


**Vive
Grandes
Historias**

vive grandes historias



Huanímaro

 **Guanajuato**
Vive Grandes Historias

   
Secretaría de Turismo

 **Guanajuato**
Vive Grandes Historias

   
Secretaría de Turismo

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. MARCO GENERAL.....	6
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	7
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
3. ELEMENTOS DEL DESTINO	9
4. MODELO DE ATENCIÓN	11
5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO.....	13
5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO	13
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES	15
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA	17
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS	18
1. CENTRO HISTÓRICO/JARDÍN PRINCIPAL	20
2. TEMPLO SAN JUAN BAUTISTA.....	21
3. IGLESIA DE NUESTRA SEÑORA DE GUADALUPE	22
4. CASA DE LA CULTURA BICENTENARIO	23
5. MUSEO ARQUEOLÓGICO HUANÍMARO.....	24
6. ARTESANÍAS Y DANZA DEL NEGRITO	25
7. LAS NIEVES EL POPO	27
8. TAQUERÍA DON RAMÓN	28
9. MARISCOS EL TITILLO.....	29
10. COCINA MEXICANA DE ADY	30
11. EL CERRITO DE LA CRUZ	31
12. LA CUEVA DE SANTA REGINA	32
13. CASA TEQUILERA HUANÍMARO.....	35
14. HOTEL Y SALÓN LA CUEVA	37
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO	38
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	42
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO	44

8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO 45

9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES 46

 9.1 ESTRATÉGICAS..... 46

 9.2 DETONADORAS 49

10. CONCLUSIONES 51

11. ANEXOS..... 54

 11.1 GLOSARIO 54

 11.2 FOTOGRÁFICO..... 54

 11.3 PLAN DE TRABAJO 54



*Cueva de Santa Regina,
Huanímaro, Guanajuato.*

1. INTRODUCCIÓN

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

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

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

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

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

2. MARCO GENERAL



*Casa Tequilera Huanímaro,
Huanímaro, 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.



*Casa Tequilera Huanímaro,
Huanímaro, Guanajuato.*

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

2.1 OBJETIVO GENERAL

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



*Jardín Principal,
Huanímaro, Guanajuato.*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*Centro Histórico,
Huanímaro, 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.



*Templo San Juan Bautista,
Huanímaro, 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



*Camino a la Cueva de Santa Regina,
Huanímaro, Guanajuato.*



*Jardín Principal
Huanímario, Guanajuato.*



*Danza del Negrito,
Huanímario, Guanajuato.*

5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.1 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO



- REGIONES**
1. Noreste
 2. Norte
 3. Centro
 4. Sur

- SUBREGIONES**
- Sierra Gorda
 - Chichimaca
 - Sierra de Guanajuato
 - Bicentenario
 - Metropolitana de León
 - Metropolitana Irapuato/
 - Salamanca Metropolitana
 - Laja Bajío
 - Agave Azul
 - Lacustre
 - Sierra de los Agustinos

Fuente: Instituto de Planeación, Estadística y Geográfica 2015

Con una población de 21,128 habitantes, el municipio de **Huanímaro, Guanajuato**, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, ubicado en la Región sur, Subregión Laja Bajío. Ocupa el 0.42 % de la superficie del estado de Guanajuato.

Colinda al norte con el municipio de Abasolo; al este con los municipios de Abasolo y Valle de Santiago; al sur con el municipio de Valle de Santiago y el estado de Michoacán de Ocampo; al oeste con el municipio de Abasolo.

Las localidades con mayor representación son:

- Huanímaro.
- La Lobera (El Riñón).
- San José de Ayala.
- Los Otates.
- Monte Blanco.
- San Juan Grande.

El nombre del municipio proviene del vocablo tarasco cuaimaro, que significa “Lugar de trueque”, aunque algunos historiadores también le dan el significado de “Lugar donde se tuesta maíz”. En la época prehispánica se asentó, en lo que hoy es la cabecera municipal, una pequeña comunidad agrícola que más tarde fue elevada a la categoría de pueblo.

El 12 de diciembre de 1877, por decreto número 46 del Honorable Congreso del Estado, se le otorga el título de cabecera municipal.

Sus principales fiestas y festividades son:

- Del 7 al 15 de enero se celebra la fiesta del señor de Esquipulas.
- 2 de febrero, Virgen de la Candelaria.
- Del 15 al 24 de junio, San Juan Bautista.
- 7 de septiembre, Santa Regina.
- 4 y 5 de octubre, Virgen del Rosario.
- 22 de noviembre, Santa Cecilia.

Turismo

- Iglesia de San Juan Bautista.
- Monumento erigido en honor del Lic. Benito Juárez.
- Jardín Principal.
- Cueva de Santa Regina.
- Casa Tequilera Huanímaro.
- El “Cerro del Mono”.
- “Llano de los lobos”.

Artesanías

Se producen obras artesanales como loza de barro, molcajetes y metates de piedra.

Gastronomía

El municipio tiene una gran variedad de alimentos propios de la región, entre los platillos populares podemos mencionar el mole, la barbacoa y las carnitas.

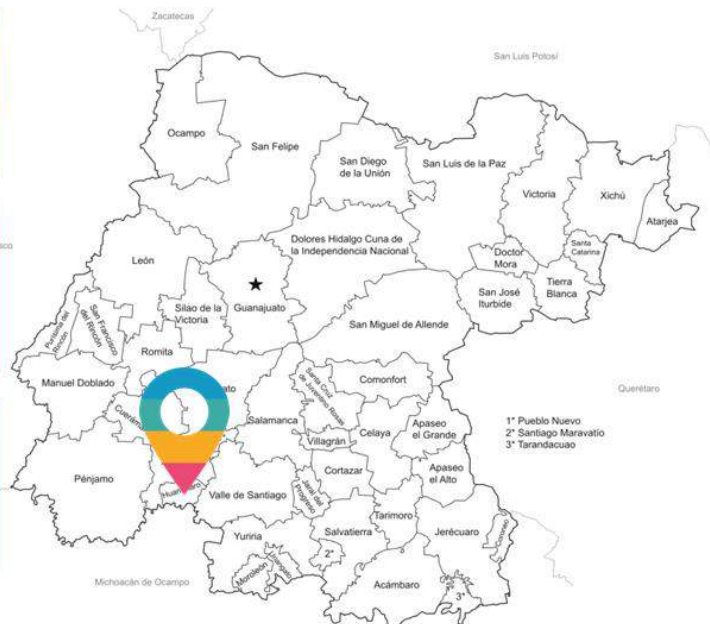
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



La Danza del Negrito,
Huanímaro, Guanajuato.

Actualmente, en el municipio de **Huanímaro**, Guanajuato se cuenta con un registro de 14 sitios turísticos, entre los cuales se puede mencionar: *Cañada de los portales, Casa de la cultura, Cerro de la mesa de la cantera, Cueva de Santa Regina, Dique de Markassuza, El llano de los lobos, Jardín Colosio, Museo histórico municipal, Cerrito de la cruz*, entre otros.

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



*Centro Histórico,
Huanímaro, 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 **Huanímaro** 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. Centro Histórico/Jardín Principal.
2. Templo San Juan Bautista.
3. Iglesia de Nuestra Señora de Guadalupe
4. Casa de la Cultura Bicentenario.
5. Museo arqueológico de Huanímaro.
6. Artesanías y Danza del Negrito.
7. Las nieves el Popo.
8. Taquería Don Ramón.
9. Mariscos el Titillo.
10. Cocina Mexicana de Ady.
11. El Cerrito de la Cruz.
12. La Cueva de Santa Regina.
13. Casa Tequilera Huanímaro.
14. Hotel y salón La Cueva.

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.



*Cueva de Santa Regina,
Huanímaro, Guanajuato.*





*Casa de la Cultura Bicentenario,
Huanímara, Guanajuato.*

1. CENTRO HISTÓRICO/JARDÍN PRINCIPAL

En el centro y jardín principal del municipio de Huanímaro conocida también como la plaza Muñoz Lerdo, se encuentra concentrado una cantidad importante de comercio tanto en locales de venta fijo como en comercio ambulante en la plaza principal, en donde se puede encontrar una gran variedad de productos.

También se puede encontrar la Casa de la Cultura bicentenario, la cual ofrece eventos y exposiciones artísticas durante todo el año.

La Iglesia dedicada a San Juan Bautista, construida a principios del siglo XVI.

La Iglesia dedicada a Ntra. Sra. De Guadalupe.

Además de ofrecer un hermoso entorno rodeado de los emblemáticos portales de cantera rosa; además de ser punto de reunión para eventos artísticos y de beneficencia del mismo municipio.

En el año 2020 se realizó una obra de rehabilitación, la cual consistió en mantenimiento con pintura a las bancas, barandales, reestructuración del quiosco y plantación de nuevos árboles.

Se mantuvo los troncos para utilizarlos como maceteros y una banca alrededor para poder tener convivencias familiares y sociales.

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 Huanímaro.



2. TEMPLO SAN JUAN BAUTISTA

A lo largo de los años, el templo de San Juan Bautista ha embellecido la plaza principal de Huanímaro.

Creado en el año 1905, como una vicaria y después gracias a la donación de una parte para la creación de un bautisterio, la dueña Doña Tiburcia Alarcón y el gobierno de aquel lejano año crearon la parroquia de San Juan Bautista.

En 1933 se incendió la misma, dejando como recuento de los daños imágenes, bancas y techos en mal estado, de tal manera que hubo que demoler los techos y hacerlos de nuevo.

Una de las remodelaciones más visibles fue gracias al padre Quirós, ya que en las paredes fueron enterrados restos humanos y hoy en día se pueden observar cubiertos por madera y con una placa en la parte superior con la descripción de quien descansa ahí.

La Parroquia de San Juan Bautista en el año 2000 recibió por parte del Gobierno del Estado una distinción haciendo alusión a qué es un recinto de los mejores conservados en el estado, con una placa que se puede observar a la entrada de este templo.

Necesidades específicas

1. Estudio histórico del templo de San Juan Bautista.
2. Colocar tótems informativos en el recinto.
3. Promoción y difusión en redes sociales de la historia y festividades religiosas realizadas en este espacio cultural.



3. IGLESIA DE NUESTRA SEÑORA DE GUADALUPE

El templo guadalupano en Huanímaro se caracteriza por su belleza en su construcción, ya que, a diferencia de los demás, con una imagen de la Virgen de Guadalupe que se adorna constantemente con arreglos florales como ofrenda, en el templo se aprecia la cantera rosa con la que fue construido. Sobresale la limpieza de su atrio y cantera.

Los días 11 y 12 de diciembre de cada año se lleva a cabo la festividad de la virgen de Guadalupe, realizando verbenas y actividades religiosas propias de la festividad.

Necesidades específicas

1. Estudio histórico del templo de Nuestra Señora de Guadalupe.
2. Colocar tótems informativos en el recinto.
3. Promoción y difusión en redes sociales de la historia y festividades religiosas realizadas en este espacio cultural.



4. CASA DE LA CULTURA BICENTENARIO

La Cabecera Municipal cuenta actualmente con una Casa de la Cultura, dichas instalaciones se encuentran en lo que fuera la antigua Escuela de Constituyentes del 57, frente a la Plaza Principal.

Dentro de las actividades que se imparten en la Casa de la Cultura podemos encontrar cursos y talleres artísticos.

Este edificio originalmente era casa habitación y parte de una hacienda, el municipio la rescato en ruinas y fundó una escuela para señoritas y posteriormente se destinó para casa de la cultura. Horarios: 10:00 a 14:00 - 16: a 20:00 horas.

Ofrece espacios en los cuales se puede conocer un poco de la historia de municipio como lo son el Museo, en el cual se exhiben piezas prehispánicas encontradas en diversos puntos del municipio; y de igual manera cuenta con una galería, en la cual se exhiben piezas de arte realizadas por artistas Huanimarenses y de municipios vecinos.

La casa de cultura cuenta con 5 aulas, auditorio y galería. 12 espacios habilitados como salones culturales en las comunidades de San José de Ayala, San Ramón, Cerrito Alto Nuevo, Ojos de Paso de Cobos, Ojo de Agua, Otates, La Lobera, Monte Blanco, San Juan Grande, La Granja, y en la cabecera municipal en el Centro Gerontológico, y en la colonia Las Praderas. 5 bibliotecas públicas.

La Casa de la Cultura Bicentenario ofrece eventos y exposiciones artísticas durante todo el año.

También cuenta con un auditorio con un aforo de 100 personas, mismo que es utilizado para diversas representaciones artísticas y culturales.

Necesidades específicas

1. Mayor promoción y difusión de los talleres que se realizan dentro de la casa de la cultura.
2. Tener más exposiciones culturales de exhibición, actualmente se tiene la exposición de las reinas de las últimas décadas que ha tenido el municipio.
3. Contar con un plan de promoción en las redes sociales de la casa de la cultura.



5. MUSEO ARQUEOLÓGICO HUANÍMARO

Huanímaro es un municipio en el estado de Guanajuato, México, conocido por su rica herencia cultural y sitios prehispánicos.

Huanímaro estuvo habitado por diversas culturas prehispánicas, principalmente los Purépechas, quienes dejaron huellas de su presencia en la región. Los Purépechas, también conocidos como Tarascos, fueron una de las civilizaciones más importantes del occidente de México, reconocidos por su resistencia contra la expansión mexicana.

En los diversos sitios de Huanímaro se han encontrado múltiples artefactos, como herramientas de piedra, cerámica y figurillas, que son evidencia del avanzado desarrollo artesanal de los Purépechas. Estos hallazgos ayudan a comprender mejor la economía, religión y estructura social de las culturas que habitaron la región.

La conservación de estos sitios es crucial para preservar la historia y cultura de Huanímaro, así como para fomentar el turismo cultural en la región. El museo Arqueológico de Huanímaro se ubica en la Casa de la Cultura Bicentenario en la zona centro, se fundó en octubre del 2015 y se encuentra abierto al público de lunes a viernes de 10 a 18 h y sábado de 10 a 16:30 h. La entrada es libre.

En esta sala se exhiben reliquias y piezas arqueológicas, por mencionar algunas se encuentran piezas de cerámica, tallado de piedra y obsidiana, vasijas, ollas, herramientas, tecomates, entre otras que se han encontrado en los cerros cercanos al municipio, siendo una zona rica prehispánica.

Necesidades específicas

1. Colocar templete informativos en el recinto.
2. Promoción y difusión en redes sociales de las actividades del museo arqueológico de Huanímaro.



6. ARTESANÍAS Y DANZA DEL NEGRITO

La danza de los negritos es un atractivo cultural de las festividades tradicionales de Huanímaro.

La danza de los negritos es un baile con máscaras de patol y su penacho, esta viene conformada con “Mojigangas” que representan La Hacienda, el “Torito” representando el ganado, “El Torero” representa al Jornalero, “La Borracha” representa la Vida Galante, “La Ramera o Coqueta” representa la seducción, mientras que los “Negritos” representan los esclavos.

La danza de los Negritos se baila al son de la música de banda o de viento en la festividad de la cabecera municipal y sus comunidades, bajo la coordinación de la Casa de la Cultura Bicentenario.

Su baile es con máscaras de patol y su penacho, así como de su peculiar vestimenta que es lo que caracteriza a este municipio de su cultura y tradición, la danza es considerada una alabanza.

El registro más antiguo que se tiene de esta danza data de 1928, en el año de 1968 llega el maestro popularmente conocido como “El Churrero” haciéndose cargo de la danza.

Alejandro López Ávila cuenta con más de 20 años de experiencia en la elaboración de artesanía en cartonería y tallado de madera. Actualmente, es promotor cultural en la Casa de la Cultura.

También es profesor de artesanías y de la danza de los negritos, actualmente se encuentra desarrollando la danza de los gavilanes.

En la casa de la Cultura Bicentenario se realizan de manera artesanal las máscaras de patol, el Patol es un árbol originario de México, el tronco es la materia para que las personas creen sus artesanías y en especial sus máscaras, el Patol es también conocido como colorín o zompantle del náhuatl tzontli-cabeza o cráneo y pantli-fila o hilera.

Necesidades específicas

1. Mayor promoción y difusión de la Danza de los Negritos en su aspecto cultural y tradicional.
2. Mayor promoción y convocatoria para participantes en la danza y elaboración de máscaras.
3. Incentivar la venta de artesanías, específicamente las máscaras de patol y de cartón.
4. Estrategia de promoción y publicidad, y manejo de redes sociales.



7. LAS NIEVES EL POPO

Desde el año 1957, la Paletería y Nevería el Popo de Huanímaro han tenido gran éxito por su calidad, atención y servicio, el fundador de este negocio fue el Sr. Don Erasmo Arredondo Barrera, actualmente es atendido por su hija Juanita Arredondo quien está al frente del negocio.

En la paletería y nevería se ofrecen productos artesanales con distintos sabores que son del gusto de los huanimarenses y de toda la gente que llega a probar las nieves.

Por mencionar algunos de sus sabores se encuentran: chongos, fresa, limón, chocolate, mango, coco, maguey, cacahuete, queso, zapote y el sabor especial de la casa que es el de vainilla que tiene un sabor especial y único.

Las nieves se elaboran con 3 o 4 horas de anticipación el proceso de elaboración inicia en una tina de madera en la que se coloca hielo y sal en capas; se utiliza un bote de acero inoxidable donde se vierten los ingredientes y se comienza a mover, dando muchas vueltas al bote e ir raspando las paredes con una pala de madera hasta lograr una consistencia de nieve.

La paletería se encuentra ubicada en los portales del jardín principal del municipio.

Necesidades específicas

1. Estrategia de promoción y publicidad.
2. Capacitación en servicio y atención al cliente.
3. Capacitación en cultura turística.
4. Capacitación en manejo de redes sociales.



8. TAQUERÍA DON RAMÓN

Restaurante y taquería con más de quince años de servicio y atendida por su dueño Ramón Martínez Martínez y familia, se encuentra ubicada calle Jesús María Montañó y Galeana 3, en la zona Centro del municipio, ofrece servicio de lunes a domingo en un horario de 9.30 de la mañana a 10:30 de la noche.

Ofrece servicios de comida tradicional a la carta con variedad de alimentos y los tradicionales tacos de al pastor, chorizo, bistec, costilla, entre otros.

Actualmente, cuenta con su registro ante el SAT pero no con el Registro Estatal Turístico.

La taquería tiene popularidad entre los habitantes y de a poco también con los visitantes por ser un lugar establecido y por los días y horarios de atención que ofrece.

Sus objetivos a largo y mediano plazo es convertir la taquería de “Don Ramón” es una franquicia y especializar el restaurante en preparado de alimentos con base en el pollo en diferentes presentaciones.



Necesidades específicas

1. Despachador de aguas frescas.
2. Plancha de preparación de alimentos más amplia.
3. Inscripción en el RET.
4. Estufa industrial.
5. Horno.
6. Estrategia de promoción y publicidad, y manejo de redes sociales.
7. Capacitación en manejo de redes sociales.
8. Elaboración de un modelo de franquicia.



9. MARISCOS EL TITILLO

La Señora Etelvina Arriaga cocinera tradicional en el municipio de Huanímaro, desde hace 3 años vende mariscos en un pequeño local ubicado en la comunidad de Jarrillas que se localiza a 15 minutos de cabecera municipal, el cual es atendido por la familia.

El local construido bajo palma es conocido como mariscos *“El Titillo”*, ofrece platillos preparados con base a mariscos de barra fría, botanas y bebidas refrescantes preparadas de manera especial, entre lo más vendido y reconocido están las micheladas araña y el preparado de cacahuates y camarón, sus precios van desde los \$50 pesos y los \$ 150 pesos.

Actualmente, el local en donde ofrece el preparado de alimentos es pequeño, sin embargo, su objetivo a mediano plazo es poder ampliar la capacidad de atención, cuenta con 5 mesas, 24 sillas y una barra.

Los días de atención son viernes, sábado, domingo y lunes en un horario de 12:00 p.m. a 9:00 p.m.

Solamente recibe pagos en efectivo.

En redes sociales los podemos encontrar como *“Mariscos el Titillo”* En donde promociona sus productos principalmente.

Necesidades específicas

1. Mesas y sillas.
2. Refrigerador de mayor capacidad.
3. Barra de preparación de alimentos.
4. Plan de promoción y publicidad.
5. Capacitación para manejo de redes sociales y creación de contenido.



10. COCINA MEXICANA DE ADY

La Cocina Mexicana de Ady es atendida por su propietaria y familiares quien tiene reconocimiento de cocinera tradicional su nombre es Adriana Beatriz Camarillo Vargas, ella es de la comunidad de Joroches, actualmente tiene un pequeño establecimiento conocido como “Cocina Mexicana de Ady” en el que ofrece platillos tradicionales de la cocina mexicana, destacando las enchiladas con cecina y alimentos complementarios como tacos, burritos, tortas, hamburguesas con papas, tamales de ceniza con precios desde \$13 pesos los tacos hasta \$200 en alimentos de mayor elaboración.

Los meses en los que tiene más ventas son en junio, noviembre, diciembre y enero, los meses con menos ventas son en marzo y abril.

Ofrece sus servicios en un horario de 9 de la mañana a 9 de la noche de lunes a sábado.

La Sra. Beatriz Adriana ha participado en diferentes encuentros de cocineras tradicionales en varios municipios del estado, ofreciendo enchiladas con cecina y pambazos, cuenta con su certificación como cocinera tradicional del Estado de Guanajuato.

También ha preparado alimentos para eventos de migrantes de al menos 100 personas.

Cuenta con su registro ante el SAT, no tiene su RET.

Algunos de sus objetivos a corto y mediano plazo son mejoras a su establecimiento, contar con más mesas y sillas, agregar decoración mexicana y realizar adecuaciones a su cocina para poder ofrecer la preparación y venta de mariscos.

Necesidades específicas

1. Arreglo de piso.
2. Mesas y sillas.
3. Refrigerador de mayor capacidad.
4. Barra de preparación de alimentos.
5. Decoración del establecimiento.
6. Plan de promoción y publicidad.
7. Capacitación para manejo de redes sociales y creación de contenido.



11. EL CERRITO DE LA CRUZ

El cerrito de la Cruz es un lugar emblemático y de tradición en el municipio de Huanímaro donde se venera la Santa Cruz. Se puede acceder en auto hasta el cerrito o bien por las escalinatas hasta el cerrito.

Con una inversión de los 2.2 millones de pesos, que son recursos totalmente municipales, llevaron a cabo trabajos para la construcción de un parque público con un mirador en lo alto del Cerrito de la Cruz. Una acción que convertirá esta zona más atractiva y en la que se reacondicionará una área en la que los habitantes se congregarán en un espacio más digno para celebrar la Santa Cruz cada mes de mayo.

La obra que se lleva obedece a tres aspectos, el primero, por la fe de los Huanimarenses, ya que cada año el 3 de mayo se venera en este lugar la Santa Cruz, donde oficia misa y se desarrolla tradicional paseo donde la gente disfruta de la comida y música.

El segundo, como gobierno se viene impulsando el aspecto del Turismo y este lugar dentro del plan de trabajo se pensó en generar las condiciones del parque y de un mirador desde donde se aprecia la ciudad.

Y como tercer objeto es que en Huanímaro se tenga lugares en donde las familias se reúnan para rescatar los valores, fomentar la sana convivencia y de esta forma trabajar por una mejor sociedad.

Cuenta con un andador para realizar caminata, tiene asadores, bancas, baños y botes de basura.

Necesidades específicas

1. Implementación de la segunda etapa de remodelación: Colocación de barandal y ampliación de la cruz, más bancas y área gastronómica.
2. Mayor promoción y difusión del Cerrito de la Cruz como un espacio recreativo y de eventos.
3. Desarrollo e integración en el desarrollo de un producto turístico en que se integre la visita al Cerrito de la Cruz.
4. Programación de eventos, actualmente solo se realizan en mayo el día de la Santa Cruz, sin embargo, tiene potencial para el desarrollo de más eventos.





12. LA CUEVA DE SANTA REGINA

A solo 10 minutos de la cabecera municipal, se encuentra uno de los paisajes naturales en donde la naturaleza y la tradición se encuentran: **la cueva de Santa Regina**.

La cueva es una de las **zonas más emblemáticas** del municipio, pues desde hace varios años se convirtió en punto de reunión para las familias que habitaban en la zona; con el paso de los años y ante la afluencia de visitantes, se han realizado trabajos de mantenimiento con los que hoy día el acceso al lugar es rápido y fácil, cuenta con un camino pavimentado que además está marcado hasta donde se encuentra la cueva, por lo que el acceso a esta zona puede ser tanto en automóvil como a pie.

Ofrece un paisaje muy hermoso, conforme se va llegando a la cueva se logran ver cerros repletos de flora nativa y cultivos de los mismos ciudadanos del municipio, de igual manera se tiene una vista de la “Peña del gavián” que forma parte de grupo de cerros que rodean a la “Cueva de Santa Regina”. Dicho lugar ofrece espacios para convivencia familia.

Cada año se conmemoran dos importantes festividades en este sitio, pues el **26 de junio se realiza la celebración de San Juan** y de la Cueva, mientras que el **7 de septiembre se festeja a Santa Regina**; así, año con año este lugar es testigo de los

paseos tradicionales y bailes amenizados por bandas populares de la región.

En esta zona desde hace varios años se venera a la Virgen Santa Regina, por lo que además de una inscripción en las rocas, además de varios más arreglos, se colocó un monumento de cantera rosa en honor a la virgen, lugar en donde para las fiestas se realizan las celebraciones religiosas.

En la cima de la peña se localiza también un pequeño manantial conocido como ‘La Chorrera’ que cae hacia una pequeña fuente.

Necesidades específicas

1. Instalación de tirolesa.
2. Mayor promoción y difusión de la Cueva de Santa Regina como un espacio recreativo, de eventos y actividades enfocadas al bienestar y salud.
3. Desarrollo e integración en el desarrollo de un producto turístico en que se integre la visita a la Cueva de Santa Regina.
4. Programación de eventos, actualmente solo se realizan en septiembre en la festividad de Santa Regina, sin embargo, tiene potencial para el desarrollo de más eventos.



13. CASA TEQUILERA HUANÍMARO

Tequila Huani 1875 nace en honor a la tequilera que da identidad a los Huanimarenses, Empresa 100 % del municipio de Huanímaro, Guanajuato.

Huanímaro es uno de los siete municipios que cuentan con denominación de origen, es la primera Marca Colectiva Huanímaro Exclusivo, región de origen en Guanajuato que certifica el Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual (IMPI).

Actualmente, son 42 productores y se plantan de 600 a 700 hectáreas de agave.

En el 2003-2004 los productores de agave de Huanímaro se conformaron como Asociación Civil y en 2006 pasaron a ser Sociedad de Producción Rural, mientras que para el 2009 se convirtieron en Asociación Agrícola Local, hasta que en el 2014 se consolidó el proyecto de la Tequilera en Huanímaro, mismo que se sustentabiliza como el primer municipio productor de tequila que logró su Marca Colectiva “Exclusivo Blanco de Origen Huanímaro”.

El tequila es 100 % de agave, ya que el proceso lleva cero químicos, por lo tanto, genera una calidad de tequila muy bueno, eso es también lo que lo hace diferente.

Actualmente, cuenta con una capacidad de producción de 23 mil litros mensuales, sin

embargo, próximamente su capacidad aumentará a 120 mil litros mensuales.

Actualmente, el **Tequila Huani** se comercializa en ciudades como Irapuato, León, Guanajuato, San Miguel de Allende, Celaya, Cancún, CDMX, Tijuana, Querétaro e incluso se han realizado exportaciones del producto.

La variedad con la que cuenta es con Tequila blanco, reposado (8 meses), añejo (18 meses) extra añejo (40 meses).

La Casa Tequilera Huanímaro se encuentra abierta al público de lunes a viernes en un horario de 8:00 a.m. a 4:00 p.m. y sábados de 8:00 a 2:00 p.m.

Ofrecen un recorrido por las instalaciones de la tequilera, como un objetivo a medio plazo se encuentra el detonar turísticamente y realizar recorridos e incluso la implementación de un producto turístico en el que se puedan incluir más actividades, dentro del municipio, como la visita a la cueva de Santa Regina, el Cerrito de la Cruz, concluyendo con una actividad gastronómica en la casa Tequilera.



Necesidades específicas

1. Proyecto ejecutivo para la construcción de un restaurante dentro de la casa tequilera.
2. Adecuación de una zona de mixología.
3. Construcción de una tienda tequilera dentro de la casa Tequilera
4. Adecuación de un camioncito temático de la tequilera para la realización de recorridos en puntos turísticos del municipio.
5. Desarrollo e integración en el desarrollo de un producto turístico.
6. Plan de medios y promoción turística.
7. Capacitación en manejo de redes sociales.



14. HOTEL Y SALÓN LA CUEVA

El Hotel y salón la Cueva se encuentra ubicado a 10 minutos de cabecera municipal, en el camino de acceso a la Cueva de Santa Regina.

Cuenta con un salón de usos múltiples para la realización de eventos sociales.

En las festividades que se realizan en la Cueva de Santa Regina y en fechas conmemorativas se llevaban a cabo bailes tradicionales, con bandas locales y de las comunidades alrededor de Huanímaro.

Adicional al espacio recreativo cuenta con un pequeño hotel que cuenta con habitaciones con camas individuales, matrimoniales y King size, los precios son económicos van desde 300 pesos la noche.

Por la ubicación tan próxima a la Cueva Santa Regina, la cual se localiza en un área natural

protegida, permite que se respire y se sienta la tranquilidad de la naturaleza en el hotel, convirtiéndose en un atractivo punto de hospedaje para los visitantes del municipio de Huanímaro

Necesidades específicas

1. Plan de medio y promoción y manejo de redes sociales.
2. Ampliación de la tienda de conveniencia.
3. Integración de un producto turístico.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		HUANÍMARO			
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Específica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. CENTRO HISTÓRICO/JARDÍN PRINCIPAL	1	Estratégico	Realizar estudio con la información histórica del jardín principal	\$150,000.00	
	2	Estratégico	Estrategia e implementación de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	3	Estratégico	Tótems informativos de exteriores	\$50,000.00	
	Inversión total				
2. TEMPLO SAN JUAN BAUTISTA	1	Estratégico	Realizar estudio con la información histórica del templo de San Juan Bautista	\$150,000.00	
	2	Estratégico	Estrategia e implementación de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	3	Estratégico	Tótems informativos de exteriores	\$50,000.00	
	Inversión total				
3. IGLESIA DE NUESTRA SEÑORA DE GUADALUPE	1	Estratégico	Realizar estudio con la información histórica de la Iglesia de Nuestra Señora de Guadalupe	\$2,000.00	
	2	Estratégico	Estrategia e implementación de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	3	Estratégico	Tótems informativos de exteriores	\$50,000.00	
	Inversión total				
4. CASA DE LA CULTURA BICENTENARIO	1	Estratégico	Estrategia e implementación de comunicación y promoción	\$100,000.00	
Inversión total				\$ 100,000.00	
5. MUSEO ARQUEOLÓGICO HUANÍMARO	1	Estratégico	Tótems informativos de exteriores	\$50,000.00	
	2	Estratégico	Estrategia e implementación de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				
6. ARTESANÍAS Y DANZA DEL NEGRITO	1	Estratégico	Estrategia e implementación de comunicación y promoción	\$100,000.00	
Inversión total				\$ 100,000.00	

7. LAS NIEVES EL POPO	1	Capacitación	Capacitación en manejo de redes sociales	\$20,000.00	
	2	Estratégico	Estrategia e implementación de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	3	Capacitación	Capacitación en servicio y atención al cliente	\$10,000.00	
	4	Capacitación	Capacitación en cultura turística	\$10,000.00	
	Inversión total				\$ 140,000.00
8. TAQUERÍA DON RAMÓN	1	Equipamiento	Despachador de Aguas frescas	\$7,000.00	
	2	Equipamiento	Plancha para preparación de alimentos	\$25,000.00	
	3	Equipamiento	Estufa industrial	\$50,000.00	
	4	Equipamiento	Horno industrial	\$30,000.00	
	5	Estratégico	Elaboración de un modelo de franquicia	\$150,000.00	
	6	Estratégico	Estrategia e implementación de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	7	Capacitación	Capacitación en manejo de redes sociales	\$20,000.00	
Inversión total				\$ 382,000.00	
9. MARISCOS EL TITILLO	1	Equipamiento	Mesas (5) y sillas (20)	\$30,000.00	
	2	Equipamiento	Refrigerador	\$35,000.00	
	3	Equipamiento	Barra preparación de alimentos fríos acero inoxidable	\$25,000.00	
	4	Capacitación	Capacitación en manejo de redes sociales	\$20,000.00	
	5	Estratégico	Estrategia e implementación de comunicación y promoción	\$100,000.00	
Inversión total				\$ 210,000.00	
10. COCINA MEXICANA DE ADY	1	Infraestructura	Cambio de piso	\$45,000.00	
	2	Equipamiento	Mesas (5) y sillas (20)	\$30,000.00	
	3	Equipamiento	Refrigerador	\$35,000.00	
	4	Equipamiento	Barra preparación de alimentos fríos acero inoxidable	\$25,000.00	
	5	Equipamiento	Decoración	\$30,000.00	
	6	Capacitación	Capacitación en manejo de redes sociales	\$20,000.00	
	7	Estratégico	Estrategia e implementación de comunicación y promoción	\$100,000.00	
Inversión total				\$ 285,000.00	
11. CERRITO DE LA CRUZ	1	Estratégico	Estrategia e implementación de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Infraestructura	Implementación de segunda etapa de mejoramiento	\$2,200,000.00	
Inversión total				\$ 2,300,000.00	

12. LA CUEVA DE SANTA REGINA	1	Estratégico	Proyecto Ejecutivo e implementación de tirolesa	\$400,000.00	
	2	Infraestructura	Estrategia e implementación de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 500,000.00
13. CASA TEQUILERA HUANÍMARO	1	Estratégico	Proyecto ejecutivo para la construcción de un restaurante dentro de la casa tequilera	\$150,000.00	
	2	Infraestructura	Adecuación de zona de mixiología	\$80,000.00	
	3	Infraestructura	Construcción de una tienda tequilera	\$200,000.00	
	4	Infraestructura	Adecuación de un camioncito temático	\$300,000.00	
	5	Capacitación	Capacitación en manejo de redes sociales	\$20,000.00	
	6	Estratégico	Estrategia e implementación de comunicación y promoción	\$100,000.00	
Inversión total				\$ 850,000.00	
14. HOTEL Y SALÓN LA CUEVA	1	Estratégico	Estrategia e implementación de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Capacitación	Capacitación en manejo de redes sociales	\$20,000.00	
	3	Infraestructura	Ampliación de la tienda de abarrotes		
Inversión total				\$ 120,000.00	
15. ESTRATÉGICO MUNICIPIO	1	Estratégico	Elaboración de proyecto ejecutivo con enfoque turístico	\$2,500,000.00	
			*Plan de Desarrollo turístico de la comunidad (Detonante)		
			* Proyectos de Inversión		
			*Proyecto de Marketing y digitalización		
			*Estrategia de comunicación y promoción		
			* Modelo de negocios		
	* Detección de necesidades de capacitación				
2	Estratégico	Elaboración de proyecto señalética turística	\$500,000.00		
		1. Diagnostico situación actual			
		2. Selección y jerarquización de los elementos a señalar			
			3. Plano de señalética		
Inversión total				\$ 3,000,000.00	

INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA

\$8,889,000.00



*Cerrito de la Cruz,
Huanímaro, Guanajuato.*

7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO

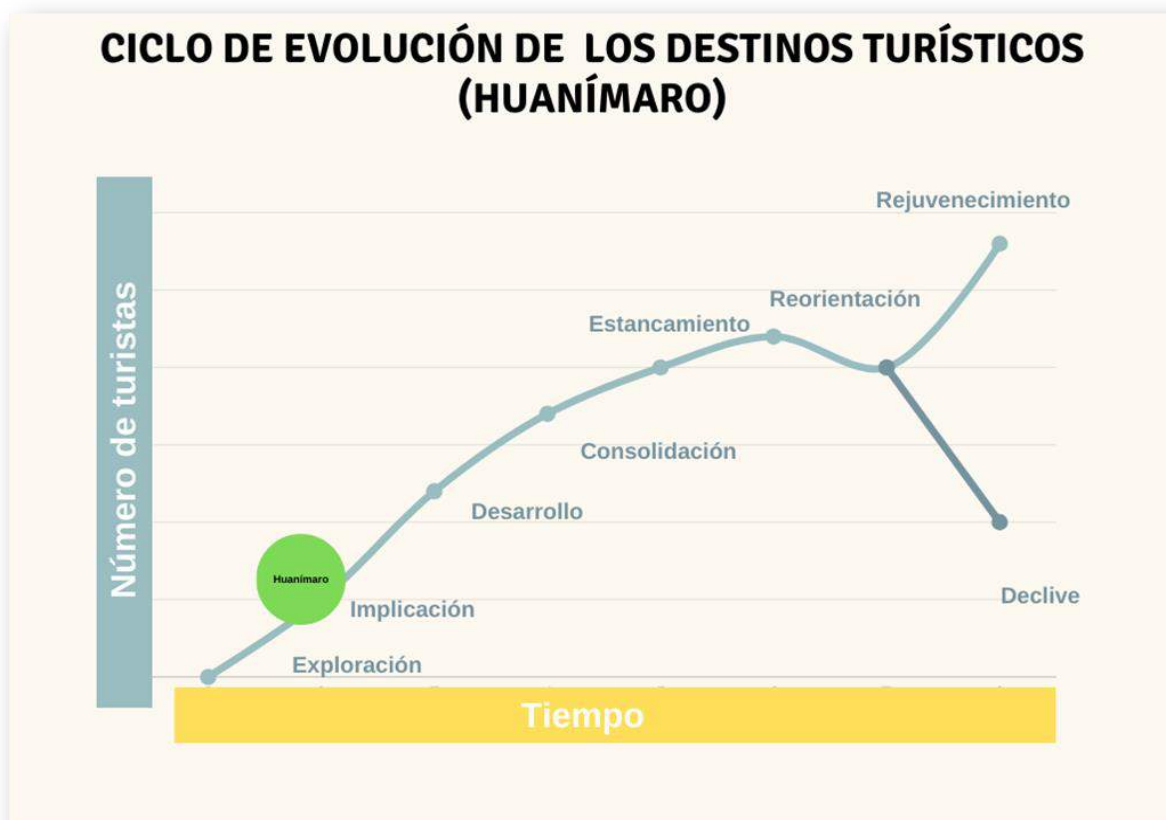
Los destinos, al igual que los productos, tienen ciclos de vida que nos permiten evaluar su situación competitiva.

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 **Huanímaro** se ubica en una **fase de implicación**, significa que cada vez existe más iniciativa privada dentro del destino interesado en involucrarse en actividades de índole turística, incluso empieza a incrementarse la infraestructura turística, se pueden encontrar proyectos de emprendedurismo con enfoque turístico, el gobierno municipal empieza a generar inversión en infraestructura e impulso al sector turístico, ya existe más promoción del destino, aunque aún no se cuenta con un sector formalizado del todo, se inician procesos de capacitación con enfoque a la atención de los visitantes, sin embargo, no se lleva mediciones de la satisfacción de los visitantes y depende mucho de la estacionalidad y temporalidad para recibir visitantes.



*Fuente Propia

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

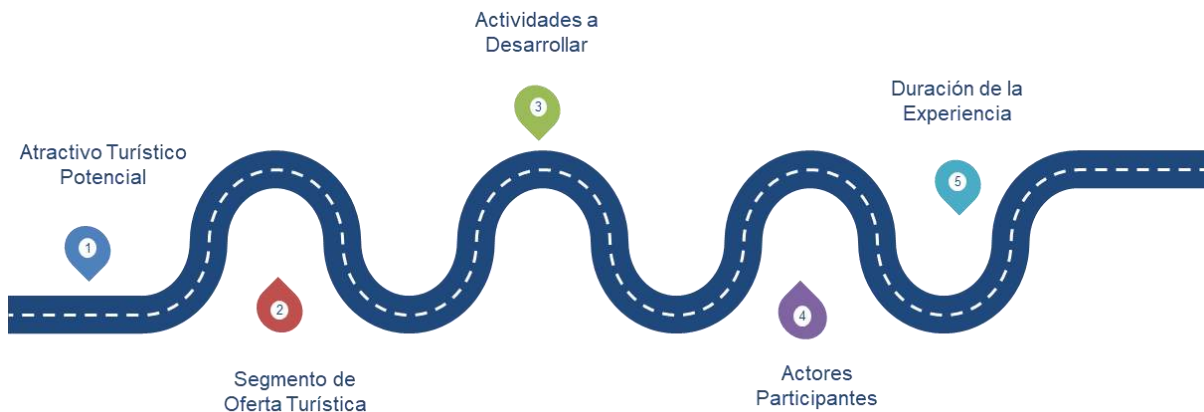
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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

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

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

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



*Fuente Propia

8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO




Guanajuato
Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo

CIRCUITO-DÍA 1

<p>Jardín Principal</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Desayuno en Taquería Don Ramón.</i> ✓ <i>Recorrido en el jardín principal los templos de San Juan Bautista y de Nuestra Señora de Guadalupe</i> ✓ <i>Visita al museo antropológico.</i> <p>10:00 a.m. – 1:30 p.m.</p> <p>Traslado a Casa Tequilera Huanímaro</p>	<p>Casa Tequilera Huanímaro</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Comida cocina tradicional ✓ <i>Recorrido por casa tequilera</i> ✓ <i>Degustación de tequila</i> <p>2:00 p.m. – 6:00 p.m.</p> <p>Jardín principal</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Degustación de un helado de "El popo"</i> ✓ <i>Visita casa de la cultura "Danza de los Negritos"</i> ✓ <i>Cena Snacks</i> <p>6:30 p.m. – 8:00 p.m.</p>	<p>Hospedaje</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Hotel la Cueva</i> ✓ <i>Hotel Mesón</i> <p>9:00 p.m. – 8:00 a.m.</p> <p>Cueva Santa Regina Cerrito de la Cruz</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Visita a la Cueva de Santa Regina</i> ✓ <i>Actividades en la Cueva de Santa Regina</i> ✓ <i>Desayuno casa mexicana de Ady</i> ✓ <i>Cerrito de la Santa Cruz</i> ✓ <i>Comida en marisco "El Titillo"</i> <p>8:00 a.m. – 4:00 p.m.</p>
---	---	--

GUANAJUATO.MX





Segmento de oferta turística:

1. Naturaleza.
2. Cultural e histórico.
3. Gastronomía.
4. Destilados
5. Wellness

Actividades a desarrollar

1. Recorrido por zonas turísticas de cabecera municipal.
2. Recorrido en la casa Tequilera.
3. Degustación de alimentos tradicionales y tequila Huani.
4. Actividades en la naturaleza con enfoque Wellness.
5. Actividades culturales en la visita del museo y la danza de los negritos.
6. Caminata por el Cerrito de la Cruz.

Actores participantes

1. Operadores turísticos locales.
2. Guía de turistas.
3. 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.

Duración de la experiencia

2 días, pernoctando en Hotel La Cueva u Hotel el Mesón.

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 solamente el **10%** 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 **Huanímara** ninguno de los prestadores de servicios turísticos tiene una medición de

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

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

e. Planificación y Gestión del destino

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

f. Imagen

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

cabo las estrategias planteadas en el plan.

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

9.2 DETONADORAS

a. Consolidar Plan de gestión y desarrollo turístico del destino

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

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

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

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

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

d. Promover la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible

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

e. Desarrollo de una Marca Destino

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

f. Implementación de herramientas de medición turística.

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

10. CONCLUSIONES

- El municipio de Huanímaro se localiza en la región Suroeste del estado, limitado con el municipio de Abasolo, Valle de Santiago y con el estado de Michoacán.
- Es uno de los municipios en extensión territorial más pequeño del Estado de Guanajuato.
- En aspectos turísticos el municipio de Huanímaro se encuentra en su ciclo de vida en una fase de implicación, lo cual nos indica que se han realizado inversiones en infraestructura para impulsar al sector turístico, como es el mirador del Cerrito de la Santa Cruz, las remodelaciones realizadas en el jardín principal y las mejoras realizadas en la Cueva de Santa Regina.
- Se encuentra en una región que cuenta con denominación de origen del tequila y dentro del municipio tiene una Casa Tequilera Huanimaro en donde se produce el Tequila Huani y se maquila para otras marcas, la casa Tequilera tiene proyectos a mediano y largo plazo con un enfoque de desarrollo turístico .
- En el destino de ubican casonas con historia que pueden ser un potencial de ser integradas a un producto turístico en el destino, sin embargo se tendrán que hacer las acciones necesarias para poder ser integradas.
- En referente a la gastronomía tiene cocineras tradicionales que cuentan con reconocimiento por parte de la Secretaria de Turismo del Estado de Guanajuato, las cuales participan en diferentes eventos realizados por la misma SECTUR, algunas de ellas cuentan con establecimiento de venta al público como es el caso de Beatriz Adriana con su cocina de Ady, la Sra. Ana María Núñez, conocida por sus tradicionales tamales de horno que han concursado en diferentes festivales.
- Respecto a sus tradiciones y folklore la **“Danza del Negrito”** y **“Los Gavilanes”** se han convertido en una tradición del municipio y se llevan a cabo sus representaciones en festividades tanto en cabecera municipal como en diferentes comunidades, resaltando la artesanía en sus máscaras hechas de patol.
- Las principales festividades que se realizan en el municipio son en junio para la celebración de San Juan Bautista y en septiembre la festividad de Santa Regina en la cueva ubicada en una reserva natural protegida en el municipio.
- En el municipio de Huanimaro se tiene identificados los segmentos de cultura, aventura, gastronómico, destilados y wellness, sin embargo, no se ha llegado a su máximo potencial en los respectivos segmentos,

habrá que realizar actividades adicionales para poder detonar el potencial que tienen.

- Referente al segmento de destilados cuentan con paisajes agaveros que se pueden observar en los diferentes accesos al municipio y desde el mirador del Cerrito de la Cruz, cuentan con La Casa Tequilera Huanímaro, de manera anual se realiza el festival del tequila, cuentan con muchos elementos que le podrían permitir detonar el gran potencial del segmento de destilados.
- Hablando del segmento de naturaleza tienen un enorme potencial con la Cueva de Santa Regina que se encuentra en una reserva natural del municipio y en la cual se han realizado inversiones importantes para mantenerla en óptimas condiciones.
- Hablando de aspectos culturales e históricos en el destino se encuentra el museo arqueológico de Huanímaro, que nos cuenta la historia de los primeros pobladores de la región considerando las zonas arqueológicas de Peralta en Abasolo y Plazuelas en Pénjamo.
- En el destino se tienen ubicadas algunas casonas con historia que pueden ser adaptadas a hoteles boutique y que pueda ampliarse la infraestructura de hospedaje en el municipio.
- En el Cerrito de la Cruz se han realizado obras de infraestructura para convertirlo en un referente turístico del municipio, actualmente se cuenta con un proyecto para llevar a cabo una segunda etapa de obra, la cual consiste en la instalación de bancas, más asadores para incentivar la integración familiar, un barandal de protección y la reforestación del lugar, es indispensable poder llevar a cabo estas acciones para seguir posicionando este espacio como un referente turístico del destino.
- La iniciativa privada se muestra entusiasmada de poder participar en proyectos de índole turísticos que pueda llevar a detonar el sector en el municipio.
- Se tendrán que hacer acciones que permitan el fortalecimiento de la cadena de valor del sector turístico.
- Actualmente no se identifica la implementación de un producto turístico en el municipio y mucho menos un operador turístico que lleve a cabo actividades específicas en el sector.
- 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.
- 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.
- Los buenos resultados en la implementación del plan de acción dependerá mucho del compromiso de los actores de la estrategia turística propuesta.
- 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 FOTOGRAFICO

11.3 PLAN DE TRABAJO

REPORTE
FOTOGRAFICO

Huanímaro





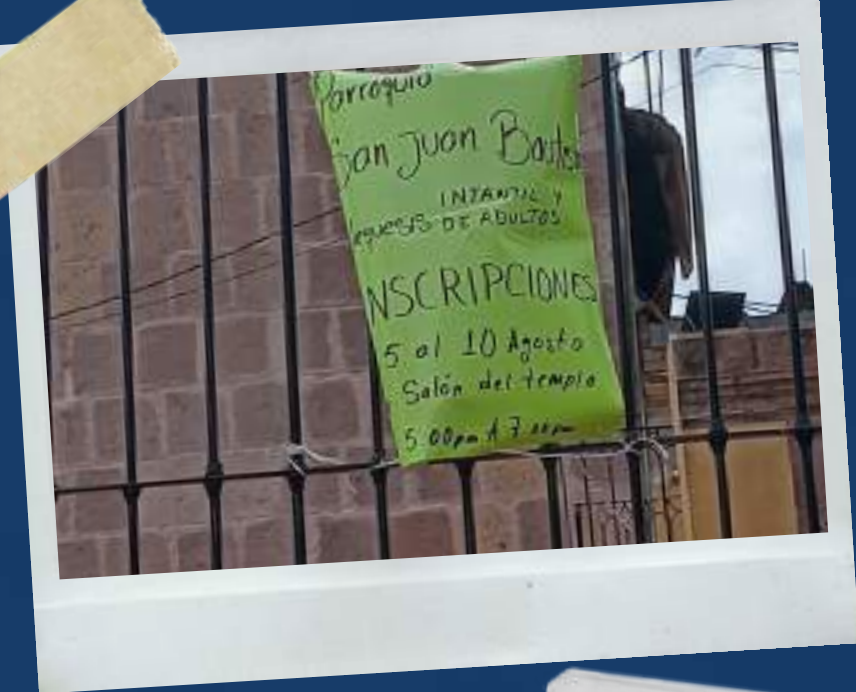
Centro Histórico y jardín principal



Centro Histórico y jardín principal



Centro Histórico
y jardín principal



Templo San Juan Bautista



Iglesia de Nuestra
Señora de Guadalupe



Casa de la Cultura Bicentenario



Casa de la Cultura Bicentenario



Casa de la Cultura Bicentenario



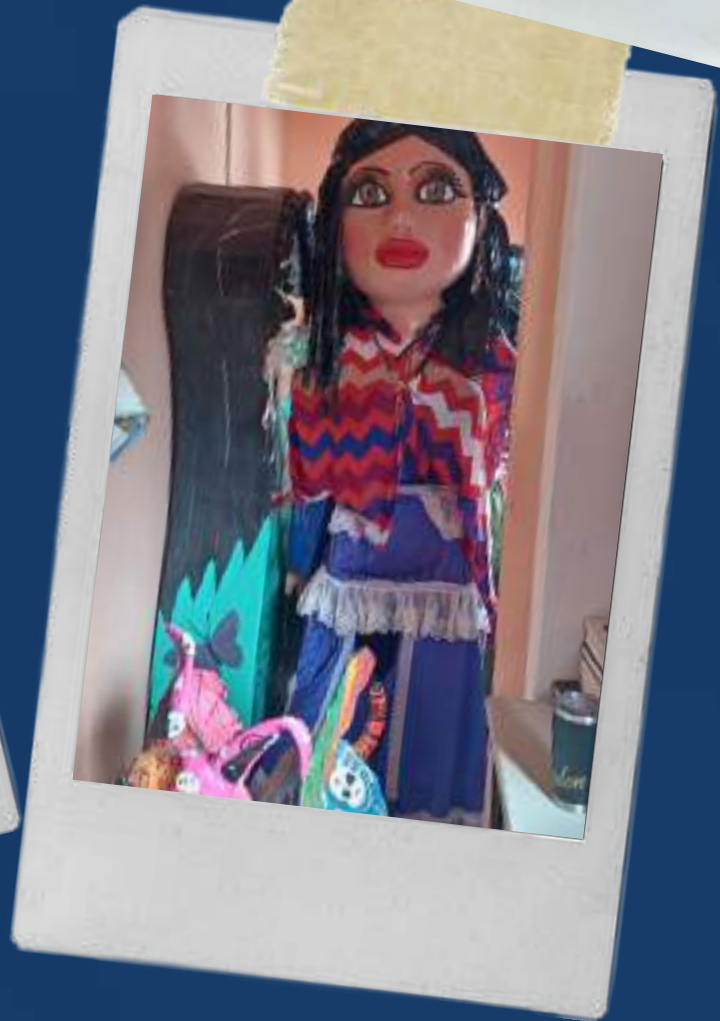
Museo arqueológico de Hunímaro



Museo arqueológico de Hunímaro



Artesanías y Danza del Negrito



Artesanías y Danza del Negrito



Artesanías y Danza del Negrito



Artesanías y Danza del Negrito



Artesanías y Danza del Negrito



Las Nieves "El Popo"



Taquería Don Ramón



Taquería Don Ramón



Mariscos el Titillo



Mariscos el Titillo



Mariscos el Titillo



Cocina Mexicana de Ady



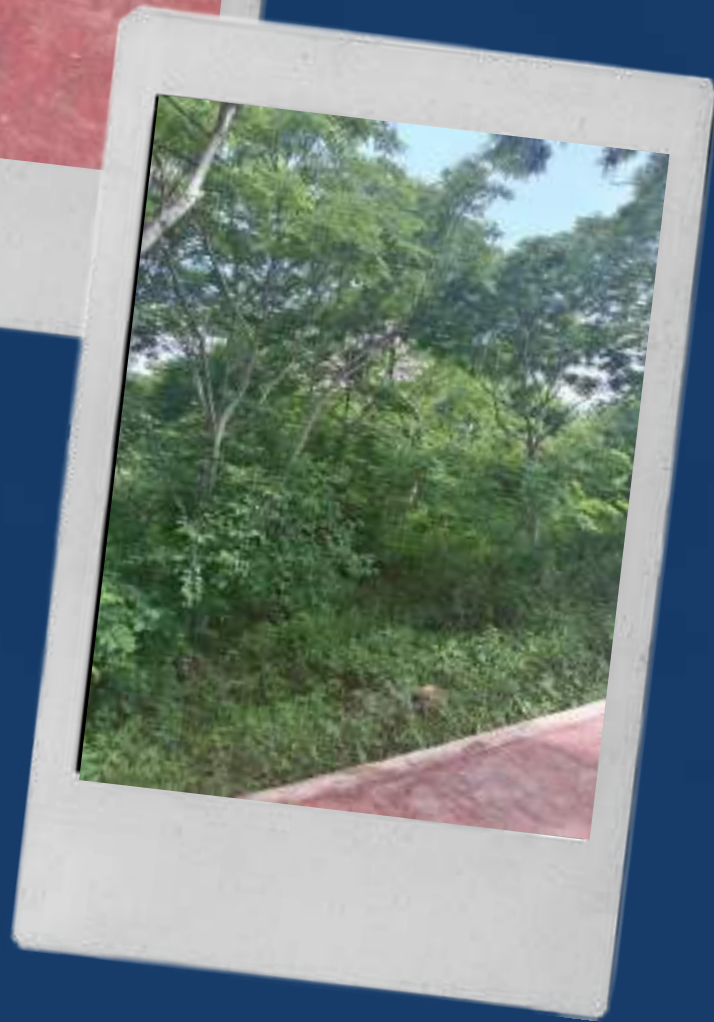
Cocina Mexicana de Ady



El cerrito de la Cruz



El cerrito de la Cruz



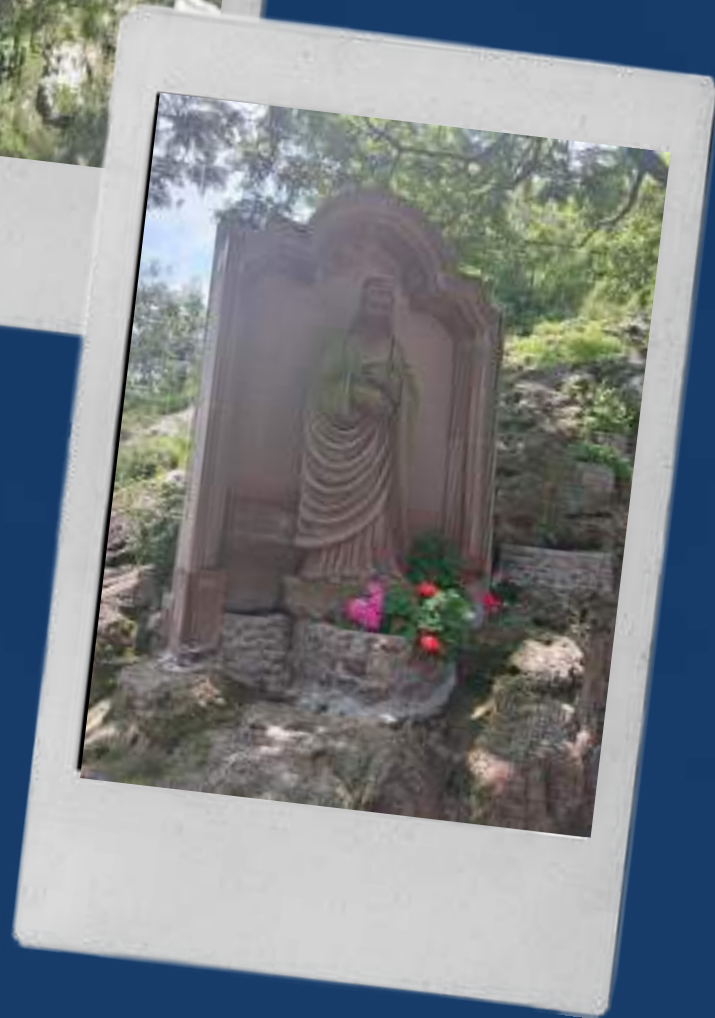
El cerrito de la Cruz



El cerrito de la Cruz



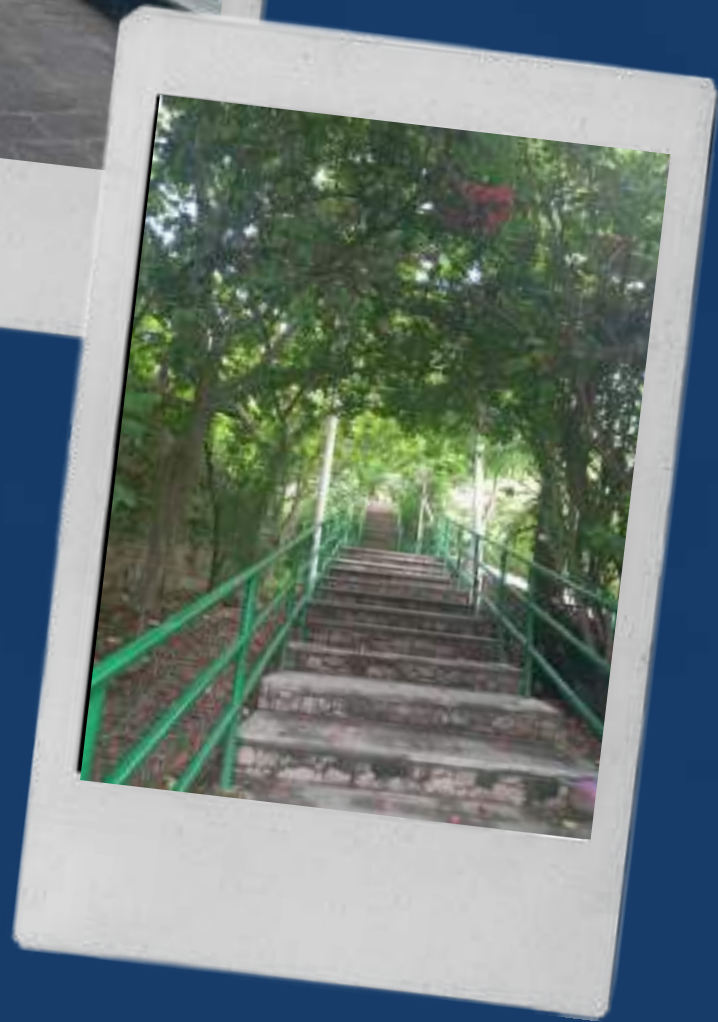
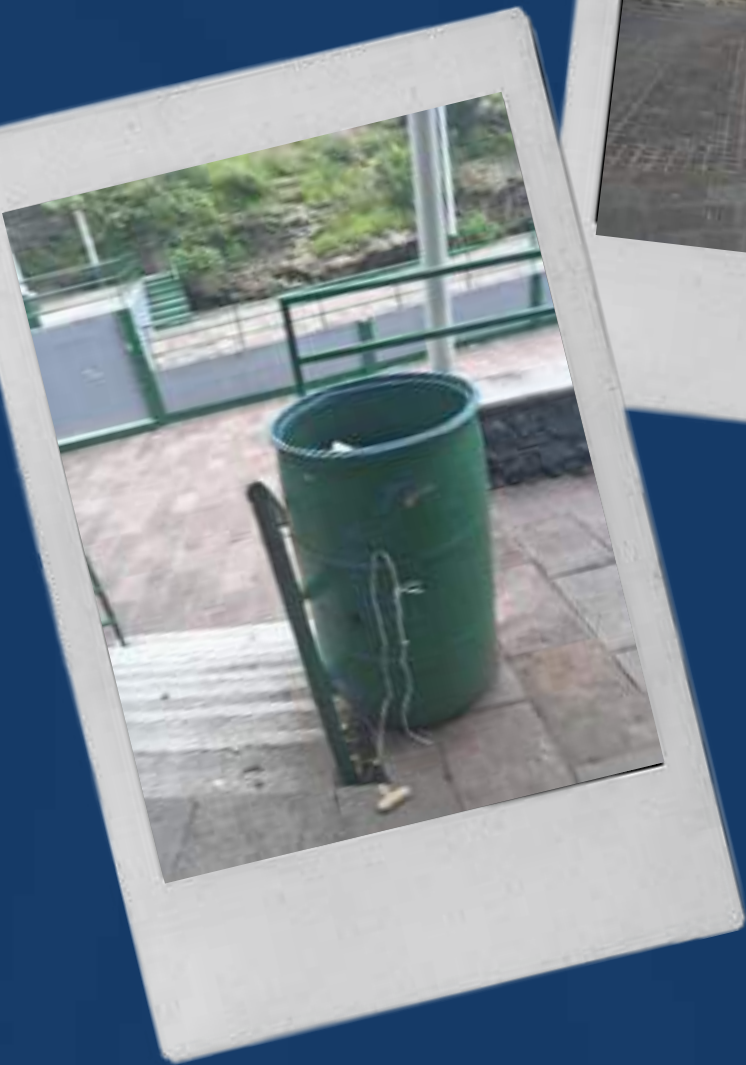
El cerrito de la Cruz



La cueva de Santa
Regina



La cueva de Santa Regina



La cueva de Santa Regina



La cueva de Santa Regina



La cueva de Santa Regina



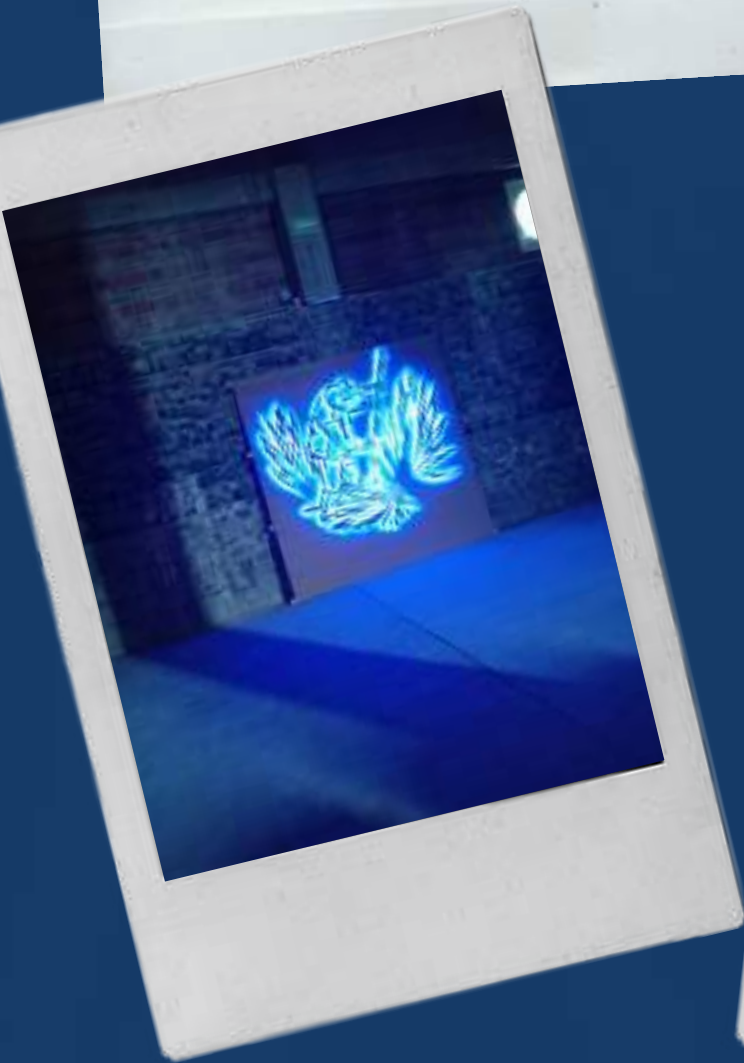
Casa Tequilera Huanímaro



Casa Tequilera Huanímaro



Casa Tequilera Huanímaro



Casa Tequilera Huanímaro



Casa Tequilera Huanímaro



Casa Tequilera Huanímaro



Casa Tequilera Huanímaro



Casa Tequilera Huanímaro



Casa Tequilera Huanímaro



Casa Tequilera Huanímaro



Casa Tequilera Huanímaro



Casa Tequilera Huanímaro



Hotel y salón La Cueva

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 "TEMPLO SAN JUAN BAUTISTA"



	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 templo	2 meses
	Infraestructura	Dar a conocer la información	Colocación de tótems informativos con la información del templo de San Juan Bautista	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 "IGLESIA DE NUESTRA SEÑORA DE GUADALUPE"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégica	Información histórica	Realizar estudio histórico con la información de los elementos que se encuentran en la Iglesia de Nuestra Señora de Guadalupe	2 meses
	Infraestructura	Dar a conocer la información	Colocación de tótems informativos con la información de la Iglesia de Nuestra Señora de Guadalupe	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 "CASA DE LA CULTURA BICENTENARIO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégica	Promoción y difusión de talleres	Promocionar las actividades y talleres desarrollados en la casa de la cultura de manera permanente	12 meses
	Estratégica	Variedad de exposiciones	Búsqueda constante de exposiciones culturales a disposición de los ciudadanos locales y de los visitantes para convertir estas exposiciones en un atractivo turístico	12 meses
	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 "MUSEO ARQUEOLÓGICO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégica	Dar a conocer la información	Colocación de tótems informativos con la información del Museo	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 "ARTESANÍAS Y DANZA DEL NEGRITO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégica	Dar a conocer la información cultural de la danza	Promocionar la Danza del negrito para incentivar la participación	12 meses
	Estratégica	Promoción y convocatoria de participantes	Plan de promoción para la convocatoria de participantes	4 meses
	Estratégica	Incentivar venta de artesanías	Desarrollo de punto de venta de las artesanías así como la promoción de las mismas	3 meses
	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 "NIEVES EL POPO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Capacitación	Servicio y atención al cliente	Capacitación en servicio y atención al cliente	1-3 meses
	Capacitación	Cultura Turística	Capacitación en el desarrollo de una cultura turística y atención al visitante	1-3 meses
	Estratégico	Promoción y difusión	*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
	Capacitación	Manejo de redes sociales y marketing digital	Capacitación en temas relacionados a marketing digital	6 meses

Plan de trabajo "TAQUERÍA DON RAMÓN"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Equipamiento	Compra de equipamiento	Compra de despachador de aguas frescas	1 a 3 meses
	Equipamiento	Compra de equipamiento	Compra de plancha para preparación de alimentos	1 a 3 meses
	Equipamiento	Compra de equipamiento	Compra de estufa industrial	1 a 3 meses
	Equipamiento	Compra de equipamiento	Compra de horno industrial	1 a 3 meses
	Estratégica	Inscripción RET	Inscripción al Registro Estatal Turístico	1 mes
	Estratégica	Elaboración de un modelo de negocios de franquicia	Desarrollo de modelo de negocios de franquicia	2 meses
	Capacitación	Capacitación en marketing digital manejo de redes	Capacitación en temas de marketing digital	3 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	12 meses

Plan de trabajo "MARISCOS EL TITILLO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Equipamiento	Compra de equipamiento	Compra de mesas y sillas	1 a 3 meses
	Equipamiento	Compra de equipamiento	Refrigeración de mayor capacidad	1 a 3 meses
	Equipamiento	Compra de equipamiento	Compra de barra más amplia para preparación de alimentos	1 a 3 meses
	Capacitación	Capacitación en marketing digital manejo de redes	Capacitación en temas de marketing digital	3 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	12 meses

Plan de trabajo "COCINA MEXICANA DE ADY"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Equipamiento	Compra de equipamiento	Compra de mesas y sillas	1 a 3 meses
	Equipamiento	Compra de equipamiento	Refrigerador de mayor capacidad	1 a 3 meses
	Equipamiento	Compra de equipamiento	Compra de barra más amplia para preparación de alimentos	1 a 3 meses
	Equipamiento	Compra de equipamiento	Compra de enseres de decoración	1 a 3 meses
	Infraestructura	Cambio de piso	Cambio de piso del local comercial	1 a 3 meses
	Capacitación	Capacitación en marketing digital manejo de redes	Capacitación en temas de marketing digital	3 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	12 meses

Plan de trabajo "EL CERRITO DE LA CRUZ"



	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 Cerrito de la Cruz	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 "CUEVA SANTA REGINA"



	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 del Cerrito de la Cruz	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 "CASA TEQUILERA HUANÍMARO"

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad		Lista de actividades	
	Estratégica	Proyecto	Proyecto ejecutivo para la construcción de un restaurante dentro de la casa tequilera	3 meses
	Infraestructura	Zona Mixiología	Adecuación de zona de mixiología dentro de la cava	2 meses
	Infraestructura	Tienda de productos	Construcción de punto de venta de los productos	3 meses
	Equipamiento	Camión turístico	Compra y adecuación de un camión turístico para la realización de traslados	1 mes
	Estratégica	Producto turístico	Generar un proyecto con las actividades turísticas que pueden desarrollarse en este atractivo con potencial turístico	1 mes
	Capacitación	Capacitación en marketing digital manejo de redes	Capacitación en temas de marketing digital	3 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	12 meses

Plan de trabajo "HOTEL Y SALÓN LA CUEVA"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad		Lista de actividades	
	Infraestructura	Tienda de productos	Ampliación de la tienda de conveniencia	3 meses
	Estratégica	Producto turístico	Generar un proyecto con las actividades turísticas que pueden desarrollarse en este atractivo con potencial turístico	1 mes
	Capacitación	Capacitación en marketing digital manejo de redes	Capacitación en temas de marketing digital	3 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	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.