



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
5.2 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO.....	13
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES.....	15
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	17
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS.....	18
1. JARDÍN PRINCIPAL Y TEMPLO SAN PEDRO PIEDRA GORDA.....	19
2. CERRO DE LAS CRUCES.....	20
3. TEMPLO SEÑOR DEL PERDÓN Y JARDÍN DEL PERDÓN.....	21
4. TEMPLO DE SAN JOSÉ.....	22
5. PARQUE ARIZUL.....	23
6. HOTEL SAN PEDRO INN.....	24
7. HOTEL PIEDRA GORDA.....	25
8. PRESA DEL SAUZ.....	26
9. EX HACIENDA DE ATOTONILQUILLO.....	27
10. JARDÍN DE SAN JUAN.....	28
11. PESCADERIA “EL VIKY”.....	29
12. PIÑATAS MARÍA NAVARRO.....	30
13. LAS MUSAS.....	31
14. JOSÉ BENÍTEZ, COMBI.....	32
15. COCINERAS TRADICIONALES.....	33
16. LA CASA DE MAMÁ.....	34
17. LA BARRANCA.....	35

6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	36
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	40
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO.....	43
8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO	44
9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES.....	47
9.1 ESTRATÉGIAS.....	47
9.2 DETONADORAS.....	50
10. CONCLUSIONES.....	53
11. ANEXOS.....	56
11.1 FOTOGRÁFICO	56
11.2 PLAN DE TRABAJO	56
11.3 GLOSARIO	56



*Parroquia de San Pedro
CD. Manuel Doblado,
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.

2. MARCO GENERAL



*Centro Histórico
CD. Manuel Doblado,
Guanajuato.*

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

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

2.1 OBJETIVO GENERAL

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



*Plaza de San Juan
CD. Manuel Doblado,
Guanajuato.*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*Plaza de San Juan
CD. Manuel Doblado,
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 del Señor del Perdón
CD. Manuel Doblado,
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.



• Fuente Propia

- a. **Los atractivos turísticos del destino consideran** todos aquellos sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, artesanías, eventos, lugares históricos, centro de esparcimiento, etc.
- b. 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.
- c. **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.
- d. **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



*Ex Hacienda Atotonilquillo
CD. Manuel Doblado*



*Ex Hacienda Atotonilquillo
CD. Manuel Doblado,
Guanajuato.*

5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.2 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO



Fuente: Instituto de Planeación, Estadística y Geográfica 2015



Con una población total de 41, 240 habitantes, el municipio de **Manuel Doblado**, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, ubicado en la Región Sur, Subregión Agave Azul. Su cabecera municipal es **Ciudad Manuel Doblado**; cuenta con doscientas ochenta y cinco localidades, la única ciudad en la lista (zona urbana), siendo el resto perteneciente al área rural.

Las comunidades con mayor representación son:

1. Frías
2. Calzada de Tepozán
3. Guayabo de Santa Rita
4. San Juan de la Puerta

Su área representa el 2.75% del territorio estatal.

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

Se encuentra ubicado en medio de dos municipios en proceso de concreción de Zona Metropolitana, al norte el municipio de León (Zona Metropolitana con San Francisco, Purísima del Rincón y Silao) y hacia el sur el municipio de Pénjamo (Zona Metropolitana de Pénjamo-La Piedad) y con la Sierra Central; al sur, por las sierras y cerros de Las Minillas, Grande, Culiacán, Blanco y Picacho, y al oeste por los estados de Jalisco y Michoacán,

Ubicada a 18 kilómetros de la cabecera municipal, sobre la carretera Manuel Doblado – Arandas, se encuentra su famosa **área natural protegida “Las Musas”** en la comunidad la Torrecilla.

Sus principales fiestas y festividades son:

- El 19 de marzo, se celebra una fiesta religiosa en el poblado de San José,
- El 3 de mayo, se conmemora el día de la Santa Cruz,
- El 15 de mayo, la fiesta de San Isidro,
- El 16 de junio, la fiesta de la Virgen del Carmen,
- El 10 de septiembre, San Nicolás y
- El 2 de noviembre, San Martín de Porres.

Dentro de sus principales atractivos turísticos se pueden mencionar entre otros el **Templo parroquial de San Pedro Piedra Gorda, la Casa de la Cultura**, Casa donde nació el insurgente José Antonio Torres, **Reserva Natural Protegida Las Musas, el Templo del Perdón, la Ex hacienda de Atotonilquillo y la cocina tradicional en “La Casa de Mamá”**.

Principales artesanías se encuentran la Alfarería sencilla como ollas, cazuelas y cántaros de barro quemado, trabajos de curtiduría, además de molcajetes y metates de piedra, así mismo en algunas comunidades la elaboración de tradicionales piñatas.

Principal gastronomía podemos encontrar: mole, tamales de ceniza, uchepos, pozole, ate de membrillo, dulces de leche, pulque, rompopo, chorreadas, caldo de bagre y su riquísima cocina tradicional mexicana.

Su platillo típico es el picadillo de carne de res molida con caldo, se consume también carne de puerco con chile verde acompañada de frijoles de la olla de las variedades, flor de mayo o peruano; las enchiladas rojas con cecina son la cena común y se consume un pan dulce llamado chorreadas por

ser salpicado con caramelo de piloncillo, el mole de olla con espinazo es el platillo de las fiestas y para Semana Santa se preparan lentejas, garbanzos, nopales y habas secas, la barbacoa enchilada es popular.

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



Actualmente en el municipio de CD. Manuel Doblado, Guanajuato, se cuenta con un registro de **19 sitios turísticos**, entre los cuales se puede mencionar: *Ex - Hacienda de Atotonilquillo, Ex Hacienda la Concha, jardín Benito Juárez, jardín principal, ojo de agua del Carmen, portal Rubén M. Campos y portal Zaragoza, presa de san Antonio, Serranía de Frías, entre otros.*

Atendiendo la estrategia de **Segmentos Turísticos** de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, en el municipio de CD. Manuel Doblado, Guanajuato se identifican los segmentos de:



Participación de establecimiento de enfoque turístico en el **Registro Estatal Turístico**.



Participación en modelo de **Satisfacción y Fidelización del cliente** de la SECTUR del Estado.



• Fuente Propia



6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA

Para poder consolidar el destino local se requiere de un análisis profundo de las potencialidades turísticas con las que cuenta el municipio para desarrollarlas o bien fortalecer aquellas existentes, así mismo realizar una inversión constante a fin de mantener la calidad y el interés de los visitantes, de tal forma que, los prestadores de servicios turísticos requieren cada vez más de apoyos para promocionar, difundir y consolidar sus objetivos y metas.

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

En el destino se 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 CD. Manuel Doblado 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. Jardín principal y Templo San Pedro Piedra Gorda
2. Cerro de las Cruces
3. Templo Señor del Perdón y Jardín del Perdón
4. Templo de San José
5. Parque Arizul
6. Hotel San Pedro Inn
7. Hotel Piedra Gorda
8. Presa del Sauz
9. Ex Hacienda de Atotonilquillo
10. Jardín de San Juan
11. Pescadería "El Viky"
12. Piñatas María Navarro
13. Las Musas
14. José Benítez, combi
15. Cocineras tradicionales
16. La casa de mamá
17. La barranca

Las potencialidades turísticas que se muestran a continuación mantienen un valor estimado a partir de la investigación y benchmarking de proyectos de similitud objetivo y estructura, en este sentido, los proyectos pueden variar en su valor comercial de acuerdo con las características del entorno y de las variables económicas del momento en el que se encuentren desarrollándose.

1. JARDÍN PRINCIPAL Y TEMPLO SAN PEDRO PIEDRA GORDA

En el Jardín principal, podrás admirar su icónica columna reforma que actualmente queda como el único vestigio de lo que solía ser un mercado y ahora en su hermoso monumento. Frente a este se encuentra la Parroquia San Pedro Piedra Gorda es uno de los lugares más visitados en la localidad, así, como su gran reloj. En el cual se pretende generar un recorrido para conocer su enorme máquina, el cual lo hace funcionar las 24 horas del día.



Necesidades específicas

1. Requieren realizar más eventos religiosos y culturales con fines de dar a conocer la ruta cultural- religiosa,
2. No cuenta con señalética,
3. Al público no está abierto el recorrido de la parroquia, tendrían que hablar con el párroco para que lo permita, se puede poner un área de souvenirs en un espacio del jardín de la parroquia,
4. Se requiere mejorar las áreas de la parroquia con mantenimiento,
5. Capacitación para el cuidado de las antigüedades de la parroquia, además de equipamiento para el área de souvenirs,
6. En la parte del Jardín principal, se requiere espacio para estacionarse y un quiosco informativo para el turista,
7. Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.



2. CERRO DE LAS CRUCES

Hermoso parador en la Col Hidalgo, denominado el Cerro de las Cruces, en donde podrás admirar de una vista única a todo el municipio de Manuel Doblado. Podrás llegar realizando senderismo de la zona centro al Cerro de las Cruces. Se pretende integrar a un circuito realizando senderismo, ya que está muy cerca del jardín principal.

Necesidades específicas

1. Tienen la idea de hacer una proyección de luces en el cerrito y darle vida con una estudiantina, comentan que se puede poner un bar-café en la cima para poder darle más variedad, aunque también donde está el área del mirador está un negocio donde venden bebidas como complemento.,
2. Hace falta mejorar el camino porque no está definido y eliminar la maleza que está a los alrededores,
3. no cuenta con señalética.
4. Tienen un problema de seguridad y drogas en ese espacio.,
5. Cerca del cerrito cuentan con un área que podría ser un mirador, pero está un criadero de gallos y a la vista no se ve muy bien. Hace falta un punto para conectar el cerrito.
6. Se puede poner un espacio para comida artesanal o para venta de souvenirs, de echo uno de los espacios es del municipio (Era donde pensaban hacer la casa de la mujer, pero al final no la hicieron en ese lugar). En la cima. del cerrito hay un señor que vende papas artesanales y también hay una tienda.
7. Hay potencial para realizar un mirador en la parte de arriba, hay que mejorar el lugar en cuanto a pavimentación, señalética y estructura para los espacios de comida y de souvenirs, también falta iluminación desde la subida al cerro.
8. Teniendo a las personas encargadas y de los espacios de comercios, sería importante la capacitación, además del mantenimiento a las áreas, limpieza y cuidador.
9. Se requiere equipamiento para los espacios de souvenirs, para el área de comida artesanal, para el proyecto de luces,
10. Botes de basura para el área del cerrito



3. TEMPLO SEÑOR DEL PERDÓN Y JARDÍN DEL PERDÓN

Es el segundo más importante dentro de la cabecera municipal, que queda justamente situado al frente del Templo del Perdón. Esta hermosa construcción cuenta con un quiosco al centro, una hermosa vegetación y por supuesto las tradicionales bancas; donde podrás apreciar de mejor manera, esta histórica obra en compañía de tu familia o amigos, ya que está a tan sólo 5 minutos caminando del centro de la Ciudad.

Templo Señor del Perdón y Jardín del Perdón, Lo mantienen cerrado por seguridad, solo los abren los domingos y en fiestas especiales porque tienen un problema de seguridad.

Necesidades específicas

1. Hace falta señalética,
2. Cambiar el piso, cantera y los altares arreglarlos,
3. Requieren a una persona que le de mantenimiento al templo porque solo una persona es encargada de eso y es muy pesado para ella.



4. TEMPLO DE SAN JOSÉ

Ubicado en la zona centro, en la calle Miguel Hidalgo, a 5 minutos del jardín principal. En nuestro recorrido nos pudimos dar cuenta, que el templo permanece cerrado por cuestiones de seguridad, ya que se han presentado diferentes robos en la zona, lo cual el párroco decidió mantenerlo así.

Normalmente, se apertura para festividades locales o eventos solicitados por la gente del municipio.

Necesidades específicas

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



5. PARQUE ARIZUL

Lugar para disfrutar en familia y convivir con la naturaleza, tiene una variedad de servicios si tu idea es pasar una estancia placentera como lo son: Cabañas, zona de camping, recorridos a caballo y pesca.

Asimismo, el recinto recibe y coordina todo para tu evento, ya sean Bodas, XV Años y/o eventos empresariales.

Cuenta con un restaurante de comida típica de la región, lo cual lo hace un lugar sumamente atractivo y completo a tan solo 15 min de cabecera.



Necesidades específicas

1. Señalética interna de cada uno de los espacios conforme a las actividades a realizar,
2. Señalética en carretera no solo afuera del negocio,
3. Potencializar las redes sociales que ya tienen, como es el caso de FB e IG,
4. Mejorar la imagen del menú con el que cuentan tanto en físico como digital,
5. Asadores,
6. Botana en las cabañas conforme a inventario (costo extra),
7. Capacitación de mixología y chef, capacitación de manejo de alimentos,
8. Mesas y sillas para la parte del restaurante.

6. HOTEL SAN PEDRO INN

Con habitaciones confortables y una excelente ubicación en el Centro Histórico, cuenta con 24 habitaciones. Los costos oscilan entre los \$650.00 pesos a \$1,200.00 pesos.

Nos comenta la administradora Amalia Ortega, que su principal fuente de ingresos son las bodas y eventos que trae presidencia al municipio.

Nos comenta que no se encuentran registrados en ninguna plataforma, derivado de los altos costos de impuestos que cobran.

No cuenta con estacionamiento, tienen problema con la música y troqueros que hay los fines de semana en los alrededores

Necesidades específicas

1. Requieren capacitación de atención al cliente para ellos y los negocios,
2. Limpieza para la parte de atrás del hotel,
3. Aire acondicionado para 10 habitaciones,
4. Cambio de almohadas, colchas y rodapiés.



7. HOTEL PIEDRA GORDA

Hotel Piedra Gorda aún está en construcción, está diseñado para tener 10 habitaciones, las cuales estarán listas para el próximo mes de diciembre 2023.

El hotel cuenta con más de 200 árboles frutales en un camino de aproximadamente 400 metros, lo cual lo hace muy atractivo.

Está diseñado para tener alberca, asimismo un restaurante para comodidad de los huéspedes. Está ubicado a 15 minutos de cabecera del municipio de Manuel Doblado.

Necesidades específicas

1. Hace falta señalética fuera de las instalaciones y en la parte de la carretera
2. Definir un nombre porque tiene varios nombres como en las bancas y otros detalles,
3. Activar Redes sociales, página web para darlo a conocer y una inauguración,
4. Capacitación de servicio al cliente y manejo de alimentos.



8. PRESA DEL SAUZ

Se encuentra a 3.2 kilómetros (en dirección Noreste) de la localidad de Ciudad Manuel Doblado, que es la que más habitantes tiene dentro del municipio, gracias a nuestra página web y al mapa satelital que podrás localizar en la parte inferior, podrás ver la posición y visitar los alrededores de Presa del Sauz.



Necesidades específicas

1. No cuenta con señalética, para poder entrar es complicado porque no hay un camino definido y si no se tiene un buen coche suele ser más complicado,
2. No cuenta con estacionamiento,
3. Limpiar la maleza porque hasta hay serpientes,
4. La carretera conecta a la presa (solo faltaría la señalética),
5. creación de caminos,
6. Estacionamiento,
7. Baños,
8. Pavimentación.
9. Personal para el mantenimiento del espacio
10. Apoyo de redes sociales.
11. En caso de meter balsas, la capacitación a una persona especialista en esa parte y ver el tema de la seguridad.
12. Establecer áreas para tirar la basura,
13. Parque lineal en la zona y reconstrucción del camino.

9. EX HACIENDA DE ATOTONILQUILLO

De entre estos vestigios sobresalen los de las antiguas haciendas agro-ganaderas que se encuentran diseminadas por todo el fértil territorio abajeño, y de las cuales constituye un buen ejemplo el casco de la ex hacienda de Atotonilquillo, en el actual municipio de Manuel Doblado, en Guanajuato.

Ubicada en el lado sur de la carretera Manuel Doblado-Arandas, esta hacienda tuvo su origen en una merced de tierras que en 1613 hiciera el virrey marqués de Guadalcázar al bachiller Diego de la Rosa, quien un año después decide venderlas a Pedro Calderón. A los pocos días de haber adquirido estos sitios para ganado menor, Pedro Calderón los dona al Colegio Jesuita de Valladolid, junto con otros que el mismo Calderón comprara, posteriormente, con ese mismo fin.

Necesidades específicas

1. Señalética tanto en la parte de la carretera como fuera del establecimiento,
2. Redes sociales y utilizar publicidad para difusión para potencializar los eventos,
3. Capacitación de servicio al cliente, manejo de eventos,
4. Mantenimiento a ciertas áreas descuidadas de la ex hacienda y
5. Equipamiento para los baños y las habitaciones.



10. JARDÍN DE SAN JUAN

Plaza San Juan, CD. Manuel Doblado fue creada en el año 2018, con la visión de poder enriquecer la cultura del municipio, generar el arte del teatro para todos los niños y adultos.

Hoy en día el recinto no se encuentra en óptimas condiciones, ya que le hace falta un reacondicionamiento en techos y paredes.

Platicando con la gente del Municipio nos comentan que quieren reactivar el sitio para generar en toda la comunidad el arte de la cultura teatral.



Necesidades específicas:

1. Revestimiento en paredes y techos del recinto,
2. Señalética,
3. Difusión,
4. Arreglo de baños y jardinería porque eso lo realiza el padre reutilizando materiales.



11. PESCADERIA “EL VIKY”

Ubicado en la calle General Vicente Guerrero, pescadería El Viky cuenta con una gran variedad de platillos del mar. En este mismo sentido puedes deleitar tu paladar con el platillo típico del municipio, el caldo de carpa y el caldo de bagre, dos grandes platillos conocidos por toda la región. Nos comenta el Sr. Virgilio Ramírez que ya tiene más de 12 años en la preparación de estos platillos, los cuales han sido degustados por gente de León, Irapuato, San Francisco del Rincón y Purísima, por mencionar algunos

Necesidades Específicas:

1. Señalética para saber dónde están ubicados porque solo cuentan con la imagen de afuera del negocio,
2. Requieren más publicidad porque sí cuentan con redes sociales, las cuales las lleva el hijo del dueño, pero no hay mucho movimiento.
3. Además, requiere capacitación de servicio al cliente y de manejo de alimentos (aunque el señor ya ha trabajado anteriormente en restaurantes de mariscos);
4. En cuanto a equipamiento requiere un congelador y ollas.



12. PIÑATAS MARÍA NAVARRO

En la comunidad **San Juan de la Puerta** del municipio de Manuel Doblado, sus habitantes se han distinguido por decenas de años como fabricantes de piñatas, familias enteras realizan esta actividad.

La **Sra. María Navarro** tiene más de 20 años en el proceso de la elaboración de piñatas, en la comunidad San Juan de la Puerta. Cuenta con una variedad de diseños de cualquier índole.

En esta misma comunidad encontrarás la Parroquia de Nuestra Señora de la Merced y una capilla, haciendo reverencia al trabajo que está sacando adelante a la comunidad, que es la “Elaboración de Piñatas”.

Necesidades Específicas:

1. Señalética,
2. Imagen exterior del negocio,
3. Estacionamiento, ya que no hay mucho espacio para estacionar los coches,
4. Infraestructura del negocio, ya que es tal cual una casa donde tienen el taller.
5. También hace falta difusión por diferentes medios,
6. capacitación de manejo de costos, administración y atención al cliente.,
7. En equipamiento, necesita materia prima.
8. Ha tenido problemas con el personal para producción, mano de obra.



13. LAS MUSAS

Ubicado a 18 km de la ciudad, esta área natural protegida desde el año 2002, cuenta con uno de los paisajes más bellos en la región, con una amplia variedad de árboles como los son: los Ahuehuetes, sauces y fresnos. Los turistas también podrán disfrutar de una fauna con múltiples especies de pájaros, como el carpintero, colibríes, entre muchos más, y algunos animales como los coyotes y los zorros. En este paraíso, circula el río colorado, con un agua cristalina y limpia, donde puedes pasar un agradable momento en familia. Las Musas cuentan con una extensión territorial de 3,174.764 hectáreas, para caminar y tomar fotos de este bello lugar.

Necesidades Específicas:

1. Requieren señalética tanto para la entrada como dentro de los espacios.,
2. Difusión por diferentes medios; Espacios de convivencia con mejores cuidados,
3. Baños propios.
4. Tienen problema con la parte del mantenimiento y cuidado, ya que se tiene a una persona que tiene que estar cuidando el espacio, pero no lo hace.
5. También requieren mesas, sillas y
6. pavimentación a la entrada de Las Musas.



14. JOSÉ BENÍTEZ, COMBI

José Benítez tiene la iniciativa de generar recorridos dentro del Municipio de Manuel Doblado, con fines de dar al turista una mejor atención y conozca los rincones que se tienen en él. Para ello adecuo un Combi, realizándole grandes modificaciones para poder realizar recorridos en ella y el turista sienta una experiencia única durante su recorrido.



Necesidades Específicas:

1. Requiere un espacio donde puedan ubicarlo en el Jardín principal y de ahí partir,
2. Señalética de dónde está ubicado, las paradas, etc.,
3. Redes sociales de la “Combi party” porque solo se cuentan con las del operador,
4. Hace falta el permiso de vialidad estatal y federal,
5. Requiere capacitación de atención al cliente y de control de riesgos.
6. En cuestión de equipamiento, requiere cinturones, micrófono, botiquín de primeros auxilios, aparato de perifoneo y extinguidores.



15. COCINERAS TRADICIONALES

Uno de los aspectos más célebres de México es, sin duda, su cocina y amplia variedad de platillos típicos; sin embargo, dicha parte de su cultura podría estar en peligro debido a la muerte de una generación completa de cocineras tradicionales.

Pese a que las recetas ancestrales de los pueblos de México han logrado ser reconocidas a nivel nacional e incluso traspasar fronteras, la verdad es que hay pocas personas que realmente saben crear dichos platillos adecuadamente y esas son las mujeres que han compartido recetas de generación en generación.

En el Municipio de Manuel Doblado, se ubican las Musas, un lugar con una naturaleza única en su entorno, aquí un grupo de 5 personas son las encargadas de deleitar a los visitantes con los platillos típicos de la región, entre ellas están:

- Ma. Beda Sapián Palma.
- Laura Alicia Plasencia.
- Mónica Paulina Inocencio López.
- Ma. Carmen Gómez.
- Lorena Ruiz.



Necesidades Específicas:

1. Requieren señalética,
2. Lona, publicidad, difusión,
3. Agua y luz para las musas,
4. Mobiliario,
5. Capacitación de atención al cliente, algún otro idioma,
6. Manejo de alimentos algunas de ellas venden comida tradicional por su cuenta en sus casas cerca de Las Musas, tienen el proyecto de hacer algo propio



16. LA CASA DE MAMÁ

María de Lourdes Camarena, cocinera tradicional del Municipio de Manuel Doblado, ya tiene más de 10 años realizando platillos artesanales en su restaurante denominado La Casa de Mamá. Dentro de sus principales platillos típicos podemos mencionar los siguientes: Caldo de zorra, No me olvides y Dobladense.

En la plática que tuvimos con Lulú, nos comenta que siempre tuvo la ilusión de llevar a toda la República sus diferentes platillos, lo cual poco a poco lo ha ido lograda comentándonos que al día de hoy solo le falta visitar 8 estados de la República Mexicana.

La casa de Mamá se ubica entre la carretera Manuel Doblado-Jalpa, encontrándose a pie de carretera, en dónde solo abre los días domingo en un horario de 8:00 h a 12:00 h. La demanda en el negocio es alta, ya que nos comenta, recibe 100 personas en un solo día.

Necesidades Específicas:

1. La Casa de Mamá, no cuenta con señalética ni en carretera ni tampoco afuera del negocio,
2. Requiere difusión por medios digitales,
3. Requiere otro baño para poner uno de mujeres y otro de hombres (Solo cuenta con uno),
4. Requiere mobiliario porque ya el restaurante rebasó su capacidad,
5. Un horno transportable para poder llevarlo a sus viajes.



17. LA BARRANCA

Con más de 60 años de tradición en el Municipio de Manuel Doblado, se encuentra La Barranca, ubicada en el jardín principal. Actualmente, el negocio es atendido por Flor, ya que siguió con la tradición de dar el servicio que anteriormente daba su abuelo a todos sus clientes.

En nuestra visita nos pudimos percatar que es un lugar con mucha historia, porque se han vivido muchas anécdotas las cuales nos contaba Flor.

Hoy en día tiene un horario de atención de lunes a sábado de 14:00 h a 23:00 h y domingos de 13:00 h a 18:00 h.

Necesidades Específicas:

1. Difusión del lugar por medios digitales, está en consideración.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES			Manuel Doblado, Guanajuato		
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Especifica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. JARDÍN PRINCIPAL, TEMPLO SAN PEDRO PIEDRA GORDA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
2. CERRO DE LAS CRUCES	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
3. TEMPLO SEÑOR DEL PERDÓN Y JARDÍN.	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
4. TEMPLO SAN JOSÉ	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
5. HOTEL SAN PEDRO INN	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Capacitación	Atención a clientes y Certificaciones Moderniza y Distintivo H	\$400,000.00	
	3	Equipamiento	Almohadas, colchas y rodapiés.	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 600,000.00
6. PARQUE ARIZUL	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Capacitación	Capacitación atención a clientes y manejo higiénico de los alimentos.	\$400,000.00	
	3	Equipamiento	Mobiliario Restaurante	\$150,000.00	
	Inversión total				\$ 650,000.00
7. HOTEL PIEDRA GORDA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Capacitación	Capacitación atención a clientes y manejo higiénico de los alimentos.	\$400,000.00	
	3	Equipamiento	Calentadores solares, Blancos.	\$250,000.00	
	Inversión total				\$ 750,000.00

8. PRESA DEL SAUZ	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
9. EX HACIENDA ATOTONILQUILLO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Infraestructura	Mantenimiento y construcción de baños.	\$600,000.00	
	Inversión total				\$ 700,000.00
10. JARDÍN DE SAN JUAN	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
11. PESCADERÍA EL VIKY	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Equipamiento	Congelador Horizontal, Ollas Industriales.	\$90,000.00	
	Inversión total				\$ 190,000.00
12. MARIA NAVARRO ELABORACIÓN DE PIÑATAS	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Proveeduría	Identificar proveeduría de los insumos	\$60,000.00	
	3	Imagen Comercial	Publicidad en el exterior del negocio	\$30,000.00	
	Inversión total				\$ 190,000.00
13. LAS MUSAS	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Infraestructura	Pavimentación de camino en entrada	\$200,000.00	
	Inversión total				\$ 300,000.00
14. JOSE BENITES RECORRIDOS	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Infraestructura	Adecuaciones en camioneta y permisos	\$70,000.00	
	3	Capacitación	Atención al cliente	\$200,000.00	
	4	Equipamiento	Extintor, botiquín, micrófono y bocina	\$15,000.00	
	Inversión total				\$ 385,000.00

15. COCINERAS TRADICIONALES LAS MUSAS	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Infraestructura	Instalación de toma de agua y luz	\$-	
	3	Equipamiento	Mobiliario, Imagen, Tejaban.	\$25,000.00	
	Inversión total				
16. LA CASA DE MAMÁ	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	2	Equipamiento	Mobiliario, Horno Móvil	\$50,000.00	
	3	Infraestructura	Construcción de baños	\$70,000.00	
	Inversión total				
17. LA BARRANCA	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				
18. ESTRATEGICO 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	\$7,810,000.00
----------------------------------	-----------------------

*Hotel Piedra Gorda
CD. Manuel Doblado,
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.

Atendiendo las fases del ciclo de vida de los destinos anteriormente mencionados, se considera que el municipio de **Manuel Doblado se encuentra en una etapa de implicación**, cada vez hay más iniciativas privadas en el destino interesadas en participar en actividades turísticas, incluso el turismo de infraestructura está comenzando a desarrollarse, el gobierno municipal está comenzando a invertir en infraestructura para dinamizar la industria turística, se han realizado más actividades de promoción del destino, aun sin un sector totalmente formalizado, los procesos de capacitación comenzaron a enfocarse en la acogida de los visitantes, No se mide la satisfacción de los visitantes y depende en gran medida de la estacionalidad y los tiempos de bienvenida de los visitantes.



- Fuente Propia



Las Musas
CD. Manuel Doblado,
Guanajuato.

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

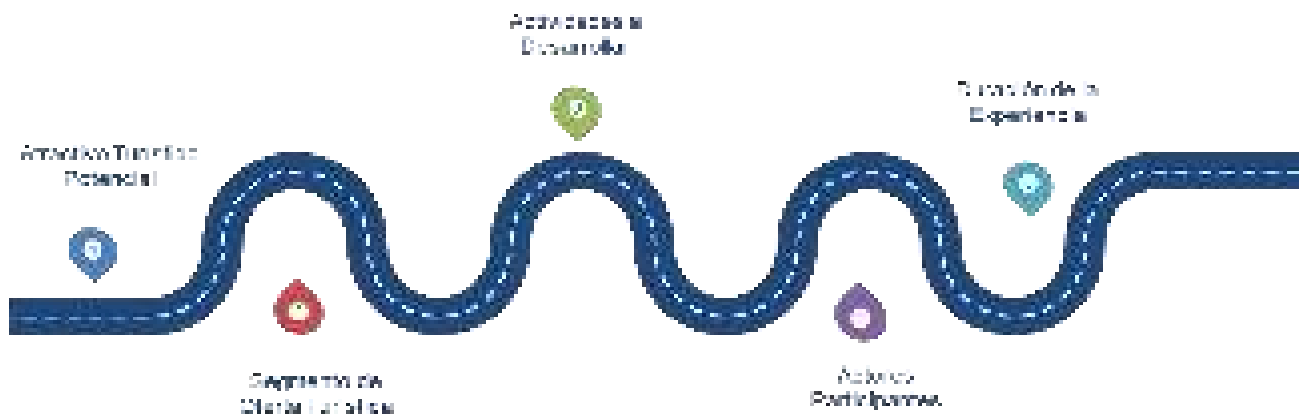
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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

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

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

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



- Fuente propia

8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO




Guanajuato
Vive Creativa y Sorpresa

CIRCUITO 1

<p>Cabecera Municipal</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desayuno Charreado en el Jardín Principal / Mercado en el Mercado principal <p>8:00 a.m. - 12:00 a.m.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Museo o Templo San Pedro Piedra Gorda ✓ Cerro de la Cruz ✓ Templo del Señor del Nido ✓ Templo San Juan ✓ Comida (Moneda/ Jardín principal) <p>10:30 a.m. - 4:00 p.m.</p>	<p>Pa. Poderente Autocomunicado</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Atenderá por línea telefónica de atención al cliente <p>4:00 p.m. - 5:00 p.m.</p> <p>Presentar para vivir la experiencia nocturna (Ingeniería a Cabecera municipal, 300 p.m.)</p> <p>Cabecera Municipal</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pernoctar en Hotel San Pedro Inn 	<p>Las Musas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desayuno en Jardín del Mercado ✓ Almuerzo <p>10:00 a.m. - 5:00 p.m.</p> <p>Cabecera Municipal</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Comida <p>3:00 p.m. - 5:00 p.m.</p>
---	---	---

GUANAJUATO M.C.








Guanajuato
Vive Creativa y Sorpresa

CIRCUITO 2

<p>La Casa de Misraí</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desayuno <p>9:00 a.m. - 11:00 a.m.</p> <p>Parque Arizal</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estancia y actividades de Equitación, paseo a caballo / Arizal ✓ Comida ✓ Cena ✓ Pernoctar ✓ Desayuno <p>11:00 a.m. - 10:00 a.m.</p>	<p>Cabecera Municipal</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Visita a Templo San Pedro Piedra Gorda ✓ Cerro de la Cruz ✓ Templo del Señor del Nido ✓ Templo San Juan ✓ Almuerzo en el Jardín ✓ Comida (Moneda/ Jardín principal) <p>10:30 a.m. - 6:00 p.m.</p>	<p>Bar tradicional "La Barranca"</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reserva en Bar tradicional de Misraí del lado noroeste en el área de El Barco <p>3:00 p.m. - 9:00 p.m.</p>
---	---	--

GUANAJUATO M.C.





- **Segmento de oferta turística:**

1. Naturaleza.
2. Cultural.
3. Gastronómico.

- **Actores participantes**

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

- **Duración de la experiencia**

- 2 días (Pernoctar 1 noche) El hospedaje se considera en Parque Arizul.
- 2 días (Pernoctar 1 noche) El hospedaje se considera en Hotel San Pedro Inn (Cabecera Municipal) / Ex Hacienda de Atotonilquillo.





Hotel Piedra Gorda
Manuel Doblado,
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 32%** 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 **CD. Manuel Doblado** un **0%** de los prestadores de servicios turísticos tiene una

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

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

e. Planificación y gestión del destino

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

f. Imagen

1. Es clave implementar una estrategia para el posicionamiento de la **MARCA DESTINO**, resaltando todos aquellos atributos y valores intangibles con los que cuenta el destino, cumpliendo con la función de poder de atracción hacia el destino en sí, generando de esta manera beneficios a los prestadores de servicios (alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, etc.) que se encuentran

involucrados en la enorme cadena productiva del sector turismo, es preciso contar con un plan de desarrollo de imagen con objetivos y acciones claras, así como los recursos necesarios para llevar a cabo las estrategias planteadas en el plan.

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

9.2 DETONADORAS

a. Consolidar plan de gestión y desarrollo turístico del destino

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

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

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

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

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

d. Promover la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible

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

e. Desarrollo de una marca destino

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

f. Implementación de herramientas de medición turística.

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



San Juan de la Puerta
CD. Manuel Doblado,
Guanajuato.

10. CONCLUSIONES

- Tras el análisis llevado a cabo, se pueden destacar las grandes potencialidades turísticas que se han visitado en el municipio de **CD. Manuel Doblado, Guanajuato**. Este municipio cuenta con una amplia gama de atractivos turísticos, tales como **sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas**, así como centros de esparcimiento.
- El municipio cuenta con **19 sitios turísticos** de los cuales los sitios históricos se pueden convertir en un producto turístico, sin embargo, no se cuenta con mucha información de estos por los que se deberá hacer un arduo trabajo de recopilación de información histórica.
- Se recomienda elaborar un **inventario turístico de todos los atractivos naturales, culturales e históricos** (Folklore, museos, artesanías, etc.) con información más detallada (elementos, patrimonio, contenido fotográfico, etc.) que pueda ser base para el desarrollo de nuevos productos turísticos.
- **Las potencialidades turísticas identificadas son:** Templo San Pedro, Piedra Gorda, Cerro de la Cruz, Templo del Señor del Perdón, Templo San José, Ex-Hacienda de Atotonilquillo, Hotel San Pedro Inn, Las Musas, Parque Arizul, Jardín Principal, Presa de la Luz, Presa San Juan, Pescadería El Vicky, Piñatas María Navarro, José Benítez Combi, Hotel Piedra Gorda, La Casa de Mamá y La Barranca.
- Apelando a la preservación de áreas naturales y el posicionamiento del segmento de naturaleza, se considera detonante **la Comunidad Las Frías y Las Musas**.
- Se requiere llevar a cabo una revisión exhaustiva de **los productos turísticos actualmente** ofertados con el fin de evaluar su impacto y, en caso de ser necesario, reorientar el mismo.
- El hecho de **mencionar infraestructura en el municipio** es identificar un área de oportunidad prioritaria, ya que, en lo que respecta a la 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 y así obtener su constancia de situación fiscal para el cumplimiento de ese requisito, apoyo legal para el desarrollo de contrato de arrendamiento y desarrollo de imagen y logotipo.
- Es recomendable que se **impartan capacitaciones sobre 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 cercanos a los prestadores. Actualmente, se puede acceder de manera sencilla a los cursos, sin embargo, el apoyo del registro y la coordinación.
- Prevalecer a todos los operadores turísticos el tema de capacitación, ya que detectamos que adolecen de esta formación para aprovechar y potencializar sus conocimientos, dentro de los temas identificamos: Certificación de guías, certificación en primeros auxilios y atención al cliente.
- Es imperativo llevar a cabo **la planificación del destino** con el fin de alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad turística. Por consiguiente, se propone la ejecución del plan de desarrollo turístico y establecer los objetivos en conjunto, establecer metas a corto, mediano y largo plazo, presupuestos y métricas para su óptimo desempeño. Se recomienda llevar a cabo una actualización de este y buscar la compatibilidad con el logro de objetivos.
- Con el objetivo de darle mayor estructura, es necesario desarrollar un **comité de gestión turística** en la que participen los órdenes de gobierno estatal, municipal e iniciativa privada.
- En lo **que respecta a la imagen**, resulta fundamental disponer de un proyecto de desarrollo de imagen y marca turística del municipio y evaluar su impacto. Es esencial contar con una mayor cantidad de información en cada uno de los eventos llevados a cabo con el fin de conocer el impacto y la imagen que los visitantes tienen del destino. Asimismo, se requiere la utilización de la herramienta de Satisfacción y Fidelización, QR, implementada por la Secretaría de Turismo del Estado, con el fin de lograr estrategias enfocadas en el posicionamiento del destino.

- Es **necesario tomar acciones** para lograr incentivar una estancia más prolongada en el destino, ya que en materia turística el municipio ha desarrollado pocas acciones que le permitan detonar las potencialidades turísticas con las que cuenta, se tendrán que hacer acciones que permitan el fortalecimiento de la cadena de valor del sector turístico.
- **Los buenos resultados en la implementación** del plan de acción dependerán mucho del compromiso de los actores de la estrategia turística propuesta, es necesaria la participación y empatía por parte de los prestadores de servicios, los esfuerzos municipales, la atracción a inversionistas privados y el apoyo a nuevos emprendedores para ofrecer una mayor oferta de atracciones.

11. ANEXOS

11.1 FOTOGRAFICO

11.2 PLAN DE TRABAJO

11.3 GLOSARIO

REPORTE
FOTOGRAFICO

Manuel Doblado





Ojo de agua



"Comby"



Plaza de
San Juan



Plaza de
La Victoria



Templo

San Pedro Piedra Gorda



Cerro

De Las Cruces



Cerro

De Las Cruces



Templo

Del Señor del Perdón



Templo

San José



"El Vicky"

Pescadería



Hotel

San Pedro Inn



Hotel

San Pedro Inn



Ex Hacienda

De Atotonilquillo



Ex Hacienda

De Atotonilquillo



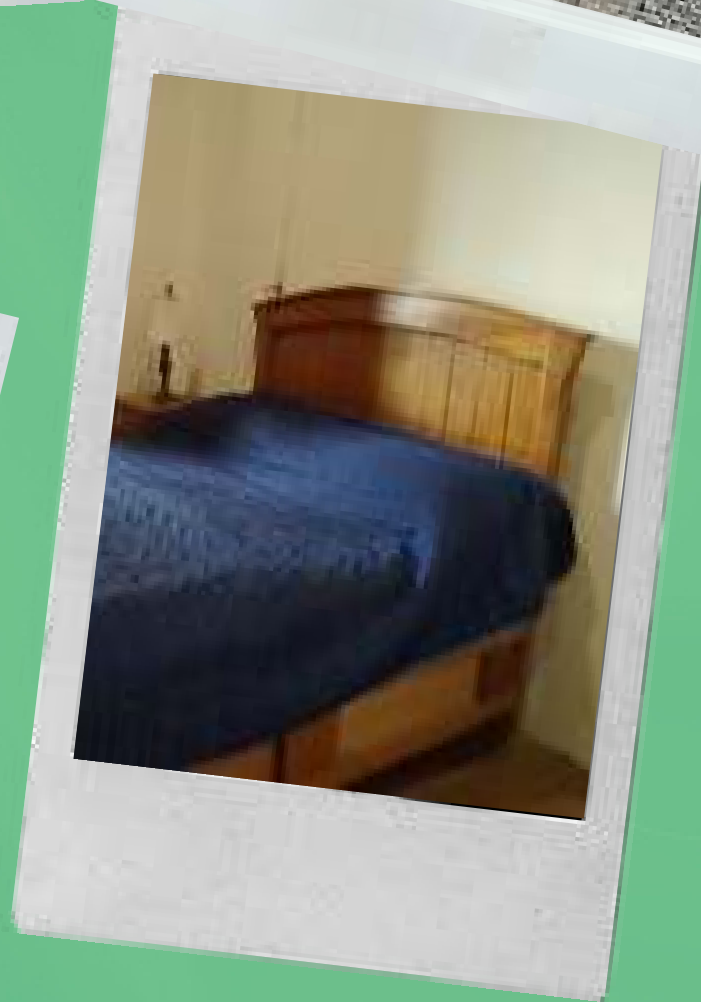
Ex Hacienda

De Atotonilquillo



Ex Hacienda

De Atotonilquillo



Ex Hacienda

De Atotonilquillo



Ex Hacienda

De Atotonilquillo



Presas

Del Sauz



Cocineras

Tradicionales



La casa De Mamá



La Barranca



San Juan

De La Puerta



San Juan

De La Puerta



San Juan

De La Puerta



San Juan

De La Puerta



Piñatas

María Navarro



Piñatas

María Navarro



Las Musas



Las Musas



Las Musas



Parque- Restaurante Arizul



Parque- Restaurante Arizul



Parque-Restaurante Arizul



Parque-Restaurante Arizul



Parque-Restaurante Arizul



Hotel Piedra Gorda



Hotel Piedra Gorda



Hotel Piedra Gorda



Hotel Piedra Gorda



Hotel Piedra Gorda



Hotel Piedra Gorda

ANEXO
PLAN DE TRABAJO

Plan de trabajo "Parroquia San Pedro Piedra Gorda y Jardín Principal "

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo mas importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	<ul style="list-style-type: none"> Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto. 	<ul style="list-style-type: none"> *Digitalizar los servicio de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing. 	1 año	

Plan de trabajo "Cerro de la Cruz "



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo mas importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	• Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	1 año	

Plan de trabajo "Templo Señor del Perdón "



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	<ul style="list-style-type: none"> Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto. 	<ul style="list-style-type: none"> *Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing. 	1 año	

Plan de trabajo "Templo San José"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	<ul style="list-style-type: none"> Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto. 	<ul style="list-style-type: none"> *Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing. 	1 año	

Plan de trabajo "Parque Arizul"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Equipamiento	Mobiliario Restaurante	Mobiliario Restaurante	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	
				Duración 12 meses

Plan de trabajo "San Pedro Inn"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Equipamiento	Blancos (Almohadas, Colchas, Rodapiés)	Blancos (Almohadas, Colchas, Rodapiés)	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Hotel Piedra Gorda"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Equipamiento	Equipamiento (Calentadores solares, colchones, blancos)	Equipamiento (Calentadores solares, colchones, blancos)	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Presa del Sauz"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	• Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	1 año	

Plan de trabajo "Ex Hacienda Atotonilquillo"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Infraestructura	Mantenimiento y Baños	Mantenimiento y Baños	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Jardín de San Juan"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Infraestructura	Revestimiento paredes, techos y baños	Revestimiento paredes, techos y baños	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Piñatas María Navarro"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Asesoría	Asesoría	Asesoría	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Las Musas"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	<ul style="list-style-type: none"> Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto. 	<ul style="list-style-type: none"> *Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing. 	1 año	

Plan de trabajo "José Benítez Vargas"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Equipamiento, Permisos, Cursos.	Equipamiento, Permisos, Cursos.	Equipamiento, Permisos, Cursos.	Identificar programa de apoyo
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "Las Musas Cocineras Tradicionales"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Segmento	Identificar el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo, analizar variables más comunes, nos conviene analizar diferentes tipos de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Atractivos	Gastronomía, Paisajes Montañosos, Eventos, Ferias.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Accesibilidad	Proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con algún tipo de discapacidad (en distintas dimensiones), tengan acceso al entorno físico y comunicación, así como una amplia gama de instalaciones y servicios públicos. Desarrollo de comité.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Demanda	Plantear propuestas en épocas de poco flujo de visitantes, para generar una estacionalidad continua de turistas.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Influencers	Generar una construcción de relación, entre marca y persona influyente, lo más importante es que son personas reales y sus opiniones, mensajes, imágenes y aportes tienen mucha credibilidad.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marketing Digital	Motor de búsqueda en Google, en base a los reviews y comentarios de viajeros anteriores.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Experiencia	Lo que se debe lograr en el municipio es que el viaje sea una experiencia inolvidable.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Marca Ciudad	Desarrollar una marca del municipio, en donde se expresen personalidad, características y potencial, siguiendo una línea gráfica capaz de transmitir el mensaje de manera correcta.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
	Alianzas estratégicas	Crear un valor compartido, compromiso entre organizaciones que comparten objetivos y visiones comunes, donde su verdadero fin es crear valor compartido.	Elaborar proyecto ejecutivo, para definir las adecuaciones a realizar.	1 año
Promoción y capacitación	<ul style="list-style-type: none"> Estrategia y desarrollo de campaña publicitaria en redes sociales, para generar detonación del recinto. 	<ul style="list-style-type: none"> *Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing. 	1 año	

Plan de trabajo "La Casa de Mamá"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades
	Equipamiento y Construcción de baño	Equipamiento y Construcción de baño	Equipamiento y Construcción de baño	Identificar programa de apoyo
	Brochure y Difusión del recinto	Brochure y Difusión del recinto	Brochure y Difusión del recinto	2 años
	Promoción	Desarrollar estrategias de promoción.	*Digitalizar los servicios de información turística, *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

ANEXO

GLOSARIO DE

TÉRMINOS

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

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

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