


**Vive
Grandes
Historias**



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.....	16
6.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	17
1. LAGUNILLA DE PARAGUA.....	18
2. TELAR PABLO GUERRERO.....	19
3. LAS CAZUELEJAS.....	20
4. ECO PARQUE LOS SABINOS.....	21
5. PRESA DEL JUGUETE/ADJUNTAS.....	22
6. ECO PARQUE SABANILLA.....	23
7. PRESA ZATEMAYE.....	24
8. CRISTO DE LA MISERICORDIA.....	25
9. AMORE CAFÉ.....	26
10. MEZCALERÍA DOS GUERREROS.....	27
11. HOTEL LOS ARCOS.....	28
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	29
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	33
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO.....	36

8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO37

9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES.....40

 9.1 ESTRATÉGICAS40

 9.2 DETONADORAS.....43

10. CONCLUSIONES46

11. ANEXOS.....48

 11.1 GLOSARIO48

 11.2 FOTOGRÁFICO48

 11.3 PLAN DE TRABAJO48



*San Miguel Arcángel
Jerécuaro, Guanajuato*

1. INTRODUCCIÓN

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

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

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

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

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

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

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

2. MARCO GENERAL



*Eco-Parque Sabanilla
Jerécuaro, Guanajuato.*

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

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

2.1 OBJETIVO GENERAL

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



*Lagunilla de Paragua
Jerécuaro, Guanajuato.*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*Eco-Parque Los Sabinos
Jerécuaro, 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.



*San Miguel Arcángel
Jerécuaro, 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

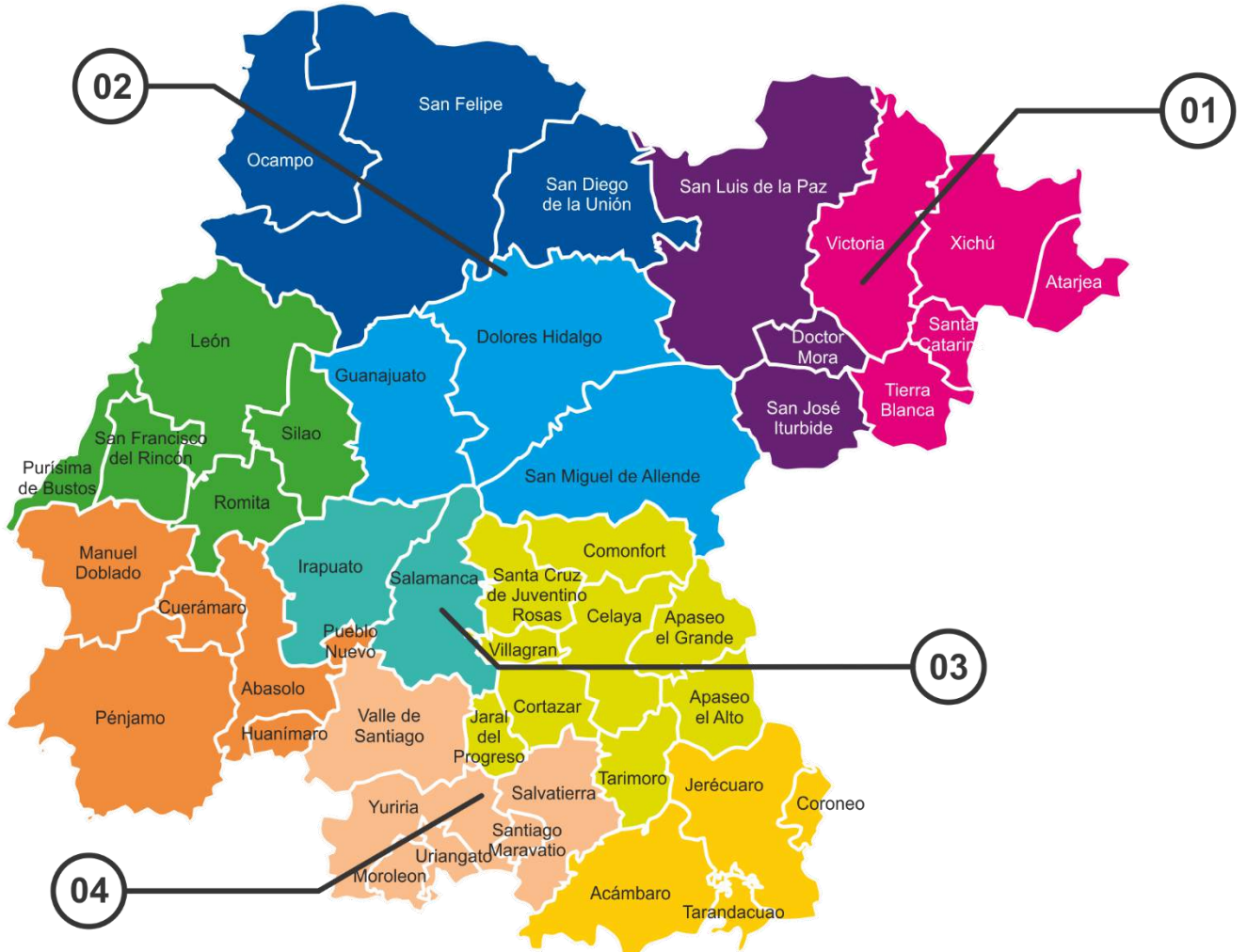


*Fuente Propia.



5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO



Fuente: Instituto de Planeación, Estadística y Geográfica 2015

www.guanajuato.gob.mx/planes-y-programas/planes-y-programas-de-desarrollo

REGIONES	SUBREGIONES
1. Noroeste	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 total de 49, 517 habitantes, el municipio de Jerécuaro es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, ubicado en la región sur, subregión Sierra de los Agustinos. Colinda al norte con Apaseo el Alto, Tarimoro y el Querétaro, al este con los municipios de Coroneo y Querétaro, al sur con los municipios de Acámbaro y Tarandacua y el Estado de Michoacán y finalmente al oeste con el municipio de Tarimoro. Tiene una extensión territorial total de 885.614 kilómetros cuadrados que equivalen al 2.89% de la extensión total del estado de Guanajuato.

El municipio de Jerécuaro tiene 128 comunidades.

Entre sus **comunidades más importantes están:**

La cueva de Puruagua, La Sabanilla, Piedras de Lumbre, San Lucas, Estanzuela de Romero, Ojo de Agua de Mendoza, El Fresno, San Pablo y San Lorenzo.

Su fundación data en el año de 1572, considerando a San Miguel Arcángel su patrono de la ciudad.

Sus principales fiestas y festividades son:

- El 23 de septiembre se celebra la fundación del municipio.
- El 29 de septiembre se festeja al santo patrono de la ciudad, San Miguel Arcángel
- El 27 de noviembre se conmemora la construcción de la presa de Adjuntas

- El 12 de diciembre se celebran las festividades de la coronación de la Virgen de Guadalupe.

Turismo

Dentro de sus principales atractivos turísticos se pueden mencionar entre otros la parroquia de San Miguel Arcángel, el monumento de Benito Juárez, monumento al Padre de la Patria don Miguel Hidalgo y Costilla, monumento a Ignacio Zaragoza, Hacienda de Sabanilla y Paseo de los Sabinos, entre otros.

Artesanías

Su principal artesanía sobresale los ornamentos de cantera como fuentes, estatuas, ceniceros y otros, se elaboran cántaros y tinajas de barro y arreglos variados de arcilla, también se pueden encontrar piezas elaboradas de cerámica.

En la época actual la población se beneficia de los productos extraídos de la presa Solís, donde abundan carpas que se comen fritas o en caldo con verduras; también en la zona se produce pulque, cemitas de harina de granillo y charamuscas. La comida se acompaña regularmente de arroz rojo con chícharos, zanahoria y calabazas picadas. En la época de Cuaresma y Semana Santa se preparan lentejas, habas, capirotada y torreznos, una variante de torrijas, aromatizada con clavo y canela, en algunas comunidades como la de Puruagua se elaboran rosquillas de masa de trigo con pulque cocinadas con horno de leña.

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



Actualmente en el municipio de Jerécuaro, Guanajuato se cuenta con un registro de 29 sitios turísticos, entre los cuales se puede mencionar: *El Cristo de la Misericordia, Santuario de la Virgen de Guadalupe, Tejocote de Puruagua, templo de San José Puruagua, templo de San miguel, Templo del Hospital, Plaza de Toros la Dos Mil, Plaza de Toros Santa María de Guadalupe, La Deportiva, El Plan*, entre otros.

Atendiendo la estrategia de **Segmentos Turísticos** de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, en el municipio de **Jerécuaro, 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



*Fuente propia



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 Jerécuaro, Gto 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. Lagunilla de Paragua.
2. Telar Pablo Guerrero.
3. Las Cazuelejas.
4. Eco Parque Los Sabinos.
5. Presa del Juguete/Adjuntas.
6. Eco Parque Sabanilla.
7. Presa Zatemaye.
8. Cristo de la Misericordia.
9. Amore Café.
10. Mezcalería Dos Guerreros.
11. Hotel Los Arcos.

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.



*Eco-Parque Los Sabinos
Jerécuaro, Guanajuato.*

1. LAGUNILLA DE PARAGUA.

Taller de Cerámica Servín (Lagunilla de Paragua), cerámica de alta calidad en todos sus productos, cuenta con una alta calidad en diseño y elaboración en cada uno de sus procesos.

Actualmente, el taller da empleo a más de 10 personas de la comunidad, las cuales han visto un ingreso progresivo en sus ingresos y aprendizaje en el arte de la cerámica.

Necesidades específicas

1. Requiere reparación de caminos.
2. Señalética.
3. Cabañas equipadas.
4. Baño seco.



2. TELAR PABLO GUERRERO.

Si hablamos de los orígenes de los telares, podemos afirmar que los primeros indicios acerca de su existencia, tal y como la conocemos hoy en día, datan del Antiguo Egipto, civilización que utilizaba fibra de papiro, extendiendo lentamente esa técnica a muchos territorios cercanos.

Es una técnica, la del telar de pedal, que exige un gran esfuerzo de coordinación entre los pies, que manejan los pedales con los que se van separando los hilos de la urdimbre, y las manos que van tejiendo la trama y peinando el tejido para conseguir una tela tupida.



Necesidades específicas

1. Requiere capacitación del oficio a las nuevas generaciones.
2. Apoyo con techo en el negocio para evitar filtraciones de agua.
3. Proveeduría de materia prima.



3. LAS CAZUELEJAS.

Las Cazuelejas este balneario cuenta con varias albercas, a temperaturas diferentes para todos los gustos y edades, la profundidad de las mismas es de 60 cm hasta 2 mts.

Cuenta con un área de comida con costos muy accesibles, ente los alimentos que tienen que comer en su visita son las tradicionales mojarritas de la comunidad, los pescadores las llevan frescas todos los días de la laguna que se encuentre frente al balneario.

El estacionamiento es grande, en donde se puede acampar, teniendo un costo extra, cuenta con asadores, baños, vestidores, etc.



Necesidades específicas

1. Requieren señalética.
2. Reparación del camino.
3. Construcción de asadores y bancas de cemento, dentro del recinto.



4. ECO PARQUE LOS SABINOS.

Actividades de Aventura y Naturaleza.

Eco Parque "Los Sabinos" podrás disfrutar de la naturaleza y de un esplendoroso amanecer al realizar camping.

Asimismo, podrás disfrutar de las diferentes actividades como lo son: Kayak, Rapel, Senderismo, Arroyo Arriba, Tobbing, observación de flora, en su río de aguas tranquilas, por lo cual genera una estancia placentera para toda la familia.

Necesidades específicas

1. Requiere señalética turística.
2. Puente flotante.
3. Construcción de 4 cabañas.



5. PRESA DEL JUGUETE/ADJUNTAS.

Bellos paisajes; y un destino que entra en estas categorías es la Presa del Juguete, ubicada a 25 min de cabecera.

Este espacio es dueño de una vista impresionante, en la que puedes apreciar uno de sus principales atractivos, siendo la caída del agua del vertedor principal de la presa, misma que puede admirarse desde uno de los símbolos de esta comunidad, se trata del viejo puente de madera colgante que se encuentra a más de 30 metros de altura.

Necesidades específicas

1. Requiere señalética en carretera.
2. Botes de basura en el recinto.
3. Pintura y acondicionamiento en baños públicos.



6. ECO PARQUE SABANILLA.

Parque Sabanilla, está ubicado a 30 min de cabecera, contando el tiempo de trayecto en terracería, es un lugar que cuenta con una naturaleza única por su posición geográfica.

Se pretende detonarlo para realizar muchas actividades al aire libre, como: senderismo, rapel, ciclismo de montaña.

Es importante que toda la asociación en la comunidad defina el rumbo de este sitio y estén conscientes de los cambios y arreglos que se puedan realizar, ya que en su mayoría no están de acuerdo para detonarlo turísticamente.

Necesidades específicas

1. Requiere reparación de caminos.
2. Señalética turística.
3. Analizar con la asociación la posibilidad de dar acceso a turistas.



7. PRESA ZATEMAYE.

Proviene del Otomí, en donde “Zathe” significa fiero o león y “Maye” peña. Que en conjunto sería “Peña de León”.

La localidad de Zatemaye está situado a 6.6 Kilómetros de Jerécuaro, y es la localidad más poblada del municipio, en dirección al Noroeste.

Actualmente, el Operador Turístico Taranda Rafting, lleva a grupos a realizar recorridos nocturnos en Kayak, asimismo acampan en el cañón, que está cruzando la presa.

Necesidades específicas

1. Requiere difusión y promoción.
2. Señalética en carretera.
3. Desarrollo de eventos para generar la sustentabilidad.



8. CRISTO DE LA MISERICORDIA.

El Cristo de la Misericordia es una escultura monumental que fue inaugurada el 15 de diciembre del año 2011. Es obra del artista Daniel Rico Patiño, quien es originario de Jerécuaro, Gto. Se localiza en el cerro del Sombrerete. Sus dimensiones son 30 m x 10 m x 5 m, con un peso de 12 toneladas.

Es una de las imágenes más visitadas en el municipio, tanto por católicos como turistas en general. Cuenta con una serie de luces que lo iluminan por las noches.

La obra se realizó en 9 meses y se puede apreciar desde cualquier punto de la cabecera municipal.

Necesidades específicas

1. Requiere difusión y promoción en redes sociales.
2. Señalética en carretera.
3. Baños públicos en el recinto.



9. AMORE CAFÉ.

Amore Café te ofrece una variedad de alimentos como lo son: snacks, desayunos, comidas, jugos y bebidas preparadas.

Amore Café tiene la versatilidad de preparar comidas para los diferentes eventos que se realicen en la localidad, así como la entrega a domicilio, lo cual ha generado un diferenciador de mucho valor.

Necesidades específicas

1. Requiere capacitación.
2. Equipamiento.
3. Imagen en el exterior del negocio.



10. MEZCALERÍA DOS GUERREROS.

Mezcalería Dos Guerreros te ofrece una gran variedad de bebidas elaboradas con la creación de su propio Mezcal.

Ubicados en la zona centro de Jerécuaro, el lugar cumple con todas las comodidades para disfrutar de una gran estancia con familiares y/o amigos. Además de degustar sus diferentes platillos típicos, el lugar tiene un horario de 15:00 h a las 23:00 h, de lunes a domingo.

Necesidades específicas

1. Difusión y promoción.
2. Imagen en el exterior.
3. Equipamiento.



11. HOTEL LOS ARCOS.

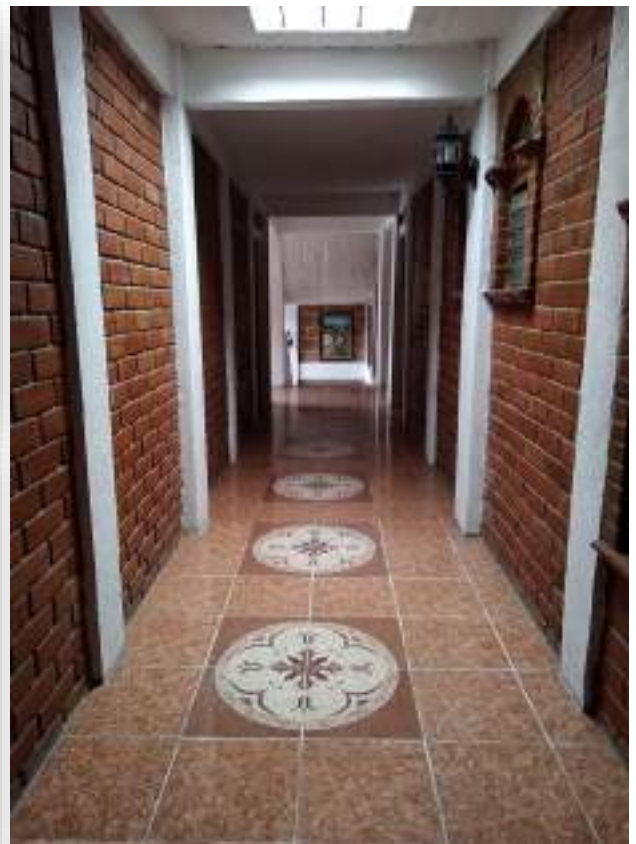
Hotel Los Arcos se construyen en un período de 3 años e inicia su operación a partir del 2004, con la firme convicción de brindar a nuestros huéspedes un servicio de la más alta calidad y sanidad, con instalaciones y mobiliario de tipo colonial que crean un ambiente que permite un pleno descanso.

Cuenta con una excelente ubicación, ya que está en la zona Centro de Jerécuaro.

Con más de 20 habitaciones, el hotel puede dar servicio a todo el turismo que se presente en cualquier festividad.

Necesidades específicas

1. Requiere difusión y promoción.
2. Capacitación del personal.
3. Equipamiento.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES			Jerécuaro ,Guanajuato		
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Especifica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. LAGUNILLA DE PARAGUA CERÁMICA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Infraestructura	(4) Cabañas equipadas (1) Baño seco	\$450,000.00	
	Inversión total				
2. TELAR PABLO GUERRERO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Capacitación	Capacitación del oficio a nuevas generaciones.	\$200,000.00	
	3	Equipamiento	Materias primas para la creación del producto	\$50,000.00	
	4	Infraestructura	Reparación de techo para evitar la filtración de agua.	\$300,000.00	
Inversión total				\$ 950,000.00	
3. LAS CAZUELEJAS	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Equipamiento	Mobiliario Mesas Sillas	\$50,000.00	
	3	Infraestructura	Mesas de cemento y asadores	\$300,000.00	
Inversión total				\$ 750,000.00	
4. ECOPARQUE LOS SABINOS	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Infraestructura	(4) Cabañas equipadas y puente flotante.	\$500,000.00	
Inversión total				\$ 900,000.00	
5. PRESA DEL JUGUETE / ADJUNTAS	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Equipamiento	Botes de basura en el recinto	\$50,000.00	
	3	Infraestructura	Reacondicionamiento de baños	\$200,000.00	
Inversión total				\$ 650,000.00	

6. ECO PARQUE SABANILLA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Infraestructura	Reconstrucción de cabañas y caminos	\$1,500,000.00	
	Inversión total				\$ 1,900,000.00
7. PRESA ZATEMAYE	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	Inversión total				\$ 400,000.00
8. CRISTO DE LA MISERICORDIA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Infraestructura	Construcción de baños	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 500,000.00
9. AMORE CAFÉ	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Equipamiento	Horno, Cafetera, Parrilla, Crepera.	\$50,000.00	
	3	Capacitación	Atención al cliente, Preparación de alimentos y bebidas.	\$200,000.00	
	4	Imagen Comercial	Publicidad en el exterior	\$30,000.00	
	Inversión total				\$ 680,000.00
10. MEZCALERÍA DOS GUERREROS	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Equipamiento	Equipo de computo	\$100,000.00	
	3	Imagen Comercial	Publicidad en el exterior	\$25,000.00	
	Inversión total				\$ 525,000.00
11. HOTEL LOS ARCOS	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$400,000.00	
	2	Equipamiento	Equipo de computo	\$25,000.00	
	3	Capacitación	Atención al cliente y servicio a huéspedes	\$200,000.00	
	Inversión total				\$ 625,000.00

12. 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	\$11,730,000.00
----------------------------------	------------------------



*Presa del Juguete
Jerécuaro, 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 **Jerécuaro se ubica en una fase de desarrollo**, al contar con mayor promoción el destino la cantidad de visitantes aumenta, la actividad turística en el destino tiene mayor formalidad, cuenta con tour operadores y promotores turísticos, el sector es mucho más organizado y se observa una mayor infraestructura para llevar a cabo proyectos turísticos, sobre todo de transporte, están mucho más posicionados los atractivos naturales, históricos, culturales y gastronómicos.





*Centro Histórico
Jerécuaro, Guanajuato.*

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

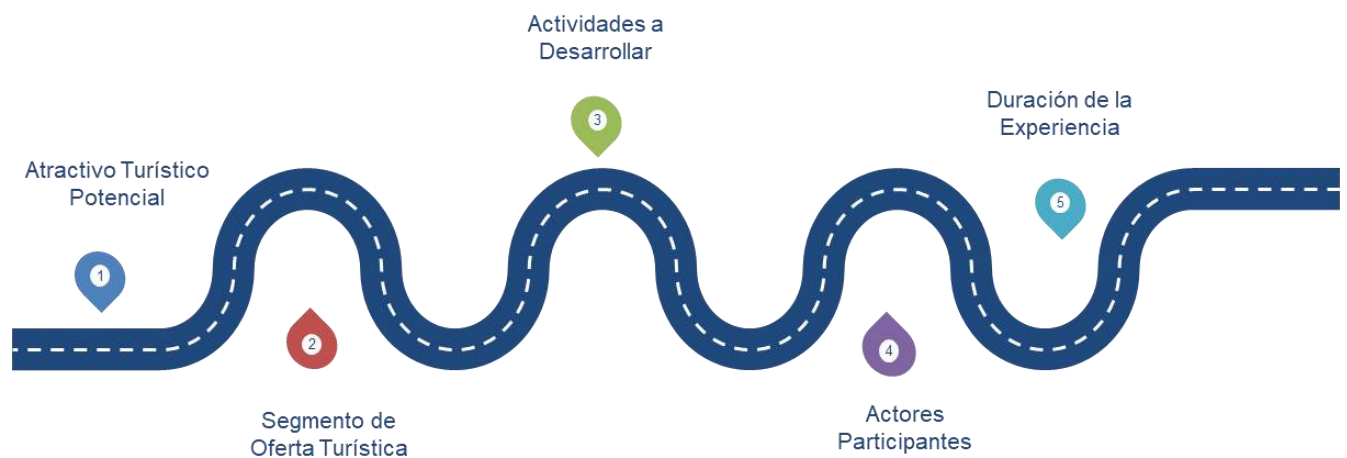
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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:



8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO



Segmento de oferta turística

1. Naturaleza.
2. Cultural- religioso.
3. Destilados.
4. Gastronómico.

Actividades a desarrollar

1. Actividades recreativas de naturaleza.
2. Actividades de aventura.
3. Actividades culturales-religiosas.
4. Degustación de mezcal.

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 Hotel Los Arcos.



Guanajuato
Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo

CIRCUITO 2

Cabecera Municipal

- ✓ *Desayuno en Amore Café/Locales cerca del jardín principal*

9:00 a.m – 10:00 a.m

Lagunilla de Puruagua

- ✓ *Recorrido en el taller de cerámica Servín*

11:00 a.m – 12:40 p.m

Cristo de la Misericordia

- ✓ *Visita al Cristo de la Misericordia*

1:00 p.m – 2:00 p.m

Cabecera Municipal

- ✓ *Comida en Amore Café/Locales cerca del jardín principal*

2:40 p.m – 4:00 p.m

Presa Zatemaye

- ✓ *Recorrido en kayak*
- ✓ *Actividades de convivencia y esparcimiento*
- ✓ *Cena alrededores de Zatemaye*
- ✓ *Camping*
- ✓ *Desayuno*

4:30 p.m – 10:30 a.m

Eco parque Sabinos

- ✓ *Senderismo, rappel, tubing y observación de la flora*
- ✓ *Actividades de esparcimiento y convivencia*
- ✓ *Comida en alrededores del eco parque*

10:45 a.m – 4:00 p.m

*Presa del Juguete/Adjuntas

- ✓ *Actividades de esparcimiento y convivencia*
- (Opcional)**

4:20 p.m – 6:20 p.m

GUANAJUATO.MX



Segmento de oferta turística

1. Naturaleza.
2. Cultural- religioso.
3. Gastronómico.

Actividades a desarrollar

1. Actividades recreativas de naturaleza.
2. Actividades de aventura.
3. Actividades culturales-religiosas.

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.
11. Gobierno Federal.

Duración de la experiencia

2 días (Pernoctar 1 noche).

El hospedaje se considera en presa Zatemaye, camping.

*Cristo de la Misericordia
Jerécuaro, Guanajuato.*



9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES

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

9.1 ESTRATÉGICAS

a. Atractivos turísticos

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

b. Infraestructura

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

directa de Obras Públicas del municipio.

c. Servicios turísticos y de apoyo

1. Los servicios turísticos incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente mientras está de viaje, como alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencias, de viajes, etc., la formalización del sector es necesaria, la Secretaría de Turismo del Estado cuenta con un inventario turístico de todos los prestadores de servicios el cual es actualizado de manera anual por el municipio, dicho inventario debe mantenerse vigente respecto a las nuevas incorporaciones de establecimientos de índole turística así como las inevitables bajas.
2. En referencia de los prestadores y servidores turísticos registrados en el inventario turístico solamente **el 17%** 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 **Jerécuaro** solamente en **0%** 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.



*Lagunilla de Paragua
Jerécuaro, Guanajuato.*

10. CONCLUSIONES

- Tras el estudio realizado, podemos destacar las grandes potencialidades turísticas visitadas en el municipio de Jerécuaro, 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.
- En nuestro recorrido con la gente de turismo del municipio visitamos 11 sitios turísticos de los cuales, los sitios históricos cuentan con potencial 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.
- 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 en nuestro recorrido: Taller de Cerámica Servín, Telar Pablo Guerrero, Las Cazuelejas, Eco Parque los Sabinos, La Presa del Jugete, Eco Parque Sabinilla, Presa Zatamaye, Cristo de la Misericordia, Amore Café, Mezcalería Dos Guerreros, Hotel Los Arcos.
- Hoy en día se realizan acciones encaminadas al segmento de naturaleza, el cual se encuentra bien posicionado.
- Una de las fortalezas de Jerécuaro es su gran potencial cultural y de naturaleza, cuenta con espacios que permiten detonar el segmento Wellness y los mismos prestadores de servicios han considerado explotar este segmento turístico, además de la atracción de turismo de aventura y gastronómico.
- 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

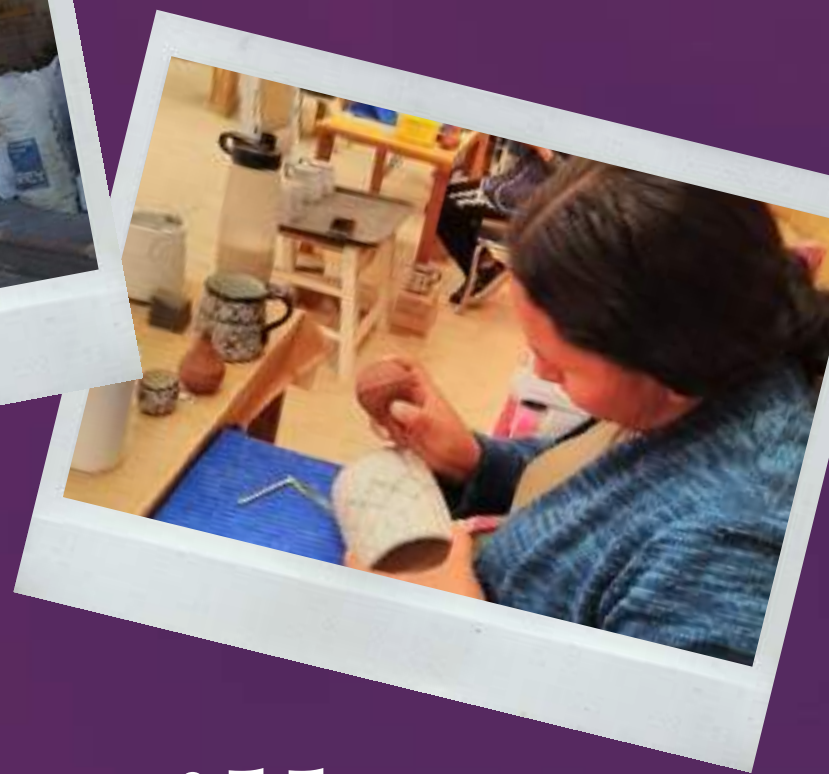
11.2 FOTOGRAFICO

11.3 PLAN DE TRABAJO

REPORTE
FOTOGRAFICO

Jerécuaro





Lagunilla de Paragua

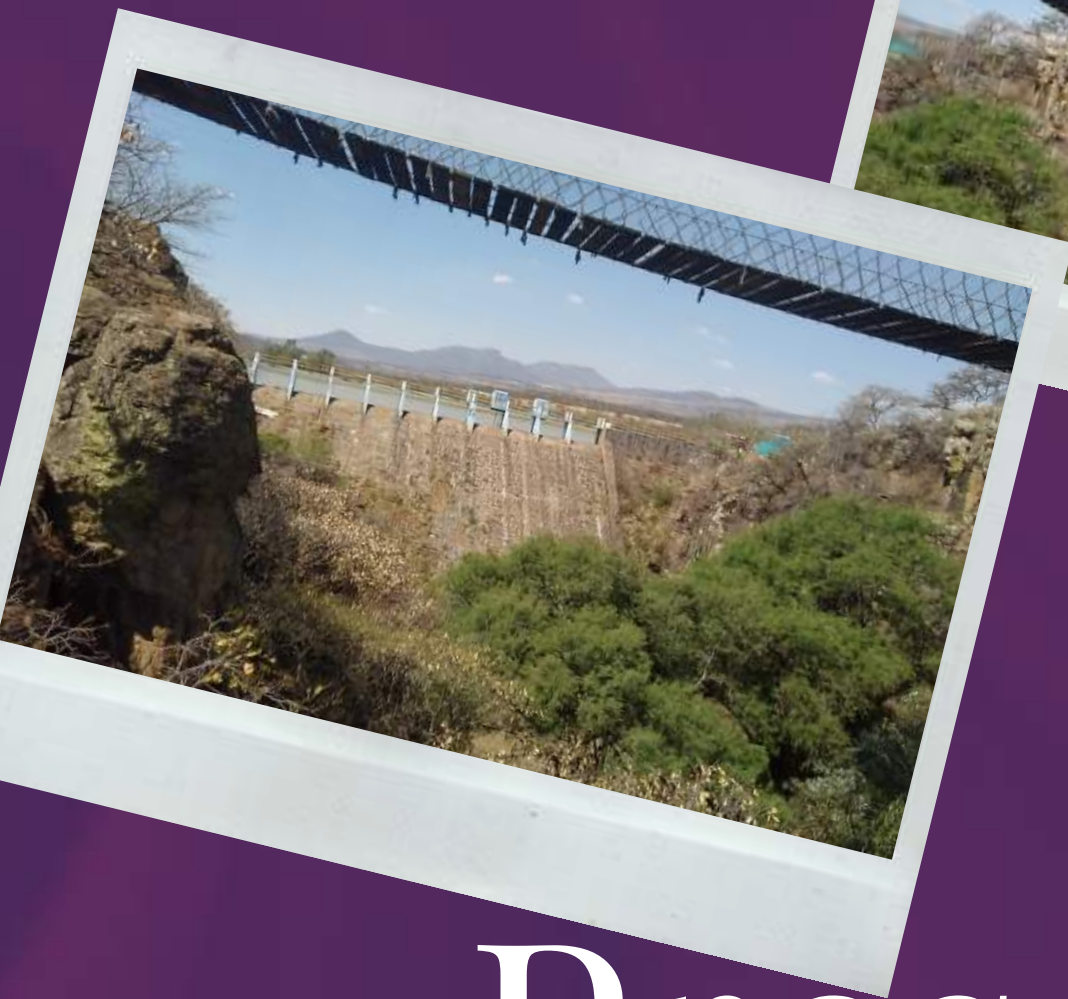


Telar

Pablo Guerrero



Las Cazuelejas



Presas del juguete/adjuntas



Ecoparque los Sabinos



Ecoparque Sabanilla



Presa Zatemaye



Cristo de la misericordia



Amore café



Mezcalería dos guerreros



Hotel los arcos

ANEXO
PLAN DE TRABAJO

Plan de trabajo "Taller de Cerámica Servín Lagunilla de Paragua"

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 "Telar Pablo Guerrero"



	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	Capacitación del oficio a nuevas generaciones.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Infraestructura	Materia Prima	Materia Prima	Identificar programa de apoyo
	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 Cazuelejas"



	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	Bancas y Asadores	Bancas y Asadores	Identificar programa de apoyo
	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 "Los Sabinos Eco Parque"



	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	Cabañas y Puente	Cabañas y Puente	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 "Presa del Juguete/Adjuntas"



	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
	Influencias	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 * Botes de Basura, Reacondicionamiento de baños.	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias de marketing.	1 año / Según programa de apoyo.	

Plan de trabajo "Sabanillo Eco Parque"



	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	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en las calles • Redes sociales impulsar * Reunión asamblea y votación para desarrollar actividades turísticas	*Digitalizar los servicios de información turística *Desarrollo de Marketing digital *Resaltar las principales atracciones del sitio *Desarrollo y búsqueda de asociaciones *Crear un sitio web del destino atractivo *Atraer personas influyentes *Creación de estrategias de marketing.	1 año / Según programa de apoyo.	

Plan de trabajo "Presidencia Zatemaye"



	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	<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.	1 año / Según programa de apoyo.	

Plan de trabajo "Cristo de la Misericordia"



	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	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en las calles • Redes sociales impulsar * Construcción de baños en el recinto 	<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. 	1 año / Según programa de apoyo.	

Plan de trabajo "Amore 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 Manejo Higiénico de los alimentos	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Equipamiento	Horno, Cafetera, Parrilla Crepera.	Horno, Cafetera, Parrilla Crepera.	Por definir
	Infraestructura	Imagen Comercial	Imagen Comercial	Por definir
	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 "Mezcalería Dos Guerreros"



	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 Manejo Higiénico de los alimentos	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Equipamiento	Equipo de Computo	Equipo de Computo	Por definir
	Infraestructura	Imagen Comercial Exterior	Imagen Comercial Exterior	Por definir
	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 Los Arcos"



	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 servicio.	Desarrollar cursos de capacitación identificando las necesidades del capital humano.	De 4 a 5 meses
	Equipamiento	Equipo de Computo	Equipo de Computo	Por definir
	Infraestructura	No solicitado	No solicitado	
	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

ANEXO

GLOSARIO DE

TÉRMINOS

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

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

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