



Instituto
de Planeación,
Estadística y
Geografía del Estado
de Guanajuato



Evaluación Diagnóstica de la Política de Atención al **Desarrollo Turístico** post Covid 19





**Evaluación Diagnóstica
de la Política de Atención al
Desarrollo Turístico**
post Covid 19



Instituto
de Planeación,
Estadística y
Geografía del Estado
de Guanajuato



EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA DE LA POLÍTICA DE ATENCIÓN AL DESARROLLO TURÍSTICO POST COVID 19.

Informe final.

© 2023 Todos los derechos reservados

**Instituto de Planeación, Estadística y Geografía del Estado de Guanajuato | Secretaría de Turismo del
Estado de Guanajuato.**



CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN

II. PROPÓSITO Y ALCANCE DE LA EVALUACIÓN

II.I OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN

II.II. TIPO DE EVALUACIÓN

III. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN

III.I. RESULTADOS ESPERADOS

IV. SITUACIÓN ACTUAL

V. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

VI. EVOLUCION DEL PROBLEMA

VI.I. ANTECEDENTES DE LA SITUACIÓN DEL EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO DEL ESTADO DE GUANAJUATO

VI.II. ANTECEDENTES DEL IMPACTO DE LA SEGURIDAD PÚBLICA SOBRE LA DEMANDA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL ESTADO DE GUANAJUATO

VI.III. ANTECEDENTES DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO SUSTENTABLE EN EL ESTADO DE GUANAJUATO

VI.IV. ANTECEDENTES DE LAS TENDENCIAS EN MATERIA TURÍSTICA EN EL ESTADO DE GUANAJUATO

VII. HALLAZGOS

VII.I. RESULTADOS DE LA SITUACIÓN DEL EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO DEL ESTADO DE GUANAJUATO

VII.II. RESULTADOS DEL IMPACTO DE LA SEGURIDAD PÚBLICA SOBRE LA DEMANDA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL ESTADO DE GUANAJUATO

VII.III. RESULTADOS DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO SUSTENTABLE EN EL ESTADO DE GUANAJUATO

VII.III. RESULTADOS DE LAS TENDENCIAS EN MATERIA TURÍSTICA EN EL ESTADO DE GUANAJUATO

VII. CONCLUSIONES

VIII. RECOMENDACIONES

IX. REFERENCIAS



I. INTRODUCCIÓN

El estado de Guanajuato, cuyo fenómeno turístico es un motor esencial para su crecimiento económico y social, se enfrenta a la necesidad de analizar, diagnosticar y planificar la política de atención al desarrollo turístico de sus destinos, identificando los efectos que la emergencia sanitaria por el COVID - 19 trajo a estos territorios, sus habitantes, su planta turística y por ende a los visitantes del estado; con el objeto de consolidar una sector más sólido y resiliente, capaz de adaptarse estratégicamente a los cambios y situaciones que favorecen al desarrollo turístico sostenible de sus destinos.

En este contexto, la evaluación diagnóstica sugiere el análisis de estos efectos a nivel particular y general, iniciando con la identificación de las causas y consecuencias de la rotación de personal en el sector turístico, una problemática recurrente que, a pesar de su papel crucial en la economía del estado, ha experimentado desafíos persistentes en cuanto a la estabilidad laboral de sus empleados operativos en los diferentes destinos. Este análisis, producto de la colaboración entre la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato y el Instituto de Planeación, Estadística y Geografía del Estado, examina a fondo los impactos de la pandemia en el empleo turístico, específicamente en diecisiete destinos clave del estado: Guanajuato Ciudad Patrimonio de la Humanidad, San Miguel de Allende Ciudad Patrimonio de la Humanidad, León, Celaya, Comonfort Pueblo Mágico, Dolores Hidalgo C.I.N. Pueblo Mágico, Irapuato, Purísima del Rincón (Jalpa de Cánovas Pueblo Mágico), San José Iturbide, San Luis de la Paz (Mineral de Pozos Pueblo Mágico), Salamanca, Salvatierra Pueblo Mágico, Silao de la Victoria, Yuriria Pueblo Mágico, Pénjamo, San Felipe y Valle de Santiago.

Simultáneamente, se aborda la percepción de seguridad en el estado de Guanajuato como un factor determinante en la elección de destinos turísticos y el consumo de sus productos y servicios. Esta evaluación se integra como un elemento esencial para el desarrollo económico y social, tanto de los actores internos (habitantes y prestadores de servicios turísticos) como externos (visitantes nacionales e internacionales); destacando la necesidad de políticas públicas efectivas que fortalezcan la confianza de desplazamiento de flujos turísticos en el estado.



En paralelo, y para favorecer a analizar la sostenibilidad de los destinos del estado, se examina la situación del turismo sustentable, reconociendo la importancia de una gestión responsable para minimizar impactos negativos y maximizar beneficios económicos, sociales y ambientales. La investigación se sumerge en la realidad del estado de Guanajuato en este tema, identificando prácticas sustentables y proponiendo estrategias para fortalecer la sostenibilidad turística de dichos destinos.

Con las conclusiones hechas a raíz del análisis de los anteriores temas, se cuenta con los elementos suficientes para determinar el potencial que tiene el estado para fortalecer el sector turístico a nivel regional. Para lo que, la investigación sobre tendencias turísticas busca anticipar el futuro del turismo; a través de la consulta de fuentes especializadas, se persigue la identificación de aquellas tendencias que moldearán la industria en el corto plazo, basándose en documentos clave y análisis de la situación actual.

La interrelación de estos diagnósticos proporciona una visión integral del estado actual y futuro del turismo en los destinos de Guanajuato. La estabilidad laboral, la percepción de seguridad y la sostenibilidad se entrelazan, ofreciendo conclusiones valiosas para garantizar un crecimiento sostenible, una experiencia turística de calidad y el fortalecimiento económico y social de la región.

En resumen, este informe integral sobre los resultados de la evaluación diagnóstica de atención al desarrollo turístico del estado de Guanajuato aborda aspectos interrelacionados cruciales para el desarrollo sostenible del sector: la evaluación destaca la rotación de personal en hoteles y agencias de viajes, subrayando la necesidad de estabilidad laboral. Se analiza la percepción de seguridad, proponiendo estrategias para mitigar su impacto en la demanda de servicios turísticos. La participación activa en prácticas sustentables y la identificación de tendencias turísticas emergentes se consideran factores clave para fortalecer la industria.

Estos elementos no solo se consideran por separado, sino como partes fundamentales de un todo interdependiente que reconfigura el panorama turístico del estado, a través de recomendaciones



estratégicas para potenciar la oferta y la demanda de servicios turísticos, consolidando una visión integral para el futuro del turismo en los destinos turísticos del estado.

II. PROPÓSITO, ALCANCE DE LA EVALUACIÓN

II.I. OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN

II.I.I. Objetivo general

Contar con un diagnóstico sobre las consecuencias que la pandemia por COVID 19 trajo a la industria del turismo en el Estado de Guanajuato, a fin de tener mayor contexto sobre los impactos negativos en ésta y así establecer otras estrategias que permitan incidir en la recuperación del sector.

II.I.II. Objetivos específicos

1. Analizar la situación que guarda el empleo en el sector turismo en Guanajuato.
2. Conocer el impacto que la seguridad pública tiene sobre la demanda de servicios turísticos.
3. Analizar la situación que guarda el turismo sustentable en Guanajuato.
4. Identificar las tendencias que permitan guiar el desarrollo turístico en el corto plazo.
5. Establecer una estrategia que potencialice el desarrollo de la industria del turismo en el Estado de Guanajuato.

II.II. TIPO DE EVALUACIÓN

Desde el punto de vista conceptual, la evaluación es un ejercicio de investigación que identifique los problemas a resolver acerca de temas de políticas públicas, sus efectos, el cumplimiento de sus objetivos, la confirmación de las alternativas seleccionadas, así como el uso adecuado y la efectividad de su implementación, entre otras cosas.

Si bien los diferentes tipos de evaluación de diseño de programas, evaluación de procesos críticos de bienes y servicios; de gestión, operación y organización; de la calidad de los productos; de los



resultados esperados; y de los impactos logrados; para el caso del presente ejercicio se consideraron distintos elementos de diagnóstico y evaluación de diseño y de resultados.

Para el Gobierno del Estado de Guanajuato, es indispensable contar con una evaluación diagnóstica por efectos de la pandemia por Covid-19 que brinde elementos para mejorar las políticas sectoriales como una herramienta de gestión e intervención permanente en favor de las dinámicas turísticas en el estado a través de planes o estrategias que articulen acciones, programas, proyectos y servicios para alcanzar los objetivos de la política de desarrollo turístico.

De acuerdo a los lineamientos generales para la evaluación de Programas Federales de la Administración Pública Federal (2007) en su Capítulo I el tipo de evaluación al que corresponde la presente Evaluación Diagnóstica es realizada a través de trabajo de gabinete y de campo con componentes de un diagnóstico que identifica, define y describe el problema o la necesidad, el estado actual del problema y su evolución conforme a los Aspectos a considerar para la elaboración del diagnóstico de los programas presupuestarios emitidos por la Unidad de Evaluación del Desempeño de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en coordinación con el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2019).



III. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN

La investigación se inició con una revisión minuciosa de fuentes nacionales e internacionales, como informes gubernamentales y estudios de tendencias, con el objetivo de establecer un sólido marco contextual. La obtención de datos primarios involucró encuestas, entrevistas y mesas de trabajo con siete grupos clave en la dinámica turística local, incluyendo empleados, ex empleados, empleadores, prestadores de servicios turísticos, habitantes y visitantes nacionales e internacionales.

El enfoque interactivo tuvo como objetivo capturar percepciones de seguridad, evaluar prácticas sustentables y analizar las dinámicas laborales en el sector turístico. Además, la información recopilada se enriqueció con la consulta a expertos en desarrollo territorial, gestión del desarrollo turístico, planificación turística e investigación de mercados turísticos.

A través de un análisis detallado de los resultados, se identificaron tendencias, oportunidades y desafíos clave para fortalecer el desarrollo turístico en el estado. Este enfoque integral sienta las bases para la formulación de estrategias y recomendaciones que impulsen un desarrollo sostenible y exitoso de la industria turística en los destinos principales de Guanajuato.

Se presentan dos esquemas que delinearán las fases metodológicas aplicadas en el estudio. Es importante destacar que se utilizó una metodología común para tres de los cuatro diagnósticos abordados: Diagnóstico de la Situación del Empleo, Diagnóstico del Impacto de la Seguridad Pública y Diagnóstico de la Situación del Turismo Sustentable. Sin embargo, para el cuarto diagnóstico, titulado "Diagnóstico de las Tendencias en materia Turística", se implementó una metodología diferente, adaptada a la naturaleza específica de las variables analizadas. A continuación, se detallan los dos esquemas con las respectivas metodologías.

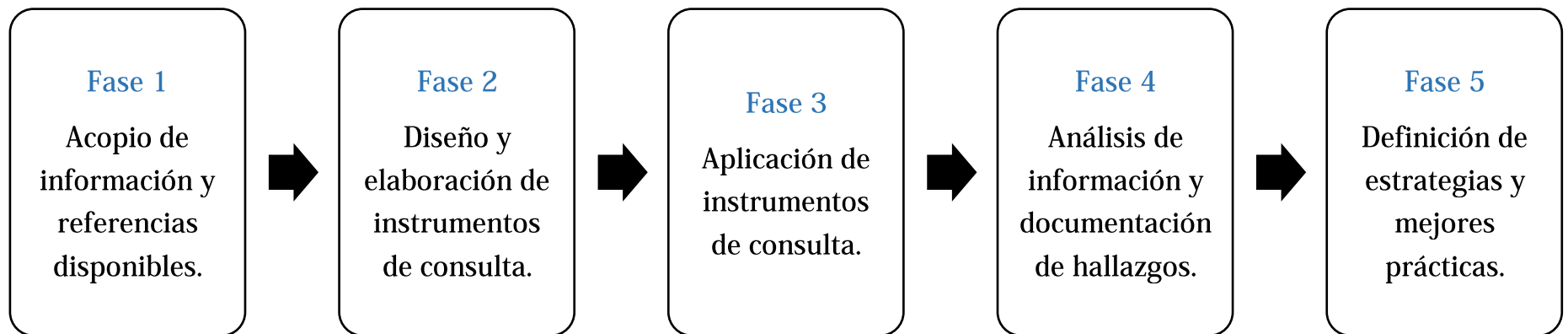


Ilustración 1.- Fases metodológicas para los diagnósticos de Empleo, Seguridad y Turismo Sustentable. Elaboración propia.

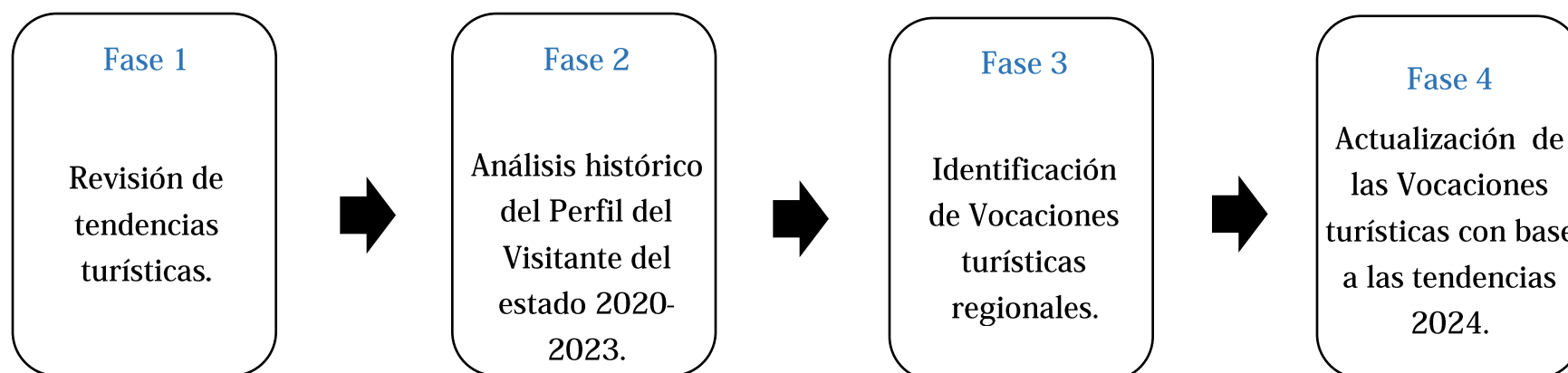


Ilustración 2.- Fases metodológicas para el Diagnóstico de Tendencias Turísticas. Elaboración propia.



III.I. RESULTADOS ESPERADOS

Los resultados esperados de la evaluación son:

1. De la situación del empleo en el sector turismo de Guanajuato.

1.1. Establecer las causas que provocan la rotación de personal en la industria del turismo de Guanajuato, considerando las características propias de los empleos en la misma como el trabajo bajo presión, horarios extensos, remuneraciones relativamente bajas y todas aquellas que atañen a este tipo de empleos, con el análisis en hoteles, restaurantes, agencias de viajes y tour operadores.

1.2. Establecer las consecuencias que la rotación de personal tiene sobre la prestación de estos servicios, en términos administrativos y sobre los ingresos de las empresas dedicadas a este rubro.

2. Del impacto de la seguridad pública sobre la demanda de servicios turísticos

2.1. Establecer las consecuencias que la percepción sobre la inseguridad en algunas regiones del Estado tiene sobre la demanda de servicios turísticos.

2.2. Documentar la percepción tanto interna como externa que los potenciales visitantes del Estado y los habitantes del mismo tienen sobre la inseguridad y el rol que juegan las noticias de la prensa sobre esta percepción.

2.3. Señalar posibles estrategias para la mitigación del impacto de las noticias sobre inseguridad en la demanda de servicios turísticos en Guanajuato.

2.4. Establecer estrategias que permitan generar confianza en visitantes y turistas.

3. De la situación del turismo sustentable en Guanajuato.

3.1. Se documentarán los esfuerzos que en el Estado de Guanajuato se han realizado en materia de turismo sustentable. Especificar la manera en cómo los



distintos actores: hoteleros, restauranteros y los propios visitantes se han involucrado en ello.

3.2. Determinar el potencial que en la materia tiene el Estado.

3.3. Identificar prácticas exitosas aplicadas a nivel internacional dentro del sector turístico

3.4. Identificar zonas que pudieran tener una mayor capacidad de desarrollo en el Estado en áreas naturales protegidas o reservas naturales.

4. De las tendencias de turismo.

4.1 Revisar las tendencias del turismo nacional e internacional.

4.2 Identificar nuevas vocaciones que permitan generar una experiencia identitaria al viajero, considerando vocaciones propias del Estado y el nivel de desarrollo en que se encuentran los distintos destinos (consolidados, en desarrollo y nuevos).

4.3 Considerar la oferta que debe brindar el Estado en función de las distintas características de los viajeros.

5. De los hallazgos y recomendaciones

5.1 Con base en los hallazgos determinar las recomendaciones que permitan diseñar una estrategia viable para potenciar la oferta y la demanda de servicios turísticos en el Estado.



IV. SITUACIÓN ACTUAL

En los últimos años, el turismo en Guanajuato ha experimentado cambios significativos, especialmente debido a la pandemia de COVID-19. Entre 2019 y 2020, se observó una disminución del 52.3% en el número de visitantes, turistas y la derrama económica generada por el turismo. Aunque en 2021 hubo un aumento en el número de visitantes y turistas, la derrama económica se mantuvo alrededor de los \$35 mil millones de pesos, con una pequeña diferencia de \$555,165,503.70 pesos. En 2022, el número de visitantes se consolidó en 21,176,212, con una derrama económica de \$45,776,996,059.54 pesos, aunque aún no alcanza los niveles prepandémicos.

La pandemia planteó desafíos significativos para el sector turístico, con una disminución en el flujo de visitantes que impactó directamente en el empleo en hoteles, restaurantes y agencias de viajes. Se evidenció la urgencia de abordar las complejidades laborales generadas por la pandemia en esta industria, con recortes de horas laborales, suspensiones temporales de contratos y pérdida de empleos.

En términos de satisfacción de los turistas, se observa un cambio en las calificaciones proporcionadas por el Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato. En 2019, la calificación fue de 8.7, disminuyendo a 8.3 en 2020, aumentando a 9.1 en 2021, pero disminuyendo nuevamente a 8.2 en 2022, posiblemente influenciada por factores como condiciones generales de viaje, percepción de seguridad y calidad en los servicios.

La percepción de inseguridad, especialmente para el mercado internacional, se destaca como uno de los factores que influyen en la permanencia y demanda de los servicios por parte de visitantes y turistas. Tal es el caso, de los visitantes de Estados Unidos, pues para el año 2022 representaron el 55.4% de los visitantes internacionales y, lamentablemente, este país ha emitido alertas de viaje directas al estado de Guanajuato



en las que se exhorta evitar zonas de riesgo y tomar precaución, afectando la llegada de turistas.

A pesar de los desafíos, Guanajuato sigue siendo un destino turístico diverso y atractivo, con opciones que incluyen Pueblos Mágicos, Ciudades Patrimonio, Zonas Arqueológicas y otros eventos destacados. Sin embargo, los turistas y visitantes se siguen concentrando en los mismos destinos, situados principalmente en la región centro.

En consecuencia, resulta de suma importancia realizar un análisis exhaustivo de las áreas clave vinculadas al sector turístico con el fin de identificar los factores que contribuyen a la baja demanda de la oferta turística en las demás regiones de Guanajuato. Además, se busca identificar características del territorio que puedan ser consideradas como zonas de aprovechamiento turístico y proponer estrategias para mejorar este sector. Esto implica no sólo abordar los desafíos que limitan la actividad turística en ciertas regiones, sino también potenciar los aspectos físicos y culturales existentes en el territorio. La implementación de estas estrategias contribuye a diversificar y fortalecer la oferta turística en toda la extensión de Guanajuato.



V. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La problemática central se presenta a raíz de los impactos derivados de la pandemia por COVID-19 en la industria turística del estado de Guanajuato, declarada emergencia mundial en 2020. Este fenómeno ha suscitado una serie de consecuencias notables en los destinos turísticos más destacados del mundo y también ha agravado situaciones pre-existentes. El problema general que motiva esta investigación se desglosa en cuatro situaciones cruciales: Afectación de esta pandemia sobre la rotación de empleados en el sector turístico de los principales destinos de Guanajuato; Impacto de la percepción de seguridad pública sobre la demanda de servicios turísticos en el estado; Situación actual del turismo sustentable en el estado de Guanajuato; y, finalmente, identificar las tendencias que guiarán el desarrollo turístico del estado en los próximos años. La trascendencia de abordar estos problemas reside en la necesidad apremiante de diseñar políticas públicas y estrategias que contrarresten estos impactos, fomenten prácticas turísticas sostenibles y actualicen la oferta turística para mantener la competitividad a largo plazo. De no abordarse estas cuestiones, se vislumbra un riesgo inminente de estancamiento en el desarrollo turístico estatal y la competitividad de sus destinos, con repercusiones significativas no solo en el sector privado de la industria turística (principales afectados), sino también en los visitantes nacionales e internacionales y en el sector público, en cierta medida. Esta problemática, enraizada en la experiencia turística del estado de Guanajuato, adquiere una dimensión global, ya que los desafíos planteados son situaciones de atención en destinos turísticos a nivel mundial.

En consecuencia, el presente estudio tiene como objetivo obtener una evaluación diagnóstica integral de los efectos de la pandemia por COVID-19 en el desarrollo de la industria turística del estado Guanajuato, en busca de soluciones y orientaciones para el futuro a corto, mediano y largo plazo.



VI. EVOLUCIÓN DEL PROBLEMA

VI.I. ANTECEDENTES DE LA SITUACIÓN DEL EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO DEL ESTADO DE GUANAJUATO

La situación antes, durante y después del inicio de la pandemia de COVID-19 en relación con los viajes ha experimentado cambios significativos. Estos cambios no se debieron únicamente a las restricciones de viaje sino también debido a las nuevas tendencias de viaje.

De acuerdo con información del Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato, para el año 2019, en un contexto previo al inicio de la contingencia en México por COVID-19, el estado de Guanajuato registró 27,033,396 visitantes y 5,026,515 turistas, esto representó una derrama económica de \$74,447,420,742.10 pesos (OTEG, 2019).

No obstante, para el año 2020 el panorama turístico en Guanajuato fue considerablemente diferente, ya que se registraron para ese año 12,889,167 visitantes y 2,396,576 turistas, esto representó una derrama económica de \$35,286,474,643.91 pesos mexicanos.

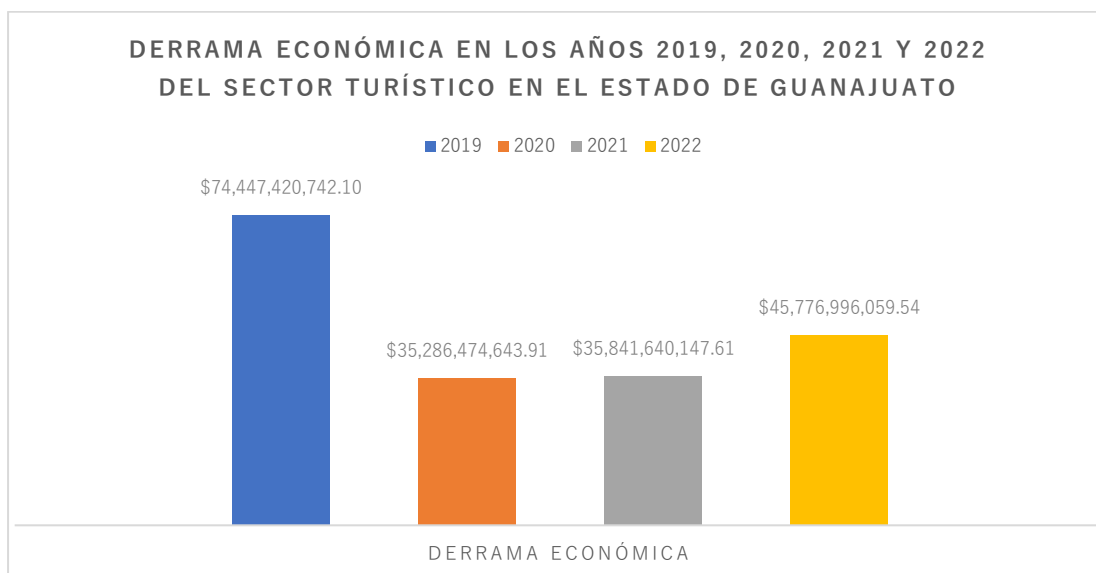
Es decir, entre el año 2019 y el 2020, se redujo el número de visitantes un 52.3%, porcentaje repetido también para el número de visitantes y la derrama económica por turismo.

Para el año 2021 el número de visitantes no logró acercarse a la situación previa a la pandemia, ya que se registraron 18,722,517 visitantes, 3,667,741 turistas y esto se tradujo en una derrama de \$35,841,640,147.61 pesos. Si bien, hay un aumento entre los visitantes y turistas entre el año 2020 a los registrados en el 2021, la derrama económica no experimentó cambios significativos, ya que se mantuvo en el mismo rango de los \$35 mil millones de pesos, con una diferencia de \$555,165,503.70 pesos.



Para el año 2022, el aumento en el número de visitantes comenzó a consolidarse. Pues para ese año se registraron 21,176,212 y 4,360,182 turistas, representando una derrama de \$45,776,996,059.54 pesos. Sin embargo, el número de visitantes y turistas no ha logrado acercarse al reportado previo a la contingencia por COVID-19.

Los datos anteriores se concentran en la siguiente gráfica para su mejor interpretación:



Gráfica 1.- Derrama Económica en los años 2019, 2020, 2021 y 2022 del Sector Turístico en el Estado de Guanajuato. Elaboración propia con datos del Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato.

La pandemia ha planteado un desafío significativo para el sector privado, específicamente en el sector turístico, debido a la disminución en el flujo de visitantes y turistas, impulsada por restricciones de viaje, temores a la exposición y la incertidumbre global. Estos cambios generaron cambios en las tasas de empleo en el sector turístico. La reducción en la demanda de servicios turísticos ha llevado a la necesidad de ajustar la operación en hoteles, restaurantes, agencias de viajes y negocios afines, lo que se traduce directamente en la disminución de puestos de trabajo. Este escenario resultó en recortes de horas laborales, suspensiones temporales de contratos



e incluso pérdida de empleo para muchos trabajadores, subrayando la urgencia de abordar las complejidades laborales generadas por la pandemia en la industria turística.

Incluso, en el período post pandemia, las repercusiones de esta se notaron ya que, desde el segundo trimestre del 2022 hasta el segundo trimestre de 2023, en el Estado de Guanajuato, el 56.4% de las personas que trabajan estuvieron involucradas en actividades del sector terciario. Dentro de este grupo, el 30.4% se dedicó a trabajos relacionados con el turismo, lo que equivale a 837,666 trabajadores¹. No obstante, hubo una disminución de 30,708 empleados en el rubro de restaurantes y servicios de alojamiento, lo que representa el 3.6% de los trabajadores del total de personal empleado en el sector turístico del Estado de Guanajuato. Sin embargo, en el área de transportes, comunicaciones, correo y almacenamiento, se observó un aumento de 21,431 empleados en el mismo período.

Algunos sectores son particularmente vulnerables a las medidas de contención. Por ejemplo, las industrias de servicios, turismo, hostelería y entretenimiento a menudo dependen de la interacción social y la movilidad, y son gravemente afectadas por las restricciones que se establecieron durante la contingencia sanitaria por COVID-19.

Las restricciones y cierres interrumpieron las cadenas de suministro y la producción, lo que afectó en la disponibilidad de productos y servicios. Esto se tradujo en dificultades para las empresas y puede resultar en la pérdida de empleos. Además, la combinación de restricciones y disminución de la demanda llevó al cierre de empresas, especialmente las más pequeñas que pueden tener menor capacidad para resistir crisis prolongadas.

En resumen, la conexión entre el aumento de casos de COVID-19 y la desaceleración económica se basaron en las medidas necesarias para contener la propagación del virus,

¹ Los datos presentados en el segundo párrafo (56.4%, 30.4% y 837,666) se obtuvieron de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). 2022, 23 de noviembre. Tercer trimestre de 2022. Comunicado de prensa núm. 672/22.



que, aunque son cruciales para la salud pública, generan impactos económicos significativos y el sector turístico continúa en recuperación tras estas consecuencias.

VI.II. ANTECEDENTES DEL IMPACTO DE LA SEGURIDAD PÚBLICA SOBRE LA DEMANDA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL ESTADO DE GUANAJUATO

La percepción de seguridad desempeña un papel fundamental en el turismo. La experiencia positiva de los viajeros está intrínsecamente ligada a la sensación de bienestar y protección que experimentan durante su estancia en los destinos turísticos que visitan.

En este contexto, la gestión efectiva de la seguridad en destinos turísticos se erige como un componente esencial para garantizar no solo la satisfacción de los visitantes, sino también el desarrollo sostenible y la preservación de la reputación de los lugares como sitios atractivos y seguros, tanto para los visitantes como para los mismos habitantes. Sin embargo, esta reputación y la percepción que se tienen de los destinos en cuanto a su seguridad puede ser influenciada significativamente por la presencia de "notas rojas" en los medios de comunicación, las cuales pueden generar una impresión de inseguridad y disuadir a potenciales turistas de visitar el área; lo que, afecta de manera negativa a la economía local y a la industria turística de cualquier país.

En el caso de México, y en concreto en el estado de Guanajuato, el equilibrio delicado entre la promoción del turismo y la salvaguardia de la seguridad en sus principales destinos turísticos plantea desafíos significativos que requieren estrategias y colaboraciones efectivas entre los actores clave, incluyendo gobiernos municipales, autoridades turísticas estatales, empresarios y la comunidad en general.

Partiendo del anterior contexto, se suman al binomio turismo-seguridad, los impactos derivados de la contingencia sanitaria por COVID-19, la cual, agudizó la incidencia de algunas conductas delictivas a partir de la implementación de las estrategias sanitarias



(SSPEG, 2020), cuyo patrón de comportamiento se vio modificado a partir del mes de marzo 2020 con motivo del inicio de la estrategia de distanciamiento físico y restricción de movilidad.

Por otro lado, con relación a la percepción de seguridad, es importante destacar que, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Seguridad Pública Urbana (ENSU) realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2023) entre la población de 18 años y más en zonas urbanas, se han registrado datos de interés. En el año 2020, un 78.8% de la población de 18 años y más consideró que vivir en Guanajuato era inseguro. Sin embargo, en el año 2021, esta cifra descendió al 68.2%, lo que indica una notoria disminución en la percepción de inseguridad entre la población del Estado de Guanajuato.

La percepción de seguridad puede estar influenciada por diversos factores, incluyendo la presencia de noticias sensacionalistas o "notas rojas" en los medios de comunicación. Por lo tanto, estos datos de la ENSU ofrecen una perspectiva valiosa sobre cómo la percepción de seguridad puede estar evolucionando y cómo esto podría relacionarse con el impacto de la información que recibe la población.

Ahora bien, en cuanto a las percepciones específicas del mercado internacional, según el último reporte del Estudio del Comportamiento del Visitante al estado de Guanajuato publicado por el Observatorio Turístico del Estado (OTEG, 2023), para el año 2022 el principal mercado emisor fue Estados Unidos, con un flujo del 55.4% del total de visitantes internacionales, lo que lo convierte en un país de análisis en cuanto a la percepción de seguridad al estado.

Según el informe "El efecto de la percepción de la inseguridad sobre el turismo internacional en México, 2008-2018: Un análisis regional", publicado por el Banco de México en 2019, año previo a la pandemia por COVID-19, existe un deterioro en la percepción de seguridad de los visitantes estadounidenses hacia el país, con



consecuencias negativas que se reflejan en la llegada de visitantes de ese país. En términos estatales, en Guanajuato, la ciudad que figura en este estudio es León.

Dicho estudio se centra en una exhaustiva recopilación de información mediante herramientas de búsqueda en bases de datos relacionadas con la percepción de residentes en Estados Unidos sobre las condiciones de seguridad en México. Con estos datos, se crea un índice de búsquedas sobre el entorno de seguridad que abarca el periodo 2008-2018 y se aplica a 21 destinos turísticos (entre ellos el estado de Guanajuato), representando el 98.8% de los arribos internacionales al país. Este índice incorpora datos como arribos de pasajeros internacionales, búsquedas en internet sobre el entorno de seguridad, y la variación en relación con la disponibilidad de habitaciones de hotel para medir la afluencia (Banco de México, 2019).

Por otro lado, se presenta el índice de búsquedas en internet sobre el entorno de seguridad desde 2008 hasta 2018. A partir del primer semestre de 2017, se observa un aumento, seguido de un declive en el tercer semestre. Finalmente, en el primer semestre de 2018, se registra un gran aumento, ya que pasó del 10% al 50% en las búsquedas en internet sobre la seguridad.

Con esta información, se puede confirmar el peso que tiene la percepción de seguridad del país hacia sus visitantes extranjeros, la cual afecta de manera directa los principales destinos turísticos mexicanos, incluido por supuesto, el icónico estado de Guanajuato.

En este marco y partiendo del anterior contexto, el presente estudio expone y analiza la evolución de los datos sobre la percepción de seguridad del estado hacia los visitantes nacionales e internacionales, así como a los habitantes y prestadores de servicios de los principales destinos turísticos del estado de Guanajuato, con el objetivo de analizar cómo esta percepción de seguridad, sumada a la distribución de "notas rojas" y a los efectos de la pandemia por COVID-19 impactaron en la demanda de servicios turísticos en el periodo 2020-2023, y con base en dicho análisis, proponer una serie de estrategias para propiciar al diseño de políticas públicas que aseguren un mejor disfrute de la



oferta turística de los destinos de Guanajuato en un ambiente seguro y de paz para habitantes y visitantes.

VI.III. ANTECEDENTES DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO SUSTENTABLE EN EL ESTADO DE GUANAJUATO

El turismo sustentable, una práctica que busca equilibrar el desarrollo turístico con la preservación del medio ambiente y el bienestar de las comunidades locales, tiene sus raíces en una creciente conciencia ambiental y social que surgió en la segunda mitad del siglo XX. A medida que el turismo se convertía en una fuerza económica global, se hizo evidente la necesidad de gestionar este crecimiento de manera responsable.

Durante las décadas de 1970 y 1980, México emergió como un destino turístico de renombre a nivel internacional. Sin embargo, este período también presenció una creciente conciencia sobre los impactos negativos del turismo, como la degradación ambiental y la explotación de comunidades locales. En la década de 1990, México comenzó a abordar de manera más proactiva la sostenibilidad en el turismo. Se crearon programas y políticas gubernamentales para promover prácticas más responsables en el sector, incluyendo el fomento del ecoturismo y la certificación de destinos sustentables.

El nuevo milenio vio un aumento en el enfoque en el ecoturismo y en la participación de las comunidades locales en el desarrollo turístico. Se establecieron áreas protegidas y reservas naturales que promueven la conservación de la biodiversidad mientras se buscaba atraer a turistas interesados en la naturaleza. En el siglo XXI, México consolidó su compromiso con el turismo sustentable, pues la planeación del desarrollo nacional en la administración federal del 2000-2006 se encaminó hacia el crecimiento dinámico, incluyente y sustentable, debido a esto, se promovieron prácticas de gestión ambiental



en hoteles y restaurantes, y se incentivaron proyectos de turismo comunitario y rural para empoderar a las poblaciones locales.

En la actualidad, el país continúa avanzando en su compromiso con el turismo sustentable, ya que ha adoptado un enfoque más integral que abarca la gestión de residuos, la conservación de recursos naturales, la promoción de la cultura local y la participación de las comunidades en la toma de decisiones relacionadas con el turismo.

A pesar de los avances en el turismo sustentable, México enfrenta desafíos como la gestión adecuada de la afluencia turística en destinos populares y la mitigación de los impactos negativos en el medio ambiente. Sin embargo, el país también cuenta con un vasto potencial en términos de biodiversidad, patrimonio cultural y belleza natural, que lo posiciona como un líder en turismo sustentable en América Latina.

En resumen, los antecedentes del turismo sustentable en México reflejan un compromiso constante con la preservación de su rica herencia cultural y natural mientras se promueve el desarrollo económico y el bienestar de las comunidades locales. Se ha demostrado que el turismo sustentable puede ser un motor de crecimiento económico y social, al tiempo que se protegen los recursos para las futuras generaciones y se ofrece a los visitantes experiencias auténticas y responsables.

En este sentido, el Estado de Guanajuato también ha evolucionado en el ámbito del turismo sustentable a lo largo de los años. Esta evolución se ha caracterizado por un esfuerzo constante y decidido por encontrar el equilibrio entre el desarrollo turístico y la preservación del medio ambiente, así como el bienestar de las comunidades locales.

En las décadas de 1970 y 1980, el estado de Guanajuato comenzó a atraer la atención como destino turístico gracias a su patrimonio cultural, histórico y arquitectónico. Durante este período, la preservación de los sitios históricos, como la ciudad de Guanajuato y San Miguel de Allende, se convirtieron en una prioridad.



En la década de 1990, el turismo cultural adquirió una relevancia significativa en la entidad. La ciudad de Guanajuato fue nombrada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1988, y San Miguel de Allende siguió sus pasos en 2008. Estos reconocimientos contribuyeron a la conservación de la arquitectura colonial y al fortalecimiento del turismo cultural, destacando la importancia de preservar el patrimonio mientras se atraían visitantes.

A medida que avanzaba el siglo XXI, el estado reconoció la necesidad de adoptar prácticas de gestión más sostenibles en sus destinos turísticos. Las autoridades locales, junto con actores del sector privado y la sociedad civil, comenzaron a promover iniciativas de sostenibilidad. Esto incluyó la implementación de políticas de gestión de residuos, la promoción de la conservación ambiental y la capacitación en turismo sustentable para los prestadores de servicios.

En el siglo XXI, se destacó como un destino propicio para el ecoturismo pues la región cuenta con una amplia variedad de áreas naturales protegidas, como la Reserva de la Biosfera Sierra Gorda, que atrae a amantes de la naturaleza y promueve la conservación de la biodiversidad, Sierra de Lobos y Sierra de Santa Rosa por mencionar algunas. Se han establecido rutas de senderismo, paseos en bicicleta y proyectos de turismo rural que involucran a comunidades locales en la oferta de experiencias auténticas y sostenibles.

En la actualidad, el estado de Guanajuato ha establecido el turismo sustentable como una prioridad en su agenda. Se han implementado estrategias para promover la sostenibilidad en el sector, incluyendo la certificación de hoteles y restaurantes sostenibles, así como la educación ambiental dirigida a visitantes y residentes.

En virtud de priorizar la sustentabilidad en la agenda pública, la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato forma parte de la Red Mexicana del Pacto Mundial, esta es

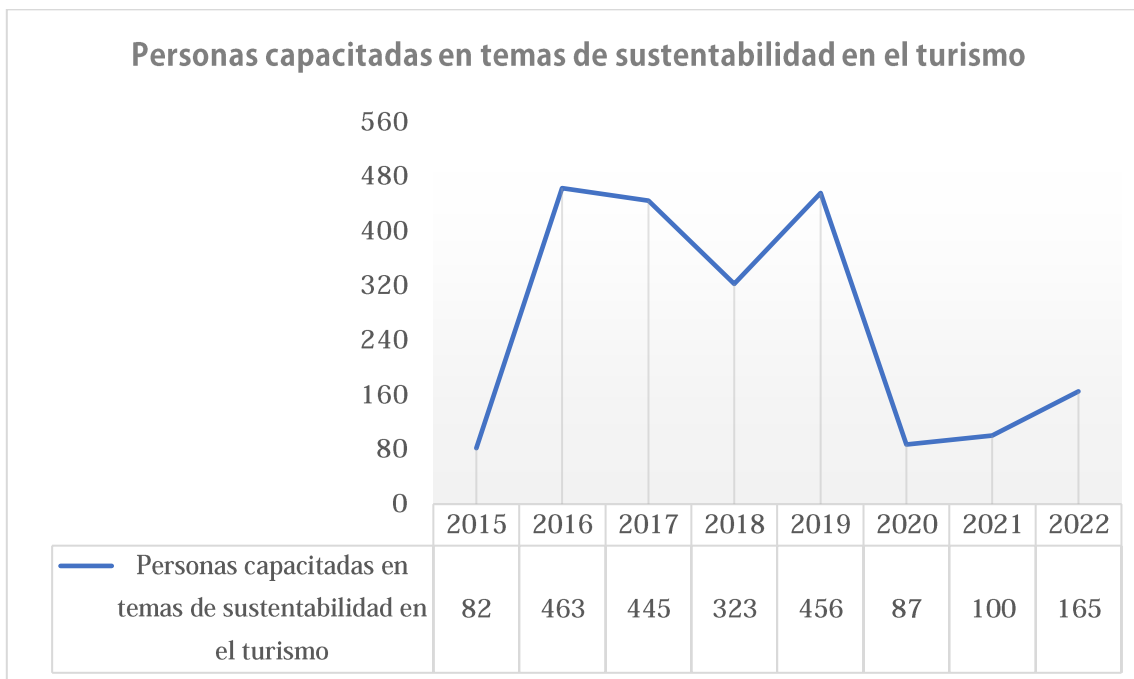


una iniciativa de la Organización Mundial de las Naciones Unidas que promueve la acción empresarial orientada a los objetivos de Desarrollo Sostenible a través de la Responsabilidad Social.

Además, según el Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato (OTEG), se ha implementado un Modelo de Sustentabilidad Turística que incluye un manual de buenas prácticas. Este abarca diversos temas, como la vida diaria, la gestión de residuos, el uso eficiente del agua, la energía responsable y directrices para guías turísticos. Asimismo, se han desarrollado herramientas para que los prestadores de servicios turísticos mejoren sus prácticas, tales como una calculadora de carbono y el Distintivo Guanajuato Turismo Sostenible para Eventos Turísticos dentro del estado. Es importante destacar que estas prácticas están alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

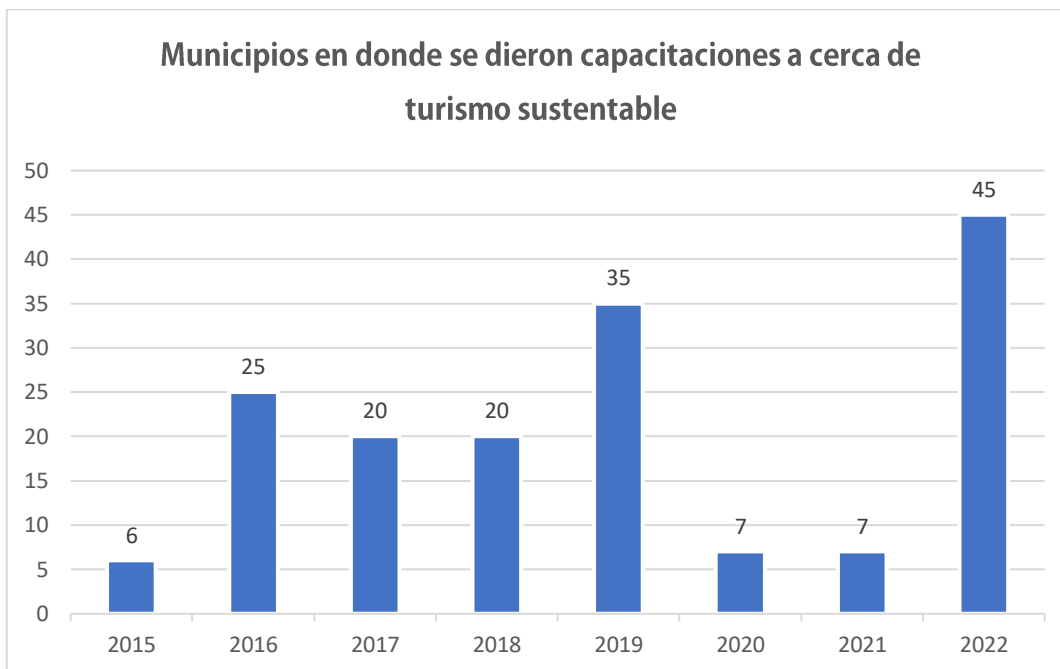
Según los registros del documento “Indicadores Turísticos Estatales Sustentables 2015-2023” aplicados por la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, se ha llevado a cabo un registro de capacitaciones en turismo sostenible en la mayoría de los municipios de Guanajuato desde 2015 hasta 2022. No obstante, es relevante destacar que el único municipio que no ha recibido estas capacitaciones en ningún año es Pueblo Nuevo.

A continuación, en la presente gráfica (Gráfica 2) se ilustra el número total anual de personas que participaron en las capacitaciones. Se destaca el año 2016 como el más activo en materia de formación, coincidiendo con el periodo en que se registró la cifra más alta de prestadores de servicios turísticos que obtuvieron el certificado "Biosphere", el cual esta alineado con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Asimismo, en ese mismo año se observó el mayor número de eventos con estimación de huella de carbono, con un total de 9 eventos.



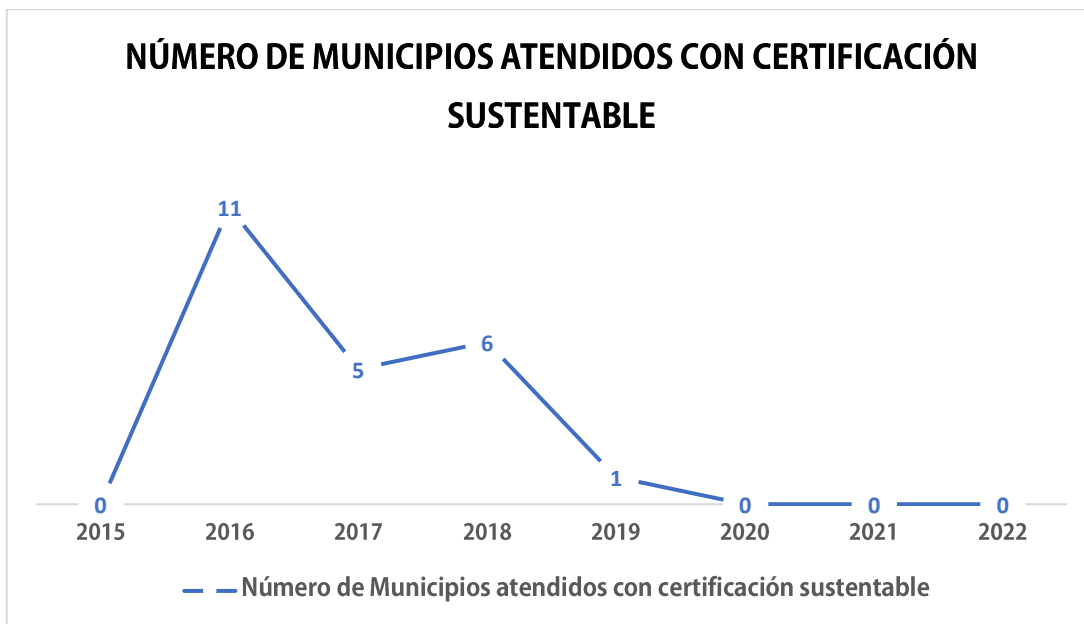
Gráfica 2.- Personas capacitadas en temas de sustentabilidad en el turismo
Elaboración propia con datos del documento "Indicadores Turísticos Estatales Sustentables 2015-2023".

Por otra parte, en la siguiente gráfica (Gráfica 3) se visualiza el número total de municipios atendidos con capacitación sobre turismo sustentable. Cabe resaltar que, a pesar de que en el año 2022 se atendió a 45 municipios de los 46 en cuestión de capacitación en materia de sustentabilidad (excepto Pueblo Nuevo), la obtención de capacitaciones en ese año no fue tan significativa en comparación con el pico alcanzado en 2016 y 2019.



*Gráfica 3.- Numero de municipios atendidos con capacitación sobre turismo sustentable
Elaboración propia con datos del documento "Indicadores Turísticos Estatales Sustentables 2015-2023".*

Por otro lado, al observar la gráfica siguiente (Gráfica 4), se destaca que el año 2016 fue notable por ser el período de mayor difusión y promoción de la sensibilidad en materia de sustentabilidad. Durante este año, como se muestra en la Gráfica 2, se registró el mayor número de personas capacitadas en temas de sustentabilidad, así como el máximo número de certificados de sustentabilidad obtenidos, totalizando 11 certificaciones.



Gráfica 4.- Numero de municipios atendidos con certificación sustentable
Elaboración propia con datos del documento "Indicadores Turísticos Estatales Sustentables 2015-2023".

En pocas palabras, Guanajuato ha realizado avances notables en la promoción del turismo sostenible, marcando hitos significativos en capacitación, certificación y aplicación de prácticas sustentables en eventos. Sin embargo, la necesidad de una mayor atención en ciertos municipios y la variabilidad en la certificación indican áreas potenciales para un enfoque más estratégico y equitativo en los esfuerzos de sustentabilidad turística.

VI.IV. ANTECEDENTES DE LAS TENDENCIAS EN MATERIA TURÍSTICA EN EL ESTADO DE GUANAJUATO

La situación antes, durante y después del inicio de la pandemia de COVID-19 en relación con los viajes ha experimentado cambios significativos. Estos cambios no se debieron únicamente a las restricciones de viaje sino también debido a las nuevas tendencias de viaje.



En la última década, se ha observado una acelerada transformación sin precedentes en las tendencias de viaje, donde las tradicionales vacaciones han dado paso a una era de exploración más espontánea y experiencial. Este cambio radical ha sido impulsado por una convergencia de factores, desde la creciente influencia de las redes sociales hasta el deseo creciente de los viajeros de sumergirse en autenticidad cultural y escapar de las rutas turísticas convencionales.

En este nuevo panorama, la tecnología desempeña un papel fundamental al proporcionar herramientas que facilitan la planificación flexible, la conexión instantánea con comunidades locales y la búsqueda de experiencias únicas. Así, el viaje contemporáneo se presenta como un lienzo en blanco, donde los viajeros pueden pintar sus propias historias y descubrir destinos de manera más libre y personalizada que nunca.

De acuerdo con Visitmexico 2023², el estado de Guanajuato, se ha consolidado como el principal centro turístico colonial de México gracias a la variedad de sus atractivos, que incluyen seis Pueblos Mágicos, dos Ciudades Patrimonio, cinco zonas arqueológicas y Paraderos Turísticos que atraen a visitantes de todo el país y del extranjero.

Con una amplia gama de opciones turísticas, el estado y sus destinos acogen a viajeros en busca de cultura, romance, destilados, enología, bienestar, gastronomía, naturaleza y aventura, así como a aquellos interesados en turismo de reuniones y deportivo (conocidos como segmentos turísticos), gracias a su sólida infraestructura.

Nuestro estado también se distingue como sede de eventos destacados, como la Feria de León, el Festival de Cine de Guanajuato, los Festivales de Vendimias, el Festival Internacional Cervantino, el Festival del Globo y el Festival Internacional José Alfredo

² S.A. (2023). visitmexico. Obtenido de GUANAJUATO: <https://visitmexico.com/guanajuato>



Jiménez. El estado de Guanajuato se posiciona como el destino en México donde se viven experiencias inolvidables.

VII. HALLAZGOS

VII.I. RESULTADOS DE LA SITUACIÓN DEL EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO DEL ESTADO DE GUANAJUATO

A continuación, se enlistan los hallazgos más relevantes del estudio realizado en materia de empleo en el sector turístico del estado de Guanajuato; sin embargo, para su consideración se tienen en cuenta los siguientes aspectos sobre las respuestas:

La información proviene de empleados que laboran en hotelería y servicios de hospedaje (22%), en agencias y operadoras turística (22%), en restaurantes y servicios de alimentos y bebidas (25%), en comparación con el otro 17% que trabaja en organizadoras de eventos y, por último, 6% de los encuestados trabajan en entretenimiento nocturno (bares, antros, centros de espectáculos).

Más de 37% trabajan en mandos medios o ejecutivos en los negocios turísticos mencionados en el punto anterior.

El 55% proviene de empleos formales, que ofrecen prestaciones y contratos no temporales.

Las cifras anteriores se distribuyen entre los 17 destinos identificados para el estudio, principalmente León (28%), San Miguel de Allende (10%), Guanajuato (8%), Salamanca (7%), Irapuato (6%), Celaya (6%) y San Luis de la Paz (6%).



EMPLEADOS DEL SECTOR TURÍSTICO DEL ESTADO DE GUANAJUATO.

En cuanto a los hallazgos de la situación de empleo:

Horario laboral

El 80% de los encuestados mencionó contar con un horario definido de entrada y salida.

Por el contrario, un 20% de los encuestados mencionó, no contar con un horario fijo de entrada y salida.

Un 40% menciona que su horario se respeta normalmente.

Mientras un 29% refleja que su horario de trabajo se respeta, a veces.

Finalmente, un 22% de los encuestados refleja que su horario establecido siempre se respeta. Por el contrario, un 9% indica que su horario nunca se respeta.

Jornada de trabajo

Por otro lado, estas respuestas siguen una tendencia similar, ya que, el 33% mencionó que normalmente trabaja más de 48 horas a la semana, mientras que el 16% comentó que siempre trabaja más de 48 horas a la semana, en comparación con el 13% respondió que nunca trabaja más de 48 horas a la semana y otro 38% respondió que a veces trabaja más de 48 horas a la semana.

Además, como lo mencionan Reyes, Maynez, Cavazos & Hernández (2019), aunque la naturaleza del trabajo en el sector de servicios y la operativa es diferente, en ambos casos el trabajo es extenuante, por lo cual puede manifestarse agotamiento (físico y mental) que eventualmente puede llevar a los empleados a tener la intención de rotar.

Remuneración económica



Los resultados de la pregunta sobre si la remuneración económica cubre las necesidades básicas de los empleados en el sector turístico de Guanajuato reflejan una variedad de percepciones.

El 37% respondió que a veces su salario es suficiente para cubrir sus necesidades básicas. Esto podría indicar una situación financiera precaria, donde a veces logran llegar a fin de mes, pero con dificultades. Un 34% de los empleados encuestados menciona que normalmente su salario es suficiente para cubrir sus necesidades básicas.

Y, el 8% afirma que su salario nunca es suficiente para cubrir sus necesidades básicas. Esto podría indicar dificultades financieras graves.

Estos resultados sugieren que hay una disparidad en la percepción de la remuneración económica entre los empleados del sector turístico de Guanajuato.

En contraste, solo el 21% de los encuestados respondió que siempre su salario es suficiente para cubrir sus necesidades básicas.

Pago por horas extra

El 61% mencionó que nunca recibe pago extra por el tiempo trabajado, mientras que el resto de las respuestas se dividieron entre siempre, normalmente y a veces.

Por otro lado, la mayoría de las respuestas de la pregunta *¿crees que tu salario es proporcional al tiempo que trabajas?*, se encuentran entre normalmente, a veces y nunca con un 79% entre las tres, es decir, existe una percepción de que el salario aún no es proporcional al tiempo que se trabaja.

Incentivos

Ahora bien, para la pregunta sobre el reconocimiento del trabajo por parte de los jefes el grueso de las respuestas sigue la misma tendencia que la pregunta anterior, dado que



solo el 12% de la población encuestada se siente siempre reconocida por su jefe en comparación con el 88% que percibe que normalmente, a veces o nunca recibe reconocimiento.

Carga de trabajo y estrés laboral

Por otra parte, el 89% de la población respondió estar siempre, normalmente y a veces estresado durante la mayor parte de la jornada laboral y, en gran medida, los encuestados mencionaron que habría que contratar a más colaboradores en el área para repartir la carga de trabajo con un 79% de las respuestas, mismas que se repartieron entre, a veces, normalmente y siempre. A esta pregunta solo el 21% respondió que no es necesaria la contratación.

Oportunidades de crecimiento profesional

El 70% respondió haber identificado oportunidades de crecimiento laboral.

Discriminación

Cerca del 74% mencionó no haber experimentado discriminación en el lugar de trabajo.

Abandono del puesto de trabajo

El 48% respondió que a veces ha considerado dejar su actual puesto de trabajo por los siguientes motivos:

- a. Pocas oportunidades reales de crecimiento.
- b. Estacionalidad de los empleos en el sector.
- c. Carga excesiva de trabajo.
- d. Trabajo bajo presión.
- e. Ausencia de incentivos.
- f. Trabajo poco remunerado.



g. Exceso de horas de trabajo.

No obstante, a pesar de la naturaleza del sector, el 39% no buscaría empleo en un sector que no sea el turístico, ya que el 80% de los encuestados respondió que su puesto en el sector coincide con las habilidades, capacidades y conocimientos que posee.

De acuerdo con Caldera, 2019, los resultados arrojaron que las principales causas de rotación de personal son: a) el sistema de compensaciones (salariales y no salariales) no es competitivo; b) el sistema de reclutamiento y selección de personal no es adecuado; y c) los empleados se encuentran desmotivados por la falta de claridad en sus tareas y funciones.

Balance laboral

Por otro lado, la mayor parte de las respuestas de la pregunta sobre el balance entre la vida personal y laboral se centraron en normalmente y a veces con un 83%. Además, existe un consenso favorable hacia el ambiente laboral, ya que el 46% comentó que este les permite desempeñar las funciones adecuadamente y el 65.9% mencionó haber sido capacitado para las funciones que desempeña.

Lo que más valora el empleado

Lo que más se valora por parte de los trabajadores es el sueldo (18.9%) y las oportunidades de crecimiento (19.8%).



Ex empleados del sector turístico del estado de Guanajuato.

En cuanto a los hallazgos de la situación de empleo se menciona lo siguiente:

Abandono del puesto de trabajo.

Entre los principales motivos que influyeron para que los exempleados dejaran su anterior empleo en el sector turísticos fueron:

- a. Falta de compensaciones salariales. (36%)
- b. Exceso de horas de trabajo. (34%)
- c. Carga excesiva de trabajo. (22%)
- d. Mal ambiente laboral. (14%)
- e. Falta de incentivos. (14%)
- f. Ausencia de prestaciones laborales. (14%)
- g. Poca claridad en las tareas a desempeñar. (10%)
- h. Estacionalidad del trabajo. (10%)
- i. Otros motivos. (14%)

La totalidad de las respuestas no alcanzará el 100% debido a que la pregunta 9 del cuestionario para exempleados permite respuestas de opción múltiple.

Ambiente laboral

El ambiente laboral se posiciona como una fortaleza clave para la retención de empleados en la empresa, según lo expresado por el 46% de los exempleados participantes en la encuesta, pues esto es un aspecto que se valora según las respuestas.

Incentivos

Además, el 48% se sintió apoyado por su gerente, normalmente y el otro 52% respondió tener este apoyo siempre y a veces. El 78% de los exempleados volvería a trabajar en turismo y el 94% respondió haber recibido una capacitación adecuada para desarrollar



el puesto de trabajo. Por otro lado, los extrabajadores mencionaron que, si hubieran contado con incentivos mejor salario, menos horas de trabajo y plan de desarrollo profesional se habrían mantenido en su puesto anterior.

Oportunidades de crecimiento profesional

El 68% de los encuestados mencionó haber logrado identificar oportunidades de desarrollo en la empresa en la que laboró.

Trabajo en el sector

El 78% de los empleados encuestados expresan que si volverían a trabajar en el sector turístico pese a las condiciones poco favorables detectadas actualmente, mientras un 22% de los encuestados mencionan que no volverían a trabajar en el rubro.

Aguilar (1994)³ establece que los empleados que se desarrollan en el sector turismo ven a sus empleos como un beneficio aun cuando saben que no es el mejor pagado y que cuando se presentan condiciones adversas en las economías, es mejor tenerlo a estar desempleado. Lo anterior ocasiona poco desarrollo laboral puesto que no brinda una estabilidad laboral, en ocasiones es un trabajo temporal y esto trae como consecuencia que la rotación por el mismo giro del turismo sea alta.

³ Aguilar, A. (1994). Ingreso y mercado laboral en ciudades turísticas. Puebla: Red Nacional de Investigación Urbana (RNIU), 0- 18.



En cuanto a los hallazgos de la situación de empleo:

Empleadores del sector turístico del estado de Guanajuato

Abandono del puesto de trabajo

De acuerdo con las respuestas de los empleadores, los principales motivos por los cuales los empleados deciden dejar sus puestos de empleo son los siguientes:

- a. Estacionalidad del trabajo. (37.5%)
- b. Compensaciones salariales no competitivas. (36.5%)
- c. Ausencia de prestaciones laborales. (25%)
- d. Falta de incentivos. (15.4%)
- e. Reclutamiento de personal de forma inadecuada. (11.5%)
- f. Exceso de horas de trabajo. (11.5%)

Oportunidades de crecimiento profesional

En este sentido, el 57.7% de los encuestados respondieron que uno de los factores que contribuyen a la rotación de empleados es la falta de oportunidades de crecimiento o de desarrollo profesional. Por otra parte, la estacionalidad también es un factor importante en la rotación, pues un 54.8% de las respuestas se centró en que la estacionalidad contribuye mucho a la rotación.

El 72.1% de los empleadores mencionaron que la rotación de empleados afecta a la continuidad y calidad del servicio en el sector turístico y 68.3% de los encuestados respondió contar con un plan para retener a empleados valiosos para reducir la rotación.



Acciones de retención de personal

Entre las acciones más empleadas para retener al personal son:

- a. Estandarizar los procesos de capacitación. (46.2%)
- b. Brindar prestaciones laborales. (41.3%)
- c. Aumentar el sueldo. (31.7%)
- d. Implementar un plan de vida y carrera. (29.8%)
- e. Ajustar las horas de trabajo. (27.9%)

Por otra parte, el 68.3% de los encuestados mencionaron que la rotación de empleados afecta mucho a la continuidad y calidad del servicio en el sector turístico y el 58.7% comentó que la rotación también impacta en la calidad de los servicios que ofrecen.

Según Caldera (2019)⁴, la rotación de personal para una organización es a menudo, un índice importante de la eficiencia con que se están desempeñando las diferentes funciones de personal por parte de los máximos líderes de dicha institución.

Asimismo, el 62.5% comentó que la rotación de empleados también afecta en gran medida a la reputación del destino turístico. Sin embargo, el 36.5% considera que las bajas laborales en su empresa sí podrían llevarlos a la quiebra.

⁴ González, D., Del Consuelo Caldera (2019). Rotación DE PERSONAL EN LA INDUSTRIA HOTELERA EN EL ESTADO DE GUANAJUATO, M XICO.

https://www.redalyc.org/journal/3312/331267304006/html/#redalyc_331267304006_ref25



Capacitación y entrenamiento

Por último, el impacto de la capacitación y formación de nuevos empleados en las finanzas de la empresa afectan mucho con un 76% de las respuestas, pues es un gasto que podría evitarse si se retuviera el personal, en este caso.

Ingresos y presupuestos

Además, el 64.4% mencionó que la rotación de empleados está relacionada con la disminución o aumento de los ingresos en la empresa y esto también ha influido en mantener relaciones a largo plazo con clientes y turistas recurrentes con un 39.4% de las respuestas.

De acuerdo con Caldera (2019), se puede decir que la que la rotación que más afecta a las organizaciones es la voluntaria, ya que es decisión propia del empleado abandonarla y esto puede ocasionar costos no previstos a las organizaciones, puesto que no siempre se tiene contemplada la salida del personal. Cuando sucede esto último, la organización debería indagar en las motivaciones que llevaron al empleado a tomar esta decisión.

En este sentido, el 53.8% de los encuestados agregaron presupuesto adicional para mantener la calidad de los servicios debido a la rotación de empleados. Y el 76% ha implementado estrategias para retener a empleados clave como medida preventiva para proteger los ingresos de la empresa, ya que el 44.2% comentó que el impacto es medio en la utilidad debido a la rotación y un 26.9% mencionó que el impacto es alto.



Relación con Hallazgos Anteriores:

Aspecto	Resultado de la encuesta	Caldera (2019)
Compensaciones y Rotación	Compensaciones salariales son motivo principal de abandono.	Sistema de compensaciones no competitivo es causa de rotación
Reclutamiento y Motivación	Reclutamiento inadecuado y falta de incentivos son motivos de rotación.	Los sistemas de reclutamiento y desmotivación causan rotación.
Estabilidad vs. Desempleo	Empleados ven beneficio en el sector turismo a pesar de condiciones adversas, influyendo en la alta rotación.	Empleados prefieren empleo en turismo aun siendo temporal, afectando la estabilidad laboral y aumentando la rotación.
Eficiencia y Rotación	La rotación afecta la calidad y continuidad del servicio.	Rotación es índice de eficiencia en funciones de personal y afecta a las organizaciones.
Rotación Voluntaria y Costos	Consideraciones de empleados sobre abandonar puestos sugieren posible rotación voluntaria.	La rotación voluntaria impacta a las organizaciones, generando costos no previstos.

Tabla 1.- Vinculación entre hallazgos propios y los encontrados por Caldera (2019). Elaboración propia.



En el sector turístico de Guanajuato, las compensaciones salariales emergen como un factor crucial en la rotación laboral, afectando la retención de empleados al no ser competitivas. La variabilidad en los horarios laborales y el estrés resultante resaltan la necesidad de contratación adicional. A pesar de los desafíos, el ambiente laboral positivo se destaca como un factor de retención, mientras que mejoras salariales y oportunidades de desarrollo podrían motivar el regreso de empleados.

Desde la perspectiva de los empleadores, la estacionalidad, compensaciones no competitivas y falta de incentivos son motivos clave de rotación. La capacitación de nuevos empleados se percibe como un gasto evitable mediante la retención del personal existente. La rotación impacta en las finanzas, llevando a estrategias y asignación de presupuesto para retener empleados clave.

Estas conclusiones se alinean con las observaciones de Caldera (2019) y Aguilar (1994), destacando la importancia de compensaciones, reclutamiento adecuado, motivación y retención para abordar la rotación en el sector turístico. La temporalidad, aunque puede motivar la rotación, no impide que muchos empleados elijan permanecer en el sector, subrayando la relevancia de alinear habilidades con roles para una retención efectiva. La rotación constante afecta la calidad, eficiencia y finanzas de las empresas, subrayando la necesidad de estrategias equilibradas para mejorar las condiciones laborales y promover la retención en este sector clave para la economía local.



CAUSAS DE LA ROTACIÓN DE EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO DEL ESTADO DE GUANAJUATO

Con base en la información y hallazgos, se presenta la siguiente síntesis de las principales causas que provocan la rotación de empleo en el sector turístico del estado de Guanajuato, conjuntando las opiniones de los tres perfiles clave:

Concentrado de Causas		
EMPLEADOS	EXEMPLEADOS	EMPLEADORES
Pocas oportunidades de crecimiento (25%)	Compensaciones salariales no competitivas (36%).	Estacionalidad del trabajo (37.5%).
Estacionalidad de los empleos (19%)	Exceso de horas de trabajo (34%).	Compensaciones salariales no competitivas (36.5%).
Carga excesiva de trabajo (19%)	Carga excesiva de trabajo (22%)	Ausencia de prestaciones laborales (25%)
Trabajo bajo presión (16%)	Ambiente laboral (14%)	Falta de incentivos (15.4%).
Ausencia de incentivos (14%)	Falta de incentivos (14%)	Exceso de horas de trabajo (11.5%).
Trabajo poco remunerado (13%)	Ausencia de prestaciones laborales (14%)	Reclutamiento de personal de forma no adecuada (11.5%).
Exceso de horas de trabajo (12%)	Poca claridad en las tareas a desempeñar (10%)	
	Estacionalidad del trabajo. (10%)	

Tabla 2.- Concentrado de Causas. Elaboración propia.

La tabla actual presenta la incidencia de cada respuesta entre los tres públicos mencionados anteriormente, expresada en porcentajes. En el primer nivel, se analizan las causas de la rotación laboral en el sector turístico, las cuales fueron mencionadas



por empleados, exempleados y empleadores. Para calcular el porcentaje en este nivel, se sumaron los porcentajes de cada público y se obtuvo un promedio.

En el segundo nivel, se detallan las causas mencionadas únicamente por dos de los tres públicos. Para calcular el porcentaje en este caso, se sumaron los porcentajes de los dos públicos en los que se menciona la causa y se dividió entre esos dos públicos.



Finalmente, en el tercer nivel, se describen las causas que solo fueron mencionadas por un público, y se presenta el porcentaje tal cual, indicando así su menor incidencia.

Clasificación de causas por nivel de prioridad y atención.	
CAUSAS DE PRIMER NIVEL	
Compensaciones salariales no competitivas (28.2%)	
Estacionalidad de los empleos (22.2%)	
Exceso de horas de trabajo (19.2%)	
Falta de incentivos (14.5%)	
CAUSAS DE SEGUNDO NIVEL	
Carga excesiva de trabajo (20.5%)	
Ausencia de prestaciones laborales (19.5%)	
CAUSAS DE TERCER NIVEL	
Pocas oportunidades de crecimiento (25%)	
Trabajo bajo presión (16%)	
Ambiente laboral (14%)	
Reclutamiento de personal de forma no adecuada (11.5%)	
Poca claridad en las tareas a desempeñar (10%)	

Tabla 3- Clasificación de causas por nivel de prioridad y atención. Elaboración propia.

Esta clasificación por niveles permite un manejo estratégico y prioritario en la atención de las principales causas detectadas, a fin de proponer acciones y mejores prácticas que puedan ser adoptadas en un corto plazo.



CONSECUENCIAS DE LA ROTACIÓN DE EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO DEL ESTADO DE GUANAJUATO

En este capítulo, se examinan las posibles consecuencias que derivan de las causas identificadas en capítulos anteriores.

Desde la perspectiva de los trabajadores y extrabajadores del sector turístico del estado de Guanajuato, se identifican los impactos que la inestabilidad laboral puede influir en su bienestar, desarrollo profesional y sentido de pertenencia. Asimismo, se considera cómo las empresas turísticas se ven afectadas por la alta rotación de empleados impactando principalmente en su administración e ingresos, explorando los desafíos que enfrentan al reclutar, capacitar y mantener un personal calificado y comprometido.

Para el desarrollo de este capítulo, se parte de una matriz de consecuencias, las cuales se derivan de las causas por cada público clave y su clasificación en niveles de prioridad y atención. Estas causas y consecuencias pasan a un árbol de problemas, mismo que brindará el panorama para establecer los objetivos y estrategias (alineadas a las metas seleccionadas del Objetivo de Desarrollo Sostenible número 8) que ayuden a proponer e identificar mejores prácticas.

Matriz de consecuencias.

La siguiente matriz presenta de manera concisa las diversas consecuencias asociadas a la rotación de empleo en el sector turístico del estado de Guanajuato. A través de esta herramienta visual, se exploran los efectos que la alta fluctuación de personal tiene en los trabajadores, las empresas turísticas, la economía local y la calidad de los servicios ofrecidos a los visitantes a los destinos de estudio en el corto y largo plazo. Cada celda de la matriz representa una conexión entre las causas identificadas de rotación de empleo y una consecuencia específica.

Para este análisis, se presentan las causas por nivel de prioridad y atención



Consecuencias de la rotación de empleos en el sector turístico del estado de Guanajuato de acuerdo con las causas identificadas.

CONSECUENCIAS DE PRIMER NIVEL

CAUSAS DE ROTACIÓN DE EMPLEO	CONSECUENCIAS A CORTO PLAZO	CONSECUENCIAS SECUNDARIAS O A LARGO PLAZO
Compensaciones salariales no competitivas.	Migración a un empleo o un sector productivo más factible y ampliación de jornadas laborales hasta cubrir un salario determinado.	Migración hacia las empresas competidoras y filtración de información o aumento del estrés laboral.
Estacionalidad de los empleos.	Disminución del interés por laborar en el sector turístico, incertidumbre, percepción de inestabilidad y menor aprovechamiento de oportunidades de desarrollo empresarial.	Desequilibrio en la percepción de beneficios por parte de las empresas del sector turismo.
Exceso de horas de trabajo.	Fatiga y estrés laboral.	Disminución de la productividad laboral y la calidad de vida, aumento de trastornos de salud y



		problemas de convivencia social.
Falta de incentivos.	Desmotivación, desinterés y desapego de los empleados por las actividades y circunstancias de la empresa.	Menor apoyo y menor empatía de los empleados en las necesidades y actividades de la empresa.

Consecuencias de la rotación de empleos en el sector turístico del estado de Guanajuato de acuerdo con las causas identificadas (continuación)

CONSECUENCIAS DE SEGUNDO NIVEL

CAUSAS DE ROTACIÓN DE EMPLEO	CONSECUENCIAS A CORTO PLAZO	CONSECUENCIAS SECUNDARIAS O A LARGO PLAZO
Carga excesiva de trabajo.	Insatisfacción, inconformidad y desavenencias entre el personal.	Inestabilidad de los niveles de rendimiento y disminución de la eficiencia productiva.
Ausencia de prestaciones laborales.	Oferta laboral poco atractiva, conflictos legales y disminución de la eficiencia empresarial para afrontar riesgos	Disminución de trabajadores, multas y cargos penales, pérdidas económicas significativas

CONSECUENCIAS DE TERCER NIVEL



CAUSAS DE ROTACIÓN DE EMPLEO	CONSECUENCIAS A CORTO PLAZO	CONSECUENCIAS SECUNDARIAS O A LARGO PLAZO
Pocas oportunidades de crecimiento.	Desanimo e insatisfacción de los empleados y disminución de las posibilidades de desarrollo de la empresa.	Estancamiento laboral de los empleados y estancamiento productivo de la empresa.
Consecuencias de la rotación de empleos en el sector turístico del estado de Guanajuato de acuerdo con las causas identificadas (continuación)		
CONSECUENCIAS DE TERCER NIVEL		
CAUSAS DE ROTACIÓN DE EMPLEO	CONSECUENCIAS A CORTO PLAZO	CONSECUENCIAS SECUNDARIAS O A LARGO PLAZO
Trabajo bajo presión.	Alteraciones fisiológicas, conductuales, emocionales y cognitivas.	Disminución de la productividad laboral y la calidad de vida, aumento de trastornos de salud y problemas de convivencia social
Ambiente laboral.	Impuntualidad, desmotivación, baja productividad, incumplimiento de objetivos o actitudes negativas hacia la empresa.	Servicio ofrecido a los clientes y su experiencia de compra o contratación.



Reclutamiento de personal de forma no adecuada.	Atracción de perfiles no competitivos en el área	Baja eficiencia laboral y productiva e insatisfacción tanto de empleador como de empleados
Poca claridad en las tareas a desempeñar.	Estrés o agotamiento relacionados con el trabajo, resultado de unas expectativas laborales poco claras.	Poco o nulo compromiso del empleado con los objetivos de la empresa.

Tabla 4.- Consecuencias de la rotación de empleos en el sector turístico del estado de Guanajuato de acuerdo con las causas identificadas. Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas realizadas, así como las entrevistas directas.

En este sentido, los principales hallazgos se presentan a continuación:

- La situación laboral en el sector turístico implica horarios definidos que normalmente se cumplen, pero con la posibilidad de que los empleados trabajen horas extras en algunas ocasiones. Sin embargo, es notable que estas horas adicionales no siempre se compensan económicamente, según la percepción del 61% de los encuestados, este hallazgo coincide con el empleado, el ex empleado y el empleador, en que es una de las principales causas de abandono al puesto de trabajo, el exceso de horas de trabajo. Además, el hecho de que el 83% de los empleados perciban que el equilibrio entre la vida laboral y personal ocurre solo ocasionalmente destaca la necesidad de implementar medidas que promuevan un balance más saludable.
- El estrés laboral es significativamente alto durante la jornada de trabajo, y el 79% de los encuestados sugiere que la contratación de más personal sería necesaria para reducir la carga de trabajo y, por ende, el estrés. Este hallazgo también abona a dos de las principales causas encontradas por las que el



empleado y expleado considera abandonar la empresa, el trabajo bajo presión y la carga excesiva de trabajo.

- El salario en los empleos del sector turístico es insuficiente para cubrir las necesidades básicas, este hallazgo se considera de este modo debido a que el 71% de los encuestados reflejan que solo es suficiente a veces y normalmente, mientras un 79% expresa que consideran que el tiempo trabajado no es proporcional al salario recibido. Además, eso abona a que el trabajo poco remunerado se considere una de las causas más importantes en generar rotación según la respuesta de empleados y exempleados del sector turístico. Por otro lado, coincide con la opinión del empleador, que dice que una de las razones principales de la rotación es por compensaciones salariales no competitivas.
- Los trabajadores si han identificado oportunidades de crecimiento laboral, esto se respalda con un 70% de afirmación en respuesta de los encuestados, sin embargo, la falta de oportunidades de crecimiento laboral es una de las principales causas por las que el empleado ha pensado abandonar su trabajo.
- La retroalimentación de los exempleados resalta claramente que factores como un salario más competitivo, planes de incentivos atractivos, menor carga y trabajo y oportunidades de crecimiento laboral habrían sido elementos decisivos para retenerlos en la empresa.
- Los aspectos que los empleados valoraron más de las empresas son; el sueldo (18.9) y las oportunidades de crecimiento (19.8%).
- La estacionalidad del sector turístico, con un 54.8%, se destaca como una de las causas más significativas de la rotación laboral, según la percepción tanto de empleados y exempleados como de empleadores, especialmente en empresas relacionadas con restaurantes, hoteles y agencias de viajes.



- La rotación de los empleados genera diferentes consecuencias negativas a las empresas del sector turístico que van desde disminución en la calidad y continuidad de los servicios en un 72.1%, esto reflejado por los empleadores del sector, impacta negativamente a la reputación del destino en un 62.5% e Influye negativamente en mantener relaciones de fidelización con los clientes en un 39.4%. La capacitación y formación de nuevos empleados está relacionada con la afectación de las finanzas de la empresa en un 76%. Por último, en esta serie de hallazgos se determina que las bajas laborales en su empresa podrían llevarlos a la quiebra, reflejó un 36.5% de los empleadores encuestados.
- La carencia de incentivos que fortalezcan la conexión entre la empresa y su personal se presenta como un factor compartido tanto por los empleados actuales como por los exempleados. Ambos grupos señalan la ausencia de prestaciones laborales y la falta de incentivos como aspectos críticos que están notoriamente ausentes en los empleos del sector. De manera significativa, los empleadores también coinciden con estas percepciones, ya que reconocen que la falta de incentivos (15.4%) y la ausencia de prestaciones laborales (25%) figuran entre las causas que motivan la rotación de empleados. Por la parte contraria el 55% de los empleados encuestados cuentan con prestaciones laborales y el 58% cuenta con un contrato definido.
- Los empleados del sector califican la capacitación recibida como adecuada en un 65.9%, mientras que los exempleados señalan, poca claridad en las tareas a desempeñar en un 10%, como causa de abandono laboral, aunque más adelante los mismos reflejan la capacitación como un esfuerzo bien reconocido pues la califican como adecuada en un 94%, por otra parte, también destacan que el apoyo por parte de sus gerentes se califica como, normalmente, a veces y siempre en un 48% Y 52% respectivamente, mientras tanto los empleadores del sector reconocen que una de las acciones en su



plan para la retención de personal es, estandarizar los procesos de capacitación en un 46.2%.

- La capacitación en empleos del sector turístico es ampliamente reconocida por empleados y exempleados, ambos calificándola en un 46% como adecuada. Sin embargo, es interesante notar que, a pesar de la valoración positiva, un 14% de los exempleados la identifica como una causa de abandono laboral.
- Los empleados encuestados resaltan que no buscarían empleo en un sector diferente al turístico en un 39%, el sustento para esta postura es porque mencionan que el trabajo coincide con las habilidades, capacidades y conocimientos que poseen (80%) y el sentido de pertenencia y pasión por la actividad turística. De igual manera los exempleados coinciden en contar laborando para el sector en un 78%, Por otro lado, los empleadores reflejan que cuentan con un plan para la retención de personal según el 68.3% de los empleadores encuestado, que cuenta con las siguientes acciones; brindar prestaciones laborales (41.3%), Aumentar el sueldo (31.7%), Implementar un plan de vida y carrera (29.8%), Ajustar las horas de trabajo (27.9%).
- Es alentador observar que la gran mayoría de los empleados en el sector turístico (74%) no ha experimentado situaciones de discriminación en el trabajo. Además, destaca positivamente que el 88% de los empleados sienten que su trabajo es reconocido, reflejando un ambiente laboral donde la contribución individual es valorada de manera consistente.



VII.II. RESULTADOS DEL IMPACTO DE LA SEGURIDAD PÚBLICA SOBRE LA DEMANDA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL ESTADO DE GUANAJUATO

A pesar de las condiciones post COVID – 19, las notas rojas sobre la situación actual del estado de Guanajuato que se comparten en los medios y la percepción de prestadores de servicios turísticos, el estado de Guanajuato continúa recibiendo visitantes, y estos siguen consumiendo sus servicios turísticos, exponiéndose a las condiciones negativas que se afirman en encuestas, medios de comunicación y en la opinión de habitantes de los principales destinos.

Si bien, la "percepción de seguridad" se refiere a la evaluación subjetiva que una persona o una comunidad hace sobre su nivel de seguridad en un entorno determinado. Esta percepción puede diferir de la realidad objetiva y está influenciada por una variedad de factores, como experiencias personales, información disponible, y la presencia o ausencia de amenazas percibidas.

La percepción de seguridad no siempre coincide con los datos estadísticos o los hechos concretos relacionados con la seguridad en un área específica. No obstante, esta realidad subjetiva también se confirma con datos que soportan esta percepción, tales como:



4° estado más peligroso del país.

Presencia de actividad delictiva constante.

Uno de los estados con
mayor concentración de
homicidios.

10° estado en reportar
mayor número de
personas desaparecidas.

29° estado con mayor
impacto económico por
la violencia.

Estado de cruce de
conflictos territoriales
de actores delictivos.

Ilustración 3.- Datos de paz para el estado de Guanajuato. elaboración propia con datos del índice de paz, México 2023.

Por otro lado, en junio de 2023, la Encuesta Nacional de Seguridad Pública Urbana ENSU (INEGI, 2023), elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, indicó las siguientes cifras en cuanto a la percepción de seguridad de los habitantes del estado de Guanajuato:



84.3% de la población consideraba la ciudad de
León de los Aldama insegura para residir

En la ciudad de
Guanajuato, el 64.6% de
la población informó
sentir inseguridad.

El 84.5% la población en
Irapuato se siente
insegura.

*ILUSTRACIÓN 4.- PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD SEGÚN HABITANTES DEL ESTADO DE GUANAJUATO (LEÓN, GUANAJUATO E IRAPUATO).
ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DE LA ENSU 2023.*

Los resultados de la ENSU para ciudades relevantes en el estado de Guanajuato, como León de los Aldama, Guanajuato e Irapuato, muestran un aumento significativo en la percepción de inseguridad durante el año 2023, que potencialmente podría contribuir a un entorno menos favorable para el desarrollo del turismo, ya que la percepción de inseguridad de residentes es un factor que influye en el desplazamiento de los visitantes en un destino, y así mismo al consumo y disfrute de sus servicios turísticos.

En cuanto a los delitos o conductas más preponderantes, se puede concluir muy poco a nivel estatal dado las características del estudio y su concentración únicamente en estas tres ciudades. Sin embargo, ofrece información de atención, dado que se consideran dos de las ciudades más grandes del estado y una más considerada como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.

Resulta interesante observar que, durante el tercer trimestre de 2023, la población analizada mencionó haber visto o escuchado conductas delictivas o antisociales en los alrededores de su vivienda (INEGI, 2023), y estos se relacionan principalmente con:

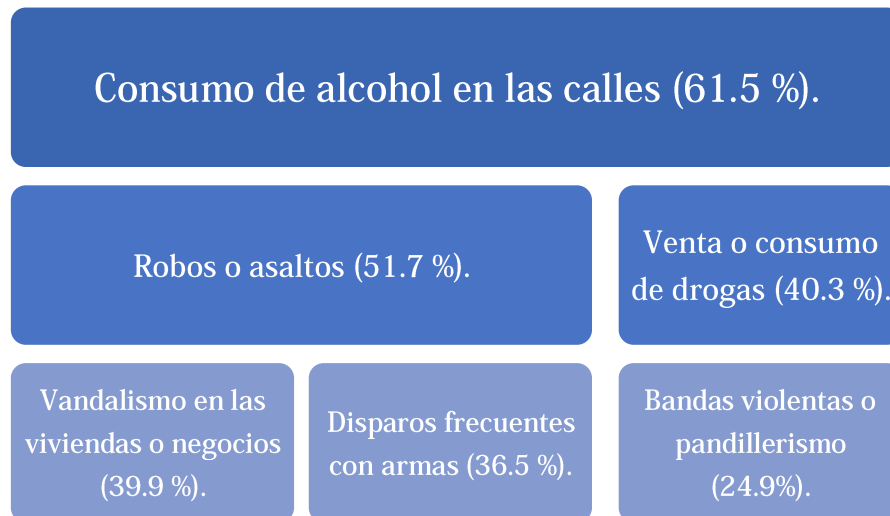


ILUSTRACIÓN 5.- CONDUCTAS DELICTIVAS O ANTISOCIALES MÁS PERCIBIDAS EN EL ESTADO DE GUANAJUATO (SOLO EN LEÓN, GUANAJUATO, IRAPUATO). ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DE LA ENSU 2023.

Por otra parte, para analizar la actividad delictiva que impacta a las entidades económicas del ámbito privado se toman como referencia los datos de la ENVE o Encuesta Nacional de Victimización de Empresas (INEGI, 2022), pues incluye información sobre la denuncia de delitos, las características de las víctimas, los tipos de delitos y los perjuicios causados, así como la percepción acerca de la inseguridad y el desempeño institucional.

La Encuesta Nacional de Victimización de Empresas (ENVE) 2022, publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), señaló que, en México, las compañías experimentaron pérdidas estimadas en 120 mil 241 millones 233 mil 767 pesos, debido a desembolsos relacionados con medidas de autoprotección contra la delincuencia y pérdidas directas.

A nivel nacional, los estados con las mayores pérdidas reportadas por las empresas fueron Ciudad de México, Estado de México y Guanajuato (INEGI, 2022), mientras que las menores pérdidas se registraron en Campeche, Baja California Sur y Nayarit.



Específicamente en el estado de Guanajuato, la encuesta reveló que el 27% de las empresas fueron víctimas de delitos, marcando una disminución del 27% en comparación con el año 2019. Los principales ilícitos informados fueron actos de corrupción y extorsión.

Los delitos en Guanajuato representaron un costo promedio de 90 mil pesos por empresa en el 2022. Además, para las empresas afectadas, estos delitos implican:

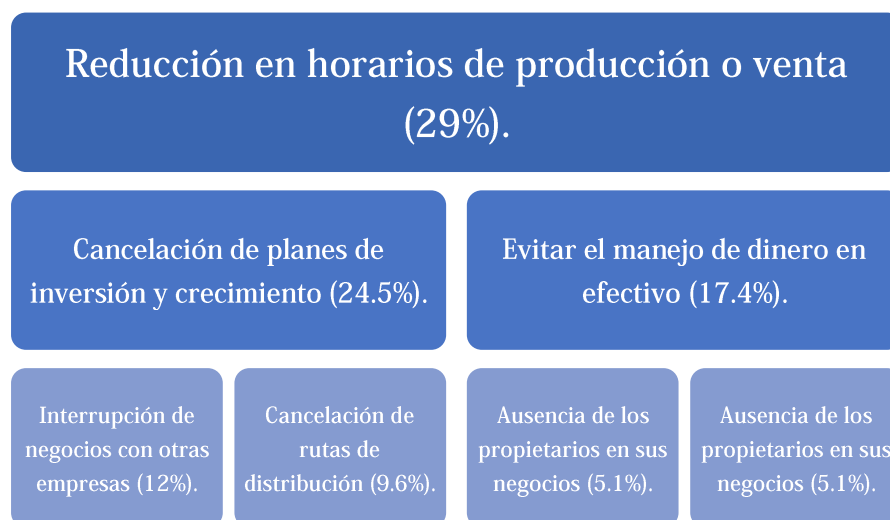


ILUSTRACIÓN 6.- ACCIONES TOMADAS POR EMPRESAS DERIVADAS DE LA EXISTENCIA DE ACTOS DELICTIVOS. ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DE LA ENVE 2022.

La ENVE indicó que el 89.4% de los delitos en Guanajuato no fueron denunciados por las empresas encuestadas, atribuyendo este fenómeno a la posibilidad de extorsión al presentar denuncias, el percibido desperdicio de tiempo, la complejidad de los trámites, la falta de confianza en las autoridades y actitudes hostiles por parte de los investigadores.



La mayoría de los delitos contra las empresas en Guanajuato se registraron entre las 12 y las 18 horas. Durante 2021, las empresas encuestadas en el estado informaron haber sufrido 29 mil 518 actos de extorsión, siendo el 88.9% de estos realizados mediante llamadas telefónicas o correo electrónico, y al menos el 15% de las empresas afectadas pagaron las exigencias de los delincuentes.

Como medidas preventivas, algunas empresas implementaron, la instalación de alarmas o cámaras de vigilancia, la colocación de rejas o bardas, la modificación de puertas o ventanas, la contratación de seguros, el empleo o mantenimiento de vigilancia o seguridad privada, así como la instalación de dispositivos de localización GPS.

Además, la conexión entre la actividad delictiva y las medidas de autoprotección adoptadas por las empresas, según la Encuesta Nacional de Victimización de Empresas (ENVE) 2022, revela la complejidad del entorno empresarial y cómo la inseguridad puede impactar directamente en la toma de decisiones y las operaciones comerciales.

Estas medidas preventivas, como el aumento de seguridad física y la contratación de servicios de seguridad privada, son indicativos de la necesidad de las empresas de protegerse contra amenazas delictivas, lo cual también puede afectar la percepción de seguridad en la comunidad y, por ende, en la industria turística.

Impacto de las notas rojas del estado de Guanajuato sobre el nivel de afluencia turística.

La Real Academia de la Lengua Española RAE, propone cinco definiciones para la palabra “impacto”, dentro de las cuales, y para los objetivos de este estudio, se toma textualmente la siguiente:

“Efecto producido en la opinión pública por un acontecimiento, una disposición de la autoridad, una noticia, una catástrofe, etc. (RAE, 2006)”



Esta definición se aplica en el contexto para analizar los efectos que las notas rojas sobre el estado de Guanajuato producen en la llegada de visitantes nacionales e internacionales, y cómo esta llegada también se ve influenciada por las percepciones y opiniones de los prestadores de servicios turísticos y habitantes de los principales destinos del estado, con el fin de determinar su nivel de afectación sobre la demanda de servicios turísticos y la derrama económica.

Con la premisa anterior, se tienen los elementos para definir el supuesto teórico que inicia este segundo nivel de análisis:

“Las notas rojas impactan/no impactan la demanda de servicios turísticos y la derrama económica en los destinos turísticos del estado de Guanajuato”.

Por lo que se considera lo siguiente:

- a. Muestreo teórico: hallazgos de la aplicación de instrumentos de consulta a dos de los cuatro públicos clave: Prestadores de servicios turísticos y Habitantes.
- b. Método comparativo constante: análisis de la incidencia de respuesta preponderante en las preguntas clave.
 - a. Se comparan y promedian los porcentajes de respuesta de cada público, considerando la constancia de los datos disponibles, es decir, se excluyen aquellos que rompan la comparativa constante, con el fin de llegar a la saturación teórica.
- c. Saturación teórica: Resultado del promedio de porcentajes de los públicos clave, es decir, cuando los datos se vuelven repetitivos y brindan fundamento para confirmar el supuesto teórico.



En este sentido, la aplicación de la metodología para el cometido de este apartado va en función de analizar únicamente los hallazgos de estos dos públicos clave, de acuerdo con su incidencia de respuesta a las preguntas:

- a. Prestadores de servicios turísticos: pregunta No. 8 “*¿Consideras que las notas rojas sobre el Estado de Guanajuato han afectado en la llegada de turistas?*”
- b. Habitantes de los principales destinos del estado de Guanajuato: pregunta No. 3 “*¿Cómo percibes el tema de seguridad en los medios de comunicación, para el Estado de Guanajuato?*”

Para las cuales, se tienen los siguientes porcentajes de respuesta, que funcionan para determinar la saturación teórica:

- a. Prestadores de servicios turísticos (PST): Si, ha afectado – 82.3%.
- b. Habitantes de los principales destinos (HAB): Negativa – 57.5%.

$$\text{Saturación teórica (2.2.1)} = \frac{(\text{PST Si, ha afectado } 82.3\%) + (\text{HAB Negativa } 57.5\%)}{2} = 69.9\%$$

2

Con base en el porcentaje de saturación teórica, un 69.9% de la población encuestada entre Prestadores de servicios turísticos y Habitantes de los destinos, confirman que:
“Las notas rojas IMPACTAN la demanda de servicios turísticos y la derrama económica en los destinos turísticos del estado de Guanajuato”.



Este supuesto teórico, considera que, la demanda de servicios turísticos está directamente relacionada con la llegada de turistas y visitantes al estado, y por ende, a la derrama económica en sus destinos.

La conclusión que se ofrece, se refuerza con la información disponible en fuentes referenciadas en el capítulo de Situación Actual de la Percepción de Seguridad en el estado de Guanajuato, de las cuales conviene citar los datos que más se relacionan con la finalidad de confirmar la percepción que se tiene por parte de estos dos públicos clave:

- México ocupa el puesto 136 en el ranking de paz global, situándose como un país que puede considerarse peligroso (Institute for Economics & Peace, 2023).
- Guanajuato es el 4° estado más peligroso del país (Institute for Economics & Peace (IEP), 2023).
- Presencia de actividad delictiva constante en Guanajuato (Institute for Economics & Peace (IEP), 2023).
- Uno de los estados con mayor concentración de homicidios (Institute for Economics & Peace (IEP), 2023).
- 84.3% de la población consideraba la ciudad de León de los Aldama insegura para residir (INEGI, 2023).
- El 84.5% de la población en Irapuato se siente insegura (INEGI, 2023).
- En la ciudad de Guanajuato, el 64.6% de la población informó sentir inseguridad (INEGI, 2023).
- Consumo de alcohol en las calles del estado de Guanajuato (61.5 %) (INEGI, 2023).
- Robos o asaltos (51.7 %) (INEGI, 2023).

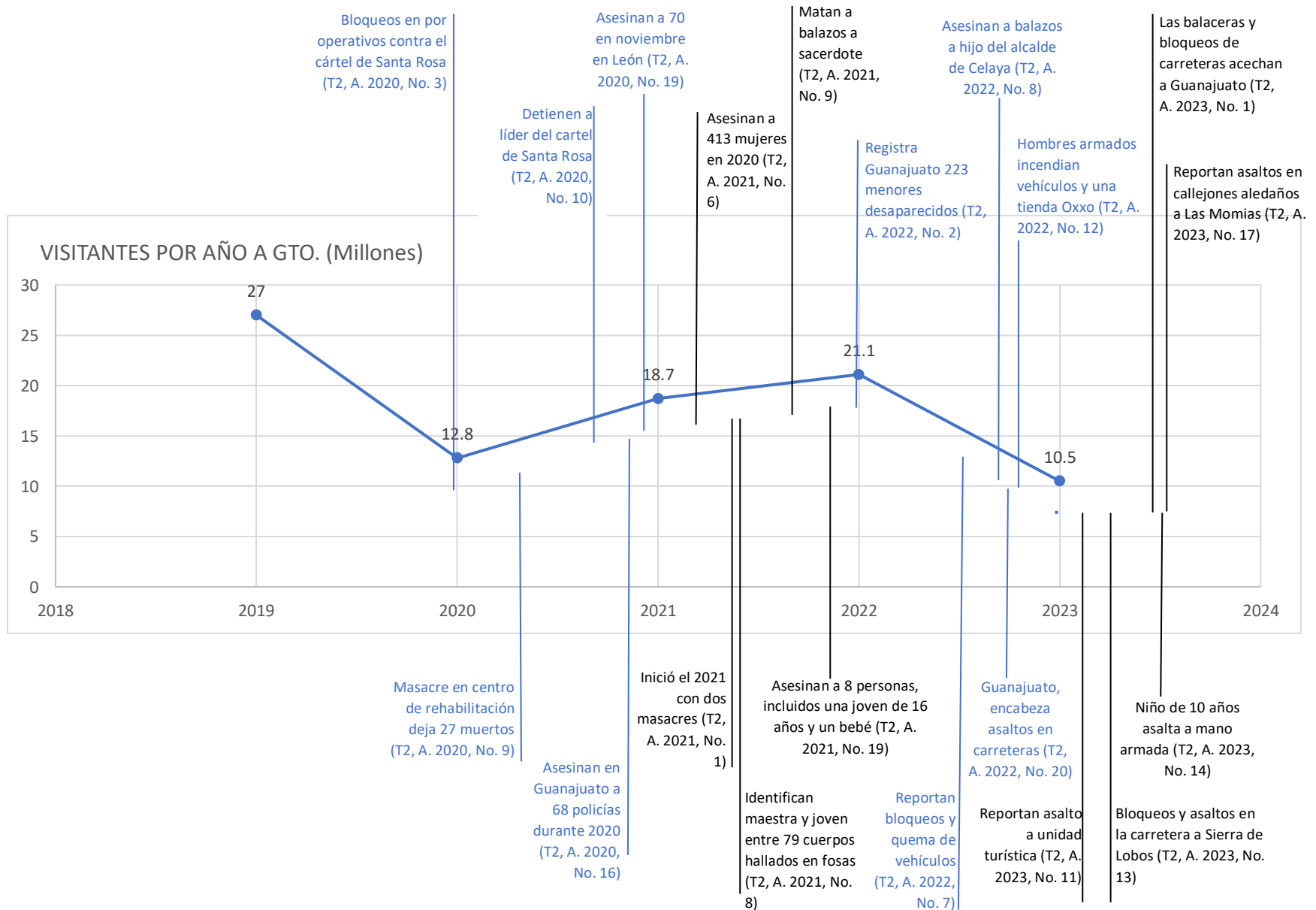
Con estas referencias y el alto porcentaje de saturación teórica, se refuerza que, los Prestadores de servicios turísticos y los Habitantes de los principales destinos del



estado, afirman que las noticias, las notas rojas y lo que se dice de la entidad en temas de seguridad tienen una fuerte repercusión en la decisión de viaje y gasto turístico, lo que indudablemente impacta en la derrama económica y en el nivel de desarrollo sostenible del turismo en el estado de Guanajuato.

En esta sección, cabe mencionar que la influencia de las percepciones de seguridad estos dos públicos sobre la de los visitantes nacionales e internacionales, tienen un fuerte efecto en el desplazamiento del turista en el destino, ya que, al no concebir su lugar de residencia como una zona segura o bien, no sentirse seguro en su entorno, la recomendación de visita a sus sitios y atractivos será mínima y negativa, afectando el gasto y el disfrute de la experiencia en el destino y promoviendo así una “mala fama” del lugar, lo cual tienen un gran peso en la decisión de desplazamiento al estado y sus destinos turísticos; por lo que se puede afirmar que, lo que los mismos habitantes guanajuatenses perciben de su lugar de residencia como destino turístico seguro o inseguro, está estrechamente relacionado con el nivel de disfrute de las experiencias que ofrece el sitio, sus atractivos y sus servicios.

Con base en lo anterior, y para determinar el nivel de afectación de las notas rojas sobre la llegada de visitantes y su demanda de servicios turísticos, se ofrece un panorama más concreto por medio de la siguiente gráfica de cruce, donde se analizan las veinte notas rojas más relevantes del periodo 2020-2023 (ver apéndice 10) en relación con la llegada de turistas reportada en el Perfil del Visitante al estado de Guanajuato en los años mencionados:



GRÁFICA 5: Fuente: elaboración propia con base en las estadísticas turísticas anuales que el OTEG registra a través del Perfil del Visitante del Estado, en contraste con el histórico estatal de eventos delictivos y de violencia, recopilado en las tablas que se muestran en el apéndice 10. Se toma 2019 únicamente como referencia inicial, no se analizan notas rojas para este año.



Esta gráfica funciona como un retrato de la situación de seguridad del estado en relación con la llegada de visitantes nacionales e internacionales y ofrece una visión amplia para determinar si verdaderamente la percepción de seguridad o inseguridad que promueven estas noticias impacta en la llegada de visitantes. Para lo cual, se tienen las siguientes interpretaciones como punto de partida a dicha determinación:

Se observa que los índices de visitas al estado disminuyen del 2019 al 2020 considerablemente más del 50%, circunstancia que se atribuye a dos fenómenos principales: la pandemia por COVID-19 y la ola de violencia y delitos, que hasta la fecha sigue aconteciendo según las fuentes.

Sin embargo, pese a la persistencia del virus, el estado seguía recibiendo visitas, lo que se puede atribuir a una urgente necesidad de viajar después del periodo de confinamiento; y aunque los años posteriores al 2020 fue aumentando gradualmente el número de visitantes, no ha logrado recuperarse a los números precedentes del 2019 o anteriores.

Hasta el primer semestre del 2023, se registran 10.4 millones de visitas a Guanajuato (OTEG, 2023), lo cual conlleva a reflexionar acerca de la fluctuación constante en la cifra de visitas anuales. El anuncio del fin de la emergencia sanitaria por COVID-19, en mayo del 2023 (OPS, 2023), se ofrece la teoría de que las causas difieren en sentido de salud y podrían estar más relacionadas con los acontecimientos de violencia, que desmotivan al viajero a desplazarse al estado de Guanajuato. Aunado a esta teoría, en este mismo año, se percibió un aumento de notas referentes a asaltos en caminos federales y estatales dentro de la demarcación y algunos percances que ha padecido en específico el sector turístico.

Los Perfiles del Visitante al Estado contienen dos apartados útiles para este estudio: la experiencia del visitante y sus comentarios. Durante el 2019 la percepción de seguridad en



la entidad se ponderó con una calificación de 7.5, que a decir del OTEG es una calificación de insatisfacción. Dentro de los comentarios destaca aumentar la seguridad.

Un dato que llama la atención es el impacto que las noticias de la entidad tuvieron en los visitantes, pues 31% de los visitantes leyó alguna noticia acerca de Guanajuato antes de viajar, 28% de esas noticias fueron de impacto negativo para el visitante y de ese mismo porcentaje, 99% de las noticias fueron acerca de inseguridad en el estado.

Para el 2020 la percepción de seguridad mejoró con una ponderación de 8.3, que el OTEG considera como calificación neutral y el 1% de los visitantes dijo no recomendar la entidad. Dentro de los comentarios aparece nuevamente la recomendación de mejorar la seguridad, pues un 33% de detractores del destino se dijo decepcionado por la seguridad y un 28% de visitantes “neutros” sugiere mejorar la seguridad. En este mismo año, el impacto de las noticias de la entidad en los visitantes fue tan solo 5% negativo según este Observatorio.

Para el 2021 sólo el 12% de los visitantes recomendó mejorar la seguridad en la entidad, 36% de los detractores se dijo decepcionado de la seguridad y 31% de los visitantes neutro sugiere mejorarla seguridad.

Ya para el 2022 las recomendaciones de mejoras en materia de seguridad disminuyeron hasta el 11%, lo mismo que la decepción por temas de seguridad que presentó un mínimo de 3.8%. Lo que en la gráfica se comprueba, al ser el año donde se registran menor número de notas rojas de alto impacto.

Por lo que respecta al 2023, el OTEG aún no expide el Perfil del Visitante correspondiente. Sin embargo, según el informe semestral de junio del 2023 “Indicadores de la Actividad Turística en el Estado de Guanajuato” los visitantes aún perciben inseguridad en el estado y sus destinos.

Con estos datos, se puede concluir que: a pesar de las condiciones post COVID – 19, las notas rojas, la situación actual de seguridad en la entidad y la percepción de prestadores de servicios turísticos, el estado de Guanajuato continúa recibiendo visitantes, y estos siguen consumiendo sus servicios turísticos, exponiéndose a las condiciones negativas que se afirman en los estudios citados y en la



Nivel de afectación de las notas rojas sobre la demanda de servicios turísticos

Para determinar el nivel de afectación que las notas rojas sobre seguridad pública en la entidad tienen en la demanda de servicios turísticos de los destinos del estado, se consideran los siguientes niveles, su rango porcentual y la interpretación correspondiente, a fin de orientar las conclusiones de este estudio:

Niveles de afectación	
Nivel	Rango porcentual*
Muy baja	0 - 20%
Baja	20.1 - 40%
Media	40.1 - 60%
Alta	60.1 - 80%
Muy alta	80.1 - 100%

Tabla 5.- Niveles de afectación. Elaboración propia.

*Esta escala fue obtenida de la agencia Pirani, ya que se utiliza para la gestión de riesgos

Para determinar este grado de afectación de notas rojas sobre la llegada de visitantes al estado y la demanda de servicios turísticos, y debido a la distinta naturaleza del conjunto de datos a analizar (llegada de visitantes se presenta en millones, en comparación con la saturación teórica 2.2.1 del impacto de notas rojas que se presenta en porcentaje), será necesario utilizar la Mediana como medida de tendencia central MTC para calcular la tendencia promedio de afluencia turística de los años analizados, con el fin de contar con un parámetro numérico que facilite su tratamiento y aplicación metódica.



Promedio de afluencia turística 2020-2023 (con mediana MTC)			
Año	No. de visitantes (millones)	Estructura porcentual	Mediana (MTC)
2020	12,8	20.29%	31.5%
2021	18,7	29.64%	
2022	21,1	33.44%	
2023	10,5 (al primer semestre del año)	16.64%	
		100%	

Tabla 6.- Promedio de afluencia turística 2020-2023 (con mediana MTC).
Elaboración propia con datos registrados en el OTEG 2020-2023.

Por lo tanto, se puede realizar la saturación teórica con los siguientes datos porcentuales:

- Las notas rojas IMPACTAN la demanda de servicios turísticos y la derrama económica en los destinos turísticos del estado de Guanajuato (Saturación teórica 2.2.1) = 69.9%
- Promedio de afluencia turística 2020-2023 (Mediana MTC) = 31.5%

$$\text{Saturación teórica (2.2.2)} = \frac{(\text{Saturación teórica 2.2.1} - 69.9\%) + (\text{Mediana MTC} - 31.5\%)}{2} = 50.7\%$$

2

Entonces, con el soporte de esta metodología, se concluye que el nivel de afectación de las notas rojas del estado de Guanajuato sobre la demanda de servicios turísticos es MEDIO con tendencia a ALTO, pues supera en 0.7% el parámetro de afectación media, determinado que dichas noticias sobre la seguridad del estado afectan poco la demanda de servicios turísticos (ver siguiente ilustración), pero pueden resultar en una afectación directa que agrave el consumo de dichos servicios, además de la derrama económica en los destinos de análisis.



Determinación del impacto de la percepción de seguridad pública sobre la demanda de servicios turísticos

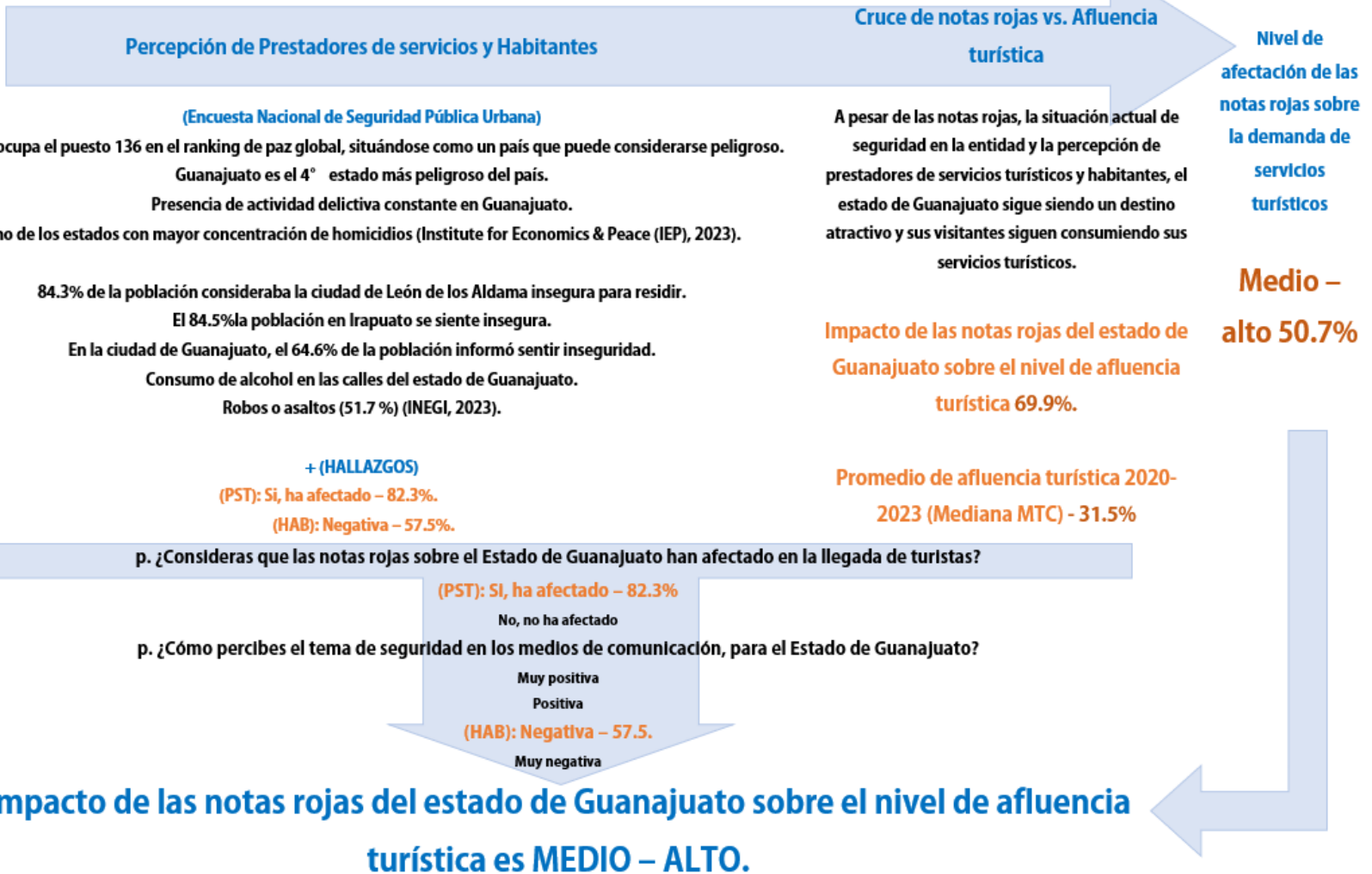


Ilustración 6.- Determinación del impacto de la percepción de seguridad pública sobre la demanda de servicios turísticos. Elaboración propia

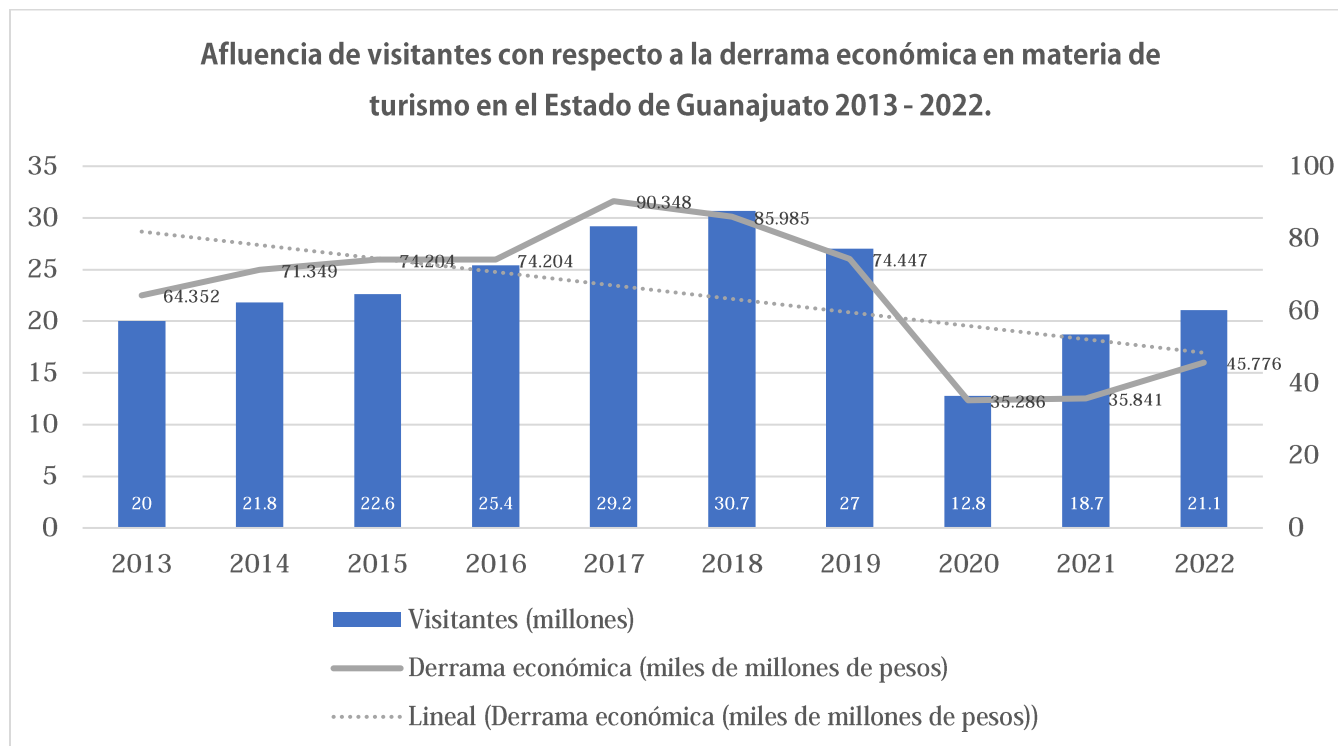


Impacto general sobre la demanda de servicios turísticos y la derrama económica

Finalmente, los dos niveles de análisis desarrollados en los apartados anteriores ofrecen conclusiones que recaen, indiscutiblemente, en la derrama económica por concepto de turismo en los destinos del estado de Guanajuato.

Partiendo de esta idea, el último paso antes de proponer estrategias que favorezcan a reducir las percepciones negativas hacia la seguridad de la entidad y sus destinos, es la observación de estos impactos sobre la derrama económica, tomando en consideración la afluencia turística en el periodo de análisis, el nivel de congruencia en la percepción de seguridad hacia el estado y el nivel de afectación de esa percepción en la llegada de visitantes, y en consecuencia de su consumo y gasto turístico (demanda de servicios).

Para tal cometido, se presenta la siguiente gráfica, donde su interpretación recopila los hallazgos más relevantes en temas de derrama económica al estado y sus destinos turísticos.



Gráfica 6.- Afluencia de visitantes con respecto a la derrama económica en materia de turismo en el Estado de Guanajuato 2013 - 2022.
Elaboración propia con datos disponibles en el OTEG.

Como análisis pre-pandemia, se observa una tendencia interesante entre el número de visitantes y la derrama económica en el estado de Guanajuato. Aunque en 2018 se registró la mayor cantidad de visitantes con poco más de 30 millones, la derrama económica no alcanzó los niveles más altos, posiblemente debido a distintos factores como la distribución del gasto por visitante, tipos de turismo predominantes (turismo cultural, de negocios, entre otros), y políticas de promoción turística implementadas en ese periodo. Se destaca también un descenso continuado en la derrama económica a partir de 2018, alcanzando una significativa reducción total de \$39,161 millones de pesos. Esta tendencia descendente continuó en 2019 con 27 millones de visitantes, acompañados por una derrama económica de 74.447 miles de millones de pesos.

El año 2020 marcó un punto de inflexión significativo debido a la pandemia mundial, reflejando una drástica disminución en el turismo con tan solo 12.8 millones de visitantes y una derrama económica de 35.286 miles de millones de pesos. Sin embargo, en 2021 fue notoria la lenta recuperación del



sector turístico en el estado de Guanajuato, al contar con 18.7 millones de visitantes y una derrama económica de 35.841 miles de millones de pesos.

A pesar de los desafíos impuestos por la pandemia, en 2022 se evidenció una recuperación gradual con 21.1 millones de visitantes y un aumento en la derrama económica, llegando a 45.776 miles de millones de pesos. Estas variaciones en el flujo de visitantes y su impacto económico reflejan la influencia de diversos factores, incluyendo la crisis sanitaria del 2020, la percepción de seguridad que se tenía del estado en ese periodo, las fluctuaciones económicas derivadas de esta crisis (como el alza de precios en servicios turísticos causados por la disminución de aforos) y los cambios en las preferencias de los viajeros nacionales e internacionales del estado.

No obstante, la recuperación experimentada en 2022 demuestra la resiliencia del turismo en el estado de Guanajuato; confirmando que, a pesar del nivel de congruencia en la percepción de seguridad del estado, nivel de afectación de esta percepción en la demanda de servicios y las notas rojas hacia la entidad, los visitantes se siguen desplazando a sus destinos, aunque el nivel de gasto no sea el mismo que en años previos a la pandemia. Esto compromete al estado a actualizar, diversificar y adaptar su oferta a las nuevas tendencias de viajes sostenibles y así mitigar la tendencia de “mayor afluencia, menor derrama”, que claramente se ve para el próximo 2024.

Entonces, con el soporte de la metodología, se concluye que el nivel de afectación de las notas rojas del estado de Guanajuato sobre la demanda de servicios turísticos es MEDIO con tendencia a ALTO, pues supera en 0.7% el parámetro de afectación media, determinado que dichas noticias sobre la seguridad del estado afectan poco la demanda de servicios turísticos, pero pueden resultar en una afectación directa que agrave el consumo de dichos servicios, además de la derrama económica en los destinos de análisis.

En este orden de ideas, se presentan a continuación los hallazgos más relevantes:

- El 42% de los prestadores de servicios turísticos, el 59% de los visitantes nacionales y el 38% de los visitantes internacionales conciben a los destinos turísticos del estado de Guanajuato como seguros. El 33.9% de los habitantes encuestados lo percibe como inseguro.



- Los principales temas de noticias que ha visto/leído/escuchado sobre el Estado de Guanajuato de acuerdo con cada público son los siguientes:
 - Habitantes de los principales destinos (HAB): Cultura y festivales – 46.5%.
 - Visitantes nacionales (NAC): Eventos turísticos – 58.3%.
 - Visitantes internacionales (INT): Eventos turísticos – 42%.
- El nivel de congruencia entre la percepción de seguridad pública del estado de Guanajuato, lo que se comunica de este y la realidad de sus destinos turísticos es BAJO (49.4%), es decir, la percepción de seguridad pública poco coincide con lo que se comunica sobre la entidad Y ES INCONGRUENTE A SU REALIDAD.
- El 82.3% de los prestadores de servicios turísticos consideran que las notas rojas sobre la seguridad de Guanajuato han afectado al estado en la llegada de turistas; a diferencia del 17.7% que considera que las notas rojas no han afectado en la llegada de turistas a los destinos turísticos de Guanajuato.
- El 29% de los prestadores de servicios turísticos expresan haber tenido una disminución del 1 al 10% en la demanda de sus servicios a consecuencia de inseguridad en el estado, el 27% comenta que disminuyó del 11 al 30% la demanda de sus servicios, mientras que el 20% menciona no haber identificado disminución en la demanda de sus servicios. Por otro lado, el 14% anuncian que su disminución ha sido del 31 al 70% y tan solo un 10% expresa una disminución de más del 71% en la demanda de sus servicios, respecto a la llegada de turistas.
- Nivel de afectación de las notas rojas sobre la demanda de servicios turísticos es de 50.7%.
- En esta pregunta, más del 50% de los habitantes encuestados mencionan tener un nivel de confianza bajo en las acciones de las autoridades del estado en cuanto a seguridad (63.8%); el 18.1% tienen un nivel muy bajo en dichas medidas de seguridad. Por el contrario, el 15.7% de los encuestados menciona tener un nivel alto en las acciones de seguridad local y solamente un 2.4% comparte un nivel de confianza muy alto en las medidas de seguridad implementadas por las autoridades.



- Según las respuestas proporcionadas por los prestadores de servicios turísticos, se identifica a los destinos ubicados en la región noreste (como San José Iturbide y San Luis de la Paz) como aquellos percibidos como menos seguros.

En resumen, la percepción de seguridad, tanto a nivel ciudadano como empresarial, puede tener consecuencias significativas en el sector turístico, afectando la confianza, la colaboración y la sensación de bienestar en el entorno turístico y social de la región. Los datos presentados en este capítulo son la base para determinar la situación actual que permite tener un punto de partida para el análisis del impacto de la percepción de seguridad sobre la demanda de servicios en los destinos turísticos del estado de Guanajuato.



VII.III. RESULTADOS DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO SUSTENTABLE EN EL ESTADO DE GUANAJUATO

Como ya se mencionó anteriormente la Organización Mundial del Turismo (OMT) aboga por la gestión responsable y sostenible del turismo, destacando que cuando se lleva a cabo de manera adecuada, puede reducir sus impactos negativos en el medio ambiente y el patrimonio cultural. Al mismo tiempo, se busca maximizar los beneficios económicos y sociales. La sostenibilidad turística implica equilibrar el desarrollo turístico con la preservación del entorno natural y cultural, adoptando prácticas respetuosas con el medio ambiente y promoviendo la participación de la comunidad local.

En relación con la situación actual en el Estado de Guanajuato, la sostenibilidad se erige como un pilar fundamental a través de un modelo sustentable que se fundamenta en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Este enfoque implica la implementación de buenas prácticas con el objetivo de fomentar y concientizar a la población, instándola a modificar sus comportamientos en diversos ámbitos, tales como el hogar, el entorno laboral y los espacios compartidos.

Para materializar estos principios, se promueven dos herramientas clave. En primer lugar, la huella de carbono emerge como un instrumento que incentiva a los distintos actores, ya sean empresas, eventos, destinos o individuos, a gestionar de manera eficiente las emisiones de carbono, contribuyendo así a la mitigación del cambio climático. En segundo lugar, se destaca el Distintivo Guanajuato Turismo Sustentable, una iniciativa que busca fomentar prácticas responsables en eventos de cualquier magnitud, consolidando así un compromiso palpable con la sostenibilidad.

No obstante, en las respuestas vinculadas con el modelo sostenible promovido por la Secretaría de Turismo, tanto por parte de los proveedores de servicios turísticos como de los visitantes nacionales e internacionales, se evidencia la falta de conocimiento sobre dicho modelo y su aplicación en la vida diaria. Solo el 17.80% de la muestra de prestadores de servicios, principalmente de las regiones centro y noreste, afirma tener conocimientos sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y asegura implementarlos en sus servicios.



En relación con el conocimiento de los visitantes nacionales e internacionales, se ha destacado la ausencia de la identificación de buenas prácticas sustentables promovidas por la SECTUR. Resulta crucial señalar que los visitantes de los destinos más frecuentados, como León, Guanajuato Capital y San Miguel de Allende, no identifican las buenas prácticas en materia de sustentabilidad que llevan a cabo los prestadores de servicios turísticos.

En aspectos más detallados, se consultó a visitantes nacionales e internacionales así como a prestadores de servicios turísticos sobre dos componentes clave del Modelo de Sustentabilidad Turística de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato: la Huella de Carbono y el Distintivo Guanajuato Turismo Sostenible para Eventos Turísticos del Estado de Guanajuato y los resultados revelaron una escasa identificación de estos componentes del modelo entre los encuestados, pues un porcentaje inferior al 25% comentó que ha escuchado hablar del distintivo y menos del 10% respondió haber escuchado sobre la calculadora de huella de carbono.

Respecto a las Áreas Naturales Protegidas, solo el 20% de los visitantes encuestados han explorado estas áreas en el estado de Guanajuato. A pesar de que Guanajuato tiene potencial para el ecoturismo (2023, Forbes), los destinos más frecuentados continúan siendo León, Guanajuato y San Miguel de Allende de acuerdo con información del Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato.

Por otro lado, en relación con las actividades promovidas en las Áreas Naturales Protegidas, destacan las actividades relacionadas con el turismo de deporte y aventura; sin embargo, es necesario destacar que el turismo sustentable no únicamente abarca el buen uso y gestión de los recursos naturales, sino también el beneficio que la derrama económica traiga para las comunidades.

En este sentido, se utilizaron planes de negocio de productos sustentables que se ofrecen en las áreas naturales protegidas, con el objetivo de conocer qué indicadores del Consejo Global de Turismo Sostenible (GTSC) para destinos cumplen y cuáles haría falta adicionar para mejorar la oferta turística, su operación y su impacto.



Producto	Criterio	Calificación
Sierra de Santa Rosa	Gestión sostenible	No cumple con 4 grupos de 11 indicadores
Cocina ancestral Chicomoztoc	Sostenibilidad socioeconómica	No cumple con 1 grupo de 8 indicadores
Dulce misterio	Sostenibilidad Cultural	No cumple con 2 grupos de 7 indicadores
Ecoturismo Peña Alta	Sostenibilidad Ambiental	No cumple con 3 grupos de 12 indicadores

Tabla 7. Evaluación de Productos Sustentables con los criterios del Consejo Global de Turismo Sostenible (GTSC). Fuente: Elaboración propia

Con base a la tabla anterior podemos dar cuenta que existen productos que están encaminados al turismo sustentable que ya se están ofreciendo en las áreas naturales protegidas y cumplen con la mayoría de los criterios propuestos por el Consejo Global de Turismo Sostenible; sin embargo, el completo cumplimiento de estos indicadores ayudaría a integrar la sustentabilidad en ellos de forma integral.

Es fundamental señalar que, para desarrollar nuevos productos turísticos en las áreas naturales protegidas la población residente tenga acceso a planes de manejo de recursos naturales actualizados en los que se detallen los usos del suelo y la capacidad de carga del área natural, para la creación de un producto turístico sostenible. Lamentablemente, algunas no cuentan con plan de manejo y otras tienen un plan desactualizado.

De acuerdo con las respuestas de los prestadores de servicios turísticos encuestados, se percibe que los principales impactos en el destino visitado son el consumo de agua y energía, generación de residuos sólidos y contaminación auditiva, por lo tanto, esto muestra la necesidad de promover herramientas para que los prestadores de servicios tengan conocimiento de cómo gestionar los impactos que trae consigo el turismo.



Por esta razón es fundamental que las actividades turísticas estén diseñadas con un enfoque de prácticas sostenibles y para su operación los prestadores de servicios cuenten con certificaciones que acrediten las buenas prácticas recomendadas por la Secretaría de Turismo siguiendo también los indicadores del Consejo Global de Turismo Sostenible.

Para lograr tener una oferta turística alineada a la sustentabilidad es necesario que los prestadores de servicios cuenten con:

- Programas de capacitación en el diseño de actividades turísticas que contemplen las buenas prácticas de sostenibilidad, así como los indicadores del Consejo Global de Turismo Sostenible
- Información sobre certificaciones medioambientales ofrecidas por la Secretaría de Turismo del estado de Guanajuato y organizaciones no gubernamentales, entre otras.
- Conocer el capital territorial existente para que este sea explotado con enfoque de sustentabilidad.
- Conocimientos para calcular la huella de carbono de las actividades que ofrecen y que esta sea compensada para minimizar los impactos generados.
- Socializar los esfuerzos realizados en materia de sustentabilidad hacia los visitantes y turistas.

De acuerdo con los resultados de las encuestas realizadas a habitantes de Guanajuato, prestadores de servicios y visitantes, se evidencia una falta de conocimiento sobre los conceptos relacionados con la sustentabilidad y las estrategias implementadas por la Secretaría de Turismo y los prestadores de servicios turísticos de los principales destinos del estado, por ende, resulta fundamental abordar esta desinformación mediante una estrategia que difunda los esfuerzos implementados por los sectores público y privados.



En este orden de ideas, los principales hallazgos sobre el turismo sustentables son los siguientes:

1. Índice de Adopción del Modelo de Sustentabilidad Turística para el Estado de Guanajuato y sus buenas prácticas.

- Son notables los esfuerzos del Estado de Guanajuato en diseñar políticas y modelos de buenas prácticas sustentables en los principales destinos turísticos, pues el índice de adopción general del MSTGTO (**Modelo de Sustentabilidad Turística para el Estado de Guanajuato**), muestra un favorable 62.6%.
- La adopción de estas buenas prácticas por parte de los visitantes a los destinos turísticos del estado $InAdpV=22.7\%$ (Índice de adopción visitantes), no supera el 50% mínimo.
- Por otro lado, es notable la adopción de las buenas prácticas sustentables integradas en el MSTGTO, por parte de los prestadores de servicios turísticos de los principales destinos del estado $InAdpP= 39.9\%$ (Índice de adopción prestadores), que, aunque de igual manera no superan el porcentaje mínimo, el índice es mayor en comparación al de los visitantes nacionales e internacionales.
- El manejo de residuos y uso consciente del agua, son las dos prácticas que más han sido adoptados por los dos públicos clave estudiados PST y VN-I (Prestadores de servicios turísticos y visitantes nacionales e internacionales), superando el 50% en su índice de adopción (55.9% y 59.9%, respectivamente).
- En contraste, el índice de la calculadora de huella de carbono únicamente es adoptada en un 3.0% del total de encuestados.
- La aceptación en cuanto a la compensación del impacto turístico en Áreas Naturales Protegidas, la cual muestra un índice de tan solo el 6.7%.

2. Potencialidad turística sustentable de acuerdo con la vocación del territorio regional

- De las 4 regiones y subregiones del estado de Guanajuato y de las 23 Áreas Naturales Protegidas, estatales, se presentan las zonas más potenciales al desarrollo del turismo



sustentable, según los siguientes criterios de observación para la planificación y desarrollo turístico:

- Atractividad de los recursos naturales y culturales.
- Conectividad y accesibilidad al ANP.
- Esfuerzos realizados por actores interesados en el desarrollo turístico de la zona.
- Existencia de servicios básicos para el visitante.
- Tendencias turísticas mundiales hacia el turismo sostenible.

Región I Noreste: ANP Pinal del Zamorano.

Región II Norte: ANP Cuenca de la Esperanza.

Región III Centro: ANP Cerro del Cubilete.

Región III Centro: ANP Sierra de Lobos (potencializar).

Región III Centro: ANP Cerro de Arandas.

Región IV Sur: ANP Sierra de Los Agustinos.

Región IV Sur: ANP Cerros El Culiacán y La Gavia.

3. Comparativa con prácticas exitosas de turismo sostenible a nivel internacional.

- Tras revisar el ejemplo de Cartagena de Indias, Colombia, la conexión intrínseca entre el turismo sostenible y el desarrollo comunitario, subrayando la importancia de integrar esa estrechísima relación en la implementación de cualquier proyecto turístico en cualquier territorio.

“Ningún proyecto turístico es sustentable sin la mano de la comunidad receptora”



4. Productos turísticos identificados como sustentables en las Áreas Naturales Protegidas estatales.

- La Secretaría de Medio Ambiente y Ordenamiento Territorial del Estado de Guanajuato (SMAOT) ha seleccionado cuidadosamente los productos turísticos que pueden considerarse como sostenibles dentro de las Áreas Naturales Protegidas estatales, bajo el cumplimiento de una serie de criterios, de los cuales, los más relevantes son:
 - a) Preservación cultural.
 - b) Preservación de recursos naturales.
 - c) Uso de insumos locales.

En total, se han registrado 23 productos turísticos sustentables avalados por la SMAOT, abarcando un total de 13 Áreas Naturales Protegidas estatales distribuidas en diferentes regiones guanajuatenses.

De estos productos, se presentan aquellos que se acercan al cumplimiento de los Criterios GSTC para destinos turísticos, en sus 4 temas clave:

SECCIÓN A: Gestión sostenible: "Productos Sustentables de la Sierra de Santa Rosa de las comunidades".

SECCIÓN B: Sostenibilidad socioeconómica: " Cocina Ancestral Chicomoztoc ".

SECCIÓN C: Sostenibilidad cultural: " Dulce Misterio ".

SECCIÓN D: Sostenibilidad ambiental: "Ecoturismo

5. Propuestas de mejores prácticas para el desarrollo del turismo sustentable en el Estado de Guanajuato.

La industria del turismo es una fuerza poderosa que tiene el potencial de generar impactos significativos en el medio ambiente y en las comunidades locales. Es esencial, por tanto, que los actores clave en esta industria, como hoteles, restaurantes, eventos, guías de turistas, agencias de



viajes, spas, parques ecoturísticos y centros de convenciones, adopten buenas prácticas en materia de turismo sustentable.

Estas prácticas no solo promueven la protección del entorno y la cultura, sino que también contribuyen a un turismo responsable y ético que beneficia tanto a los viajeros como a las comunidades locales.

En este capítulo de cierre, se abordan las buenas prácticas que cada uno de estos actores puede implementar en su actividad diaria para promover el turismo sustentable, de acuerdo con parámetros internacionales propuestos por el Global Sustainable Tourism Council.

Desde la gestión eficiente de recursos, hasta el fomento de la sensibilización ambiental entre los visitantes, estas prácticas desempeñan un papel fundamental en la preservación de los destinos turísticos y en la creación de experiencias memorables y responsables para los viajeros.

Como fundamento a este último apartado, se toman nuevamente los Criterios Globales propuestos por el Global Sustainable Tourism Council, en este caso se citan específicamente los que van dirigidos para para Hoteles (ver anexo 3), y para Operadores Turísticos (ver anexo 2), agrupando en esta clasificación a los restaurantes, operadores de eventos, guías de turistas, agencias de viajes, balnearios, spas, parques ecoturísticos y centros de convenciones.

La finalidad del análisis es proponer una serie de buenas prácticas en sus diferentes dimensiones operacionales, y que estas puedan ser medidas a partir de un parámetro de seguimiento. La funcionalidad de estas propuestas, dependerá del nivel de compromiso de las instancias estatales correspondientes para hacerlas llegar a los actores inmersos en la dinámica turística del estado de Guanajuato.



5.1. Propuestas de mejores prácticas sustentables para Hoteles.

La creciente conciencia ambiental entre los visitantes y la necesidad de proteger los tesoros naturales y culturales del estado de Guanajuato, han llevado a una evolución en la forma en que los hoteles operan y se relacionan con el valor de su entorno.

En este contexto, se presentan las propuestas diseñadas para mejorar las prácticas sustentables en hoteles y establecimientos de hospedaje:

Guía de Mejores Prácticas para Hoteles		
Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Gestión de Energía Eficiente	Adoptar tecnologías y prácticas de eficiencia energética, como iluminación LED, sistemas de climatización con sensores, y uso de fuentes de energía renovable.	Reducción en el consumo de energía por huésped (kilovatios por estancia) durante el año.
Gestión de Agua Responsable	Implementar medidas para reducir el consumo de agua, como la instalación de dispositivos de bajo flujo en grifos y duchas, y sistemas de recolección y tratamiento de aguas grises.	Reducción en el consumo de agua por huésped (litros por estancia) durante el año.
Manejo de Residuos y Reciclaje	Establecer programas de reciclaje y gestión de residuos sólidos, incluyendo la separación de materiales reciclables y la reducción de desechos orgánicos a través del compostaje.	Porcentaje de residuos desviados de vertederos mediante reciclaje y compostaje.
Uso de Productos Sustentables	Priorizar la adquisición de productos y suministros locales y sustentables, como alimentos orgánicos y productos de limpieza ecológicos.	Porcentaje de productos y suministros locales y sustentables utilizados en el hotel.



Guía de Mejores Prácticas para Hoteles (continuación)

Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Educación y Sensibilización de Huéspedes	Proporcionar información a los huéspedes sobre prácticas sustentables y la importancia de conservar el entorno, así como oportunidades para participar en actividades eco amigables.	Número de huéspedes que participan en actividades sustentables o muestran interés en programas eco amigables.
Participación Comunitaria	Colaborar con la comunidad local a través de programas de apoyo, como empleo de mano de obra local y contribuciones a proyectos comunitarios.	Nivel de satisfacción de la comunidad local y número de empleados locales contratados.
Certificación Sustentable	Buscar y obtener certificaciones de turismo sustentable reconocidas a nivel nacional o internacional, como el Distintivo Guanajuato Sustentable.	Número de certificaciones y distinciones obtenidas.
Medición y Reporte de Impacto	Establecer un sistema de medición y reporte del impacto ambiental y social del hotel, incluyendo emisiones de carbono y satisfacción de empleados y huéspedes.	Informes periódicos sobre el impacto ambiental y social y el progreso hacia metas de sustentabilidad.
Promoción Responsable	Comunicar las prácticas sustentables del hotel a través de materiales de marketing y en la página web del hotel.	Incremento en la demanda y satisfacción de huéspedes que valoran el compromiso del hotel con la sustentabilidad.

Tabla 1.- Guía de Mejores Prácticas para Hoteles. Elaboración propia.



5.2. Propuestas de mejores prácticas sustentables para Operadores Turísticos.

Estas propuestas engloban directrices claves destinadas a promover la sostenibilidad en diversos sectores, como restaurantes, eventos, guías, agencias de viajes, balnearios, spas, parques ecoturísticos y centros de convenciones. Estas propuestas buscan optimizar la eficiencia operativa y fomentar prácticas responsables para reducir el impacto ambiental y promover el bienestar social en el turismo.

Las propuestas para esta clasificación se presentan divididas por operador turístico en los apartados subsecuentes.

5.2.1. Restaurantes y otros establecimientos de alimentos y bebidas.

En respuesta a la creciente conciencia sobre la sostenibilidad, las propuestas de mejores prácticas para restaurantes y establecimientos de alimentos buscan transformar la industria hacia prácticas más responsables. Desde la gestión eficiente de residuos hasta la preferencia por ingredientes locales, estas iniciativas buscan promover una experiencia culinaria sostenible y comprometida con el bienestar del planeta.

Guía de Mejores Prácticas para Restaurantes otros establecimientos de alimentos y bebidas		
Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Gestión de Residuos	Reducir la producción de residuos y promover el reciclaje, fomentando activamente la separación de residuos orgánicos e inorgánicos. Así como	Cantidad de residuos reciclados en comparación con el total de residuos generados y registro de la disminución en



	también, tomar medidas para reducir el uso de envases desechables y procurar alternativas reutilizables.	el uso de envases desechables en relación con los años anteriores.
--	--	--

Guía de Mejores Prácticas para Restaurantes otros establecimientos de alimentos y bebidas (continuación)

Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Abastecimiento Responsable	Priorizar la compra de productos locales de temporada, apoyando así a la comunidad y a la reducción de la huella de carbono. Trabajar en estrecha colaboración con proveedores que compartan prácticas sostenibles y éticas. Implementar medidas para minimizar la compra de alimentos en envases excesivos.	Proporción de alimentos y productos adquiridos a nivel local e implementar evaluaciones a los proveedores según criterios sostenibles y éticos.
Eficiencia Energética	Establecer horarios para equipos y sistemas de calefacción/aire acondicionado para optimizar su funcionamiento. Considerar la instalación de fuentes de energía renovable, como paneles solares.	Llevar un seguimiento del consumo de electricidad y gas en relación con las ventas o capacidad.
Consumo de Agua	Instalar dispositivos de ahorro de agua en fregaderos y controlar las fugas que se pudieran presentar en los baños tratando de realizar un mantenimiento adecuado de las instalaciones.	Llevar registro de los dispositivos o tecnologías específicas implementadas en el restaurante para reducir el consumo de agua.



<p>Reducción del Desperdicio de Alimentos</p>	<p>Planificar y monitorear las cantidades de alimentos preparados. Implementar estrategias para reducir el desperdicio de alimentos, como donaciones a organizaciones benéficas o la reutilización de sobras.</p>	<p>Cantidad de alimentos desperdiciados en comparación con los alimentos preparados y llevar registro de la cantidad de alimentos donados a organizaciones benéficas.</p>
---	---	---



Guía de Mejores Prácticas para Restaurantes otros establecimientos de alimentos y bebidas (continuación)

Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Educación y Concienciación	Capacitar al personal en prácticas sustentables e informar a los clientes sobre las prácticas sustentables que se implementan en el restaurante y cómo pueden contribuir.	Evaluación de la participación del personal en prácticas sustentables. Retroalimentación de los clientes sobre su conciencia de prácticas sostenibles.
Menú Sustentable	Ofrecer opciones de platillos vegetarianos y veganos con el fin de reducir la huella ambiental.	Registro de la demanda de opciones vegetarianas y veganas. Comentarios y retroalimentación de los clientes sobre las opciones sostenibles.
Reducción de Ruido y Residuos Acústicos	Minimizar la contaminación acústica en el restaurante a través de medidas como la instalación de paneles de absorción de sonido y la adopción de prácticas para reducir el ruido de las operaciones.	Mediciones del nivel de ruido en el restaurante antes y después de la implementación de las medidas de reducción de ruido.
Fomentar el uso de envases reutilizables en los clientes	Ofrecer descuentos o incentivos para los clientes que traigan sus propios envases reutilizables, lo que reduce la generación de residuos desechables.	Registro de los clientes que aprovechan los descuentos. Cantidad de residuos desechables generados en el restaurante después de promover el uso de envases reutilizables.



<p>Programa de Compostaje de Residuos Orgánicos</p>	<p>Implementar un programa de compostaje para los residuos orgánicos generados en el restaurante. Esto implica la separación y reciclaje de los restos de alimentos y otros materiales orgánicos en compost, que puede utilizarse para enriquecer el suelo en jardines o huertos.</p>	<p>Cantidad de residuos orgánicos compostados. calidad del compost producido y su utilización en áreas verdes.</p>
---	---	--

Tabla 2.- Guía de Mejores Prácticas para Restaurantes otros establecimientos de alimentos y bebidas. Elaboración propia.



5.2.2. Operadores de eventos.

Estas recomendaciones no solo buscan minimizar el impacto ambiental, sino también fomentar la responsabilidad social en los eventos masivos del estado de Guanajuato y de quienes son responsables de su logística, organización y operación.

Guía de Mejores Prácticas para Operadores de Eventos		
Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Selección de Locaciones Sustentables	Elegir locaciones para eventos que cumplan con criterios de sustentabilidad, como certificaciones ecológicas y prácticas de ahorro de recursos.	Número de eventos realizados en locaciones certificadas como sustentables.
Minimización de Residuos	Implementar prácticas de reducción de residuos, como la eliminación de productos desechables, el fomento del uso de utensilios reutilizables y la facilitación del reciclaje en el evento.	Porcentaje de residuos reciclados en el evento
Transporte Sustentable	Promover el uso de medios de transporte sostenibles para asistentes y personal del evento, como transporte público, vehículos compartidos o bicicletas.	Porcentaje de asistentes que utilizan medios de transporte sostenibles.
Alimentación Sustentable	Ofrecer opciones de alimentos locales, orgánicos y de temporada, así como minimizar el desperdicio de alimentos.	Porcentaje de alimentos servidos que son locales y orgánicos.



Guía de Mejores Prácticas para Operadores de Eventos (continuación)		
Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Energía Eficiente	Utilizar sistemas de iluminación y climatización eficientes y fuentes de energía renovable en el evento.	Cálculo del Consumo de Energía por Asistente
Comunicación Responsable	Informar a los asistentes sobre las prácticas sustentables del evento y cómo pueden contribuir al esfuerzo.	Evaluación de la comprensión y participación de los asistentes en prácticas sustentables.
Participación Comunitaria	Involucrar a la comunidad local en la planificación y ejecución del evento, creando oportunidades económicas y colaboración a largo plazo.	Número de empleados locales contratados y percepción de la comunidad local sobre el evento.
Medición de la Huella de Carbono	Calcular y reducir la huella de carbono del evento, considerando las emisiones de CO2 relacionadas con la logística y actividades del evento.	Reducción en la huella de carbono del evento en comparación con eventos anteriores.
Certificación Sustentable de Eventos	Buscar y obtener certificaciones de sustentabilidad reconocidas para eventos, como el Distintivo Guanajuato Turismo Sostenible para Eventos.	Número de certificaciones y distinciones obtenidas para eventos.
Post-Evento	Realizar una evaluación exhaustiva después del evento para identificar áreas de mejora y retroalimentación de los asistentes.	Evaluación de la satisfacción de los asistentes y retroalimentación sobre las prácticas sustentables del evento.

Tabla 3.- Guía de Mejores Prácticas para Operadores de Eventos. Elaboración propia.



5.2.3. Guías de turistas.

La adopción de mejores prácticas sustentables es fundamental para asegurar una conducción turística responsable y consciente. Estas propuestas se centran en empoderar a los guías con conocimientos y enfoques que no solo mejoren la experiencia del viajero, sino que también promuevan la preservación del entorno y la integración positiva con las comunidades locales.

Guía de Mejores Prácticas para Guías de Turistas		
Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Conocimiento Ambiental y Cultural	Capacitar a los guías en temas ambientales y culturales locales para que puedan proporcionar información precisa y enriquecedora a los turistas.	Evaluación de la precisión de la información proporcionada por los guías y su conocimiento sobre la historia y cultura local.
Promoción de Lugares Sustentables	Fomentar la visita a lugares y atracciones turísticas que sigan prácticas sustentables, como reservas naturales y comunidades locales.	Porcentaje de visitas a lugares sustentables recomendados por los guías.
Transporte Responsable	Promover el uso de medios de transporte sostenibles para el turismo, como el transporte público o caminar, en lugar de vehículos individuales.	Porcentaje de turistas que optan por medios de transporte sostenibles en las rutas recomendadas por los guías.
Respeto por la Naturaleza	Enseñar a los turistas sobre la importancia de respetar la naturaleza y la vida silvestre local, evitando el daño y la recolección ilegal.	Evaluación de la conducta de los turistas en términos de respeto por la naturaleza y la vida silvestre.
Consumo Responsable	Promover la compra de productos locales y sostenibles, como alimentos y artesanías, y	Porcentaje de turistas que compran productos locales y reducen el consumo de



	fomentar la reducción de desechos.	plásticos durante el viaje.
--	------------------------------------	-----------------------------

Guía de Mejores Prácticas para Guías de Turistas (continuación)		
Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Economía Comunitaria	Colaborar con comunidades locales y apoyar iniciativas que beneficien directamente a la población local a través del turismo.	Número de colaboraciones con comunidades locales y el impacto económico en esas comunidades.
Sensibilización Ambiental	Ofrecer información sobre los desafíos ambientales y culturales locales, y cómo los turistas pueden contribuir a solucionarlos.	Número de turistas que muestran interés o toman medidas para abordar los desafíos mencionados por los guías.
Seguridad y Emergencias	Entrenar a los guías en protocolos de seguridad y en cómo manejar situaciones de emergencia de manera responsable.	Evaluación de la capacidad de respuesta de los guías ante situaciones de emergencia.
Evaluación de Impacto	Realizar evaluaciones periódicas del impacto ambiental y social de las rutas y tours ofrecidos por los guías.	Resultados de las evaluaciones de impacto ambiental y social de las rutas y tours.
Certificación de Guías Sustentables	Buscar y obtener certificaciones de guías sustentables reconocidas a nivel nacional o internacional.	Número de certificaciones y distinciones obtenidas por los guías.

Tabla 4.- Guía de Mejores Prácticas para Guías de Turistas. Elaboración propia.



5.2.4. Agencias de Viajes.

En el contexto de las agencias de viajes, la implementación de mejores prácticas sustentables se presenta como una oportunidad para liderar un turismo más ético y respetuoso en la parte comercial de la cadena turística de valor en los distintos productos del estado de Guanajuato.

Las propuestas de mejores prácticas sustentables para los agentes de viajes son:

Guía de Mejores Prácticas para Agencias de Viajes		
Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Selección de Proveedores Sustentables	Trabajar con proveedores de servicios turísticos que sigan prácticas sustentables, como hoteles con certificaciones ecológicas y guías de turismo responsables.	Porcentaje de proveedores de servicios turísticos sostenibles utilizados por la agencia.
Información y Educación para Clientes	Proporcionar a los clientes información detallada sobre las prácticas sustentables de los destinos y cómo pueden contribuir a la conservación durante su viaje.	Número de clientes que reciben información sobre turismo sustentable antes de su viaje.
Uso de Tecnología Verde	Implementar tecnologías de reserva en línea eficientes en el uso de energía y promover la reducción de papel en transacciones y documentos de viaje.	Reducción en el consumo de papel y energía relacionada con transacciones de la agencia.
Estrategias de Transporte Sostenible	Fomentar el uso de transportes sostenibles para los itinerarios de viaje, como vuelos directos y opciones de transporte público en los destinos.	Número de itinerarios de viaje que incluyen opciones de transporte sostenible.



Guía de Mejores Prácticas para Agencias de Viajes (continuación)

Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Promoción de Destinos Responsables	Promover destinos que sigan prácticas de turismo sostenible y apoyen proyectos de conservación y desarrollo comunitario.	Porcentaje de ventas de viajes a destinos con prácticas de turismo sostenible.
Reducción de Plásticos de Un Solo Uso	Eliminar gradualmente el uso de plásticos de un solo uso en los viajes, como botellas de agua desechables y bolsas de plástico.	Reducción en la cantidad de plásticos de un solo uso utilizados por la agencia.
Compensación de Emisiones de Carbono	Ofrecer a los clientes la opción de compensar las emisiones de carbono de sus viajes mediante programas de reforestación o energías renovables.	Porcentaje de clientes que optan por la compensación de emisiones de carbono.
Apoyo a Comunidades Locales	Colaborar con proyectos que beneficien directamente a las comunidades locales en los destinos, como la contratación de guías locales y la promoción de productos artesanales.	Número de colaboraciones con proyectos de desarrollo comunitario.
Certificación de Agencia Sustentable	Buscar y obtener certificaciones de agencia de viajes sustentable reconocidas a nivel nacional o internacional.	Número de certificaciones y distinciones obtenidas por la agencia.

Tabla 5.- Guía de Mejores Prácticas para Agencias de Viajes. Elaboración propia.



5.2.5. Balnearios, Spas y Parques Ecoturísticos.

En las operaciones de balnearios, spas y parques ecoturísticos, la adopción de mejores prácticas sustentables es esencial para garantizar una gestión eficiente y responsable. Estas propuestas se orientan hacia la optimización de recursos, como el agua y la energía, mediante tecnologías ecoeficientes. Además, enfatizan en la implementación de prácticas de conservación ambiental, como la gestión de residuos y la protección de la biodiversidad local. Al mismo tiempo, se prioriza el bienestar y la seguridad de los visitantes, ofreciendo experiencias auténticas y sostenibles que respeten tanto el entorno natural como las comunidades locales.

Guía de Mejores Prácticas para Balnearios, Spas y Parques Ecoturísticos		
Balnearios		
Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Eficiencia en el Uso del Agua	Implementar tecnologías y prácticas que reduzcan el consumo de agua, como sistemas de reciclaje de agua y la reparación de fugas.	Reducción en el consumo de agua por visitante.
Gestión de Residuos	Fomentar la separación y reciclaje de residuos sólidos y minimizar la generación de desechos, especialmente plásticos de un solo uso.	Porcentaje de residuos reciclados y reducción de desechos plásticos.
Energía Renovable	Utilizar fuentes de energía renovable, como la energía solar o eólica, para alimentar las operaciones del balneario.	Porcentaje de energía generada a partir de fuentes renovables.
Educación Ambiental	Ofrecer programas educativos a los visitantes sobre la importancia de la conservación y el uso responsable de los	Evaluación de la participación de los visitantes en programas de educación ambiental.



	recursos naturales.	
--	---------------------	--

Guía de Mejores Prácticas para Balnearios, Spas y Parques Ecoturísticos (continuación)

Spas

Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Productos y Tratamientos Sustentables	Utilizar productos orgánicos y sostenibles en los tratamientos de spa y fomentar la adopción de prácticas ecológicas.	Porcentaje de productos orgánicos y sostenibles utilizados
Conservación de Energía	Implementar sistemas de iluminación y climatización eficientes, así como promover el uso responsable de recursos energéticos.	Reducción en el consumo de energía por cliente.
Certificaciones de Spa Sustentable	Buscar y obtener certificaciones de spa sostenible reconocidas a nivel nacional o internacional.	Número de certificaciones y distinciones obtenidas por el spa.

Parques Ecoturísticos

Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Conservación y Restauración de Ecosistemas	Participar en proyectos de conservación y restauración de ecosistemas locales, como reforestación y protección de la biodiversidad.	Superficie de terreno restaurada y número de especies beneficiadas.
Turismo Responsable	Promover prácticas de turismo responsable, como el avistamiento de aves, senderismo y actividades de bajo impacto en la naturaleza.	Evaluación de la satisfacción de los visitantes y su adhesión a prácticas de turismo responsable.



<p>Participación Comunitaria</p>	<p>Colaborar con las comunidades locales para promover proyectos de desarrollo sostenible que beneficien a las poblaciones locales.</p>	<p>Número de colaboraciones con comunidades locales y su percepción sobre el impacto positivo del parque.</p>
--------------------------------------	---	---



Guía de Mejores Prácticas para Balnearios, Spas y Parques Ecoturísticos (continuación)

Parques Ecoturísticos

Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Huella de Carbono	Calcular y reducir la huella de carbono del parque, considerando las emisiones relacionadas con las operaciones y visitantes.	Reducción en la huella de carbono del parque.

Tabla 6.- Guía de Mejores Prácticas para Balnearios, Spas y Parques Ecoturísticos. Elaboración propia.



5.2.6. Centros de convenciones y espectáculos.

En la gestión operativa de centros de convenciones, la implementación de mejores prácticas sustentables es esencial para alcanzar eficiencia y liderazgo. Con enfoque en la eficiencia energética, gestión de residuos y tecnologías sostenibles, se propone reducir la huella ambiental y optimizar recursos. Asimismo, se promueven prácticas sociales que fortalezcan las relaciones con las comunidades locales.

Al adoptar este enfoque, no solo se mejora la operatividad, sino que también se posicionan a los centros de convenciones de los principales destinos MICE del estado de Guanajuato como referentes en sostenibilidad y responsabilidad empresarial en este segmento turístico estratégico.

Guía de Mejores Prácticas para Centros de Convenciones y espectáculos		
Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Eficiencia Energética	Implementar tecnologías de iluminación y climatización eficientes y promover el uso responsable de la energía en las instalaciones del centro de convenciones.	Reducción en el consumo de energía por evento.
Gestión de Residuos	Fomentar la separación y reciclaje de residuos sólidos generados en eventos y minimizar la generación de desechos, especialmente plásticos de un solo uso.	Porcentaje de residuos reciclados y reducción de desechos plásticos.
Transporte Sostenible	Promover opciones de transporte sostenible para los asistentes, como el transporte público o la habilitación de rutas de bicicletas.	Porcentaje de asistentes que optan por medios de transporte sostenibles.



Guía de Mejores Prácticas para Centros de Convenciones y espectáculos (continuación)		
Dimensión	Buena práctica	Parámetro de seguimiento
Estrategias de Alimentación Sostenible	Ofrecer opciones de alimentos y bebidas sostenibles en los eventos, como productos locales y de temporada, y reducir el desperdicio de alimentos.	Porcentaje de alimentos y bebidas sostenibles servidos en eventos y reducción de desperdicio de alimentos.
Certificación de Centro de Convenciones Sustentable	Buscar y obtener certificaciones de centro de convenciones sustentable reconocidas a nivel nacional o internacional.	Número de certificaciones y distinciones obtenidas por el centro de convenciones.
Huella de Carbono	Calcular y reducir la huella de carbono de los eventos, considerando las emisiones relacionadas con las operaciones y asistentes.	Reducción en la huella de carbono de los eventos.
Accesibilidad Universal	Asegurar que el centro de convenciones sea accesible para personas con discapacidades y promover la inclusión en todos los aspectos de los eventos.	Evaluación de la accesibilidad y satisfacción de asistentes con discapacidades.
Educación y Sensibilización Ambiental	Ofrecer programas de educación y sensibilización sobre la importancia de la sustentabilidad en eventos y conferencias.	Evaluación de la participación de asistentes en programas de educación y su adhesión a prácticas sustentables.

Tabla 7.- Guía de Mejores Prácticas para Centros de Convenciones y espectáculos. Elaboración propia.



VII.III. RESULTADOS DE LAS TENDENCIAS EN MATERIA TURÍSTICA EN EL ESTADO DE GUANAJUATO

1. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN

El eje para el desarrollo turístico del estado de Guanajuato, en cuanto a las nuevas tendencias turísticas, será la adaptabilidad constante, según las referencias en los documentos internacionales: Travel Megatrends Skift, 2023, “Rincón de los miembros afiliados de la OMT” y OECD Tourism Trends and Policies.

La vocación intrínseca de la oferta turística del estado de Guanajuato es el segmento cultural, según histórico del Perfil del Visitante (OTEG 2019-2023). Las tendencias mundiales de viaje se enfocan en tres ejes para 2024: La adaptación tecnológica de los destinos, la sostenibilidad y la competitividad (esta última traducida en productos turísticos significativos, diferenciados y personalizados), según las referencias en los documentos internacionales: Travel Megatrends Skift, 2023, “Rincón de los miembros afiliados de la OMT” y OECD Tourism Trends and Policies. Lo que significa que, la oferta turística de los destinos de estudio deberá responder a estos tres enfoques para poder adaptarse a las necesidades de la demanda para el año 2024.

Para actualizar la oferta del estado de Guanajuato, se toma en cuenta la siguiente clasificación del nivel de desarrollo de los principales destinos turísticos de la entidad:

Niveles de desarrollo turístico de los principales destinos del estado de Guanajuato.	
Consolidado	Guanajuato (Ciudad Patrimonio de la Humanidad), San Miguel de Allende (Ciudad Patrimonio de la Humanidad) y León.
En desarrollo	Celaya, Comonfort Pueblo Mágico, Dolores Hidalgo C.I.N., Irapuato, Purísima del Rincón Jalpa de Cánovas Pueblo Mágico, San José Iturbide, San Luis de la Paz Mineral de Pozos Pueblo Mágico, Salamanca, Salvatierra Pueblo Mágico, Silao de la Victoria y Yuriria Pueblo Mágico.
Emergente	Pénjamo, San Felipe y Valle de Santiago.

Tabla 8. Niveles de desarrollo turístico de los principales destinos del estado de Guanajuato. Fuente: Elaboración propia



Evaluación Diagnóstica
de la Política de Atención al
Desarrollo Turístico
post Covid 19



Lo anterior para que los productos y experiencias que se diseñen estén acorde a las capacidades operativas y de servicios de la planta turística de cada destino.



Los anteriores resultados son el producto de análisis sostenido por las siguientes referencias, además de la experiencia y observación de especialistas en planificación turística:

Para determinar la vocación por incidencia histórica se analizan los estudios hechos en cuanto a vocaciones y temáticas de los distintos destinos del estado; en específico el Programa de regionalización turística del estado de Guanajuato 2014-2015 y la última Actualización de vocaciones turísticas de las regiones del estado de Guanajuato 2021. Ambos estudios realizados por parte de la Secretaría de Turismo de la entidad.

Para determinar la vocación por demanda real se analiza el Perfil del Visitante Histórico desde el año 2019 hasta el 2023 (información disponible), que proporciona el Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato.

Para la propuesta de tendencias que deben seguir los destinos del estado, estas se sustentan principalmente en el informe anual de la consultora internacional en inteligencia de mercados Skift, en su edición más reciente (2023), aunado a las publicaciones de la Organización Mundial del Turismo y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

El turismo es el sector más dinámico y cambiante de la economía mundial. Por ello, aunado a las referencias anteriores y en cuestión de nuevas tendencias, se recomienda, como estrategia general, el monitoreo periódico de las publicaciones internacionales en la materia, para seguir el eje que debe seguir el estado de Guanajuato para la actualización de su oferta turística: la adaptabilidad constante.

Además de esta estrategia general, se tienen las siguientes recomendaciones, las cuales se presentan de manera detallada en el apartado sucesivo.

En resumen, los principales hallazgos en este apartado son los siguientes:

1. Revisión de tendencias turísticas y su aplicación a la realidad de los destinos del estado de Guanajuato.

- Según las referencias en los documentos internacionales: Travel Megatrends Skift 2023, “Rincón de los miembros afiliados de la OMT” y OECD Tourism Trends and Policies, las tendencias mundiales de viajes y turismo estarán orientadas a tres pilares fundamentales: Adaptación



tecnológica, Sostenibilidad y competitividad (esta última traducida en productos turísticos significativos, diferenciados y personalizados) e Inclinación por destinos emergentes poco explorados.

- Según su nivel de desarrollo, el estado de Guanajuato posee tres categorías de destinos turísticos: consolidados, en desarrollo y emergentes (como se muestra en la tabla 8).

2. Análisis histórico del Perfil del Visitante al Estado 2020-2023 para identificación de vocación intrínseca del estado de Guanajuato.

- Por otro lado, según el análisis de la incidencia histórica de los principales motivos de viaje a los destinos del estado (36.4%) y las principales actividades de interés de los visitantes (32.1%), estas se inclinan a motivos de ocio, consumiendo principalmente recorridos y tours culturales en los principales destinos turísticos del estado, de acuerdo con lo reportando en el Perfil del Visitante del periodo 2019-2022 (OTEG, 2023).

3. Vocaciones turísticas regionales del estado de Guanajuato y su actualización con base en las tendencias de viaje 2024+.

- Considerando los últimos estudios disponibles en el tema (Programa de Regionalización Turística para el Estado de Guanajuato 2014-2015 y el Estudio de Actualización de Vocaciones Turísticas del Estado de Guanajuato), estos coinciden en que los productos y experiencias turísticas deben ser planificados, ofertados y comercializados desde las características identitarias de la región territorial a la que pertenecen según la división regional estatal.
- Partiendo de los hallazgos en cuanto a la clasificación de los destinos turísticos, el análisis histórico del Perfil del Visitante al estado de Guanajuato, las tendencias globales que marcan el rumbo del turismo para los años venideros y la Situación Actual de las Vocaciones y Segmentos Turísticos del Estado de Guanajuato, es imperativa la determinación de nuevas líneas temáticas para el desarrollo de la nueva oferta turística del estado.

La actualización de las vocaciones turísticas del estado de Guanajuato, siguiendo las nuevas tendencias de viaje para 2024, se realizan por subregión territorial y su tematización turística:



Propuesta de línea temática para la Región 1: El Tunal Grande.

Tendencia mundial que se adapta a la vocación turística de la región: **Bienestar y sostenibilidad (Travel Megatrends Skift, 2023).**

Destino	Línea temática	Propuestas de aplicación	Segmentos potenciales y sus estrategias a corto plazo
San Felipe	Maguey y Barro.	Talleres de alfarería. Drink&Craft. Circuitos mezcaleros. Museo inmersivo del mezcal. Coctelería de alto nivel. Rituales de purificación. Medicina tradicional a partir del barro y el mezcal.	Destilados: Reforzar y diversificar oferta. Wellness: Explorar.

Tabla 9. Propuesta de línea temática para la Región 1: El Tunal Grande. Fuente: Elaboración propia



Propuesta de línea temática para la Región 3: La Gran chichimeca.

Tendencia mundial que se adapta a la vocación turística de la región: Bienestar y sostenibilidad; y Turismo ‘Bleisure’ (Travel Megatrends Skift, 2023).

Destino	Línea temática	Propuestas de aplicación	Segmentos potenciales y sus estrategias a corto plazo
San Luis de La Paz Mineral de Pozos Pueblo Mágico	Misticismo y recuerdos.	Ceremonias chichimecas de purificación. Rituales y aventura en minas. Vinos y mezcales en el núcleo de la madre tierra (túneles).	Destilados: Reforzar. Wellness: Reforzar y aumentar oferta.
San José Iturbide	Destino “bleisure” de Guanajuato.	Retiros corporativos en un ambiente natural. Eventos con circuitos naturales. Adaptación de establecimientos de hospedaje al mercado de negocios (infraestructura y conectividad).	Naturaleza: Comunicar más. Negocios: Explorar.

Tabla 10. Propuesta de línea temática para la Región 3: La Gran chichimeca. Fuente: Elaboración propia



Propuesta de línea temática para la Región 4: Cuna de la independencia.

Tendencia mundial que se adapta a la vocación turística de la región: Experiencias significativas y personalizadas en hoteles; eventos experienciales y transformacionales; y combinación de naturaleza y cultura para experiencias de lujo (Travel Megatrends Skift, 2023).

Destino	Línea temática	Propuestas de aplicación	Segmentos potenciales y sus estrategias a corto plazo
Guanajuato Ciudad Patrimonio de la Humanidad	Conexiones “culturoemocionales”	Experiencias culturales e inmersivas en hoteles y minas. Productos de evocación cultural en calles y espacios públicos. Espectáculos de drones.	Cultural: Diversificar la oferta. Experiencias y emociones culturales: Explorar e innovar.
San Miguel de Allende Ciudad Patrimonio de la Humanidad	Un corazón debe latir hacia afuera.	Experiencias fuera de establecimientos. Eventos autodirigidos. Bodas destino con cultura comunitaria. The Bride Destination.	Ocio: crear productos turísticos articulados. Romance: fortalecer y consolidar oferta. MICE: Explorar.
Dolores Hidalgo CIN	Diván de tesoros.	Glamping histórico de lujo. Alta coctelería y vinos en vestigios históricos y naturales. Experiencias comunitarias de lujo (comunidades potenciales).	Cultural: fortalecer y diversificar oferta. Comb. Naturaleza + Cultura + Lujo: Explorar.

Tabla 11. Propuesta de línea temática para la Región 4: Cuna de la independencia. Fuente: Elaboración propia



Propuesta de línea temática para la Región 5: La Piel de México.

Tendencia mundial que se adapta a la vocación turística de la región: Inteligencia artificial en viajes y experiencias; Turismo ‘Bleisure’; y combinación de naturaleza y cultura para experiencias de lujo (Travel Megatrends Skift, 2023).

Destino	Línea temática	Propuestas de aplicación	Segmentos potenciales y sus estrategias a corto plazo
León	León, la inteligencia del Bajío.	Compras asistidas por AI. Inteligencia de mercados turísticos en pabellones tecnológicos de compras y eventos corporativos. Recorridos culturales asistidos por AI, en sitios históricos de piel y calzado.	Cultural: Diversificar la oferta. Experiencias y emociones culturales: Explorar e innovar.
Silao de la Victoria	El destino “bleisure” de México.	Retiros corporativos con enfoque recreativo y cultural. Recorridos culturales exclusivos para industriales. Adaptación de establecimientos de hospedaje al mercado de negocios (infraestructura y conectividad).	MICE: consolidar oferta. Ocio: Creación de productos turísticos de destinos. Bleisure: explorar y diseñar.

Tabla 12. Propuesta de línea temática para la Región 5: La Piel de México. Fuente: Elaboración propia



Destino	Línea temática	Propuestas de aplicación	Segmentos potenciales y sus estrategias a corto plazo
Purísima del Rincón Jalpa de Cánovas Pueblo Mágico	El deporte: sendero a viajes de lujo sostenible.	Rodadas ciclistas para altos segmentos, con visión sostenible. Glamping de lujo con compromiso social y ambiental. Campamentos gastronómicos. Experiencias sensoriales de evocación virreinal. Rally deportivo cultural del Rincón. Productos y experiencias alineadas a los estándares internacionales sostenibles de las Best Tourism Villages.	Naturaleza y Aventura: redirigir al aprovechamiento deportivo. Cultural: consolidar y fortalecer internacionalmente. Comb, Naturaleza + Deporte + Lujo: explorar y diseñar.

Tabla 13. Propuesta de línea temática para la Región 5: La Piel de México. Fuente: Elaboración propia



Propuesta de línea temática para la Región 6: La Fresa de México.

Tendencia mundial que se adapta a la vocación turística de la región: **Bienestar y sostenibilidad; y combinación de naturaleza y cultura para experiencias de lujo (Travel Megatrends Skift, 2023).**

Destino	Línea temática	Propuestas de aplicación	Segmentos potenciales y sus estrategias a corto plazo
Irapuato	Agro sostenibilidad	Campamentos inmersivos de productos del campo. Festivales musicales “Farm & Earth”, con enfoque en el consumo local. Experiencias gastronómicas comunitarias, dirigidas a altos segmentos del mercado.	MICE: Consolidar oferta. Ocio: creación de productos y experiencias de destino. Agroturismo de bienestar y sostenibilidad: explorar y diseñar.
Salamanca	Un lujo natural.	Glamping de lujo. Experiencias comunitarias de lujo (comunidades potenciales). Experiencias gastronómicas de alto nivel en ambientes naturales.	Aventura y Naturaleza: consolidar oferta y comunicar. Ocio: crear productos y experiencias. Comb. Naturaleza + Cultura + Lujo: Explorar.

Tabla 14. Propuesta de línea temática para la Región 6: La Fresa de México. Fuente: Elaboración propia



Propuesta de línea temática para la Región 7: Laja Bajío.

Tendencia mundial que se adapta a la vocación turística de la región: Inteligencia artificial en viajes y experiencias; e impulso de los destinos poco explorados no saturados (Travel Megatrends Skift, 2023).

Destino	Línea temática	Propuestas de aplicación	Segmentos potenciales y sus estrategias a corto plazo
Celaya	El destino de negocios transformacionales e inteligentes.	Eventos y recorridos culturales asistidos por AI, en sitios históricos de elaboración de cajeta y sus festivales afines. Recorridos culturales exclusivos para industriales. Adaptación de establecimientos de hospedaje al mercado de negocios (infraestructura y conectividad).	MICE: Consolidar y fortalecer oferta. Ocio: creación de productos y experiencias de destino. Inteligencia Artificial para la Atracción de Turismo De Negocios: explorar y diseñar.
Comonfort Pueblo Mágico	Gastronomía ceremonial en un ambiente ancestral.	Experiencias inmersivas de elaboración de tortilla ceremonial. Ceremonias y rituales de preparación de alimentos. Experiencias de honra a la gastronomía: danza y molcajete.	Cultural: fortalecer. Gastronómico: consolidar oferta. Destinos no Explorados ni Saturados: explorar y diseñar.

Tabla 15. Propuesta de línea temática para la Región 7: Laja Bajío. Fuente: Elaboración propia



Propuesta de línea temática para la Región 8: Tierra Tequilera.

Tendencia mundial que se adapta a la vocación turística de la región: **Combinación de naturaleza y cultura para experiencias de lujo (Travel Megatrends Skift, 2023).**

Destino	Línea temática	Propuestas de aplicación	Segmentos potenciales y sus estrategias a corto plazo
Pénjamo	Barrica del Bajío: tierra de agaves y estandartes.	Experiencias tequileras tradicionales con enfoque no masivo. Alta coctelería: degustaciones de mixología en vestigios histórico. Producto "Agaves y estandartes" que boca la cuna de Hidalgo en medio de tierra de agaves. Eventos elite para presentaciones y lanzamientos de la industria del tequila mexicano.	Destilados: Consolidar oferta. Cultural: creación de productos y experiencias de destino. Naturaleza y Cultura para Experiencias de Lujo: explorar y diseñar.

Tabla 16. Propuesta de línea temática para la Región 8: Tierra Tequilera. Fuente: Elaboración propia



Propuesta de línea temática para la Región 9: Raíces de Guanajuato: Misiones y Conventos.

Tendencia mundial que se adapta a la vocación turística de la región: Experiencias significativas y personalizadas en hoteles; Bienestar y sostenibilidad; e impulso de los destinos poco explorados no saturados (Travel Megatrends Skift, 2023).

Destino	Línea temática	Propuestas de aplicación	Segmentos potenciales y sus estrategias a corto plazo
Salvatierra Pueblo Mágico	Cultura brava y festiva de Guanajuato.	Experiencias culturales e inmersivas en hoteles y corridas. Productos de evocación cultural en vestigios históricos. Coctelería de alto nivel en vestigios taurinos. Espectáculos de drones y desfiles.	Cultural: Diversificar la oferta. Experiencias y emociones culturales: Explorar e innovar.
Yuriria Pueblo Mágico	La frontera lacustre de Guanajuato.	Experiencias reflexivas de contemplación paisajística. Nueva oferta hotelera con adaptaciones ambientales. Experiencias comunitarias de lujo	Cultural: fortalecer y consolidar oferta. Bienestar y bajo impacto ambiental: Explorar.
Valle de Santiago	Tierra magnética.	Experiencias de observación sideral y natural. Experiencias disruptivas de evocación de vida extraterrestre.	Naturaleza y aventura: fortalecer y diversificar oferta. Destinos atractivos son explorados: Explorar.

Tabla 17. Propuesta de línea temática para la Región 9: Raíces de Guanajuato: Misiones y Conventos. Fuente: Elaboración propia



4. Evolución y perspectivas para el futuro.

- Tras la transformación en las perspectivas mundiales de viaje, la Organización Mundial del Turismo (antes OMT, hoy ONU Turismo) ha actualizado su visión de futuro “impulsando el cambio social y económico a fin de garantizar que ‘las personas y el planeta’ sean el centro de la atención” en la actividad turística (ONU Turismo, 2024).



VII. CONCLUSIONES

LA SITUACIÓN DEL EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO DEL ESTADO DE GUANAJUATO

La dinámica laboral en el sector turístico presenta desafíos significativos que requieren una atención específica. La extensión de horarios laborales tiene consecuencias negativas, afectando tanto la carga laboral como el equilibrio entre vida y trabajo de los empleados. La solución inmediata sugerida, la contratación de más personal, es una medida a considerar, aunque se reconoce la limitación económica de algunas empresas.

Los hallazgos resaltan la necesidad crítica de revisar las políticas salariales en el sector. Garantizar salarios adecuados, que reflejen de manera justa el esfuerzo y el tiempo dedicado por los empleados, se presenta como una medida esencial para mejorar la retención y satisfacción laboral.

La discrepancia en la percepción de oportunidades de crecimiento revela una brecha entre las expectativas de los empleados y la realidad organizacional. Ajustar políticas salariales, incentivos y programas de desarrollo se convierte en una prioridad para alinear estas percepciones y retener el talento.

La variabilidad estacional en la demanda de servicios turísticos emana como un desafío clave que contribuye a la rotación de empleados. Estrategias adaptativas para gestionar esta variabilidad son esenciales para garantizar la estabilidad laboral y financiera en la industria.

La discrepancia en las percepciones sobre incentivos y capacitación destaca la importancia de una comunicación clara y consistente. Mientras la iniciativa de estandarizar procesos de capacitación que los empleadores señalaron en la encuesta refleja un compromiso con la mejora, la discrepancia resalta la necesidad de evaluar la efectividad percibida de estos programas y ajustarlos según sea necesario.

En términos de retención, la lealtad al sector turístico se fundamenta en la alineación de habilidades y pasión. La existencia de un plan de retención centrado en prestaciones, aumento salarial y desarrollo profesional evidencia un compromiso sólido por parte de los empleadores.

En conclusión, el sector turístico muestra un ambiente laboral inclusivo y apreciativo en general, pero la identificación y abordaje de estos desafíos específicos son cruciales para preservar la calidad del servicio, la reputación del destino y la estabilidad financiera de las empresas en esta industria.



IMPACTO DE LA SEGURIDAD PÚBLICA SOBRE LA DEMANDA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL ESTADO DE GUANAJUATO

Tras la aplicación de encuestas se observó una tendencia opuesta entre dos grupos según sus respuestas, el primero de ellos compuesto por prestadores de servicios turísticos y visitantes nacionales e internacionales, mientras que el segundo está compuesto por los habitantes de los principales destinos turísticos del Estado. El primer grupo percibe al Estado de Guanajuato como seguro, pues el 42% de los prestadores de servicios turísticos, 59% de los visitantes nacionales y el 38% de los visitantes internacionales así lo conciben, mientras que para el grupo de habitantes encuestado lo percibe como inseguro con un 33.9%.

De acuerdo con Campodónico, R. y Chalar, L. (2013)⁵, la distinción entre estas percepciones se fundamenta en que la experiencia turística es más acotada que la realidad cotidiana y, podría considerarse al turismo como situación opuesta a la vida cotidiana. Además, los prestadores de servicios turísticos transitan la dualidad de espacios y tiempos cotidianos y no cotidianos, por tanto, a pesar de ser habitantes de estos destinos, comparten una visión cercana a la de los turistas debido a la naturaleza de su actividad económica y cercanía con ellos.

Según las respuestas, los habitantes, visitantes nacionales e internacionales mencionan que lo que más se comunica son eventos turísticos, así como eventos culturales y festivales, por tanto, este contenido de cobertura mediática contribuye a mantener una percepción de seguridad más positiva.

En este sentido, a pesar de las condiciones post COVID – 19 y las notas rojas sobre la situación actual del Estado de Guanajuato que se comparten en los medios de comunicación, el Estado de Guanajuato continúa recibiendo visitantes, pero si afecta su desplazamiento al interior de estos, lo que influye en el consumo de servicios y estancia promedio de los visitantes.

⁵ Campodónico, R. y Chalar, L. (2013), El turismo como construcción social: un enfoque epistemológico – metodológico. *Turismo y sociedad*. Consultado el 15 de diciembre de 2023 del sitio web: <https://www.redalyc.org/pdf/5762/576261184004.pdf>



Si bien, la percepción de seguridad se refiere a la evaluación subjetiva que una persona o una comunidad hace sobre su nivel de seguridad en un entorno determinado. Esta percepción puede diferir de la realidad objetiva y está influenciada por una variedad de factores, como experiencias personales, información disponible, y la presencia o ausencia de amenazas percibidas. Sin embargo, la percepción de seguridad no siempre coincide con los datos estadísticos o los hechos concretos relacionados con la seguridad en un área específica.

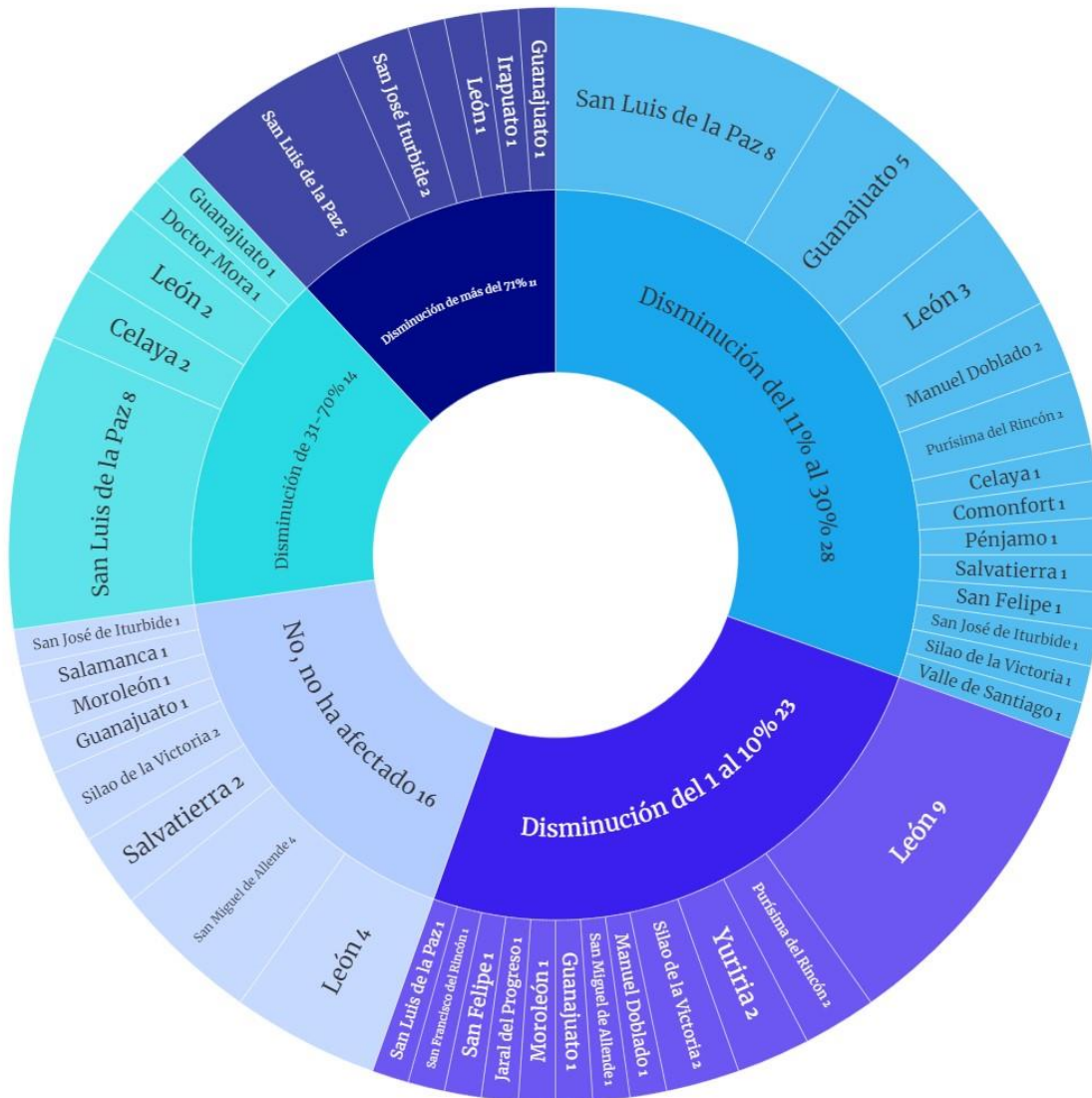
Este indicador refleja una disonancia significativa entre la percepción subjetiva de seguridad y los hechos objetivos presentes en los destinos turísticos de la región. La incongruencia entre lo que se percibe, se comunica y la realidad sugiere la necesidad urgente de implementar estrategias integralmente diseñadas para abordar esta discrepancia, promoviendo así una percepción más alineada con la seguridad real que ofrecen los destinos turísticos en el estado de Guanajuato.

La percepción de los prestadores de servicios turísticos en Guanajuato respecto a las notas rojas sobre la seguridad revela una clara preocupación acerca del impacto negativo en la llegada de turistas al estado. Con un significativo 82.3% de los encuestados señalando que estas noticias han afectado la afluencia de visitantes, se destaca la magnitud de la influencia de la cobertura mediática sobre la percepción turística. Por otro lado, aunque el 17.7% sostiene que las notas rojas no han tenido un efecto adverso, la abrumadora mayoría resalta la necesidad de abordar este problema de manera efectiva.



Disminución en la demanda de servicios debido a la inseguridad según los prestadores de servicios turísticos

All



Gráfica 7.- Disminución en la demanda de servicios debido a la inseguridad según los prestadores de servicios turísticos. Elaboración propia.

El hecho de que el 29% haya experimentado una reducción en la demanda de servicios turísticos, del 1 al 10%, el 27% del 11 al 30%, y el 14% haya enfrentado disminuciones más sustanciales del 31 al 70%, demuestra claramente el impacto adverso que la percepción de inseguridad tiene en la afluencia de turistas. En ese sentido, de acuerdo con la ilustración anterior, los municipios de San Luis de la Paz, Guanajuato y León es donde la demanda de servicios turísticos ha disminuido principalmente.



Si bien es alentador notar que el 20% de los prestadores de servicios no ha identificado disminución en la demanda, es innegable que una proporción significativa del sector se ha visto afectada. Esta realidad destaca la necesidad urgente de abordar las preocupaciones de seguridad de manera efectiva para revitalizar la confianza en los visitantes. La variabilidad en las respuestas también subraya la complejidad del desafío, con algunos sectores enfrentando una disminución más drástica que otros.

Las respuestas de los proveedores de servicios turísticos indican que las áreas más afectadas por la disminución significativa en la demanda de servicios turísticos debido a la inseguridad son principalmente las ubicadas en las regiones del noreste y del centro, ya que es en estas áreas donde se centran mayormente las respuestas.

El nivel de afectación de las notas rojas del estado de Guanajuato sobre la demanda de servicios turísticos es MEDIO con tendencia a ALTO, pues supera en 0.7% el parámetro de afectación media, determinado que dichas noticias sobre la seguridad del estado afectan poco la demanda de servicios turísticos, pero pueden resultar en una afectación directa que agrave el consumo de dichos servicios, además de la derrama económica en los destinos de análisis.

Los resultados de la encuesta sobre el nivel de confianza de los habitantes de los destinos turísticos en las medidas de seguridad implementadas por las autoridades locales en el estado de Guanajuato revelan una situación preocupante. La mayoría de los habitantes encuestados, un alarmante 63.8%, expresan tener un nivel de confianza bajo en las acciones de las autoridades en materia de seguridad. Adicionalmente, el 18.1% manifiesta un nivel de confianza muy bajo en estas medidas.

Esta falta de confianza significativa señala una brecha considerable entre la percepción de la efectividad de las acciones de seguridad y las expectativas de la población local. Es particularmente preocupante que solo el 15.7% y el 2.4% de los encuestados informen tener niveles moderados y altos de confianza, respectivamente, en las medidas implementadas por las autoridades locales.



SITUACIÓN DEL TURISMO SUSTENTABLE EN EL ESTADO DE GUANAJUATO

1. Índice de Adopción del Modelo de Sustentabilidad Turística para el Estado de Guanajuato y sus buenas prácticas.

El Estado de Guanajuato está comprometido por hacer del turismo una actividad sostenible para el medio ambiente del estado, desde el manejo de residuos, uso consciente del agua, medición de la energía y diseño de guías para productos y eventos turísticos.

Existe una gran área de oportunidad para los líderes del sector turístico del estado para hacer más evidente y comunicar de mejor manera los esfuerzos realizados en relación con las buenas prácticas sustentables, pues poco servirá el diseño, la alineación a criterios internacionales y la implementación de Modelos y estrategias sustentables, sino se le hace saber al mercado turístico sobre la existencia de estos.

Gracias a los esfuerzos de capacitación en el tema, los incentivos en certificaciones y distintivos, así como la misma estrategia general que se deriva del MSTGTO, los prestadores de servicios turísticos están insertando lentamente estas buenas prácticas en sus operaciones turísticas cotidianas.

Es notable que los principales actores de la dinámica turística son más conscientes del impacto de esta actividad en el ambiente, sobre todo por la comunicación y la información que se tiene sobre aspectos del cuidado del agua y la basura.

Quedan muchas dudas sobre la funcionalidad del índice de la calculadora de huella de carbono en los eventos turísticos del estado de Guanajuato y la funcionalidad de la compensación del impacto turístico en Áreas Naturales Protegidas del Estado de Guanajuato.

2. Potencialidad turística sustentable de acuerdo con la vocación del territorio regional.

Las ANPs del estado de Guanajuato tienen el potencial para desarrollar actividades turísticas de bajo impacto ambiental (es decir, el turismo no masivo, responsable, con sentido local y con preferencia por actividades personalizadas en espacios abiertos y que en sus experiencias permea la consciencia del cuidado ambiental y cultural), considerando fundamentalmente sus características territoriales, culturales y turísticas regionales.



3. Comparativa con prácticas exitosas de turismo sostenible a nivel internacional.

Enfocar el desarrollo turístico de los destinos del estado de Guanajuato en la comunidad, motiva la participación horizontal de todos los actores involucrados, desde la planificación hasta la ejecución de actividades y experiencias turísticas, lo que permite que las comunidades locales sean una parte integral de todas las etapas del proyecto.

Esto simplifica la creación de productos turísticos experienciales y auténticos del destino, ya que los habitantes de las comunidades tienen identificados los recursos disponibles en el territorio y el uso que se les da, así como los rasgos identitarios más atractivos de su propia cultura.

4. Productos turísticos identificados como sustentables en las Áreas Naturales Protegidas estatales.

Las Áreas Naturales Protegidas (ANPs) representan el mayor insumo para la propuesta de intervención de proyectos turísticos de bajo impacto. El Estado y sus instituciones han identificado potencial en estas áreas, pues ya se cuenta con más de veinte productos turísticos catalogados como sustentables instalados y distribuidos en las diferentes ANPs estatales.

5. Propuestas de mejores prácticas para el desarrollo del turismo sustentable en el Estado de Guanajuato.

La funcionalidad de estas propuestas dependerá del nivel de compromiso de las instancias estatales correspondientes para hacerlas llegar a los actores inmersos en la dinámica turística del Estado de Guanajuato.



TENDENCIAS EN MATERIA TURÍSTICA DEL ESTADO DE GUANAJUATO

1. Revisión de tendencias turísticas y su aplicación a la realidad de los destinos del estado de Guanajuato.

Tomando en consideración las principales tendencias como pilares del turismo en el estado de Guanajuato; romance, MICE, aventura y naturaleza, enoturismo, destilados, wellness, cultura, gastronomía y deportes, se concluye entonces que, el eje para el desarrollo turístico de los destinos del estado de Guanajuato será la adaptabilidad sostenible y la actualización constante de su oferta turística emergente.

Por lo tanto, los productos y experiencias que se diseñen deberán coincidir con el nivel de desarrollo de cada destino, es decir, deben ser acorde a sus capacidades operativas, nivel de capacitación y profesionalización de los servicios ofrecidos por la planta turística (prestadores de servicios turísticos).

2. Análisis histórico del Perfil del Visitante al Estado 2020-2023 para identificación de vocación intrínseca del estado de Guanajuato.

Lo cual evidencia que la vocación turística intrínseca del estado de Guanajuato es hacia el segmento cultural, por medio del disfrute de actividades de ocio y recreación que revaloren y evoquen la identidad del territorio estatal, así como su historia y rasgos culturales propios.

3. Vocaciones turísticas regionales del estado de Guanajuato y su actualización con base en las tendencias de viaje 2024+.

El Estado de Guanajuato ha tomado en cuenta estos estudios para dirigir sus esfuerzos hacia la diversificación de su oferta turística. Sin embargo, es necesario el fortalecimiento y reorientación de dicha oferta considerando la vocación territorial intrínseca de las regiones del estado, a fin de fortalecer su cohesión, posicionamiento y diferenciación entre productos y experiencias.

Es conveniente alinear las nuevas líneas temáticas para el desarrollo de productos y experiencias turísticas a las nuevas tendencias de viaje, sin perder de vista la vocación cultural intrínseca del estado, con el fin de lograr una oferta turística fresca y acorde con su realidad, lo cual, brindará competitividad al estado en general.



4. Evolución y perspectivas para el futuro.

El constante dinamismo en los enfoques del desarrollo turístico mueve y promueve el cambio en las visiones del turismo nacional y estatal. Lo que confirma que, el Estado de Guanajuato deberá enfocar sus esfuerzos en crear productos, experiencias y destinos comprometidos con el desarrollo comunitario y el cuidado del entorno, donde la conexión e interacción del visitante y la comunidad sea el centro de atención.



VIII. RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES PARA DISMINUIR LA ROTACIÓN EN EL EMPLEO DEL SECTOR TURÍSTICO DEL ESTADO DE GUANAJUATO

Hallazgos	Conclusión	Recomendación
<p>H1. La situación laboral en el sector turístico implica horarios definidos que normalmente se cumplen, pero con la posibilidad de que los empleados trabajen horas extras en algunas ocasiones. Sin embargo, es notable que estas horas adicionales no siempre se compensan económicamente, según la percepción del 61% de los encuestados, este hallazgo coincide con el empleado, el ex empleado y el empleador, en que es una de las principales causas de abandono al puesto de trabajo, el exceso de horas de trabajo. Además, el hecho de que el 83% de los empleados perciban que el equilibrio entre la vida laboral y personal ocurre solo ocasionalmente destaca la necesidad de implementar medidas que promuevan un balance más saludable.</p>	<p>La dinámica de extensión de horarios laborales puede tener implicaciones negativas, en temas de carga laboral, equilibrio de vida-trabajo y en la compensación total que reciben los empleados en el sector turístico.</p>	<p>Establecer normativas de compensación equitativa en el empleo estatal, con el objetivo de garantizar la equidad en la compensación de los empleados estatales, especialmente en lo relacionado con horas extras, promoviendo un entorno laboral justo y favoreciendo el equilibrio entre trabajo y vida.</p>
<p>H2. El estrés laboral es significativamente alto durante la jornada de trabajo, y el 79% de los encuestados sugiere que la contratación de más personal sería necesaria para reducir la carga de trabajo y, por ende, el estrés. Este hallazgo también abona a dos de las principales causas encontradas por las que el empleado y ex empleado considera abandonar la empresa, el trabajo bajo presión y la carga excesiva de trabajo.</p>	<p>El exceso de estrés en el trabajo motiva el abandono y genera enfermedades a los empleados, la contratación de más personal sería la solución más próxima, comprendiendo que algunas empresas no pueden exceder recursos económicos a esta problemática se propone la siguiente recomendación.</p>	<p>Implementar mejoras en la eficiencia laboral mediante cursos gratuitos a empresas sobre la optimización de procesos de trabajo, con el objetivo de mejorar la productividad, la automatización de tareas repetitivas y reducir la carga laboral.</p>
<p>H3. El salario en los empleos del sector turístico es insuficiente para cubrir las necesidades básicas, este hallazgo se considera de este modo debido a que el 71% de los encuestados reflejan que solo es suficiente a veces y normalmente, mientras un 79% expresa que consideran que el tiempo trabajado no es proporcional al salario recibido, además motiva a que se considere</p>	<p>Los hallazgos indican la necesidad de revisar las políticas salariales en el sector turístico, con un enfoque en asegurar que los salarios sean adecuados para cubrir las necesidades básicas de los empleados y reflejar de manera justa el esfuerzo y tiempo dedicado a sus labores.</p>	<p>Implementar políticas de transparencia en la comunicación de ajustes salariales, proporcionando información clara sobre las razones detrás de los cambios y el compromiso con la equidad.</p>



<p>que el trabajo poco remunerado es una de las causas más importantes en generar rotación según la respuesta de empleados y exempleados del sector turístico. Además, que coincide con la opinión del empleador, que dice que una de las razones principales de la rotación es por compensaciones salariales no competitivas.</p>		
<p>H4. Los trabajadores si han identificado oportunidades de crecimiento laboral, esto se respalda con un 70% de afirmación en respuesta de los encuestados, sin embargo, la falta de oportunidades de crecimiento laboral es una de las principales causas por las que el empleado ha pensado abandonar su trabajo.</p>	<p>La discrepancia encontrada sugiere que los colaboradores sí perciben oportunidades de crecimiento en su trabajo actual, pero esta percepción se convierte en una de las principales razones para abandonar la organización debido a la falta de posibilidades reales para alcanzar dichos objetivos.</p>	<p>Facilitar el acceso a recursos educativos externos, como cursos en línea y seminarios que traten del sector, con certificaciones que lo avalen, para ampliar las oportunidades de aprendizaje y desarrollo.</p>
<p>H5. La retroalimentación de los exempleados resalta claramente que factores como un salario más competitivo, planes de incentivos atractivos, menor carga y trabajo y oportunidades concretas de desarrollo profesional habrían sido elementos decisivos para retenerlos en la empresa.</p>	<p>Este hallazgo destaca la importancia de abordar estos aspectos para mejorar la retención de empleados en el sector turístico y subraya la necesidad de ajustes en políticas salariales, incentivos, gestión del tiempo y programas de desarrollo para fortalecer la lealtad y satisfacción laboral en la industria.</p>	<p>Desarrollo de programas de bienestar laboral, implementar programas de bienestar laboral que aborden las necesidades físicas y emocionales de los empleados, contribuyendo a un ambiente laboral saludable y equilibrado, empresas socialmente responsables donde se reconozca el valor y el trabajo del empleado.</p>
<p>H6. Los aspectos que los empleados valoraron más de las empresas son; el sueldo (18.9) y las oportunidades de crecimiento (19.8%).</p>	<p>Mientras que, en el hallazgo anterior (H5) los exempleados indican que estos factores podrían haber influido en su decisión de permanecer en la empresa, los empleados actuales expresan que valoran precisamente esos aspectos en sus empleos actuales. Esta discrepancia podría deberse a cambios en la política de compensación o desarrollo profesional de la empresa a lo largo del tiempo, o a diferencias individuales en las experiencias laborales.</p>	<p>Establecer un programa estatal, "Voz del empleado-Satisfacción laboral Gto" de encuestas periódicas de satisfacción laboral, priorizando la evaluación del salario y las oportunidades de desarrollo profesional. El objetivo es obtener una retroalimentación continua de los empleados estatales, actuales y pasados, para identificar áreas de mejora y fortalecer la calidad del entorno laboral.</p>
<p>H7. La estacionalidad del sector turístico, con un 54.8%, se destaca como una de las causas más significativas de la rotación laboral, según la percepción tanto de empleados y exempleados como de empleadores, especialmente en empresas relacionadas con restaurantes, hoteles y agencias de viajes.</p>	<p>Este hallazgo indica que la variabilidad estacional en la demanda de servicios turísticos impacta directamente en la estabilidad laboral, siendo un factor clave que contribuye a la rotación de empleados en la industria.</p>	<p>Crear centros de innovación empresarial que sirvan como espacios de colaboración empresarial y ciudadana de asesoramiento para aquellos interesados en proponer, comercializar, explorar y desarrollar nuevos productos y servicios turísticos.</p>



<p>H8. La rotación de los empleados genera diferentes consecuencias negativas a las empresas del sector turístico que van desde disminución en la calidad y continuidad de los servicios en un 72.1%, esto reflejado por los empleadores del sector, impacta negativamente a la reputación del destino en un 62.5% e Influye negativamente en mantener relaciones de fidelización con los clientes en un 39.4%. La capacitación y formación de nuevos empleados está relacionada con la afectación de las finanzas de la empresa en un 76%. Por último, en esta serie de hallazgos se determina que las bajas laborales en su empresa podrían llevarlos a la quiebra, reflejó un 36.5% de los empleadores encuestados.</p>	<p>Esta serie de hallazgos correlacionados subrayan la importancia crítica de abordar la rotación de empleados en el sector turístico para preservar la calidad del servicio, la reputación del destino y la estabilidad financiera de las empresas.</p>	<p>Desarrollar un decálogo empresarial a nivel estatal para la retención de talento, con el objetivo de establecer un conjunto específico de acciones diseñadas para retener a empleados clave, proporcionando beneficios adicionales, reconocimientos, oportunidades de crecimiento y promoviendo un ambiente laboral positivo. El propósito es fortalecer la retención del talento estratégico, asegurando la estabilidad y el rendimiento óptimo de la organización.</p>
<p>H9. La carencia de incentivos que fortalezcan la conexión entre la empresa y su personal se presenta como un factor compartido tanto por los empleados actuales como por los exempleados. Ambos grupos señalan la ausencia de prestaciones laborales y la falta de incentivos como aspectos críticos que están notoriamente ausentes en los empleos del sector. De manera significativa, los empleadores también coinciden con estas percepciones, ya que reconocen que la falta de incentivos (15.4%) y la ausencia de prestaciones laborales (25%) figuran entre las causas que motivan la rotación de empleados. Por la parte contraria el 55% de los empleados encuestados cuentan con prestaciones laborales y el 58% cuenta con un contrato definido.</p>	<p>La discrepancia entre la percepción de los empleados, exempleados y empleadores sobre la presencia de incentivos y prestaciones laborales en el sector turístico destaca una brecha significativa en la valoración de estos aspectos. Es posible que los empleados no estén completamente conscientes de todas las prestaciones que se les ofrecen, lo que puede generar expectativas más altas en cuanto a los incentivos que deberían recibir.</p>	<p>Desarrollar e implementar un programa estatal de apoyos económicos dirigidos a las empresas más vulnerables del sector turístico, con el propósito de facilitar la provisión de incentivos, ya sean de índole monetaria u otros, con el fin de fomentar un entorno laboral positivo y fortalecer la retención del talento. Esta política tiene como meta generar un ambiente propicio mediante incentivos atractivos, mejoras en prestaciones y comunicación transparente, contribuyendo al crecimiento sostenible y a la estabilidad del empleo en el estado.</p>
<p>H10. Los empleados del sector califican la capacitación recibida como adecuada en un 65.9%, mientras que los exempleados señalan, poca claridad en las tareas a desempeñar en un 10%, como causa de abandono laboral, aunque más adelante los mismos reflejan la capacitación como un</p>	<p>La discrepancia en las percepciones sobre la capacitación y el apoyo de los gerentes en el sector turístico destaca la necesidad de una comunicación más clara y consistente. Aunque los empleados actuales valoran positivamente la capacitación, la falta de claridad en las tareas se destaca</p>	<p>Implementar un programa mensual de capacitación dirigido a empleadores del sector turístico, con el fin de mejorar continuamente sus habilidades de evaluación en el proceso de contratación y optimizar las estrategias para la formación efectiva del nuevo personal. Esta iniciativa estatal busca consolidar prácticas</p>



<p>esfuerzo bien reconocido pues la califican como adecuada en un 94%, por otra parte, también destacan que el apoyo por parte de sus gerentes se califica como, normalmente, a veces y siempre en un 48% Y 52% respectivamente, mientras tanto los empleadores del sector reconocen que una de las acciones en su plan para la retención de personal es, estandarizar los procesos de capacitación en un 46.2%.</p>	<p>como una razón de abandono para algunos exempleados. Es alentador ver que, una vez fuera de la empresa, estos últimos reconocen la calidad de la capacitación recibida. La iniciativa de estandarizar los procesos de capacitación por parte de los empleadores refleja un compromiso con la mejora continua.</p>	<p>innovadoras en la gestión de recursos humanos, contribuyendo a un entorno laboral más positivo y cohesivo para el crecimiento sostenible de todas las empresas turísticas en el estado.</p>
<p>H11.La capacitación en empleos del sector turístico es ampliamente reconocida por empleados y exempleados, ambos calificándola en un 46% como adecuada. Sin embargo, es interesante notar que, a pesar de la valoración positiva, un 14% de los exempleados la identifica como una causa de abandono laboral.</p>	<p>Esta discrepancia destaca la importancia de evaluar no solo la calidad, sino también la efectividad percibida de la capacitación. Sería beneficioso realizar un análisis más detenido para comprender las razones detrás de este desacuerdo y ajustar los programas de capacitación en consecuencia para mejorar la retención del personal en el sector turístico.</p>	<p>Organizar un foro de colaboración que reúna a expertos del sector turístico, incluyendo empresarios, líderes de recursos humanos y profesionales con experiencia, para aportar perspectivas especializadas en la definición de competencias clave.</p>
<p>H12.Los empleados encuestados resaltan que no buscarían empleo en un sector diferente al turístico en un 39%, el sustento para esta postura es porque mencionan que el trabajo coincide con las habilidades, capacidades y conocimientos que poseen (80%) y el sentido de pertenencia y pasión por la actividad turística. De igual manera los exempleados coinciden en contar laborando para el sector en un 78%, Por otro lado, los empleadores reflejan que cuentan con un plan para la retención de personal según el 68.3% de los empleadores encuestados, que cuenta con las siguientes acciones; brindar prestaciones laborales (41.3%), Aumentar el sueldo (31.7%), Implementar un plan de vida y carrera (29.8%), Ajustar las horas de trabajo (27.9%).</p>	<p>La lealtad de empleados y exempleados al sector turístico se fundamenta en la alineación de habilidades y pasión. La existencia de un plan de retención por parte de los empleadores, centrado en prestaciones laborales, aumento salarial y desarrollo profesional, subraya un compromiso sólido hacia la retención del personal en la industria turística.</p>	<p>Establecer un programa estatal que promueva el desarrollo personalizado de habilidades y competencias clave necesarias para el éxito en el sector turístico. La política busca proporcionar oportunidades de formación alineadas con las metas individuales de los empleados, fortaleciendo así la calidad de la fuerza laboral en el sector turístico estatal.</p>
<p>H13.Es alentador observar que la gran mayoría de los empleados en el sector turístico (74%) no ha experimentado situaciones de discriminación en el trabajo. Además, destaca positivamente que el 88% de</p>	<p>Estos hallazgos sugieren que, en términos generales, el sector turístico mantiene un entorno laboral inclusivo y apreciativo, lo cual es fundamental para el bienestar y la satisfacción de los empleados.</p>	<p>Establecer un marco normativo que proporcione incentivos fiscales a las empresas que promuevan activamente la inclusión, diversidad e incentivos y reconocimientos, en su fuerza laboral. Esta política tiene como objetivo no solo</p>



<p>los empleados sienten que su trabajo es reconocido, reflejando un ambiente laboral donde la contribución individual es valorada de manera consistente.</p>		<p>reconocer, sino también premiar financieramente a las empresas que adopten prácticas inclusivas y de recompensas hacia sus empleados, fomentando así un entorno empresarial equitativo y diverso en todo el estado.</p>
---	--	--

Tabla 20. Recomendaciones para disminuir la rotación en el empleo del sector turístico del Estado de Guanajuato. Fuente: Elaboración propia.



RECOMENDACIONES PARA MITIGAR LOS IMPACTOS NEGATIVOS DE LA PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD SOBRE LA DEMANDA DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LOS DESTINOS DEL ESTADO DE GUANAJUATO

Relación de Hallazgos, Conclusiones y Recomendaciones (continuación)		
Hallazgo	Conclusión	Recomendación
<p>El 42% de los prestadores de servicios turísticos, el 59% de los visitantes nacionales y el 38% de los visitantes internacionales conciben seguros a los destinos turísticos del estado de Guanajuato. El 33.9% de los habitantes encuestados lo percibe como inseguro.</p>	<p>Tras la aplicación de encuestas se observó una tendencia opuesta entre dos grupos según sus respuestas, el primero de ellos compuesto por prestadores de servicios turísticos y visitantes nacionales e internacionales, mientras que el segundo está compuesto por los habitantes de los principales destinos turísticos del Estado. El primer grupo percibe al Estado de Guanajuato como seguro, pues el 42% de los prestadores de servicios turísticos, 59% de los visitantes nacionales y el 38% de los visitantes internacionales así lo conciben, mientras que para el grupo de habitantes encuestado lo percibe como inseguro con un 33.9%.</p> <p>De acuerdo con Campodónico, R. y Chalar, L. (2013), la distinción entre estas percepciones se fundamenta en que la experiencia turística es más acotada que la realidad cotidiana y, podría considerarse al turismo como situación opuesta a la vida cotidiana. Además, los prestadores de servicios turísticos transitan la dualidad de espacios y tiempos cotidianos y no cotidianos, por tanto, a pesar de ser habitantes de estos destinos, comparten una visión cercana a la de los turistas debido a la naturaleza de su actividad económica y cercanía con ellos.</p>	<p>De acuerdo con, Varisco, C. et al (2016), es importante el concepto de conciencia turística, para analizar la importancia del trato de los residentes hacia los visitantes en un destino turístico, por tanto, es importante lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none">o Reconocer públicamente a individuos, empresas o comunidades que destaquen por su hospitalidad y contribución positiva al turismo local.o Establecer incentivos para aquellos residentes que participen activamente en actividades que promuevan la conciencia turística y la convivencia pacífica.o Implementar un sistema de retroalimentación para evaluar constantemente la percepción de los turistas sobre la hospitalidad local.o Ofrecer programas de capacitación para prestadores de servicios turísticos, destacando la importancia de su papel en la creación de experiencias seguras para los visitantes. <ul style="list-style-type: none">- Incentivar y fortalecer un organismo de seguridad exclusivamente dedicado a la actividad turística (Policía Turística del Estado de Guanajuato).o Promover la creación de comités ciudadanos de seguridad turística, a fin de que los habitantes sean los principales encargados en promover la seguridad de los destinos.- Instalar casetas de denuncias anónimas y seguras en sitios de mayor afluencia, app de denuncias y agilidad en los procesos de denuncias para visitantes y turistas.- Instalar la red de colaboración anti delitos: colaboración entre ciudadanía y autoridades locales para combatir la corrupción, soborno e impunidad ante cualquier delito.



<p>Los principales temas de noticias que ha visto/leído/escuchado sobre el Estado de Guanajuato de acuerdo con cada público son los siguientes:</p> <p>a. Habitantes de los principales destinos (HAB): Cultura y festivales – 46.5%.</p> <p>b. Visitantes nacionales (NAC): Eventos turísticos – 58.3%.</p> <p>c. Visitantes internacionales (INT): Eventos turísticos – 42%.</p>	<p>Según las respuestas, los habitantes, visitantes nacionales e internacionales mencionan que lo que más se comunica son eventos turísticos, así como eventos culturales y festivales, por tanto, este contenido de cobertura mediática contribuye a mantener una percepción de seguridad más positiva.</p> <p>En este sentido, a pesar de las condiciones post COVID – 19 y las notas rojas sobre la situación actual del Estado de Guanajuato que se comparten en los medios de comunicación, el Estado de Guanajuato continúa recibiendo visitantes, pero si afecta su desplazamiento al interior de estos, lo que influye en el consumo de servicios y estancia promedio de los visitantes.</p> <p>Si bien, la percepción de seguridad se refiere a la evaluación subjetiva que una persona o una comunidad hace sobre su nivel de seguridad en un entorno determinado. Esta percepción puede diferir de la realidad objetiva y está influenciada por una variedad de factores, como experiencias personales, información disponible, y la presencia o ausencia de amenazas percibidas. Sin embargo, la percepción de seguridad no siempre coincide con los datos estadísticos o los hechos concretos relacionados con la seguridad en un área específica.</p>	<p>- Aprovechar la percepción positiva de la seguridad de los destinos turísticos del estado para la creación del distintivo Destino Seguro.</p>
<p>El nivel de congruencia entre la percepción de seguridad pública del estado de Guanajuato, lo que se comunica de este y la realidad de sus destinos turísticos es BAJO (49.4%), es decir, la percepción de seguridad pública poco coincide con lo que se comunica sobre la entidad Y ES INCONGRUENTE A SU REALIDAD.</p>	<p>Este indicador refleja una disonancia significativa entre la percepción subjetiva de seguridad y los hechos objetivos presentes en los destinos turísticos de la región. La incongruencia entre lo que se percibe, se comunica y la realidad sugiere la necesidad urgente de implementar estrategias integralmente diseñadas para abordar esta discrepancia, promoviendo así una percepción más alineada con la</p>	<p>Proporcionar capacitación continua a los prestadores de servicios turísticos, empleados en destinos y personal de seguridad sobre cómo abordar las preocupaciones de los visitantes y mejorar la calidad de la atención al cliente.</p> <p>Establecer un sistema de monitoreo continuo para evaluar la eficacia de las estrategias implementadas y realizar ajustes según sea necesario.</p> <p>Recopilar retroalimentación constante de visitantes y residentes para evaluar la percepción de seguridad a lo largo del tiempo y realizar mejoras continuas.</p>



	seguridad real que ofrecen los destinos turísticos en el estado de Guanajuato.	
El 82.3% de los prestadores de servicios turísticos consideran que las notas rojas sobre la seguridad de Guanajuato han afectado al estado en la llegada de turistas; a diferencia del 17.7% que considera que las notas rojas no han afectado en la llegada de turistas a los destinos turísticos de Guanajuato.	La percepción de los prestadores de servicios turísticos en Guanajuato respecto a las notas rojas sobre la seguridad revela una clara preocupación acerca del impacto negativo en la llegada de turistas al estado. Con un significativo 82.3% de los encuestados señalando que estas noticias han afectado la afluencia de visitantes, se destaca la magnitud de la influencia de la cobertura mediática sobre la percepción turística. Por otro lado, aunque el 17.7% sostiene que las notas rojas no han tenido un efecto adverso, la abrumadora mayoría resalta la necesidad de abordar este problema de manera efectiva.	Utilizar testimonios reales para contrarrestar la percepción negativa y resaltar la autenticidad de las experiencias. Explorar el uso de tecnologías innovadoras, como aplicaciones móviles de seguridad turística, para brindar información en tiempo real y mejorar la experiencia del visitante.
El 29% de los prestadores de servicios turísticos expresan haber tenido una disminución del 1 al 10% en la demanda de sus servicios a consecuencia de inseguridad en el estado, el 27% comenta que disminuyó del 11 al 30% la demanda de sus servicios, mientras que el 20% menciona no haber identificado disminución en la demanda de sus servicios. Por otro lado, el 14% anuncian que su disminución ha sido del 31 al 70% y tan solo un 10% expresa una disminución de más del 71% en la demanda de sus servicios, respecto a la llegada de turistas.	El hecho de que el 29% haya experimentado una reducción del 1 al 10%, el 27% del 11 al 30%, y el 14% haya enfrentado disminuciones más sustanciales del 31 al 70%, demuestra claramente el impacto adverso que la percepción de inseguridad tiene en la afluencia de turistas. Si bien es alentador notar que el 20% de los prestadores de servicios no ha identificado disminución en la demanda, es innegable que una proporción significativa del sector se ha visto afectada. Esta realidad destaca la necesidad urgente de abordar las preocupaciones de seguridad de manera efectiva para revitalizar la confianza en los visitantes. La variabilidad en las respuestas también subraya la complejidad del desafío, con algunos sectores enfrentando una disminución más drástica que otros. Las respuestas de los proveedores de servicios turísticos indican que las áreas más afectadas por la disminución significativa en la demanda de servicios	Implementar un programa de certificación en seguridad turística para prestadores de servicios, hoteles y establecimientos, garantizando altos estándares de seguridad.



	<p>turísticos debido a la inseguridad son principalmente las ubicadas en las regiones del noreste y del centro, ya que es en estas áreas donde se centran mayormente las respuestas.</p>	
<p>Nivel de afectación de las notas rojas sobre la demanda de servicios turísticos es de 50.7%.</p>	<p>El nivel de afectación de las notas rojas del estado de Guanajuato sobre la demanda de servicios turísticos es MEDIO con tendencia a ALTO, pues supera en 0.7% el parámetro de afectación media, determinado que dichas noticias sobre la seguridad del estado afectan poco la demanda de servicios turísticos, pero pueden resultar en una afectación directa que agrave el consumo de dichos servicios, además de la derrama económica en los destinos de análisis.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Establecer alianzas con la industria turística, gremios empresariales y asociaciones para desarrollar estrategias unificadas de comunicación.- Trabajar en conjunto con el sector privado para abordar las preocupaciones específicas de los prestadores de servicios turísticos.
<p>Más del 50% de los habitantes encuestados mencionan tener un nivel de confianza bajo en las acciones de las autoridades del estado en cuanto a seguridad (63.8%); el 18.1% tienen un nivel muy bajo en dichas medidas de seguridad. Por el contrario, el 15.7% de los encuestados menciona tener un nivel alto en las acciones de seguridad local y solamente un 2.4% comparte un nivel de confianza muy alto en las medidas de seguridad implementadas por las autoridades.</p>	<p>Los resultados de la encuesta sobre el nivel de confianza de los habitantes de los destinos turísticos en las medidas de seguridad implementadas por las autoridades locales en el estado de Guanajuato revelan una situación preocupante. La mayoría de los habitantes encuestados, un alarmante 63.8%, expresan tener un nivel de confianza bajo en las acciones de las autoridades en materia de seguridad. Adicionalmente, el 18.1% manifiesta un nivel de confianza muy bajo en estas medidas.</p> <p>Esta falta de confianza significativa señala una brecha considerable entre la percepción de la efectividad de las acciones de seguridad y las expectativas de la población local. Es particularmente preocupante que solo el 15.7% y el 2.4% de los encuestados informen tener niveles moderados y altos de confianza, respectivamente, en las medidas implementadas por las autoridades locales.</p>	<p>Mayor presencia policial en zonas turísticas.</p> <p>Tras la aplicación de encuestas dirigidas a visitantes nacionales, internacionales, habitantes locales y prestadores de servicios turísticos, se evidenció un consenso claro en cuanto a la estrategia más recomendada para generar confianza y seguridad en los destinos turísticos. La opción que prevaleció entre los participantes fue la implementación de una "Mayor presencia policial en zonas turísticas". Esta estrategia fue identificada como la medida más efectiva para brindar tranquilidad y confianza a los visitantes durante su estancia en los diferentes puntos turísticos de la región.</p> <p>El resultado más popular proveniente de las encuestas realizadas en el diagnóstico de seguridad reveló que la presencia policial visible y activa en las áreas turísticas es visto como un factor fundamental para mejorar la percepción de seguridad por parte de los visitantes. Esta estrategia fue respaldada tanto por los propios turistas como por los habitantes locales y prestadores de servicios turísticos, destacando su importancia para generar un ambiente de confianza y protección, contribuyendo así a fortalecer la imagen de los destinos turísticos en la región de manera significativa.</p> <p>RECOMENDACIÓN ORIENTADA A SECTUR: Actualización de las funciones de la policía turística del</p>



		<p>estado de Guanajuato y ampliar su presencia en el resto de los destinos del estado.</p> <p>Campañas de difusión de destino seguro y acciones realizadas en el tema.</p> <p>Esta estrategia involucra la utilización de medios de comunicación para difundir entre la población las medidas implementadas en materia de seguridad pública y destacar cómo estas acciones están influyendo en el estado de Guanajuato.</p> <p>RECOMENDACIÓN ORIENTADA A SECTUR: Evidenciar las acciones que realiza la SECTUR en coordinación con el Gobierno del Estado, a través de la difusión de campañas de “turismo seguro en Guanajuato”, en los principales medios de comunicación en los que tiene presencia el estado.</p> <p>Mayor iluminación y mantenimiento en las calles y zonas públicas.</p> <p>La instalación de iluminación adecuada en calles, parques y otras áreas públicas puede disuadir la actividad delictiva y mejorar la sensación de seguridad, especialmente durante la noche. Así como también el mantener las áreas públicas limpias, no solo mejora la estética, sino que también crea un entorno que comunica cuidado y atención. Mejorar la infraestructura contribuye a crear un entorno que transmite mayor tranquilidad y confianza al transitar por estas áreas, mejorando así la percepción tanto de los turistas como de los habitantes.</p> <p>RECOMENDACIÓN ORIENTADA A SECTUR: Coordinar y monitorear, semestralmente, con las direcciones municipales correspondientes, la instalación, funcionamiento y mejoramiento del alumbrado público en zonas de afluencia turística y calles aledañas, así como la limpieza e imagen urbana de los destinos.</p> <p>Programas de denuncia menos burocrático.</p> <p>Este proceso constituye un mecanismo esencial para impartir justicia, por esta razón debe ser accesible tanto para la población local como para los turistas. Para lograr esto, es imperativo emplear herramientas que simplifiquen y agilicen el proceso, teniendo en cuenta las características sociodemográficas de los residentes y visitantes, así como el entorno en el que se desarrollan. Mejorar la forma de comunicar el proceso y el formato de la denuncia será fundamental para</p>
--	--	--



		<p>aumentar la accesibilidad y hacer el proceso más fácil y ágil para las personas que requieran denunciar.</p> <p>RECOMENDACIÓN ORIENTADA A SECTUR: Diseñar (o en su caso, actualizar) el protocolo de denuncia turística y motivar a los prestadores de servicios a dar a conocer el proceso a sus clientes, como parte de un estándar de calidad en su atención turística. Coordinar con las direcciones municipales correspondientes el funcionamiento de este protocolo.</p> <p>Líneas directas de comunicación con autoridades locales.</p> <p>Establecer una comunicación directa con las autoridades locales es esencial para identificar problemáticas y necesidades percibidas por los prestadores de servicio turísticos y habitantes. De este modo, se pueden detectar y abordar problemas de inseguridad a nivel local de manera más efectiva.</p> <p>RECOMENDACIÓN ORIENTADA A SECTUR: Incorporar una línea de WhatsApp directa con la policía turística del Estado de Guanajuato al protocolo mencionado en la estrategia anterior. De igual manera, motivar a los prestadores de servicios turísticos a informar a sus clientes sobre este sistema.</p> <p>Jornadas de capacitación para el personal de primer contacto en temas de “Atención en situación de crisis”. Estas sesiones de capacitación están dirigidas específicamente a la policía preventiva municipal y a la policía estatal, con el propósito de brindarles conocimientos en aspectos como; identificación de crisis, desarrollo de habilidades para una comunicación efectiva, manejo del estrés, actuar bajo presión y poder tomar una decisión rápida. Siempre priorizando el bienestar de las personas.</p> <p>RECOMENDACIÓN ORIENTADA A SECTUR: diseñar el programa de capacitación “Atención al turista en situaciones de riesgo”, dirigido a la planta turística, personal de primer contacto y servidores públicos municipales y locales.</p> <p>Mesa de trabajo con sector turístico.</p> <p>Esta estrategia es esencial para que los prestadores de servicios compartan los factores que favorecen una mayor afluencia de visitantes, así como aquellos que han observado que reducen la llegada de turistas. De</p>
--	--	---



		<p>esta manera, se pueden establecer acuerdos en base a las competencias y alcances de cada actor involucrado.</p> <p>RECOMENDACIÓN ORIENTADA A SECTUR: Coordinar, periódicamente y de manera calendarizada, mesas de trabajo con actores esenciales en la dinámica turística de cada destino, para analizar los temas de atención primordial, haciendo énfasis en la seguridad del visitante y de la comunidad local, con el objetivo de diseñar acciones en pro del turismo de estos municipios.</p> <p>Coordinación entre autoridades.</p> <p>Es fundamental establecer una coordinación efectiva entre las autoridades del sector de seguridad, tales como la policía preventiva municipal, la policía estatal y la policía federal, con el fin de organizar esfuerzos conjuntos para abordar la problemática de inseguridad de manera eficiente.</p> <p>RECOMENDACIÓN ORIENTADA A SECTUR: Diseñar el esquema, proceso y funciones de correlación entre los tres niveles (estatal, municipal y local), específicamente para la atención de la seguridad del turista y prestador de servicios turísticos de cada destino</p>
--	--	---

Tabla 21. Recomendaciones para mitigar los impactos negativos de la percepción de seguridad sobre la demanda de servicios turísticos en los destinos del Estado de Guanajuato. Fuente. Elaboración propia.



RECOMENDACIONES EN MATERIA DE TURISMO SUSTENTABLE

La estrategia integral para fortalecer la sustentabilidad turística en el Estado de Guanajuato implica, en primer lugar, adaptar y actualizar el Modelo de Sustentabilidad Turística para cada destino, considerando criterios actuales y capacidades técnicas locales. Posteriormente, se propone la implementación de campañas de comunicación para divulgar estas prácticas y sus beneficios, utilizando diversas herramientas como aplicaciones móviles, folletos y tableros informativos en lugares estratégicos.

Se busca asegurar la adopción de buenas prácticas sustentables mediante un "Checklist de Negocio Turístico Sustentable" con indicadores claros, talleres de concientización y sistemas de reconocimiento. Además, se plantea el diseño de incentivos en colaboración con instituciones competentes para reconocer y premiar a los prestadores de servicios y visitantes comprometidos con el turismo sostenible.

Se aboga por la actualización de la calculadora de huella de carbono y su comunicación eficiente.

En coordinación con la SMAOT, se proponen campañas de conciencia ambiental en Áreas Naturales Protegidas, con esquemas de incentivos para prestadores de servicios. Asimismo, se plantea un estudio de planificación turística orientado al desarrollo turístico regional, la creación de productos turísticos de bajo impacto en ANPs y la promoción de turismo comunitario alineado con las necesidades de viaje actuales.

La evaluación de productos turísticos según estándares internacionales de sustentabilidad, la oferta de apoyos a planes de negocio sustentables, y la creación de manuales y guías de buenas prácticas sustentables para diversos sectores turísticos complementan esta estrategia integral.



Relación de Hallazgos, Conclusiones y Recomendaciones

Hallazgo	Conclusión	Recomendación
H1: Son notables los esfuerzos del Estado de Guanajuato en diseñar políticas y modelos de buenas prácticas sustentables en los principales destinos turísticos, pues el índice de adopción general del MSTGTO (Modelo de Sustentabilidad Turística para el Estado de Guanajuato) muestra un favorable 62.6%.	El Estado de Guanajuato está comprometido por hacer del turismo una actividad sostenible para el medio ambiente del estado, desde el manejo de residuos, uso consciente del agua, medición de la energía y diseño de guías para productos y eventos turísticos.	Reforzar y actualizar el Modelo de Sustentabilidad Turística, aterrizándolo a la realidad de cada destino, a los criterios sostenibles actuales y a las capacidades técnicas de los prestadores de servicios turísticos de los principales destinos.
H2: La adopción de estas buenas prácticas; separación de residuos, cuidado del agua, medición de la huella de carbono y compensación del impacto en la Áreas Naturales Protegidas, por parte de los visitantes a los destinos turísticos del estado InAdpV=22.7% (Índice de adopción visitantes) no supera el 50% mínimo.	Existe una gran área de oportunidad para los líderes del sector turístico del estado para hacer más evidente y comunicar de mejor manera los esfuerzos realizados en relación con las buenas prácticas sustentables, pues poco servirá el diseño, la alineación a criterios internacionales y la implementación de Modelos y estrategias sustentables, sino se le hace saber al mercado turístico sobre la existencia de estos.	Diseñar campañas de comunicación para dar a conocer estas prácticas y sus beneficios, a los visitantes nacionales e internacionales, e instalar las herramientas comunicativas (app, folletería, tableros, etc.) en sitios visibles en establecimientos y sitios/atractivos públicos de los destinos.
H3: Por otro lado, es notable la adopción de las buenas prácticas sustentables (Separación de residuos, Cuidado del agua, medición de la huella de carbono y compensación del impacto en la Áreas Naturales Protegidas) integradas en el MSTGTO (Modelo de Sustentabilidad Turística para el Estado de Guanajuato), por parte de los prestadores de servicios turísticos de los principales destinos del estado InAdpP= 39.9% (Índice de adopción prestadores de servicios turísticos), que, aunque de igual manera no superan el porcentaje mínimo, el índice es mayor en comparación al de los visitantes nacionales e internacionales.	Esto se puede interpretar como que, gracias a los esfuerzos de capacitación en el tema, los incentivos en certificaciones y distintivos, así como la misma estrategia general que se deriva del MSTGTO, los prestadores de servicios turísticos están insertando lentamente estas buenas prácticas en sus operaciones turísticas cotidianas.	Asegurar la adopción e implementación de buenas prácticas sustentables por parte de los todos los prestadores de servicios turísticos de los destinos del estado, por medio del diseño y aplicación del check list de "Negocio Turístico Sustentable", con indicadores de ahorro de agua y energía, prácticas de reciclaje, talleres de consciencia ambiental, respeto a comunidades locales, entre otros temas clave.



<p>H4: El manejo de residuos y uso consciente del agua, son las dos prácticas que más han sido adoptados por los dos públicos clave estudiados PST y VN-I (Prestadores de servicios turísticos y visitantes nacionales e internacionales), superando el 50% en su índice de adopción (55.9% y 59.9%, respectivamente).</p>	<p>Es notable que los principales actores de la dinámica turística son más conscientes del impacto de esta actividad en el ambiente, sobre todo por la comunicación y la información que se tiene sobre aspectos del cuidado del agua y la basura.</p>	<p>Diseñar incentivos (a considerar por parte de las instituciones competentes) para otorgar a prestadores de servicios turísticos y a visitantes, que reconozcan su consciencia y preocupación por desarrollar el turismo sostenible.</p>
<p>H5: En contraste, el índice de la calculadora de huella de carbono únicamente es adoptada en un 3.0% del total de encuestados.</p>	<p>Con estos resultados, quedan muchas dudas sobre la funcionalidad de esta medición en los eventos turísticos del estado de Guanajuato.</p>	<p>Analizar puntualmente los efectos de su aplicación, así como comunicar eficientemente los beneficios para quien se someta y comprometa a utilizarla. Es decir, actualizar su funcionamiento, impactos y beneficios para el turismo y comunicarlo.</p>



Relación de Hallazgos, Conclusiones y Recomendaciones (continuación)		
Hallazgo	Conclusión	Recomendación
H6: La aceptación en cuanto a la compensación del impacto turístico en Áreas Naturales Protegidas, la cual muestra un índice de tan solo el 6.7%.	Con estos resultados, quedan muchas dudas sobre la funcionalidad de esta medición en las ANPs del estado de Guanajuato.	En coordinación con la SMAOT, realizar campañas potentes sobre conciencia ambiental en el turismo en Áreas Naturales Protegidas del estado, y hacerlas efectivas en su aplicación para prestadores de servicios de estas zonas (esquema de incentivos), así como evidentes para sus visitantes (carteles, apps, letreros en sitio, etc.)
H7: De las 4 regiones y subregiones del estado de Guanajuato y de las 23 ANPs estatales, se presentan las zonas más potenciales al desarrollo del turismo sustentable, según los siguientes criterios de observación para la planificación y desarrollo turístico: <ul style="list-style-type: none">• Atractividad de los recursos naturales y culturales.• Conectividad y accesibilidad al ANP.• Esfuerzos realizados por actores interesados en el desarrollo turístico de la zona.• Existencia de servicios básicos para el visitante.• Tendencias turísticas mundiales hacia el turismo sostenible. Región I Noreste: ANP Pinal del Zamorano. Región II Norte: ANP Cuenca de la Esperanza. Región III Centro: ANP Cerro del Cubilete. Región III Centro: ANP Sierra de Lobos (potencializar). Región III Centro: ANP Cerro de Arandas.	Las ANPs del estado de Guanajuato tienen el potencial para desarrollar actividades turísticas de bajo impacto ambiental (es decir, el turismo no masivo, responsable, con sentido local y con preferencia por actividades personalizadas en espacios abiertos y que en sus experiencias permea la conciencia del cuidado ambiental y cultural), considerando fundamentalmente sus características territoriales, culturales y turísticas regionales.	Realizar el estudio de planificación turística orientado al desarrollo y revaloración cultural del territorio, con el fin de diseñar productos turísticos de bajo impacto en ANPs guanajuatenses, alineado a los criterios federales de la CONANP.



Región IV Sur: ANP Sierra de Los Agustinos.		
Región IV Sur: ANP Cerros El Culiacán y La Gavia.		

Relación de Hallazgos, Conclusiones y Recomendaciones (continuación)		
Hallazgo	Conclusión	Recomendación
<p>H8: Tras revisar el ejemplo de Cartagena de Indias, Colombia, la conexión intrínseca entre el turismo sostenible y el desarrollo comunitario, subrayando la importancia de integrar esa estrechísima relación en la implementación de cualquier proyecto turístico en cualquier territorio.</p> <p>“Ningún proyecto turístico es sustentable sin la mano de la comunidad receptora”</p>	<p>Enfocar el desarrollo turístico de los destinos del estado de Guanajuato en la comunidad, motiva la participación horizontal de todos los actores involucrados, desde la planificación hasta la ejecución de actividades y experiencias turísticas, lo que permite que las comunidades locales sean una parte integral de todas las etapas del proyecto. Esto simplifica la creación de productos turísticos experienciales y auténticos del destino, ya que los habitantes de las comunidades tienen identificados los recursos disponibles en el territorio y el uso que se les da, así como los rasgos identitarios más atractivos de su propia cultura.</p>	<p>Planificar productos de turismo comunitario, que aseguren el encadenamiento de actores locales, promuevan experiencias turísticas auténticas y se alineen a las necesidades de viaje en tendencia (conexión REAL del visitante con la cultura local).</p>
<p>H9: La Secretaría de Medio Ambiente y Ordenamiento Territorial del Estado de Guanajuato (SMAOT) ha seleccionado cuidadosamente los productos turísticos que pueden considerarse como sostenibles dentro de las Áreas Naturales Protegidas estatales, bajo el cumplimiento de una serie de criterios, de los cuales, los más relevantes son:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Preservación cultural. b) Preservación de recursos naturales. c) Uso de insumos locales. 	<p>Las Áreas Naturales Protegidas (ANPs) representan el mayor insumo para la propuesta de intervención de proyectos turísticos de bajo impacto. El Estado y sus instituciones han identificado potencial en estas áreas, pues ya se cuenta con más de veinte productos turísticos catalogados como sustentables instalados y distribuidos en las diferentes ANPs estatales.</p>	<p>Evaluar todos los productos turísticos existentes en ANPs de acuerdo con los estándares internacionales de sustentabilidad del GSTC (Global Sustainable Tourism Council) para destinos, con el fin de actualizarlos y alinearlos a las nuevas vocaciones del estado. Otorgar apoyos para aquellos planes de negocio que cumplan con estos criterios y se alineen a las nuevas tendencias.</p>



<p>En total, se han registrado 23 productos turísticos sustentables avalados por la SMAOT, abarcando un total de 13 Áreas Naturales Protegidas estatales distribuidas en diferentes regiones guanajuatenses. De estos productos, se presentan aquellos que se acercan al cumplimiento de los Criterios GSTC (Global Sustainable Tourism Council) para destinos turísticos, en sus 4 temas clave:</p> <p>SECCIÓN A: Gestión sostenible: “Productos Sustentables de la Sierra de Santa Rosa de las comunidades”.</p> <p>SECCIÓN B: Sostenibilidad socioeconómica: “Cocina Ancestral Chicomoztoc”.</p> <p>SECCIÓN C: Sostenibilidad cultural: “Dulce Misterio”.</p> <p>SECCIÓN D: Sostenibilidad ambiental: “Ecoturismo Peña Alta”.</p>		
--	--	--

Relación de Hallazgos, Conclusiones y Recomendaciones (continuación)		
Hallazgo	Conclusión	Recomendación
H10: Es necesario que la adopción de buenas prácticas sustentables llegue hasta los negocios y establecimientos dedicados a ofrecer servicios turísticos (planta turística).	La funcionalidad de estas propuestas dependerá del nivel de compromiso de las instancias estatales correspondientes para hacerlas llegar a los actores inmersos en la dinámica turística del estado de Guanajuato.	Diseñar y distribuir manuales y guías de buenas prácticas sustentables (con indicadores y parámetros de seguimiento), con fundamento en los Criterios Globales propuestos por el Global Sustainable Tourism Council, para Hoteles y para Operadores Turísticos (agrupando en esta clasificación a los restaurantes, operadores de eventos, guías de turistas, agencias de viajes,



**Evaluación Diagnóstica
de la Política de Atención al
Desarrollo Turístico**
post Covid 19



Instituto
de Planeación,
Estadística y
Geografía del Estado
de Querétaro



		balnearios, spas, parques ecoturísticos y centros de convenciones).
--	--	---

Tabla 22.- Relación de Hallazgos, Conclusiones y Recomendaciones. Elaboración propia.



RECOMENDACIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL ESTADO DE GUANAJUATO EN MATERIA DE NUEVAS TENDENCIAS TURÍSTICAS

La estrategia general para fortalecer el turismo en el Estado de Guanajuato implica un enfoque integral en la actualización y adaptación constante de la oferta turística, siguiendo las tendencias internacionales y evaluando la adaptabilidad de la oferta a las necesidades de los visitantes (al menos cada seis meses con informes de organizaciones internacionales como la propia ONU Turismo, Skift o Amadeus).

La capacitación de prestadores de servicios debe alinearse con el nivel de desarrollo de cada destino. Se propone una evaluación diagnóstica para fortalecer, actualizar y crear productos alineados con las nuevas tendencias, enfocándose en fortalecer experiencias culturales, tomando en cuenta que el turismo cultural es la representación mental intrínseca del estado hacia sus mercados turísticos.

Un estudio de planificación turística profundo, que incorpore el capital territorial y las tendencias de viaje, es esencial para crear productos identitarios y reducir la competencia desigual con destinos clásicos, así como evitar el estancamiento de la oferta turística actual y futura.

Se sugiere diseñar productos y experiencias turísticas identitarias, aplicando tecnología en destinos consolidados, fomentando la sostenibilidad y el turismo rural comunitario en destinos en desarrollo, y promoviendo ofertas wellness en destinos emergentes.

Se destaca la importancia de comunicar de manera efectiva los beneficios del turismo en las comunidades, mediante campañas publicitarias con influencers especializados en contenido significativo de viajes en redes sociales, específicamente en TikTok, para mostrar experiencias auténticas y alejarse de las representaciones convencionales (celebridades famosas), con el fin de atraer visitantes genuinos y comprometidos con el desarrollo turístico sostenible.



Relación de Hallazgos, Conclusiones y Recomendaciones		
Hallazgo	Conclusión	Recomendación
H1: Según las referencias en los documentos internacionales: Travel Megatrends Skift 2023, “Rincón de los miembros afiliados de la OMT” y OECD Tourism Trends and Policies, las tendencias mundiales de viajes y turismo estarán orientadas a tres pilares fundamentales: Adaptación tecnológica, Sostenibilidad y competitividad (esta última traducida en productos turísticos significativos, diferenciados y personalizados) e Inclinación por destinos emergentes poco explorados.	Tomando en consideración estos pilares, se concluye entonces que, el eje para el desarrollo turístico de los destinos del estado de Guanajuato, será la adaptabilidad sostenible y la actualización constante de su oferta turística emergente.	Reforzar y refrescar la oferta turística de los destinos consolidados, y para los destinos en desarrollo y emergentes se recomienda hacer actualizaciones y monitoreos de adaptabilidad de la oferta a las tendencias y necesidades de los visitantes (al menos cada seis meses). Se recomienda realizar estas actualizaciones con base en los reportes brindados por organizaciones internacionales (ej. Travel Megatrends Skift 2024, Amadeus 2024 Travel Trends y la misma Organización Mundial del Turismo - hoy ONU Turismo).
H2: Según su nivel de desarrollo, el estado de Guanajuato posee tres categorías de destinos turísticos: consolidados, en desarrollo y emergentes: Consolidado: Guanajuato (Ciudad Patrimonio de la Humanidad), San Miguel de Allende (Ciudad Patrimonio de la Humanidad) y León. En desarrollo: Celaya, Comonfort Pueblo Mágico, Dolores Hidalgo C.I.N., Irapuato, Purísima del Rincón Jalpa de Cánovas Pueblo Mágico, San José Iturbide, San Luis de la Paz Mineral de Pozos Pueblo Mágico, Salamanca, Salvatierra Pueblo Mágico, Silao de la Victoria y Yuriria Pueblo Mágico.	Por lo tanto, los productos y experiencias que se diseñen deberán coincidir con el nivel de desarrollo de cada destino, es decir, deben ser acorde a sus capacidades operativas, nivel de capacitación y profesionalización de los servicios ofrecidos por la planta turística (prestadores de servicios turísticos).	Realizar la evaluación diagnóstica de la oferta turística disponible en cada destino, de acuerdo con su nivel de desarrollo, con el objetivo de actualizarla y crear nuevos productos y experiencias alineadas a las nuevas tendencias de viaje. Además, reenfocar los programas de capacitación ofrecidos por Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, al nivel de capacidad y desarrollo de los prestadores de servicios turísticos de cada destino.



Emergente: Pénjamo, San Felipe y Valle de Santiago.		
H3: Por otro lado, según el análisis de la incidencia histórica de los principales motivos de viaje a los destinos del estado (36.4%) y las principales actividades de interés de los visitantes (32.1%), estas se inclinan a motivos de ocio, consumiendo principalmente recorridos y tours culturales en los principales destinos turísticos del estado, de acuerdo con lo reportando en el Perfil del Visitante del periodo 2019-2022 (OTEG, 2023).	Lo cual evidencia que la vocación turística intrínseca del estado de Guanajuato es hacia el segmento cultural, por medio del disfrute de actividades de ocio y recreación que revaloren y evoquen la identidad del territorio estatal, así como su historia y rasgos culturales propios.	Por lo que se recomienda fortalecer e innovar experiencias y productos siempre bajo esta línea, ya que la vocación por incidencia histórica y la vocación por demanda actual se orientan hacia productos culturales. Además de esta es la representación mental que tiene el mercado turístico hacia el estado de Guanajuato.



Relación de Hallazgos, Conclusiones y Recomendaciones (continuación)		
Hallazgo	Conclusión	Recomendación
<p>H4: Considerando los últimos estudios disponibles en el tema (Programa de Regionalización Turística para el Estado de Guanajuato 2014-2015 y el Estudio de Actualización de Vocaciones Turísticas del Estado de Guanajuato), estos coinciden en que los productos y experiencias turísticas deben ser planificados, ofertados y comercializados desde las características identitarias de la región territorial a la que pertenecen según la división regional estatal.</p>	<p>El Estado de Guanajuato ha tomado en cuenta estos estudios para dirigir sus esfuerzos hacia la diversificación de su oferta turística. Sin embargo, es necesario el fortalecimiento y reorientación de dicha oferta considerando la vocación territorial intrínseca de las regiones del estado, a fin de fortalecer su cohesión, posicionamiento y diferenciación entre productos y experiencias.</p>	<p>Se recomienda hacer el estudio de planificación turística a profundidad que tome en cuenta el capital territorial y las tendencias de viaje, y los conjunte en productos identitarios de destino. De otra manera, la afluencia seguirá hacia desplazándose a los destinos clásicos (Guanajuato, San Miguel de Allende, León y Dolores Hidalgo CIN), lo cual provocará el estancamiento y la baja en competitividad contra las tendencias futuras.</p>
<p>H5: Partiendo de los hallazgos en cuanto a la clasificación de los destinos turísticos, el análisis histórico del Perfil del Visitante al estado de Guanajuato, las tendencias globales que marcan el rumbo del turismo para los años venideros y la Situación Actual de las Vocaciones y Segmentos Turísticos del Estado de Guanajuato, es imperativa la determinación de nuevas líneas temáticas para el desarrollo de la nueva oferta turística del estado.</p>	<p>Es conveniente alinear las nuevas líneas temáticas para el desarrollo de productos y experiencias turísticas a las nuevas tendencias de viaje, sin perder de vista la vocación cultural intrínseca del estado, con el fin de lograr una oferta turística fresca y acorde con su realidad, lo cual, brindará competitividad al estado en general.</p>	<p>Planificar y diseñar productos turísticos identitarios de cada región y destino, con base a las líneas temáticas propuestas, considerando su nivel de desarrollo y articulando los enfoques principales de las nuevas tendencias del turismo. Por ejemplo, Para los destinos consolidados, se recomienda aplicar la tendencia mundial hacia la inyección tecnológica en sus experiencias turísticas (ej. Asistente virtual de compras en León, in-app Travel Planning Experience de Expedia – Chat GPT para planificación de itinerarios turísticos en San Miguel de Allende o QR personalizados para servicio a cuartos en hoteles de Guanajuato Capital).</p> <p>Para los destinos en desarrollo, se recomienda incentivar la sostenibilidad y el desarrollo del turismo rural comunitario, acatando la nueva visión de la Organización Mundial del Turismo, donde se</p>



		<p>propone colocar a las comunidades como el centro de la experiencia (ej. Productos – destino instalados con cadenas productivas de valor en Pueblos Mágicos, diseño de experiencias turísticas centradas en comunidades receptoras (agroturismo en Irapuato), adopción de eventos estatales – principalmente de música (festivales de música en Comonfort), deporte (competencia y encuentros deportivos en Dolores Hidalgo CIN) y artesanías – (talleres de cajeta en Celaya).</p>
--	--	---

Relación de Hallazgos, Conclusiones y Recomendaciones (continuación)		
Hallazgo	Conclusión	Recomendación
		<p>Para los destinos emergentes, se recomienda incentivar la oferta wellness, es decir, aquella que se relaciona con el bienestar y el equilibrio físico-emocional (ej. Ceremonias de purificación en San Felipe – Ocampo, itinerarios ufológicos con enfoque holístico en Valle de Santiago o experiencias de conexión emocional en Plazuelas).</p>
<p>H6: Tras la transformación en las perspectivas mundiales de viaje, la Organización Mundial del Turismo (antes OMT, hoy ONU Turismo) ha actualizado su visión de futuro “impulsando el cambio social y económico a fin de garantizar que ‘las personas y el planeta’ sean el centro de la atención” en la actividad turística (ONU Turismo, 2024).</p>	<p>El constante dinamismo en los enfoques del desarrollo turístico mueve y promueve el cambio en las visiones del turismo nacional y estatal. Lo que confirma que, el Estado de Guanajuato deberá enfocar sus esfuerzos en crear productos, experiencias y destinos comprometidos con el desarrollo comunitario y el cuidado del entorno, donde la conexión e</p>	<p>Por lo tanto, se recomienda hacer más evidente para los visitantes el beneficio del turismo en las comunidades que los reciben (ej. campañas publicitarias, incentivos de sostenibilidad comunitaria, infografías de beneficio local por región o destino, etc.), así como publicidad auténtica para comercializar los destinos. El canal de</p>



	interacción del visitante y la comunidad sea el centro de atención.	promoción efectiva e inmediata, deberán ser las redes sociales, específicamente Tiktok, por lo que se recomienda el contacto con influencers dedicados a creación de contenido significativo de viajes (las celebridades como Faisy, Mario Bautista, María León, etc., no muestran la realidad de la experiencia auténtica del destino).
--	---	--

Tabla 23.- Relación de Hallazgos, Conclusiones y Recomendaciones. Elaboración propia.

La industria turística se encuentra en la era de las conexiones emocionales verdaderas y auténticas entre los visitantes, la comunidad y el destino. El turismo de apariencia y de “pose” está cada vez más en picada a ser un motivante para el desplazamiento de flujos del mercado; lo que lleva a repensar cómo las instituciones líderes de los destinos turísticos del estado de Guanajuato están adaptándose a estas nuevas tendencias desde lo que poseen sus territorios, lo que ofrecen sus comunidades y el cuidado y preservación que estos dos elementos requieren fundamentalmente.

Dado lo anterior, y como propuesta a apostar por un verdadero turismo sostenible para el estado de Guanajuato y sus destinos, se enlistan las siguientes con conclusiones y hallazgos de este capítulo:



Cada región del estado tiene una diferente potencialidad turística, de acuerdo con sus condiciones territoriales, culturales y su vocación a cierto tipo de turismo. Por lo que, es conveniente realizar un análisis de las posibles vocaciones aplicables a cada región y subregión, a fin de determinar las líneas temáticas que se apeguen a sus identidad territorial, cultural y comunitaria, para diseñar productos y experiencias turísticas verdaderamente significativas para los visitantes al estado de Guanajuato.

Las Áreas Naturales Protegidas (ANPs) representan el mayor insumo para la propuesta de intervención de proyectos turísticos de bajo impacto. El Estado y sus instituciones han identificado potencial en estas áreas, pues se cuenta con más de veinte productos turísticos catalogados como sustentables instalados y distribuidos en las diferentes ANPs estatales. Lo siguiente ahora será evaluar dichos productos de acuerdo con los estándares internacionales de sustentabilidad, con el objetivo de asegurar su sostenibilidad en las operaciones a largo plazo; aunque, por otro lado, para el éxito de estos productos, lo fundamentalmente sugerido es la adecuada promoción turística a los mercados emisores más importantes para el estado de Guanajuato, comunicando asertivamente esta diversificación de oferta sustentable.

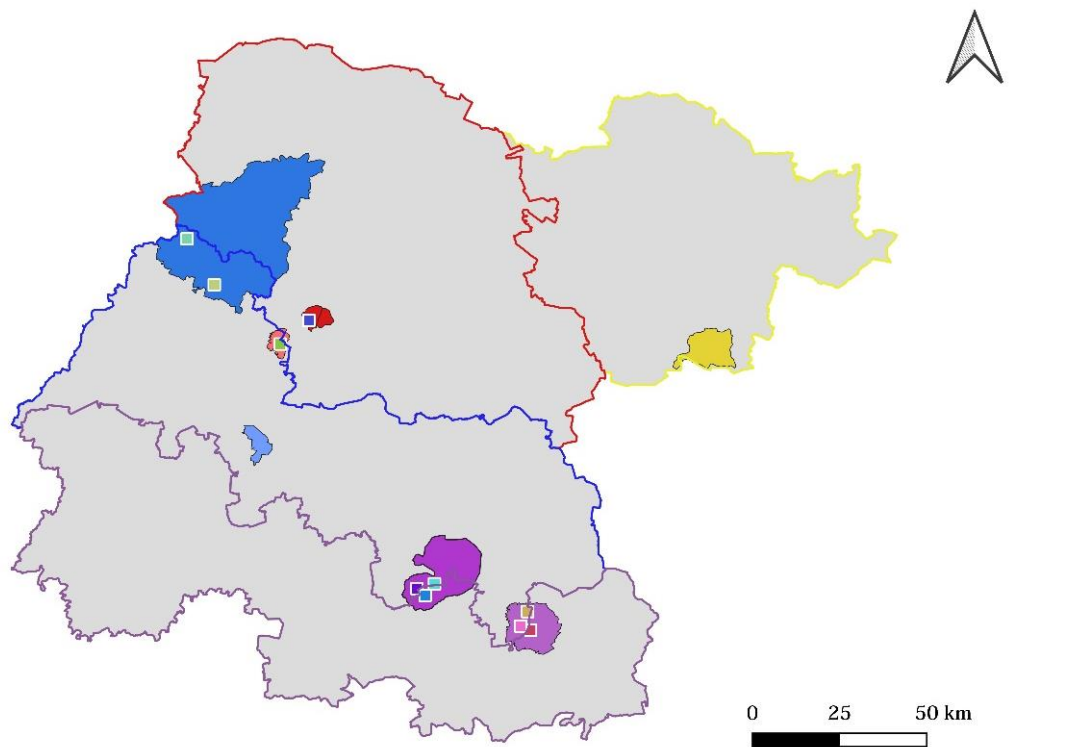
Además de los productos turísticos catalogados como sustentables por parte de la Secretaría de Medio Ambiente y Ordenamiento Territorial SMAOT, este capítulo propone un producto experiencias y sostenible para las ANPs más representativas de cada región. Lo anterior, para demostrar que la potencialidad turística identificada en cada ANP se puede hacer tangible en actividades concretas que generen experiencias donde se ponga en valor el entorno natural y los rasgos culturales de cada territorio.

Finalmente, y confirmando algunos supuestos anteriores, la comparativa de los esfuerzos realizados por el Estado de Guanajuato en materia de turismo sustentable con algunas prácticas exitosas a nivel internacional, brindan la brecha de actuación para alcanzar la sostenibilidad turística, y esta se orienta hacia el fortalecimiento de productos, experiencias y destinos que ofrezcan y promuevan el turismo comunitario, bajo un modelo de desarrollo turístico basado en la comunidad receptora.



Como síntesis a los hallazgos anteriores, se presenta el siguiente mapa de potencialidad al turismo sustentable para el estado de Guanajuato:

Mapa con zonificación de áreas potenciales para desarrollar actividades de turismo sustentable en el estado de Guanajuato.



Leyenda

- Regiones de Planeación del Estado de Guanajuato
- Centro
- Noreste
- Noroeste
- Sur

- Productos Sustentables registrados por SMAOT
- "Chicomoztoc" Cocina Ancestral
- "El Lince" Vivero Forestal
- Bello Amanecer

- Dulce Misterio
- El Galán, Parque Eco-turístico
- El Ruiseñor
- Los Panales Reserva Natural
- Paseos Ecoturísticos Ojo Seco
- Productos Sustentables de las comunidades de la Sierra de Santa Rosa
- Vivero "Los Otates"

- Áreas Naturales Protegidas del Estado de Guanajuato con mayor potencialidad al turismo
- Cerro de Arandas

- Cerro del Cubilete
- Cuenca de la Esperanza
- Cuenca de la Soledad
- Pinal del Zamorano
- Sierra de Lobos
- Sierra de Los Agustinos
- CERROS EL CULIACÁN Y LA GAVIA
- Guanajuato

Elaboración propia con información de IPLANEG, SMAOT

Ilustración 8.- Zonificación de áreas potenciales para desarrollar actividades de turismo sustentable en el estado de Guanajuato. Elaboración Propia con información de la Secretaría de Medio Ambiente y Ordenamiento Territorial y del Instituto de Planeación del Estado de Guanajuato.



IX. REFERENCIAS

Ilustraciones

Ilustración 1.- Fases metodológicas para los diagnósticos de Empleo, Seguridad y Turismo Sustentable. Elaboración propia.

Ilustración 2.- Fases metodológicas para el Diagnóstico de Tendencias Turísticas. Elaboración propia.

Ilustración 3.- Datos de paz para el estado de Guanajuato. elaboración propia con datos del índice de paz, México 2023.

Ilustración 4.- Percepción de seguridad según habitantes del estado de Guanajuato (león, Guanajuato e Irapuato).

elaboración propia con datos de la ENSU 2023.

ilustración 5.- conductas delictivas o antisociales más percibidas en el estado de Guanajuato (solo en león, Guanajuato, Irapuato). elaboración propia con datos de la ENSU 2023.

ilustración 6.- Acciones tomadas por empresas derivadas de la existencia de actos delictivos. elaboración propia con datos de la ENVE 2022.

Ilustración 7.- Determinación del impacto de la percepción de seguridad pública sobre la demanda de servicios turísticos. Elaboración propia

Ilustración 8.- Zonificación de áreas potenciales para desarrollar actividades de turismo sustentable en el estado de Guanajuato. Elaboración Propia con información de la Secretaría de Medio Ambiente y Ordenamiento Territorial y del Instituto de Planeación del Estado de Guanajuato.



Gráficas

Gráfica 1.- Derrama Económica en los años 2019, 2020, 2021 y 2022 del Sector Turístico en el Estado de Guanajuato.

Elaboración propia con datos del Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato.

Gráfica 2: Gráfica 2.- Personas capacitadas en temas de sustentabilidad en el turismo
Elaboración propia con datos del documento “Indicadores Turísticos Estatales Sustentables 2015-2023”.

Gráfica 3.- Numero de municipios atendidos con capacitación sobre turismo sustentable
Elaboración propia con datos del documento “Indicadores Turísticos Estatales Sustentables 2015-2023”.

Gráfica 4.- Numero de municipios atendidos con certificación sustentable
Elaboración propia con datos del documento “Indicadores Turísticos Estatales Sustentables 2015-2023” .

Gráfica 5: Fuente: elaboración propia con base en las estadísticas turísticas anuales que el OTEG registra a través del Perfil del Visitante del Estado, en contraste con el histórico estatal de eventos delictivos y de violencia, recopilado en las tablas que se muestran en el apéndice 10. Se toma 2019 únicamente como referencia inicial, no se analizan notas rojas para este año.

Gráfica 6.- Afluencia de visitantes con respecto a la derrama económica en materia de turismo en el Estado de Guanajuato 2013 - 2022. Elaboración propia con datos disponibles en el OTEG.

Gráfica 7.- Disminución en la demanda de servicios debido a la inseguridad según los prestadores de servicios turísticos. Elaboración propia.



Tablas

Tabla 1.- Vinculación entre hallazgos propios y los encontrados por Caldera (2019).
Elaboración propia.

Tabla 2.- Concentrado de Causas. Elaboración propia.

Tabla 3- Clasificación de causas por nivel de prioridad y atención. Elaboración propia.

Tabla 4.- Consecuencias de la rotación de empleos en el sector turístico del estado de Guanajuato de acuerdo con las causas identificadas. Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas realizadas, así como las entrevistas directas.

Tabla 5.- Niveles de afectación y su interpretación. Elaboración propia.

*El rango porcentual es definido por una sencilla división aritmética DE UN PORCENTAJE DE 1-100% (ES DECIR $100/3$).

Tabla 6.- Promedio de afluencia turística 2020-2023 (con mediana MTC).

Elaboración propia con datos registrados en el OTEG 2020-2023.

Tabla 7. Evaluación de Productos Sustentables con los criterios del Consejo Global de Turismo Sostenible (GTSC). Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Niveles de desarrollo turístico de los principales destinos del estado de Guanajuato. Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. Propuesta de línea temática para la Región 1: El Tunal Grande. Fuente: Elaboración propia

Tabla 10. Propuesta de línea temática para la Región 3: La Gran chichimeca. Fuente: Elaboración propia

Tabla 11. Propuesta de línea temática para la Región 4: Cuna de la independencia. Fuente: Elaboración propia

Tabla 12. Propuesta de línea temática para la Región 5: La Piel de México. Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. Propuesta de línea temática para la Región 5: La Piel de México. Fuente: Elaboración propia



Tabla 14. Propuesta de línea temática para la Región 6: La Fresa de México. Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Propuesta de línea temática para la Región 7: Laja Bajío. Fuente: Elaboración propia

Tabla 16. Propuesta de línea temática para la Región 8: Tierra Tequilera. Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Propuesta de línea temática para la Región 9: Raíces de Guanajuato: Misiones y Conventos. Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. Causas raíces del problema de rotación laboral en el sector turístico. Elaboración propia.

Tabla 19. Causas raíces de la percepción negativa de la seguridad pública sobre la Demanda de Servicios Turísticos del Estado de Guanajuato. Elaboración propia.

Tabla 20. Recomendaciones para disminuir la rotación en el empleo del sector turístico del Estado de Guanajuato. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21. Recomendaciones para mitigar los impactos negativos de la percepción de seguridad sobre la demanda de servicios turísticos en los destinos del Estado de Guanajuato. Fuente. Elaboración propia.

Tabla 22.- Relación de Hallazgos, Conclusiones y Recomendaciones. Elaboración propia.

Tabla 23.- Relación de Hallazgos, Conclusiones y Recomendaciones. Elaboración propia.