destino responda a la imagen que ha proyectado y mejor aún supere las expectativas del visitante.

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

4. MODELO DE ATENCIÓN

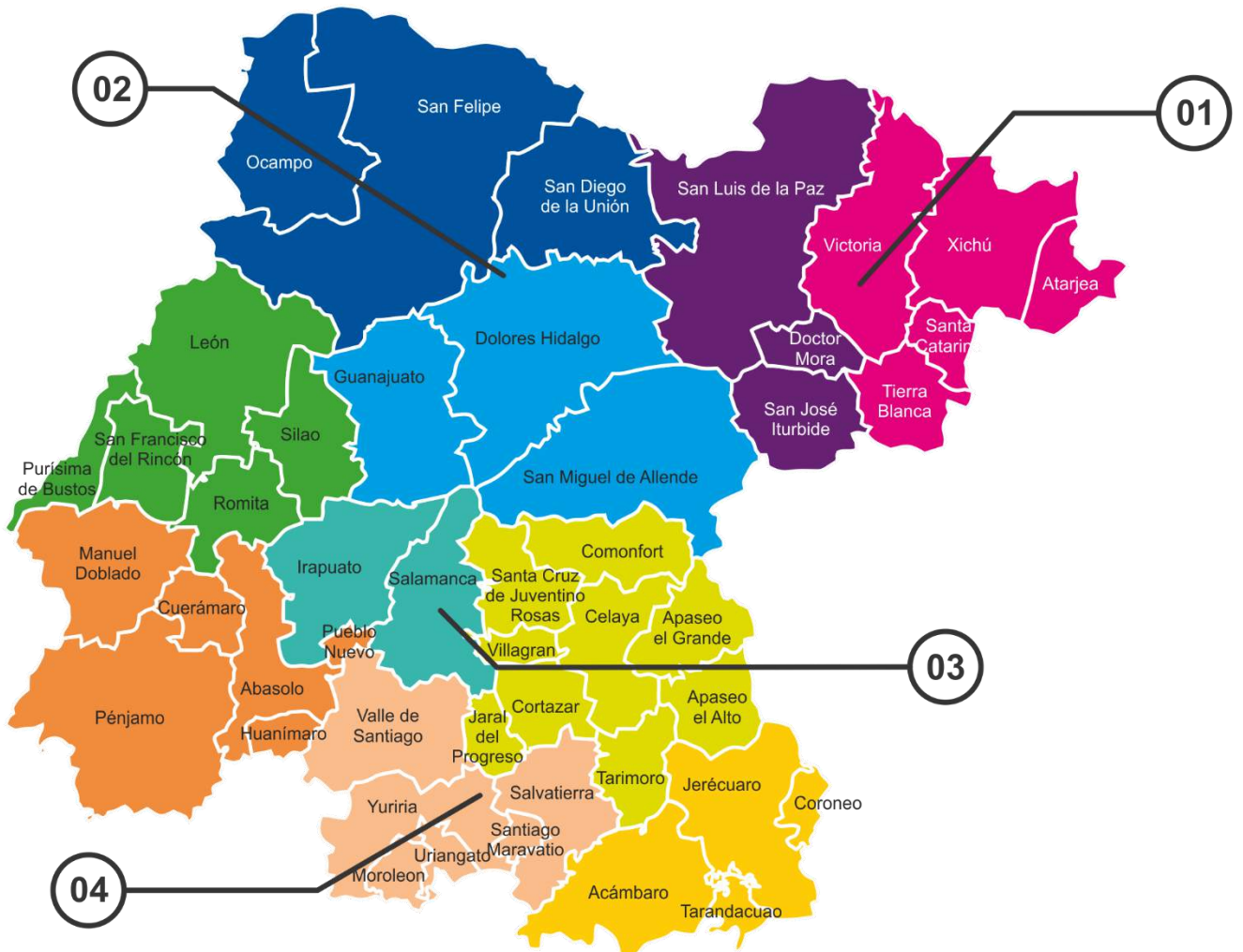


*Fuente Propia.



5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO



Fuente: Instituto de Planeación, Estadística y Geográfica 2015

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

Con una población de 108, 697 habitantes, el municipio de **Acámbaro, Guanajuato**, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, ubicado en la Región Sur, Subregión Sierra de los Agustinos. Las localidades con mayor representación son: Iramúco, Parácuaro, Chupícuaro, San Mateo Tócuaro, Chamácuaro, La Ortiga, San Juan Jaripeo, San Diego de Alcalá, Obrajuelo, Los desmontes.

El municipio del Acámbaro representa el 2.7 % de la superficie del estado.

Su nombre, en lengua Tarasca, significa “lugar de Magueyes”. Los primeros pobladores de la zona pertenecieron a la cultura de Chupícuaro, una de las más antiguas de Mesoamérica. Fundada en 1526, San Francisco de Acámbaro fue la primera población legal en tierra guanajuatense.

El municipio de Acámbaro colinda al norte con los municipios de Salvatierra, Tarimoro y Jerécuaro; al este con los municipios de Jerécuaro, Tarandacuao y el estado de Michoacán de Ocampo; al sur con el estado de Michoacán de Ocampo; al oeste con el estado de Michoacán de Ocampo y el municipio de Salvatierra.

Fiestas y festividades

- El 8 de enero se realiza una fiesta religiosa, en honor a la Virgen del Refugio.
- El 8 de febrero se realiza una fiesta religiosa, en la población de Parácuaro, con una duración de 15 días

- Fiesta de Semana Santa.
- Entre el 13 y 22 de octubre, se realiza una feria regional en el municipio de Acámbaro, en conmemoración de la designación como Generalísimo del Ejército Insurgente a don Miguel Hidalgo y Costilla.

Turismo

Estos son algunos de los atractivos turísticos de Acámbaro.

- Parroquia de San Francisco de Asís
- Los antiguos templos
- Las Ermitas
- Museo Fray Bernardo Padilla
- El cerro del Toro

Artesanías

La artesanía típica de esta ciudad es la cerámica de alta temperatura, además la manufactura de macetas, comales, ollas y cazuelas, sarapes y jorongos, tejido de vara en diversas formas y cohetería.

Gastronomía

Su comida es similar a la de municipios vecinos con una fuerte influencia purépecha. El municipio es reconocido internacionalmente por la elaboración del “pan de Acámbaro”.

Platillos Fuertes: enchiladas rojas, pambazos, pozole rojo y verde.

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



Actualmente en el municipio de Acámbaro, Guanajuato, se cuenta con un registro de 48 sitios turísticos, entre los cuales se puede mencionar: *Puente de piedra, Santuario de Guadalupe, Saraperia, Tejido de vara de sauz, Sabino y Jara, Templo de la Promesa, Templo de la Soledad, Templo de San Antonio, Templo del hospital, Templo del Santo Niño del Arenal, Templo y convento de San Francisco, tienda de artesanías, Tócuaro (nacimiento del agua de la cañada), Casa de cultura*, entre otros.

Atendiendo la estrategia de **Segmentos Turísticos** de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, en el municipio de Acámbaro, 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 realizaron visitas a diferentes atractivos que cuentan con potencial turístico, para poder llevarlos a cabo se requiere de la gestión de apoyos mediante fuentes de financiamiento de carácter público y privado, municipal, estatal y federal, que facilite la obtención de recursos económicos que coadyuven al desarrollo de los proyectos detonadores de la actividad turística.

En coordinación y colaboración con la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del municipio de Acámbaro, Guanajuato y Crece Guanajuato A.C. 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 TURÍSTICOS

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

1. Atrio Parroquial.
2. La Dos 96.
3. Las Palomas Grill.
4. Jardín Independencia, Santuario, Los Murales y Portal Sámano.
5. Panfetería Cafetería.
6. Bariloche Café.
7. Aldebarán Café.
8. Chantilli Helados.
9. Templo de las Cruces "Taj Ma Hal mexicano".
10. Parque eco turístico Zapotito.
11. Panadería Tío Sam.
12. Cerámica Margarita.
13. Los Agustinos Cabañas.
14. El mesón del puente.

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. ATRIO PARROQUIAL

En los antiguos templos Romanos todas las personas podían acceder al atrio, mientras que solo los fieles tenían la entrada permitida al interior de la construcción. El atrio parroquial conmemora en Acámbaro Guanajuato una riqueza en la historia del turismo religioso.



NECESIDADES ESPECÍFICAS.

- Realización de eventos religiosos y culturales en todo el año con fines de dar a conocer el recorrido religioso.
- 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.



2. *LA DOS 96.*

Restaurante de antojitos de todo tipo, conocido por los visitantes como “La Dos 96” ubicado en el andador de la zona centro, en donde se podrán degustar una variedad de productos para proporcionar a los visitantes una cálida bienvenida. Con un horario de 9:00 h a 21:30 h.

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

- Capacitación en atención a clientes, manejo de alimentos, manual de conducta para empleados, desarrollo de manuales operativos dentro del negocio.



3. *LAS PALOMAS GRILL.*

Restaurante Bar, conocido por los visitantes como “Las Palomas Grill” ubicado en la zona centro, en donde se podrán degustar una variedad de productos para proporcionar a los visitantes una cálida bienvenida. Con un horario de 9:00 h a 22:00 h.

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

- Las palomas Grill, capacitación en atención a clientes, manejo de alimentos, manual de conducta de los empleados y manuales operativos dentro el negocio.



4. JARDÍN INDEPENDENCIA, SANTUARIO, LOS MURALES Y PORTAL SÁMANO.

Acámbaro el culto a la Virgen de Guadalupe es una de las tradiciones más importantes de México y Acámbaro no es la excepción.

En sus obras literarias “Acámbaro colonial” el escritor Pedro Rojas detalla con pulcritud la obra del templo de la Virgen de Guadalupe, ahora llamado Santuario.

Este se ubica en la cabecera de una angosta manzana, a dos cuadras hacia el norte del convento franciscano. Se le dio vista al sur y ante él quedó una plazuela, hoy convertida en jardín público (Jardín Independencia, antes Plazuela de Guadalupe).

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

- Realización de eventos religiosos y culturales en todo el año con fines de dar a conocer el recorrido religioso.
- 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.



5. *PANFETERÍA CAFETERÍA.*

Cafetería muy cómoda con gran espacio para sus comensales, dentro y fuera del local, la cual viste de ser un café tradicional y rico por tradición. Además de degustar su gran variedad de pan dulce en sus diferentes presentaciones. Su ubicación es en el Portal Sámano con un horario de 9:00 h a 20 h.

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

- Capacitación en atención a clientes y manejo de alimentos.
- Manual de conducta de los empleados y manuales operativos dentro el negocio.

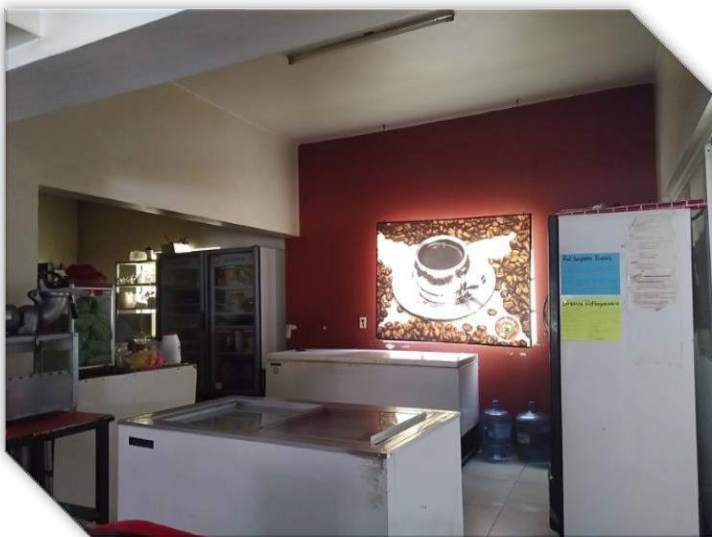


6. *BARILOCHE CAFÉ.*

Cafetería muy cómoda con gran espacio para sus comensales, dentro y fuera del local, la cual viste de ser un café tradicional y rico por tradición. Su ubicación es en el Portal Sámano con un horario de 9:00 h a 20 h

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

- Capacitación en atención a clientes y manejo de alimentos.
- Manual de conducta de los empleados y manuales operativos dentro el negocio.



7. ALDEBARÁN CAFÉ.

Consigue una justa relación entre calidad y precio. El compromiso con la calidad y la responsabilidad con sus clientes hacen de Café Aldebarán líder en su ramo.

Además de sus exquisitos almuerzos, como los son chilaquiles, huevo y mucho más.

Ubicada en el portal Sámano 20, una cafetería con una gran variedad de pasteles para degustar a todo tipo de clientes exigente.

Con un horario de atención al público de 8:00 h a 23:30 h de lunes a domingo.

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

- Capacitación en atención a clientes y manejo de alimentos.
- Manual de conducta de los empleados y manuales operativos dentro el negocio.



9. TEMPLO DE LAS CRUCES “TAJ MA HAL MEXICANO”.

Templo de las Cruces en Acámbaro: Una iglesia católica que fue inaugurada en el año 2014, en honor a la Virgen de Guadalupe. Se menciona que la obra fue realizada por el arquitecto José Ignacio Monroy, quien tuvo como inspiración el monumento del séptimo país más extenso del mundo, India, de ahí la razón de su gran parecido.

Esta Iglesia de Acámbaro es diferente al que se ubica en la ciudad de Agra y que en 1983 fue reconocido por la Unesco como Patrimonio de la Humanidad, ya que cuenta con ornamentación en cantera rosa procedente del Pueblo Mágico de Tlalpujahu de Rayón, en el estado de Michoacán.

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

- Realización de eventos religiosos y culturales en todo el año con el fin de dar a conocer el recorrido religioso.
- 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.



10. *PARQUE ECO TURÍSTICO ZAPOTITO.*

Su objetivo principal es detonar la actividad turística en esta zona del municipio, para quienes gusten del contacto directo con la naturaleza.

El espacio ofrece a las familias la belleza natural de la Presa Solís. El parque cuenta con asadores, además de un área recreativa, con la idea de que los visitantes puedan pasar un momento agradable y placentero.

Los lugareños de la comunidad ofrecen servicios y preparan platillos típicos de la región exquisitos, la mojarra en mole, caldo de pescado a precios muy accesibles

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

- Realizar eventos acuáticos durante todo el año con fines de que la gente conozca el recinto y 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.



11. PANADERÍA TÍO SAM.

Múltiples son los elementos que construyen la identidad cultural del municipio de Acámbaro, pero ninguno más popular y famoso que su producción de pan. Tan destacada es esta que, dentro de los lugares de la región, Acámbaro sobresale por su variedad de panes, sus sabores y texturas. Sobresalen las famosas “acambaritas”: pequeñas bolitas de pan que se pueden encontrar actualmente en distintos sabores como son: nata, chocolate, canela, vainilla y otros. Estas se han vuelto referentes del lugar. Si bien es cierto que este oficio (artesanal o industrial) tiene importancia en una dimensión alimentaria y cultural, también lo es que tiene una función instrumental relevante al permitir (a sus productores o vendedores) la obtención de ingresos en dinero. Sin embargo, a pesar de su importancia como actividad económica y cultural, el municipio carece de estudios que aborden la tradición panadera en Acámbaro: su evolución, su producción, sus retos, sus problemas y sus luchas contra los procesos de globalización.

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

- Capacitación en atención a clientes, manejo de alimentos, manual de conducta de los empleados y manuales operativos dentro el negocio.



12. CERÁMICA MARGARITA.

El valle de Acámbaro, el cual se considera como el lugar donde surgió la cultura Chupícuaro, se encuentra entre los poblados de Acámbaro y Tarandacua, al sureste del estado de Guanajuato. El río Lerma atraviesa dicho valle; en la unión de ese río con el río Tigre, sobre un conjunto de pequeñas colinas que ocupan una posición estratégica en la cima de una de ellas se localiza el pueblo epónimo de Chupícuaro se encuentran los vestigios de los primeros asentamientos que atrajeron la atención de los arqueólogos Enrique Juan Palacios, primero, y Ramón Mena y Porfirio Aguirre, después, entre 1926 y 1927.

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

- Capacitación a jóvenes para aprender el oficio, equipamiento e imagen comercial en el exterior.



13. LOS AGUSTINOS CABAÑAS.

Ubicado en el estado de Guanajuato, se encuentra el municipio de Acámbaro, donde la Sierra de los Agustinos es ideal para los viajeros que desean la aventura, además de que este lugar es parte de la ruta de la mariposa monarca “*Danaus plexippus*”. Al pie de esta sierra también podremos ubicar al pueblo de San Luis de Los Agustinos.

En esta zona podrás ver el Acuífero de los Agustinos, conformado por piedras volcánicas permeables con alto grado de fracturamiento. Además de poder disfrutar de sus diversos atractivos que te ofrece fuera del acceso a la sierra.



NECESIDADES ESPECÍFICAS.

- Capacitación en atención a clientes y manejo de alimentos.
- Equipamiento.
- Difusión.
- Señalética.



14. EL MESÓN DEL PUENTE.

Hotel Mesón del Puente te espera con servicios de alta calidad, como tiendas en la propiedad, área de juegos infantiles y lavandería. Prueba los deliciosos platillos que ofrecen los dos restaurantes de la propiedad. Podrás conectarte al wifi gratis en las áreas comunes y encontrarás diversos servicios, como snack bar o deli.

Estos son otros servicios:

- Alberca al aire libre por temporada con camastros.
 - Estacionamiento gratis.
 - Salón de fiestas, resguardo de equipaje y no se permite fumar en la propiedad.
 - Recepción disponible las 24 horas, salón de banquetes y asistencia para compra de tours o entradas.
- Otros servicios que también encontrarás son:
- Regaderas y shampoo.
 - Armarios o clósets, servicio de limpieza diario y teléfonos.

NECESIDADES ESPECÍFICAS.

- Brochure (Campaña de marketing).
- Señalética.
- Equipamiento.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		Acámbaro , Guanajuato			
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Especifica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. ATRIO PARROQUIAL	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
2. LA OS 96	1	Capacitación	* Atención a clientes y Manejo de alimentos	\$400,000.00	
	2	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 500,000.00
3. LAS PALOMAS GRILL	1	Capacitación	* Atención a clientes y Manejo de alimentos	\$400,000.00	
	2	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 500,000.00
4. JARDÍN INDEPENDENCIA, SANTUARIO, LOS MURALES y PORTAL SAMANO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
5. PANFETERÍA CAFETERÍA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Capacitación	*Atención a clientes y Manejo de alimentos	\$400,000.00	
	Inversión total				\$ 500,000.00
6. BARILOCHE CAFÉ	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Capacitación	* Atención a clientes y Manejo de alimentos	\$400,000.00	
	Inversión total				\$ 500,000.00
7. ALDEBARÁN CAFÉ	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Capacitación	* Atención a clientes y Manejo de alimentos	\$400,000.00	
	Inversión total				\$ 500,000.00

8. CHANTILLI	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Capacitación	*Atención a clientes y Manejo de alimentos	\$400,000.00	
	3	Infraestructura	Reparación de techo en el local	\$80,000.00	
	Inversión total				\$ 580,000.00
9. TAJ MAHAL	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
10. PARQUE ECOTURÍSTICO ZAPOTITO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Infraestructura	Rehabilitación de espacios en palapas y asadores. Pinta de estacionamiento y señalética. Construcción de baños.	\$200,000.00	
	3	Equipamiento	Botes de basura, señalética interna del parque.	\$30,000.00	
	Inversión total				\$ 330,000.00
11. PANADERÍA TÍO SAM	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Capacitación	* Atención a clientes y Manejo de alimentos	\$400,000.00	
	Inversión total				\$ 500,000.00
12. CERÁMICA MARGARITA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Equipamiento	(Esponja, Brocha, Rodillo, Perforadores, Vaciado, Pintura para decoración)	\$30,000.00	
	3	Imagen comercial	Publicidad exterior	\$10,000.00	
	Inversión total				\$ 140,000.00
13. CABAÑAS LOS AGUSTINOS	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Equipamiento	Indumentaria para guías, lámparas, herramienta.	\$50,000.00	
	3	Infraestructura	Mantenimiento en puente colgante	\$200,000.00	
	Inversión total				\$ 350,000.00

14. EL MESÓN DEL PUENTE	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Equipamiento	Blancos, Paneles Solares	\$350,000.00	
	Inversión total				\$ 450,000.00
15. ESTRATÉGICO MUNICIPIO	1	Estratégico	Elaboración de proyecto ejecutivo con enfoque turístico	\$2,500,000.00	
			*Plan de Desarrollo turístico de la comunidad (Detonante)		
			* Proyectos de Inversión		
			*Proyecto de Marketing y digitalización		
			*Estrategia de comunicación y promoción		
			* Modelo de negocios		
			* Detección de necesidades de capacitación		
	2	Estratégico	Elaboración de proyecto señalética turística	\$500,000.00	
			1. Diagnostico situación actual		
			2. Selección y jerarquización de los elementos a señalar		
		3. Plano de señalética			
Inversión total				\$ 3,000,000.00	

INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA	\$8,150,000.00
----------------------------------	-----------------------



*Templo de las Cruces
Acámbaro, Guanajuato.*

7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO

Los destinos, al igual que los productos, tienen ciclos de vida que nos permiten evaluar su situación competitiva.

El ciclo de vida implica cambios en la percepción del destino, el volumen y tipo de público que llega al destino, los actores que participan de la actividad turística y el modo de comercialización de estos.

El ciclo de evolución de los destinos turísticos contempla las siguientes etapas:

1. **Exploración:** Descubierta y recibe un reducido número de visitantes.
2. **Implicación:** Las personas locales inician negocios destinados al turista, Implicación del gobierno en desarrollar la infraestructura turística, se inicia la promoción del destino.
3. **Desarrollo:** El flujo de visitantes aumenta, así como la promoción, crece la infraestructura.
4. **Consolidación:** Desaceleración, pero continúa en ascenso. El turismo se vuelve fundamental para la economía del lugar, siendo generalmente su principal fuente de ingresos. Se busca incrementar la estancia de los visitantes, su gasto per cápita y desestacionalizar las visitas.
5. **Estancamiento:** La demanda turística empieza a decrecer y se estanca. El destino deja de estar de moda, por lo que se busca un mercado alternativo o conservador.
6. **Declive o Rejuvenecimiento** Si no se efectúa una importante reorientación de la actividad turística del destino, se entrará en la etapa de “declive” en la que el destino no podrá competir con otros, lo que producirá una baja en la llegada de visitantes.

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

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



*Fuente propia



Acámbaro, Guanajuato.

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

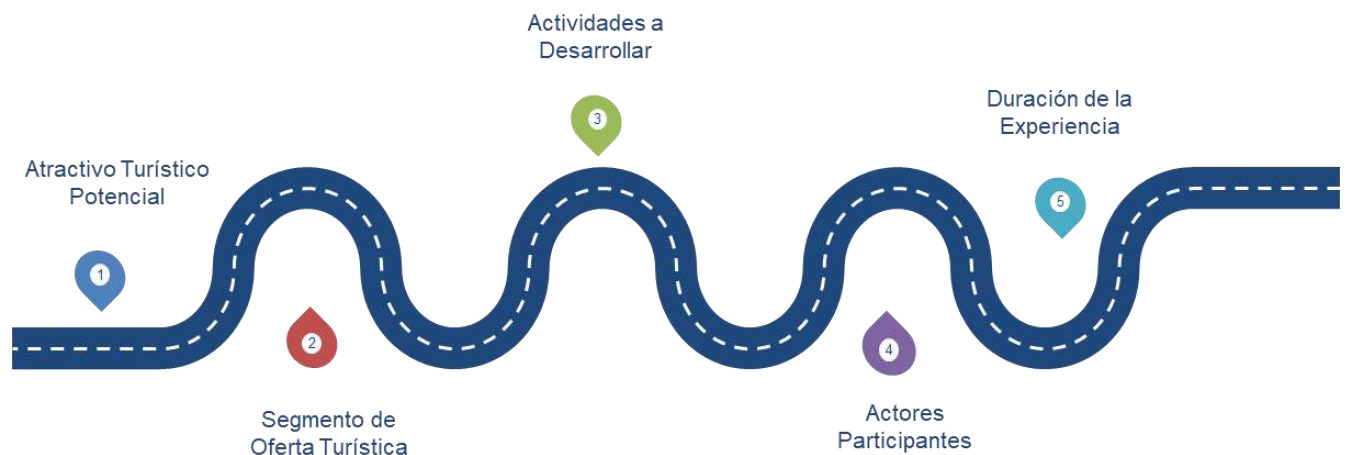
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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

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

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

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



*Fuente propia

8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO



Segmento de oferta turística:

- Naturaleza.
- Cultural.
- Religioso...
- Gastronómico.

Actividades a desarrollar:

- Actividades recreativas de naturaleza, tirolesa, caminata a la sierra.
- Actividades históricas, recorridos por la cabecera municipal del municipio.
- Actividades culturales – religiosas.

Actores participantes:

- Operadores turísticos locales.
- Guía de turistas.
- Colectivo de cocineras tradicionales.
- Proveedores de productos locales.
- Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos.

- Emprendedores turísticos.
- Empresarios locales de la cadena de valor turística.
- Gobierno Municipal.
- Gobierno Estatal.
- Gobierno Federal.

Duración de la experiencia

- 2 días (Pernoctar 1 noche).
El hospedaje se considera en Cabañas "Los Agustinos" y/o en el hotel de cabecera municipal.



Cabecera Municipal

- ✓ **Desayuno en Panfetería/ Bariloche café/ Aldebarán/ Panadería tío Sam/ Chantilli helados**
- ✓ **Visita al Santuario Los Murales**
- ✓ **Visita al portal Sámano**
- ✓ **Visita al atrio parroquial**
- ✓ **Comida El mesón del puente**
- ✓ **Visita a cerámica Margarita**
- ✓ **Visita al jardín Independencia**
- ✓ **Cena en Las palomas grill**
- ✓ **Pernoctar en El mesón del puente**
- ✓ **Desayuno en Panfetería/ Bariloche café/ Aldebarán/ Panadería tío Sam/ Chantilli helados**

9:00 a.m – 11:00 a.m

Parque eco turístico Zapotito

- ✓ **Actividades recreativas y de esparcimiento**
- ✓ **Comida**

11:30 a.m – 5:00 p.m



Segmento de oferta turística:

- Naturaleza.
- Cultural.
- Religioso.
- Gastronómico.

Actividades a desarrollar:

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

Actores participantes:

- Operadores turísticos locales.
- Guía de turistas.
- Colectivo de cocineras tradicionales.
- Proveedores de productos locales.
- Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos.

- Emprendedores turísticos.
- Empresarios locales de la cadena de valor turística.
- Gobierno Municipal.
- Gobierno Estatal.
- Gobierno Federal.

Duración de la experiencia

- 2 días (Pernoctar 1 noche).
 - El hospedaje se considera en Mesón del puente.

9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES

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

9.1 ESTRATÉGICAS

a. Atractivos turísticos.

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

b. Infraestructura.

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

directa de Obras Públicas del municipio.

c. Servicios turísticos y de apoyo.

1. Los servicios turísticos incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente mientras está de viaje, como alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencias de viajes, etc., la formalización del sector es necesaria, la Secretaría de Turismo del Estado cuenta con un inventario turístico de todos los prestadores de servicios el cual es actualizado de manera anual por el municipio, dicho inventario debe mantenerse vigente respecto a las nuevas incorporaciones de establecimientos de índole turística así como las inevitables bajas.
2. En referencia de los prestadores y servidores turísticos registrados en el inventario turístico solamente **el 18%** se encuentra registrado en el Registro Estatal Turístico, es **fundamental** incrementar la participación de los prestadores en este registro, haciendo las acciones necesarias para lograr un incremento considerable, entre ellas el lograr la formalización ante el SAT, siendo este uno de los puntos por el cual muchos no se encuentran registrados, es importante llevar a cabo capacitaciones relacionadas con temas del **SAT**, e incluso buscar acercamientos que faciliten la obtención de dicho requisito, promover campañas municipales y realización de jornadas de inscripciones de **RET**.
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, iniciativa privada, administración turística municipal, Secretaría de Turismo del Estado.

d. Capital humano del Sector Turístico.

1. En la actividad turística, el papel que cumplen las personas que tiene alguna responsabilidad directa o indirecta en la prestación de servicios turísticos es determinante para asegurar que la experiencia de la visita sea satisfactoria y recordada con una sensación de “querer volver”, la profesionalización dentro del sector turístico **es fundamental** para buscar el crecimiento como destino turístico, se requiere una participación más activa de los actores públicos y privados para el logro de certificaciones existentes (Moderniza, Distintivo H, entre otros) que le den seguridad en la calidad y servicio a los visitantes y turistas del destino.
2. De igual manera, el monitoreo constante de la satisfacción y fidelización de los visitantes es imprescindible, un nivel alto de satisfacción garantiza el regreso de los visitantes, lo cual incide directamente en la fidelización hacia el destino, además promueve que los visitantes recomienden el destino, en **Acámbaro** solamente en **6%** de los prestadores de servicios turísticos tiene una

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

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

e. Planificación y gestión del destino.

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

f. Imagen.

1. Es clave implementar una estrategia para el posicionamiento de la **MARCA DESTINO**, resaltando todos aquellos atributos y valores intangibles con los que cuenta el destino, cumpliendo con la función de poder de atracción hacia el destino en sí, generando de esta manera beneficios a los prestadores de servicios (alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, etc.), que se encuentran involucrados en la enorme cadena productiva del sector turismo, es preciso contar con un plan de desarrollo de imagen con objetivos y acciones claras, así como los recursos necesarios para llevar a cabo las estrategias planteadas en el plan.

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

9.2 DETONADORAS

a. Consolidar Plan de gestión y desarrollo turístico del destino.

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

b. Fortalecer a los sectores del sector turístico (público y privado).

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

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

1. **Elaboración de plan de desarrollo turístico comunitario** que oriente las acciones necesarias por realizar, con el fin de aprovechar mejor y de manera sostenible el potencial turístico que existe en

la comunidad y lograr superar limitantes de infraestructura e instalaciones básicas (Información turística, señalización adecuada, organización, alojamiento con un mínimo confort), aplicando un enfoque altamente participativo, involucrando a una gran parte de la comunidad en el desarrollo turístico.

2. Integración de acciones turísticas en cabecera municipal y comunidades con vocación turística.

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

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

e. Desarrollo de una Marca Destino.

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

f. Implementación de herramientas de medición turística.

1. Implementar las herramientas de medición turísticas que permita evaluar la satisfacción de los visitantes al destino en sus diferentes vertientes.

2. Flujos turísticos del destino.

3. Experiencia y satisfacción de establecimientos.

4. Experiencias y satisfacción de eventos turísticos.



*Hotel Mesón del Puente
Acámbaro, Guanajuato.*

10. CONCLUSIONES

- Tras el estudio realizado, podemos destacar las grandes potencialidades turísticas visitadas en el municipio de Acámbaro, Guanajuato, cuenta con grandes atractivos turísticos donde podremos encontrar una variedad de oferta turística como: sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, así como centros de esparcimiento.
- 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: La Dos 96, Las Palomas Grill, Jardín Independencia, Santuario, Los Murales y Portal Sámano, Panfetería Cafetería, Bariloche, Café Aldebarán, Café Chantilli Helados, Templo de las Cruces, “Taj Mahal Mexicano”, Parque Eco turístico Zapotito, Panadería Tío Sam, Cerámica Margarita, Los Agustinos Cabañas, El Mesón del Puente.
- Hoy en día se realizan acciones encaminadas al segmento cultural y gastronómico, los cuales se encuentran bien posicionados.
- Una de las fortalezas de Acámbaro es su gran potencial cultural y de naturaleza, cuenta con espacios que permiten detonar el segmento de naturaleza.
- Se tendrá que realizar una revisión a los productos turísticos actualmente ofertados para poder evaluar el impacto que tienen y de ser necesario reorientar el mismo.
- Hablar de infraestructura en el municipio es identificar un área de oportunidad prioritaria, ya que, en tema de señalización vial informativa, es una de las acciones preferentes para implementar dentro del municipio, así como la reparación de caminos, especialmente los que conducen a los puntos de potencialidad turística.
- Se recomienda realizar acciones para el cumplimiento del Registro Estatal Turístico, se considera importante desarrollar: Material informativo o bien un curso en el cual se le pueda proporcionar información relacionada con las obligaciones frente al SAT y el manejo contable 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 con cultura turística, manejo de redes sociales, servicio y atención al cliente, primeros auxilios y certificación de guías. Es necesario llevar a cabo los registros de capacitación más cercana a los prestadores, actualmente se puede acceder de manera sencilla a los cursos, sin embargo, el apoyo del registro y la incentivación a la participación a dichos cursos puede incrementar el impacto y la participación a los mismos.
- Prevalecer a todos los operadores turísticos el tema de capacitación, 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 GLOSARIO

11.2 FOTOGRAFICO

11.3 PLAN DE TRABAJO

REPORTE
FOTOGRAFICO

Acámbaro





Atrio Parroquial



Atrio Parroquial



La Dos 96



Las Palomas Grill



Jardín Independencia,
Santuario, Los Murales y
Portal Samáno.



Panfetería

Cafetería



Bariloche

Café



Aldebarán

Café



Chantilli

Helados



Taj Mahal



Parque

Ecoturístico Zapotito



Panadería

Tío Sam



Cerámica

Margarita



Cabañas

Los Agustinos



El Mesón

del Puente

ANEXO
PLAN DE TRABAJO

Plan de trabajo "Atrio Parroquial Acámbaro"



	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, aparte de 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.	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	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en las calles • Redes sociales impulsar 	<ul style="list-style-type: none"> *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 "La Dos 96"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Atención al cliente, Coctelería y preparación de alimentos.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Manual	Manual de conducta para empleados y Desarrollo de manuales operativos	Desarrollo de manuales	De 4 a 5 meses
	Infraestructura	No requerido	No requerido	No requerido
	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 "Las Palomas Grill"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Atención al cliente, Coctelería y preparación de alimentos.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Manual	Manual de conducta para empleados y Desarrollo de manuales operativos	Desarrollo de manuales	De 4 a 5 meses
	Infraestructura	No requerido	No requerido	No requerido
	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 "Jardín I., Santuario, Muales, P. Sámano"



	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, aparte de 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.	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	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en las calles • Redes sociales impulsar 	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses	

Plan de trabajo "Panfetería Cafetería"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Atención al cliente, Coctelería y preparación de alimentos.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Manual	Manual de conducta para empleados y Desarrollo de manuales operativos	Desarrollo de manuales	De 4 a 5 meses
	Infraestructura	No requerido	No requerido	No requerido
	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 "Bariloche Café"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Atención al cliente, Coctelería y preparación de alimentos.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Manual	Manual de conducta para empleados y Desarrollo de manuales operativos	Desarrollo de manuales	De 4 a 5 meses
	Infraestructura	No requerido	No requerido	No requerido
	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 "Aldebarán Café"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Atención al cliente, Coctelería y preparación de alimentos.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Manual	Manual de conducta para empleados y Desarrollo de manuales operativos	Desarrollo de manuales	De 4 a 5 meses
	Infraestructura	No requerido	No requerido	No requerido
	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 "Heladería Chantillí"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Atención al cliente, Coctelería y preparación de alimentos.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Manual	Manual de conducta para empleados y Desarrollo de manuales operativos	Desarrollo de manuales	De 4 a 5 meses
	Infraestructura	Reparación de Techo	Reparación de Techo	No definido
	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 "Taj Mahal Guanajuatense" Templo de las Cruces

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, aparte de 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.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Promoción y capacitación	<ul style="list-style-type: none"> Señalética en las calles Redes sociales impulsar 	<ul style="list-style-type: none"> *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

Actividades

Plan de trabajo "El Zapotito"



	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, aparte de 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.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en las calles • Redes sociales impulsar 	<ul style="list-style-type: none"> *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 "Panadería Tío Sam"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Atención al cliente y preparación de alimentos.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Manual	Desarrollo de manual de proceso	Desarrollo de manuales	De 4 a 5 meses
	Infraestructura	No requerido	No requerido	No requerido
	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 "Cerámica Margarita"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	Conocimiento en preparación y elaboración de productos artesanales	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Imagen Comercial	Desarrollo de diseño y logotipo para exterior	Desarrollo de diseño y logotipo para exterior	De 4 a 5 meses
	Infraestructura	Equipamiento	Equipamiento	Duración 12 meses
	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 "Cabañas Los Agustinos"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Capacitación	De nuevos guías y certificación	De nuevos guías y certificación	De 4 a 5 meses
	Señalética	Señalética para llegar al lugar desde la comunidad	Señalética para llegar al lugar desde la comunidad	De 4 a 5 meses
	Infraestructura	Equipamiento	Equipamiento	Duración 12 meses
	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 "Hotel El Mesón del Puente"



	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, aparte de 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.	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	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en las calles • Redes sociales impulsar • Equipamiento 	*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	

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.