



GUANAJUATO
GOBIERNO DE LA GENTE

*Fundado el
14 de Enero de 1877*

*Registrado en la
Administración
de Correos el 1º de
Marzo de 1924*

Año:	CXII
Tomo:	CLXIII
Número:	216

SEXTA PARTE

29 de octubre de 2025
Guanajuato, Gto.



PERIÓDICO OFICIAL
DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE
Guanajuato

Consulta este ejemplar
en su versión digital



periodico.guanajuato.gob.mx

S U M A R I O :

Para consultar directamente una publicación determinada en el ejemplar electrónico, pulsar o hacer clic en el texto del título en el Sumario. Para regresar al Sumario, pulsar o hacer clic en *Periódico Oficial, fecha o página* en el encabezado.

SECRETARÍA DE TURISMO E IDENTIDAD

PROGRAMA Estatal de Turismo 2025-2030.....

3

SECRETARÍA DE SEGURIDAD Y PAZ

PROGRAMA Estatal para la Prevención Social de la Violencia y la Delincuencia "Programa Fénix" 2025-2030.....

58

INSTITUTO PARA EL DESARROLLO Y ATENCIÓN A LAS JUVENTUDES

PROGRAMA Estatal para el Desarrollo y Atención a las Juventudes 2025-2030.....

125



SECRETARÍA DE TURISMO E IDENTIDAD



Programa Estatal de Turismo 2025-2030

Tabla de contenido

I. Presentación
II. Introducción
III. Glosario
IV. Marco de referencia.....
4.1 Marco jurídico.....
4.1.1. Acuerdos y convenciones internacionales.....
4.1.2 Marco jurídico nacional
4.1.3 Marco jurídico estatal
4.2 Marco conceptual
4.3. Alineación con los instrumentos de planeación
4.3.1 Alineación a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible
4.3.2 Alineación a los instrumentos de planeación estatal.....
V. Proceso de elaboración del Programa.....
5.1 Proceso de elaboración.....
5.2 Resultados de la consulta social
VI. Diagnóstico.....
6.1 Turismo mundial.....
6.2 Turismo en México
6.3 Turismo en Guanajuato
6.3.1 Vocación turística.....
6.3.2 Promoción y comercialización turística
6.3.3 Diagnóstico participativo
6.4 Síntesis del diagnóstico.....
VII. Visión del Programa Estatal de Turismo 2025-2030.....
VIII. Planteamiento estratégico
Línea estratégica 1. Desarrollo turístico competitivo y sostenible
Línea estratégica 2. Posicionamiento turístico.....
Línea estratégica 3. Gobernanza turística.
IX. Lineamientos generales para la instrumentación, seguimiento y evaluación del programa.....
9.1 Instrumentación del Programa.....
9.2 Monitoreo del Programa
9.3 Evaluación del Programa

I. Presentación

En Guanajuato, el turismo se vive desde la identidad. Nuestro patrimonio cultural, nuestra historia de libertad, nuestras tradiciones vivas, nuestra gastronomía, la naturaleza, el arte, los paisajes y, sobre todo, la hospitalidad de nuestra gente, constituyen desde el orgullo, la esencia que compartimos con México y el mundo. Esa identidad, que nos distingue es la base sobre la cual construimos en el Gobierno de la Gente nuestro futuro turístico en beneficio de las familias guanajuatenses.

A continuación, presento el Programa Estatal de Turismo 2025-2030, un documento rector que traza la ruta hacia un desarrollo turístico sostenible, incluyente y competitivo para los próximos años.

Este programa se alinea con las directrices del «Nuevo Comienzo» y con el compromiso de establecer un «Gobierno de la Gente», instruido por nuestra Gobernadora, Libia Dennise García Muñoz Ledo, quien siempre enfatiza la importancia de escuchar todas las voces para construir juntas y juntos un sector turístico sólido y comprometido. Es un documento resultado del trabajo coordinado, transversal y de la mano del sector turístico y social, que mediante consultas, foros regionales y ejercicios de participación permitió integrar las voces y perspectivas de las 7 regiones del estado, sus 46 municipios y todos los sectores de la cadena de valor turística. Así, hemos construido una estrategia legítima y sólida, que reconoce la diversidad de vocaciones locales y convierte esa pluralidad en una fortaleza para el desarrollo turístico.

Agradezco especialmente a cada una de las comunidades locales, emprendedores, prestadores de servicios turísticos, representantes de la sociedad civil, estudiantes, catedráticos, líderes de opinión, empresarios y autoridades municipales y estatales que participaron.

En este sentido, diseñamos este programa a partir de tres grandes líneas estratégicas que responden a las tendencias más importantes en el turismo desde los mercados regionales, nacionales y mundiales: desarrollo turístico competitivo y sostenible, posicionamiento y gobernanza.

La visión de este programa es consolidar a Guanajuato como un destino competitivo, sostenible e inclusivo, reconocido por su identidad cultural, su diversidad regional y su capacidad de innovación. Reconocemos que el turismo constituye un pilar fundamental para la prosperidad de nuestro estado. Su implementación estratégica nos permitirá fortalecer el desarrollo de las comunidades, generar mayor derrama económica y consolidar el liderazgo turístico de Guanajuato, garantizando beneficios para las y los guanajuatenses que son lo más importante para el Gobierno de la Gente.

El desarrollo regional del turismo será uno de los mayores motores de este programa. Cada región aporta su riqueza cultural, natural y productiva, y al integrarse bajo una estrategia común, se fortalece una oferta diversificada, competitiva y equilibrada que distribuye los beneficios en todo el territorio.

El turismo de Guanajuato no es un fin en sí mismo, sino un medio para transformar vidas, para generar empleo, para impulsar el talento de jóvenes y mujeres, para preservar nuestro patrimonio y para mostrar al mundo el valor de nuestra identidad.

Con este programa, Guanajuato da un paso firme hacia el futuro, apostando por un turismo innovador, sostenible e incluyente. El desafío es grande, pero nuestra identidad, la fuerza de nuestra gente y el trabajo coordinado con el sector nos marcan el camino.

¡Construyamos juntos el turismo del futuro desde la identidad de Guanajuato!



María Guadalupe Robles León

Secretaría de Turismo e Identidad del Estado de Guanajuato

II. Introducción

El presente Programa Estatal de Turismo 2025-2030 (PET) establece las directrices para la conducción de la política turística en la entidad durante la presente administración.

Refleja un ejercicio maduro de gobernanza democrática que trasciende la mera formulación de políticas públicas para convertirse en un genuino pacto social en torno al desarrollo turístico. La decisión de fundamentar este programa en un amplio proceso de consulta ciudadana, que se describe en el Capítulo V *Proceso de Elaboración*, revela una comprensión profunda de que el turismo no es solo una actividad económica, sino un fenómeno complejo que atraviesa territorios, comunidades y modos de vida, requiriendo por tanto de la participación de quienes lo viven cotidianamente.

La articulación entre los marcos normativos locales y las agendas globales, expuesta en el Capítulo IV *Marco de Referencia*, con los Objetivos de Desarrollo Sostenible evidencia una visión estratégica que reconoce la interdependencia entre lo local y lo mundial en el turismo contemporáneo. Esta perspectiva multinivel sugiere una madurez institucional que entiende que los destinos exitosos del siglo XXI son aquellos que logran mantener su autenticidad mientras se integran responsablemente a las dinámicas globales.

Particularmente significativo resulta el planteamiento de posicionar a Guanajuato como protagonista mundial del turismo, una aspiración que implica no solo competir en mercados internacionales, sino también liderar con el ejemplo en términos de sostenibilidad, inclusión social y preservación cultural. Esta ambición refleja una confianza institucional en las capacidades propias del estado y en su potencial para contribuir desde lo local a la transformación de la industria turística global hacia modelos más responsables y equitativos.

Asimismo, se presenta un *Diagnóstico* en el Capítulo VI, que muestra sintéticamente la situación actual de la industria a nivel internacional, nacional y estatal, incorporando además las principales percepciones y propuestas expresadas en la consulta social.

La *Visión del Programa Estatal de Turismo 2025-2030*, desarrollada en el Capítulo VII, articula los horizontes aspiracionales del desarrollo turístico estatal, estableciendo el escenario deseable hacia el cual convergen todos los esfuerzos programáticos y las acciones estratégicas del sector.

Todo lo anterior dio sustento a la elaboración del *Planteamiento Estratégico* (capítulo VIII) que se alinea a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU y establece tres líneas estratégicas, cada una con sus objetivos, indicadores, metas, responsables y estrategias (programas, proyectos y acciones).

Finalmente, se detallan los Lineamientos Generales para la Instrumentación, Monitoreo y Evaluación del Programa (Capítulo IX).

III. Glosario

En este apartado se presentan tanto definiciones como siglas y acrónimos ordenados alfabéticamente, incluyendo las siglas de las dependencias que se emplean en el planteamiento estratégico.

Cuartos disponibles: Es el número de cuartos o habitaciones que se encuentran en servicio. No contabiliza las habitaciones que por reparación o alguna otra causa estén fuera de servicio.

Derrama económica estimada: Ingresos que se obtienen por el gasto del visitante. Se compone del gasto en: hospedaje, alimentación, bebidas, transporte local, souvenirs, artesanías, diversión, entre otros.

Desarrollo sostenible: Proceso evaluable mediante criterios e indicadores de características ambientales, económico y social que tiende a mejorar la calidad de vida y la productividad de las personas, que se funda en medidas apropiadas de preservación del equilibrio ecológico, protección del ambiente y aprovechamiento de recursos naturales, de manera que no se comprometa la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras.

Destino turístico: Espacio o zona geográfica en que se desarrolla la actividad turística.

Ecoturismo: Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma.

Enoturismo: Tipo de turismo enfocado en las zonas de producción vinícolas. Se relaciona con el turismo gastronómico y con el turismo cultural dependiendo del carácter histórico o artístico del sector.

Excursionista: Visitantes que no pernoctan en el destino.

Llegada de turistas. Corresponde al número de turistas registradas tanto residentes (nacionales) como no residentes en el país (extranjeras), hospedados en el destino durante el período de referencia.

Oferta turística: Conjunto de actividades, destinos, bienes y servicios turísticos, así como los atractivos culturales, históricos, naturales, recreativos y urbanos que se ofrecen a la persona visitante.

ONU Turismo: Es el organismo especializado de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

Operador Turístico: Persona física o moral que ofrece experiencias completas y organizadas a los viajeros, integrando dos o más servicios (alojamiento, transporte, alimentos, visitas, etc.) en un solo paquete.

Persona prestadora de servicios turísticos: Persona física o moral que en forma permanente o eventualmente proporcione, sirva de intermediario o contrate con la persona visitante la prestación de servicios turísticos.

Producto Turístico: Conjunto de bienes y servicios que se encuentran localizados en un área determinada y se ofrecen a la persona visitante para satisfacer sus necesidades y deseos.

Potencial turístico: Característica de un destino, municipio, región o zona en función a su patrimonio cultural que representa o puede representar un atractivo turístico, así como su forma turística instalada disponible o susceptible de creación para atraer visitantes.

Turistas: Visitantes que pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.

Visitante: Persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a tres meses, con cualquier finalidad principal que no sea la de desempeñar una actividad laboral. Se clasifica como turista cuando pernocta y como excursionista cuando solo visita durante el día.

Zona de desarrollo turístico sustentable: Áreas del Estado que, por sus características geográficas, gastronómica, naturales, históricas, culturales religiosas o típicas, constituyen un atractivo turístico o representan un potencial para el desarrollo de la actividad en beneficio de sus poblaciones locales. Se establecen mediante declaratoria emitida conforme a la Ley General de Turismo.

Zona turística: Corresponde a un espacio físico de extensión variable, con características fisiográficas homogéneas y que cuenta con una unidad paisajística. En su interior se pueden agrupar extensiones territoriales de menor tamaño, denominadas áreas turísticas. La Zona Turística debe contar con infraestructura y servicios de comunicación entre las áreas turísticas que la integran.

CIMTUR-OEA: Conferencia Interamericana de Ministros de Turismo de la Organización de Estados Americanos.

DNR: Derecho de no residente.

FTI: Ficha Técnica del Indicador.

IECA: Instituto Estatal de Capacitación.

IDEA: Instituto de Innovación, Ciencia y Emprendimiento para la Competitividad.

INEGI: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

IMUG: Instituto para las Mujeres Guanajuatenses.

IPLANEG: Instituto de Planeación, Estadística y Geografía del Estado de Guanajuato.

MICE: Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions.

ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible (Agenda 2030-ONU).

OEA: Organización de Estados Americanos.

OMT: Organización Mundial del Turismo.

ONU: Organización de las Naciones Unidas.

OTEG: Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato.

PET: Programa Estatal de Turismo 2025-2030.

PIB: Producto Interno Bruto.

PST: Prestador de Servicios Turísticos.

RET: Registro Estatal de Turismo.

RNT: Registro Nacional de Turismo.

SAMA: Secretaría del Agua y Medio Ambiente.

SCUL: Secretaría de Cultura.

SDH: Secretaría de Derechos Humanos.

SE: Secretaría de Economía.

SECTUR: Secretaría de Turismo (Federal).

SECTURI: Secretaría de Turismo e Identidad del Estado de Guanajuato.

SEPLAN: Sistema Estatal de Planeación.

SF: Secretaría de Finanzas.

SNPD: Sistema Nacional de Planeación Democrática.

SOP: Secretaría de Obra Pública.

SSyP: Secretaría de Seguridad Pública y Paz.

TU PUEDES GTO: Financiera y Apoyos "Tú puedes Guanajuato".

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

UNWTO: Organización Mundial del Turismo.

WTTC: Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

IV. Marco de referencia

El Programa Estatal de Turismo 2025–2030 sienta sus bases en un marco jurídico sólido que incluye instrumentos internacionales, interamericanos, normas nacionales y estatales. Asimismo, se alinea a los principales instrumentos de planeación estatal como el *Plan Estatal de Desarrollo GTO 2050*, el *Programa de Gobierno 2024-2030* y a la *Agenda 2030* para el Desarrollo Sostenible.

En este marco normativo y programático se fundamenta la planeación, implementación y evaluación de las políticas públicas en materia de turismo, cultura, desarrollo económico, sostenibilidad y derechos humanos, garantizando su legitimidad, congruencia institucional y alineación con los principios de planeación democrática, desarrollo sostenible y participación ciudadana.

4.1 Marco jurídico

La integración de estos instrumentos jurídicos garantiza la alineación del programa con los estándares internacionales y da cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 26 de la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*¹, que establece la obligación de los gobiernos de todos los niveles de planear el desarrollo del país de manera congruente, participativa y coordinada, a través del *Sistema Nacional de Planeación Democrática (SNPD)* que imprima solidez, dinamismo, competitividad, permanencia y equidad al crecimiento de la economía para la independencia y democratización política, social y cultural de México.

En consecuencia, el PET, tiene su fundamento legal en los siguientes ordenamientos jurídicos:

4.1.1. Acuerdos y convenciones internacionales

Carta de las Naciones Unidas: instrumento fundacional de cooperación internacional, promotor de los derechos humanos, el desarrollo económico y la paz. México es miembro fundador. Organización de las Naciones Unidas, 1945².

Declaración Universal de los Derechos Humanos: Referente ético para la elaboración de políticas públicas, el cual impulsa la igualdad, la no discriminación y el acceso a la cultura. Organización de las Naciones Unidas, 1948³.

Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: Es un compromiso de carácter político suscrito por México, orientado a la implementación de los Objetivos de Desarrollo

¹ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 05-02-1917. Última reforma publicada en el DOF el 15-04-2025. <https://mexico.justia.com/federales/constitucion-politica-de-los-estados-unidos-mexicanos/doc/>

² Carta de las Naciones Unidas. San Francisco (Estados Unidos), 26-06-1945; entrada en vigor 24-10-1945. Disponible en: https://treaties.un.org/doc/source/events/2006/spanish_2006.pdf treaties.un.org.

³ Declaración Universal de los Derechos Humanos. Proclamada por la Asamblea General de la ONU en París, 10-12-1948 (Resolución 217 A(III)); no tiene reformas. Disponible en: [Declaración Universal de los Derechos Humanos](http://www.un.org/Depts/los/dhrc/universal.htm).

Sostenible vinculados al turismo, la acción climática y la sostenibilidad. Organización de las Naciones Unidas, 2015⁴.

Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism: Adhesión voluntaria por parte del gobierno del estado de Guanajuato en 2022 para la acción climática en turismo. Organización Mundial del Turismo, ahora United Nations World Tourism Organization (UNWTO), 2021⁵.

Código Ético Mundial para el Turismo: Es un marco ético propuesto por la OMT para el desarrollo responsable y sostenible del turismo. Organización Mundial del Turismo, 1999⁶.

Instrumentos jurídicos de aplicación interamericana:

Carta de la Organización de los Estados Americanos (OEA): Es un instrumento vinculante que promueve la cooperación regional, el desarrollo integral y la gobernanza democrática. Organización de los Estados Americanos, 1948⁷.

Convención Americana sobre Derechos Humanos: Tratado vinculante que protege los derechos humanos fundamentales y la libertad de tránsito. Organización de los Estados Americanos, 1969⁸.

Declaración de la Conferencia Interamericana de Ministros de Turismo (CIMTUR-OEA): Documento adoptado por los países miembros sobre sostenibilidad, competitividad y cooperación turística regional. Organización de los Estados Americanos (OEA), 2017⁹.

4.1.2 Marco jurídico nacional

En materia de planeación:

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: En su artículo 26 se establecen las bases de la planeación democrática del desarrollo nacional a través del Sistema Nacional de Planeación Democrática (SNPD).

⁴ Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (A/RES/70/1). Adoptada por la Asamblea General de la ONU en Nueva York, 25-09-2015. Disponible en: <https://undocs.org/es/A/RES/70/1 igualdad.cepal.org>.

⁵ Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism. Lanzada en la Cumbre del Clima COP26 (Glasgow, Reino Unido), 04-11-2021. Disponible en: <https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-11/211104-glasgow-declaration-es.pdf>

⁶ Código Ético Mundial para el Turismo. Aprobado en la XIII Asamblea General de la OMT, Santiago de Chile, 01-10-1999 (Res. A/RES/406(XIII)) <https://www.unwto.org/es/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>.

⁷ Carta de la Organización de los Estados Americanos. Suscrita en Bogotá, Colombia, 30-04-1948 (IX Conferencia Internacional Americana); entrada en vigor 13-12-1951. Última reforma: Protocolo de Managua, 10-06-1993 oas.org. Disponible en: https://www.oas.org/dil/esp/afrodescendientes_manual_formacion_lideres_anexos.pdf

⁸ Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José de Costa Rica). Adoptada en San José, Costa Rica, 22-11-1969. Disponible en: https://www.oas.org/dil/esp/1969_Convenci%C3%B3nAmericana_sobre_Derechos_Humanos.pdf

⁹ Disponible en: Declaración de la Conferencia Interamericana de Ministros de Turismo (CIMTUR-OEA, 2017). (No se encontró versión oficial digital del documento) [OAS to Host Inter-American Congress on Heritage Tourism and Inclusive Development](https://www.oas.org/2017/10/03/OAS-to-Host-Inter-American-Congress-on-Heritage-Tourism-and-Inclusive-Development).

Ley de Planeación: Establece el marco jurídico para la planeación democrática nacional y los relativos para la elaboración, ejecución y evaluación del Plan Nacional de Desarrollo y su coordinación con los estados a través del SNPD¹⁰.

Plan Nacional de Desarrollo 2024-2030: Documento a través del cual el gobierno de México establece los objetivos, estrategias y prioridades para impulsar el desarrollo del país; incluye un diagnóstico situacional y metas concretas con el fin de atender las necesidades de la población como educación, salud, empleo, seguridad y sostenibilidad¹¹.

En materia de turismo:

Ley General de Turismo y su Reglamento: Establece las bases para la política, planeación, programa y el desarrollo del sector turismo, promueve la coordinación en los diferentes niveles de gobierno y sectores vinculados bajo criterios de beneficio social, sustentabilidad, competitividad del turismo a nivel nacional¹².

4.1.3 Marco jurídico estatal

En materia de planeación:

Constitución Política para el Estado de Guanajuato: En su artículo 14 se establece la organización de un Sistema de Planeación Democrática del Desarrollo de la Entidad, mediante la participación de los Sectores Público, Privado y Social, así como los procedimientos de participación y consulta¹³.

Ley de Planeación para el Estado de Guanajuato y su Reglamento: Esta ley dispone las bases para la planeación estatal, su objetivo principal es ordenar racional y sistemáticamente las acciones de desarrollo del Estado y sus municipios en el marco del Sistema Estatal de Planeación (SEPLAN) y garantizar la participación social en su elaboración, seguimiento y evaluación de sus planes y programas¹⁴.

En materia de turismo para el Estado y sus municipios:

Ley de Turismo para el Estado de Guanajuato y sus Municipios y su Reglamento: Tiene por objeto planear, fomentar, promover y evaluar la actividad turística de manera

¹⁰ Ley de Planeación. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 05-01-1983. Última reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación el 08-05-2023 [diputados.gob.mx](https://www.diputados.gob.mx/). Disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LPlan.pdf> [diputados.gob.mx](https://www.diputados.gob.mx)

¹¹ Plan Nacional de Desarrollo 2024-2030. Publicado en el Diario Oficial de la Federación el: 15-04-2025. Disponible en: [El Diario Oficial de la Federación](https://www.diputados.gob.mx).

¹² Ley General de Turismo. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 17-06-2009. Última reforma publicada en el DOF el 01-04-2024 [diputados.gob.mx](https://www.diputados.gob.mx). Disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGT.pdf> [diputados.gob.mx](https://www.diputados.gob.mx)

¹³ Constitución Política para el Estado de Guanajuato. Publicada en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Guanajuato número 32, Año III, Tomo IV, del 18-10-1917. Última Reforma: P.O. Núm. 99, Tercera Parte, 19-05-2025. Disponible en: [congresogto.gob.mx/constitucion-politica-del-estado-de-guanajuato](https://www.congresogto.gob.mx/constitucion-politica-del-estado-de-guanajuato)

¹⁴ Ley de Planeación para el Estado de Guanajuato y su Reglamento. Publicada en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Guanajuato número 206, Tercera Parte, del 27 de diciembre de 2011. Última reforma: P.O., 28 de octubre de 2022. Disponible en: <https://www.congresogto.gob.mx/leyes/ley-de-planeacion-para-el-estado-de-guanajuato>

sostenible y responsable, generar desarrollo económico, social y cultural e impulsar la diversificación de la oferta turística tanto a nivel estatal como municipal¹⁵.

Ley de Fomento a la Actividad Vitivinícola del Estado de Guanajuato y su Reglamento: Tiene por finalidad promover, fomentar, difundir y fortalecer la industria vitivinícola incluyendo al enoturismo¹⁶.

Ley para el Fomento de la Industria Cinematográfica y Audiovisual del Estado de Guanajuato y su Reglamento: Tiene por objeto y finalidad, difundir a nivel nacional e internacional los atractivos turísticos, sitios históricos, bellezas naturales, localidades y ciudades que fortalezcan la identidad guanajuatense¹⁷.

Ley de Derechos Culturales para el Estado de Guanajuato: Entre sus finalidades se encuentran promover la solidaridad y responsabilidad en la preservación, conservación, mejoramiento y restauración del patrimonio cultural y el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en materia cultural los cuales pueden estar vinculados al turismo¹⁸.

Ley de Hospedaje a través de Plataformas Digitales del Estado de Guanajuato: Tiene por objeto, entre otros, garantizar la seguridad y protección de las personas huéspedes, así como fomentar el desarrollo económico y social del estado¹⁹.

4.2 Marco conceptual

El modelo que orienta este Programa Estatal de Turismo 2025-2030 propone un enfoque de turismo competitivo y sostenible, promotor de la equidad, la inclusión, la accesibilidad y la identidad.

El concepto moderno de competitividad y sostenibilidad turística se inicia con los estudios de Ritchie y Crouch (2003)²⁰, reconocidos como los primeros autores de esta nueva forma de ver a los destinos turísticos exitosos en el contexto internacional²¹. Estos autores precisan la relación recíproca entre los dos conceptos de la siguiente manera:

¹⁵ Ley de Turismo para el Estado de Guanajuato y sus municipios. Publicada en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Guanajuato número 205, Segunda Parte, del 24 de diciembre de 2010. Última reforma: P.O. Núm. 107, Segunda Parte, 29 de mayo de 2018. Disponible en: c9d9edb9b9e23eb5d4819bbcce9b078.pdf.

¹⁶ Ley de Fomento a la Actividad Vitivinícola del Estado de Guanajuato. Publicada en la Segunda Parte del Periódico Oficial del Estado de Guanajuato, el martes 22 de diciembre de 2020. Disponible en: https://congresogto.s3.amazonaws.com/uploads/reforma/pdf/11778/LFAVEG_22dic2020.pdf

¹⁷ Ley de Fomento a la Industria Cinematográfica y Audiovisual del Estado de Guanajuato. Publicada en la Tercera Parte del Periódico Oficial del Estado de Guanajuato, el viernes 27 de junio de 2014. https://congresogto.s3.amazonaws.com/uploads/reforma/pdf/1594/LFICAEG_27Junio_2014.pdf

¹⁸ Ley de Derechos Culturales para el Estado de Guanajuato. Publicada en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Guanajuato: P.O. Núm. 80, 3^a. Parte, 20-04-2018. P.O. Núm. 187, 6^a. Parte, 17-09-2024. Disponible en: https://congresogto.s3.amazonaws.com/uploads/reforma/pdf/3590/LDCEG_REF_17Sep2024.pdf

¹⁹ Ley de Hospedaje a Tráves de Plataformas Digitales del Estado de Guanajuato. Publicada en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Guanajuato: P.O. Núm. 246, Segunda Parte, 09-12-2020. Disponible en: <https://sectur.guanajuato.gob.mx>

²⁰ Ritchie, y Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Pub.

²¹ Díaz, B. (2021). *Factores de competitividad y sostenibilidad que influyen en la llegada de turistas internacionales a destinos mexicanos*. Tesis para obtener el título de Doctor Internacional en Turismo, Universidad Anáhuac, México.

La competitividad turística sostenible se define como la capacidad de aumentar el gasto turístico, atraiendo visitantes de forma creciente, proporcionándoles experiencias satisfactorias, y hacerlo de manera beneficiosa, mientras se garantiza el bienestar de los residentes y se preserva el capital natural del destino para las generaciones futuras. (...) La competitividad turística sostenible de un destino se tiene que ver a largo plazo, a través de una visión y metas definidas, en forma explícita e implícita, buscando un equilibrio entre los cuatro pilares complementarios: ecológico, económico, sociocultural y el político/gobernanza, de tal forma que no existan debilidades fatales evidentes en el sistema de la sostenibilidad del destino (Ritchie y Crouch, 2003, pp. 2, 30).

Ambos investigadores afirman que la competitividad sin sostenibilidad es una ilusión. En el contexto turístico no es posible ser competitivo sin ser, al mismo tiempo, sostenible (Díaz, 2021).

Con el desarrollo social y económico de la industria turística en las últimas décadas, los conceptos de competitividad y sostenibilidad han evolucionado. La ONU Turismo (antes Organización Mundial del Turismo), aporta las siguientes definiciones:

La competitividad de un destino turístico es la capacidad del destino de utilizar sus recursos naturales, culturales, humanos, antrópicos y financieros de manera eficiente para desarrollar y ofrecer productos y servicios turísticos de calidad, innovadores, éticos y atractivos, con miras a contribuir a un crecimiento sostenible dentro de su proyecto global y sus objetivos estratégicos, incrementar el valor añadido del sector turístico, mejorar y diversificar sus componentes comerciales y optimizar su atractivo y los beneficios que reporta a los visitantes y a la comunidad local con una perspectiva de sostenibilidad. (ONU Turismo, Glosario de términos, sección c)²².

En cuanto al concepto de sostenibilidad, la ONU Turismo establece al turismo en el marco del desarrollo sostenible de la siguiente manera:

El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. (ONU Turismo. Objetivos de Desarrollo Sostenible, 2025)²³.

²² ONU Turismo (2025). *Glosario de Términos en Turismo*. En: [Glosario de términos de turismo | OMT](https://www.unwto.org/es/glossary)

²³ ONU Turismo. *Objetivos de Desarrollo Sostenible*, (2025). En: <https://www.unwto.org/es/development-sustainable>.

Esta visión es compartida por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), que señala:

El turismo sostenible es aquel que promueve dentro de la industria turística a nivel mundial los principios de operaciones amigables con el medio ambiente; apoyo a la protección del patrimonio cultural y natural y beneficios directos para el bienestar social y económico de la población local en los destinos de viaje de todo el mundo (WTTC, 2017)²⁴.

Sin embargo, la propia ONU Turismo no aporta una definición única, integral y consensada de estos conceptos, por lo que hay que abordarlos desde una perspectiva multimodal, que permita integrar diversos elementos que cada vez tienen más peso en la sociedad y en la industria, como son la equidad, la inclusión, la accesibilidad y la identidad.

Además de la competitividad y la sostenibilidad, en este modelo se incluyen -también como elementos esenciales- una gestión turística eficiente para lograr el aprovechamiento de los recursos humanos, financieros y materiales disponibles y una gobernanza turística que fomente la efectiva participación de representantes de toda la cadena de valor turística en las decisiones y acciones gubernamentales. En conjunto, estos componentes dan lugar a tres áreas estratégicas fundamentales en cualquier ecosistema turístico exitoso y permiten tener una identidad propia de destino.

La identidad se entiende como «el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social». Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones (Molano, 2007)²⁵. Por ello, Guanajuato debe fortalecer y proyectar al mundo las características que lo hacen único y atractivo como destino turístico: su historia, cultura, naturaleza, experiencias singulares y, sobre todo, su gente.

4.3. Alineación con los instrumentos de planeación

Con la finalidad de asegurar la alineación y congruencia entre los instrumentos de planeación para la elaboración del Programa Estatal de Turismo GTO 2025-2030, se consideraron los objetivos planteados en el **Plan Estatal de Desarrollo GTO 2050** y en el **«Programa de Gobierno 2024-2030. El Programa de la Gente»**. Adicionalmente, se muestra la alineación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus correspondientes metas, de manera que puedan contribuir a los compromisos adoptados por México en la **Agenda 2030**.

²⁴ WTTC (2017). *Economic Impact*. World Travel and Tourism Council. UK. En: www.esd-world-conference-2009.org

²⁵ Molano L., O. 2007. *Identidad cultural: un concepto que evoluciona*. Revista Opera, (7), 69-84. En: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500705>

4.3.1 Alineación a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) constituyen la agenda global adoptada por los Estados Miembros de la Organización de las Naciones Unidas en 2015, con la finalidad de enfrentar los principales desafíos sociales, económicos y ambientales hacia el año 2030. Estos 17 objetivos y 169 metas representan un marco de referencia integral para orientar las políticas públicas hacia un desarrollo inclusivo, sostenible y con perspectiva de derechos humanos. En la elaboración de este programa, los ODS ofrecen una guía estratégica para articular las acciones de gobierno con prioridades globales, asegurando que los resultados puedan medirse y compararse con estándares internacionales.

En esta sección se presentan los Objetivos y Metas de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la Organización de Naciones Unidas a los cuales se tiene una colaboración directa con el Programa Estatal de Turismo 2025-2030.

Tabla 1. Alineación del Programa Estatal de Turismo 2025-2030 a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

ODS		Programa Estatal de Turismo 2025-2030
Objetivo	Meta	Objetivo
ODS 8. Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.	8.2 Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra. 8.9 De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	Objetivo 1.1: Impulsar la competitividad del sector turístico del estado de Guanajuato. Objetivo 1.2: Fomentar el turismo sostenible en los municipios del estado de Guanajuato. Objetivo 2.1: Fortalecer la promoción y comercialización turística de Guanajuato Objetivo 3.1: Consolidar una gestión turística sostenible en la Entidad.
ODS 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.	11.4 Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo.	Objetivo 1.2: Fomentar el turismo sostenible en los municipios del estado de Guanajuato.

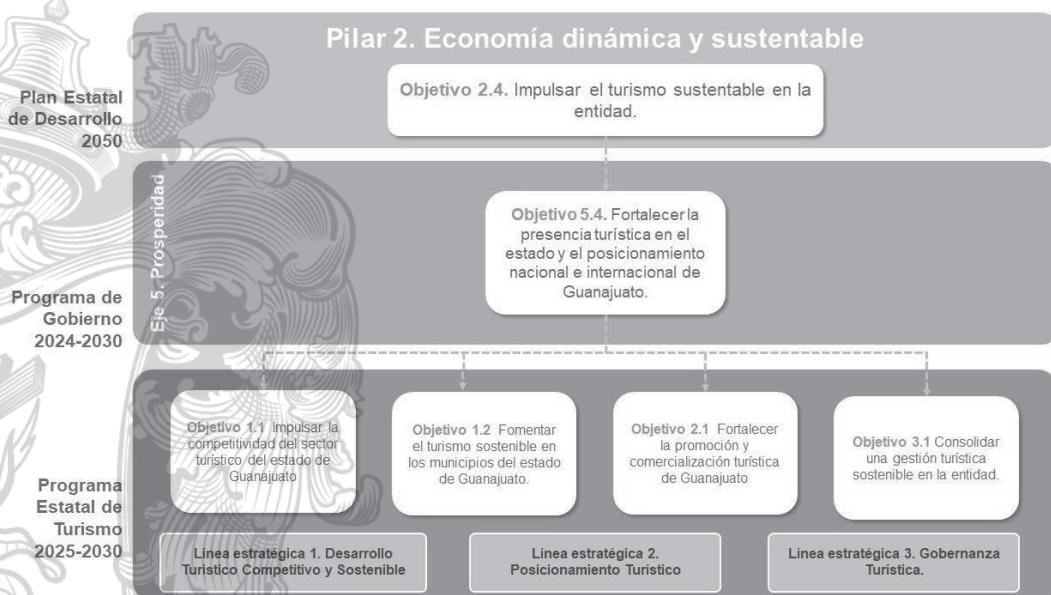
ODS		Programa Estatal de Turismo 2025-2030
Objetivo	Meta	Objetivo
ODS 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	12.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	Objetivo 1.2: Fomentar el turismo sostenible en los municipios del estado de Guanajuato.
ODS 17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.	17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas.	Objetivo 3.1: Consolidar una gestión turística sostenible en la entidad.

4.3.2 Alineación a los instrumentos de planeación estatal.

El siguiente esquema, muestra la alineación del Programa Estatal de Turismo GTO 2025-2030 al Plan Estatal de Desarrollo GTO 2050 y al «Programa de Gobierno 2024-2030. El Programa de la Gente». El Plan Estatal de Desarrollo 2050 de Guanajuato es una visión a largo plazo que busca guiar el crecimiento y desarrollo sostenible del estado. Este plan establece objetivos y estrategias para mejorar la calidad de vida, fortalecer la economía, promover la innovación, garantizar la gobernanza democrática y proteger el medio ambiente, asegurando que Guanajuato avance hacia un futuro próspero, justo y sostenible para todas las personas.

Por su parte, el «Programa de Gobierno 2024-2030, el Programa de la Gente», es la hoja de ruta para los próximos seis años en Guanajuato estructurado en seis ejes estratégicos - Tranquilidad, Igualdad, Confianza, Vocación, Prosperidad y Armonía- que abordan las prioridades de la ciudadanía, y tres ejes transversales -Impulso a las Mujeres, Atención a las Juventudes e Innovación Tecnológica y Digitalización- que garantizan un enfoque integral y equitativo. De esta forma se asegura la continuidad con la visión de largo plazo, así como la contribución al cumplimiento de los compromisos de la Gobernadora del Estado con nuestra gente.

Tabla 2. Alineación del Programa Estatal de Turismo 2025-2030 con los instrumentos de planeación estatal.



V. Proceso de elaboración del Programa

En este apartado se presenta el proceso mediante el cual se llevó a cabo la elaboración del Programa, asegurando la participación corresponsable de las dependencias y entidades involucradas e incorporando las prioridades ciudadanas identificadas durante la consulta social.

5.1 Proceso de elaboración

El presente Programa Estatal de Turismo 2025-2030 (PET) se elaboró bajo la coordinación de la SECTURI, siguiendo la metodología establecida para tal efecto por el Instituto de Planeación, Estadística y Geografía (IPLANEG) y adoptando los principios del Gobierno de la Gente que priorizan la participación ciudadana y la construcción colectiva de políticas públicas.

Imagen 1. Proceso metodológico de elaboración del Programa Estatal de Turismo 2025-2030



El proceso inició con la construcción de un Marco de Referencia que sintetiza los conceptos clave aplicados en este Programa, en congruencia con las tendencias del turismo a nivel global. Esta etapa se desarrolló mediante un riguroso análisis del marco jurídico vigente y la alineación estratégica con los instrumentos de planeación estatales, nacionales e internacionales, estableciendo así los fundamentos teóricos y normativos que orientarían las etapas subsecuentes de formulación del Programa.

El componente central del proceso fue el acercamiento directo con la cadena de valor turística, diseñada para recabar información de primera mano sobre percepciones, necesidades y propuestas de los actores clave de la industria.

La consulta social se estructuró a través de diversos mecanismos que garantizaron la representatividad del Estado, contando con la participación de 1,265 personas integrantes de la cadena de valor de todas las regiones turísticas. (Imagen 2: Regiones turísticas de Guanajuato).

La vasta información resultante de este ejercicio participativo fue clave para elaborar la *visión* y el *planteamiento estratégico*, el cual incluye objetivos, indicadores, líneas estratégicas con sus respectivas acciones. Este proceso metodológico culminó con la definición de los *Lineamientos Generales para la Instrumentación, Seguimiento y*

Evaluación del Programa, asegurando así a construcción del Programa Estatal de Turismo integral, contextualizado y ejecutable.

Regiones turísticas

El estado de Guanajuato se estructura en siete regiones turísticas, cada una con características diferenciadas en términos geográficos y elementos identitarios que incluyen patrimonio histórico, bienes artísticos, manifestaciones culturales vivas, productos autóctonos y expresión territoriales distintivas.

Imagen 2. Regiones turísticas de Guanajuato.



Fuente: SECTURI

Tabla 3. Regiones turísticas de Guanajuato.

Región I	Región II	Región III	Región IV	Región V	Región VI	Región VII
<ul style="list-style-type: none"> • Ocampo • San Felipe • San Diego de la Unión 	<ul style="list-style-type: none"> • San Luis de la Paz • Doctor Mora • San José de Iturbide • Victoria • Santa Catarina • Tierra Blanca • Xichú • Atarjea 	<ul style="list-style-type: none"> • Guanajuato • San Miguel de Allende • Dolores Hidalgo Cuna de la Independencia Nacional 	<ul style="list-style-type: none"> • León • San Francisco del Rincón • Purísima del Rincón • Silao de la Victoria • Irapuato • Salamanca 	<ul style="list-style-type: none"> • Abasolo • Pénjamo • Manuel Doblado • Cuerámaro • Huanímaro • Pueblo Nuevo • Romita 	<ul style="list-style-type: none"> • Valle de Santiago • Yuriria • Salvatierra • Moroleón • Acámbaro • Tarandacua • Coroneo • Jerécuaro • Santiago Maravatío • Uriangato 	<ul style="list-style-type: none"> • Celaya • Santa Cruz de Juventino Rosas • Comonfort • Apaseo el Alto • Apaseo el Grande • Tarimoro • Cortazar • Jaral del Progreso • Villagrán

Fuente: SECTUR.

5.2 Resultados de la consulta social

Esta consulta social se concibió como un insumo estratégico para orientar políticas públicas, definir alianzas y consolidar un modelo de gobernanza turística que permita posicionar a Guanajuato como un destino competitivo, sostenible e incluyente.

A fin de recabar, analizar e integrar la información de la consulta social, se aplicaron los siguientes mecanismos.

Mecanismos de la consulta social

➤ Sesiones de trabajo y foros

- Mesa de trabajo con empresarios y líderes turísticos.
- Seis foros regionales con la participación de las siete regiones turísticas.
- Foro universitario.
- Sesión con el Consejo Consultivo Turístico del Estado de Guanajuato.
- Reunión con enlaces municipales de turismo.

Puntos desarrollados:

- Análisis de la oferta turística local.
- Análisis de la demanda turística nacional e internacional.

- Tendencias del consumidor.
- Necesidades y propuestas.

➤ Grupos de enfoque

- Tres sesiones, con una muestra aleatoria de representantes del Poder Ejecutivo, de la sociedad civil organizada, cámaras, asociaciones y comisiones vinculadas al sector turístico. Análisis cualitativo y cuantitativo (preguntas abiertas).

Puntos desarrollados:

- Su percepción sobre la industria turística en el estado.
- Principales necesidades.
- Sus aportaciones para el turismo.

➤ Cuestionario de detección de necesidades

- Se envío un cuestionario a un universo de dos mil prestadores de servicios que cuentan con Registro Estatal de Turismo, de los cuales se recibieron 434 respuestas válidas (muestra estadísticamente representativa).

Puntos desarrollados:

- 30 preguntas sobre 10 temas estratégicos: Datos Básicos, Calidad Turística, Desarrollo de Producto Turístico, Mercadotecnia, Regulación Turística, Infraestructura, Sostenibilidad, Equidad de Género, Inclusión en el Turismo y Seguridad.

Imagen 3. Participantes.



Fuente: Elaboración propia con información de SECTURI.

Metodología

Se aplicó una metodología basada en enfoques cualitativos y cuantitativos, combinando herramientas de inteligencia artificial (IA) y metodologías de análisis de datos avanzadas. Se utilizaron técnicas de procesamiento de lenguaje natural (PLN) para la transcripción y análisis de información derivada de los foros, complementado con herramientas de minería de datos para identificar patrones en las necesidades expresadas por los participantes.

Los resultados fueron segmentados en criterios de selección, lo que permitió definir de manera objetiva las rutas y productos turísticos más competitivos, sostenibles e incluyentes. Se aplicaron modelos de regionalización dinámica (clústeres) y categorización temática para estructurar la información por región, nicho de mercado, experiencias y proveedores locales.

Resultados

Una vez recabada toda la información de los mecanismos de consulta social y su posterior análisis con técnicas estadísticas e inteligencia artificial, se llegó al siguiente resumen de las principales problemáticas expresadas por todas las personas participantes:



Principales problemáticas identificadas en el sector

La política del Estado está centralizada (Guanajuato, San Miguel de Allende y Dolores Hidalgo C.I.N.)

Falta de una identidad cultural que resalte más allá de la Independencia.
Ausencia de campañas oficiales y representatividad para el turismo de diversidad sexual y de género.

Muchos municipios carecen de infraestructura, personal o un diagnóstico propio para desarrollar y ofertar turismo local.

Falta de canales establecidos para que las personas migrantes inviertan en proyectos turísticos locales.

Falta de coordinación interna entre autoridades (estatal y municipal) para ejecutar eventos y proyectos turísticos.

Brecha económica entre destinos turísticos muy elevados y destinos muy abandonados.

Problemas de gentrificación y turistización en destinos consolidados.

Falta de profesionalización del sector y de la comunidad receptora.

Falta de personas guías y promotores certificados.

Necesidad de desarrollar nuevas experiencias y aprovechar mejor los segmentos ya existentes.

Falta de integración y constancia de los actores del sector para el desarrollo de productos y proyectos.

Logística y transporte deficiente que no permite disfrutar al turismo foráneo.

Mala calidad del servicio en general.

Infraestructura inadecuada para atraer grandes convenciones y eventos de talla internacional.

Acceso complejo a zonas turísticas por falta de transporte público.

Falta de protección y rescate de patrimonio cultural e histórico.

Falta de inversión para mantener ciudades limpias y organizadas.

Ausencia de regulación y oferta suficiente para el tema Airbnb en zonas menos desarrolladas. Infraestructura y servicios no accesibles para personas con discapacidad o adultos mayores. Falta de guías o intérpretes de lengua de señas para personas sordas o formatos para personas ciegas. Falta de sensibilización y capacitación del personal turístico en temas de diversidad sexual y de género. Desconocimiento de lo local por parte de las y los guanajuatenses y estudiantes de turismo. La inseguridad afecta negativamente a todos los segmentos, siendo un factor que juega en contra del turismo. Falta de coordinación y de una verdadera estrategia de vigilancia entre los tres órdenes de gobierno. Ausencia de un protocolo de reacción pronta para turistas en caso de incidentes de seguridad.

VI. Diagnóstico

El estado de Guanajuato es reconocido, tanto por su riqueza histórica y cultural, como por su extensa oferta de productos, servicios y experiencias turísticas que van desde la exploración de sus ciudades patrimonio de la humanidad y los pueblos mágicos, hasta sus áreas naturales y la gastronomía local. Con el fin de orientar el desarrollo turístico del Estado con un enfoque competitivo y sostenible es necesario contar con un análisis profundo del contexto en el que se desarrolla. En ese sentido, el presente diagnóstico ofrece una visión integral del turismo a nivel mundial, nacional y estatal.

6.1 Turismo mundial

En la actualidad, el turismo es una de las actividades económicas más dinámicas en el mundo debido a su gran impacto en la generación de empleo, el intercambio cultural y el desarrollo sostenible. En este contexto, se presentan los resultados del análisis del turismo a nivel mundial que considera la situación actual, así como las principales tendencias, retos y oportunidades para impulsar el desarrollo competitivo y sostenible del estado de Guanajuato.

El desarrollo del turismo competitivo y sostenible, además de contribuir a la conservación del patrimonio cultural y natural, genera importantes ingresos, promueve la inversión extranjera, contribuye en la reducción de la pobreza, impulsa la economía local y favorece el intercambio social. En términos de comercio internacional, el turismo se sitúa entre los sectores con mayor volumen de negocio, comparable al de las exportaciones de petróleo y otras industrias afines.

Para este 2025, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) proyecta que el sector turístico contribuya con 11.7 billones de dólares a la economía mundial, lo que representa un máximo histórico del 10.3% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y espera que los

empleos que genera crezcan en 14 millones en 2025, hasta alcanzar los 371 millones a nivel mundial²⁶.

De acuerdo con datos recientes de la ONU Turismo, durante los tres primeros meses de 2025 más de 300 millones de turistas realizaron viajes internacionales, aproximadamente 14 millones más que en el mismo periodo de 2024, lo que representa un incremento del 5% en comparación con el año pasado y supera en un 3% los niveles alcanzados en 2019²⁷.

Con base en el Índice de Confianza de ONU Turismo, el 64% de los expertos en turismo de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) pronostican que 2025 será un año mejor que 2024. Las perspectivas para 2025 apuntan a un crecimiento sostenido del turismo internacional, con una estimación en el aumento de llegadas internacionales de entre un 3% y un 5% en comparación con 2024.

Dicho crecimiento anticipado dependerá de la recuperación en Asia y el Pacífico, así como del desempeño positivo de la mayoría de las otras regiones. Las estimaciones parten del supuesto de que las condiciones económicas globales se mantendrán favorables, la inflación continuará su tendencia a la baja y no se intensificarán los conflictos geopolíticos. Estas proyecciones reflejan una estabilización en las tasas de crecimiento, tras el notable repunte registrado en 2022 (+63% respecto a 2019), 2023 (+33% respecto a 2022) y 2024 (+11% frente a 2023).

Tabla 4. Tasa de crecimiento del turismo internacional.

2022	2023	2024
% de cambio respecto a 2019	% de cambio respecto a 2022	% de cambio respecto a 2023
+63%	+33%	+11%

Fuente: ONU Turismo, mayo 2025.

No obstante, persisten importantes riesgos económicos y geopolíticos. Más de la mitad de las y los especialistas encuestados señalan a los altos costos del transporte y el alojamiento, así como a la volatilidad de los precios energéticos, como los principales desafíos para el turismo en 2025. En este contexto, se prevé que los turistas mantendrán una fuerte orientación hacia opciones con buena relación calidad-precio.

Los riesgos geopolíticos, más allá de los conflictos activos, se consolidan como el tercer factor de mayor preocupación, seguido por los fenómenos meteorológicos extremos y la escasez de personal, que ocupan el cuarto y quinto lugar, respectivamente, en el ranking de desafíos.

²⁶ *Travel & Tourism Economic Impact 2025*, Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), abril 2025.

²⁷ *World Tourism Barometer*, ONU Turismo, Mayo 2025.

En este escenario, alcanzar un equilibrio entre crecimiento económico y sostenibilidad se vuelve esencial. Así lo evidencian las tendencias destacadas por el Panel de Expertos en Turismo de la Organización de las Naciones Unidas (ONU): el creciente interés por prácticas turísticas sostenibles, la exploración de destinos emergentes o menos masificados, preferencia por experiencias auténticas y personalizadas y un enfoque en la relación calidad-precio, frente a los altos costos de transporte y alojamiento.

Las principales tendencias del consumidor identificadas por ONU Turismo hacia 2030, se alinean estrechamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Estas tendencias se centran en el turismo consciente y responsable, la búsqueda de experiencias personalizadas y auténticas, la digitalización y autonomía del viajero, el enfoque regenerativo en los destinos, así como en la salud y el bienestar como valores prioritarios de la nueva demanda turística.

Ante el panorama turístico mundial, el estado de Guanajuato se ubica en una posición estratégica para consolidarse como un destino competitivo y sostenible. El creciente interés por destinos turísticos sostenibles que ofrecen experiencias auténticas y personalizadas en lugares no masificados son las grandes áreas de oportunidad para impulsar el desarrollo turístico de la entidad. La sostenibilidad, reconocida como un eje clave de competitividad, exige adoptar modelos turísticos responsables que integren la inclusión social, el beneficio económico local y la conservación ambiental.

6.2 Turismo en México

El turismo en México es uno de los principales motores de desarrollo económico y social. Al igual que en el contexto internacional, el turismo en el país contribuye a la disminución de la pobreza y a la conservación del patrimonio natural y cultural, dinamiza economías locales, genera empleos y promueve la inversión extrajera por lo que se convierte en un sector estratégico para el desarrollo sostenible a nivel nacional. De acuerdo con el Barómetro de Turismo Internacional de la ONU Turismo, México se ubicó en la sexta posición del ranking mundial de países por la llegada de turistas internacionales en 2024, consolidándose como uno de los principales destinos turísticos más visitados, gracias a su oferta turística auténtica y multifacética que combina riqueza cultural e histórica con recursos naturales y una gastronomía de renombre.

El entorno global en constante transformación —marcado por cambios en los patrones de viaje, la transformación digital, la demanda de sostenibilidad y los retos económicos y geopolíticos— exige un análisis profundo del estado actual del sector. El turismo en México continúa siendo uno de los sectores que más aporta a la economía nacional.

De acuerdo con datos de la Secretaría de Turismo (SECTUR) y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), durante el primer cuatrimestre del año ingresaron al país 13,310.7 millones de dólares por concepto de divisas turísticas, lo que representa un incremento del 6.4% respecto al mismo periodo de 2024. En ese mismo lapso, se

registraron 31.5 millones de visitantes internacionales, de los cuales 15.6 millones fueron turistas internacionales, superando en 6% y 6.2% comparado con los años 2024 y 2019, respectivamente.

El gasto medio de turistas de internación vía aérea alcanzó los 1,315.8 dólares, lo que representa un incremento del 6.3% respecto a 2024, y del 25.3% comparado con 2019. Además, el turismo de cruceros mostró una recuperación destacada, con 4.3 millones de pasajeros y un ingreso de 368.7 millones de dólares, lo que significa un incremento del 13.2% respecto a 2024²⁸.

De acuerdo con datos de la Cuenta Satélite del Turismo de México (CSTM) 2023, año base 2018, publicados por el INEGI, en 2023, el PIB turístico alcanzó un monto de 2.5 millones de pesos, lo que significó una participación de 8.6% respecto al PIB del total de la economía. Lo anterior resultó similar a la participación de 2019.

Las principales actividades del PIB del turismo fueron: servicios de alojamiento para visitantes, transporte de pasajeros y servicio de los restaurantes, bares y centros nocturnos que generaron 2.8 millones de puestos de trabajo ocupados remunerados en el sector turismo y que representan el 7.2 % del total nacional. La cifra refleja un crecimiento de 3.1 % respecto a 2022, año en el que se generaron 2.7 millones de pesos. La mayor contribución se registró en el rubro restaurantes, bares y centros nocturnos, con 24.7 por ciento. Siguieron transporte de pasajeros, con 22.0%, y alojamiento para visitantes, con 13.7%.

Aunque aún no se ha publicado una cifra consolidada del PIB turístico para 2025, los indicadores actuales reflejan una recuperación sólida y sostenida del sector, reafirmando su papel estratégico en la economía nacional. Además, se observa una tendencia creciente hacia el turismo cultural, gastronómico y de experiencias, con una fuerte demanda por propuestas sustentables y auténticas.

El Gobierno de México proyecta un crecimiento sólido y sostenible del sector turístico hacia el año 2030. En este contexto, el Plan Nacional de Desarrollo 2025–2030 plantea una visión ambiciosa, posicionando al turismo como motor de bienestar social, inclusión territorial y sostenibilidad ambiental. Para lograrlo, se han definido ejes estratégicos que orientan la transformación del modelo turístico nacional, promoviendo el desarrollo equilibrado de los destinos, la diversificación de productos y la participación de comunidades locales:

- Turismo como herramienta de desarrollo regional.
- Fortalecimiento del turismo nacional e internacional.
- Sostenibilidad y protección ambiental.
- Innovación y digitalización.
- Inclusión social y equidad.

²⁸ Comunicado 06/2025, Secretaría de Turismo, junio 2025.

Como parte de la visión a largo plazo del Plan Nacional de Desarrollo 2025–2030, se establece el “Plan México”, cuyo objetivo en materia turística es posicionar al país como el quinto destino más visitado a nivel mundial. Esta estrategia contempla metas ambiciosas orientadas a consolidar a México como una potencia turística global a través de políticas integrales, sostenibles e inclusivas. Entre los ejes prioritarios del Plan en el ámbito turístico se consideran:

- Aumentar en 46% la derrama económica generada por turistas internacionales.
- Incrementar en 27% el empleo turístico y en 9% el PIB turístico nacional.
- Expandir la infraestructura hotelera en 12% y mejorar la conectividad aérea y ferroviaria.
- Elevar en 31.5% el número de prestadores de servicios certificados en sustentabilidad.
- Incrementar en 3.3% el gasto promedio por turista internacional y en 30% la llegada de visitantes internacionales.
- Impulsar el turismo nacional en 9.8% y aumentar la recaudación del Derecho de No Residente (DNR) en 40.5%.
- Consolidar nuevos mercados emisores en América Latina, Europa y Asia, así como posicionar la marca México en el top 10 mundial.

El estado de Guanajuato se incorpora como un aliado estratégico para el cumplimiento de las metas del Plan México hacia 2030, ocupando el décimo lugar nacional por llegada de turistas²⁹.

La entidad puede impulsar la derrama económica del turismo internacional fortaleciendo sus productos y rutas con experiencias auténticas, mejorando su infraestructura hotelera y conectividad, y profesionalizando a prestadores de servicios turísticos con certificaciones de sostenibilidad. Estas acciones contribuirán al crecimiento del empleo y del PIB turístico, reafirmando al Estado como referente global en turismo competitivo y sostenible dentro de la marca México.

6.3 Turismo en Guanajuato

El estado de Guanajuato cuenta con una sólida vocación histórica-cultural y una ubicación geográfica estratégica en la región centro-norte del país, dentro del Bajío mexicano, que lo convierte en un punto clave para el turismo y la conectividad nacional.

De acuerdo con datos del Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato (OTEG), durante el periodo comprendido entre enero y mayo de 2025, la entidad recibió aproximadamente 9.5 millones de visitantes, entre turistas y excursionistas, lo que generó una derrama económica estimada superior a los 22 mil 874 millones de pesos. Esta cifra

²⁹ Compendio Estadístico del Turismo en México, Secretaría de Turismo, 2023.

confirma la continuidad del dinamismo turístico en el estado y su capacidad para atraer flujos significativos de visitantes.

En retrospectiva, durante 2022 el estado de Guanajuato registró la llegada de más de 21.1 millones de visitantes lo que representó un incremento del 13% respecto a 2021 y una derrama económica superior a los 45 mil 776 millones de pesos. Para el período comprendido entre enero y diciembre de 2023, el flujo turístico se elevó a más de 22.8 millones de visitantes, generando una derrama económica estimada de más de 51 mil 591 millones de pesos, equivalente a un crecimiento del 13% en comparación con el año anterior.

En 2024, el estado mantuvo cifras elevadas, recibiendo más de 21.9 millones de visitantes y alcanzando una derrama económica superior a los 51 mil 786 millones de pesos, consolidando la tendencia de crecimiento y reafirmando el papel del turismo como motor estratégico para el desarrollo económico regional.

Tabla 5. Visitantes totales (turistas + excursionistas) y derrama económica.

2022		2023		2024	
Millones de visitantes	Miles de millones de pesos	Millones de visitantes	Miles de millones de pesos	Millones de visitantes	Miles de millones de pesos
21.1	45.7	22.8	51.5	21.9	51.7

Fuente: SECTURI, *Indicadores de la Actividad Turística en el Estado de Guanajuato, 2022-2024*.

Entre 2022 y 2024, el gasto promedio diario del visitante en Guanajuato aumentó de forma sostenida en todos los tipos de alojamiento. Las y los turistas hospedados en hoteles de 1 a 5 estrellas registraron el gasto más elevado, pasando de \$1,838 pesos en 2022, a \$1,958 pesos en 2023 y alcanzando los \$2,040 pesos en 2024, lo que representa un incremento acumulado del 10.9%.

Los visitantes que eligieron hospedarse en hostales o posadas incrementaron su gasto promedio diario de \$1,242 pesos en 2022 a \$1,323 pesos en 2023 y a \$1,379 pesos en 2024, lo que representa un crecimiento acumulado del 11%. Por otro lado, quienes optaron por casas rentadas registraron un gasto promedio de \$1,448 pesos en 2022, de \$1,536 pesos en 2023 y de \$1,601 pesos en 2024, con un incremento acumulado del 10.5%.

En contraste, las y los visitantes que se alojan con familiares o amigos presentan un gasto más bajo pasando de \$705 pesos en 2022, a \$759 pesos en 2023 y alcanzando los \$791 pesos en 2024, pero con una evolución positiva del 12.1% en los tres años.

El segmento clasificado como «otros», aunque sin datos disponibles en 2022, muestra un crecimiento moderado del 4.2%, pasando de \$639 pesos en 2023 a \$666 pesos en 2024. Las y los excursionistas, a pesar de no pernoctar, muestran una evolución sostenida, al

pasar de \$1,231 pesos en 2022, a \$1,318 pesos en 2023 y alcanzando los \$1,374 pesos en 2024, lo que representa un incremento acumulado del 11.6%.

Tabla 6. Gasto promedio diario por tipo de visitante.

Categoría	2022	2023	2024
	Gasto promedio diario en pesos	Gasto promedio diario en pesos	Gasto promedio diario en pesos
Turistas en hotel 1 a 5*	\$1,838	\$1,958	\$2,040
Hostal/posada	\$1,242	\$1,323	\$1,379
Casa rentada	\$1,448	\$1,536	\$1,601
Familiares o amigos	\$705	\$759	\$791
Otros	ND	\$639	\$666
Excursionistas	\$1,231	\$1,318	\$1,374

Fuente: SECTURI. Dirección General de Inteligencia Turística, Dirección de Información y Análisis.

ND: Información no disponible.

El Aeropuerto Internacional de Guanajuato continúa desempeñando un papel estratégico en la conectividad aérea del estado. En el mes de mayo de 2025, se registró un flujo superior a los 274 mil 400 pasajeros, lo que representa una variación positiva del 8% en comparación con el mismo período del año anterior. Este crecimiento refleja una recuperación sostenida y una mayor demanda de servicios aéreos en la región.

En términos anuales, durante 2022 el aeropuerto contabilizó más de 2 millones 603 mil pasajeros, con una variación negativa del 6% respecto a las operaciones registradas en 2019, aunque con un incremento del 23% en comparación con 2021, lo que evidenció una etapa de reactivación tras los efectos de la pandemia.

Para el cierre del año 2023, el acumulado al mes de diciembre alcanzó más de 3 millones 220 mil pasajeros, marcando un crecimiento del 24% respecto al año anterior. Esta tendencia positiva se mantuvo en niveles elevados durante 2024, cuando se registraron más de 3 millones 169 mil pasajeros, aunque con una ligera disminución del 1.6% en comparación con 2023, lo que sugiere una estabilización en la demanda aérea.

Tabla 7. Pasajeros en el Aeropuerto Internacional de Guanajuato.

2022	2023	2024
Millones de pasajeros	Millones de pasajeros	Millones de pasajeros
2.6	3.2	3.1

Fuente: SECTURI, Indicadores de la Actividad Turística en el estado de Guanajuato, 2022-2024.

De acuerdo con los datos del mes de mayo de 2025, la entidad cuenta con un registro de 1,098 establecimientos de hospedaje tradicional de 1 a 5 estrellas, incluyendo sin clasificar, con una oferta de 32,997 habitaciones en total de todas las categorías, un porcentaje de ocupación de 35% y una estadía promedio de 1.2 noches³⁰.

El comportamiento de los establecimientos de hospedaje en el estado de Guanajuato entre 2022 y 2024 reveló una dinámica de ajuste y recuperación que refleja tanto los retos estructurales del sector como su capacidad de adaptación ante nuevas condiciones de demanda.

En el año 2022, Guanajuato contaba con 1,071 hoteles que ofrecían un total de 32,016 habitaciones, sin embargo, en 2023 se observó una ligera contracción en el número de hoteles, descendiendo a 1,053 establecimientos, acompañada de una reducción marginal en la oferta de habitaciones, que se situó en 31,904 unidades.

Para el año 2024, el sector mostró señales de recuperación y expansión. El número de hoteles se incrementó a 1,104, superando incluso la cifra registrada en 2022, mientras que la oferta de habitaciones ascendió a 32,944, lo que representa un crecimiento neto de más de mil unidades respecto al año anterior. Este repunte sugiere una reactivación de inversiones en infraestructura turística, así como una respuesta positiva a la creciente demanda de servicios de hospedaje en destinos clave del estado.

Tabla 8. Establecimientos de hospedaje y oferta de habitaciones.

2022		2023		2024	
Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones
1,071	32,016	1,053	31,904	1,104	32,944

Fuente: SECTURI, Indicadores de la Actividad Turística en el estado de Guanajuato, 2022-2024.

En cuanto al comportamiento del porcentaje de ocupación hotelera y el volumen de cuartos ocupados en Guanajuato entre 2022 y 2024 refleja una evolución positiva. En 2022, el estado registró un porcentaje de ocupación hotelera del 32%, con un total de 2.9 millones de cuartos ocupados.

Durante 2023, se observó un incremento significativo en la ocupación hotelera, con más de 3.2 millones de cuartos ocupados, lo que representa un porcentaje de ocupación del 37% con un incremento del 5% en la tasa de variación respecto al año anterior.

En 2024, el porcentaje de ocupación se mantuvo en 37%, pero el número de cuartos ocupados ascendió a 3.4 millones, lo que indica una expansión en la oferta de habitaciones y una demanda más robusta.

³⁰ *Indicadores de la Actividad Turística, SECTURI, mayo 2025.*

Tabla 9. Porcentaje de ocupación hotelera y cuartos ocupados.

2022		2023		2024	
% ocupación	Cuartos ocupados (millones)	% ocupación	Cuartos ocupados (millones)	% ocupación	Cuartos ocupados (millones)
32	2.9	37	3.2	37	3.4

Fuente: SECTURI, *Indicadores de la Actividad Turística en el estado de Guanajuato, 2022-2024*.

La estadía promedio durante 2022 y 2023 se mantuvo en 1.2 noches, lo que refleja un comportamiento turístico predominantemente de corta duración, caracterizado por visitas rápidas, excursiones de fin de semana y desplazamientos regionales sin pernocta prolongada. Sin embargo, en 2024 se registró un incremento a 1.3 noches, lo que representa una mejora en la capacidad del destino para retener al visitante por más tiempo.

Tabla 10. Estadía promedio.

2022		2023		2024	
Estadía (noches)					
1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3

Fuente: SECTURI, *Indicadores de la Actividad Turística en el estado de Guanajuato, 2022-2024*.

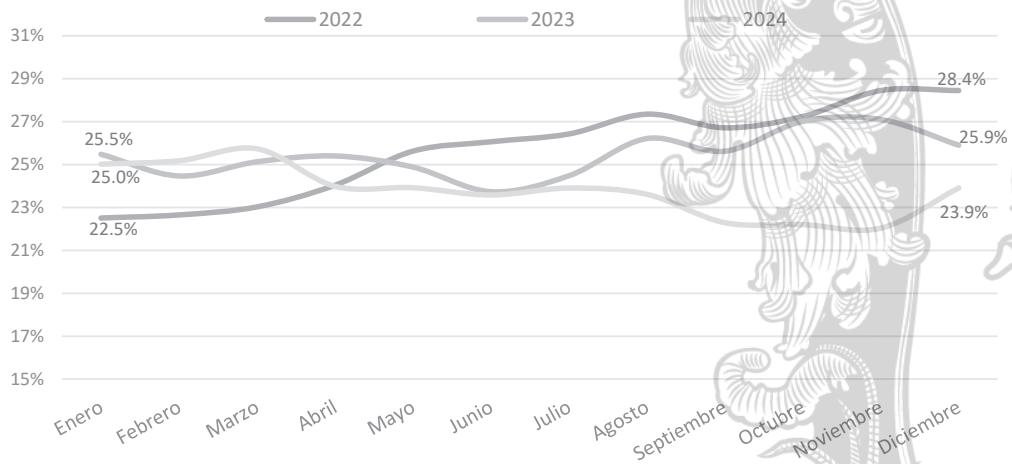
El hospedaje a través de plataformas como Airbnb ha tenido un impacto significativo en la industria turística de Guanajuato. Este fenómeno presenta ventajas y desafíos tanto para el desarrollo turístico como para la regulación estatal. Dentro de las ventajas se destaca la diversificación de la oferta, favorece la ocupación en barrios y comunidades fuera del circuito turístico tradicional, promoviendo el turismo de proximidad e impulsa la economía local al generar ingresos complementarios. En cuanto a los desafíos, se percibe una competencia desleal, pérdida en ingresos fiscales debido a la no aplicación del impuesto sobre el hospedaje y el impuesto cedular, presión sobre el mercado inmobiliario y falta de regulación.

Entre 2022 y 2024, el comportamiento del hospedaje tipo Airbnb en Guanajuato muestra una dinámica contrastante entre la oferta y la ocupación promedio. En 2022, se registraron 7,586 propiedades en renta con una ocupación del 26%, cifra que aumentó a 8,170 unidades en 2023, aunque con una ligera disminución en la ocupación al 25%. Para 2024, sin embargo, se observa una contracción significativa en la oferta, con solo 6,748 propiedades activas, acompañada de una nueva caída en la ocupación promedio al 24%.

Tabla 11. Hospedaje Airbnb y porcentaje de ocupación anual promedio.

2022		2023		2024	
Propiedades en renta	% ocupación promedio	Propiedades en renta	% ocupación	Propiedades en renta	% ocupación
7,586	26	8,170	25	6,748	24

Fuente: Plataforma AirDNA. Datos acumulados al mes de diciembre de cada año.

Gráfico 1. Airbnb - Estado de Guanajuato. Porcentaje de Ocupación Mensual.

Fuente: Plataforma AirDNA.

Sobre la población ocupada en el sector turismo, entre el cuarto trimestre de 2022 y el mismo periodo de 2024, Guanajuato mostró una evolución positiva en el ranking nacional de personas ocupadas en restaurantes y servicios de alojamiento. En 2022 ocupó la séptima posición con 189 mil 666 empleos, manteniéndose en ese lugar en 2023 pese a un incremento a 200 mil 815 personas ocupadas. Sin embargo, en 2024 logró ascender al sexto puesto con 202 mil 080 empleos.

Tabla 12. Ranking Nacional de Personas Ocupadas en Restaurantes y Servicios de Alojamiento.

4º Trimestre 2022		4º Trimestre 2023		4º Trimestre 2024				
Posición	Estado	Personas Ocupadas	Posición	Estado	Personas Ocupadas	Posición	Estado	Personas Ocupadas
1	México	583,522	1	México	588,822	1	México	532,848
2	Ciudad de México	381,627	2	Ciudad de México	381,154	2	Ciudad de México	439,209
3	Jalisco	354,412	3	Jalisco	311,979	3	Jalisco	356,407
4	Veracruz	276,920	4	Veracruz	272,768	4	Veracruz	305,580
5	Quintana Roo	211,090	5	Quintana Roo	216,672	5	Quintana Roo	224,396
6	Nuevo León	194,675	6	Nuevo León	209,188	6	Guanajuato	202,080
7	Guanajuato	189,666	7	Guanajuato	200,815	7	Nuevo León	200,727
8	Puebla	182,029	8	Puebla	186,123	8	Puebla	194,245
9	Oaxaca	155,378	9	Michoacán	163,219	9	Michoacán	172,126
10	Michoacán	151,427	10	Guerrero	145,282	10	Chiapas	163,400

Fuente: SECTUR. Dirección General de Inteligencia Turística, Dirección de Información y Análisis. INEGI-ENOE.

En materia de profesionalización y capacitación turística, Guanajuato cuenta con programas gratuitos y con enfoque territorial, con una cobertura efectiva en 31 municipios del estado que refuerza la calidad del servicio y la competitividad en las siete regiones turísticas de la entidad. Los contenidos están diseñados para cubrir temas como: desarrollo humano, calidad en el servicio, diseño e innovación de producto turístico, formación para personas guías de turistas, máster clases gastronómicas, emprendimiento, herramientas digitales, cultura turística, buenas prácticas higiénico-sanitarias y estándares de competencia laboral, así como con el Programa de Incentivos a la Competitividad, que ha ofrecido consultoría técnica especializada, apoyo en desarrollo de marca, equipamiento y mobiliario especializado para pequeños negocios turísticos, consolidando así un ecosistema turístico más robusto y competitivo.

Al mes de julio de 2025 fueron capacitadas 2,029 personas del sector turístico. El área de oportunidad identificada se centra en ampliar la estrategia de capacitación y profesionalización a los 46 municipios del estado, fomentando la igualdad de oportunidades en todas las regiones, así como enriquecer la oferta de contenidos e impulsar la certificación turística. Entre 2022 y 2024, se registró una disminución sostenida en el número de personas beneficiarias vinculadas a programas de capacitación y certificación turística, pasando de 4,341 personas en 2022 a 4,192 en 2023, y descendiendo a 3,606 en 2024. Esta variación representa una reducción acumulada del 16.9 % en tres años, por lo que se requiere reforzar los esfuerzos institucionales en la profesionalización del sector.

Tabla 13. Capacitación y certificación.

2022	2023	2024
Beneficiarios	Beneficiarios	Beneficiarios
4,341	4,192	3,606

Fuente: SECTURI, Dirección de Competitividad Turística, 2022-2024.

El desarrollo de la infraestructura turística en el estado de Guanajuato cuenta con avances significativos que han contribuido a diversificar su oferta y posicionarlo como un destino atractivo a nivel nacional e internacional. Cabe señalar que las principales áreas de oportunidad para lograr un crecimiento competitivo y sostenible se concentran en mejoras en materia de conectividad, desarrollo, seguridad, innovación tecnológica y financiamiento.

Uno de los principales pilares de su fortaleza radica en la diversidad de productos turísticos, respaldada por una infraestructura que ha sabido adaptarse a distintas modalidades: desde el turismo cultural y religioso, pasando por el turismo de reuniones, hasta propuestas más contemporáneas como el turismo gastronómico, enoturismo, de naturaleza y aventura, deportivo, compras, salud y bienestar.

Las principales ciudades turísticas del estado, como León, Guanajuato capital y San Miguel de Allende, cuentan con servicios hoteleros de calidad, buena conectividad terrestre y una oferta robusta que respalda la experiencia de los visitantes. Mientras que otras regiones de la entidad aún enfrentan limitaciones en temas de conectividad, señalización, servicios básicos y mantenimiento de sus espacios turísticos. Esta disparidad limita el aprovechamiento pleno del potencial turístico de áreas con riqueza natural y cultural.

Actualmente, el estado de Guanajuato se organiza territorialmente en siete regiones turísticas con características distintivas que permiten una gestión especializada acorde a sus vocaciones y recursos locales.

Las siete regiones integran una selección estratégica de municipios y atractivos que reflejan su riqueza, identidad y potencial turístico para desarrollar una oferta diversificada y auténtica.

Imagen 5. Análisis identitario por región turística del estado de Guanajuato

Región 1 - Tunal Grande	          
Ocampo, San Felipe, San Diego de la Unión	—
Región 2 - Gran Chichimeca + Sierra del Huapango	          
San Luis de la Paz, Doctor Mora, San José Iturbide, Victoria, Santa Catarina, Tierra Blanca, Xichú y Atarjea	—
Región 3 - Centro de la Independencia	          
Guanajuato, San Miguel de Allende, Dolores Hidalgo CIN	—
Región 4 - La Piel de México + La Fresia de México	                 
León, San Francisco del Rincón, Purísima del Rincón, Silao, Irapuato, Salamanca	—
Región 5 - Tierra Tequilera	          
Abasolo, Pénjamo, Manuel Doblado, Cuerámaro, Huanímaro, Pueblo Nuevo, Romita	—
Región 6 - Entre Misiones y Conventos + Lugar Azul	                
Valle de Santiago, Yuriria, Salvatierra, Moroleón, Acámbaro, Tarandacua, Coroneo, Jerécuaro, Santiago Maravatío, Uriangato	—
Región 7 - Laja Bajío	                        
Celaya, Juventino Rosas, Comonfort, Apaseo el Alto, Apaseo el Grande, Tarimoro, Cortazar, Jaral del Progreso, Villagrán	—

Fuente: SECTURI.

6.3.1 Vocación turística

La vocación turística de un destino debe considerar, además de los atractivos, atributos y dinámicas territoriales, sus características potenciales culturales, ecológicas, económicas y sociales para generar un aprovechamiento turístico óptimo. Aunque la identificación de la vocación turística es uno de los factores clave para el posicionamiento de un destino turístico, no es suficiente para convertirse en un destino turístico exitoso, es necesario conocer el mercado y transformar esta ventaja para impulsar su desarrollo competitivo y sostenible.

El análisis de la vocación turística de un destino se basa en la imagen proyectada por el destino y la percibida por las y los clientes. La vocación turística del estado de Guanajuato se basa una oferta auténtica y cada vez más diversificada —que abarca desde el turismo cultural, gastronómico, enológico, religioso, hasta los de naturaleza, aventura, salud y bienestar, reuniones y compras— lo que lo posiciona como una de las joyas del turismo mexicano, con una importante proyección nacional e internacional.

6.3.1.1 Turismo cultural

El turismo cultural se ha consolidado como uno de los pilares estratégicos del desarrollo turístico estatal, gracias a su vasta herencia histórica, arquitectónica y artística. La Entidad es reconocida por su riqueza patrimonial: alberga dos ciudades patrimonio de la humanidad (Guanajuato capital y San Miguel de Allende), seis pueblos mágicos (Dolores Hidalgo Cuna de la Independencia Nacional, Jalpa de Cánovas, Mineral de Pozos, Salvatierra, Yuriria y

Comonfort), pueblos mineros y rutas históricas como la de la Independencia y el Camino Real de Tierra Adentro.

De acuerdo con el estudio del comportamiento del visitante 2024, el 31.6% del total de las y los visitantes que llegaron al estado de Guanajuato fue motivado por la cultura³¹.

El crecimiento en este segmento enfrenta desafíos como la necesidad creciente de profesionalización de los servicios turísticos y culturales para garantizar una experiencia auténtica y sostenible. Guanajuato cuenta con una sólida vocación cultural, basada en la riqueza de sus tradiciones, patrimonio histórico y expresiones artísticas.³²

6.3.1.2 Turismo gastronómico y enoturismo

El turismo gastronómico en el estado de Guanajuato es un pilar fundamental de su oferta turística que refleja la historia y cultura local. Su gastronomía fue incluida en el reconocimiento de la Cocina Tradicional Mexicana como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en 2010 y es considerada como Patrimonio Cultural Intangible del Estado por Decreto Estatal desde 2018.

Las áreas de oportunidad para impulsar el turismo gastronómico en la entidad se focalizan en la profesionalización del sector, mediante la capacitación en materia de higiene, calidad en el servicio y atención al cliente, así como la creación de rutas turísticas con la participación de productores locales, mercados, cocineras tradicionales y restaurantes para diversificar la oferta turística y potenciar la experiencia de los turistas.

En los últimos años, la vitivinicultura en el estado de Guanajuato ha adquirido una relevancia significativa, lo que ha permitido impulsar el desarrollo del enoturismo a nivel nacional e internacional. Su fortaleza radica en el crecimiento sostenido de su producción, con más de 500 hectáreas cultivadas y más de 60 proyectos vitivinícolas en operación que superan la producción de 2 millones de botellas anuales³³.

Guanajuato cuenta con la Ruta del Vino Valle de la Independencia que considera los municipios de Comonfort, Dolores Hidalgo Cuna de la Independencia Nacional, San Diego de la Unión, San Miguel de Allende, Guanajuato, León, Salvatierra, San Felipe, San Francisco del Rincón, Purísima del Rincón y San Luis de la Paz, suma a 150 integrantes (productores, hoteles, restaurantes, recintos y servicios complementarios), casas vinícolas boutique hasta viñedos con infraestructura especializada, lo que permite realizar recorridos accesibles que integran distintas experiencias.

³¹ Estudio del Comportamiento del Visitante del Estado de Guanajuato 2022.

³² Programa Estratégico Turístico para las Ciudades Patrimonio y Pueblos Mágicos del Estado de Guanajuato, SECTURI, febrero, 2022.

³³ Asociación de Uva y Vino de Guanajuato, 2025.

La entidad cuenta con una amplia gama de actividades y experiencias, como la Ruta y el Museo del Vino, las Fiestas de la Vendimia, recorridos enológicos, visitas guiadas a viñedos y bodegas, catas personalizadas, talleres artesanales de elaboración de vino, entre otros.

Tanto el turismo gastronómico como el enoturismo fortalecen la oferta turística del estado, impulsan el desarrollo competitivo y sostenible y su identidad regional. La combinación de una herencia cultural y gastronómica, denominaciones de origen en tequila y mezcal, una producción enológica en crecimiento, así como sus rutas enológicas, la cerveza artesanal y el apoyo estratégico de las autoridades, posiciona a Guanajuato como un destino integral para las y los visitantes.

6.3.1.3 Turismo religioso

El estado de Guanajuato cuenta con más de 400 templos, iglesias y santuarios lo que le permite ofrecer una experiencia cultural y espiritual. Entre los sitios más emblemáticos se encuentran el Santuario de Cristo Rey en el cerro del Cubilete en Silao de la Victoria, un centro de peregrinación nacional. En el corazón de la capital, la Basílica Colegiata de Nuestra Señora de Guanajuato con su esplendor barroco. Mientras que, en León, el Templo Expiatorio del Sagrado Corazón de Jesús que se caracteriza por su arquitectura neogótica.

También, son de mencionarse la Parroquia de Nuestra Señora de los Dolores en Dolores Hidalgo Cuna de la Independencia Nacional y el Santuario de Atotonilco en San Miguel de Allende, cerca de la ciudad Patrimonio de la Humanidad reconocida por la UNESCO.

6.3.1.4 Turismo de naturaleza y aventura

El turismo de naturaleza y aventura en el estado de Guanajuato ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. En 2022, este tipo de turismo representó el 5.1 % del total de visitantes; para 2023, la participación ascendió a 7.1 %, y en 2024 alcanzó el 8.1 %³⁴.

El turismo de naturaleza en Guanajuato busca ofrecer al visitante experiencias auténticas, sostenibles y en estrecho contacto con el entorno natural. Gracias a su amplia diversidad geográfica —que incluye montañas, cañones, bosques, semi desiertos y cuerpos de agua— el estado ofrece escenarios para la contemplación del paisaje, el ecoturismo y la observación de flora y fauna endémica.

Alrededor del 22% del territorio corresponde a áreas naturales protegidas, que se convierten en pilares esenciales para la conservación del patrimonio ambiental. Espacios como el Parque Metropolitano de León, la Presa de la Olla en Guanajuato capital, el Charco del Ingenio en San Miguel de Allende y la Sierra de los Agustinos entre Jerécuaro y

³⁴ Estudio del Comportamiento del Visitante del Estado de Guanajuato, 2022-2023 y SECTURI, 2024.

Acámbaro no solo cautivan por sus paisajes espectaculares, sino también por su valor ecológico y su riqueza en biodiversidad.

La diversidad de áreas naturales permite al estado ofrecer experiencias únicas. Sin embargo, se requiere impulsar el desarrollo de infraestructura especializada, implementar prácticas sostenibles y contar con guías capacitados a fin de posicionar a Guanajuato como uno los destinos favoritos de turismo de naturaleza a nivel internacional.

En cuanto a la oferta de turismo de aventura, el estado cuenta con cuatro zonas para este tipo de experiencias: Norte-Camino Real, Noroeste-Sierra Gorda, Centro-Bajío Aventura y Sur-Cráteres y Lagunas en las que se pueden practicar actividades en contacto con la naturaleza como senderismo, ciclismo de montaña, campismo, espeleología, cañonismo, montañismo, rappel y escalada, kayak, recorridos en cuatrimoto, paracaidismo, parapente, vuelo en globo aerostático, entre otros.

Las oportunidades para fortalecer la oferta turística de aventura en el estado consisten en impulsar la diversificación y el desarrollo sostenible de las actividades existentes, como el desarrollo de nuevos productos que consideren por ejemplo el turismo comunitario, regenerativo, entre otras experiencias, así como programas de profesionalización, capacitación y certificación de prestadores de servicios turísticos, desarrollo de infraestructura especializada y transporte, que permitan un modelo de desarrollo basado en la innovación, la competitividad y la sostenibilidad³⁵.

6.3.1.5 Turismo deportivo

El turismo deportivo en el estado ha cobrado relevancia como un catalizador del desarrollo regional, promoviendo el flujo de visitantes atraídos por competencias locales, nacionales e internacionales en disciplinas como atletismo, ciclismo, fútbol, automovilismo y deportes extremos. Eventos emblemáticos como el Rally México y maratones urbanos en ciudades como León y Guanajuato han posicionado al estado en el mapa deportivo mundial, estimulando inversiones en infraestructura, difusión turística y el fortalecimiento de la identidad local a través del deporte.

De acuerdo con el Estudio del Comportamiento del Visitante del Estado de Guanajuato 2023, el segmento deportivo representó el 1.7% del total de visitantes, es decir, más de 388 mil personas, con un crecimiento del 10% respecto al año 2022³⁶.

6.3.1.6 Salud y bienestar

El turismo de salud y bienestar en el estado de Guanajuato se encuentra en una etapa de desarrollo, con un potencial creciente que ha comenzado a ser reconocido tanto por el sector público como por la iniciativa privada. El turismo de salud y bienestar puede

³⁵ Aventúrate en Guanajuato y Vive Grandes Historias, 2022. Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato.

³⁶ Estudio del Comportamiento del Visitante 2023, Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato.

ampliamente diversificar la oferta turística mediante servicios médicos especializados y experiencias holísticas de relajación y autocuidado dirigidas a los visitantes que buscan calidad, seguridad y bienestar integral.

Actualmente, la oferta disponible considera diversos atractivos y experiencias como los balnearios de aguas termales reconocidas por sus propiedades curativas, hoteles con programas de bienestar y spas de alta calidad, actividades que promueven la salud mental y física como la meditación, así como la atención médica de calidad con experiencias de bienestar.

La principal área de oportunidad para el estado es impulsar el desarrollo de operadores turísticos especializados en atraer a este tipo de viajeros, integrando servicios como spas, centros de retiro, terapias alternativas y experiencias de reconexión con la naturaleza.

6.3.1.7 Turismo de reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones

Este segmento, también conocido como turismo MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions) ha encontrado en Guanajuato un terreno fértil gracias a su infraestructura moderna, su conectividad y su riqueza cultural. Ciudades como León, Guanajuato, San Miguel de Allende, Irapuato, Celaya y Silao de la Victoria se han especializado como destinos MICE, albergando diez recintos, entre ellos el destacado Poliforum León en el innovador Distrito León MX, un complejo de 67 hectáreas que ofrece 83 mil metros cuadrados de piso de exhibición y el Centro de Convenciones de Guanajuato capital.

Estos espacios cuentan con tecnología de punta, capacidad para eventos de gran escala y servicios complementarios que garantizan experiencias exitosas para organizadores y asistentes. Además, el estado dispone de más de 2,500 habitaciones certificadas para eventos, lo que refuerza su capacidad de hospedaje para congresos y convenciones de alto nivel.

Se identifican retos en la profesionalización de los servicios, la adopción de tecnologías digitales y la atracción de eventos internacionales de mayor escala.

Guanajuato ha logrado desarrollarse como destino de turismo de reuniones gracias a su infraestructura, visión estratégica y compromiso con la sostenibilidad. El reto hacia el futuro será mantener este liderazgo mediante la innovación, la inclusión de nuevos destinos emergentes y la consolidación de alianzas que fortalezcan su presencia en el competitivo mercado global de eventos.

6.3.1.8 Compras

La entidad se ha posicionado también como un centro de comercio y artesanía, gracias a una diversa oferta de productos y eventos especializados. Las principales zonas de compras invitan a explorar la Zona Piel en León, mundialmente reconocida por su calzado,

marroquinería y artículos de piel; el Mercado Hidalgo en la capital, que ofrece diversas artesanías, dulces típicos y recuerdos; tianguis y mercados artesanales en San Miguel de Allende, Dolores Hidalgo Cuna de la Independencia Nacional y Purísima del Rincón, modernos centros comerciales como Altacia, Plaza Mayor y Mulza Outlet del Calzado en León y Luciérnaga en San Miguel de Allende.

De acuerdo con el Estudio del Comportamiento del Visitante del Estado de Guanajuato 2023, el segmento de compras representó el 6.3% del total de visitantes³⁷.

Se requiere una oferta de productos auténticos, alineados con las costumbres y valores regionales, que respondan a los gustos y preferencia de las y los turistas, y modernización digital en tiendas físicas y modalidades de pago a fin de mejorar la experiencia de compra.

6.3.2 Promoción y comercialización turística

El diseño de campañas de mercadotecnia efectivas debe partir del entendimiento de las tendencias de consumo. El turista contemporáneo es más crítico, informado y conectado, con una creciente capacidad para evaluar calidad y precio, y una clara preferencia por experiencias auténticas, sostenibles y alineadas con sus intereses específicos. Esta evolución obliga a los destinos a reconfigurar su oferta y sus estrategias promocionales desde una perspectiva centrada en el visitante.

Entre las principales tendencias del consumo turístico destaca el desplazamiento de la lealtad hacia las marcas, en favor de las experiencias que generan transformación personal y conexión emocional con los destinos. El turista actual recurre a múltiples plataformas tecnológicas para comparar, reservar y compartir sus experiencias.

En este contexto, el estado de Guanajuato enfrenta el reto de desarrollar una estrategia de mercadotecnia integral, inclusiva, sostenible y emocional, que conecte con los valores de las personas viajeras contemporáneas. La clave está en articular la promoción con el desarrollo de la infraestructura, la diversificación de la oferta turística, la capacitación y profesionalización del sector, así como la digitalización y la innovación narrativa como ejes de la estrategia de comunicación.

Destaca la necesidad de fortalecer la promoción digital mediante la creación de un portal unificado en diversos idiomas que concentre información sobre rutas, servicios, eventos, paquetes turísticos y mapas interactivos, que favorezca la experiencia de la persona usuaria.

Finalmente, es fundamental que la estrategia de mercadotecnia integral contemple una mezcla adecuada de canales de promoción y comercialización, incluyendo publicidad tradicional y digital, relaciones públicas, ferias y eventos, activaciones y experiencias de

³⁷ Estudio del Comportamiento del Visitante 2023, Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato.

marca, entre otros. Todo ello debe alinearse coherentemente en los distintos canales y mercados objetivo, garantizando una comunicación eficaz y atractiva para el turista.

6.3.3 Diagnóstico participativo

Para identificar las necesidades del sector turístico se implementaron diversos mecanismos de participación ciudadana que incluyeron: foros regionales, grupos de enfoque, sesiones de trabajo especializadas, reuniones sectoriales y la aplicación de un cuestionario. Estos ejercicios se complementaron con investigación documental especializada.

Derivado del proceso de escucha activa y participación territorial, se presentan a continuación las principales demandas, expectativas y capacidades identificadas por región que fueron expresadas por los prestadores de servicios turísticos y actores clave del sector:

Región 1

Ocampo, San Felipe y San Diego de la Unión

Criterios	Demandas, expectativas y potencialidades
Capacitación y certificación	<ul style="list-style-type: none">Certificación de personas guías especializadas; programas en línea.
Infraestructura y señalética	<ul style="list-style-type: none">Mejoras en accesos a rutas de aventura;señalética específica.
Promoción y difusión	<ul style="list-style-type: none">Campañas para posicionar la región como segura.
Fortalecimiento del producto turístico	<ul style="list-style-type: none">Apoyo a operadores turísticos; creación de rutas temáticas.Necesidad de fortalecer turismo cultural y gastronómico con mejores servicios.

Región 2

San Luis de la Paz, Doctor Mora, San José de Iturbide, Victoria, Santa Catarina, Tierra Blanca, Xichú y Atarjea

Criterios	Demandas, expectativas y potencialidades
Capacitación y certificación	<ul style="list-style-type: none">Formación en ecoturismo y formalización de cocineras.
Infraestructura y señalética	<ul style="list-style-type: none">Mejoras en caminos rurales; señalética en zonas naturales.
Promoción y difusión	<ul style="list-style-type: none">Promoción de gastronomía local y uso de redes sociales.
Fortalecimiento del producto turístico	<ul style="list-style-type: none">Necesidad de fortalecer turismo cultural y gastronómico con mejores servicios.Espacios para venta de artesanías; certificación de productos.

Región 3

Guanajuato, San Miguel de Allende y Dolores Hidalgo Cuna de la Independencia Nacional

Criterios	Demandas, expectativas y potencialidades
Capacitación y certificación	<ul style="list-style-type: none"> Certificación en turismo cultural y aventura.
Infraestructura y señalética	<ul style="list-style-type: none"> Señalización para senderismo y haciendas históricas.
Promoción y difusión	<ul style="list-style-type: none"> Campañas destacando patrimonio cultural y natural.
Fortalecimiento del producto turístico	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de rutas patrimoniales y productos turísticos especializados. Apoyo a comunidades rurales en experiencias turísticas.

Región 4

León, San Francisco del Rincón, Purísima del Rincón, Silao de la Victoria, Irapuato y Salamanca

Criterios	Demandas, expectativas y potencialidades
Capacitación y certificación	<ul style="list-style-type: none"> Formación en diseño de experiencias e idiomas.
Infraestructura y señalética	<ul style="list-style-type: none"> Rehabilitación de centros históricos. Señalización interactiva.
Promoción y difusión	<ul style="list-style-type: none"> Posicionamiento en mercados internacionales.
Fortalecimiento del producto turístico	<ul style="list-style-type: none"> Promoción de rutas emergentes y festivales locales como productos turísticos.

Región 5

Abasolo, Pénjamo, Manuel Doblado, Cuerámaro, Huanímaro, Pueblo Nuevo y Romita

Criterios	Demandas, expectativas y potencialidades
Capacitación y certificación	<ul style="list-style-type: none"> Profesionalización de operadores turísticos.
Infraestructura y señalética	<ul style="list-style-type: none"> Mayor conectividad en destinos rurales y desarrollo de infraestructura. Señalización de sitios históricos y culturales.
Promoción y difusión	<ul style="list-style-type: none"> Publicidad de la riqueza cultural de la región.
Fortalecimiento del producto turístico	<ul style="list-style-type: none"> Consolidación de rutas gastronómicas y artesanales.

Región 6

Valle de Santiago, Yuriria, Salvatierra, Moroleón, Acámbaro, Tarandacuao, Coroneo, Jerécuaro, Santiago Maravatío y Uriangato

Criterios	Demandas, expectativas y potencialidades
Capacitación y certificación	<ul style="list-style-type: none"> Certificación en turismo inclusivo; cocineras tradicionales.

Infraestructura y señalética	<ul style="list-style-type: none">Mejoras viales para áreas protegidas; señalética interactiva.
Promoción y difusión	<ul style="list-style-type: none">Recuperación de imagen en medios nacionales.
Fortalecimiento del producto turístico	<ul style="list-style-type: none">Innovación en rutas de aventura y experiencias únicas.Enfoque en inclusión, accesibilidad y turismo holístico.

Región 7

Celaya, Juventino Rosas, Comonfort, Apaseo el Alto, Apaseo el Grande, Tarimoro, Cortázar, Jaral del Progreso y Villagrán

Criterios	Demandas, expectativas y potencialidades
Capacitación y certificación	<ul style="list-style-type: none">Certificación en turismo holístico y gastronómico.
Infraestructura y señalética	<ul style="list-style-type: none">Mejoras en accesos a balnearios; señalización de rutas específicas
Promoción y difusión	<ul style="list-style-type: none">Publicidad para turismo de bienestar y naturaleza
Fortalecimiento del producto turístico	<ul style="list-style-type: none">Consolidación de rutas gastronómicas y de mezcal.Revalorización del turismo de aventura y creación de experiencias inmersivas.

En todas las regiones se identifican necesidades comunes en materia de infraestructura, entre las que destacan la mejora de caminos, la señalización turística, la conectividad terrestre y digital, así como la creación de paradores turísticos que fortalezcan la experiencia de las y los visitantes. De igual forma, se requiere implementar estrategias de mercadotecnia segmentadas y digitales, acompañadas de acciones de promoción y comercialización tanto a nivel nacional como internacional. En particular, las regiones 1, 6 y 7 evidencian la necesidad de desarrollar campañas de recuperación de imagen. A ello se suma la elaboración de directorios turísticos actualizados que faciliten la articulación de la oferta regional.

En el ámbito de la seguridad, se propone incrementar la presencia policial en zonas turísticas y diseñar estrategias específicas que garanticen la protección de las y los visitantes. En cuanto a regulación, se plantea establecer normativas claras para la operación de plataformas digitales —como Airbnb— y para los servicios turísticos, incluyendo la formalización de personas guías de turistas, el fortalecimiento del Registro Estatal de Turismo (RET), Registro Nacional de Turismo (RNT) y la agilización de trámites administrativos vinculados al sector.

Todas las regiones coinciden en la necesidad de impulsar programas de profesionalización, certificación de guías turísticos y establecimiento de estándares de calidad para la atención de visitantes. Asimismo, se requiere apoyar el desarrollo de rutas temáticas, festividades locales y experiencias diferenciadas que reflejen la identidad cultural de cada región,

contribuyendo a consolidar una oferta turística más atractiva, competitiva y alineada con los valores del territorio.

El análisis consolidado de las siete regiones evidencia la importancia de establecer un modelo de gobernanza turística efectiva, que promueva la colaboración entre los sectores público y privado, asegurando que las políticas públicas respondan a las necesidades reales del sector y sean ejecutadas con base en criterios de calidad, inclusión y sostenibilidad.

La convergencia entre la experiencia institucional del sector público y privado, junto con la recopilación sistemática de información generada en los ejercicios participativos, permitió identificar los temas fundamentales clave que condicionan el desarrollo turístico de la entidad:

- 1. Competitividad:** Fortalecimiento de la oferta turística mediante la profesionalización, la mejora en la calidad en el servicio, diversificación de productos, impulso al emprendimiento y desarrollo de empresas.
- 2. Sostenibilidad:** Integración equilibrada del desarrollo económico, social, cultural y ambiental, con énfasis en inclusión comunitaria, la identidad y conservación del patrimonio de los destinos.
- 3. Promoción y comercialización:** Posicionamiento del estado de Guanajuato en el mercado nacional y global, basado en su identidad, cultura y diversidad regional.
- 4. Gestión turística:** Mejoras en infraestructura, servicios y conectividad, acompañadas de prácticas empresariales responsables y un entorno normativo adecuado.
- 5. Gobernanza turística:** Articulación gubernamental con los sectores privado, social y la academia, fortalecimiento de capacidades técnicas y construcción de modelos participativos que aseguren continuidad y coordinación eficaz.

La incorporación transversal de estos cinco requerimientos estratégicos será clave para consolidar una política turística resiliente e inclusiva.

6.4 Síntesis del diagnóstico

En esta sección se presenta una síntesis de los principales hallazgos derivados del diagnóstico y de la consulta social realizada. Asimismo, se expone la relación de dichas problemáticas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y sus metas, con el fin de vincular los retos identificados a un marco de referencia global que orienta las acciones de desarrollo.

Diagnóstico estatal		Agenda 2030	
Diagnóstico estatal	Percepción ciudadana	ODS	Meta
Es fundamental elevar la calidad en el servicio a través de procesos de capacitación continua y profesionalización del sector. La diversificación de la oferta y el diseño de rutas turísticas que ofrezcan experiencias de acuerdo con las tendencias del mercado actual; el fortalecimiento de las acciones de promoción y comercialización del destino mediante la incorporación de nuevas tecnologías, resultan esenciales para enriquecer la experiencia turística y promover el desarrollo y posicionamiento competitivo y sostenible del estado.	Es necesario generar una visión integral del turismo en el estado de Guanajuato que considere las necesidades en materia de desarrollo de productos, diversificación y personalización de la oferta turística. El diseño de estrategias innovadoras de mercadotecnia y acciones de promoción tanto a nivel nacional como internacional que posicen eficazmente a Guanajuato en el mercado turístico, también se encuentran entre las necesidades identificadas por la ciudadanía.	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.	Meta 8.2. Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra. Meta 8.9. Promover un Turismo Sostenible: De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.
En materia de sostenibilidad, el estado requiere impulsar el desarrollo económico, social, cultural y medioambiental, al igual que fortalecer programas orientados a estructurar un crecimiento equilibrado e inclusivo para asegurar la participación de las comunidades locales dentro de la cadena de valor turística. La conservación del patrimonio cultural y del medio ambiente demanda el diseño de políticas públicas que promuevan prácticas responsables, detonen la innovación y fortalezcan la educación ambiental, proyectando al turismo como un motor de desarrollo sostenible y de preservación a largo plazo.	Demandan un modelo de desarrollo turístico más sostenible e inclusivo, priorizando el rescate del patrimonio cultural y natural y el fortalecimiento de la movilidad turística. Las principales propuestas incluyen la regeneración de espacios públicos en destinos turísticos, la implementación de programas de ecoturismo en áreas naturales protegidas y el turismo comunitario para detonar el desarrollo local. Se enfatizó la necesidad de adoptar un enfoque inclusivo, accesible y holístico del turismo, que responda a la diversidad de realidades locales y promueva el desarrollo sostenible del estado.	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.	Meta 11.4. Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo.
La gestión turística adquiere un carácter prioritario mediante una coordinación	Se necesita mejorar en infraestructura, servicios públicos, seguridad,	Objetivo 12. Garantizar modalidades de	Meta 12.B. Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos

Diagnóstico estatal		Agenda 2030	
Diagnóstico estatal	Percepción ciudadana	ODS	Meta
eficaz entre actores públicos y privados para articular prácticas sostenibles en el sector empresarial a fin de fomentar la responsabilidad ambiental y social. Se requiere optimizar los estándares de calidad a través de inversiones estratégicas en infraestructura y servicios — como la seguridad, servicios públicos, transporte accesible, conectividad terrestre y digital — que garanticen una experiencia positiva e integral para el visitante.	señalización, conectividad terrestre; además de promover la transformación digital. También se requiere actualizar la normativa sobre plataformas digitales, además de fomentar prácticas sostenibles en hoteles, restaurantes y operadores turísticos, mediante certificaciones y uso eficiente de recursos. Adicionalmente, se necesitan implementar prácticas responsables en gestión de residuos y energías renovables, junto con la creación de incentivos fiscales para proyectos turísticos sostenibles y ecológicos.	consumo y producción sostenibles.	en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales
Se necesita un esquema de gobernanza turística apto para articular el desarrollo institucional mediante la creación de estructuras sólidas, transparentes y técnicamente competentes, que aseguren la continuidad de políticas públicas, la gestión eficiente de los recursos y la capacidad de respuesta ante las nuevas dinámicas y exigencias del sector. A su vez, resulta indispensable fomentar una alianza estratégica con enfoque participativo entre los distintos actores — gobierno, iniciativa privada, academia y sociedad civil — con el fin de generar sinergias que impulsen una visión compartida del turismo como motor de desarrollo territorial competitivo y sostenible.	Es necesario fortalecer la institucionalidad turística mediante una SECTURI con capacidades regionales, mecanismos permanentes de diálogo y sistemas eficaces de seguimiento. La congruencia entre planes y programas municipales con los estatales, para garantizar la coherencia territorial y una inversión pública eficiente. Se propone la creación de comités de coordinación, oficinas regionales y espacios de interlocución continua con municipios, cámaras empresariales, asociaciones y sociedad civil.	Objetivo 17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.	Meta 17.17. Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas.

VII. Visión del Programa Estatal de Turismo 2025-2030

El siguiente enunciado representa la visión para el Programa Estatal de Turismo de Guanajuato al 2030:

«Guanajuato es un referente mundial por su exitoso desarrollo turístico competitivo y sostenible, logrado en un marco de inclusión, equidad, innovación y justicia social. Su principal atractivo: la identidad que le distingue por sus excepcionales recursos históricos, culturales y naturales, su moderna infraestructura y, sobre todo, por su gente hospitalaria, solidaria y eficiente. Los beneficios de esta generosa industria se extienden a las familias, comunidades y regiones y a toda la cadena productiva, aportando significativamente a la prosperidad de nuestro país.»

VIII. Planteamiento estratégico

En este capítulo se presenta el enfoque estratégico para lograr el propósito fundamental del *Programa Estatal de Turismo 2025-2030* que es fortalecer al estado de Guanajuato como un destino competitivo y sostenible a nivel nacional e internacional, el cual se materializa a través de los siguientes objetivos con sus respectivos indicadores y metas, mismos que marcan el rumbo a seguir para las dependencias y entidades que participan en el Programa.

Este planteamiento está alineado con los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* de la ONU Turismo, más relacionados con el tema: ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico; ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles; ODS 12: Producción y consumo responsables, y ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos.

Asimismo, incluye los principales elementos del diagnóstico situacional, los requerimientos estratégicos y propuestas expresadas en la consulta ciudadana, y otros más de la propia SECTURI.

Este planteamiento se estructura en tres líneas estratégicas con sus objetivos, indicadores, metas, responsables y programas de acción correspondientes.

Línea estratégica 1. Desarrollo turístico competitivo y sostenible.

Objetivo 1.1: Impulsar la competitividad del sector turístico del estado de Guanajuato.

Alineación ODS



INDICADOR	Meta	Responsable
Porcentaje de ocupación hotelera	De aquí al 2030 sostener el porcentaje de ocupación hotelera en Guanajuato, que represente por lo menos un 37% anual con respecto al número de cuartos disponibles.	SECTURI
Porcentaje de rutas, circuitos o productos turísticos regionales desarrollados.	Lograr el desarrollo del 100% de rutas, lo que implica fortalecer por lo menos 7 rutas, circuitos o productos turísticos para el año 2030.	SECTURI

Estrategia 1.1.1 Profesionalización de los integrantes de la cadena de valor turística.

Programas, proyectos y acciones:

1.1.1.1 Promover un modelo de excelencia turística para los prestadores de servicios turísticos.

Responsable

SECTURI

1.1.1.2 Implementar programas de capacitación continua en temas clave, dirigidos a la cadena de valor turística.

SECTURI / IECA

1.1.1.3 Impulsar la formación de guías y operadores de turismo en el desarrollo de mejores prácticas sostenibles.

SECTURI

Estrategia 1.1.2 Mejora de la calidad de los productos y servicios turísticos de la entidad.

Programas, proyectos y acciones:

Responsable

SECTURI

1.1.2.1 Promover mecanismos para el desarrollo de estrategias comerciales para prestadores de servicios turísticos.

SECTURI

1.1.2.2 Impulsar la incorporación de estándares de calidad y sostenibilidad en prestadores de servicios y empresas turísticas.

SECTURI

1.1.2.3 Propiciar condiciones que faciliten el acceso a la información transparente y expedita en precios y accesibilidad al producto o servicio turístico.

SECTURI

1.1.2.4 Impulsar procesos de mejora continua e innovación que satisfagan las demandas turísticas locales o regionales.

SECTURI

1.1.2.5 Fomentar mejores prácticas reconocidas a nivel internacional en hoteles, restaurantes y operadores turísticos, promoviendo certificaciones y el uso eficiente de los recursos públicos.

SECTURI

Estrategia 1.1.3 Diversificación de los productos, rutas y circuitos turísticos que ofrece Guanajuato.

Programas, proyectos y acciones:

1.1.3.1 Desarrollar y consolidar productos, rutas o circuitos turísticos que conecten atractivos culturales, deportivos, gastronómicos, naturales para fortalecer la identidad de los destinos.

Responsable

SECTURI

1.1.3.2 Impulsar rutas temáticas, festividades locales y experiencias diferenciadas por región.

SECTURI

1.1.3.3 Involucrar a las comunidades locales en el desarrollo de productos, rutas, circuitos y experiencias turísticas.

SECTURI

Estrategia 1.1.4 Impulso al emprendimiento y desarrollo de empresas turísticas.

Programas, proyectos y acciones:

Responsable

SECTURI / TÚ
PUEDES GTO

1.1.4.1 Promover programas de financiamiento para MIPYMES turísticas.

SECTURI /
JUVENTUDES

1.1.4.2 Brindar incentivos al emprendimiento en beneficio del desarrollo y consolidación de empresas turísticas.

SECTURI

1.1.4.3 Promover esquemas de apoyo al emprendimiento de grupos comunitarios que fortalezcan las economías regionales.

SECTURI / SF

1.1.4.4 Apoyar con equipamiento y mobiliario a empresas y emprendedores que se integran en la cadena de valor turística.

SECTURI / SF

1.1.4.5 Asesorar y desarrollar estrategias comerciales para aumentar la visibilidad de los productos y servicios turísticos.

SECTURI

1.1.4.6 Identificar y promover oportunidades de inversión (privada, pública o público-privada) para el desarrollo de proyectos turísticos.

SECTURI

Objetivo 1.2: Fomentar el turismo sostenible en los municipios del estado de Guanajuato.

Alineación ODS

12 PRODUCCIÓN
Y CONSUMO
RESPONSABLES



INDICADOR	Meta	Responsable
Porcentaje de destinos con Modelo de Sostenibilidad Turística implementado.	Lograr que el 32% de los destinos del estado; es decir, que por lo menos 15 cuenten con un Modelo de Sostenibilidad Turística implementado.	SECTURI

Estrategia 1.2.1 Impulso al desarrollo turístico sostenible de los destinos de Guanajuato.*Programas, proyectos y acciones:***1.2.1.1** Desarrollar el modelo de sostenibilidad turística para que integre el desarrollo económico, social y medioambiental.*Responsable*

SECTURI

1.2.1.2 Diseñar e implementar programas regionales o locales para el mejoramiento en la infraestructura de los destinos turísticos sostenibles.

SECTURI

1.2.1.3 Impulsar proyectos que generen empleo local y mejoren la economía de las comunidades receptoras.

SECTURI

1.2.1.4 Realizar acciones de sensibilización a la cadena de valor de turismo y a los turistas en tema de sostenibilidad.

SECTURI

1.2.1.5 Diseñar e implementar programas y distintivos de sostenibilidad turística.

SECTURI

1.2.1.6 Diseñar y ejecutar campañas de sensibilización sobre turismo responsable y sostenible dirigidas a turistas, comunidades locales y personas prestadoras de servicios turísticos.

SECTURI

Estrategia 1.2.2 Fortalecimiento de los municipios de Guanajuato y de su identidad turística.*Programas, proyectos y acciones:***1.2.2.1** Fortalecer la identidad y hospitalidad de la población receptora mediante programas de formación, capacitación y sensibilización en cultura turística, con énfasis en el valor del patrimonio local, atención al visitante y promoción de experiencias auténticas.*Responsable*SECTURI /
SCUL**1.2.2.2** Impulsar el desarrollo de productos, rutas y circuitos turísticos en la entidad, con base en elementos de identidad de los municipios.

SECTURI

1.2.2.3 Apoyar y detonar eventos con impacto turístico para los municipios y regiones del estado.

SECTURI

1.2.2.4 Integrar la oferta de productos locales como vino, tequila, mezcal, destilados, cerveza artesanal, gastronomía y artesanías dentro de la actividad turística, para fortalecer la economía regional.SECTURI / SE
/ SECAM /
SCUL**1.2.2.5** Fortalecer la infraestructura turística de los municipios con acciones de imagen urbana, rehabilitación, señalética y conservación de sitios.SECTURI /
SOP**1.2.2.6** Impulsar la mejora de los servicios públicos a nivel municipal para favorecer la accesibilidad universal y experiencia del visitante.

SECTURI

Estrategia 1.2.3 Participación en la protección del medio ambiente natural y la biodiversidad del estado.*Programas, proyectos y acciones:***1.2.3.1** Promover prácticas responsables en la cadena de valor turística que impulsen la innovación y fortalezcan la educación ambiental.*Responsable*
SECTURI /
SAMA**1.2.3.2** Participar en programas de ecoturismo en áreas naturales protegidas.SECTURI /
SAMA**1.2.3.3** Impulsar el uso de herramientas de medición del impacto turístico en el medio ambiente.

SECTURI

Estrategia 1.2.4 Fomento a la inclusión social e integración comunitaria en el sector turístico.

Programas, proyectos y acciones:

	<i>Responsable</i>
1.2.4.1 Promover la participación de las comunidades locales en las acciones y en los beneficios de la cadena de valor turística.	SECTURI
1.2.4.2 Adoptar un enfoque inclusivo, accesible y holístico del turismo, que responda a la diversidad de realidades locales y promueva el desarrollo equilibrado del estado.	SECTURI
1.2.4.3 Promover la igualdad de acceso y oportunidades en las acciones de la cadena de valor turística.	SECTURI
1.2.4.4 Promover acciones para propiciar un turismo para todas las personas.	SECTURI
1.2.4.5 Fortalecer la coordinación interinstitucional para el cumplimiento de la normatividad en materia de inclusión e igualdad de género a nivel local, municipal y estatal.	SECTURI / IMUG / SDH
1.2.4.6 Fomentar el turismo comunitario como herramienta para promover la inclusión social.	SECTURI / SENCO / SDH

Línea estratégica 2. Posicionamiento turístico.

Objetivo 2.1: Fortalecer la promoción y comercialización turística de Guanajuato.

Alineación ODS:



<i>INDICADOR</i>	<i>Meta</i>	<i>Responsable</i>
Variación porcentual de los turistas que llegan a hotel en el estado de Guanajuato.	Para 2030 incrementar la llegada de turistas a hotel en el estado de Guanajuato, con una variación del 15.8% con respecto a 2024.	SECTURI
Variación porcentual de los visitantes internacionales que llegan al estado de Guanajuato.	Lograr para 2030 una variación porcentual del 9.6% en la llegada de visitantes internacionales al estado de Guanajuato respecto al año 2024.	SECTURI

Estrategia 2.1.1 Promoción de la oferta turística del estado a nivel regional, nacional e internacional.

Programas, proyectos y acciones:

	<i>Responsable</i>
2.1.1.1 Diseñar el Programa Integral de Promoción Turística	SECTURI
2.1.1.2 Promoción y difusión regional, nacional e internacional de la oferta bajo la Marca Turística Guanajuato.	SECTURI / SCUL
2.1.1.3 Impulsar y gestionar los proyectos de promoción turística mediante los recursos del impuesto sobre hospedaje.	SECTURI/SF
2.1.1.4 Mostrar a Guanajuato como destino turístico en mercados nacionales e internacionales.	SECTURI
2.1.1.5 Apoyar y atraer eventos con impacto turístico para los destinos del estado.	SECTURI
2.1.1.6 Apoyar la realización de proyectos cinematográficos y audiovisuales en el estado.	SECTURI

2.1.1.7 Impulsar el turismo de reuniones: congresos, convenciones, ferias, exposiciones y viajes de incentivo a nivel nacional e internacional. **SECTURI**

Estrategia 2.1.2 Fortalecer la comercialización de servicios y productos turísticos.

Programas, proyectos y acciones:

2.1.2.1 Diseñar e implementar mecanismos de comercialización de productos y servicios turísticos. **SECTURI**

2.1.2.2 Brindar acompañamiento técnico y vinculación comercial a los prestadores de servicios turísticos. **SECTURI**

2.1.2.3 Impulsar la comercialización y reserva de servicios turísticos integrados mediante plataformas y/o aplicaciones digitales. **SECTURI**

2.1.2.4 Desarrollar e implementar sistemas innovadores para transmitir las experiencias turísticas. **SECTURI**

Línea estratégica 3. Gobernanza turística.

Objetivo 3.1: Consolidar una gestión turística sostenible en la entidad.

Alineación ODS

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



INDICADOR	Meta	Responsable
Variación porcentual de los prestadores de servicios turísticos y complementarios inscritos en el Registro Estatal de Turismo (RET)	Lograr para 2030 una variación porcentual del 46% del número de prestadores de servicios turísticos y complementarios inscritos en el Registro Estatal de Turismo, respecto al año 2024.	SECTURI

Estrategia 3.1.1 Fortalecimiento de la articulación entre los organismos públicos, privados y sociales para realizar acciones conjuntas en beneficio del turismo en el estado.

Programas, proyectos y acciones:

3.1.1.1 Implementar canales de comunicación a nivel municipal y regional con el sector turístico que permitan establecer mecanismos permanentes de diálogo. **SECTURI**

3.1.1.2 Fomentar la participación interinstitucional e intersectorial de la cadena de valor turística en consejos y comités turísticos estatales, regionales o municipales. **SECTURI**

3.1.1.3 Reforzar el trabajo colaborativo para la incorporación de prestadores de servicios turísticos y complementarios en el Registro Estatal de Turismo. **SECTURI**

3.1.1.4 Impulsar las alianzas con organizaciones e instituciones para el desarrollo de proyectos turísticos regionales y consolidación de rutas, productos y servicios turísticos del estado. **SECTURI**

3.1.1.5 Alinear los planes y programas de desarrollo turístico municipal al Programa Estatal de Turismo, de manera que permita el despliegue de estrategias en el estado. **SECTURI**

Estrategia 3.1.2 Fortalecimiento de la seguridad para el sector turístico en los municipios del estado.*Programas, proyectos y acciones:***3.1.2.1** Promover la participación del sector turístico de los destinos en mesas de trabajo con la Secretaría de Seguridad y Paz y gobiernos locales.**3.1.2.2** Monitorear la percepción de seguridad de visitantes al estado, comunidad receptora y cadena de valor.**3.1.2.3** Fortalecer a los policías de proximidad con acciones de sensibilización en temas de cultura turística e identidad.**3.1.2.4** Realizar acciones de difusión de los mecanismos para la atención de eventualidades, como medida de protección a visitantes.*Responsable*SECTURI /
SSyPSECTURI /
SSyPSECTURI /
SSyPSECTURI /
SSyP**Estrategia 3.1.3 Uso de tecnología en la industria turística.***Programas, proyectos y acciones:**Responsable***3.1.3.1** Mejorar la operación del Observatorio Turístico para que concentre y difunda información actualizada acerca de la actividad turística en el estado.

SECTURI

3.1.3.2 Generar información sobre la satisfacción local, el comportamiento del visitante al estado y de los asistentes a eventos.

SECTURI

3.1.3.3 Impulsar el uso de la tecnología para aplicar inteligencia de datos, desarrollar herramientas interactivas y aprovechar canales digitales en la cadena productiva turística del estado.SECTURI /
IDEA**3.1.3.4** Robustecer la información sobre turismo cultural dentro del portal del Observatorio Turístico del estado de Guanajuato, mediante la actualización de la oferta cultural como zonas arqueológicas, museos y otros espacios de interés.SECTURI /
SCUL**Estrategia 3.1.4 Fortalecimiento del marco normativo turístico en los municipios del estado de Guanajuato.***Programas, proyectos y acciones:**Responsable***3.1.4.1** Apoyar la revisión y actualización del marco regulatorio, impulsando la participación ciudadana.

SECTURI

3.1.4.2 Difundir el marco normativo turístico y su alineación con la normatividad municipal al sector turístico para el correcto cumplimiento en sus destinos.

SECTURI

IX. Lineamientos generales para la instrumentación, seguimiento y evaluación del Programa

Tomando como base lo estipulado en artículo 72 del Reglamento de la Ley de Planeación para el estado de Guanajuato y de acuerdo con la metodología del IPLANEG, se establecen los criterios que determinan la instrumentación, monitoreo y evaluación del Programa Estatal de Turismo 2025-2030, que permitan garantizar el cumplimiento de los indicadores y metas para contribuir de manera eficaz al desarrollo económico, turístico y social de la entidad.

9.1 Instrumentación del Programa

La instrumentación será aplicada por medio de los programas y proyectos de inversión que integran los programas presupuestarios de la SECTURI y las acciones coordinadas de las entidades y dependencias que participan dentro del Programa Estatal de Turismo 2025-2030.

En este sentido, el proyecto del presupuesto de egresos deberá estar alineado a los objetivos, estrategias y acciones del PET conforme a lo señalado en la normatividad vigente.

9.2 Monitoreo del Programa

El monitoreo del Programa se realizará a partir de las metas definidas para cada indicador, utilizando tecnologías de información que permitan su automatización, sistematización y análisis. Estas herramientas, alineadas con las tendencias internacionales en turismo, facilitarán el seguimiento preciso de los avances del Programa.

El proceso estará a cargo de la SECTURI en conjunto con las dependencias y entidades participantes, quienes elaborarán reportes conforme a los lineamientos del IPLANEG.

Con este propósito, se desarrollará un Tablero de Control Interactivo Multinivel el cual permitirá visualizar gráficamente los avances del programa, al igual que el complemento progresivo de las metas anuales y sexenales:

- La evolución anual de cada indicador, conforme con su línea base.
- La comparativa de metas proyectadas en relación con los resultados obtenidos.
- Un apartado especial acerca del avance de los indicadores alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Recomendaciones para la toma de decisiones correctivas en el caso de desviaciones significativas.

Estas acciones permitirán que el monitoreo no solo cumpla con los lineamientos técnicos y normativos establecidos, sino que también funja como instrumento estratégico para tener

una mejora continua del sector turístico, beneficiando el desarrollo competitivo y sostenible del estado de Guanajuato.

9.3 Evaluación del Programa

El proceso de evaluación del PET será sistemático e integral para determinar el grado de cumplimiento de los objetivos, estrategias, acciones, metas e indicadores, de tal manera, que permita retroalimentar la gestión, fortalecer la rendición de cuentas y generar un impacto positivo en el desarrollo turístico del estado.

La evaluación será responsabilidad de SECTURI, en coordinación con las entidades sectorizadas, los consejos sectoriales correspondientes y el IPLANEG.

La realización de las evaluaciones estará sujeta al marco normativo vigente, específicamente a lo dispuesto por parte del Sistema de Evaluación del estado de Guanajuato propuesto en el Decreto Gubernativo número 189, publicado en el Periódico Oficial del Gobierno del estado de Guanajuato, número 80, Cuarta Parte, el 19 de mayo de 2017.

La evaluación será desarrollada en dos etapas: una evaluación intermedia sobre el desempeño obtenido en el tercer año de implementación (2028), lo cual dará las herramientas necesarias para realizar ajustes en la estrategia o redireccionar recursos en el caso necesario; y una evaluación final al concluir el sexenio (2030), cuyo objetivo será dar una perspectiva integral del impacto del PET respecto a la competitividad turística, sostenibilidad, cohesión territorial y gobernanza efectiva.

Los resultados de las evaluaciones serán publicados en los portales web institucionales establecidos por la normatividad vigente y presentados ante los consejos y asociaciones sectoriales que se determinen, en cumplimiento de la Ley de Planeación para el Estado de Guanajuato y su Reglamento, así como del Decreto Gubernativo número 189 antes referido³⁸.

³⁸ Publicado en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Guanajuato número 80, Cuarta Parte, de fecha 19 de mayo de 2017.