


**Vive
Grandes
Historias**

vive grandes historias



**Atarjea
te espera**

 **Guanajuato**
Vive Grandes Historias

   
Secretaría de Turismo

 **Guanajuato**
Vive Grandes Historias

   
Secretaría de Turismo

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. MARCO GENERAL	4
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	5
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
3. ELEMENTOS DEL DESTINO.....	7
4. MODELO DE ATENCIÓN.....	9
5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO	11
5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO	11
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES	13
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA	15
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS	16
1. EJIDO JESÚS MARÍA	17
2. ARROYO BLANCO.....	18
3. JARDÍN PRINCIPAL/CENTRO HISTÓRICO.....	19
4. COMUNIDAD EL CARRICILLO	20
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	22
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO.....	25
9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES.....	27
9.1 ESTRATÉGICAS	27
9.2 DETONADORAS.....	30
10. CONCLUSIONES	33
11. ANEXOS.....	35
11.1 GLOSARIO	35
11.2 FOTOGRÁFICO	35
11.3 PLAN DE TRABAJO	35

1. INTRODUCCIÓN

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

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

El sector del turismo en el Estado ha generado una cantidad significativa de empleos que contribuyen al desarrollo de la economía local y al mejoramiento de los servicios y espacios públicos, con el fin de beneficio de los ciudadanos y el turismo. Esta actividad ha experimentado una evolución significativa en el tiempo. La administración adecuada de esta actividad no es una tarea sencilla debido a su amplio ámbito por todos los sectores con los que se involucra, pero fundamentalmente por los efectos positivos y negativos que genera durante su desarrollo.

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

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

2. MARCO GENERAL



*Jardín Principal
Atarjea, Guanajuato.*



Ejido Atarjea, Guanajuato.

La Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, en su función de ente promotor de la oferta y demanda turística del estado, efectúa 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.



*Jardín principal
Atarjea, Guanajuato*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*Ejido Jesús María
Atarjea, 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.



*Arroyo Blanco
Atarjea, 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 y turísticos (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



Jardín Principal
Atarjea, Guanajuato.



*Jardín Principal, Atarjea,
Guanajuato.*

5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO



Fuente: Instituto de Planeación, Estadística y Geográfica 2015

Con una población de 5,296 habitantes, el municipio de Atarjea, Guanajuato, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, ubicado en la Región noreste, Subregión Sierra Gorda. Ocupa el 1.06 % de la superficie del estado de Guanajuato.

Colinda al norte con el municipio de Xichú y el estado de Querétaro; al este con el estado de Querétaro; al sur con el estado de Querétaro; al oeste con el municipio de Xichú.

Las localidades con mayor representación son:

- El Carricillo.
- La Tapona.
- Atarjea.
- Aldama (Xoconoxtle).
- Álamos.
- Mangas Cuatas.
- San Juan de Dios.
- Cerro Prieto.
- El Durazno.

Atarjea fue fundada en 1539 por don Alejo de Guzmán, siendo virrey de la Nueva España don Luis de Velasco; dicha fundación obedeció a la existencia de yacimientos minerales en el lugar. Debido a lo alejado del municipio y a su difícil acceso, la comunidad había permanecido en un estado de aislamiento, que impedía su cabal progreso, como dato ilustrativo, en el año de 1936

las autoridades atarjenses aún enviaban escritos dirigidos al gobernador en turno, con el rubro de “Intendente de Guanajuato”, permaneciendo inmersos en la época virreinal; para ellos no hubo ni Independencia, ni Reforma ni Revolución.

Sus principales fiestas y festividades son:

- Fiesta de la virgen de Guadalupe, 12 de diciembre;
- Semana Santa, fecha variable;
- En la Comunidad El Carricillo se llevan a cabo sus fiestas en fecha del 29 de diciembre al 02 de enero.

Turismo

- Capilla de la Ex-Hacienda de Charcas;
- La Peñita;
- Puerto de Carricillo;
- Palacio de Herrera.

Artesanías

Máscaras y artesanías de madera tallada. Los Robenos, así denominados los portadores de las máscaras.

Gastronomía

La sopa de cebolla, desde tacos de guisado hasta enchiladas, siendo la sopa “Tarasca” el platillo típico del municipio elaborado con frijoles, tortilla y chile.

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



Ejido
Atarjea, Guanajuato.

Actualmente, en el municipio de **Atarjea**, Guanajuato se cuenta con un registro de 10 sitios turísticos, entre los cuales se puede mencionar: *Área natural el Toro, El Cañón, Ex - Hacienda de Charcas, Gruta el Presidio, La Fundidora, Parroquia de Jesús María, Peñita de la Virgen, Vestigios arqueológicos casas viejas*, entre otros.

Atendiendo la estrategia de **Segmentos Turísticos** de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, en el municipio de Atarjea, Guanajuato se identificó el segmento 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.



*Ejido Jesús María
Atarjea, Guanajuato.*

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 requieran cada vez más de apoyos para promocionar, difundir y consolidar sus objetivos y metas.

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

En el destino se hicieron visitas a diferentes atractivos que cuentan con potencial turístico, para poder llevarlos a cabo se requiere de la gestión de apoyos mediante fuentes de financiamiento de carácter público y privado, municipal, estatal y federal, que facilite la obtención de recursos económicos que coadyuven al desarrollo de los proyectos detonadores de la actividad turística.

En coordinación y colaboración con la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del municipio de Atarjea, y Crece Guanajuato, se llevó a cabo el análisis de los atractivos turísticos con potencialidades para el desarrollo de nuevos productos y/o experiencias turísticas, así como el fortalecimiento de las ya existentes.

6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS

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

1. Ejido Jesús María.
2. Arroyo Blanco.
3. Jardín principal/Centro Histórico.
4. Comunidad el Carricillo.
5. Cañón.

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. EJIDO JESÚS MARÍA

El nombre de este municipio, enclavado en La Sierra Gorda, en la parte que le corresponde a Guanajuato y colindando con Querétaro, significa «donde van a beber agua» y proviene del Otomí.

Se encuentra una zona arqueológica aún no protegida, de gran extensión que nos indica una antigüedad de esta población de más de 2300 años de existencia.

Tiene lugares muy hermosos como el presidio, la cueva del agua, y se pueden apreciar tumbas y lugares de nombre cuicillos, vestigios arqueológicos muy notables de los antepasados, sobre todo en el charco.

Los españoles decían que Atarjea fue fundada en 1539 por don Alejo de Guzmán, siendo virrey de la Nueva España don Luis de Velasco; dicha fundación obedeció a la existencia de yacimientos minerales en el lugar, el mercurio principalmente y colinda con dos zonas prehispánicas también como es Xihú de indios y Arroyo Seco.

Necesidades específicas

1. Realizar un estudio con la información histórica del jardín principal.
2. Colocar tótems informativos con la historia del jardín principal y todos sus componentes
3. Plan de promoción y publicidad en sus redes sociales para captar el público objetivo de municipios alrededor de Atarjea.



2. ARROYO BLANCO

Atarjea fue fundada en 1653 por Alejo de Guzmán, siendo virrey de la Nueva España Luis de Velasco y Castilla. Al igual que la de Xichu, dicha fundación obedeció a la existencia de yacimientos minerales en el lugar. Algunos de los principales fundadores fueron personas muy trabajadoras coordinados con la ex-hacienda de charcas. A consecuencia de desconocimiento e ignorancia después perdieron la mayoría de sus propiedades, que quedaron en manos de personas externas. Actualmente se sostiene que fue fundada siendo virrey de la Nueva España Luis de Velasco y Castilla. Su fundación más exacta ocurrió en 1604 bajo el segundo virreinato.

Necesidades específicas

1. Realizar un estudio con la información histórica del jardín principal.
2. Colocar tótems informativos con la historia del jardín principal y todos sus componentes
3. Plan de promoción y publicidad en sus redes sociales para captar el público objetivo de municipios alrededor de Atarjea.



3. JARDÍN PRINCIPAL/CENTRO HISTÓRICO

El nombre de este municipio, enclavado en La Sierra Gorda, en la parte que le corresponde a Guanajuato y colindando con Querétaro, significa «donde van a beber agua» y proviene del Otomí.

Se encuentra una zona arqueológica aún no protegida, de gran extensión que nos indica una antigüedad de esta población de más de 2300 años de existencia.

Tiene lugares muy hermosos como el presidio, la cueva del agua, y se pueden apreciar tumbas y lugares de nombre cuicillos, vestigios arqueológicos muy notables de los antepasados, sobre todo en el charco.

Los españoles decían que Atarjea fue fundada en 1539 por don Alejo de Guzmán, siendo virrey de la Nueva España don Luis de Velasco; dicha fundación obedeció a la existencia de yacimientos minerales en el lugar, el mercurio principalmente y colinda con dos zonas prehispánicas también como es Xihú de indios y Arroyo Seco.

Necesidades específicas

1. Realizar un estudio con la información histórica del jardín principal.
2. Colocar tótems informativos con la historia del jardín principal y todos sus componentes
3. Plan de promoción y publicidad en sus redes sociales para captar el público objetivo de municipios alrededor de Atarjea.



4. COMUNIDAD EL CARRICILLO

La localidad de **El Carricillo (Guanajuato)** pertenece al **Municipio de Atarjea**. Hay 700 habitantes y está a 2,094 metros de altura. El Pueblo Mágico de Pinal de Amoles está a 53 minutos en auto (50 km). Dentro de todos los pueblos del municipio, ocupa el número 1 en cuanto a número de habitantes.

El **pueblo de El Carricillo** está situado a 123.0 kilómetros de El Carricillo, que es la localidad más poblada del municipio, en dirección Oeste. Además, se encuentra a 0.0 kilómetros de Atarjea, que es la capital del municipio, en dirección Oeste

Necesidades específicas

1. Realizar un estudio con la información histórica del jardín principal.
2. Colocar tótems informativos con la historia del jardín principal y todos sus componentes
3. Plan de promoción y publicidad en sus redes sociales para captar el público objetivo de municipios alrededor de Atarjea.





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

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



*Fuente Propia

*Jardín Principal, Atarjea,
Guanajuato.*



8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

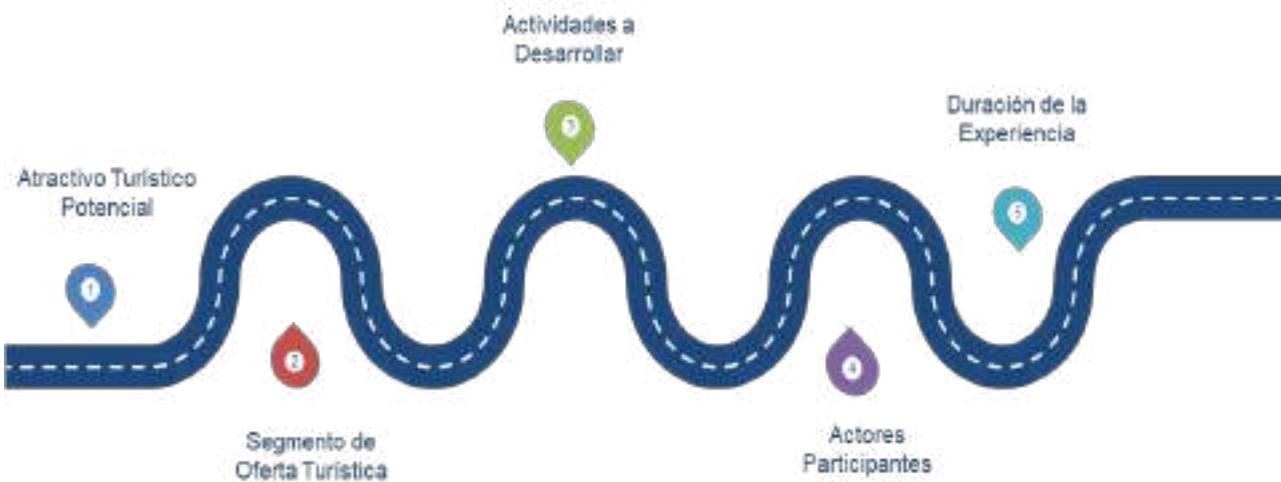
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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



*Ejido Jesús María
Atarjea, Guanajuato.*

9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES

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

9.1 ESTRATÉGICAS

a. Atractivos turísticos

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

b. Infraestructura

1. Se hace necesario realizar un plan de mantenimiento de los caminos y accesos, principalmente a las comunidades con detonante turístico.
2. Con la finalidad de facilitar el acceso a los diferentes atractivos turísticos, así como llevar a cabo las actividades propias del destino, es necesario implementar un ***plan especial de señalética turística*** 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 ninguno 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 **Atarjea** ninguno de los prestadores de servicios turísticos tiene una medición de satisfacción, es imperioso la implementación de un sistema de satisfacción, lo que **NO** se mide **NO**

se mejora.

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

e. Planificación y Gestión del destino

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

f. Imagen

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

nacional, internacional), lo que más disfruto del destino, lo que no le agrado, la imagen, los principales segmentos, entre otros, es necesario implementar la herramienta de **flujos del destino turístico**.

3. Es significativo contar con un punto físico y digital de contacto informativo y de promoción de todas las actividades que se pueden llevar a cabo en el destino. (Módulo informativo en punto estratégico).
4. El manejo de las redes sociales turísticas del destino deben mantener claro el objetivo y enfoque turístico para los cuales fueron creadas.
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, iniciativa privada, administración turística municipal.

9.2 DETONADORAS

a. Consolidar Plan de gestión y desarrollo turístico del destino

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

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

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

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

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

d. Promover la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible

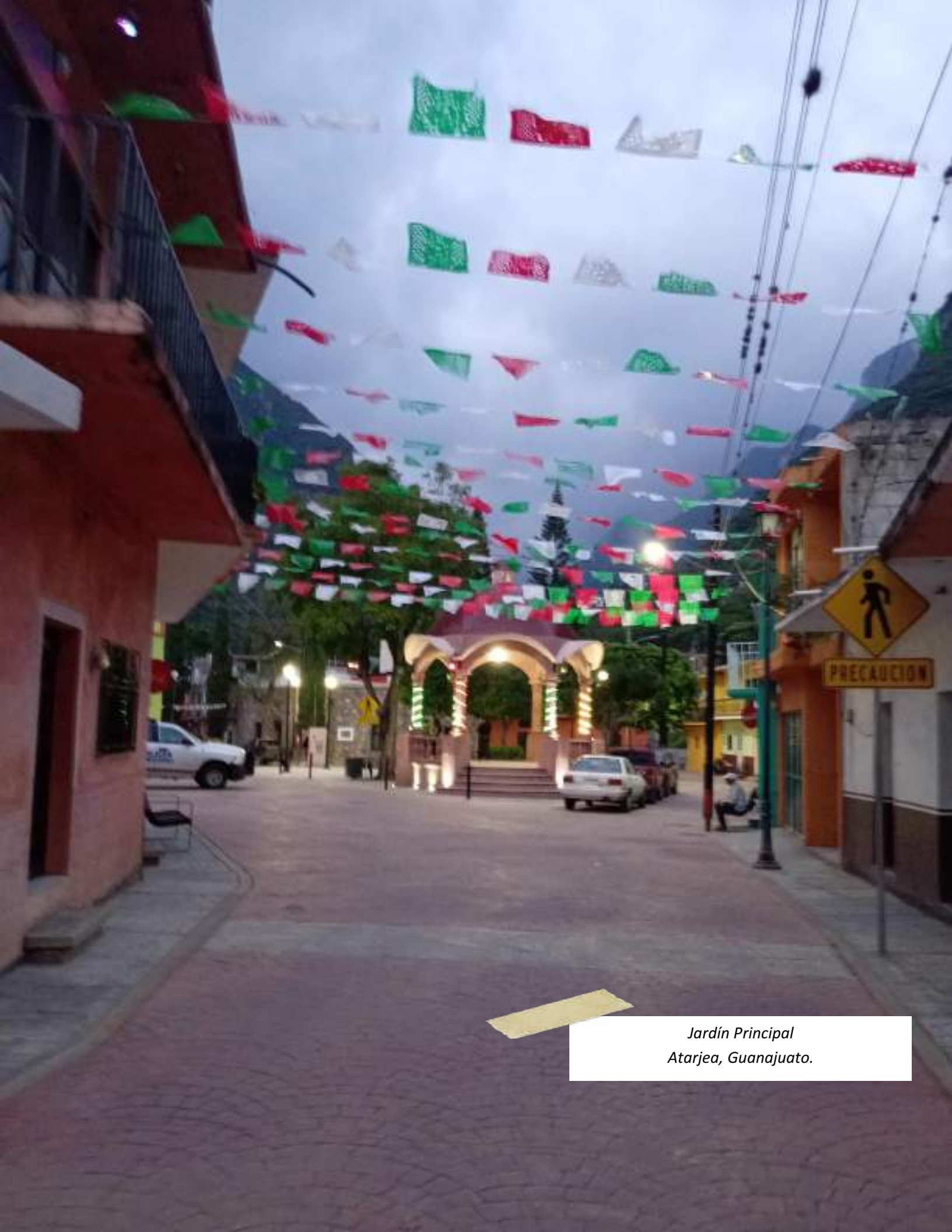
1. Promover la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible en establecimientos del sector turístico, eventos y en todas aquellas actividades propias del turismo en el destino, preservando los recursos naturales, culturales e históricos que sean parte fundamental del atractivo turístico.

e. Desarrollo de una Marca Destino

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

f. Implementación de herramientas de medición turística.

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



*Jardín Principal
Atarjea, Guanajuato.*

10. CONCLUSIONES

- Es factible inferir que el municipio de Atarjea se encuentra en una fase de exploración, por lo que se requiere la implementación de diversas medidas de planificación, gestión, comunicación y promoción, a fin de atender la etapa en el ciclo del destino turístico en el que se encuentra el municipio.
- Dispone de una amplia variedad de atractivos turísticos que incluyan cultura, histórico, religioso y de naturaleza.
- aún falta más acciones encaminadas a la profesionalización del sector turístico en el municipio.
- La iniciativa privada se muestra entusiasmada de poder participar en proyectos de índole turísticos que pueda llevar a detonar el sector en el municipio.
- En materia turística, el municipio ha desarrollado acciones que le permitan detonar las potencialidades turísticas con las que cuenta, aunque tiene un potencial por explotar.
- Se tendrán que hacer acciones que permitan el fortalecimiento de la cadena de valor del sector turístico.
- Es importante realizar una revisión a los productos turísticos actualmente, ofertados en el municipio para poder evaluar el impacto que tienen y de ser necesario reorientar el mismo.
- Los buenos resultados en la implementación del plan de acción dependerá mucho del compromiso de los actores de la estrategia turística propuesta.
- Se requiere llevar a cabo una revisión minuciosa de los artículos turísticos actualmente ofertados, con el fin de evaluar su impacto y, en caso 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 porque 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 reuniones periódicas de trabajo con el COMITÉ DE GESTIÓN TURÍSTICA en la que participen los órdenes de gobierno estatal, municipal e iniciativa privada.
- En cuestión de imagen, es importante contar con un proyecto de desarrollo de imagen y marca turística del municipio y evaluar su impacto. Se requiere contar con más información en cada uno de los eventos realizados para conocer el impacto y la imagen que los turistas tienen del destino turístico, así mismo incentivar el uso de la herramienta de Satisfacción y Fidelización, QR implementado por la Secretaría de Turismo del Estado, para poder realizar estrategias enfocadas a la imagen y al posicionamiento del destino turístico.
- Es necesario adoptar medidas para impulsar una estancia más prolongada en el lugar de interés, ya que en lo que respecta al turismo, el municipio ha implementado pocas acciones que le permitan detectar las posibilidades turísticas con las que se encuentra familiarizado. Se deberán llevar a cabo acciones que fomenten la cadena de valor del sector turístico.

11. ANEXOS

11.1 GLOSARIO

11.2 FOTOGRÁFICO

11.3 PLAN DE TRABAJO

REPORTE
FOTOGRAFICO

Atarjea





Jardín principal



Jardín principal



Jardín
principal



Jardín principal



Jardín principal



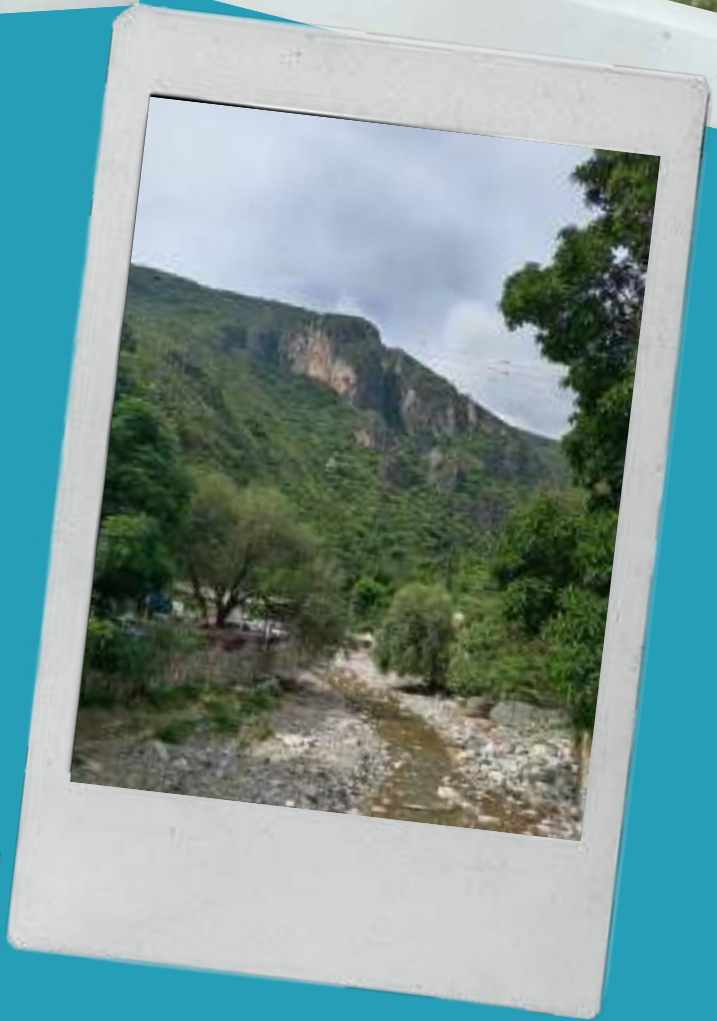
Jardín principal



Jardín principal



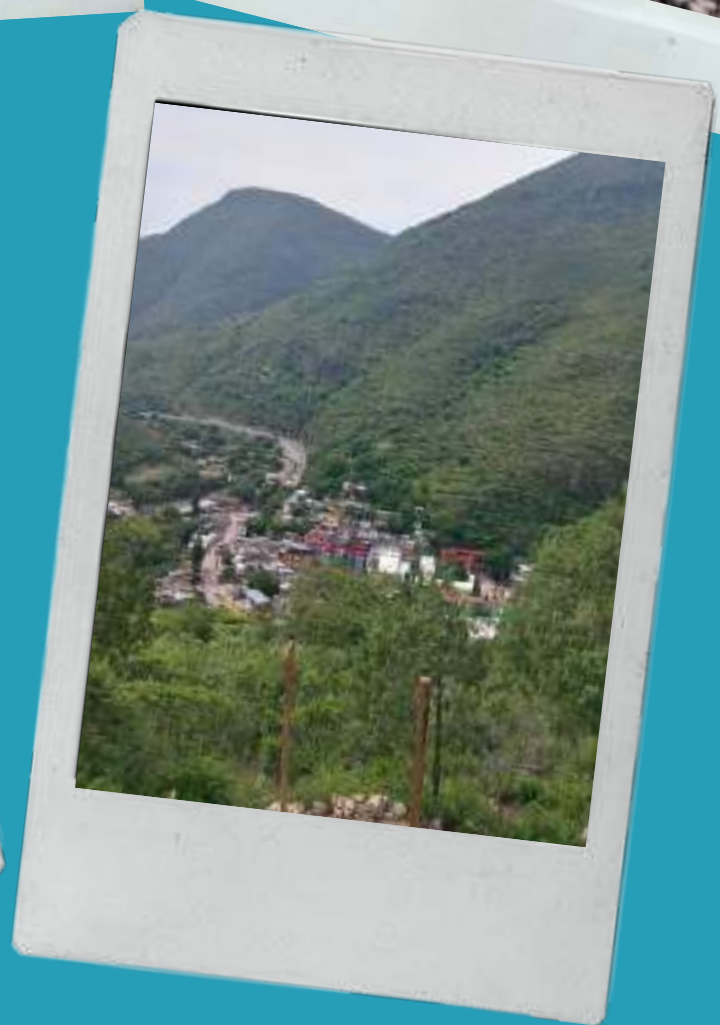
Jardín principal



Ejido Jesús María



Ejido Jesús María



Ejido Jesús María



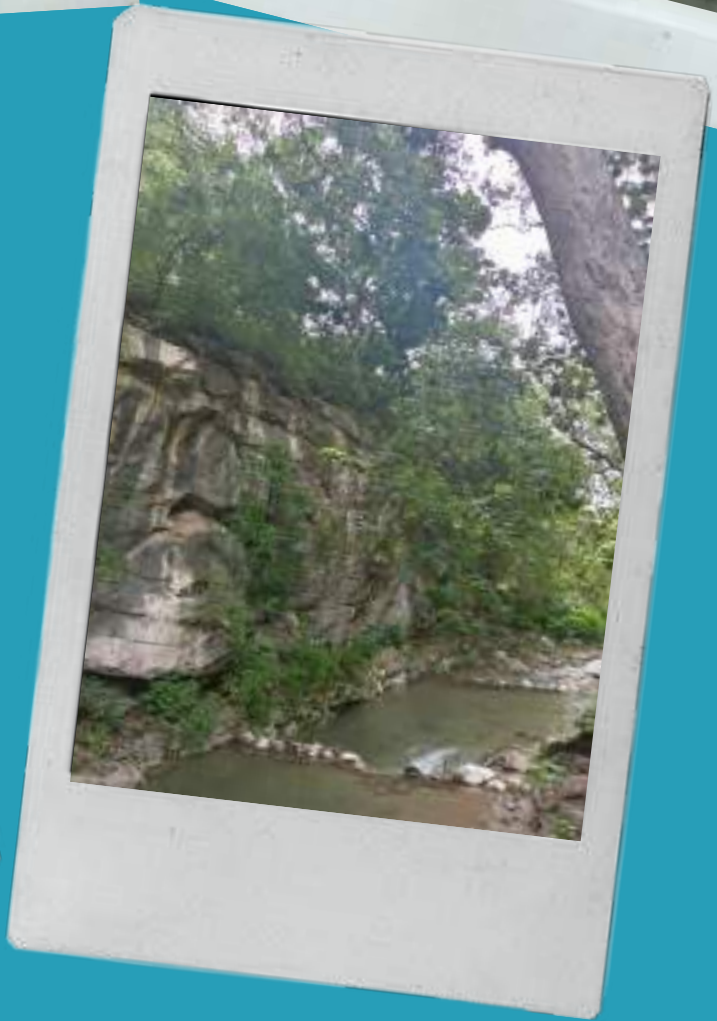
Ejido Jesús María



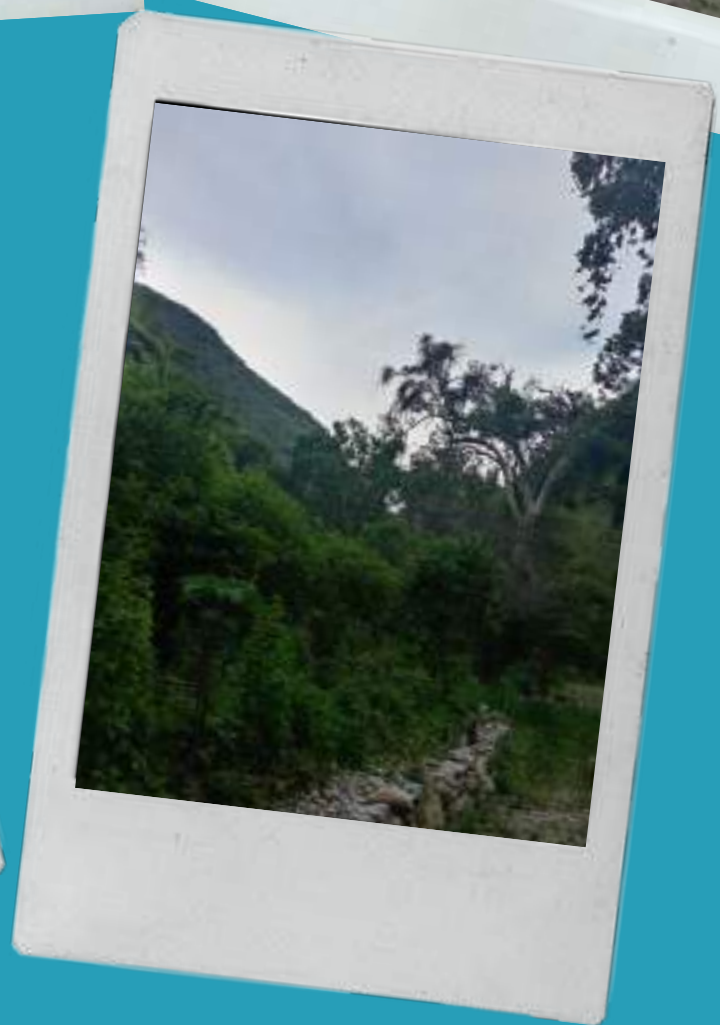
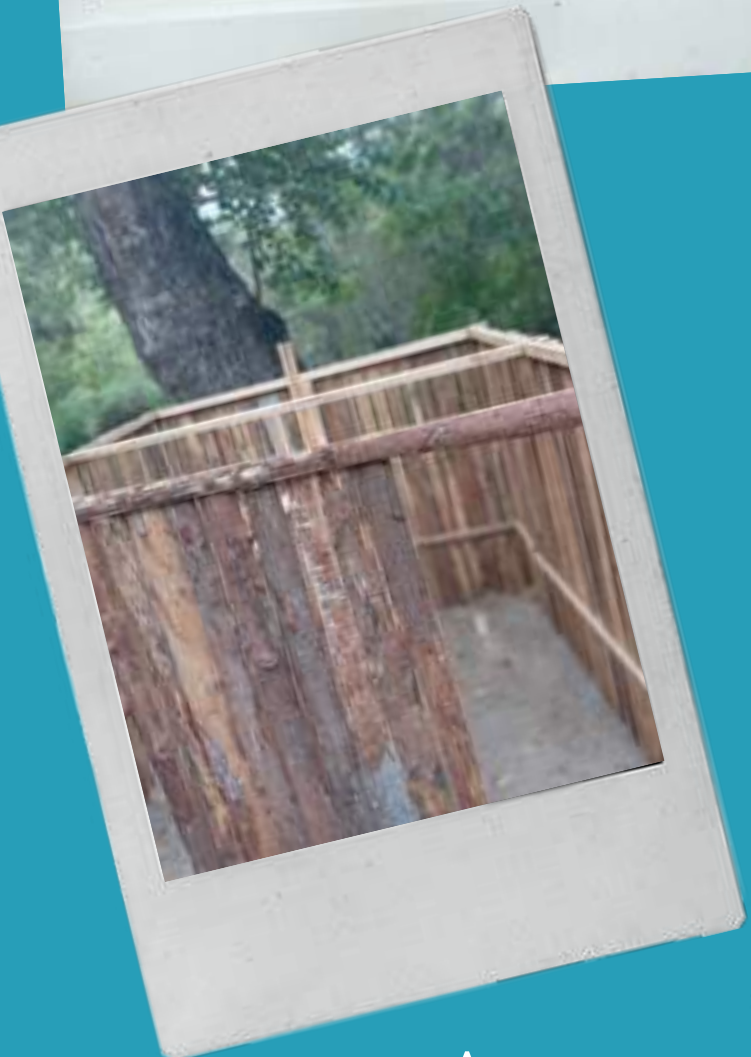
Ejido Jesús María



Ejido Jesús María



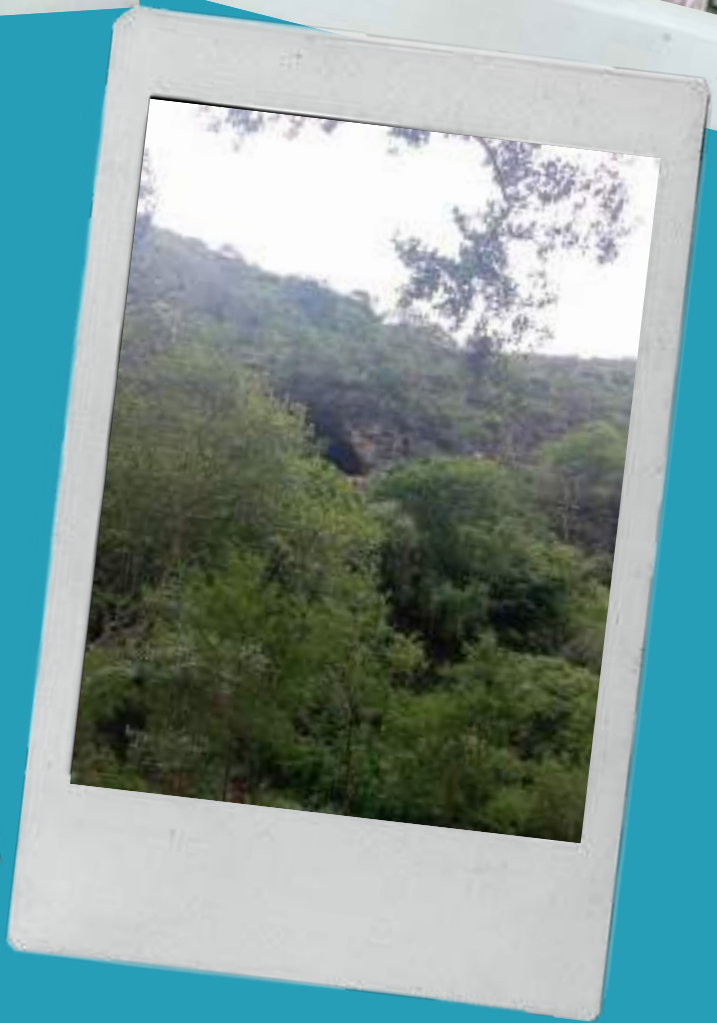
Arroyo Blanco



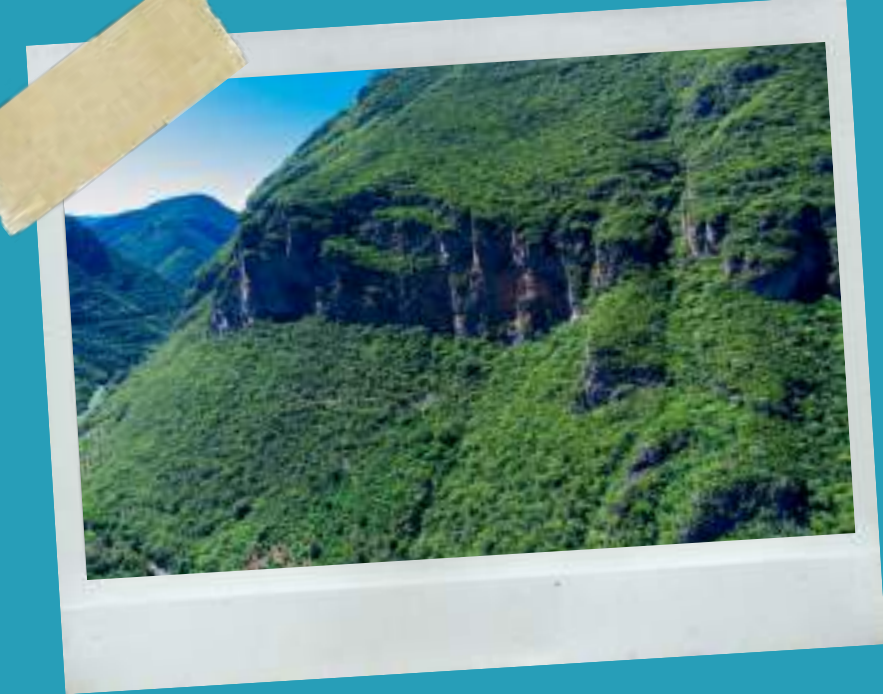
Arroyo Blanco



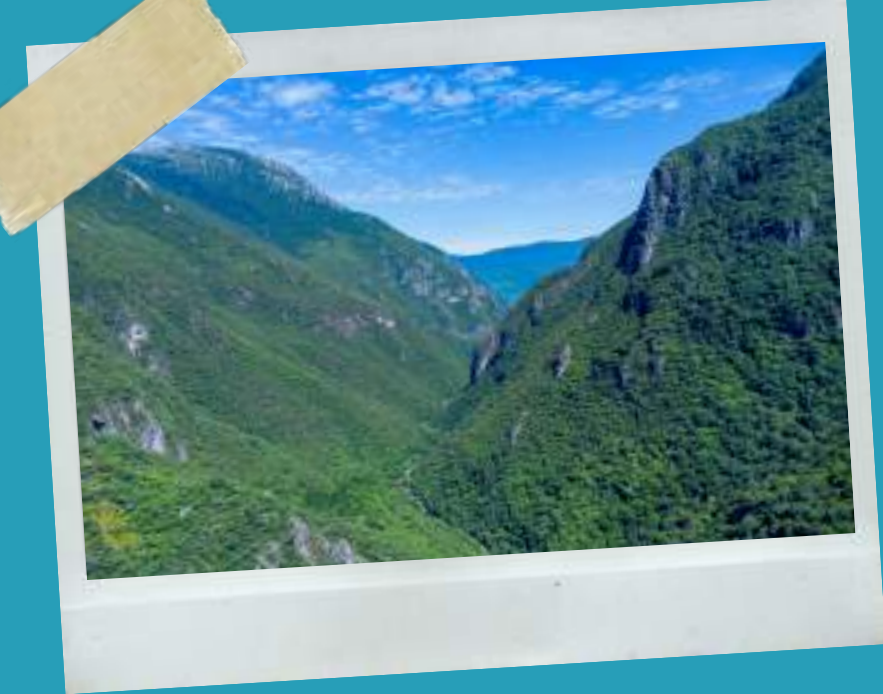
Arroyo Blanco



Arroyo Blanco



El Cañón



El Cañón



El Cañón

ANEXO
PLAN DE TRABAJO

Plan de trabajo "JARDÍN PRINCIPAL"



		Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad		Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégica		Información histórica	Realizar estudio histórico con la información de los elementos que se encuentran en el jardín principal	2 meses
	Infraestructura		Dar a conocer la información	Colocación de tótems informativos con la información del jardín principal	1 mes
	Estratégica		Plan de Promoción	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de colaboraciones, *Sitio web de destino atractivo, *Creación de estrategias de marketing.	12 meses

Plan de trabajo "EJIDO JESÚS MARÍA"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad		Lista de actividades	
	Infraestructura	Tirolesa	Implementación de acciones de segunda etapa	6 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	Plan de promoción y difusión del ejido	12 meses
	Estratégica	Plan de eventos	Desarrollo del calendario del plan de eventos anualizado	1 mes
	Estratégica	Producto turístico	Generar un proyecto con las actividades turísticas que pueden desarrollarse en este atractivo con potencial turístico	1 mes

Plan de trabajo "ARROYO BLANCO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad		Lista de actividades	
	Infraestructura	Rapel	Proyecto e implementación de proyecto de rapel	6 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	Plan de promoción y difusión	12 meses
	Estratégica	Plan de eventos	Desarrollo del calendario del plan de eventos anualizado	1 mes
	Estratégica	Producto turístico	Generar un proyecto con las actividades turísticas que pueden desarrollarse en este atractivo con potencial turístico	1 mes

Plan de trabajo "COMUNIDAD CARRICILLOS"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad		Lista de actividades	
	Infraestructura	Tirolesa	Proyecto e implementación de proyecto de tirolesa	6 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	Plan de promoción y difusión	12 meses
	Estratégica	Plan de eventos	Desarrollo del calendario del plan de eventos anualizado	1 mes
	Estratégica	Producto turístico	Generar un proyecto con las actividades turísticas que pueden desarrollarse en este atractivo con potencial turístico	1 mes

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.