


**Vive
Grandes
Historias**

vive grandes historias



León
de los Aldama

 **Guanajuato**
Vive Grandes Historias

   
Secretaría de Turismo

   
Secretaría de Turismo

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. MARCO GENERAL	5
2.1 OBJETIVO GENERAL	6
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
3. ELEMENTOS DEL DESTINO.....	8
4. MODELO DE ATENCIÓN.....	10
5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO	11
5.2 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO	11
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES	13
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	15
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS	16
1. MUSEO DE ARTE E HISTORIA DE GUANAJUATO	18
2. SALÓN DE LA FAMA PASIÓN LEÓN (BARRIO ARRIBA).....	19
3. TEMPLO DE EL SEÑOR DE LA SALUD (BARRIO ARRIBA)	20
4. TEMPLO DE NUESTRA SEÑORA DEL CALVARIO (BARRIO ARRIBA).....	21
5. TEMPLO EXPIATORIO	22
.....	22
6. CATEDRAL BASÍLICA METROPOLITANA DE LA MADRE SANTÍSIMA DE LA LUZ	23
7. ESTADIO LEÓN.....	24
8. ARCO DE LA CALZADA	25
9. CENTRO DE CIENCIAS, EXPLORA	26
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	28
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	30
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO.....	33
9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES.....	38
9.1 ESTRATÉGICAS	38
9.2 DETONADORAS.....	41
10. CONCLUSIONES.....	43
11. ANEXOS.....	46
11.1 FOTOGRÁFICO	46

11.2 PLAN DE TRABAJO	46
11.3 GLOSARIO	46

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



Exposición de butacas 80 aniversario del Club León, León, Guanajuato.

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



León Tour, León, 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.



*Calzada de las Artes del Fórum Cultural
Guanajuato. León, Guanajuato.*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*Templo de Nuestra Señora del Calvario.
León, 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 de Nuestra Señora del Calvario.
León, Guanajuato.*

3. ELEMENTOS DEL DESTINO

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

1. Atractivos Turísticos

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

2. Infraestructura

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

3. Servicios Turísticos y de Apoyo

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



4. Capital Humano del Sector Turístico

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

5. Planificación y Gestión del Destino

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

6. Imagen

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

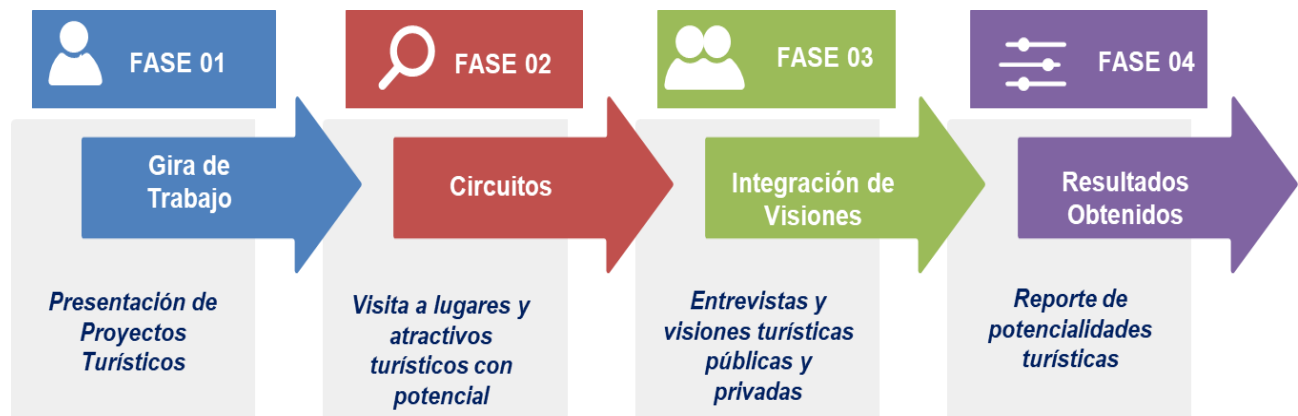
*Fuente Propia

- Los atractivos turísticos del destino considera** todos aquellos sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, artesanías, eventos, lugares históricos, centro de esparcimiento, etc.
- El rol de la **infraestructura** es clave en la competitividad del destino, pues facilita el acceso a su territorio y a sus atractivos, así como llevar a cabo las actividades propias turísticas, mantener las condiciones generales en infraestructura, principalmente en servicios básicos, transporte, caminos y servicios comerciales, en tanto en materia de señalización vial informativa es una de las acciones básicas para el desarrollo de la actividad turística.
- Los servicios turísticos y de apoyo** incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente, como el alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencia de viajes, etc.
- Capital humano del sector turístico**, en la actividad turística el papel que cumplen las personas que tienen alguna responsabilidad directa o indirecta en la prestación de servicios turísticos es determinante para asegurar que la experiencia de la visita sea satisfactoria y recordada con la sensación de “querer volver” y también lograr la fidelidad con el destino, la cadena productiva es indivisible y si bien los turistas pueden estar recibiendo los servicios en forma individual, en la práctica al finalizar el viaje y retornar a su lugar de residencia, el

destino será percibido y evaluado en su conjunto, será necesario contar con un capital humano preparado y altamente calificado para que el destino responda a la imagen que ha proyectado y mejor aún supere las expectativas del visitante.

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

4. MODELO DE ATENCIÓN



*Fuente Propia



5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.2 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO



Fuente: Instituto de Planeación, Estadística y Geográfica 2015

REGIONES

1. Noreste
2. Norte
3. Centro
4. Sur

SUBREGIONES

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

Con una población de 1,924,771 habitantes, el municipio de León, Guanajuato, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, colindando al norte con el municipio de: San Felipe, al sur con los municipios de Silao y Romita, al este con los municipios de Guanajuato y Silao y al oeste con los municipios de: Purísima del Rincón y Lagos de Moreno.

La historia colonial se inicia, hacia febrero de 1530, con la entrada de Juan Villaseñor a Pénjamo y a Cuerámara, tierras que más tarde corresponderían a la Alcaldía Mayor de León. Nuño de Guzmán y sus aliados purépechas llegaron a territorio de la futura alcaldía leonesa, vadearon el río Lerma al que llamaron “de Nuestra Señora” y posiblemente fue conocido como Valle de Señora.

Sus principales fiestas y festividades son:

- Festividad de los inditos 12 de enero;
- Feria de León;
- 20 de enero, aniversario de la fundación de la ciudad;
- 8 de marzo, San Juan de Dios;
- Festival Internacional del Globo;
- Día de la raza;
- Fiesta de la virgen de la luz.

Artesanías

Se trabaja principalmente artículos de talabartería, como cinturones, zapatos, bolsas, carteras, valijas,

ropa y ornamentación para la charrería. Se fabrican cuchillos, machetes, espadas, espuelas, rejas de hierro forjado.

Gastronomía

Pambazos, rosquillas, gorditas de horno, gordas de elote, enchiladas, atole, el fiambre, fruta en vinagre con embutidos de cerdo, las guacamayas, los encurtidos, fruta en vinagre de piña, y manzana.

Principales atractivos/Sitios Turístico

- Teatro Manuel Doblado;
- Catedral Basílica de Nuestra Señora de la Luz;
- Templo Expiatorio;
- Arco de la Calzada;
- Museo de Arte e Historia de Guanajuato;
- Centro de Ciencias Explora;
- Casa de la Cultura;
- Parque Metropolitano;
- Zona Piel;
- Estadio León.



Cebadina, León Guanajuato

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES

Actualmente, en el municipio de León, Guanajuato, en su inventario cuenta con 1439 establecimientos con enfoque turístico, de los cuales 673 cuentan con Registro Estatal Turístico, lo que representa el 47% el seguimiento de satisfacción y fidelización del visitante mediante la implementación del modelo a través del QR, tiene actualmente 47 inscritos lo que representa el 3% del total de los prestadores de servicios.

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



Jardín Allende Barrio Arriba, León,
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 requieren cada vez más de apoyos para promocionar, difundir y consolidar sus objetivos y metas.

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

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

En coordinación y colaboración con la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del municipio de León, 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 en los siguientes puntos:

1. Museo de arte e historia de Guanajuato;
2. Salón de la Fama Pasión León;
3. Parroquia del Sr. de la Salud;
4. Templo de Nuestra Señora del Calvario;
5. Templo Expiatorio;
6. Catedral Basílica Metropolitana de la Madre Santísima de la Luz;
7. Estadio León;
8. Arco de la Calzada;
9. Centro de ciencias Explora.

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.



*Centro de Ciencias Explora,
León, Guanajuato.*



*Arco de la Calzada,
León, Guanajuato.*

1. MUSEO DE ARTE E HISTORIA DE GUANAJUATO

El MAHG es una institución que apuesta por la diversidad cultural, trabaja para lograr la inclusión de todos los públicos, buscando que sus contenidos y actividades lleguen a amplios sectores de la sociedad, implementando una política que contiene proyectos y acciones museológicas, museográficas y pedagógicas.

El museo trabaja para lograr una mayor accesibilidad, a fin de que todos los visitantes disfruten de los bienes culturales, puedan transitar de manera confortable por sus espacios, logrando el goce estético y el aprendizaje significativo.

Costos:

Exposiciones permanentes; Sin costo.

Exposiciones temporales; Entrada general \$25.00, Precio preferente \$15.00.

Horarios:

Martes a viernes de 10:00 - 17:00 horas.

Sábados, Domingos y días festivos 11:00 - 18:00 horas.

Necesidades específicas

1. Promoción y difusión turística.



2. SALÓN DE LA FAMA PASIÓN LEÓN (BARRIO ARRIBA)

Miles de fotografías, prendas empleadas por importantes jugadores a lo largo de 80 años de historia, boletos, registros, credenciales, cartas, trofeos y mucho más es lo que en los pasillos de una ex tenería ubicada sobre la famosa calle de La Constancia, se muestran de manera abierta para todos aquellos conocedores y amantes del Club León.

Cada sala y pasillo dedica un espacio a cada una de las etapas del club, desde su fundación en 1944 hasta nuestros días. Se encuentra ubicado en la calle de La Constancia entre Aquiles Serdán y 20 de enero.

Costos:

Gratis

Horario:

Lunes a sábado 9:00 – 14:00 horas.

Necesidades específicas

1. Señalética turística para llegar al sitio.
2. Promoción y difusión turística.



3. TEMPLO DE EL SEÑOR DE LA SALUD (BARRIO ARRIBA)

Ubicado en Barrio Arriba, el primer barrio de la ciudad en el que habitaba población de negros y mulatos en la época Virreinal, llegó a construirse como uno de los más notables debido a su importante actividad económica, religiosa y social. En la Parroquia del Sr. de la Salud se venera la imagen del Señor de la Salud, un escudo como

símbolo de esperanza y casos de calamidades naturales, pestes, enfermedades y pandemia.

Necesidades específicas

1. Señalética turística para llegar al sitio.
2. Promoción y difusión turística.



4. TEMPLO DE NUESTRA SEÑORA DEL CALVARIO (BARRIO ARRIBA)

Barrio Arriba, barrio de negros, lugar que albergo a los mulatos en la época virreinal en la ciudad y que hoy, con arraigada tradición, aloja en su territorio uno de los imponentes templos en esta capital zapatera.

Su atrio es escenario, desde hace cien años, de la pasión de Cristo. Sus habitantes han mantenido viva

la representación del viacrucis de Jesucristo, convirtiéndola en una de las mejores representaciones de la ciudad.

Necesidades específicas

1. Señalética turística para llegar al sitio.
2. Promoción y difusión turística.



5. TEMPLO EXPIATORIO

En 1920, el P. Bernardo Chávez Palacios, tras oír confesiones en la Iglesia de Nuestra Señora de los Ángeles, dio inicio a las gestiones para construir un Templo en honor al Sagrado Corazón de Jesús.

El Templo Expiatorio es de estilo neogótico, su construcción comenzó el 8 de julio de 1921 y fue concluida el 20 de marzo del 2012 con la visita del entonces papa Benedicto XVI.

Dentro de él se encuentran siete catacumbas con 1919 criptas, donde se depositan cenizas y restos de personas. Las puertas de la fachada del templo son de bronce.

Necesidades específicas

1. Señalética turística para llegar al sitio.
2. Promoción y difusión turística.



6. CATEDRAL *BASÍLICA METROPOLITANA DE LA MADRE SANTÍSIMA DE LA LUZ*

Fachada revestida de cantera, con pilastras y cornisas con una greca sencilla, y elegantes molduras.

Fundada el 21 de febrero de 1864 (Diócesis de León). Por su ubicación, presenta un atrio pequeño, rodeado por un muro bajo de

cantera sobre el que descansa un enverjado de hierro, con tres accesos al frente enmarcados en majestuosos pórticos de cantera.

Necesidades específicas

1. Señalética turística para llegar al sitio.
2. Promoción y difusión turística.



7. ESTADIO LEÓN

Fue inaugurado el 1ro de marzo de 1967 con el partido Santos de Brasil y River Plate de Argentina, que término 2 goles a 1 favor del Santos.

Cuenta con una capacidad para 25,000 espectadores. A través de los años, el club León se ha convertido en una leyenda tanto en la ciudad de León Guanajuato, como en el futbol mexicano.

Con la administración actual, la imagen de las instalaciones ha sufrido un notable cambio para

dar un mejor aspecto a sus visitantes. Cuenta con una excelente ubicación, cerca de centros comerciales, restaurantes, fácil acceso y mucha seguridad en sus alrededores.

Necesidades específicas

1. Señalética turística para llegar al sitio.
2. Promoción y difusión turística.



8. ARCO DE LA CALZADA

El primer esbozo que se tiene de la calzada data del año 1883, en el cual se le pidió al ingeniero Pedro Tejada León realizar un “Arco Triunfal” pero que no tuviera mucha duración, para esto, el material que se utilizó fue de madera, cartón, yeso entre otros. El ingeniero así lo hizo, y el resultado fue más que satisfactorio. En 1896 se hizo de cantera, con la idea de representar a la localidad y que se mostrara como una entrada a la ciudad.

La escultura del león hecho de mampostería, ladrillos, varilla, mezcla y moldeado con cemento hoy en día se encuentra en el Zoológico de León.

Necesidades específicas

1. Señalética turística para llegar al sitio.
2. Promoción y difusión turística.



9. CENTRO DE CIENCIAS, EXPLORA

Tiene como objetivo fomentar la comprensión del mundo desde una perspectiva científica.

El Centro de Ciencias, abrió sus puertas por primera vez en noviembre de 1994, es visitado por unas 190,000 personas cada año, de los cuales alrededor del 43% son escolares en grupo.

El museo persigue desarrollar en la comunidad principalmente a la niñez y en la juventud la comprensión del mundo desde una perspectiva científica; la apropiación social de la ciencia y la tecnología como parte de la cultura; la creatividad y el espíritu investigador; y la aplicación innovadora de conocimientos y habilidades mentales.



Costos:

Sus costos oscilan desde los \$58.00 hasta los \$205.00 por persona, según la experiencia que se dese adquirir.

Horarios;

Martes a viernes de: 9:00 – 18:00 horas.

Sábados, domingos, días festivos y vacaciones escolares: 10:00 – 19:00 horas.

Necesidades específicas

1. Señalética turística para llegar al sitio.
2. Promoción y difusión turística.





*Templo Expiatorio,
León, Guanajuato.*

6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		León, Guanajuato			
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Específica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. MUSEO DE ARTE E HISTORIA DE GUANAJUATO	1	Estratégico	Estrategia de promoción y difusión turística	\$ 1 00,000.00	
				Inversión total	\$ 1 00,000.00
2. SALÓN DE LA FAMA PASIÓN LEÓN	1	Estratégico	Estrategia de promoción y difusión turística	\$ 1 00,000.00	
				Inversión total	\$ 1 00,000.00
3. PARROQUIA DEL SR. DE LA SALUD	1	Estratégico	Estrategia de promoción y difusión turística	\$ 1 00,000.00	
				Inversión total	\$ 1 00,000.00
4. TEMPLO NUESTRA SEÑORA DEL CALVARIO	1	Estratégico	Estrategia de promoción y difusión turística	\$ 1 00,000.00	
				Inversión total	\$ 1 00,000.00
5. CATEDRAL	1	Estratégico	Estrategia de promoción y difusión turística	\$ 1 00,000.00	
				Inversión total	\$ 1 00,000.00
6. ESTADIO LEÓN	1	Estratégico	Estrategia de promoción y difusión turística	\$ 1 00,000.00	
				Inversión total	\$ 1 00,000.00
7. ARCO DE LA CALZADA	1	Estratégico	Estrategia de promoción y difusión turística	\$ 1 00,000.00	
				Inversión total	\$ 1 00,000.00
8. CENTRO DE CIENCIAS EXPLORA	1	Estratégico	Estrategia de promoción y difusión turística	\$ 1 00,000.00	
				Inversión total	\$ 1 00,000.00
9. 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					
10. ESTRATÉGICO MUNICIPIO	1	Estratégico	Elaboración de proyecto señalética turística	\$ 500,000.00	
			1. Diagnóstico situación actual		
			2. Selección y jerarquización de los elementos a señalar		
			3. Plano de señalética		
				Inversión total	\$ 500,000.00
INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA					\$ 1,300,000.00



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 **León se ubica en una fase de consolidación** al contar con mayor promoción el destino la cantidad de visitantes se encuentra en aumento, se encuentra mucho más formalizada la actividad turística en el destino, ya se cuenta con tour operadores y promotores turísticos, se encuentra mucho más organizado el sector y se cuenta con mayor infraestructura para llevar a cabo proyectos turísticos, sobre todo de transporte.

Los atractivos: **romance, mice, naturaleza, enológico, destilados, wellness, cultura, gastronomía y deporte** están mejor posicionados. Al disponer de información sobre el comportamiento de los visitantes, la atención al cliente y el seguimiento de los servicios, los propios proveedores de productos y servicios turísticos están bien establecidos y **plenamente inmersos en la dinámica del turismo**, haciendo de esta actividad su **principal fuente de ingresos**.



*Fuente Propia



Comercializadora Curtitecnia
S.A de C.V., León, 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



Guanajuato
Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo

CIRCUITO CULTURAL

Barrio Arriba

- ✓ Punto de reunión Fórum Cultural Guanajuato.
- ✓ Ascenso a León Tour.
- ✓ Parroquia del señor de la salud (Barrio Arriba).
- ✓ Tiempo libre jardín principal y mercado.
- ✓ Salón de la Fama Club León.
- ✓ Antigua Hospital Juárez y Templo San Nicolás Tolentino.
- ✓ Visita a tenería proceso del descarnado o taller artesanal.

- ✓ Visita Templo del Calvario.
- ✓ Regreso a jardín principal, abordaje León Tour.
- ✓ Llegada a Fórum Cultural.

Costos:

Adultos: \$200

Niños y adultos mayores: \$150

*Se opera con un mínimo de 20 personas por tour.

Salidas:

Viernes: 10:00 hrs - 14:00 hrs.

Sábado: 11:00 hrs - 15:00 hrs.



GUANAJUATO.MX



Guanajuato
Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo

CIRCUITO CULTURAL

Barrio Abajo

- ✓ Punto de reunión Fórum Cultural Guanajuato.
- ✓ Partida en camión León Tour Centro de Ciencias Explora. (Ingreso a salas interactivas).
- ✓ La Madera. (Recorrido y visita a Templo Expiatorio)
- ✓ Centro Histórico.
- ✓ Barrio San Juan de Dios. (Degustación de nieve, frappé, molteadas) etc.

- ✓ Comida: (Variedad de comidas, (Guacamayas, Tortas, Tamales, Pisco, Hamburguesas) etc.
- ✓ Regreso a punto de reunión Fórum Cultural.

10:00 a.m - 15:00 p.m



GUANAJUATO.MX



Segmento de oferta turística

1. Cultural;
2. Religioso;
3. Histórico;
4. Naturaleza;
5. Gastronómico.

Actividades a desarrollar

1. Actividades de esparcimiento y recreación;
2. Degustación de nieves tradicionales;
3. Visita al templo;
4. Museo Salvatierra;
5. Visita al jardín principal;
6. Compras quesos artesanales Marieta;
7. Recorrido turístico Rancho el Mezquite (Renta de caballos, Clase de monta y Vaquero por 1 día).
8. Recorrido por la comunidad de San Pedro;
9. Compra de productos artesanales;

Actores participantes

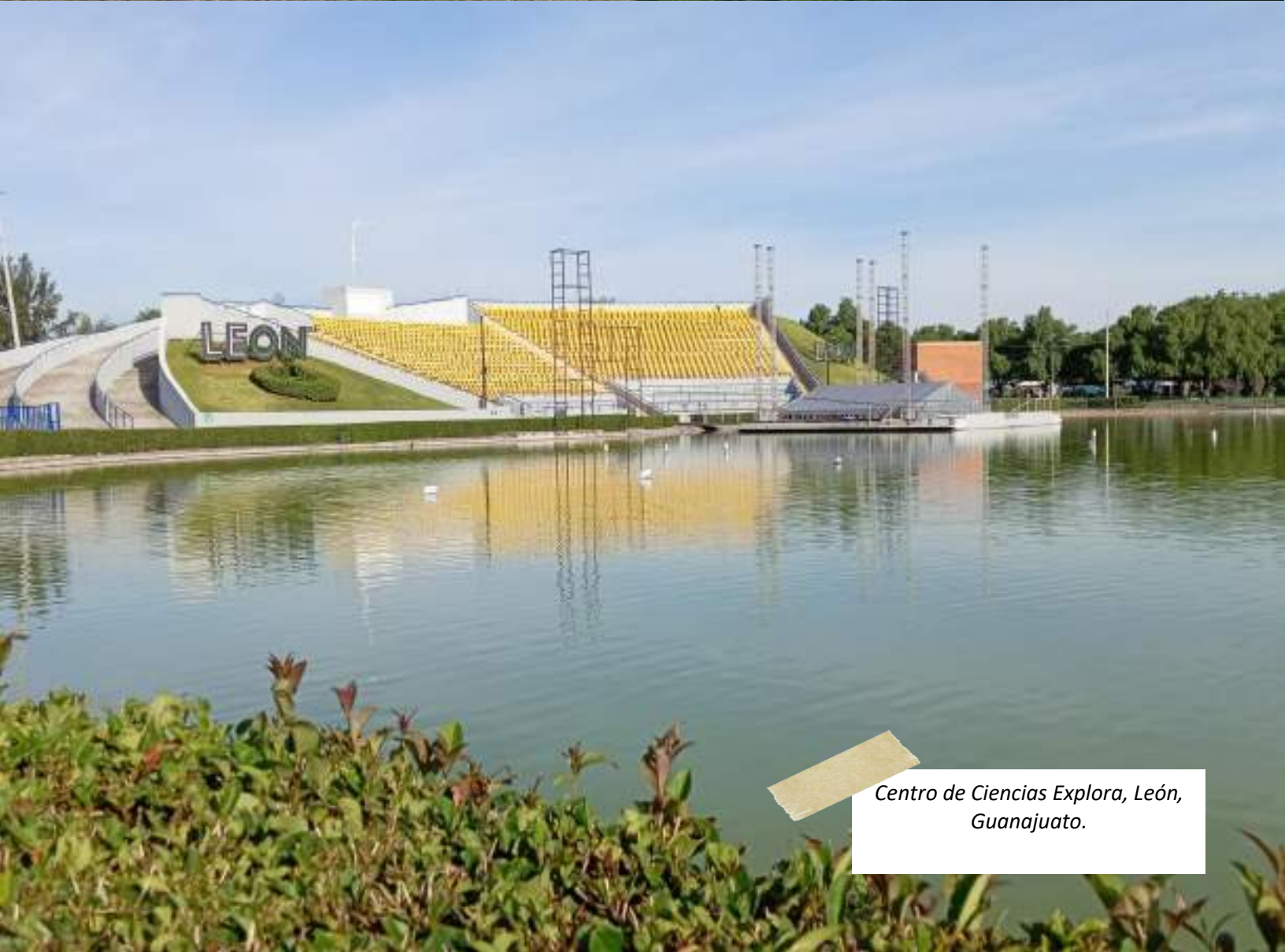
1. Operadores turísticos locales;
2. Guía de turistas;
3. Colectivo de cocineras tradicionales;
4. Proveedores de productos locales;
5. Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos;
6. Emprendedores turísticos;
7. Empresarios locales de la cadena de valor turística;
8. Gobierno Municipal;
9. Gobierno Estatal;
10. Gobierno Federal.

Duración de la experiencia:

Un día, pernoctar en Cabecera Municipal



Museo de arte e historia de Guanajuato, León, Guanajuato.



*Centro de Ciencias Explora, León,
Guanajuato.*

9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES

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

9.1 ESTRATÉGICAS

a. Atractivos turísticos

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

b. Infraestructura

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

c. Servicios turísticos y de apoyo

1. Los servicios turísticos incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente mientras está de viaje, como alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencias, de viajes, etc., la formalización del sector es necesaria, la Secretaría de Turismo del Estado cuenta con un inventario turístico de todos los prestadores de servicios el cual es actualizado de manera anual por el municipio, dicho inventario debe mantenerse vigente respecto a las nuevas incorporaciones de establecimientos de índole turísticos así como las inevitables bajas.
2. En referencia a los prestadores y servidores turísticos registrados en el inventario turístico solamente el **47%** 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 **León solamente el 3%** 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

- Es factible inferir que el municipio de León se encuentra en una fase de consolidación, 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 todos los atractivos turísticos que incluyan romance, mice, enológico, destilados, wellness, cultura, gastronomía, naturaleza y deportivo.
- El municipio ha llevado a cabo acciones importantes para detonar el turismo, tales como: Feria León, Rally Guanajuato México, Tecate Bajío, Festival Internacional del Globo, Luztopia entre otros, como también el realizar eventos deportivos que fomentan el turismo.
- 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, es necesario la activación y digitalización turístico para brindar información de los sitios turísticos a los turistas, también gestionar alianzas para los prestadores de servicios.
- 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 dependerán 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, de administración, contabilidad, finanzas saludables y SAT, primeros auxilios, capacitaciones especializadas para cada sector 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.

- 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.
- Activaciones y acciones diversas de promoción turística en el municipio, en mercados primarios emisores de turistas nacionales e internacionales.
- Realizar espacios de diálogos turísticos, de forma online con especialistas que promuevan el intercambio de experiencias y fortalezcan el crecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas turísticas y de emprendedores del sector turístico.
- Diseñar y elaborar materiales gráficos digitales para los operadores turísticos.
- Instalar módulos nuevos de información turística.
- Ayudar a las entidades locales a diseñar y ejecutar el Plan de Sostenibilidad Turística PSTD teniendo en cuenta las especiales necesidades del territorio y los parámetros que influyen en la elección de turistas y de los determinantes de la competitividad y sostenibilidad del modelo turístico.
- Fomentar la investigación y publicar recomendaciones para hacer más accesible el patrimonio cultural.

11. ANEXOS

11.1 FOTOGRAFICO

11.2 PLAN DE TRABAJO

11.3 GLOSARIO

REPORTE
FOTOGRAFICO

León





Museo arte e
historia



Museo arte e historia



Salón de la Fama Club León



Salón de la Fama Club León



Parroquia Sr. de la Salud



Templo El Calvario



Templo Expiatorio



Catedral



Estadio León



Arco de la Calzada



Centro de Ciencias Explora



Centro de Ciencias Explora



Centro de Ciencias Explora



Barrio Arriba



Barrio Arriba



Barrio Arriba



Forum Cultural Guanajuato



Teatro Manuel Doblado

Plan de trabajo "León"

Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
Seguridad	Identificar el conjunto de riesgos al cual queremos apuntar. De este grupo de riesgos, aparte de analizar variables más o menos, nos concentramos en analizar diferentes tipos de juntas.	Realizar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Accesibilidad	Desarrollar, Planear, Mantenerlos, Brindar los ms.	Realizar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Accesibilidad	Proceso de colaboración entre las instituciones para permitir la participación en el campo de discapacidad (en distintos niveles) de los actores: a) el usuario y comunidades, además una amplia gama de instituciones y servicios públicos.	Realizar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Demanda	Realizar por participación o por un tipo poco fijo de visitantes, para garantizar esta accesibilidad con otros de juntas.	Realizar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Infraestructura	Generar una construcción de relación, entre materia y persona (infrayecto), la cual representa es que con personas reales y acciones, se mejoran las gestiones y se garantiza una alta calidad.	Realizar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Marketing Digital	Metas de búsqueda en Google, en base a los niveles y comentarios de los representantes.	Realizar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Realizar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expone personalidad, rasgos típicos y potencial, generando una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Realizar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, es compartir entre organizaciones o con un objetivo y valores comunes, donde se vea de los fines como un valor compartido.	Realizar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Formación y capacitación	<ul style="list-style-type: none"> Señalética en las calles Redes sociales computar 	<ul style="list-style-type: none"> Digitalizar los servicios de información turística (Escuela de Marketing digital) Realizar las campañas en redes sociales del sitio (Desarrollo y búsqueda de asociaciones) Crear un sitio web del destino atractivo (Hacer personas inteligentes) Creación de estrategias de marketing. 	Quince (15) meses
Seguridad	Proteger la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, proveedores de servicios y miembros de las comunidades receptoras.	Realización de proyecto	1 año

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.