

PLAN ESTATAL DE DESARROLLO

PLANGTO 2040

Construyendo el futuro de Guanajuato

Reporte de la mesa de análisis estratégico

24. TURISMO

Fecha: martes 10 de octubre 2017

Lugar: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus León, Gto.



Instituto de Planeación, Estadística y Geografía
del Estado de Guanajuato

Contexto general del PlanGTO2040 y su proceso de actualización

El **Plan Estatal de Desarrollo de Guanajuato, PlanGTO2040**, es el instrumento en el que los diferentes sectores de la sociedad acuerdan los objetivos, estrategias y proyectos para el desarrollo de la entidad con una Visión de largo plazo, el cual deberá ser actualizado al 5° año de la administración en turno (*Artículo 25 de la Ley de Planeación para el Estado de Guanajuato*).

La actualización del Plan Estatal de Desarrollo es coordinada por el Ejecutivo del Estado a través del Instituto de Planeación, Estadística y Geografía, IPLANE, en colaboración con las diferentes dependencias y entidades de la administración estatal.

Destaca, como parte de las principales características del Plan, que la Visión del desarrollo de Guanajuato es construida desde la sociedad, lo cual, al combinarse objetivos y estrategias para un período de al menos veinticinco años, establecen las bases para la continuidad de las acciones a través del tiempo, ya que de éste se desprenden el resto de los instrumentos de planeación que se elaboren por parte de las administraciones estatales y municipales subsecuentes.

Al igual que otros instrumentos de planeación, el Plan contendrá un diagnóstico y diversos elementos de planeación (objetivos, estrategias y acciones) sin embargo, los principales distintivos del PlanGTO2040 los constituyen la incorporación de trayectorias, escenarios y metas de los diferentes indicadores que dan cuenta del desarrollo de la entidad; la participación de especialistas en los diversos temas que conforman el Plan; la identificación de proyectos de gran visión y la construcción de un tablero de control para asegurar el seguimiento del mismo.

Para más información sobre la actualización del Plan Estatal de Desarrollo sugerimos remitirse a la página: <http://plangto2040.iplane.net>

La mesa de análisis estratégico de TURISMO

Las *mesas de análisis estratégico* son uno de los mecanismos definidos dentro del proceso de actualización del PlanGTO2040 para realizar la consulta a los diferentes actores sociales de la entidad. El objetivo de las mesas es **definir la visión, escenarios y proyectos de gran visión** a desarrollar en los 37 temas considerados como estratégicos y prioritarios para el desarrollo de la entidad al 2040, uno de los cuales es el tema de **TURISMO**.

Las mesas de análisis fueron presididas por el Titular de la dependencia o entidad afín al tema y en ellas participan representantes de los sectores público, privado, social y académico en calidad de expertos en el tema en cuestión. En el caso de la mesa de **TURISMO** la mesa fue **presidida por el Titular de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato** y la facilitación de la metodología estuvo a cargo del personal del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus León, ITESM.

Equipo facilitador:
CIDE/ITESM/IPLANEG

Anfitrión: Titular de la dependencia o entidad afín al tema



Participantes:
Especialistas en el tema de los sectores público, privado, social y académico

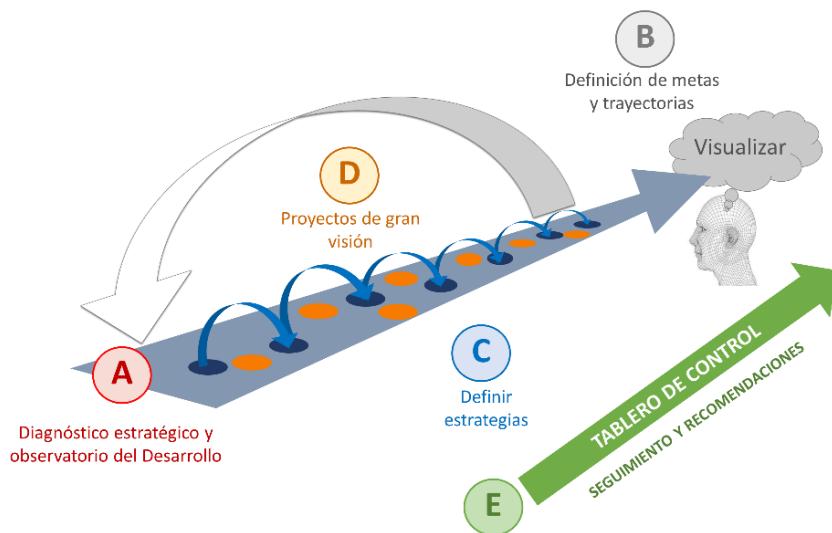
Equipo de apoyo:
IPLANEG / Dependencia anfitriona

Conformación genérica de las mesas de análisis estratégico

La mesa de análisis de **TURISMO** tuvo una duración aproximada de 4 horas y se llevó a cabo bajo la siguiente orden del día:

Tema	Responsable	Tiempo
Bienvenida	<i>Ricardo Antonio Garrido Sánchez, CCE San Miguel de Allende</i>	5'
Contexto de la actualización del Plan 2040	<i>Ulises Pérez Fernández, Director de Planeación del Iplaneg</i>	10'
Mensaje de contexto en el tema en cuestión	<i>Fernando Olivera Rocha, Secretario de Turismo del Estado de Guanajuato</i>	15'
Presentación de trayectorias y escenarios	<i>Ulises Pérez Fernández, Director de Planeación del Iplaneg</i>	15'
Desarrollo de la metodología	<i>Personal del ITESM</i>	3-3.5 hrs.

La metodología utilizada en la mesa de análisis es una construcción basada en el Backcasting, que considera, a partir de una identificación de la situación actual en el tema en cuestión, la definición de las características del futuro deseado o Visión; la identificación de los obstáculos o retos que debemos superar para alcanzar la visión, y finalmente, la definición de las propuestas de acciones estratégicas y proyectos de gran Visión para desarrollar rumbo al 2040.



Metodología del Backcasting. Fuente: Basado en The Natural Step, 2011

En el desarrollo de la reunión se comentó por parte del IPLANEGR que uno de los resultados que se generarían a la par del Plan, sería el observatorio del desarrollo de Guanajuato, este observatorio se basará en una plataforma informática que hará las veces de tablero de control lo cual permitirá, tanto a los ciudadanos como a las autoridades, realizar la evaluación del cumplimiento de los diferentes indicadores y sus metas; de igual forma se conformará un grupo de seguimiento integrado por ciudadanos destacados en diferentes ámbitos quienes, además del monitoreo que realizarán sobre los indicadores, emitirán recomendaciones que faciliten el eventual cumplimiento de las metas establecidas en el Plan.

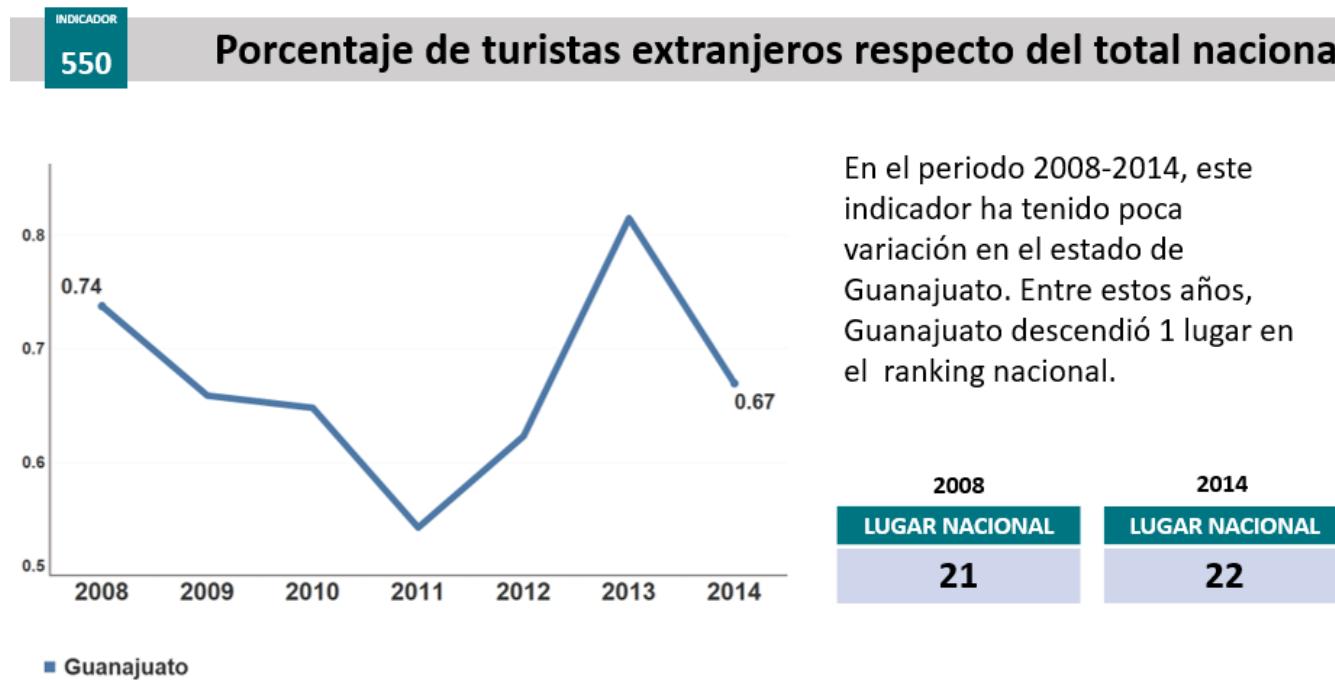
Resultados de la mesa de análisis de TURISMO

En esta sección se muestran los resultados de la mesa de análisis estratégico en el tema de **TURISMO** para la cual se desarrollaron cinco etapas:

1. Análisis de Trayectorias y Escenarios.
2. Caracterización de la Visión
3. Identificación de Retos
4. Definición de Acciones y Proyectos Estratégicos
5. Análisis de Nuevos Sectores

1. Análisis de Trayectorias y Escenarios. En esta etapa, se presentaron dos indicadores relativos al tema, los cuales fueron puestos a consideración con la finalidad de definir si los participantes se encontraban de acuerdo o no con los escenarios planteados.

El **primer indicador** presentado fue el de “*Porcentaje de Turistas Extranjeros Respecto del Total Nacional*” cuya construcción de trayectorias y propuesta de escenarios se presenta a continuación:



Fuente: Secretaría de Turismo.

Imagen 1. Construcción de trayectorias

INDICADOR
550

Porcentaje de turistas extranjeros respecto del total nacional



Imagen 2. Propuesta de escenarios

Sobre este indicador, una vez puesto a consideración de los participantes bajo la pregunta “¿Estás de acuerdo con el escenario optimista/conservador y por qué?”, se obtuvieron los siguientes resultados:

Escenario conservador	Votos	Escenario optimista	Votos
Sí	13	Sí	14
No	7	No	4

Escenario optimista	
Sí, porque...	No, porque...
1. Trabajo en conjunto (sociedad y gobierno).	1. Inseguridad.
2. Clúster automotriz y la llegada de amigos y familiares de residentes extranjeros.	2. Indicador de turismo extranjero ha tenido poco movimiento en los últimos diez años..
3. Mejor y mayor infraestructura (turística, comunicación	3. Crecer 4 veces es imposible no hay infraestructura aeroportuaria a nivel local y nacional.

Sí, porque... (continuación)	No, porque... (continuación)
4. Mayor difusión internacional de atractivos turísticos.	4. No hay una oferta regional que provoque estancias largas de turistas internacionales.
5. Apertura de mayor número de vuelos al extranjero.	5. Estrategia de desarrollo regional se orienta en corto y mediano plazo al turista nacional.
6. Consolidación y diversificación de productos turísticos (naturaleza, especialización regional, cultural, de negocios, de aventura etc.).	6. Están creciendo las comunidades extranjeras que radican en el estado.
7. Conectividad área y terrestre.	7. Estrategia de posicionamiento internacional requiere madurar.
8. Ubicación geográfica estratégica.	
9. Sistema económico de México y su dinámica.	
10. Oferta turística de calidad.	
11. Competitivo.	
12. El turismo extranjero migrará en cuotas más altas al centro del país por saturaciones en playas.	
13. Interacción con otros sectores económicos.	
14. Por la Globalización en la que casi todos los países del mundo están inmersos.	
15. Por la atracción de inversiones que se están generando en otros sectores.	
16. Aumento a nivel internacional de personas con capacidades diferentes. Oportunidad de turismo incluyente.	
17. Expansión a mercados asiáticos.	
18. Visión regional de centro de País. Comercialización de varios estados en el entorno global.	

Escenario conservador

Sí, porque...	No, porque...
1. Destino único diferente a nivel internacional.	1. Guanajuato se convertirá en un Hub aéreo del centro del País por lo que su cuota crecerá aún más.
2. Oportunidad de seguir generando productos turísticos.	2. Faltan operadoras que vendan nuestro destino.
3. Inversión en infraestructura turística.	3. Falta de control en capacidad de carga (San Miguel de Allende, Cervantino).
4. La diversidad de los productos en México en el contexto turístico.	
5. Generación de circuitos especializados en naturaleza.	
6. El crecimiento económico atraerá un crecimiento Turístico.	
7. Se logran referentes claros y competitivos al igual que sinergia laboral.	
8. Ampliación de aeropuerto, incremento de líneas aéreas y asientos disponibles.	
9. La tendencia de coleccionistas de destinos turísticos culturales es fuerte, sin embargo, no lo suficiente para superar otros destinos de sol y playa.	
10. Vuelo directo a Centro o Sudamérica, atracción de congresos.	
11. Más barato que destinos competitores.	
12. Mayor presencia en ferias.	
13. Se crean experiencias nuevas en municipios emergentes que nos diferencian del resto de los destinos nacionales.	

El **segundo indicador** presentado fue el de “*Porcentaje de Turistas Nacionales Respecto del Total Nacional*” cuya construcción de trayectorias y propuesta de escenarios se presenta a continuación:



Imagen 3. Construcción de trayectorias

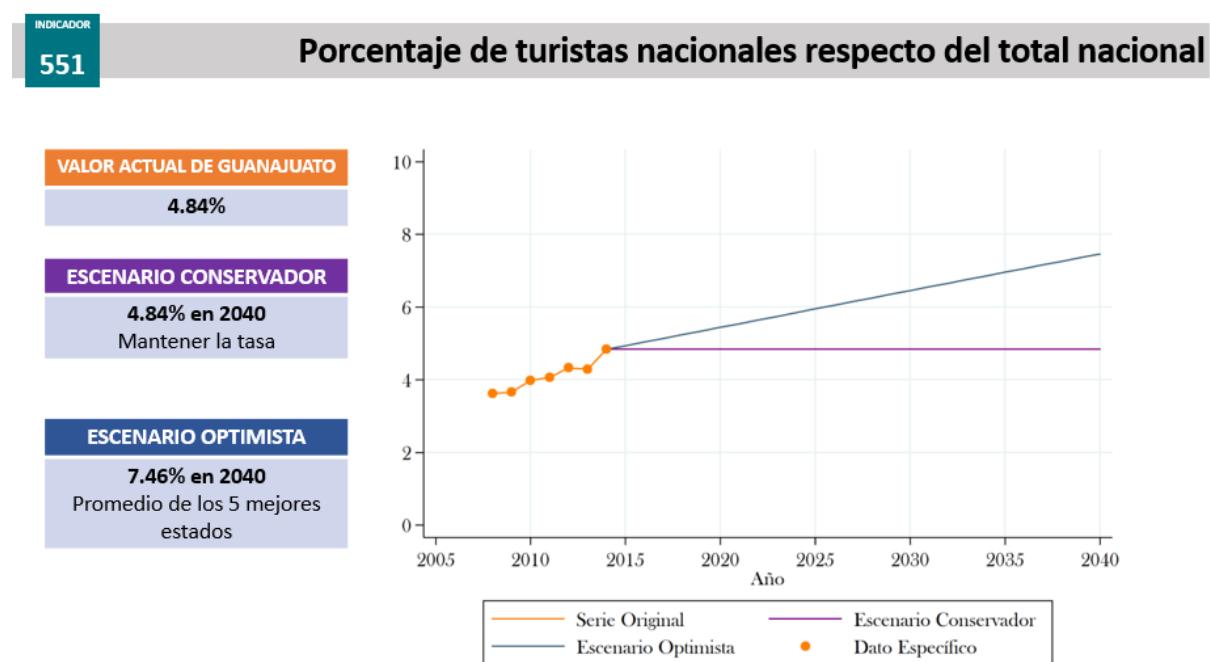


Imagen 4. Propuesta de escenarios

Sobre este indicador, una vez puesto a consideración de los participantes bajo la pregunta “¿Estás de acuerdo con el escenario optimista/conservador y por qué?”, se obtuvieron los siguientes resultados:

Escenario conservador	Votos
Sí	10
No	10

Escenario optimista	Votos
Sí	20
No	1

Escenario optimista	
Sí, porque...	No, porque...
1. Si, porque...somos un estado atractivo para quienes ya no buscan sólo sol y playa.	1. Elevar el gasto promedio es más importante que elevar afluencia.
2. Promoción estatal y municipal.	2. Falta de inversión pública y privada.
3. Gama de productos variados y nuevos.	3. No se contempla al sector turismo como prioridad de gobierno.
4. Potencial turístico suficiente para aprovecharlo.	
5. Turista mejor informado de lo que desea disfrutar, y en Guanajuato existe diversidad.	
6. Crecimiento en áreas naturales protegidas por encima de 22% y en aumento.	
7. Turismo único en la zona y atractivo para con nuestros connacionales.	
8. Mayor capacidad económica de las generaciones venideras.	
9. Fortalecimiento por medio de financiamiento y capacitación a MiPyMes.	
10. Sentido de nacionalismo y esencia propia.	
11. Fortaleza en planeación estratégica, generación de productos turísticos, capacidad instalada.	
12. Somos un estado de paso.	
13. Destacan las áreas naturales protegidas y patrimonio cultural.	
14. Un estado con una percepción nacional de seguro.	
15. La infraestructura carretera prácticamente conecta a todos los municipios de la Entidad.	
16. El buen trato al visitante.	
17. Aprovechar que Guanajuato está "de moda".	
18. Ofrecemos productos de tendencia "Back to the basics".	
19. Porque la tendencia del turista es buscar destinos culturales.	
20. Productos turísticos que consolidan mayor promoción de los eventos del estado y la capacitación y certificación de los trabajadores.	
21. La capacidad de gestión de la SECTUR.	
22. Se está elevando la profesionalización turística y eso refleja en satisfacción del visitante.	
23. Crecimiento poblacional en el centro del país que seguirá visitando Guanajuato por cercanía.	

Sí, porque... (continuación)	No, porque... (continuación)
24. La conectividad terrestre seguirá creciendo, esperando la llegada tren de alta velocidad hacia 2040, igual a más pasajeros.	
25. Consolidación del turismo médico en diversos municipios.	
26. Los viajes de familia cada vez son mayores.	
27. Bono poblacional.	
28. Los millenials están viajando más al interior.	

Escenario conservador	
Sí, porque...	No, porque...
1. Por la gama de servicios y un turismo alternativo o de aventura nuevo y diferente.	1. Se cuenta con el desarrollo en turismos diversos que potencializan a Guanajuato como una opción atractiva para el resto del país.
2. Acorde a la infraestructura de servicios actual y proyectada.	2. Guanajuato crecerá más que la media y el posicionamiento conservador tenderá a crecer, no a quedarse estático.
3. Consistente con la estrategia de desarrollo regional.	3. Se ha posicionado al estado de Guanajuato en materia turística diversificando sus mercados, el desarrollo de conectividad.
4. Las generaciones necesitan identidad.	4. Es el Estado que ha crecido más en porcentaje contra todo el País y aún tiene margen de crecimiento en capacidad instalada.
5. Crecimiento en la actividad económica y social del estado.	5. Nuevas infraestructuras que permitirán crecer por encima de la media nacional.
6. Importante actividad industrial y de servicios que generan movimiento.	6. El patrimonio cultural y natural deberá de ser observado y cuidar el qué en una desmedida proporción, no vayan a colapsar.
7. Estado que marca tendencias.	
8. Sinergia de desarrollo que tiene, además de las ciudades patrimonio, pueblos mágicos, sedes de eventos internacionales y el diseño de productos turísticos respetando y revalorizando los usos, costumbres y tradiciones de las regiones.	
9. Consolidación de circuitos que podemos enlazar con otros estados.	
10. Empatía nacional para valorar nuestros recursos y así poderlos explotar de manera sustentable.	
11. Trabajando como Estado/Destino se creará cada vez una marca más fuerte.	

2. Caracterización de la Visión. En este paso se preguntó a los asistentes “Si te quedaras dormida o dormido el día de hoy, y despertaras en el año 2040, ¿qué características desearías que describieran la situación en Guanajuato en el tema de TURISMO?” Para responder la pregunta, se les solicitó escribir de 3 a 5 ideas en tiempo presente que describan una característica deseable a alcanzar en el futuro, obteniendo las siguientes conclusiones:

Características de la Visión	Votos
1. Guanajuato es el destino turístico más seguro de México.	7
2. Guanajuato el mejor comunicado.	5

Características de la Visión	Votos
3. Para el 2040, el sector turístico estatal constituirá una de las fuentes principales de ingresos para Guanajuato, generando trabajo para mujeres y hombres en condiciones de igualdad de oportunidades, remuneraciones y reconocimiento.	5
4. El mejor destino vitivinícola de México y uno de los destinos más importantes del mundo.	5
5. Crecimiento en la sustentabilidad.	4
6. Conservación del patrimonio.	3
7. El 80% del sector cuenta con al menos una certificación.	3
8. Cada municipio tiene identificada su vocación turística y cuenta con plan estratégico y programas.	3
9. El 100% de los hogares guanajuatenses tendrán oportunidades de recorrer el estado y conocer sus riquezas, naturales, culturales y sociales.	3
10. Guanajuato ha logrado respetar y mantener sus ciudades patrimonio y sus pueblos mágicos, sus tradiciones y sus sociedades.	3
11. Desarrollamos 5 corredores turísticos de naturaleza donde las comunidades sobresalen por la no migración y generación de empleos.	3
12. La certificación de destinos donde las empresas tendrán que sumar por medio de buenas prácticas en temas de sustentabilidad, inclusión, accesibilidad, manejo higiénico de alimentos, sistemas de gestión de calidad.	3
13. Guanajuato se consolida como el estado con mayor cuidado y seguridad para sus visitantes.	3
14. Guanajuato como un polo de atracción de talentos por su atracciones turísticas, culturales, seguridad, infraestructura, cuidado del medio ambiente.	3
15. Ofrecemos servicios de excelente calidad en todos los ámbitos: hotelero, restaurantero, transportación, los guías de turistas son completamente bilingües al igual que la población.	3
16. Ciudades inteligentes.	2
17. Mejores sueldos para los profesionales del sector turismo.	2
18. Es el destino cultural más importante.	2
19. Destino de retirados más importante de México con al menos 4 destinos especializados.	2
20. Es un destino que fomenta la elaboración de productos artesanales y artísticos de manera comercial sin perder la identidad cultural local.	2
21. Contamos con el 50% de territorio estatal bajo protección de áreas naturales.	2
22. Líder en políticas públicas turísticas exitosas.	2
23. Guanajuato es el destino sostenible modelo a nivel mundial.	2
24. Trabajando transversalmente municipios, estado y federación.	1
25. Un estado articulado con productos turísticos que integran varios destinos.	1
26. Un estado con TODAS sus zonas arqueológicas descubiertas y rehabilitadas.	1
27. Ciudades limpias.	1
28. Guanajuato cuenta con 2 aeropuertos regionales para conectividad Nacional.	1
29. En Guanajuato, los turistas y la población conservan el Patrimonio Cultural y Natural.	1
30. Guanajuato es líder en turismo de negocios.	1
31. Es un semillero de talento de profesionales que mejoran el sector turístico.	1
32. Mejor infraestructura para personas con capacidades diferentes.	1
33. Más museos, parques recreativos y temáticos.	1
34. Más actores involucrados con la sustentabilidad.	1
35. Alternativas para adultos mayores.	1

Características de la Visión	Votos
36. La innovación y el emprendimiento es una constante en la mejora del sector.	1
37. Es culto en turismo.	1
38. Guanajuato es uno de los tres destinos más visitados de México.	1
39. Contamos con una capacidad de carga establecida en las ciudades patrimonio.	1
40. Desarrollo ordenado de servicios turísticos.	1
41. El turismo actividad económica líder en Guanajuato.	1
42. Más sitios arqueológicos descubiertos y puestos a disposición de los visitantes.	1
43. Destino líder en Turismo Médico.	1
44. Guanajuato es la primera opción en el turismo incluyente.	1
45. El desarrollo de un turismo alternativo va creciendo de una forma sustentable y con mayor difusión.	1
46. Destinos de descanso y salud.	1
47. Contamos con una sistema de comunicación mediante un tren eléctrico a los principales destinos.	1
48. Vuelos transatlánticos sin conexión, directos.	1
49. Que el Licenciado en Turismo sea tan valorado como el Médico e Ingeniero.	1
50. Reconocido como mejor sede para festivales y eventos.	1
51. El respeto a la naturaleza y el buen uso de sus recursos naturales son un ejemplo en el mundo.	1
52. Se renuevan los productos siempre en base a una estrategia visión de sustentabilidad.	1
53. El turismo en Guanajuato marcando tendencia mundial.	1
54. El mejor lugar para disfrutar la mejor comida de México.	1
55. El turismo se ha diversificado de manera importante ofreciendo experiencias a todos los tipos de turistas.	1
56. La derrama económica generada por el turismo ha creado una conciencia en la población a tal grado que todos los guanajuatenses se involucran demasiado con los turistas siendo ésta el principal motor de cambio y crecimiento.	1
57. Se respeta el entorno.	0
58. Es seguro.	0
59. 4 aeropuertos.	0
60. Contamos con guías y empresas de naturaleza certificados.	0
61. Diferentes tipos de turismo en la responsabilidad de sus actividades/instalaciones de separar sus residuos.	0
62. Experiencia.	0
63. Más paquetes y circuitos.	0
64. Más rutas turísticas.	0
65. Es limpio.	0
66. Más rutas turísticas.	0
67. Mínima delincuencia.	0
68. Infraestructura aeroportuaria de primera.	0
69. Guanajuato cuenta con un aeropuerto internacional que conecta Asia, Europa, Sudamérica y Norteamérica.	0
70. Mayor seguridad en el ámbito turístico.	0
71. Hoteles diferenciados.	0
72. La infraestructura turística en Guanajuato es toda una	0
73. Comunidad receptora más consciente y hospitalaria.	0
74. Turismo de aventura.	0

Características de la Visión	Votos
75. La sustentabilidad es una forma cotidiana empresarial.	0
76. Guanajuato podrá recibir turistas Internacionales.	0
77. Estado con personal bilingüe 100%.	0
78. Mano de obra calificada.	0
79. Veo a Guanajuato con mayor turistas nacionales e internacionales.	0
80. Es el estado de México con mayor certificaciones y prácticas sustentables.	0
81. La certificación laboral es una práctica empresarial y de especialización de los trabajadores.	0
82. El estado con mayor visitantes en turismo religioso.	0
83. Destino preferido por los extranjeros para segunda residencia.	0
84. Mayor conciencia de los núcleos receptores sobre los recursos turísticos y su mejor aprovechamiento.	0
85. Profesionales con certificaciones en turismo de reuniones.	0
86. Tenemos turistas con gustos sostenibles y los atendemos adecuadamente.	0
87. La calidad aumenta mediante los apoyos económicos y la capacitación, a los diferentes destinos.	0
88. Un sector turismo con empresas turísticas competitivas.	0
89. Somos el primer estado en empresas sustentables.	0
90. La actividad turística en Guanajuato es un producto innovador.	0
91. Red de ecología industrial aplicada a empresas grandes y medianas del sector turístico ayuden a Mipymes a fortalecerse.	0
92. Patrimonio turístico preservado adecuadamente.	0
93. Menos contaminación en los espacios turísticos.	0
94. Líder en sustentabilidad turística.	0
95. El turismo es prioridad para el gobierno.	0
96. Guanajuato es reconocido por generar un 0% de impacto que se produce el realizar TURISMO.	0
97. Guanajuato es reconocido por su sinergia.	0
98. Con más productos y experiencias.	0
99. Hay ciclo vías.	0
100. El mejor destino cultural de México con los mejores museos.	0
101. Con una cadena de valor integrada.	0
102. Con baja estacionalidad turística.	0
103. Guanajuato líder en turismo de reuniones.	0
104. Turismo en Guanajuato es una actividad incentivo para los turistas del mundo.	0
105. El servicio que se da a nivel turístico es de alta calidad.	0
106. Mayor infraestructura para el turismo accesible.	0
107. El mejor lugar de diseño donde existan las mejores instalaciones centros de diseño del mundo.	0
108. Una actividad estratégica para el desarrollo social.	0
109. Hay escuelas de turismo que integran a toda la población incluyendo la indígena creando un bienestar general.	0
110. La mejor campiña de México, hotelería rural y la experiencia de convivir en comunidades rurales.	0

3. Identificación de Retos. Para esta etapa del proceso, se solicitó a los integrantes de la mesa escribir 3 a 5 ideas que representaran los retos u obstáculos que deben ser resueltos para alcanzar la Visión deseada. La pregunta detonadora fue “¿Cuáles son los grandes retos que debemos vencer para alcanzar la visión planteada para el 2040 en materia de TURISMO?”. Los resultados se muestran a continuación:

Retos identificados	Votos
1. Falta de una planeación estratégica.	8
2. Falta de integración entre población local y turismo, inconciencia de la población local en la conservación del patrimonio local, vandalismo de la vía pública e inmuebles históricos, desorden público, venta masiva de artículos apócrifos en principales vías de las ciudades.	5
3. Inseguridad.	4
4. Normatividad y legislación.	4
5. La falta de cultura en el cuidado del medio ambiente.	4
6. No contar con una estrategia sustentable para el estado articulado con todas las dependencias.	4
7. Adopción de tecnología para incrementar competitividad.	4
8. Corrupción.	4
9. Falta de calidad educativa en el sector.	3
10. Falta de capacitación.	3
11. Falta de integración de la cadena de valor.	3
12. Estacionamientos periféricos eficientes en las ciudades patrimonio.	2
13. El turismo no es considerado prioridad para el estado.	2
14. Instalaciones turísticas incluyentes.	2
15. Falta de cultura turística en la sociedad en general.	2
16. Modelo de administración y ejercicio del 2% hospedaje.	2
17. Contra la corrupción.	2
18. Falta invertir en investigación en la industria turística para mejorar la toma de decisiones en el sector.	2
19. Municipios con poca inversión en el sector turismo.	2
20. Mejorar la imagen urbana y rural de los espacios turísticos.	2
21. Mejorar el estado de derecho municipal eliminando la famosa negativa ficta que es un gran obstáculo para el desarrollo.	2
22. La sobre explotación de los centros turísticos.	2
23. Promotores turístico y pseudo guías Guanajuato capital.	2
24. Conocimiento limitado por parte de los prestadores de servicio en tema de cuidado del medio ambiente y ANP.	2
25. Sistema integral de movilidad en ciudades patrimonio.	2
26. Tarifas hoteleras no acordes a la calidad y los servicios otorgados.	2
27. Infraestructura en municipios pocos conocidos pero muy turísticos.	2
28. Voltear a ver a la academia: fortalecer la formación académica de los profesionales que atienden el sector turismo.	1
29. Educación y especialización técnica de los prestadores de servicios.	1
30. Buenos presupuestos.	1
31. 100 por ciento privado el manejo.	1

Retos identificados	Votos
32. Bajos presupuestos públicos.	1
33. Reglamentos más duros para los delincuentes juveniles.	1
34. Inseguridad.	1
35. Ignorancia de la importancia del sector turismo para la economía municipal, estatal y nacional.	1
36. Tener un marco legal y políticas económicas que permita desarrollar y atraer a empresas vitivinícolas con renombre mundial.	1
37. Falta de inversión pública y privada.	1
38. Falta de planes estratégicos municipales.	1
39. La falta de políticas públicas que no permitan el desarrollo turístico.	1
40. Buen manejo de impuestos.	1
41. Desarrollar programas para revalorar la función del prestador de servicios turísticos.	1
42. Desarrollo de certificaciones y la implementación de las mismas por el sector turístico.	1
43. Conocer, difundir y aplicar el código de ética de los profesionistas en turismo y de otras ramas afines.	1
44. Falta de coordinación interinstitucional.	1
45. Planeación del sector de largo plazo.	1
46. Cultura turística.	1
47. Profesionalización de la cadena de valor.	1
48. Funcionarios públicos municipales preparados en turismo.	1
49. Profesionalización del sector además de una verdadera transversalidad que nos involucre a todos.	1
50. Recuperación de espacios.	1
51. Ignorancia y solemnidad.	1
52. Fidelización del turista.	1
53. Transversalidad de la conciencia ecológica en todas las acciones turísticas.	1
54. Falta de valor social a las ANP.	1
55. Integración.	0
56. Fortalecimiento de personal de primer contacto.	0
57. Infraestructura limitada para personas con discapacidades.	0
58. Burocracia.	0
59. Rezago educativo.	0
60. Créditos caros.	0
61. Desarrollo de Sierra Gorda Guanajuato.	0
62. Conciencia ambiental poca o nula.	0
63. Profesionistas capacitados en el Turismo.	0
64. Sustentabilidad.	0
65. Inversión.	0
66. Falta de capacitación de buen nivel a niveles operativos.	0
67. La inseguridad.	0
68. Destino no incluyente.	0
69. Integración de visiones regionales.	0
70. Cultura cívica.	0

Retos identificados	Votos
71. Capacitación a quienes trabajan en sector turístico para el uso de lenguas indígenas, lenguaje de señas, reseñas históricas en braille.	0
72. Falta de visión por parte de los guanajuatenses de invertir en el sector.	0
73. Inseguridad.	0
74. La inseguridad.	0
75. Fortalecimiento de empresarios.	0
76. Homologar calidad de servicio.	0
77. Mayor conectividad Centroamérica.	0
78. Malos gobiernos.	0
79. Falta de sensibilidad del local hacia los recursos naturales.	0
80. Falta de Operadoras Turísticas.	0
81. Apoyos para seguir modernizando y consolidando la infraestructura turística.	0
82. Infraestructura carretera.	0
83. Falta de valoración del entorno.	0
84. Colapso de sitios Turísticos.	0
85. Desintegración del sector.	0
86. Competencia desleal por parte de otros destinos.	0
87. Crecimiento desmedido del hospedaje ilegal.	0
88. Fomentar las economías compartidas para mejorar el reparto del gasto de turismo.	0
89. Mejorar la calidad de vida de las comunidades que menos tienen.	0
90. Manejo adecuado y productivo de las ANP.	0
91. Capacidad de carga sobre pasada en ciertos puntos y olvidada en otros.	0
92. Adaptación a nuevas tendencias.	0
93. Compromiso del sector privado.	0
94. Promover una cultura de servicio entre las generaciones nuevas.	0
95. Presupuesto para promoción del estado pulverizado.	0
96. Falta de respeto entre la sociedad y el turista.	0
97. Insensibilidad por el cuidado ecológico.	0
98. Mantenimiento de los lugares patrimonio.	0
99. Mal desarrollo de programas que no tiene continuidad.	0
100. Más opciones a los turistas de información de los destinos y de los servicios.	0

4. Definición de Acciones y Proyectos Estratégicos. En el último ejercicio, se solicitó a los asistentes escribir de 2 a 3 ideas que representen las principales acciones o proyectos estratégicos de largo plazo que debieran concretarse para alcanzar la visión deseada, obteniendo las siguientes ideas con su respectiva votación:

Ideas de acciones y proyectos estratégicos	Votos
1. Proyecto de cultura turística en el cual todo el estado comprende, participa, respeta, conserva y defiende el turismo responsable.	8

Ideas de acciones y proyectos estratégicos	Votos
2. Proyecto "Mejores profesionistas en turismo y gastronomía".	5
3. Proyecto clúster de turismo médico, bienestar y salud/turismo de retirados.	5
4. Proyectos regionales que permitan crear productos turísticos más sólidos.	4
5. Proyecto de certificación con estándares internacionales.	4
6. Consolidarnos como la mejor región vitivinícola del país y una de las mejores del mundo desarrollando vitivinicultores y atractivo grande bodegas prestigiosas del mundo.	4
7. Rutas y circuitos turísticos regionales, vino, tequila, conventos, mezcal, arqueológicos, haciendas.	3
8. Red de universidades certificadas con calidad que colaboren con empresarios y gobierno en mejora del sector turístico.	3
9. Desarrollo y profesionalización en las ANP del estado.	3
10. Consolidarnos como el destino cultural de México teniendo los mejores museos de México y conservando nuestro patrimonio cultural.	3
11. Proyecto turismo sector prioritario. Definir al turismo como prioritario para el desarrollo nacional, estatal y municipal.	3
12. Proyectos de turismo rural y de aventura.	2
13. Programa para que cada municipio identifica su vocación y cuenta con un plan estratégico alineado al PNT y PET.	2
14. Planeación de 5 rutas de turismo de naturaleza integrando actividades, desarrollo de las comunidades, señalética y promoción.	2
15. Fortalecimiento del sector turístico mediante el desarrollo de las capacidades técnicas de mujeres y hombres para que puedan ocupar posiciones de toma de decisiones en condiciones de igualdad y para que los puestos operativos mejoren sus ingresos.	2
16. Mejoramiento de ciudades limpias y sustentables.	2
17. Inclusión en la educación sobre la cultura turística y la sustentabilidad.	2
18. Promoción internacional en mercados objetivos.	2
19. Proyectos de turismo rural y de aventura.	2
20. Crecer en infraestructura aeroportuaria.	2
21. Inversión para empresas.	2
22. Proyecto de infraestructura para la accesibilidad.	2
23. Capacitación congruente y continua a guías de todos los segmentos, para tener homologada la calidad en el servicio y la información dada al turista, pues ésta siempre se toma como verdad.	2
24. Consolidación del aeropuerto internacional de Bajío, como hubo de vuelos nacionales e internacionales de bajo costo e interconectado con las principales ciudades del estado de forma eficiente, rápida, segura y a un costo justo.	1
25. Políticas públicas en favor del manejo adecuado y por ir del impuesto del 2 por ciento.	1
26. Educación básica, secundaria y preparatoria con enfoque y sensibilización turística.	1
27. Estado articulado y vinculado, comparte productos turísticos que incluyen a varios destinos.	1
28. Trabajar más fuerte en contra de la delincuencia.	1
29. Proyecto de rutas que enlacen al estado en todos sentidos.	1
30. Permitir buscar recursos federales sin pasar por el estado.	1
31. Mayor eficiencia del manejo del recurso para promoción tanto de los destinos como del estado.	1
32. Consolidación del modelo de excelencia turística a prestadores de servicio.	1
33. Proyecto para el desarrollo e impulso de nuevos segmentos.	1
34. Invertir en la capacitación y en la implementación de insumos para ser incluyente en turismo para personas con discapacidad, personas adultas mayores e indígenas.	1

Ideas de acciones y proyectos estratégicos	Votos
35. Alianza triple hélice.	1
36. Fortalecimiento de los municipios menos conocidos, con potencial para el turismo.	1
37. Diversificación de oferta turística a través de nuevas inversiones, parques, desarrollos turísticos integrales.	1
38. Impulso y desarrollo para festivales y eventos de impacto local y regional.	1
39. Proyecto gastronómico: Guanajuato sí sabe posicionado a nivel internacional, este proyecto atrae turistas y eleva la ocupación hotelera.	1
40. Un plan integral de profesionalización del sector que beneficie a los actores y sus familias.	1
41. Programa integral de capacitación para empresas y personas con certificación nacional en el destino y actividad.	1
42. Fortalecer las capacidades para la gestión municipal.	1
43. Diseño de productos turísticos de vanguardia.	1
44. Consolidación de los productos alternativos y de aventura.	1
45. Proyecto: políticas públicas turísticas.	1
46. Vinculación horizontal, constructiva y colaborativa entre el sector turístico y el sector cultural.	1
47. Crear un programa de respeto a la cultura y tradiciones de cada destino, potencializándolas como una experiencia turística única.	1
48. Proyectos de dignificación urbana.	1
49. Capacitación en materia de calidad, hospitalidad y gestión turística en escuelas de formación básica para crear técnicos turísticos, no solo de hotelería y A&B.	1
50. Invertir en más eventos de impacto internacional.	1
51. Equidad en el desarrollo de acciones turísticas específicas para cada destino.	1
52. Proyectos de apoyo a operadores turísticos.	1
53. Programas académicos vinculantes y pertinentes.	0
54. Operación de modelos de prácticas que apoyen a Mipymes turísticas y fomenten el emprendimiento y la innovación.	0
55. Cultura turística desarrollada en mujeres y hombres guanajuatenses.	0
56. Proyecto para asignar los recursos públicos a nuevos destinos turísticos en Guanajuato.	0
57. Programa de acreditación de calidad en la formación turístico-gastronómica.	0
58. Circuito del pulque.	0
59. Sea parte del proyecto como actor y como beneficiario.	0
60. Definir estrategia de desarrollo por región.	0
61. Desarrollar en la población una cultura turística.	0
62. La verificación de prestadores de servicios certificados.	0
63. Escuelas y universidades de primer nivel que capaciten y eduquen a las personas que participan en el ámbito turístico.	0
64. Proyecto integral con visión regional.	0
65. Modelo de certificación de destino acorde a su vocación.	0
66. Manejo de la promoción de destino.	0
67. Proyecto de desarrollo global de productos turísticos para Guanajuato.	0
68. Nombramiento de ciudades con encanto guanajuatenses.	0
69. Analizar la demanda ecológica del estado de Guanajuato.	0

Ideas de acciones y proyectos estratégicos	Votos
70. Apertura de nuevos mercados.	0
71. Fortalecer los pueblos mágicos de Guanajuato.	0
72. Parte de impuestos del turismo a servicios municipales.	0
73. Certificación gastronómica transversal en la cadena de valor.	0
74. Modelo de asignación de recursos por prioridad de desarrollo y contribución en la actividad turística.	0
75. Programa de incentivos a prestadores turísticos certificados.	0
76. Consolidar productos y atractivos turísticos.	0
77. Programa de mitigación de impactos en los núcleos receptores.	0
78. Creación de prestadores de servicios capacitados en todos los grupos vulnerables.	0
79. Optima gestión en proyectos de aventura y sinergia entre operadores.	0
80. Los destinos deberán de tener una personalidad para poder segmentar al visitante y ser más efectivo en la experiencia.	0
81. todos los prestadores de servicios incluidos y capacitados en las nuevas tecnologías.	0
82. Estrategias para crear que los empresarios estén en tendencia.	0
83. Reglamentos más duros para jóvenes delincuentes.	0
84. Crear mayor infraestructura turística en señalética.	0
85. Política y lineamientos de apoyo a festivales y eventos.	0
86. Proyecto de estímulo a estudiar turismo y gastronomía.	0
87. Consolidación de los proyectos rurales, arqueológicos, artesanales y regionales.	0
88. Red de paradores turísticos como centros de información y atención al visitante.	0
89. Atracción de las mejores universidades a nivel nacional e internacionales en el ámbito de servicios turísticos.	0
90. Generar más guías de naturaleza así como hay de cultura.	0
91. Generar mayor cantidad de intérpretes turísticos, no solo guías.	0

5. Análisis de Nuevos Sectores. En el último ejercicio, se solicitó a los asistentes escribir 3 a 5 ideas que representaran las actividades económicas que futuras. La pregunta detonadora fue ¿Cuáles son las actividades que consideran deben conformar la economía del estado de Guanajuato en el año 2040? Tomando en cuenta las vocaciones consolidadas y las futuras. De igual forma, se pidió a los asistentes señalar la importancia de contribución al Producto Interno Bruto, PIB. Los resultados se muestran a continuación:

Actividad	Votos	Contribución al PIB
1. Turismo cultural.	15	0.80
2. Turismo de naturaleza.	12	0.69
3. Turismo de negocio.	10	0.98
4. Vitivinícola.	8	0.77
5. Salud y bienestar.	6	0.82
6. Turismo LGTB.	6	0.61
7. Turismo sostenible.	6	0.71
8. Gastronomía.	4	0.72

Actividad	Votos	Contribución al PIB
9. Turismo de aventura.	4	0.72
10. Turismo arqueológico.	4	0.44
11. Ruta vitivinícola.	4	0.73
12. Turismo naranja.	4	0.43
13. Turismo rural.	3	0.75
14. Gastronomía.	3	0.81
15. Turismo incluyente.	3	0.42
16. Festivales y eventos.	3	0.82
17. Turismo médico.	3	0.56
18. Turismo en ANP.	3	0.69
19. Turismo de compras.	3	0.87
20. Turismo de aventura/ecológico.	3	0.76
21. Turismo de salud.	2	0.80
22. Turismo religioso.	2	0.39
23. Turismo de compras.	2	0.84
24. Turismo regional de municipios no conocidos, Xichú, (no hay sugerencias), etc.	2	0.36
25. Turismo LGBT.	2	0.50
26. Turismo deportivo.	2	0.71
27. Turismo rural.	1	0.74
28. Ecoturismo, tequila y mezcal.	1	0.72
29. Turismo accesible.	1	0.52
30. Turismo médico.	1	0.57
31. Turismo gay.	1	0.54
32. Ecoturismo.	1	0.88
33. Turismo gay.	1	0.50
34. Turismo recreativo y de salud para discapacitados.	1	0.53
35. Turismo premium (adultos mayores).	1	0.72
36. Turismo LB.	1	0.51
37. Certificaciones especializadas en turismos, ejemplo LGTB.	1	0.75
38. Guanajuato como turismo cultural.	1	0.76
39. Senderismo urbano.	1	0.48
40. Ciclo turismo.	1	0.30
41. Senderismo puro.	1	0.23
42. Cinematografía.	1	0.47
43. Turismo de bodas.	1	0.67
44. Turismo de reuniones.	1	0.82
45. Turismo virtual, youtubers y blogueros, en turismo y gastronomía.	1	0.50
46. Turismo de voluntariado.	1	0.39
47. Turismo vivencial.	1	0.45
48. Turismo sustentable.	0	0.73
49. Destilados de agave.	0	1
50. Emergentes.	0	
51. Turismo cultural.	0	0.72
52. Gastronómico, gastronómico y gastronómico.	0	0.82
53. Retirados, médico, bienestar y salud.	0	0.82
54. Regional.	0	0.67
55. Arqueológico.	0	0.42

Actividad	Votos	Contribución al PIB
56. Pulque.	0	0.37
57. Turismo deportivo.	0	0.72
58. Reuniones e incentivos.	0	0.67
59. Consolidadas.	0	
60. Wellness.	0	1
61. Bodas/romance.	0	0.67
62. Cultural.	0	1
63. Vitivinícola/mezcalera/tequilera.	0	1
64. Turismo de negocios.	0	1
65. Cocineras tradicionales.	0	0.56
66. Turismo de negocios.	0	1
67. Turismo rosa.	0	0.75
68. Turismo de salud y wellness.	0	1
69. Cultural.	0	1
70. Turismo de aventura.	0	0.57
71. Turismo cultural.	0	1
72. Senderismo interpretativo.	0	0.28
73. Patrimonio culturales.	0	0.94
74. Turismo alternativo con aventura.	0	0.82
75. Mezcal.	0	0.83
76. Rutas religiosas/más allá de la peregrinación.	0	0.50
77. Turismo de aventura.	0	0.71
78. Ruta del tequila.	0	0.83
79. Turismo especializado para personas diferentes.	0	0.27
80. Bodas.	0	0.75
81. Turismo de descubrimiento industrial.	0	0.18
82. Turismo religioso/ espiritual.	0	0.67
83. Turismo incluyente.	0	0.59
84. Turismo recreativo para infantes.	0	0.36
85. Turismo de aventura.	0	0.83
86. Senderismo.	0	0.44
87. Turismo adultos mayores.	0	0.63

Directorio de participantes

En la siguiente tabla se enlistan los participantes de la mesa de **TURISMO**:

Nombre	Institución y cargo	Municipio
Abril Anesy León Magallaes	Turismo Alternativo en Guanajuato	Guanajuato
Hugo Giovanni Díaz Aguayo	Universidad De la Salle Bajío	León
Joel Othón Aguirre Rodríguez	Consejo de Turismo de Celaya	Celaya
Ricardo Antonio Garrido Sánchez	Consejo Coordinador Empresarial de San Miguel de Allende	San Miguel Allende
Javier Eduardo Rangel Hernández	Universidad Tecnológica de León, UTL	León
Karla Beatriz Bernal Sánchez	Instituto para las Mujeres Guanajuatenses, IMUG	Guanajuato
Alfonso Urizar Valle	UNITESBA	Celaya
Ana María Valenzuela	León, Oficinas de Convenciones y Visitantes A.C.	León
Fernando Olivera Rocha	Secretaría de Turismo, SECTUR	Silao
Flor Elena Ortiz Saldaña	Universidad de Celaya	Celaya
Francisco García Chávez	Consejo Turístico de San Miguel de Allende	San Miguel Allende
Gloria Magaly Cano de la Fuente	H. Ayuntamiento de León	León
Laura Torres Septién	Asociación Mexicana de Hoteles y Establecimientos de Hospedaje de San Miguel de Allende	San Miguel Allende
Raúl Jiménez Arreola	Consejo de Turismo de Celaya	Celaya
Sergio Ascencio Barba	Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Irapuato	Irapuato
Luz Gloria Ortiz	Grupo Ryo San Cristóbal	Guanajuato
Nulila Mireles Durán	Consejo de Turismo de Celaya	Celaya
Pedro Villegas	Guanajuato Expediciones de Aventura	León
Raúl Florentino Jaramillo Esparza Fariñas	Asociación de Turismo de Naturaleza y Aventura de Guanajuato	Guanajuato
Eduardo Bujaidar Muñoz	Asociación de Hoteles y Moteles de León	León

Galería fotográfica





consulta en línea!

DEL 18 DE OCTUBRE AL 15 DE NOVIEMBRE