

2013

AGENDAS DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO



LEÓN GUANAJUATO

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



gto
orgullo y
compromiso
de todos

 **FONATUR**
MÉXICO UN GRAN DESTINO

méxico
Consejo de Promoción Turística

 **UNIVERSIDAD
DE GUANAJUATO**



SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

*“Diagnóstico de Competitividad y
Sustentabilidad de
**Ciudades Patrimonio de la
Humanidad y de la Ciudad de León**
del Estado de Guanajuato 2013”*

LEÓN

DIRECTORIO

SECRETARÍA DE TURISMO FEDERAL

MTRA. CLAUDIA RUIZ MASSIEU

Secretaria de Turismo

C. P. Carlos Manuel Joaquín González

Subsecretario de Innovación y Desarrollo Turístico

Lic. José Salvador Sánchez Estrada

Subsecretario de Planeación

Lic. Francisco Maass Peña

Subsecretario de Calidad y Regulación

Mtro. Octavio Mena Alarcón

Oficial Mayor

FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO

LIC. HÉCTOR MARTÍN GÓMEZ BARRAZA

Director General

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO

LIC. RODOLFO LÓPEZ NEGRETE COPPEL

Director General



DIRECTORIO

GOBIERNO DEL ESTADO DE GUANAJUATO

DR. MIGUEL MÁRQUEZ MÁRQUEZ

Gobernador Constitucional del Estado de Guanajuato

Lic. Fernando Olivera Rocha

Secretario de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato

UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO

DR. José Manuel Cabrera Sixto

Rector General de la Universidad de Guanajuato

Dr. Jeremy Heald

Director General del Proyecto



SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

PRESENTACIÓN

La prioridad del Presidente Enrique Peña Nieto ha sido emprender reformas transformadoras en los diferentes ámbitos de la vida nacional para que México sea un país en paz, incluyente, con educación de calidad, próspero y con responsabilidad global.

La Política Nacional Turística tiene como objeto convertir al turismo en motor de desarrollo. Por ello trabajamos en torno a cuatro grandes directrices: ordenamiento y transformación sectorial; innovación y competitividad; fomento y promoción; y sustentabilidad y beneficio social para promover un mayor flujo de turistas y fomentar la atracción de inversiones que generen empleos y procuren el desarrollo regional y comunitario.

Para ello, el Presidente de la República instruyó trabajar en la construcción de Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos Prioritarios. Las 44 Agendas desarrolladas tienen por objeto establecer un plan de acción que impulse la innovación de la oferta turística y aumente la competitividad del sector en cada una de las localidades.

Para su elaboración, la Secretaría de Turismo desarrolló una metodología uniforme y convocó a los Gobiernos de las Entidades Federativas, para, con la colaboración de 33 Instituciones de Educación Superior y la participación de cerca de 600 académicos e investigadores, autoridades municipales y los actores involucrados en el sector, desarrollar un instrumento evaluador de situaciones y generador de respuestas concretas a los lineamientos y estrategias contenidos en la Política Nacional Turística y planteados en el Plan Nacional de Desarrollo.

Las Agendas de Competitividad, nos permitirán:

- Determinar la situación actual del sector turístico en los destinos seleccionados.
- Diseñar una agenda con propuestas basadas en criterios e indicadores de competitividad comunes que respondan a la problemática particular de cada destino.
- Generar un Tablero de Control de Competitividad para Destinos Turísticos (TCCDT) que permita evaluar avances y contar con criterios sólidos para canalizar recursos a los destinos.
- Contar con una cartera de proyectos viables para ser financiados mediante los Convenios de Subsidios o apoyados con esquemas financieros alternos.

En la Secretaría de Turismo del Gobierno de la República estamos comprometidos con el desarrollo y transformación de México, por lo que continuaremos trabajando para lograrlo. La entrega de estas Agendas de Competitividad así lo demuestra. Constituyen una oportunidad para abrir nuevos horizontes en el devenir del desarrollo turístico nacional y elevar la competitividad del sector. Representan un nuevo esquema de vinculación con la sociedad en la que participaron los diferentes agentes y actores que conforman el sector. En este sentido, las Agendas inauguran múltiples sendas propicias para el desarrollo económico sustentable y sostenible del país.

CLAUDIA RUIZ MASSIEU

Secretaria de Turismo

México, D.F., febrero de 2014



SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

INTRODUCCIÓN

La competitividad se define, según el Diccionario Oxford de Economía, como “la capacidad para competir en los mercados de bienes o servicios”. A lo largo de los últimos 20 años se ha agudizado la discusión sobre la sana pertinencia o la obsesión peligrosa¹ de su uso, para fines de analizar el comportamiento y evolución de los entramados productivos que rigen el destino de países y actividades económicas.

No obstante los debates académicos, el uso del término forma parte del lenguaje cotidiano utilizado por investigadores, funcionarios, académicos y demás interesados en impulsar políticas públicas que sirvan para mejorar las condiciones de la población de los diferentes países, estados y sectores.

La actividad turística no es la excepción; por ese motivo a lo largo de los últimos años, se ha generado importante bibliografía que da cuenta de los intentos por que ésta actividad alcance niveles de excelencia, que le permita posicionarse en los primeros lugares de los catálogos de competitividad, ya sea entre naciones, estados, municipios, localidades o destinos, e incluso a nivel empresas.

LAS AGENDAS DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

- El Presidente de la República anunció en Nayarit el 13 de febrero de 2013, las directrices de la nueva Política Nacional Turística.
- Como parte de las acciones definidas en el PND, se encuentra la construcción de las “Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos (ACDT)” del país, con el propósito de diagnosticar su situación y de emprender un programa de acciones, en coordinación estrecha entre la Federación y los gobiernos locales, con la participación de los demás actores del propio destino.
- Para el desarrollo de los trabajos se ha elaborado una metodología uniforme para construir las ACDT. Un elemento estratégico ha sido el liderazgo de SECTUR y el involucramiento de los Gobiernos Estatales y autoridades locales, así como de la participación de 33 Instituciones de Educación Superior, y de más de 600 académicos e investigadores, para asegurar la calidad de las investigaciones.
- Los destinos seleccionados incorporan los principales receptores de turistas internacionales y nacionales, los CIP’s de FONATUR y las Ciudades Patrimonio. Esta selección agrupa a los siguientes destinos:

1 P. Krugman, “Competitiveness: A Dangerous Obsession”, Foreign Affairs, vol. 73, núm. 2, 1994, pp. 28-44

DESTINOS TURÍSTICOS

- | | | |
|---------------------|--------------------------|-----------------------------|
| 1. Acapulco | 16. Ixtapa - Zihuatanejo | 31. Riviera Maya |
| 2. Aguascalientes | 17. Ixtapan de la Sal | 32. San Juan de Los Lagos |
| 3. Ciudad Juárez | 18. León | 33. San Luis Potosí |
| 4. Campeche | 19. Los Cabos | 34. San Miguel de Allende |
| 5. Cancún | 20. Manzanillo | 35. Tampico - Madero |
| 6. Chalma | 21. Mazatlán | 36. Tijuana |
| 7. Ciudad de México | 22. Mérida | 37. Tlacotalpan |
| 8. Cozumel | 23. Morelia | 38. Tlaxcala |
| 9. Cuernavaca | 24. Monterrey | 39. Torreón |
| 10. Durango | 25. Riviera Nayarit | 40. Tuxtla Gutiérrez |
| 11. Ensenada | 26. Oaxaca | 41. Veracruz - Boca del Río |
| 12. Guadalajara | 27. Pachuca | 42. Villahermosa |
| 13. Guanajuato | 28. Puebla | 43. Xalapa |
| 14. Hermosillo | 29. Puerto Vallarta | 44. Zacatecas |
| 15. Huatulco | 30. Querétaro | |

El propósito de focalizar los esfuerzos analíticos y de políticas públicas, en polígonos de actuación específicos, ha sido el poder identificar soluciones prácticas e impactos visibles entre los diferentes actores, que son protagonistas de la denominada industria de la hospitalidad.

Con el fin de conocer los alcances y recomendaciones derivadas de las investigaciones realizadas, se ha desarrollado para cada Agenda un resumen ejecutivo, que tiene como finalidad presentar de manera sintética, los principales resultados de los trabajos, partiendo del diagnóstico de cada destino y de las agendas construidas, considerando las principales propuestas y los proyectos de inversión identificados, con los que se busca mejorar significativamente la competitividad de las localidades y regiones que considera.

La elaboración de 44 Agendas de Competitividad, permitió confirmar la hipótesis planteada al inicio de los trabajos, que identificaba el problema de los principales destinos turísticos del país, como oferentes de productos turísticos que enfrentan severas reticencias para generar un valor agregado creciente, es decir, se observó en la mayoría de los casos, un estancamiento en la producción de riqueza, que favorezca y mejore sustantivamente el bienestar de la población local y las condiciones de rentabilidad de las empresas prestadoras de servicios turísticos.

En ese sentido, más que avanzar en profundizar en un índice de competitividad que permitiera cuantificar con precisión las brechas existentes entre los destinos y los estados, no obstante que los interesados en el tema encontrarán material para elaborar ejercicios de este tipo, nos dimos a la tarea de identificar en cada destino seleccionado, las claves que permitan revertir las problemáticas y obstáculos encontrados, para liberar la capacidad creativa y la innovación que asegure capitalizar las ventajas comparativas; o dicho de otra manera, para aprovechar con bases sustentables, la extraordinaria dotación de recursos naturales, culturales y vivenciales disponibles a lo largo y ancho del territorio nacional.

En este tenor, se optó por orientar el esfuerzo de investigación aplicada, hacia la solución de estas restricciones que afectan frontalmente el desarrollo de los municipios, de los estados y de las regiones del país. Con esta línea de investigación, se encaminaron los trabajos y recomendaciones, a recuperar el concepto de competitividad.

¿QUÉ ENSEÑANZAS NOS DEJAN LAS ACDT?

- Se logró un esquema de trabajo novedoso, que generó la coordinación efectiva entre los tres niveles de gobierno, lo que detona enseñanzas y lecciones de gran utilidad para actuar localmente e impactar en el ámbito nacional.
- La academia y en especial la Instituciones Locales de Educación Superior, están ávidas de interactuar con los responsables de las políticas públicas y tiene un creciente interés por proponer soluciones a los problemas que aqueja su entorno inmediato.
- Se diseñó una metodología que sirvió como marco conceptual de los trabajos de los investigadores y estudiosos participantes, misma que partió de la premisa de trascender el diagnóstico y propuso para cada problemática identificada iniciativas o proyectos de solución.
- Cada destino cuenta con un portafolio de proyectos de inversión, que más allá del número total obtenido, garantiza que el análisis técnico que se les practicó se apegue a una evaluación alineada con los objetivos y alcances del proyecto.

¿QUÉ HALLAZGOS OFRECEN LAS AGENDAS?

- Un inventario rico en contenido de políticas, programas y acciones que se practican en los destinos turísticos de la República Mexicana, así como su valoración y recomendaciones de mejora dependiendo la latitud donde se aplique. Por lo que el lector de los trabajos completos y en los resúmenes ejecutivos, podrá encontrar un acervo abundante e interesante sobre la problemática y recomendaciones por destino seleccionado.
- Se plasma la evidencia de que, casos exitosos en una demarcación, no necesariamente tienen viabilidad para su instrumentación en otras latitudes, al mismo tiempo que estrategias locales son pertinentes para una instrumentación de corte nacional.
- Se demuestra cómo las políticas de fomento para el sector tienen su aterrizaje en la localidad, y si esto no se contempla al momento de su diseño, están condenadas al fracaso, lo que obliga a colocar la problemática municipal en el centro de la competitividad de las ciudades, destinos o puertos turísticos.
- Un destino sin planeación urbana, es un destino sin futuro próspero, la evidencia de los trabajos de muchos destinos en la materia, amerita un reconocimiento de los casos exitosos, así como las áreas de oportunidad para mejorar la actuación de las autoridades.
- La necesidad de impulsar destinos turísticos integralmente seguros que garanticen la integridad física y patrimonial de los paseantes es indispensable, como más de una ACDT da cuenta, por lo cual se percibió la necesidad de seguir trabajando en esquemas que regresen la confianza del turista, y en los que la experiencia de su visita será plenamente satisfactoria.
- Uno de los grandes temas pendientes radica en la calidad y mejora regulatoria que se tiene en los destinos, existiendo la evidencia de ser factores que han contraído la inversión en diferentes productos turísticos; se encontró desde falta de alineación entre las leyes relacionadas, así como mecanismos de sobre regulación que requieren el concurso decidido de todos los involucrados.

- Las propuestas que se tienen para aprovechar las tecnologías de la información y comunicación, revelan la gran brecha digital que todavía se tiene en esquemas de información turística, así como en las estrategias de promoción local.
- Los investigadores y académicos locales en general, no han encontrado los mecanismos precisos para generar proyectos e iniciativas aplicadas, que redunden en beneficios específicos para este sector.
- Los temas ambientales son tratados con diferentes niveles de detalle, aportándose reflexiones, soluciones, evidencia de afectaciones y casos de éxito en materia de conservación y aprovechamiento sustentable de los recursos. Igualmente, se plantean alternativas que enfoques como la economía verde pueden traer aparejados.
- Los temas de promoción son intrínsecos de la actividad turística y evidenciaron, en algunos casos, que la canalización de recursos públicos en lo local, rebasa significativamente a los recursos que se canalizan al producto turístico en sí, resaltando la necesidad de demostrar claramente los beneficios netos de algunas de estas prácticas.
- Por su parte se observaron carencias en materia de evaluación y seguimiento de las estrategias y acciones turísticas, así como los impactos que estas iniciativas tienen en temas, como el de la competitividad, entre otros.
- En materia de esquemas de comercialización, se observó que la mayor parte de los destinos y productos turísticos, se empaquetan o integran para su venta desde una perspectiva tradicional, donde los esquemas de precios son los que privan por encima de alternativas basadas en la innovación y generación de nuevas alternativas. Muchas de las respuestas que ofrecen las agendas, apuntan en el sentido de impulsar un modelo de comercialización basado en la generación de valor agregado, es decir mayor riqueza para las localidades y el país.

En suma podemos decir que el ejercicio de las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos, ofrece múltiples respuestas a quienes se acerquen a conocer las problemáticas locales, pero más importante aún, son las iniciativas para corregir y actuar en la solución de los problemas que aquejan a nuestros destinos, desde los más generales, hasta los más puntuales y detallados.

Con este propósito se presentan estos ejercicios, con la confianza de que millones de personas que trabajan diariamente en y por el turismo, encuentren rutas para cristalizar el sueño de un mejor turismo que beneficie a todos.



*“Diagnóstico de Competitividad y
Sustentabilidad de
**Ciudades Patrimonio de la
Humanidad y de la Ciudad de León**
del Estado de Guanajuato 2013”*

Destino: León

Tabla de Contenido

ANTECEDENTES	4
PRÓLOGO	6
RESUMEN EJECUTIVO	9
OBJETIVO DEL ESTUDIO	13
 I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	 14
1. Perfil socioeconómico	15
2. Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos	21
3. Evaluación cualitativa y cuantitativa de la oferta de hospedaje	24
4. Oferta complementaria	27
5. Factor humano	39
6. Marco institucional y asociativo	39
7. Accesibilidad y movilidad	40
8. Infraestructura básica	48
9. Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano)	52
10. Identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística.	53
11. Mercados (actuales y potenciales)	56
12. Promoción y comunicación	63
13. Comercialización	68
14. Identificación y análisis de las TICs disponibles	71
Comentarios Finales	75
 II. AGENDAS DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO	 79
i. Ejes de la Política Nacional Turística – Plan Nacional de Desarrollo	80
ii. Lineamientos y Directrices Estratégicas	85
a. Plan Estatal de Desarrollo	85
b. Programa Estatal de Turismo	88
iii. Lineamientos Sectoriales – Plan Municipal de Desarrollo	91

II.1. IDENTIFICACIÓN PROBLEMÁTICAS Y ESTRATEGIAS DE LEON	94
II.2. PROYECTOS Y PROGRAMAS LEON	103
i. Matriz de Compromisos	104
ii. Matriz de Proyectos y programas	107
II.3. PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	110
i. Fichas tecnicas de proyectos de inversión categoría 1	111
ii. Fichas tecnicas de proyectos de inversión categoría 2	127
iii. Fichas tecnicas de proyectos de inversión categoría 3	135
iv. Matriz resumen de proyectos de inversión	140
v. Esquemas para fomentar la inversión pública y privada	147
II.4. ENTREGABLES ADICIONALES	158
i. Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos	159
ii. Propuesta de Mejora Regulatoria estatal y municipal	161
iv. Recomendaciones para la planeación, movilidad y el ordenamiento territorial	173
II.5. INSTRUMENTOS DE POLÍTICA TURÍSTICA Y PROPUESTAS	180
III. FICHAS DE INDICADORES	197
BIBLIOGRAFÍA	202
ANEXOS	206
I. Subdiagnóstico FODA León	207
II. FODA General León	217
III. Priorización de Proyectos por Líderes de Opinión	220
IV. Análisis de Legislación Turística Vigente. Ley General de Turismo	231
V. Cuestiones Jurídicas en Torno a la Legislación Jurídica Mexicana	252
VI. Tablero de Control	266



ANTECEDENTES

En febrero del 2013 el Presidente de la República anunció las directrices de la Nueva Política Nacional Turística. Como parte de las acciones definidas, se encuentra la construcción de las Agendas de Competitividad de Destinos Turísticos 2013.

En mayo del mismo año, el Ejecutivo Federal presentó el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013 – 2018 en donde en el eje 4, “México Próspero” se centran las acciones del ramo turístico y específicamente en el objetivo 4.11 “Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país”. En particular, la agenda se alinea a la estrategia 4.11.2 del PND, el cual menciona que se debe “Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico”.

Entre las líneas de acción consideradas en el PND se encuentran las siguientes:

- Diversificar e innovar la oferta de productos y consolidar destinos.
- Desarrollar agendas de competitividad por destino.

Las estrategias de trabajo que buscan impulsar el crecimiento y la competitividad del sector turístico son las siguientes:

- Fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico.
- Fortalecer la infraestructura y la calidad de los servicios y los productos turísticos.
- Diversificar e innovar la oferta de productos y consolidar destinos.
- Posicionar adicionalmente a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados, además del de sol y playa, como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, salud, deportes, de lujo, de negocios y reuniones, cruceros, religioso, entre otros.
- Concretar un Sistema Nacional de Certificación para asegurar la calidad.
- Desarrollar *Agendas de Competitividad por Destinos*, o lo que a nivel estatal se conoce como *Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato*.
- Fomentar la colaboración y coordinación con el sector privado, gobiernos locales y prestadores de servicios.
- Imprimir en el Programa Nacional de Infraestructura un claro enfoque turístico.



Es por lo anterior que la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato ha confiado en la Universidad de Guanajuato para llevar a cabo el desarrollo del Proyecto denominado:

“Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato 2013”

Que incluye tres destinos turísticos del estado:

- Guanajuato
- León
- San Miguel de Allende

Lo anterior, mediante la participación de un grupo de profesores expertos de los departamentos de Economía y Finanzas (DEF) y Gestión y Dirección de Empresas (DGDE) acompañados por alumnos y ex alumnos de la División de Ciencias Económico Administrativa.

PRÓLOGO

En el fenómeno turístico la competitividad es de vital importancia para detonar el desarrollo en cada uno de los componentes de un destino turístico, ya que existe una gran variedad de destinos que ponen a disposición de los turistas una amplia oferta de servicios de calidad con un sentido de competencia en este sector, pero en realidad son pocos los destinos que compiten y que simultáneamente poseen un nivel alto de competitividad.

Se entiende por competitividad la capacidad del destino turístico para atraer viajeros e inversión en infraestructura y equipamiento turístico, que impacte en la llegada de visitantes, incremente la ocupación y el gasto promedio turístico, y que permita generar beneficios para los residentes locales, los prestadores de servicios turísticos, además de favorecer la sostenibilidad del patrimonio natural.

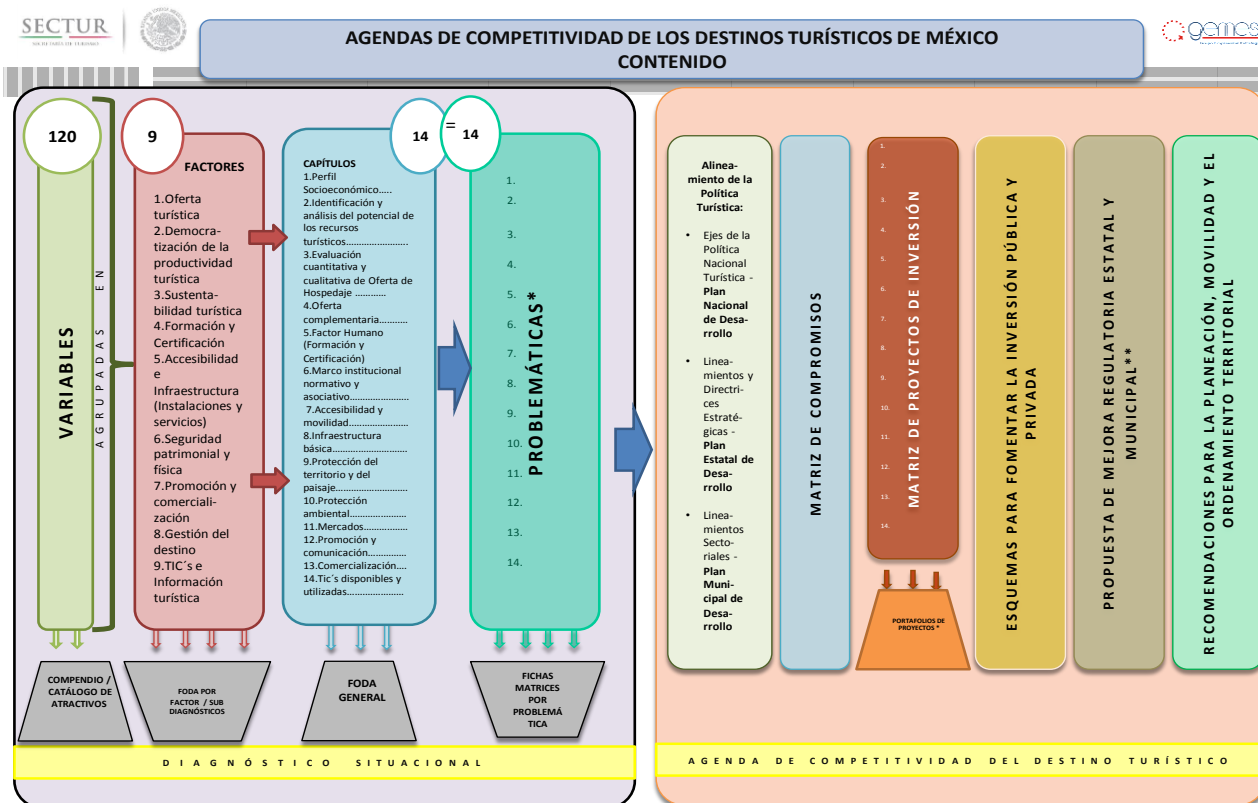
El proyecto de “Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato”, busca ser un instrumento analítico con alto perfil de contenido que proporcionará un diagnóstico sobre la situación actual de la ciudad de **León** y de esta manera, convertirse en una herramienta base para la planeación coordinada entre los tres órdenes de gobierno, que tenga como fin, mejorar el sector turístico en el estado de Guanajuato de forma que alcance cierto nivel de competitividad.

Además de realizar este diagnóstico en tres ciudades del estado de Guanajuato, un estudio similar se lleva a cabo en otros 41 destinos turísticos a nivel federal.

- | | | |
|-----------------------|--------------------------|----------------------------------|
| 1. Acapulco, Gro. | 16. Ixtapa – Zihuatanejo | 30. Querétaro |
| 2. Aguascalientes | 17. Ixtapan de la Sal | 31. Riviera Maya |
| 3. Ciudad Juárez | 18. León | 32. San Juan de Los Lagos |
| 4. Campeche | 19. Los Cabos | 33. San Luis Potosí |
| 5. Cancún | 20. Manzanillo | 34. San Miguel de Allende |
| 6. Chalma | 21. Mazatlán | 35. Tampico- Madero |
| 7. Ciudad de México | 22. Mérida | 36. Tijuana |
| 8. Cozumel | 23. Morelia | 37. Tlacotalpan |
| 9. Cuernavaca | 24. Monterrey | 38. Tlaxcala |
| 10. Durango | 25. Riviera Nayarit | 39. Torreón |
| 11. Ensenada | 26. Oaxaca | 40. Tuxtla Gutiérrez |
| 12. Guadalajara | 27. Pachuca | 41. Veracruz-Boca del Río |
| 13. Guanajuato | 28. Puebla | 42. Villahermosa |
| 14. Hermosillo | 29. Puerto Vallarta | 43. Xalapa |
| 15. Huatulco | | 44. Zacatecas |



El orden estructural que se siguió para abordar el apartado del diagnóstico se muestra en la siguiente tabla:



características turísticas de los destinos y se anexan como parte de los objetivos particulares de información, a su vez se encuentran integrados en nueve factores.

Los nueve factores de competitividad mencionados anteriormente permiten realizar una aproximación para definir la problemática que aqueja a nivel factor de competitividad. En esta parte, se realiza un análisis FODA por cada uno de los factores por destino y un análisis FODA general por destino.

Para llegar a la definición de problemáticas por factor, se realizaron previamente diagnósticos que fueron contruidos a partir de las siguientes fuentes primarias de información:

- Línea 1. Entrevistas a dependencias municipales y estatales e instituciones de educación del destino de León
- Línea 2. Cuestionarios a prestadores de servicios del destino.
Inventario de atractivos, servicios y productos turísticos del destino.



- Línea 3. Cuestionarios de percepción a ciudadanos y residentes de León
- Línea 4. Grupos focales aplicados a residentes de los 8 destinos emisores principales de turistas a los 3 destinos de Guanajuato.
- Línea 5. Entrevistas a líderes de opinión, tour operadores y agencias de viaje de los 8 destinos emisores principales de turistas a los 3 destinos de Guanajuato; y se complementó con entrevistas a autoridades Federales como: CPTM, SECTUR Federal y CESTUR.

Los indicadores seleccionados describen los factores de tal manera que pueden ser comparados y contrastados en diferentes momentos del tiempo, en los diferentes destinos y en diferentes escenarios. Así mismo, permitirán hacer una comparación de los logros que se alcancen con el cumplimiento de las acciones inmediatas que surgen con este análisis, así como prever las metas, objetivos y acciones a seguir para solucionar distintas problemáticas.

A su vez, los nueve factores quedan acomodados en 14 capítulos (los cuales se muestran en la imagen anterior) y dicho orden, arroja problemáticas de cada uno de los destinos. En esta parte, también se realiza un análisis FODA general por destino de los 14 capítulos.

Tanto indicadores y factores como capítulos y problemáticas quedan conformados dentro de un diagnóstico situacional, para posteriormente crear propuestas con proyectos y programas debidamente alineados con los programas de desarrollo de los tres niveles de gobierno.

RESUMEN EJECUTIVO

Con base en la convocatoria del Presidente de la República, Lic. Enrique Peña Nieto, en febrero 2013 para construir Agendas de Competitividad por Destinos Turísticos (ACDT), SECTUR Guanajuato invitó a la Universidad de Guanajuato a elaborar un “Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de las Ciudades Patrimoniales de la Humanidad y León del Estado de Guanajuato 2013” para las ciudades de Guanajuato, León y San Miguel de Allende.

Como objetivo general se dio la encomienda de identificar las problemáticas y prioridades a seguir en los tres destinos de Guanajuato en términos de oferta turística, democratización de la productividad turística, sustentabilidad turística, formación y certificación, accesibilidad e infraestructura, seguridad patrimonial y física, promoción y comercialización, gestión del destino y TICs de información al turista.

Para este efecto, se formaron seis líneas de investigación:

- La primera se encargó de aplicar entrevistas de profundidad a dependencias de gobierno local, oficinas de turismo, dependencias estatales, instituciones de educación y personal de SECTUR Guanajuato. La muestra cualitativa se conformó de un total de **24 entrevistas**, conformadas por 19 dependencias estatales y universidades, y **por 5 dependencias del municipio de León**.
- La segunda línea levantó el inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos de los tres destinos incluyendo a hoteles, restaurantes, monumentos, etc. De esta cifra se obtuvo la actualización del inventario de **720 registros** de establecimientos de actividad turística.

De manera simultánea, un segundo grupo de la misma línea aplicó encuestas a prestadores de servicios turísticos, incluyendo los directores de organizaciones sectoriales como son la Asociación de Hoteles y Moteles, CANIRAC, etc. Lo anterior con el fin de obtener información puntual, confiable y real de la operación de los negocios, así como su opinión sobre la situación actual del turismo. Esta muestra se conformó de **130 entrevistas** realizadas a prestadores de servicios turísticos.

- La tercera línea aplicó encuestas de percepción turística a la ciudadanía de León. Con una muestra de **524 encuestas, 493 residentes nacionales y 31 residentes extranjeros**.
- La cuarta línea llevó a cabo 16 grupos focales con participación de 8 a 10 participantes en cada uno de los 8 principales destinos emisores de turistas al Estado de Guanajuato (Guadalajara, Puerto Vallarta, Morelia, Querétaro,



- San Luis Potosí, Monterrey, Toluca, México D.F.) con el fin de registrar la percepción del mercado actual y potencial. SE conformó una muestra cualitativa total de **176 participantes** agrupados en 2 segmentos: Segmento Adulto Joven con 90 asistentes y Segmento Adulto Maduro con 86 asistentes, de ambos sexos.
- La quinta línea aplicó 32 entrevistas de profundidad a líderes de opinión de agencias de viajes, tour operadores de los 8 principales mercados emisores al Estado de Guanajuato (Guadalajara, Puerto Vallarta, Morelia, Querétaro, San Luis Potosí, Monterrey, Toluca, México D.F.)

Asimismo, se aplicaron 8 entrevistas con directivos de alto rango de instituciones de la talla del CPTM, CESTUR y SECTUR Federal.

Esta línea conformo una muestra cualitativa final de **40 entrevistas**, con la finalidad de identificar las áreas de oportunidad en materia de promoción y comercialización del Estado de Guanajuato.

- La sexta línea integró el análisis de las demás líneas conjuntamente con una investigación documental de fuentes secundarias de información, para poder elaborar las Agendas de Competitividad para los tres destinos, incluyendo la generación de 120 fichas de indicadores turísticos y la construcción de un portafolio de proyectos de inversión.

Después de un proceso de análisis de problemáticas, soluciones, estrategias y proyectos y programas, se invitó a los líderes de opinión en materia turística del Municipio de León del Estado de Guanajuato, para priorizar los proyectos y programas más importantes para el desarrollo turístico del destino.

En seguida se presentan los principales proyectos y programas seleccionados que representan acciones a tomar en materia de los 9 factores de competitividad.

1. Promover ruta de peatones con ruta Poliforum-Forum Cultural-La Calzada-Calle Madero -Centro histórico hasta la Plaza del Mariachi.
2. Dignificación de la zona centro con rutas peatonales.
3. Renovar los museos de la ciudad para que constituyan atractivos mayores.
4. Incrementar la variedad de actividades de turismo de aventura.
5. Desarrollar parque eco turístico
6. Taller de sensibilización de servidores públicos al turismo previa a la extensión a la ciudadanía.
7. Aplicación de programa “Barrio Modelo” en zonas céntricas, con base en el impacto obtenido en Guanajuato y San Miguel de Allende (incluye incentivos económicos para la participación ciudadana en materia de



- ingresos turísticos por servicios ofrecidos en alimentos, guía de turistas, etc.).
8. Programa de sensibilización escolar.
 9. Utilización del agua tratada para riego de espacios verdes en la zona metropolitana (IMPLAN).
 10. Mayor involucramiento de la Comisión Nacional Forestal en actividades de reforestación con árboles y arbustos nativos/apropiados, sobretodo en la zona de recarga (sierras).
 11. Talleres de sensibilización de empresarios con respecto a la profesionalización del turismo.
 12. Incentivar empresas que capaciten y certifiquen su personal a través de accesos privilegiados a programas de desarrollo turístico.
 13. Programa permanente de superación de personal en distintas capacidades (calidad de servicio, conducción de grupos, etc.) y servicios (guías, meseros, etc.).
 14. Programa de capacitación en idiomas, además de inglés.
 15. Utilizar el sistema Oruga para conectar el centro histórico con las plazas comerciales.
 16. Construir estacionamientos inmediatamente fuera del centro histórico.
 17. Programa de señalética de oferta turista homogenizada
 18. Programa de mejora de banquetas, rampas y similares en pro de la movilidad de las personas en espacios públicos y edificios.
 19. Programa de atracción de la comunidad extranjera que trabaja en el corredor industrial del Bajío para que disfruten de la infraestructura de servicios superiores que ofrece León.
 20. Convencer a líneas aéreas y touroperadores de ofrecer vuelos directos de zonas turísticas de sol y playa, y otros destinos mexicanos al Estado de Guanajuato, con hospedaje en León para incrementar accesibilidad y abaratar costos de transporte
 21. Construir y operar módulo de información oficial.
 22. Crear “ventana única” para trámites.
 23. Potencializar sistema de apertura rápida de empresas (SARE).
 24. Fortalecer proyecto de Observatorio Turístico del Gobierno del Estado para la planeación turística en destinos.
 25. Equipar espacios públicos para el disfrute de tecnología.
 26. Conocimiento de portales y apps para dispositivos móviles para diseñar política de información que complementa la oferta de información del sector privado.



Este planteamiento de programas y proyectos supone la realización de estudios detallados de inversión y en su caso de factibilidad socioeconómica requeridos, con el fin de procurar los recursos necesarios para llevar los proyectos y programas a cabo.

Es importante mencionar que en cada uno de estos proyectos y programas se encuentran definidas estrategias y acciones que se podrán encontrar en la estructuración del “Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad del destino de León”.

OBJETIVO DEL ESTUDIO

La Agenda de Competitividad de León se alimentó de la revisión de las condiciones económicas, sociales y ambientales del destino, utilizando la información cualitativa y cuantitativa para destacar las estructuras y tendencias de desarrollo empresarial local, priorizando el aspecto regional o estatal.

El diagnóstico situacional que se elaboró, es una herramienta clave para identificar la situación que guarda la competitividad de la localidad, así como las recomendaciones detalladas para la realización y puesta en marcha de las mejoras sugeridas.

Con esta estrategia se pretende construir una hoja de ruta para llevar a cabo las propuestas identificadas en la investigación, desde liderazgos hasta procesos administrativos requeridos; disponer de un Modelo de Gestión de Destinos Turísticos que permita a la SECTUR Federal incidir en el desarrollo local sustentable; así como generar portafolios de proyectos de inversión por destino, que sirva de base para la programación y asignación de recursos presupuestales de las dependencias y organismos de la Administración Pública Federal APF relacionadas con el turismo.

Como objetivo general del estado, la Universidad de Guanajuato por encomienda de SECTUR Guanajuato, se dio a la tarea de identificar las problemáticas y prioridades a seguir en el destino de León, en términos de oferta turística, democratización de la productividad turística, sustentabilidad turística, formación y certificación, accesibilidad e infraestructura, seguridad patrimonial y física, promoción y comercialización, gestión del destino y TICs e información al turista.

En este documento en específico nos referiremos al destino de León.



I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

En las siguientes secciones se presentan los principales hallazgos derivados de este proceso de investigación.

1.0 Perfil socioeconómico¹

Así es el Estado de Guanajuato

Guanajuato es uno de los 31 estados que junto con el Distrito Federal conforman las 32 entidades federativas de México.

Limita al oeste con el estado de Jalisco, al norte con Zacatecas y San Luis Potosí, al este con el Estado de Querétaro y al sur el Estado de Michoacán.

Características:

- Extensión territorial de **30,768 km²**
- 1.6% del territorio nacional.
- Población de **5, 486,372 habitantes**, ocupando el 6° lugar a nivel nacional por el tamaño de su población.
- Ocupa el Octavo lugar a nivel nacional en llegada de turistas.

Principales actividades económicas:

- Manufactura y Alimentos
- Turismo
- Industria Automotriz y Autopartes
- Temperatura promedio anual de 18°C
- Periodo de lluvias: junio a septiembre

Cuenta con 46 municipios, los principales son:

- **León**
- *Guanajuato*
- *Irapuato*
- *Celaya*
- *Dolores Hidalgo*
- *San Miguel de Allende*
- *Silao*

¹ Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010, Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2° trimestre 2013; y Sistema Municipal de Bases de datos 2010.

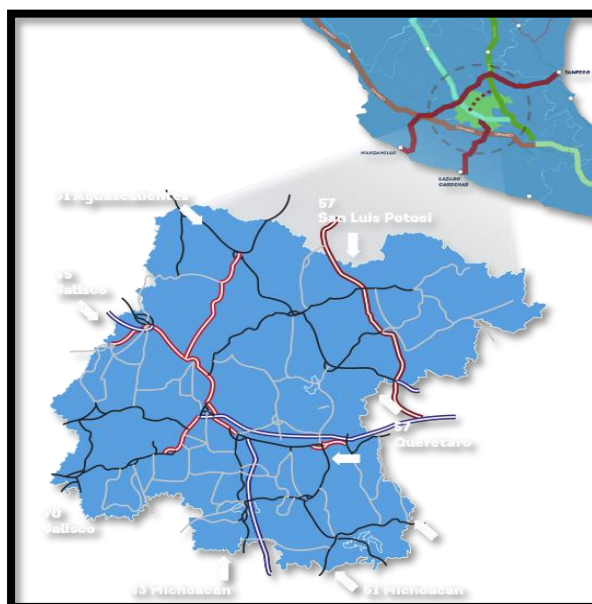


En un radio de 400 km, el Estado de Guanajuato tiene acceso al 80% del mercado nacional:

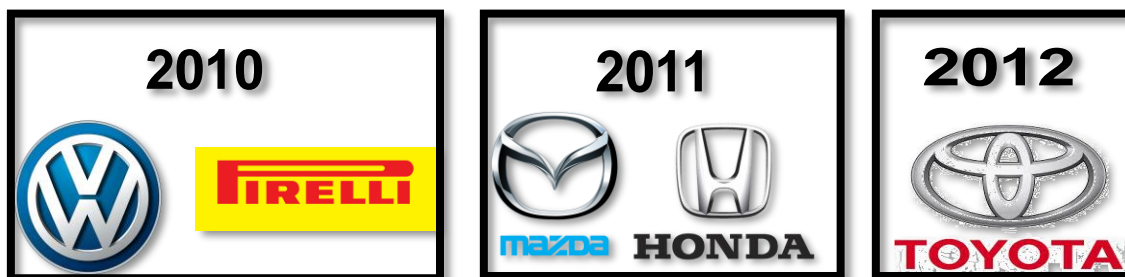
CIUDAD	DISTANCIA KM	TIEMPO DE RECORRIDO
México DF	387.760 Km	4 hrs. 02 min.
Guadalajara	219.500 km	2 hrs. 09 min.
Aguascalientes	117.850 km	1 hrs. 09 min.
Morelia	202.000 km	2 hrs. 22 min.
Querétaro	173.250 km	1 hrs. 45 min.
Zacatecas	233.850 km	2 hrs. 27 min.
San Luis Potosí	218.000 km	2 hrs. 26 min.
Toluca	304.800 km	3 hrs. 59 min.

Fuente: Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato.

Además cuenta con una autopista de 4 carriles a las principales ciudades del centro del país.



El estado de Guanajuato es líder regional en atracción de inversiones nacionales y extranjeras con 267 inversiones lo que representa más de 87 mil 451 empleos y un total de \$10,311 MDD acumulado de julio 2006 a septiembre 2013. El 74% de la inversión está enfocada a la industria automotriz:



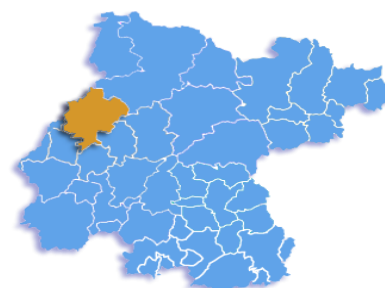
Así es León

Conocida como la Capital Mundial de la Piel y del Calzado, León de los Aldama es una ciudad dinámica que combina tradición con modernidad y dinamismo. Reconocida por tener la mejor red de ciclo vías del mundo, en 2012 fue nombrada "Ciudad campeona del Agua" debido a sus avances tecnológicos en el sistema de saneamiento y utilización de las aguas residuales como fuente de energía.

León ocupa un lugar relevante en la economía estatal y nacional, pues se le considera la capital social, comercial y de servicios de Guanajuato. Caracterizada por su importante desarrollo industrial y comercial, es renombrada por su producción de accesorios de piel y calzados, artículos que se pueden adquirir en los comercios de la famosa Zona Piel, y plazas diversas.

Su nombre oficial es León de los Aldama, y en conjunto con la Zona Metropolitana de León (ZML) conforma la séptima metrópoli de México con poco más de 1,650,000 habitantes; y es la mayor de la macro región del Bajío. Es cabecera del municipio de León.

El municipio limita al norte con San Felipe; al este con Guanajuato y Silao; al sur con Silao, Romita, y San Francisco del Rincón; y al oeste con Purísima del Rincón y el estado de Jalisco.



Superficie territorial:	1,183.20 km ² , equivalentes al 3.87% de la superficie total del estado
Gentilicio:	Leonés/Leonesa
Fundación:	20 de enero de 1576



Composición por edad y sexo

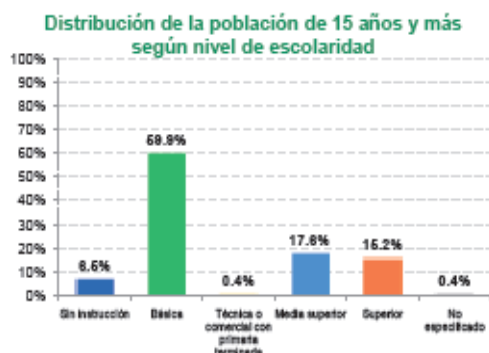
Población total:	1 436 480
Representa el 26.2% de la población de la entidad.	
Relación hombres-mujeres:	95.5
Hay 96 hombres por cada 100 mujeres.	
Edad mediana:	24
La mitad de la población tiene 24 años o menos.	
Razón de dependencia por edad:	55.4
Por cada 100 personas en edad productiva (15 a 64 años) hay 55 en edad de dependencia (menores de 15 años o mayores de 64 años).	



Fuente: INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010

León ocupa el 5to lugar en población del Estado de Guanajuato.

Características educativas



De cada 100 personas de 15 años y más, 15 tienen algún grado aprobado en educación superior.

Fuente: INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010

Tasa de alfabetización por grupo de edad:

15-24 años 98.2%

25 años y más 92.9%

De cada 100 personas entre 15 y 24 años, 98 saben leer y escribir un recado.

Asistencia escolar por grupo de edad:

3-5 años 49.1%

6-11 años 96.3%

12-14 años 90.2%

15-24 años 35.5%

De cada 100 personas entre 6 y 11 años, 96 asisten a la escuela.

ESTRUCTURA

Región	Región IV
Localización	21° 7' 11" N, 101° 40' 50" W
Elementos Diferenciadores	Parque Zoológico, Museo de las Ciencias (EXPLORA), Autódromo.
Segmento Especializado	Negocios-Cultural
Circuitos Identificados	Cuatro

Organismo Operador Oficina de Convenciones y Visitantes



ACTIVIDAD ECONÓMICA

Desde los años 40 del siglo XX, la economía de León ha girado en torno a la industria del cuero, calzado, proveeduría y marroquinería, aunque para inicios del siglo XXI, ha reorientado su economía a los servicios y la industria automotriz. Así como también hacia otras actividades: la atención de la salud de alta especialidad y diagnóstico, la educación superior y la investigación, al igual que el turismo de negocios.

PERFIL ECONÓMICO

De acuerdo con datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), en el tercer trimestre del 2012 la Población Económicamente Activa era de 622,346 personas, de la cual, la población ocupada es de 582,295 personas.

Características económicas

Población de 12 años y más	Total	Hombres	Mujeres
Económicamente activa:	57.8%	76.6%	40.2%
Ocupada:	95.6%	94.6%	97.4%
No ocupada:	4.4%	5.4%	2.6%
De cada 100 personas de 12 años y más, 58 participan en las actividades económicas; de cada 100 de estas personas, 96 tienen alguna ocupación.			
No económicamente activa:	41.9%	23.0%	59.5%
De cada 100 personas de 12 años y más, 42 no participan en las actividades económicas.			
Condición de actividad no especificada:	0.3%	0.4%	0.3%

Fuente: INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010

La composición económica por sectores en el municipio se ha mantenido estable a través del tiempo. En el tercer trimestre del 2012, el 62.17% de la población ocupada trabajaba en el sector terciario comercio y restaurantes, servicios de alojamiento, profesionales, financieros y corporativo. En el sector secundario, el 36.95%, representado por la industria manufacturera, extractiva y de electricidad y construcción. Finalmente, el sector primario representa solamente el 0.54%, dicho sector está integrado por agricultura, ganadería, pesca y silvicultura.

La ciudad de León es una ciudad industrial que tiene el PIB más alto del estado. Sin embargo, existen polígonos de pobreza que no cuentan con todos los servicios básicos, en los cuales habitan 580,924 personas.

En cuanto a la infraestructura, León cuenta con la siguiente oferta:

Unidades Médicas	79
Planteles educativos (Escuelas en educación básica y media superior)	1,762
Hospedaje (1* a 5* y SC)	125
Restaurantes	348

Por otro lado, también es importante mencionar que en el municipio se encuentran actualmente decretadas dos áreas naturales protegidas (2012), incluyendo la Sierra de Lobos que es la de mayor dimensión del Estado.

Cuenta con un sistema de transporte público de primer nivel. En 2011 obtuvo una mención honorífica en el “Sustainable Transport Award 2011”, superando a San

Francisco, California y a Zúrich, Suiza. Ocupa el tercer lugar a nivel América Latina con la mayor red de ciclo vías.

Según el estudio “Ciudades del Futuro” del diario británico Financial Times, León ocupa la primera posición de Latinoamérica en la división de las ciudades más grandes con mejor costo- beneficio.

En marzo de 2012, recibió un premio como “Ciudad campeona del agua”, junto con Buenos Aires, Argentina, Róterdam, Holanda y Lyon, Francia, entre otras ciudades; principalmente por demostrar mayores avances en los temas de saneamiento y reutilización de aguas residuales y cogeneración de energías a partir de biogás.

2.0 Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos²

² Fuente: CONACULTA, Dirección de Análisis e Información SECTUR Guanajuato; y Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio “Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León, Guanajuato 2013”, SECTUR Guanajuato.



Actualmente, el Municipio de León posee los siguientes atractivos turísticos:

Rutas Turísticas	4
Monumentos	53
Inmuebles Protegidos	0
Actividades de Ocio	72
Declaratoria Patrimonio Mundial de la Humanidad (UNESCO)	0

Fuente: SECTUR Guanajuato

Además de los siguientes productos:

Productos Turísticos León
Ruta PiCaSo
Hostal El Armario

Fuente: SECTUR Guanajuato

A continuación se muestra una tabla resumen de atractivos, recreación y deporte identificados en el municipio:

Atractivos, Recreación y Deporte		
Guanajuato	Recreación y deporte	32
	Galería de arte	2
	Museos y manifestaciones culturales	68
	Sitios naturales	4

Fuente: estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León, Guanajuato 2013"

León está reconocido como una ciudad comercial y sin embargo cuenta con patrimonio histórico cultural, que incluye los siguientes atractivos principales:



La Catedral de León	Construido en 1765 con fachada barroco
Centro de Ciencias EXLORA	Para niños y adultos, tiene exhibiciones permanentes, patio, parque y el cine IMAX más grande de América Latina
Zona y ruta peatonal	Espacio entre el Polifórum y el centro histórico que se transforma en zona de diversión y relajamiento
El Templo Expiatorio	Cuenta con una impresionante fachada Neogótica
El Parque Metropolitano	Contiene a la Presa del Palote y es Anfitrión del Festival del Globo
Parque Zoológico de León	Tiene una colección de animales desde grandes mamíferos como osos y elefantes hasta aves con majestoso plumaje y monos
El Arco de la Calzada	En Calzada de los Héroes, el monumento más característico de León
Plaza Fundadores	Amplia y bonita plaza establecida en 1576, con inmuebles reconocidos como el Palacio Municipal
El Museo de Arte e Historia Guanajuato	Abrió en 2008, con museo y teatro de ópera
Fórum Cultural Guanajuato	Abrió en 2006, con biblioteca y es sede de la carrera de Arte y Cultura de la Universidad de Guanajuato
Teatro Bicentenario	Teatro moderno, resguardo de eventos y obras de alta calidad
Teatro Manuel Doblado	Teatro más tradicional de la ciudad, con eventos de calidad y valor histórico
Polifórum	Centro de convenciones de talla internacional como SAPICA y ANPIC

Se requiere de un mayor trabajo para lograr detonar todo el potencial de la oferta turística que se encuentra en aumento en los últimos años gracias a la colaboración entre gobierno y empresarios.

Además de lo anterior, este destino tiene planeado explotarse como destino ecoturístico en la zona de la Sierra de Lobos, el área natural protegida más grande del Estado de Guanajuato que inicia en las orillas de la ciudad.

Existe una buena coordinación en León entre departamentos del gobierno municipal (Turismo, Obra Pública, Desarrollo Urbano e IMPLAN), el gobierno del Estado (SECTUR Guanajuato) y los empresarios que permite la realización de un programa de renovación del centro histórico, a través del rescate de plazas y edificios históricos y la construcción de nueva oferta (en la zona del Polifórum).

La Ruta del Peatón que incluye la zona del Polifórum, (Fórum Cultural, EXPLORA, Estadio León, Feria de León, entre otros) y las calles Calzada y Madero rumbo al centro histórico hasta la Plaza del Mariachi, representan un proyecto turístico interesante de reinvención urbana, dignificando y conectando plazas e inmuebles



como: San Juan de Dios, XX de Septiembre, Calle Chapultepec, la zona del Templo del Calvario y el Barrio del Coecillo.

León, es anfitrión de varios eventos regionales, nacionales e internacionales, como son: Feria de León, Festival Internacional Cervantino, Festival del Globo, Rally WRC, etc. Por otro lado existe la mancuerna entre el Departamento de Turismo y la OCV de León, organización sin fines de lucro y apoyada por los empresarios de la ciudad, que promueve la celebración de convenciones de negocios (ANPIC, SAPICA, etc.) y exposiciones (Expo Boda, Expo Bienestar, etc.).

La ciudad se reconoce por su oferta de plazas comerciales y de cuero, pieles y zapato, como son Plazas: Mayor (al norte) y Altacia, Outlet de Calzado Mulza, Centro Max, etc. (al sur). Existe el potencial de conectar esta oferta con el centro histórico / Poliforum con la extensión del sistema de transporte urbano, "Oruga", con el fin de crear un corredor turístico. La zona de la Central Camionera cuenta con pequeños comerciantes de productos cuero y zapato, y la Plaza del Zapato se encuentran a medio kilómetro de este desarrollo. Además se prevé la creación del Museo Nacional de la Piel y el Calzado (MUNPIC) cerca del Estado de León en la zona del Polifórum.

En general, existe una buena oferta de hoteles con capacidad para eventos y reuniones de negocios y restaurantes con oferta variada, de cocina nacional e internacional.

Derivado de las opiniones generadas por los entrevistados dentro del diagnóstico de competitividad de León, se concluye la necesidad de integrar tour operadores y agencias de viajes con proveedores de servicios para crear paquetes de atractivos, rutas y circuitos turísticos, además de incrementar la variedad de actividades de eco-turismo en la Sierra Gorda, replicando la experiencia del Hotel Vergel de la Sierra.

Además Jalpa de Cánovas, recientemente nombrado Pueblo Mágico, se ubica a tan solo media hora de León. Existe un proyecto de desarrollo sustentable de la atractiva comunidad Nuevo Valle de la Sierra. Como parte de la misma iniciativa, se requiere potencializar el desarrollo de MIPyMES y proyectos productivos en zonas rurales. Es esencial que exista una coordinación eficiente entre los tres niveles de gobierno, los empresarios y la sociedad civil para crear nueva oferta turística.

Una opción muy interesante para León es el desarrollo del turismo de Salud, tomando en cuenta la buena oferta de hospitales, clínicas y laboratorios con que cuenta la ciudad, que incluye: Hospital Aranda de la Parra, Centro Médico Campestre, Hospital Los Ángeles, clínicas estéticas, etc. Las Universidades de Guanajuato Campus León y La Salle ofrecen prestigiosas carreras en distintas ramas de la medicina.



3.0 Evaluación cualitativa y cuantitativa de la oferta de hospedaje³

En relación a la oferta hotelera, León, cuenta con 125 hoteles lo que representa 7,010 habitaciones en establecimientos de diversas categorías, como se muestra en la siguiente tabla:

León		
Categoría	Hoteles	Habitaciones
1 Estrella	15	629
2 Estrellas	14	520
3 Estrellas	25	1,289
4 Estrellas	16	1,600
5 Estrellas	12	1,441
Total 1 a 5*	82	5,479
Sin Clasificar	43	1,531
Total 1 a 5* + Sc	125	7,010

Fuente: SECTUR Guanajuato. Noviembre 2013

La oferta incluye además de la oferta formal (1* a 5*), otras opciones de hospedaje como hostales, casas de huéspedes y renta de viviendas por temporadas cortas (sin clasificar).

A continuación se presenta una breve numeralía en relación a la oferta de hospedaje en León:

- En 2013, León recibió más de 1 millón 291 mil turistas en hotel, mostrando un incremento del 4% en comparación con 2012, es decir, cerca de 47 mil turistas más.
- La ocupación hotelera promedio en la ciudad fue de 51%, un aumento del 4% en comparación con el año anterior, que representa cerca de 2 puntos porcentuales más.
- Durante 2013, León recibió a más de 5 millones 902 mil visitantes, presentando una variación positiva del 4% con respecto a 2012.
- La derrama económica generada por el total de visitantes al destino fue de \$18 mil 309 millones de pesos, con un incremento del 7%.

³ Fuente: Dirección de Análisis e Información SECTUR Guanajuato; Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, e "Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León, Guanajuato 2013", SECTUR Guanajuato".



- En promedio, las tarifas hoteleras fluctúan entre \$128.00 y \$1,212.00 MXN

Con respecto a las tarifas hoteleras de este destino, se observa una tarifa promedio de \$665.00 en la oferta de 1 a 5 estrellas.

León	
Categoría	Tarifa
1 estrella	\$ 128.00
2 estrellas	\$ 394.00
3 estrellas	\$ 542.00
4 estrellas	\$ 966.00
5 estrellas	\$ 1,073.00
Promedio 1 a 5 *	\$ 665.00

Fuente: SECTUR Guanajuato. Noviembre 2013.

Cabe señalar que la oferta hotelera en la ciudad tiene mayor demanda en los establecimientos de 3 estrellas, como se percibe en la tabla, donde la llegada de turistas en hoteles de este rango llegó a 307,272 cifra por encima de la categoría de 4 con 265,758 turistas y categoría de 1 a 3 con 239,513 y 212,443 respectivamente.

Llegada de turistas a establecimientos de hospedaje por centro turístico y municipio según categoría turística del establecimiento, 2011.

Centro turístico y municipio	Total	Cinco estrellas a/	Cuatro estrellas	Tres estrellas	Dos estrellas	Una estrella
Estado	2 976 899	473 919	844 088	851 345	385 590	421 957
Centros turísticos	2 517 754	447 108	743 755	679 122	290 539	357 230
Celaya	290 925	9 521	129 456	73 781	54 566	23 601
Guanajuato	483 326	62 713	151 284	160 135	89 604	19 590
Irapuato	274 385	31 401	121 202	55 719	23 619	42 444
León	1 138 702	212 443	265 758	307 272	113 716	239 513
Salamanca	96 802	8 194 b/	13 273	50 059	0	25 276
San Miguel de Allende	233 614	122 836	62 782	32 156	9 034	6 806

Fuente. INEGI. Anuario Estadístico por Entidad Federativa. Guanajuato 2012

Indicadores de la Actividad Turística León



Indicador	2012	2013	Variación Relativa	Variación Absoluta
Cuartos disponibles	1,947,322	1,954,233	0.4%	6,911
Cuartos ocupados	952,349	989,792	3.9%	37,443
Llegada de turistas	1,244,747	1,291,457	3.8%	46,710
Turistas noche	1,684,046	1,674,280	-0.6%	-9,766
Porcentaje ocupación	48.91%	50.65%	3.6%	1.74
Estadía promedio	1.35	1.30	-4.2%	-0.06
Densidad	1.77	1.69	-4.3%	-0.08
Visitantes	5,688,972	5,902,455	3.8%	213,483
Derrama Económica	\$17,114,734,862	\$18,309,566,237	7.0%	\$1,194,831,375

Fuente: Datatur, SECTUR Guanajuato, Estudio del Perfil del Visitante 2012.

El número de cadenas de hoteles ha crecido de manera importante en León durante la última década; sin embargo, la oferta de hospedaje y de servicios complementarios es insuficiente en eventos masivos, según perciben los turistas con mayores ingresos. Por lo tanto, el destino cuenta con una oferta hotelera que debe de crecer en tamaño y calidad ya que la ciudad, cada vez es anfitriona de más eventos de talla nacional e internacional.

Hay existencia de un inventario de prestadores de servicios turísticos de buen nivel, en cuanto a plazas comerciales, centros de convenciones, hoteles y restaurantes. Sin embargo, existe la necesidad de capacitar al personal de primer contacto y aquellas personas que están involucradas directamente en la actividad turística.

En cuanto al tema ambiental, solo tres hoteles cuentan con plantas de tratamiento de aguas residuales y uno con un sistema de captación de agua pluvial. Esta situación es grave, dadas las condiciones de insuficiencia de recursos, sobre todo agua, que ha imperado en los últimos años. No existen tampoco incentivos por parte del sector público para promover la migración de sistemas tradicionales hacia sistemas sustentables que garanticen la continuidad de los recursos y del destino.

La calificación del turista sobre los establecimientos de hospedaje y de establecimientos de alimentos y bebidas es de 8.2 y 8.0 (SECTUR, 2012), respectivamente.

Preocupa el bajo nivel de ocupación durante la mayor parte del año, con un porcentaje promedio que ronda el 49% (SECTUR, 2012). En este sentido se requiere buscar alternativas de desarrollo de productos para incrementar tanto la



ocupación como la estadía, pues no se está aprovechando todo el potencial de la planta de alojamiento existente. Se ha tratado de contrarrestar esta tendencia con la organización de diferentes eventos en períodos no vacacionales como la Feria Internacional de León.

Además de esfuerzos muy concretos en el área de promoción y comercialización, es necesario explotar otros atractivos, además del de negocios, para hacer más competitivo el destino. En esta parte, se podría aprovechar en mayor medida la oferta eco-turística, el turismo de salud y los atractivos culturales.

4.0 Oferta complementaria⁴

León ofrece varios atractivos turísticos que son soporte para atraer a los turistas, como los distintos establecimientos de venta de artesanías y productos de la industria del calzado, de hecho, el 19% del turismo viene por la oferta comercial, “shopping”.

El destino cuenta con 348 restaurantes y bares, 133 agencias de viaje, 336 establecimientos de alimentos y bebidas y en cuanto a la vida nocturna, existen pocos espectáculos, está concentrada en bares, la oferta cultural es de 15 museos y salas de exhibición permanente, cuenta con OCV, sólo 4 guías de turistas certificados, aunque no se registran puntos de información turística.

León también ofrece excelentes servicios de salud (hospitales, clínicas y laboratorios), servicios de mecánicos, renta de autos, etc.

Sin embargo, se muestra una oferta turística no articulada en torno a una vocación de destino turístico, aunque el destino cuenta con una oferta sólida y establecida de turismo, en concreto el turismo de negocios y de compras y el turismo relacionado con ciertos eventos, como la feria y el festival del globo.

Existe de hecho una percepción de sobre explotación de estos atractivos. Pero aún, falta desarrollar el resto de oportunidades que ofrece la ciudad, como los atractivos culturales y el zoológico en especial.

La oferta encuentra diversos segmentos de demanda que no resultan congruentes, por ejemplo, el centro histórico está posicionado para un segmento muy local y su oferta no corresponde al segmento de negocios, cultural o de esparcimiento.

⁴ Fuente: Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, y Cuestionarios a prestadores de servicios de los 3 destinos de Guanajuato, dentro de estudio, "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León, Guanajuato 2013", SECTUR Guanajuato".



A continuación se muestra la oferta turística del municipio de León:

OFERTA COMPLEMENTARIA	Total
Alimentos y bebidas	336
Agencia de viajes	133
Hospedaje	125
Bares y vida nocturna	12
Recintos, auditorios y salones	33
Spas	10
Atractivos, recreación y deporte	52
Arrendadora de autos	4
Transportadoras	3
Auxilio turístico	12
Total	720

Fuente: Estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León, Guanajuato 2013"

Derivado del trabajo de campo realizado durante el presente estudio, se pueden observar carencias en la oferta turística, como:

- Falta de publicidad en la mayoría de los casos de los establecimientos turísticos.
- El personal de los establecimientos turísticos, está mal preparado y el trato hacia el cliente es deficiente y malo.
- Falta de calidad en el servicio.
- Falta de cultura turística en el destino.
- Inaccesibilidad para las personas con capacidades diferentes ya que no se cuenta con rampas o accesos aptos para esto.
- Existencia de zonas inseguras para los turistas.
- Falta de limpieza en calles y lugares turísticos
- Mala señalética para ubicar fácilmente el lugar

Por otra parte también contamos con aspectos positivos que hacen que León sea atractivo, como:

- Variedad de parques: Parque Metropolitano, Parque Zoológico, EXPLORA, etc.
- Eventos culturales y de espectáculos: Feria Internacional de León, Feria Nacional del Libro, Feria del Globo, Congreso Mundial del Calzado, etc.
- El buen ambiente que ofrecen los establecimientos.
- La calidad de los alimentos.

5.0 Factor Humano⁵

En el tema de la educación del municipio, la escolaridad promedio es de 8.5 años (INEGI, 2012), ubicándose entre el segundo y tercero año de secundaria y por encima de la cifra estatal de 7.7 años.

Al 31 de diciembre de 2010, se registró un total de 279,807 trabajadores afiliados al IMSS.

Por su parte, la Secretaría de Trabajo y Previsión Social señaló que en el año anterior en el ejercicio 2012 fueron 167 mil personas en el sector turismo a nivel estatal, esto representa un 3% más del 2011, tanto en servicio de alojamiento, como en alimentos y bebidas y otros servicios turísticos.

Sin embargo se prevé un problema en cuanto a la capacidad de estas personas para atender adecuadamente el turismo, por lo que se recomienda trabajar en la capacitación tanto de la gente de servicio y primer contacto, como de los gerentes y puestos directivos de las empresas, con la finalidad de lograr una mejora en el servicio de manera integral.

La participación de las universidades en la formación y en la profesionalización de prestadores de servicios turísticos es fundamental, por lo cual es importante considerar que son éstas instituciones las que aportan calidad en la formación de directivos y personal de primer contacto.

A continuación se enlista la oferta académica que alberga León en relación a Universidades y programas de educación relacionados con el turismo.

UNIVERSIDADES	PROGRAMAS
Centro de Estudios Técnicos Internacional de Turismo, Campus León	Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas
Universidad Internacional de Turismo, Campus León (UNIPRO)	Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas
	Licenciatura en Gastronomía
Instituto Internacional Universitario, Campus León	Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas
	Licenciatura en Gastronomía

⁵ Fuente: Dirección de Análisis e Información SECTUR Guanajuato; y Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León, Guanajuato 2013", SECTUR Guanajuato.



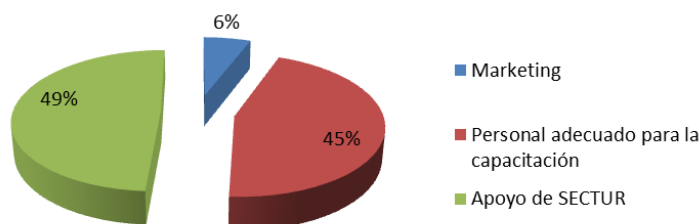
Instituto de Estudios Superiores del Bajío	Licenciatura en Administración y Desarrollo Turístico
	Licenciatura en Gastronomía
Politécnico de Guanajuato	Licenciatura en Hotelería y Sistemas Turísticos
	Licenciatura en Gastronomía
Universidad de León	Licenciatura en Turismo de Negocios
Universidad Iberoamericana León	Desarrollo Turístico y Hospitalidad
Universidad Meridiano	Ecoturismo
	Hotelería Sustentable
Universidad de La Salle Bajío	Licenciatura en Administración Turística

Fuente. Elaboración propia a partir de SECTUR (2014)
http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9043_guanajuato

Como se aprecia en la tabla anterior, la oferta de instituciones educativas es amplia y diversa, de estas instituciones se identifica que existen 4 universidades que forman profesionales en la gastronomía, mientras que el resto se enfocan a la gestión y una minoría al ecoturismo.

La perspectiva de los directivos de dependencias gubernamentales, mencionan la necesidad de un mayor énfasis o mayores acciones que incidan en la profesionalización, no sólo en puestos operativos, sino en una necesidad directiva o gerencial de hoteles, restaurantes y oficinas de atención a turistas y visitantes.

En temas de capacitación, en la siguiente gráfica se observa que 49% de los entrevistados destacan el apoyo que reciben en materia por parte de SECTUR Guanajuato, aunque opinan que es insuficiente. Por otro lado, perciben que sus capacitadores son adecuados. El 6% destacan la capacitación en estrategias de Marketing.



Fuente. Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de León, apartado de prestadores de servicios

Actualmente SECTUR Guanajuato cuenta con los siguientes planes en materia de capacitación turística:

Merchandising para empresas turísticas
Diseño y operación de rutas de turismo

Manejo Higiénico de los Alimentos
Posicionamiento y Branding de destinos
Guías de Turistas Módulo 3
Grupo Tesoros
Guías de turistas Módulo 4

Fuente. Dirección de Cultura Turística. SECTUR Guanajuato

Esta selección de temas buscar orientar la gestión de las estrategias a implementar por parte de los prestadores para mejorar su operación en temas de imagen, presentación del producto o servicio, etc.

En el tema de capacitaciones, la Secretaría de Turismo ha logrado certificar un total de 119 empresas durante el período 2007-2013, concentrándose principalmente en la Certificación M, y Punto Limpio principalmente.

CERTIFICACIONES 2007-2013	Número	Participación
Moderniza	64	54%
Punto Limpio	31	26%
Gran Anfitrión	11	9%
Distintivo H	9	8%
Tesoros de Mexico	4	3%
Total	119	100%

Fuente: Dirección de Cultura Turística de SECTUR Guanajuato 2013

En el ejercicio 2012, en el Estado de Guanajuato fueron 167,000 personas ocupadas en el sector turismo, esto representa un 3% más que en el 2011.

Se requiere doblar esfuerzos en León, brindando continuidad y reforzar los cursos existentes, así mismo proponer algunos vínculos a la atención al turista, en gastronomía, en calidad en el servicio, imagen, relaciones públicas, idiomas, conducción de grupos y en todo lo relacionado a distintivos como H y M.

A pesar de estos esfuerzos del sector empresarial y de SECTUR, se tiene la percepción de que los planes de capacitación turística son escasos e ineficientes. Se detecta un círculo vicioso entre baja remuneración y profesionalización del personal y también una falta de seguimiento en materia de la aplicación del aprendizaje, a nivel personalizado y a nivel establecimiento.

Las diferentes instituciones de educación están trabajando para revertir los problemas de adecuación de programas para las necesidades de la industria turística. A pesar de ello, los ingresos marginales hacen que gente altamente capacitada, ejerza sus conocimientos en otros sectores económicos tratando de conseguir mejores condiciones de vida.



Sin duda, hace falta trabajar con otras dependencias, empresas y/o instituciones en materia de capacitación de personal turístico para que el recurso humano reciba la debida instrucción en el área de servicios.

Finalmente, es importante decir que existe una falta de información sobre oferta de programas de certificación. En este sentido, se necesitan crear mecanismos de transferencia de información para que más personas puedan acceder a estos programas y puedan brindar un mejor servicio a los visitantes. En el futuro cercano será conveniente la impartición de cursos de idiomas, sobre todo inglés pero sin limitarse a este idioma, dado el crecimiento del turismo internacional debido al impulso industrial del estado.

De acuerdo con la Secretaría de Turismo Federal (2013), las empresas turísticas que cuentan con el reconocimiento de Distintivo H son un total de 14, de las cuales 7 tienen su vigencia hasta el 2013.

No. De Distintivo	Establecimiento	estatus	día	mes	año
307	Restaurante Andanza, Hotel Casa Sierra Nevada	vigente	2	octubre	2013
2059	Room Service Hotel Casa Sierra Nevada	vigente	2	octubre	2013
3824	Comercial Mexicana, Mega	vigente	9	Noviembre	2013
4590	Bar Azul Hotel Casa Sierra Nevada	vigente	2	octubre	2013
4796	Comercial Mexicana, Mega Bocatto	vigente	9	Noviembre	2013
4797	Comercial Mexicana, Mega Grand Café	vigente	9	Noviembre	2013
6413	Restaurante Liverpool SMA	vigente	27	Julio	2013
6844	Restaurante Bar 1826 Hotel Rosewood	vigente	23	Abril	2014
6845	Tequila Bar Hotel Rosewood	vigente	23	Abril	2014
6846	Restaurante de Asociados Hotel Rosewood	vigente	23	Abril	2014
6847	Bar Luna Tapas Hotel Rosewood	vigente	23	Abril	2014
6848	Banquetes Hotel Rosewood	vigente	23	Abril	2014
6849	Suite Service Hotel Rosewood	vigente	23	Abril	2014
9010	Resataurante Bar Agua Hotel Rosewood	vigente	23	Abril	2014

Fuente. SECTUR Guanajuato. Dirección de Cultura Turística.

Establecimientos que Cuentan con Distintivo "H" Vigente



No. de Distintivo	Establecimiento	Status	Día	Mes	Año
97	Fiesta Inn León Restaurante Café La Fiesta	vigente	21	Diciembre	2013
564	Restaurante Toks Unidad León Estadio	vigente	18	Abril	2014
2477	6513 Sam's Club León Clouthier	vigente	16	Octubre	2013
2480	4877 Sam's Club López Mateos	vigente	29	Mayo	2014
3376	1100 Superama Las Torre	vigente	29	Mayo	2014
3788	Comedor del Hospital Regional de Alta Especialidad del Bajío, Operado por Comedores Industriales CEMA del Centro, S.A. de C.V.	vigente	9	Noviembre	2013
4190	Restaurante Toks Unidad León Las Torres	vigente	18	Abril	2014
4393	Restaurante La Guardesa del Hotel Radisson Poliforum Plaza León	vigente	14	Agosto	2013
4394	Lobby Bar del Hotel Radisson Poliforum Plaza León	vigente	14	Agosto	2013
4395	Complejo Social y Empresarial Atrius del Hotel Radisson Poliforum Plaza León	vigente	14	Agosto	2013
4424	Restaurante Shine del Hotel Crowne Plaza León	vigente	13	Agosto	2013
4736	Servicio de Dietas del Hospital Regional de Alta Especialidad del Bajío Operado por Comedores Industriales CEMA del Centro, S.A. de C.V	vigente	9	Noviembre	2013
4829	Sushiitto León	vigente	31	Enero	2014
5809	Elaboración de Alimentos Nutriesco	vigente	15	Noviembre	2013
6076	Fiesta Inn León Lobby Bar	vigente	21	Diciembre	2013



Establecimientos que Cuentan con Distintivo "H" Vigente

No. de Distintivo	Establecimiento	Status	Día	Mes	Año
6077	Fiesta Inn León Comedor de Colaboradores "El Campanario"	vigente	21	diciembre	2013
6394	Hospital Ángeles León - Servicios Alimentarios	vigente	13	Mayo	2014
6395	Hospital Ángeles León - Comedor de Colaboradores	vigente	13	Mayo	2014
6506	Restaurante La Cascada del Club Campestre de León	vigente	7	Mayo	2014
6508	Bar Hoyo 19 del Club Campestre de León	vigente	7	Mayo	2014
6509	Snack Palmas del Club Campestre de León	vigente	7	Mayo	2014
6510	Snack Starter del Club Campestre de León	vigente	7	Mayo	2014
6781	Hotel Hotsson Restaurante Los Vitrales	vigente	30	Abril	2014
6782	Hotel Hotsson Lobby Bar "La Estampida"	vigente	30	Abril	2014
6783	Hotel Hotsson Cocina de Banquetes	vigente	30	Abril	2014
6784	Hotel Hotsson Room Service	vigente	30	Abril	2014
6798	Restaurante Argentilia	vigente	19	Febrero	2014
6799	Bar Argentilia	vigente	19	Febrero	2014
6800	Comedor Empleados Argentilia Express	vigente	19	Febrero	2014
8046	Hotel Posada Santa Fé Restaurante El Truco	vigente	29	Mayo	2014
8052	Poliforum León Congresos y Exposiciones	vigente	20	Mayo	2014
8119	Hospital Ángeles de León Cafetería Rincón Azul	vigente	13	Mayo	2014
8232	Loev. S.A de C.V.	vigente	27	Julio	2014



Establecimientos que Cuentan con Distintivo "H" Vigente

No. de Distintivo	Establecimiento	Status	Día	Mes	Año
8646	Ma Come No Ristorante Italiano	vigente	1	Diciembre	2013
8647	Ma Come No Cafetería el Domo	vigente	1	Diciembre	2013
8648	Bar Ma Come No	vigente	1	Diciembre	2013
8650	Servicios de Alimentos del Hotel Real de Minas Express	vigente	25	Noviembre	2013
8651	Servicio de Buffet del Hotel Real de Minas Express	vigente	25	Noviembre	2013
8652	Deligo	vigente	30	Noviembre	2013
8786	Las Huérfanas Hamburguesas & Grill	vigente	9	Enero	2013
8797	Restaurante Soto	vigente	24	Enero	2014
8798	Bar Soto	vigente	24	Enero	2014
8799	Itacate	vigente	22	Enero	2014
8800	Sushitai las Torre	vigente	22	Enero	2014
8801	Bar Sushitai Las Torres	vigente	22	Enero	2014
8821	Mr. Green Centro Max	vigente	31	Enero	2014
8946	Snack Gym del Club Campestre de León	vigente	7	marzo	2014
8947	Cafetería del Club Campestre de León	vigente	7	marzo	2014
8961	Restaurante "Nuestro Patio" del Hotel Holiday Inn León-México	vigente	25	Marzo	2014
9021	Hotel Hotsson Comedor de Colaboradores "Cubilete"	vigente	30	abril	2014

Fuente. SECTUR Guanajuato. Dirección de Cultura Turística.

Considerando que el objetivo del programa M es incorporar a las MIPyMES turísticas, prácticas administrativas modernas enfocadas en aspectos como: calidad humana, satisfacción del cliente, control de procesos y direccionamiento de la empresa; a fin de aumentar su grado de competitividad, la Secretaría de Turismo lleva a cabo acciones para incorporar y fortalecer la gestión administrativa y la eficiencia operativa en las empresas turísticas. Ante esto, para el 2015 se



establece como meta un total de 1,000 empresas, prestadores de servicios con certificación M.



Fuente. Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato (2014).

De acuerdo con el Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato, hasta el año 2011 se contaba con 20 empresas como parte del programa, sin embargo, a lo largo de estos dos años, se han incrementado un número considerable de empresas, dado que se estableció una meta mínima inmediata de 30 empresas adicionales a las existentes y, gradualmente lograr incorporar a más empresas hasta llegar a un mínimo de 150.

De acuerdo con SECTUR Guanajuato y su portal de información turística, Guanajuato Experience, la ciudad de León cuenta con 3 guías locales acreditados, que demuestra el subdesarrollo de actividades turísticas tradicionales en el destino.

LEÓN LOCALES Guías acreditados

Lada 01 (477)

→ Anabel López Tovar Tel. 780 39 79 E-mail: anabel_staurofila@hotmail.com	→ Gabriela del Carmen Pérez Mtz. Tel. 780 30 52	→ Ma. Del Refugio García Zermeño Tel. 717 44 45
---	--	--

Fuente. <http://www.gtoexperience.mx/images/downloads/un-buen-guia.pdf>

La Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato determina el perfil y grado de satisfacción del visitante al Estado y a los principales municipios turísticos del estado; adicional a ello, las empresas de servicio cuentan con esquemas de evaluación de los visitantes.

Para resaltar la importancia de la capacitación turística, SECTUR Guanajuato evalúa la satisfacción de los visitantes al destino de Guanajuato a través del Estudio del Perfil del Visitante.

En este estudio se evalúa, entre otros parámetros aspectos como procedencia, experiencia de viaje, gasto, tipo de hospedaje, estadía, desplazamiento, entre otros. Ante este contexto, existe un apartado con respecto al índice de satisfacción que toma en cuenta 3 categorías: estructura turística, servicios e infraestructura de la ciudad.

Ante esto, se determina, como ya se ha señalado en párrafos anteriores, que la evaluación general del visitante a León es de 8.0 en forma general, evaluando la experiencia vivida en destino, los museos de la ciudad, el centro histórico, la diversidad de atractivos turísticos, los servicios de guías de turistas y de los módulos de atención. Lo mejor evaluado fue: el centro histórico (8.5), y los museos (8.4). El punto peor evaluado fue el servicio de guías de turistas (6.8) y el servicio de módulos de información (7.1), lo cual sugiere áreas de atención.

ESTRUCTURA TURÍSTICA	2012
Centro histórico	8.5
Experiencia en el destino	8.4
Museos de la ciudad	8.4
Establecimientos de hospedaje	8.2
Diversidad de atractivos turísticos	8.1
Diversidad de actividades recreativas	8.0
Establecimientos de alimentos y bebidas	8.0
Relación calidad/precio	8.0
Servicio de módulos de información	7.1
Servicio de guías de turistas	6.8

Fuente: Estudio del Perfil del Visitante a León 2012

En lo que se refiere al índice de satisfacción, lo mejor evaluado es la hospitalidad de los residentes (8.6), seguido de la seguridad en el destino y la limpieza en las calles y áreas públicas con 8.3 y 8.2 respectivamente. Es interesante que la evaluación del servicio de transporte público local (7.5) no sea tan favorable, que sugiere un área de oportunidad.



SERVICIOS	2012
Hospitalidad de los residentes	8.6
Seguridad en el destino	8.3
Limpieza en las calles y áreas públicas	8.2
Mantenimiento de recursos culturales	8.0
Mantenimiento de los recursos naturales	8.0
Limpieza de los balnearios	7.8
Servicio de elementos de seguridad	7.6
Servicios de transporte público local	7.5

Fuente. Perfil del Visitante a León 2012, Sector Guanajuato.

En cuanto a la infraestructura de la ciudad, los elementos más favorables fueron la iluminación de la ciudad con 8.3, seguido de la infraestructura carretera y la imagen urbana con 8.2 cada uno. De hecho, las calificaciones son adecuadas en cada rubro.

INFRAESTRUCTURA DE LA CIUDAD	2012
Iluminación de la ciudad	8.3
Infraestructura carretera	8.2
Imagen Urbana	8.2
Servicio de Estacionamientos	8.1
Acceso a la ciudad	8.1
Señaletica de la ciudad	8.1
Terminal de autobuses	8.0
Aeropuerto	7.9

Fuente. Perfil del Visitante a León 2012, Sector Guanajuato.

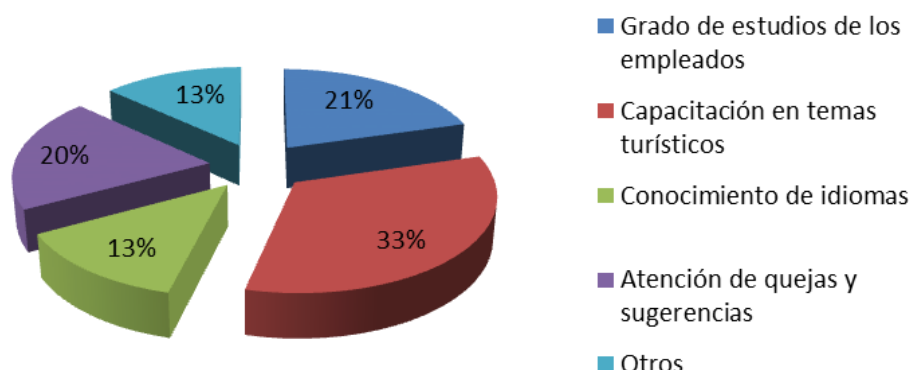
Acotando este sistema de evaluación de la experiencia al prestador de servicios, de acuerdo al estudio de “Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato”, se obtuvo que un 42% utilizan un buzón de quejas y sugerencias, seguido de un formato simple con un 38% para analizar las respuestas de sus clientes, y únicamente un cuaderno de sugerencias con un 23%.



Concepto	Porcentaje
Formato simple	38%
Buzón de quejas y sugerencias	42%
Cuaderno de sugerencias	23%

Fuente: Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de León 2013, apartado prestadores de servicios.

Con respecto a la productividad del negocio, el 33% de los encuestados creen que el aspecto más importante es la capacitación en temas turísticos, seguido con el grado de estudios de los empleados en un 21%.



Fuente: Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de León 2013, apartado prestadores de servicios.

6.0 Marco institucional y asociativo⁶

En relación al marco institucional y asociativo, León cuenta con una Dirección de Turismo Municipal y una OCV que está muy activa en materia de apoyo a exposiciones, ferias, congresos, etc.

Existen programas y diagnósticos en materia turística, se tiene un presupuesto de \$289, 569,400.00 del presupuesto estatal y \$2, 966,067.00 del presupuesto municipal, el cual, está destinado al turismo.

El marco regulatorio municipal está alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo, la normatividad municipal es congruente con los planes estatales y federales. Incluye:

- Lineamientos Generales para el establecimiento el Centro de Atención Empresarial y del Sistema de Apertura Rápida de Empresas con Actividades de Alto Impacto.

⁶ Fuente: Presupuesto de Ingresos y Egresos, publicado en el Periódico Oficial del Estado de Guanajuato; y Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León, Guanajuato 2013", SECTUR Guanajuato.



- Reglamento del Consejo Consultivo para el Desarrollo Económico del Municipio de León, Guanajuato,
- Reglamento del Consejo Consultivo de Turismo Médico del Municipio de León Guanajuato.
- Reglamento del Consejo Consultivo para la Protección y Promoción del Patrimonio Histórico del Municipio de León, Guanajuato
- Reglamento para la Protección, Mejoramiento y Conservación de la Imagen Urbana y del Patrimonio Cultural del Municipio de León, Gto.

Por un lado, existe una buena coordinación entre la Dirección de Turismo y la OCV para la promoción, financiamiento y organización de eventos de tipo comercial (expos y ferias) y por otro lado, hay una estrecha relación entre la Dirección de Turismo, IMPLAN, la Dirección de Obra Pública y la Dirección de Desarrollo Humano, para el desarrollo de proyectos de infraestructura que impactan en el turismo, como es la ruta peatonal que conectaría el Polifórum con el centro histórico y el sistema de transporte público de la Oruga que se extenderá para servir las necesidades de traslado de turistas entre atractivos.

Es conveniente la existencia de una verdadera ventana única para trámites empresariales y buscar la eliminación de la informalidad en el esquema de comisiones por venta de servicios, así como también es necesario mejorar la comunicación entre empresarios y gobierno para su cooperación mutua.

7.0 Accesibilidad y movilidad⁷

La cifra de visitantes al destino en el 2012 fue de 5,688,972 de los cuales, los turistas sumaron 2,787,596 y los excursionistas representan la diferencia. El 64% llegó en automóvil propio, 29% autobús y el 4% en aéreo.

El Aeropuerto Internacional de Guanajuato (Bajío), cuenta con salidas de vuelos con destino a las principales ciudades mexicanas: México D.F., Monterrey, Tijuana, y Cancún. Además de vuelos internacionales directos a Houston, Los Ángeles, Dallas/ Fort Worth, Chicago, San Francisco, Sacramento y Atlanta. El total de asientos semanales vendidos ha mantenido un flujo positivo constante mes a mes.

La información del Grupo Aeroportuario del Pacífico GAP contempla la totalidad del tráfico de pasajeros, es decir incluye información de entradas y salidas.

⁷ Fuente: Dirección de Análisis e Información SECTUR Guanajuato; y Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013", SECTUR Guanajuato.



Itinerario de Vuelos Aeropuerto de Guanajuato Asientos Semanales		
Mes	Año	Asientos
Diciembre	2012	12,478
Enero	2013	10,814
Febrero	2013	11,517
Marzo	2013	11,419
Abril	2013	13,141
Mayo	2013	11,624
Junio	2013	11,832
Julio	2013	12,300
Agosto	2013	12,542
Septiembre	2013	11,015
Octubre	2013	11,065
Noviembre	2013	11,339 -12,463
Diciembre	2013	14,463- 16,194
Enero	2014	14,170

Fuente: Dirección de Relaciones Públicas.

El acumulado de movimiento de pasajeros de **Enero-Diciembre** fue superior a los **988 mil 100 pasajeros totales, 47 mil 800 personas** más que en 2012, es decir un 5% de crecimiento.

Aeropuerto	2012	2013	%
	Enero-Diciembre	Enero-Diciembre	Variación
Guadalajara	7,436,400	8,148,000	9.57%
Guanajuato	950,300	998,100	5.03%
Aguascalientes	400,100	456,600	14.12%
Morelia	409,300	425,200	3.88%

Fuente: GAP- Grupo Aeroportuario del Pacífico. Pronóstico al 13 de Enero del 2014.



Fuente: GAP- Grupo Aeroportuario del Pacífico.

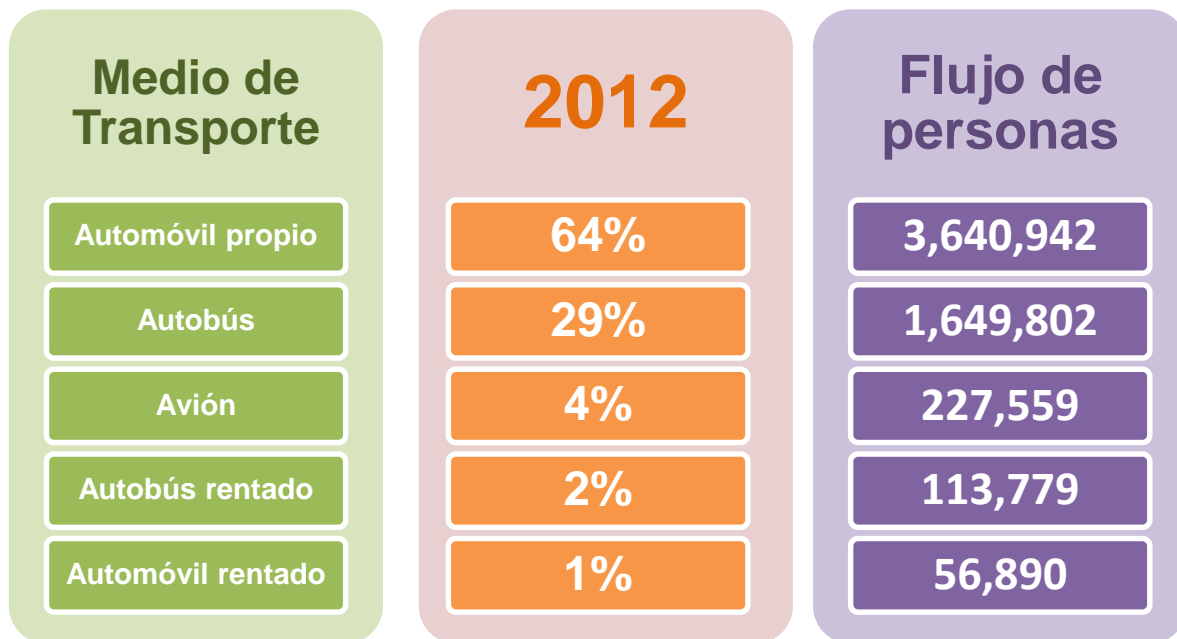
La siguiente tabla muestra la proporción de la llegada de pasajeros nacionales e internacionales de los años 2012 y 2013 al Estado de Guanajuato.

Mes	2012		Proporción		2013		Proporción		Variación Nac. 2013- 2012	Variación Inter. 2013- 2012
	Nac.	Inter.	Nac.	Inter.	Nac	Inter.	Nac	Inter.		
Enero	39,300	37,400	51%	49%	48,700	36,500	57%	43%	24%	-2%
Febrero	38,200	28,800	57%	43%	39,600	25,900	60%	40%	4%	-10%
Marzo	44,800	33,900	57%	43%	46,200	32,100	59%	41%	3%	-5%
Abril	40,300	33,300	55%	45%	45,200	28,400	61%	39%	12%	-15%
Mayo	47,100	31,300	60%	40%	52,000	29,800	64%	36%	10%	-5%
Junio	49,000	33,900	59%	41%	51,500	29,300	64%	36%	5%	-14%
Julio	50,800	43,700	54%	46%	60,100	36,900	62%	38%	18%	-16%
Agosto	47,800	36,300	57%	43%	56,100	32,600	63%	37%	17%	-10%
Septiembre	43,700	27,500	61%	39%	49,500	26,600	65%	35%	13%	-3%
Octubre	47,800	27,600	63%	37%	50,300	26,900	65%	35%	5%	-3%
Noviembre	48,700	30,000	62%	38%	56,500	30,100	65%	35%	16%	0.33%
Diciembre	54,200	35,100	61%	39%	63,100	44,200	59%	41%	16%	26%
Total	950,500				998,100					

Fuente: GAP- Grupo Aeroportuario del Pacífico.

Nota: Las cifras finales pueden no coincidir por el redondeo

En el tema de conectividad terrestre, de acuerdo al estudio del Perfil del Visitante de León 2012, casi las tres cuartas partes de los visitantes arribaron en automóvil propio, consecuencia de una adecuada infraestructura carretera con la que cuenta no solo la ciudad sino el Estado en general. El segundo medio de transporte a través del cual se trasladaron fue el autobús con casi la tercera parte, y en tercera instancia la afluencia se da por vía aérea.



Fuente. Perfil del Visitante a León 2012, Sector Guanajuato.

Considerando estas cifras, se puede decir que la accesibilidad interestatal e intermunicipal mediante distintos medios de transporte es parcialmente eficiente, hay conectividad aérea y terrestre, pero las rutas son escasas y hay congestión creciente en los accesos principales de la ciudad. Por lo tanto, es necesario continuar con la calidad y suficiencia en la infraestructura que existe y mejorarla, ya que hay congestión en accesos y en horarios pico.

La nueva autopista León – Salamanca, con tramos a Guanajuato y San Miguel de Allende reducirá la congestión en la salida a Silao y permitirá el acceso a León más fácil y atraerá un mayor número de recorridos turísticos.

En cuanto a la infraestructura interna, el transporte público carece de calidad y accesibilidad para personas discapacitadas, con excepción de las orugas (aunque es pertinente el programa previsto de extensión de los circuitos). Además, debe de haber una observación en términos de regulación ambiental de dicho transporte. Así mismo es conveniente ampliar los horarios del transporte en temporada alta y con las mismas tarifas. A pesar de tener suficientes servicios colectivos (taxi), se pide respetar tarifas que no se diferencien con temporadas bajas y altas. Se requiere trabajar la conectividad entre las plazas comerciales y el centro histórico con el fin de integrar el último en los circuitos de compras como zona de esparcimiento y de cultura. Cabe mencionar que se cuenta con un reglamento de imagen urbana vigente aunque algunas zonas de la ciudad requieren dignificación y hay señalética escasa en relación a los servicios turísticos de la ciudad.

Al respecto, se entrevistó a los prestadores de servicios en el estudio de “Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad Turística de Ciudades Patrimonio



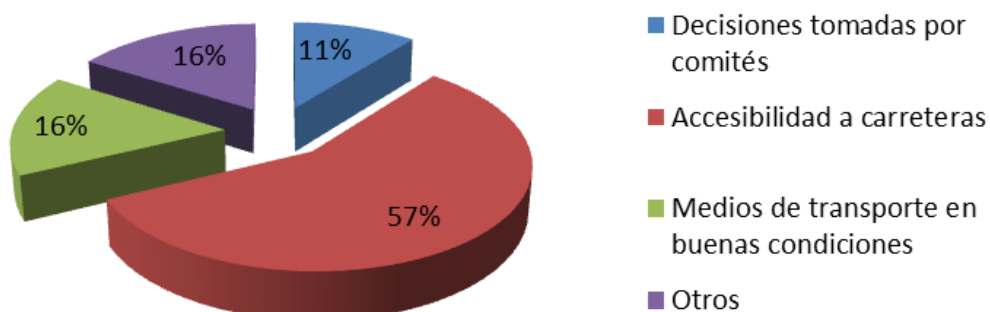
y León Guanajuato 2013”, donde la mayoría de las respuestas apuntan a que la vía de comunicación terrestre y aérea es de buena a excelente.

Accesibilidad e infraestructura

Transporte	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pesimo	No sé
Aéreo	28%	43%	8%	8%	5%	7%
Terrestre	23%	56%	8%	5%	5%	3%

Fuente: Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad Turística de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013”, apartado Prestadores de Servicios

Las propuestas en materia de accesibilidad e infraestructura para mejorar la competitividad del municipio de León conforme a las encuestas se desglosan como sigue: 57% es crear mejor accesibilidad en las carreteras, tener medios de transporte en mejores condiciones con un 16% y que las decisiones tomadas sean realizadas por comités con un 11%.



Fuente. Estudio de “Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013”, apartado Prestadores de servicios

Un valor adicional de León, es su conectividad con otros destinos y su intercomunicación y cercanía con destinos estatales y turísticos como Guanajuato y San Miguel de Allende. Y a nivel nacional con Querétaro y San Luis Potosí. Ante esto, los planes de ordenamiento territorial deben considerar un programa de ampliación y el aprovechamiento de espacios públicos. Además, continuar con la restauración y conservación del centro histórico e integrarlo con el proyecto del corredor peatonal de la calzada.

Otro problema relacionado con movilidad, se relaciona con la creciente congestión de vehículos en las vías principales. La restauración del Libramiento Morelos, apunta a solucionar el problema, sin embargo, hay zonas en Adolfo López Mateos e Hilario Medina (cerca de la central), donde la movilidad es deficiente en ciertos horarios. En este sentido, se generan conflictos de tráfico y circulación, dado que el visitante busca conocer la ciudad en su vehículo, lo que genera problemas de circulación, sumando la falta de señalética (mencionada anteriormente), la falta de puntos de información turística y estacionamientos

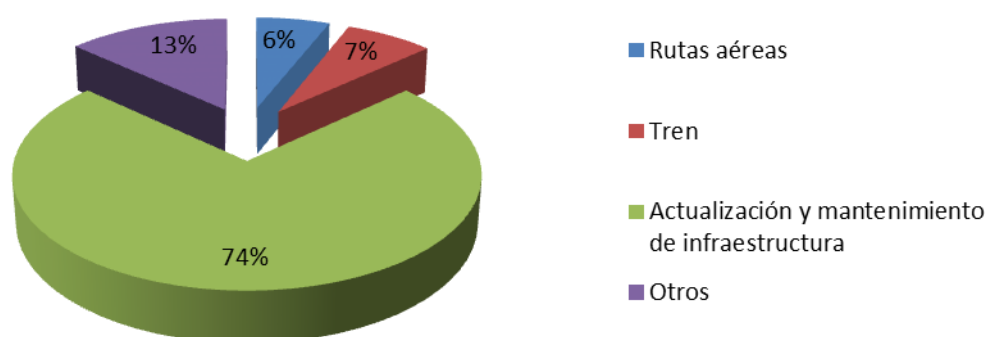


De acuerdo al perfil del visitante, el servicio de transporte público local es valorado con un 7.5, indicador por debajo de la media que oscila por el 8.2. Lo anterior representa una deficiencia de la calidad en el transporte local desde la falta de servicios para personas con capacidades especiales, mejoramiento de unidades y limpieza en los urbanos.

SERVICIOS	2012
Hospitalidad de los residentes	8.6
Seguridad en el destino	8.3
Limpieza en las calles y áreas públicas	8.2
Mantenimiento de recursos culturales	8.0
Mantenimiento de los recursos naturales	8.0
Limpieza de los balnearios	7.8
Servicio de elementos de seguridad	7.6
<u>Servicios de transporte público local</u>	<u>7.5</u>

Fuente. Estudio del Perfil del Visitante a León 2012

Por otro lado, los prestadores de servicios turísticos consideran fundamental que la infraestructura de la ciudad debe mejorarse, actualizándola y dándole mantenimiento de manera periódica (74%), consideran que debería implementarse un tren (7%), mejores rutas aéreas (6%).



Fuente. Estudio de "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013", apartado Prestadores de servicios

Es indispensable reconsiderar la capacidad urbana existente, con el objetivo de identificar las opciones disponibles no solo en términos de transporte urbano, sino de movilidad de los visitantes y la recuperación de espacios para el recreo.



La autopista León – Guanajuato - San Miguel de Allende ya está en proceso, actualmente se cuenta con buenos accesos carreteros hacia Querétaro, Celaya, Guanajuato y San Miguel de Allende, aunque existe una carencia de homologación en la señalética para llegar a los destinos.

Hay una buena cantidad de servicios de apoyo al turista como farmacias, talleres mecánicos, bancos y otros. Así mismo, León es una ciudad que cuenta con suficientes servicios médicos, debido a que hay varios hospitales de alta especialidad en la ciudad.

Adicional a esto, no hay una lista o cartera de empresas de servicios complementarios para el turista que sean señalados o validados por la Secretaría de Turismo o la Secretaría de Seguridad Pública u otras instancias que sirvan de guía para los visitantes al momento de estar en el destino.

El grado de urbanización de León es del 93.1% frente a un 76.8% del grado nacional. Lo que representa que prácticamente toda la población se concentra en a zonas urbanas.

Municipio	GU (%)	Municipio	GU (%)
Abasolo	36.5	Purísima del Rincón	63.2
Acámbaro	62.4	Romita	37.4
San Miguel de Allende	46.9	Salamanca	74.7
Apaseo el Alto	55.1	Salvatierra	67.0
Apaseo el Grande	61.1	San Diego de la Unión	26.9
Atarjea	0.0	San Felipe	38.0
Celaya	86.7	San Francisco del Rincón	62.6
Manuel Doblado	37.6	San José Iturbide	36.9
Comonfort	52.5	San Luis de la Paz	51.2
Coroneo	34.4	Santa Catarina	0.0
Cortazar	73.6	Santa Cruz de Juventino Rosas	68.3
Cuerámara	51.1	Santiago Maravatío	57.3
Doctor Mora	22.0	Silao	59.8
Dolores Hidalgo	40.0	Tarandacua	52.0
Guanajuato	75.9	Tarimoro	46.6
Huanímaro	27.4	Tierra Blanca	0.0
Irapuato	81.6	Uriangato	86.6
Jaral del Progreso	73.9	Valle de Santiago	50.1
Jerécuaro	20.7	Victoria	12.9
León	93.1	Villagrán	73.3
Moroleón	87.5	Xichú	0.0
Ocampo	28.7	Yuriria	44.9
Pénjamo	37.2	Total estatal	69.9
Pueblo Nuevo	33.5		

Fuente. INEGI. Anuario Estadístico 2012

De manera complementaria, y con la finalidad de contribuir al impulso del desarrollo social se lleva a cabo el programa ADRENEL 2010, el cual busca dotar de agua, drenaje y electricidad a comunidades marginadas.

En cuanto al suministro de energía eléctrica, con tipo de servicio doméstico se registraron 379, 938 contratos celebrados.

Municipio	Total	Doméstico a/	Alumbrado público b/	Bombeo de aguas potables y negras c/	Agrícola
Estado	1,722,302	1,491,573	20,086	2,449	15,476
Abasolo	25,729	21,877	389	77	864
Acámbaro	41,897	36,293	200	94	430
Apaseo el Alto	18,835	16,518	1	112	89
Apaseo el Grande	23,812	21,125	224	35	303
Atarjea	1,417	1,250	61	4	0
Celaya	166,257	145,035	987	154	911
Comonfort	19,428	17,549	80	30	255
Coroneo	4,513	3,806	136	20	12
Cortazar	29,048	25,816	152	38	244
Cuerámara	10,740	9,056	288	37	230
Doctor Mora	5,758	5,206	141	0	0
Dolores Hidalgo Cuna de la Independencia Nacional	35,891	31,278	542	108	515
Guanajuato	54,205	48,243	770	36	345
Huanímaro	5,902	4,934	72	24	164
Irapuato	151,468	130,367	1,920	145	781
Jaral del Progreso	12,920	11,200	124	17	287
Jerécuaro	16,033	14,199	428	37	32
León	441,568	379,938	4,932	99	855

Fuente: INEGI. (2012). Anuario Estadístico por Entidad Federativa. Guanajuato

8.0. Infraestructura básica⁸

De acuerdo a los resultados arrojados por el estudio de Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato, se encontró que más de la mitad de la población de León tiene acceso a los servicios básicos como luz, agua, drenaje, etcétera.

El municipio de León cuenta con áreas de oportunidad en materia de infraestructura básica.

Con respecto al sistema de agua potable y alcantarillado, existe una sobreexplotación de agua subterránea, aunque la situación parece tener solución en gran medida con el proyecto de la presa Zapotillo que traerá agua de superficie desde los Altos de Jalisco hasta la ciudad.

En materia del sistema de residuos sólidos, la ciudad cuenta con el tiradero en la salida de la carretera de cuota León – Guadalajara (El Verde) y un relleno sanitario en la salida carretera libre a Lagos de Moreno que es relativamente nuevo (Jacinto López). Sin embargo, se contempla la construcción de un nuevo relleno porque el existente casi ha llegado al límite de su capacidad.

La ciudad tiene un problema en cuanto a la calidad del aire debido al aumento del parque vehicular y también por las numerosas terracerías en la periferia que propician levantamiento de polvo, existe el programa municipal de aire limpio “Pro Aire” para contrarrestarlo, se debe verificar que el mismo se aplique adecuadamente y darle continuidad .

De acuerdo con el INEGI (2013), el tratamiento de las aguas residuales es esencial para mantener la salud de los ecosistemas, la biodiversidad y la salud humana; para dar cumplimiento a las leyes y normas emitidas al respecto se han construido plantas o establecido sitios con esa finalidad.

En cuanto al número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles se registraron 3 establecimientos, con respecto a hoteles con sistemas de captación de agua de lluvia, sólo uno; a pesar de la existencia de planes y programas en coordinación con dependencias gubernamentales, las mayoría de las empresas de servicios aun no adoptan el criterio ambiental como un compromiso con la sociedad y el medioambiente.

Se requiere trabajar más en el desarrollo de estrategias y acciones que generen el involucramiento del sector servicio a través de educación ambiental, conciencia

⁸ Fuente: CONAGUA; y Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, y Cuestionarios de percepción a ciudadanos y residentes de los 3 destinos de Guanajuato, dentro del estudio “Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013”, SECTUR Guanajuato”.



ambiental y beneficios socioeconómicos derivados de las buenas prácticas en materia de ahorro de agua, energía y el uso responsable de los mismos.

En 24 municipios de Guanajuato las aguas residuales reciben tratamiento. Esta depuración de carga contaminante se realiza en 38 plantas o sitios, donde en su mayoría (60%) se realizan procesos de los denominados de tipo secundario o convencional, como: filtros biológicos, lodos activados y sistema dual, principalmente.

Distribución porcentual de los sitios de tratamiento de aguas residuales según nivel de proceso



Fuente. INEGI (2013)

Considerando los 24 municipios donde se trata al menos una parte de sus aguas residuales, en 21 se reportan lodos residuales, esto es, subproductos que se generan al reducir los contaminantes de las aguas utilizadas en viviendas y establecimientos públicos, comerciales y de servicios; de estos 21, sólo 17 reportaron dar tratamiento al total de lodos producidos

En el año 2002 se contaba con un porcentaje de cobertura del sistema de recolección de residuos urbanos del 85% al 95%, los principales problemas se encuentran en el inadecuado tratamiento de los residuos una vez que son recolectados. Para mejorar el confinamiento existe un proyecto para crear un nuevo relleno sanitario.

El asunto de los residuos sólidos urbanos tiene una gran relevancia ambiental en virtud del impacto que estos tienen sobre los ecosistemas terrestres y acuáticos, con afectaciones a la flora y fauna, además de ser una fuente importante de generación de gas metano que influye en el calentamiento del planeta por ser un gas de efecto invernadero.

Por primera vez se cuenta en el país con datos de cobertura nacional a nivel estatal y municipal, obtenidos directamente de los encargados de la prestación del servicio, ya que hasta ahora la información disponible provenía de estimaciones.



Con respecto a la seguridad, el municipio es relativamente seguro considerando el tamaño de la población, aunque existe una tendencia de aumento en actividades criminales como el robo, los atracos y la actividad pandillera.

Es importante resaltar que el tema seguridad es algo muy delicado para la ciudadanía en general, el 82% de las personas encuestadas cree que el delito que ocurre más frecuentemente en la ciudad de León es el robo, seguido del asalto a mano armada con un 68% y la extorsión con un 65%, en las encuestas realizadas es notorio que la mayoría de las personas cree que existen delitos, lo cual da a la percepción de la ciudadanía que la ciudad de León no es una ciudad por completo segura.

En este sentido habrá que enfocar los esfuerzos para que exista una mayor presencia de la autoridad en áreas potenciales de conflicto, para salvaguardar la integridad de pobladores y visitantes. El tema de la seguridad es clave para el tema de la competitividad turística, ya que un destino que no se percibe como seguro experimenta una pérdida inmediata en el flujo de visitantes e inversión.

Cabe señalar que una comparativa en materia de seguridad arroja que el municipio no se percibe como un destino inseguro, señalando como inseguro destinos donde hay delincuencia organizada, narcotráfico y otros delitos mayores, en este caso, se percibe al municipio como un destino que sufre de delitos del fuero común, delitos menores como son robo a casa habitación, robo de vehículos, engaño en la prestación de servicios entre otros.

De cualquier forma se percibe que el número de elementos de policía es insuficiente y necesita ser reforzado, sobre todo, en zonas alejadas del centro. Del mismo modo se pide mayor rigor en los exámenes de confianza a los cuerpos policiacos.

Porcentaje de delitos menores en relación a la población	0.01% (2011)
Número de policías en relación a la población	2.28 (2010)
Incidencia delictiva	1.41 (2010)
Delitos a mano armada	144 (2011)
Homicidios dolosos	116 (2011)

Fuente. Procuraduría General de Justicia y Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública

Como se aprecia en los anteriores indicadores, el número de homicidios dolosos en 2011 fueron 116 en tanto que los delitos a mano armada en el mismo año fueron de 144, lo que refleja el sentir de los entrevistados al referir que estos delitos son más frecuentes en el municipio.

Municipios que dan tratamiento al menos a una parte de los residuos sólidos urbanos




Fuente. INEGI (2013)

Servicios Disponibles

34 Municipios de Guanajuato cuentan con los servicios de recolección y disposición final de residuos, sin embargo, solo en 12 de ellos, donde reside 33% de la población se da el tratamiento al menos a una parte de sus desechos. León no se encuentra dentro de estos municipios.

En la entidad se recolectan en promedio 3,719 toneladas diarias de residuos sólidos urbanos o desechos generados en las viviendas, parques, jardines y edificios públicos, principalmente, que representan 4% de la recolección nacional. En cinco municipios, en los que reside más de la mitad de la población estatal, se recoge el 54% de todos los residuos; León registra la mayor proporción con 1,100 toneladas (29 %); le sigue Celaya, con 332 (9%); Irapuato, con 252 (7 %); Salamanca, con 180 (5 %) y Guanajuato, con 165 (4%).

Municipios con mayor recolección de residuos sólidos urbanos y recolección per cápita diaria, 2010



Municipio	Cantidad recolectada (Kilogramos)	Población	Recolección per cápita diaria
León	1,100,000	1436480	0.766
Celaya	332,000	468469	0.709
Irapuato	252,000	529440	0.476
Salamanca	180,000	260732	0.690
Guanajuato	165,000	171709	0.961

La recolección promedio diaria por habitante a nivel estatal es menor a un kilogramo (0.678kg) pero el per cápita por municipio presenta variaciones: por ejemplo, Irapuato registra una recolección de medio kilogramo por persona; mientras que en León el promedio es de casi un kilogramo (0.766 Kg) por persona al día.

En 2009, el volumen de reciclado de desechos era del 1.96%.

9.0 Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano)⁹

León cuenta con su Plan de Ordenamiento Territorial y Ecológico del año 2009 que está siendo aplicado por IMPLAN, organización descentralizada. Promueve la demarcación de zonas territoriales para la agricultura, la protección de ecosistemas contra la expansión de la mancha urbana de manera no controlada, la creación de áreas naturales protegidas en las sierras, el rescate y extensión de parques y zonas verdes dentro de la ciudad, incluyendo mejoras a los parques metropolitanos, ecológicos, urbanos y lineales y la extensión de ciclo vías; con el fin de combatir una herencia de falta de planeación y atención al desarrollo sostenible. Es necesario un desarrollo sustentable, privilegiando los servicios ambientales que proporcionan las zonas naturales para asegurar el bienestar y la calidad de vida de la población.

Con respecto a los parques lineales, se pretende interconectar áreas verdes como son el Zoológico y el parque Metropolitano. Se han identificado sierras alrededor

⁹ Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013" SECTUR Guanajuato



de León con vocación eco-turística que requieren de un desarrollo sustentable en materia de parques con actividades que atraigan la demanda con dicha vocación.

El municipio cuenta con la Sierra de Lobos que es el área protegida de mayor extensión en el Estado. Finalmente, el municipio cuenta con ciclo vías, sin embargo, se requiere abrir más circuitos y expandir la red, además de mejorar la calidad ya que hay vías descuidadas y/o incompletas. Así como fortalecer el trabajo en educación al ciclista para que los usuarios puedan transitar de manera segura y siendo respetados por los conductores en la vía pública.

Otros proyectos de IMPLAN importantes son los siguientes:

- Finalizar presa del Zapotillo, con el fin de combatir la escasez de agua potable en el municipio
- Dar tratamiento a la totalidad de las aguas residuales generadas por la población y la industria dentro de la zona urbana, e incrementar el volumen de tratamiento de las plantas existentes
- Proteger, conservar y recuperar los ecosistemas de la zona rural norte del municipio de León (ej. media Luna, la Laborcita, Presa de Duarte, etc.
- Creación de parques urbanos, lineales y regeneración del Parque Hidalgo

Estos proyectos indican que el municipio está consciente de las principales problemáticas en temas de protección al territorio y al paisaje que también fueron identificadas en este estudio y ya tiene una directriz para proteger dichas zonas y proteger algunas que comiencen a deteriorarse, esto para evitar el daño a estos recursos de la ciudad por la importancia para el equilibrio del medio ambiente y para el disfrute de los visitantes en los futuros proyectos de ecoturismo.

10.0 Identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística¹⁰

Un problema histórico para León ha sido el crecimiento no planeado de la actividad de la curtiduría y calzado con efectos contaminantes para la ciudad así como para sus habitantes. Se ha seguido un programa de cierre de instalaciones y reubicación a zonas designadas.

¹⁰ Fuente: Archivo del Sistema de Áreas Naturales Protegidas por el Estado de Guanajuato; y Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013", SECTUR Guanajuato.



El municipio cuenta con un problema importante de contaminación del Río Turbio debido principalmente a las actividades de la industria de la piel que está siendo combatido con el movimiento de tenerías a parques industriales equipados.

Las zonas aledañas de la ciudad padecen de la erosión de suelos en zona de sierra al norte y al este de la ciudad, por lo cual se requiere fortalecer el programa de reforestación. De otro lado, la zona sur de la ciudad pierde terrenos fértiles y agrícolas por la expansión de la mancha urbana. Por tal motivo se debe hacer énfasis en proteger especies o ecosistemas relevantes, limitando las actividades productivas al máximo para garantizar el mantenimiento de bienes como el agua, suelos y vegetación, los servicios ambientales útiles para la sociedad, así como el del germoplasma biótico y las condiciones micros climáticos y escénicos que contribuyan a restaurar áreas que presentan una problemática específica de deterioro acelerado de recursos, en especial la contaminación de los cuerpos de agua y suelo por disposición inadecuada de residuos y procesos urbanos.

Se debe proponer acciones preventivas para mitigar impactos de cambio climático en el corto, mediano y largo plazos, para conservar unidades territoriales donde pueda efectuarse la conservación y manejo sustentable de los ecosistemas poco perturbados, promoviendo nuevas oportunidades para la generación de ingresos, de empleo y de divisas, logrando la consolidación de una cultura ecológica y urbana que logre mejorar la calidad de vida de la población y el entorno natural.

En la tabla siguiente podemos darnos cuenta que la ciudad de León comienza a implementar medidas para el cuidado ambiental, además de los proyectos de IMPLAN mencionados en el capítulo anterior, los prestadores de servicios turísticos, cuentan con: programas de manejo de residuos, programas de ahorro de energía y programas de separación de desechos, por lo cual podemos darnos cuenta que la conciencia ecológica entre ellos está creciendo.

Con porcentajes menores a la media pero existentes tenemos la planta de tratamiento de aguas residuales, el equipamiento para manejo de desechos sólidos y la normatividad ambiental.

Aspectos con los que cuentan los prestadores de servicios turísticos

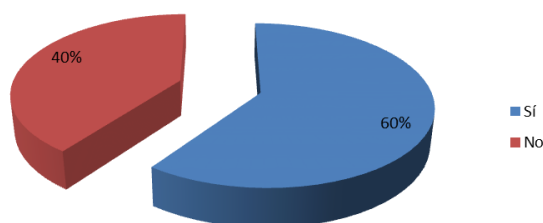
Concepto	Sí	No
Planta de tratamiento de aguas residuales	26%	74%
Equipamiento para manejo de desechos sólidos	31%	69%
Normatividad ambiental	35%	65%
Programa de manejo de residuos	56%	44%
Programa de ahorro de energía	59%	41%
Programa de separación de desechos	62%	38%

Fuente: Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de León 2013, apartado prestadores



El 65% de los prestadores de servicios no pagan por el manejo, transportación y confinamiento de residuos sólidos, es necesario realizar algún tipo de estrategias para que las personas del sector comiencen a tener una mayor conciencia ecológica, o si la conciencia se tiene acercar los medios necesarios para utilizar los servicios ambientales, ya que únicamente el 60% de las empresas brindan educación ambiental a su personal, solo un 6% cuenta con un certificado de calidad ambiental, pero el 54% estaría dispuesto a invertir en procesos para mejorar el medio ambiente.

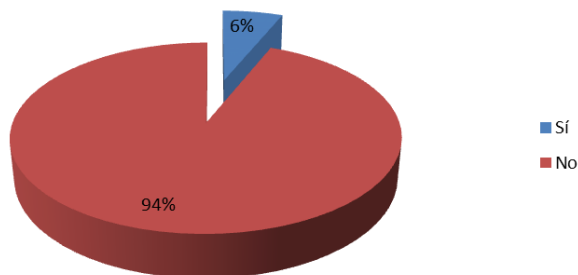
Educación ambiental



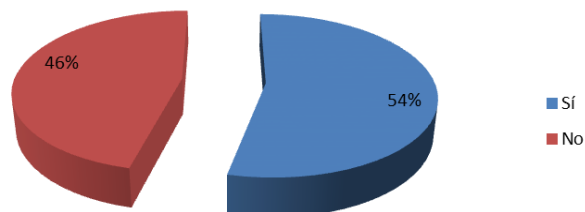
Fuente: Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de León 2013, apartado prestadores

Las áreas sensibles respecto a contaminación, detectadas por la población se presentan en la siguiente tabla que indica la percepción del aumento o disminución de los diferentes tipos de contaminación, siendo la más elevada la contaminación del aire con un 87%, a la cual se culpa en su mayoría al transporte público y el número de vehículos en circulación en la ciudad. En segundo lugar es la contaminación acústica a la que se cree que se ha aumentado por el tráfico de la ciudad.

Certificado de calidad ambiental



Invertiría en equipo y/o procesos para mejorar el medio ambiente



Fuente: Diagnóstico de Competitividad Sustentabilidad de León 2013, apartado prestadores

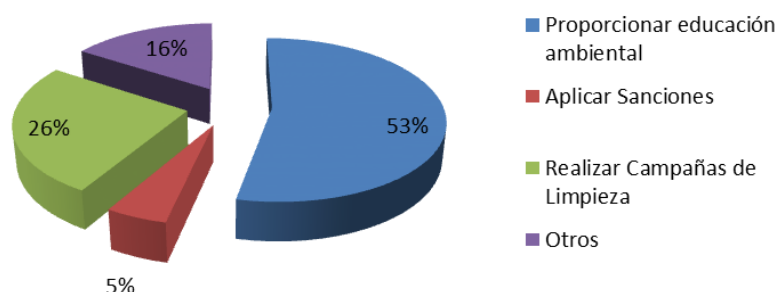


Percepción del aumento o disminución de diferentes tipos de contaminación

Concepto	Aumento	Disminución
Contaminación del agua	72%	28%
Contaminación del aire	87%	13%
Contaminación del suelo	71%	29%
Contaminación acústica	84%	16%
Contaminación lumínica	46%	54%

Fuente: Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de León 2013, apartado prestadores de servicios

En cuanto a las acciones que se deben priorizar, la sociedad percibe las siguientes: con un 53% proporcionar educación ambiental, con un 26% realizar campañas de limpieza y con un 5% aplicar sanciones a quienes contaminan.



Fuente: Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de León 2013, apartado prestadores de servicios

11.0 Mercados (actuales y potenciales)¹¹

El mercado actual de este destino se ubica dentro del segmento de negocios y compras debido al gran impulso de la industria de la piel y la industria automotriz en este territorio. En este estudio se pudo compilar la visión general de los líderes de opinión acerca del destino y el dato clave fue que León no es percibido como un destino turístico con suficientes atractivos turísticos que permita un completo desarrollo de la actividad turística.

Se reconoce la importancia comercial de la ciudad y su posicionamiento a nivel nacional es muy bueno; sin embargo, los entrevistados creen que en este momento, no existe todavía una oferta coherente de productos y servicios que genere una motivación de viaje distinta a la comercial, esto lo podemos entender ya que la ciudad en los últimos años se ha ofrecido como una ciudad innovadora

¹¹ Fuente: Dirección de Análisis e Información SECTUR Guanajuato; y Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, y Cuestionarios a prestadores de servicios de los 3 destinos de Guanajuato, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013", SECTUR Guanajuato.



con capacidad y recintos para alojar eventos importantes pero todo en un marco muy ejecutivo por lo que este segmento ha crecido pero al mismo tiempo no se han implementado acciones para potencializar la oferta de la ciudad de León como un destino turístico con lugar importantes para conocer, historia, cultura y que tiene la facilidad de complementar la estancia con sus productos de piel, comercios y plazas que están a la altura de las principales ciudades de México.

Es una realidad que León se está convirtiendo en un centro de servicios para congresos, eventos y ferias haciendo que el turismo de negocios de la ciudad tome un auge mucho más importante que en años anteriores.

El personal de CPTM entrevistado en este estudio comentó que en los últimos dos años, las relaciones entre la federación y este destino han florecido para hacer crecer este segmento en particular, al grado de haber hospedado un evento internacional en el año 2012. A pesar de ello, la falta de una identidad turística definida es una de las principales problemáticas que impiden el crecimiento de este destino y su desarrollo en el corto y mediano plazo.

La afluencia de visitantes internacionales a la ciudad de León es 3% una cifra considerable y que se espera aumente en relación a las aperturas de industrias con inversiones extranjeras que harán que mas extranjeros comiencen a movilizarse dentro de la ciudad. Estos visitantes provienen mayormente de países de Norteamérica, Europa Suramérica y debido a las inversiones de países Asiáticos es probable que comiencen a visitar la ciudad.

Como se puede apreciar en la siguiente figura, un importante 51% del total de los visitantes a este destino no pernocta, ubicándose en la categoría de excursionistas. Por su ubicación geográfica los visitantes tienen la facilidad de visitar la ciudad y regresar a su ciudad de origen por lo que existe una amplia movilidad de visitantes dentro del estado debido a sus condiciones geográficas y de accesibilidad. Un punto importante a destacar es que dada la cercanía de destinos emisores importantes como el caso de Distrito Federal, Querétaro, Jalisco, entre otros, hace que los visitantes por negocios puedan regresar a sus ciudades de origen.



Fuente: Estudio sobre Perfil del Visitante a León 2012, SECTUR Guanajuato



De los estados de la república, los mercados emisores a la ciudad de León están fuertemente definidos por un criterio geográfico con variables como distancia, nivel de conectividad y vocación turística. De manera particular, estas entidades son: Distrito Federal, Estado de México, Michoacán, Guadalajara, Querétaro y San Luis Potosí. En los últimos años, se han ido incorporando más destinos, sobre todo del norte del país como es el caso de Nuevo León, Zacatecas, Tamaulipas, Baja California Norte, entre otros.

Este estudio realizó un total de 16 grupos focales en 8 destinos emisores seleccionados (Morelia, Toluca, Monterrey, Puerto Vallarta, Distrito Federal, San Luis Potosí, Guadalajara, Querétaro). Este esfuerzo fue diseñado con el objeto de tener mayor información sobre la identificación de mercados actuales y potenciales, poniendo especial atención en el posicionamiento actual de los destinos culturales en México. Los grupos de enfoque se dividieron por segmento de edad y en promedio se tuvo una asistencia de 12 participantes por grupo. Los resultados apuntan a lo siguiente:

Segmento/Destinos identificados	Competencia destinos culturales	Destinos de Guanajuato
Joven	<ul style="list-style-type: none"> • Zacatecas • Morelia • Puebla, • Distrito Federal • San Luis Potosí 	<ul style="list-style-type: none"> • Guanajuato Capital • San Miguel de Allende • Dolores Hidalgo • Irapuato
Adulto	<ul style="list-style-type: none"> • Puebla • Zacatecas • Yucatán • Querétaro • Morelia 	<ul style="list-style-type: none"> • Guanajuato Capital • León • San Miguel de Allende • Dolores Hidalgo

Fuente: Estudio “Diagnóstico de Competitividad en Ciudades Patrimonio y de la Ciudad de León”, Reportes Ejecutivos de Grupos de Enfoque en destinos emisores.



En términos de numeralia, a León arribaron 5, 688,972 visitantes en el 2012, de los cuales 2, 901,376 eran excursionistas y los demás pernoctaron principalmente su medio de hospedaje es en casa de Familiares /Amigos.

El visitante promedio tiene 37 años, 34% cuentan con un NSE C y 34% un NSE D+, que acostumbra viajar acompañado 83% principalmente de su familia 47% , pareja 26%. Y cuyo motivo principal de viaje es Descanso /Vacaciones 27% y el propósito principal es La cultura del destino 30%. Y como segundo propósito de viaje esta Compras 19%.

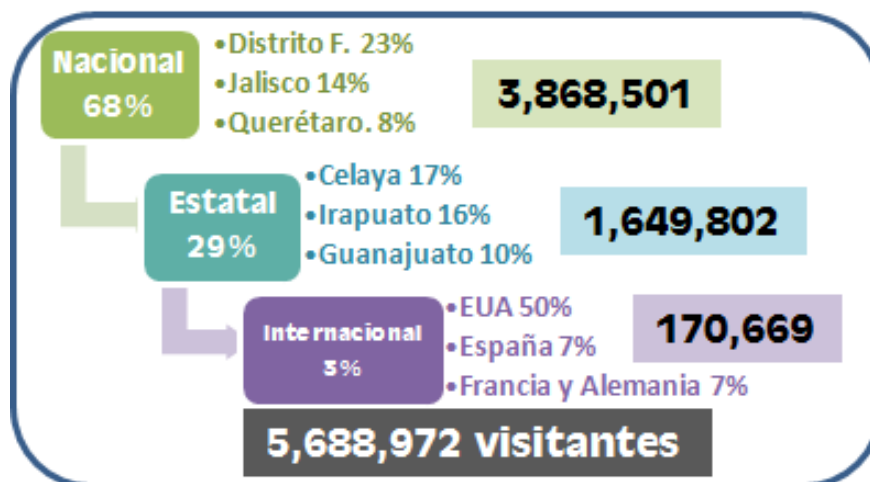
PROPÓSITO DE VIAJE	2012
Descanso/ Vacaciones	27%
Compras	19%
Visita familiares / amigos	18%
Evento deportivo	11%
Negocio / Trabajo	10%
Religión / Peregrinación	3%
Evento social	3%
Viaje de estudios	2%
Tratamiento de salud	2%
Congreso / Exposición	1%
Evento cultural	1%
Luna de miel / Romance	1%
Otro	2%

PROPÓSITO (Descanso/Placer)	2012
La cultura del destino	30%
Compras	25%
El ambiente natural y la belleza del paisaje	24%
Los parques temáticos o de diversiones	12%
El sol y el contacto con el agua	3%
Conocer el rumbo	3%
La practica de actividades deportivas	1%
La vida nocturna	1%
Otro	1%

Fuente: Estudio sobre Perfil del Visitante a León 2012, SECTUR-GTO



En lo que se refiere a la distribución de los visitantes, los nacionales representan un 68%, los estatales un 29% y los extranjeros un 3%. A diferencia de Guanajuato, León tiene una mayor dependencia en visitantes nacionales más que regionales, y esto se debe en gran medida a la conectividad aérea y terrestre con la que cuenta el destino.



Fuente: Estudio sobre Perfil del Visitante a León 2012, SECTUR-GTO

ESTADÍA	2012
Hotel	1.35 noches
Familiares/ amigos	5.00 noches
Vivienda propia	5.00 noches
Vivienda rentada	18.50 noches
Campamento	1.46 noches
Otro	14.00 noches

Fuente: Estudio sobre Perfil del Visitante a León 2012, SECTUR-GTO

La ciudad de León presenta una estadía promedio de 1.35 días en establecimientos formales de hospedaje (hoteles de 1 a 5 estrellas) y 5 días se quedan con amigos y/o familiares. En el año 2012 los 5,688, 972 visitantes que tuvo la ciudad provocaron una derrama económica del sector estimada en \$17 mil 114 millones de pesos para el año 2012.

La percepción que tienen los entrevistados de los visitantes de la ciudad de León es que su interés por las compras y los negocios supera las motivaciones exclusivamente turísticas. A pesar de que León cuenta con una oferta de atractivos importantes, estos no son identificados por los viajeros.

Además de atractivos turísticos importantes concentrados en el primer cuadro de la ciudad (por ejemplo el Templo Expiatorio del Sagrado Corazón de Jesús), León concentra importantes plazas comerciales de renombre en el norte y en el este de



la ciudad que generan un importante flujo de visitantes, por lo menos en la escala regional. Esta situación resulta muy interesante ya que estos centros concentradores de bienes y servicios normalmente no son considerados como recursos susceptibles de ser explotados turísticamente.

A diferencia de San Miguel de Allende y Guanajuato, la geografía de León permite una expansión urbana más horizontal, posibilitando así el florecimiento de estos centros comerciales de manera natural.

Es importante decir que en este momento no se cuenta con un estudio que permita esclarecer en qué medida estos centros son motivadores de viaje así como el nivel de derrama económica que generan en relación con la actividad turística.

La demanda de productos y servicios turísticos está geográficamente concentrada en el centro del país, en entidades como el Distrito Federal, Michoacán, San Luis Potosí, Aguascalientes y Jalisco, por mencionar algunos. Esto tiene su explicación en la ubicación geográfica privilegiada de la ciudad (centro del país) así como a la buena conectividad terrestre para llegar a este destino. En el caso de conectividad aérea, el tamaño del mercado internacional está definido por las características de la conectividad con los Estados Unidos de América 50% que es el principal mercado emisor internacional de la ciudad.

Este estudio encontró que el mercado nacional está interesado en conocer más de León como destino turístico. Aunque es cierto que León tiene eventos de trascendencia como el Rally, la Feria de León y el Festival Internacional del Globo, se espera contar con oferta turística más completa a lo largo de la ciudad, que pueda aprovechar tanto los recursos naturales como los culturales.

Las características de los segmentos potenciales de la ciudad de León son:

- Nivel Socio económico Medio – Bajo (NSE C y D+).
- Los visitantes por negocios pueden ayudar a la ciudad a captar NSE más altos como C+ y AB.
- Profesionistas y ejecutivos que estén interesados en hacer de la ciudad su punto de encuentro para sus negocios.
- Que gusten de actividades relacionadas con las compras.
- Cuyo motivo principal de viaje pueda ser compartido (descanso y trabajo).
- Los eventos representan un factor decisivo de motivación de viaje.
- En la ciudad de León por los eventos y oferta comercial que maneja es posible apuntar a diversos segmentos de edad abarcando el segmento joven, adulto y adultos mayores.
- Países de Latinoamérica, Europa y Asia son un importante mercado para la ciudad de León, pues se puede aprovechar que vengan por negocios y que conozcan el destino.
- Los estados de la República como Nuevo León, Zacatecas, Tamaulipas, Baja California son estados que si reportan visita a la ciudad y que su



experiencia es agradable, por la conectividad terrestre y aérea más accesible será más fácil captar y atraer turistas de estos estados ofreciéndoles atractivos y eventos que sus estados no les ofrecen en la actualidad.

Tomando en consideración la información anterior, los visitantes a León son principalmente de origen nacional, con estadía corta, y predominantemente entre semana. La razón principal es que el motivador principal del traslado no es el turismo, sino negocios relacionado muchas veces con las diferentes actividades comerciales que imperan en el territorio.

De acuerdo a los hallazgos de este estudio, León cuenta con el suficiente potencial para expandir los segmentos que actualmente atiende. Es una realidad que su vocación comercial dominante es un parámetro importante a considerar, sin embargo se cree que con una mejor gestión del destino, el abanico de opciones se puede abrir en otros ámbitos como el de turismo de reuniones, el cultural, el de naturaleza, entre muchos otros. Es importante comenzar a trabajar en productos turísticos para poder darle una identidad como destino y no solamente como centro de negocios. Estos productos tendrán que articular elementos culturales y de entretenimiento con la finalidad de atraer un mayor número de visitantes desde la zona del Bajío y el resto del país.

Al igual que Guanajuato Capital, se considera que el mercado potencial de León se encuentra en los estados del norte del país, dada la cercanía geográfica y las cuestiones de facilidad en conectividad.

Existe la percepción de que el centro histórico es desaprovechado por falta de información no solamente de los atractivos existentes, sino de las opciones de movilidad dentro del destino que muchas veces no se comunica a los visitantes.

León también cuenta con zonas verdes que pudieran ser susceptibles de ser aprovechadas por los visitantes (como el Parque Metropolitano), contribuyendo así a la dispersión de la demanda y la derrama económica en la ciudad.

En este momento los eventos, ferias y congresos dentro del destino generan ya un flujo de visitantes de toda la República. A pesar de ello, se identifica la necesidad de profesionalizar la gestión de estos eventos pues el nivel de demanda parece rebasar las capacidades logísticas de los mismos.

Una mala gestión repercute directamente en la imagen del destino y el evento, así como en el número de visitantes en estos eventos por una mala experiencia. En este sentido se debe trabajar de manera coordinada para lograr que los niveles de satisfacción de los visitantes sean altos como resultado de una buena logística en la realización de los eventos, ferias y congresos para que se lleven a cabo de manera optima.



Por último es importante mencionar, que el potencial para el desarrollo de turismo extranjero se ha incrementado en los últimos años, claro que la existencia de atractivos turísticos tradicionales ha sido motivador para su visita pero la generación de alianzas estratégicas comerciales en el sector automotriz ayudo a detonar este fenómeno. Entre los países que destacan son Japón y China, quienes tienen una mayor presencia en el área del Bajío y que detonaran un mayor flujo de visitantes, a medida que el sector se desarrolle y las colonias de extranjeros crezcan en las áreas circundantes. La asignatura pendiente entonces es la de preparar al recurso humano para hacer frente a las necesidades de estos nuevos mercados, anticipando un crecimiento profesional en el mediano plazo.

12.0 Promoción y comunicación¹²

En los últimos años León ha implementado esfuerzos por captar visitantes en el ramo turístico pero también en turismo de reuniones, actualmente es una ciudad industrial y comercial con un número reducido en atractivos en materia turística convencional. Este destino se promueve poco y la imagen en el colectivo social nacional es el de una metrópolis de servicios que cuenta con algunos eventos masivos, notablemente, la Feria de León (segundo en importancia nacional y tamaño, sólo después de la Feria de San Marcos en Aguascalientes), el Festival del Globo que ha crecido notablemente y cuenta con un público de cientos de miles, así como también el Rally automovilístico y parte del Festival Internacional Cervantino.

Al margen de estos eventos, los líderes de opinión en destinos emisores contemplan que es importante buscar como incrementar el potencial de crecimiento turístico en León. Sin duda, estos eventos logran atraer ya a un gran número de visitantes, aprovechando las instalaciones construidas para estos propósitos (por ejemplo el Polifórum, el auditorio y los grandes hoteles), pero se debe trabajar más para seguir construyendo y fortaleciendo la imagen turística del destino en un futuro.

La asignatura pendiente es crear una imagen turística de destino que se pueda comercializar en los destinos emisores actuales y potenciales. Esta imagen por supuesto debe aprovechar elementos de la industria del calzado que gozan del reconocimiento de la mayoría de los visitantes e incluir aquellos elementos históricos que no son aprovechados actualmente. Uno de los señalamientos por parte de los líderes de opinión es la ausencia de materiales de promoción sobre el destino, haciendo muy complicado realizar las labores de venta. Estos actores señalan que no cuentan con información suficiente sobre las diferentes opciones de oferta existente ni perciben un beneficio directo en su promoción por la ausencia de un sistema formal de incentivos. En ese sentido es necesario trabajar con la iniciativa privada para generar un esquema compartido que permita

¹² Fuente: Entrevistas a líderes de opinión, tour operadores y agencias de viaje, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León, Guanajuato 2013", SECTUR, Guanajuato.



promocionar al destino en los lugares deseados (centro y norte del país), dirigiendo los esfuerzos a un mercado con mayor gasto.

Las plataformas electrónicas parecen ser un medio propicio para implementar acciones de promoción así como la contratación de espacios comerciales en medios masivos (radio, TV, periódico). De igual manera la generación de materiales para su distribución con agencias de viaje y operadores es una tarea indispensable para asegurar un crecimiento en el flujo de visitantes.

Lo importante para la ciudad de León es primeramente crear un mensaje de comunicación conciso que transmita todo lo que la ciudad de León ofrece y posteriormente hacer una selección estratégica para la producción y distribución de material promocional, para evitar una inversión innecesaria y de bajo impacto. Al igual que con los otros destinos analizados en este estudio, se identifica como necesaria la generación de un esquema de monitoreo de estas campañas de promoción con el objeto de hacer una mejor estimación de los efectos positivos de éstas y reformular contenidos cuando así se considere oportuno.

El éxito o fracaso de estos esfuerzos dependerá de la buena planeación en el diseño, distribución y evaluación de los mismos. En esta tarea no sólo se debe involucrar al sector público, sino que el sector privado debe ser una pieza importante para que puedan estar representados todos los intereses y el destino pueda presentarse con una imagen homogénea y unificada.

La construcción de redes de cooperación con otros destinos (a nivel estado y nacional) es muy deseable, procurando involucrar de manera directa a agencias de viajes y tour operadores, quienes declararon no tener un interés específico en promocionar la ciudad de León dada la ausencia de rentabilidad en la comercialización de productos y servicios existentes, este estudio encontró que el nivel de vinculación comercial e institucional es bajo, razón por la cual existe una dificultad para hacer llegar las campañas promocionales a los usuarios potenciales.

Es recomendable hacer un esfuerzo especial en este destino en términos de promoción y comunicación de una imagen turística por la falta de atención histórica. Tanto la iniciativa privada como el gobierno estatal y municipal deben realizar esfuerzos de evaluación del potencial turístico en León así como la definición de metas en el corto y mediano plazo. Es importante mencionar que ya existe un acompañamiento puntual al municipio en la construcción de esfuerzos promocionales, contando con la asesoría del CPTM en lo que se refiere al rubro de congresos y convenciones. De acuerdo con los entrevistados, existe una gran disposición por parte del destino por recibir asesoramiento en temas de promoción por parte de las entidades especializadas.

Dada la capacidad de la planta de alojamiento dentro del destino, el turismo de congresos se visualiza como el segmento más atractivo para desarrollar. Será muy importante para este destino entonces, mantener y ampliar los vínculos



actuales tanto a nivel estatal como federal con el objeto de que las campañas promocionales tengan el impacto deseado. Hoy en día León cuenta con visitantes cuyo NSE les permite tener un gasto considerable en los diferentes tipos de hospedaje como podemos observar en la tabla que se muestra a continuación. Este gasto lógicamente si se complementa con servicios y actividades se puede captar un gasto mayor. Sumando a este esfuerzo el hecho de dirigir los mensajes publicitarios a NSE más alto como C+ y AB será algo muy positivo para la ciudad.

TIPO DE HOSPEDAJE	2012
Hotel	\$2,008.56
Familiares/ amigos	\$1,091.89
Vivienda propia	\$694.21
Vivienda rentada	\$559.42
Campamento	\$799.05
Otro	\$184.57
Excursionista	\$1,856.08

Fuente: Estudio sobre Perfil del Visitante a León 2012, SECTUR-GTO

Los líderes de opinión consultados en este estudio consideran que los elementos clave en una campaña promocional son la cultura, la historia, el comercio y la modernidad. Se tiene la percepción de que no se está aprovechando adecuadamente la imagen de los eventos consolidados para atraer visitantes de destinos emisores distintos a los tradicionales. La campaña promocional ideal de acuerdo a los líderes de opinión y participantes de los grupos focales tendría que comunicar de manera efectiva la oferta turística del lugar al margen de las compras. La construcción de esta imagen requeriría una mezcla de elementos expresando la heterogeneidad de la oferta turística del destino.

Una premisa que se obtuvo de este estudio es que hoy en día la promoción de la ciudad es media y no es muy efectivo ya que no se transmite el potencial turístico que tiene la ciudad, a pesar de los esfuerzos que se han realizado en los últimos años por parte del estado de Guanajuato.

En los últimos 12 meses 54% de la muestra ha visto o escuchado publicidad sobre la ciudad de León.

Publicidad	2012
SÍ	54%
No	46%

Fuente: Estudio sobre Perfil del Visitante a León 2012, SECTUR-GTO

Los anuncios de TV 68%, fueron el medio en el que más se escucho o vio publicidad sobre el destino.

Medio	2012
Anuncio de TV	68%
Internet	14%
Radio	8%
Recomendación	4%
Espectacular	2%
Folletos	2%
Revistas	1%
Otro	1%

Fuente: Estudio sobre Perfil del Visitante a León 2012, SECTUR-GTO

Ya se pueden ver algunos ejemplos de la importancia de este trabajo en eventos consolidados como la Feria de León, sin embargo, habrá que extender estas iniciativas hacia plataformas de interpretación patrimonial, movilidad dentro del destino y comercialización de productos y servicios. Estas herramientas son indispensables para ayudar a León a ser un destino más competitivo en el corto plazo.

Hoy en día el internet es una herramienta muy usada para la planeación de viajes temas como búsqueda del destino, tarifas de hospedaje, opiniones de otros viajeros, son tomados en cuenta por los posibles visitantes y estos sitios web cuentan con un nivel de confianza fuerte pues el observador lo considera como un comentario desinteresado, por otro lado el internet es también ya un medio muy utilizado para las cuestiones de reservaciones con anticipación.

El 50% utilizó el internet como medio para planear su visita a la ciudad.

Medio	2012
Internet	50%
Recomendación	33%
Teléfono	4%
Folletos	3%
Agencia de viajes	3%
Revistas	1%
Anuncios de TV	0%
Espectaculares	0%
Otro	6%

Fuente: Estudio sobre Perfil del Visitante a León 2012, SECTUR Guanajuato



El medio de comunicación que consideran como favorito es el internet 48%.

Medios	2012
Internet	48%
Televisión	44%
Radio	5%
Prensa	2%
Otro	1%

Fuente: Estudio sobre Perfil del Visitante a León 2012, SECTUR Guanajuato

Para que los esfuerzos de promoción y comunicación fructifiquen, este municipio requiere una profesionalización en la gestión turística que permita aprovechar de mejor manera todo el atractivo de la ciudad. Dado que el nivel de desarrollo de León como destino turístico se puede considerar como incipiente, sería recomendable hacer uso de medios tradicionales y contemporáneos en las campañas de promoción. La tarea inmediata es diseñar los materiales necesarios para hacerlos llegar a los destinos emisores lo más pronto posible. Se estima que con un buen trabajo de promoción, esta ciudad podría consolidar una imagen como destino turístico en un periodo de 3 a 5 años.

Finalmente, abonando a este esfuerzo de promoción y comercialización, se requiere trabajar en productos informativos utilizando las nuevas tecnologías de la información disponibles como páginas web, aplicaciones móviles y redes sociales. Y que se esté monitoreando frecuentemente para medir el impacto y las posibles acciones correctivas que deban de implementarse para mantener la comunicación con visitantes potenciales y que sigan conociendo las características de la ciudad de León.

Es también un tema medular el crear y fortalecer alianzas estratégicas con agencias de viajes y tour operadores ubicados en las ciudades potenciales y en las actualmente emisoras de turistas a León. Pues el nivel de vinculación es bajo por lo tanto el material que se ha producido en temas de publicidad no se puede distribuir facilitando el contacto con los habitantes de estas ciudades.

13.0. Comercialización¹³

Como destino turístico en el sentido tradicional, León es prácticamente desconocido. Las agencias de viaje y los tour operadores en destinos emisores no tienen interés de vender a León debido a que estos actores no perciben un incentivo económico derivado de una labor de venta constante.

Los entrevistados en este estudio declaran que no perciben un trabajo de comercialización de productos y/o servicios integrados, haciendo de la venta de insumos una cuestión particular por rubro de interés. Los dos servicios mayormente comercializados de este destino son el transporte (aéreo principalmente) y el alojamiento. León se considera como un punto de entrada al Estado dado el buen nivel de conectividad tanto terrestre como aérea. Al margen de estos servicios, se puede decir que el nivel de comercialización del destino es bajo.

Este nivel se mantiene bajo debido a la ausencia de productos y servicios turísticos comercializables, tanto en el destino como en destinos emisores.

También se identificó en este estudio una gestión comercial pobre por parte de los actores del sector privado. A pesar de la existencia de asociaciones y grupos de interés relacionados con la actividad turística (CANACO y SERVYTUR León, por ejemplo), éstos no han podido organizarse para generar una oferta conjunta que le pueda dar una identidad comercial propia al destino.

Sin duda, León goza de una gran dinámica económica a consecuencia del consumo de servicios de alojamiento y alimentación, sin embargo, no existe todavía una articulación de productos y servicios con vocación exclusivamente turística que pueda ser comercializable a mediana y alta escala.

Como se puede ver en la siguiente tabla, el internet es la opción más importante de comercialización en lo que se refiere a hospedaje. No sorprende de ninguna manera el bajo porcentaje de las agencias de viaje en esta gestión, por la baja rentabilidad de venta como se había comentado, sin embargo, es indispensable reconsiderar el papel importante de estos actores, no sólo para consolidar labores de promoción, sino también de comercialización.

¹³ Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, y Entrevistas a líderes de opinión, tour operadores y agencias de viaje, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León, Guanajuato 2013", SECTUR Guanajuato.



En el tema de las reservaciones para el destino de León el 54% de los visitantes si hacen reservaciones anticipadamente y el medio por el que principalmente la realizan es el internet 47%.

RESERVACIÓN	2012
Si	54%
No	46%

MEDIO DE RESERVACIÓN	2012
Internet	47%
Teléfono / Fax	42%
Organizador de eventos	6%
Agencia de viajes	3%
Otro	2%

Fuente: Estudio sobre Perfil del Visitante a León 2012, SECTUR-GTO

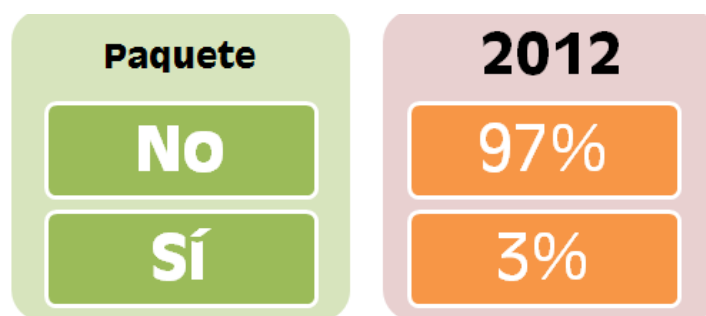
Para mejorar el aspecto de la comercialización en el destino, se necesita contar con productos y una oferta de servicios integrada. Existe el potencial de integrar a León en algunos recorridos turísticos que incluyen a las ciudades patrimoniales como Guanajuato capital y San Miguel de Allende, así como los pueblos mágicos de Dolores Hidalgo y la cercana Jalpa de Cánovas. La factibilidad en el desarrollo de estos nuevos productos es alta, considerando las mejoras de infraestructura en el estado como la nueva autopista León–Guanajuato–San Miguel de Allende por citar un ejemplo, que se encuentra en fase de preparación.

A pesar de esto, se identifica como indispensable crear opciones de productos propios dentro del destino, con el objeto de darle una vocación más turística a la ciudad. En la medida en que estos productos se desarrollen, los niveles de comercialización tenderán a crecer naturalmente en tanto existan los canales adecuados para ello. Para asegurar la existencia de canales adecuados, se requiere la construcción de redes con agencias de viaje y tour operadores en destinos emisores consolidados y potenciales. Este vínculo se concibe como un prerequisite indispensable para el crecimiento de estos espacios y la manutención de los mismos.

Como elementos potenciales de venta, se pueden utilizar imágenes relacionadas con la tradición de compras de calzado y artículos de cuero en León, así como la cultura de compras que se ha diversificado como consecuencia del desarrollo de varias plazas comerciales de gran tamaño (ver sección anterior). Lo importante en este punto de la comercialización es poder consolidar un producto turístico sólido en León, que aproveche las ventajas del flujo de negocios del lugar añadiendo actividades culturales, deportivas y de entretenimiento para atraer a un público más amplio.



Los visitantes de León no acostumbran a comprar paquetes para su viaje.



Fuente: Estudio sobre Perfil del Visitante a León 2012, SECTUR-GTO

Una de las propuestas por parte de los líderes de opinión y participantes de los grupos focales es poner atención en el desarrollo del turismo de eventos deportivos, que es un área poco explorada en México. Actualmente, la organización de eventos deportivos no se considera como parte de la oferta turística, aunque pudiera ser aprovechada en este destino en particular dado el desarrollo y buena reputación del equipo de fútbol de León en la actualidad.

El fútbol, como otras actividades deportivas, genera un importante movimiento de personas y consumo de servicios turísticos durante los fines de semana, mismos que no son monitoreados para estimar apropiadamente su impacto económico y social.

Es una realidad que existen pocas investigaciones al respecto; aun así, es importante que este destino comience a trabajar en la construcción de una oferta turística donde se incluya al entretenimiento deportivo como parte de su atractivo turístico. Aunque la estancia de este segmento de turismo es corta, se puede aprovechar el tiempo libre de los visitantes para complementar su actividad principal con una experiencia turística de calidad, ya que León cuenta con la planta turística suficiente para cubrir perfectamente las necesidades de este segmento en lo particular.

Finalmente, de acuerdo a informantes del CPTM, León requiere fortalecer la comercialización del segmento de turismo de reuniones en el corto y mediano plazo. Es una realidad que este destino se encuentra trabajando fuerte para cumplir con todos los requisitos de las convocatorias nacionales e internacionales para hospedar eventos de relevancia.

De acuerdo a la OCV, este año (2014) León será la sede de más de 30 eventos nacionales y 7 eventos internacionales, con distintas temáticas y público. En este sentido, las acciones siguientes en este destino tendrán que estar dirigidas hacia una mayor capacitación del recurso humano para hacer frente a esos compromisos satisfaciendo las necesidades logísticas y de servicio de este segmento. Sin duda, con un acompañamiento apropiado de las autoridades federales y estatales, León puede consolidar la comercialización de este segmento en el corto y mediano plazo.

14.0 Identificación y análisis de las TICs disponibles¹⁴

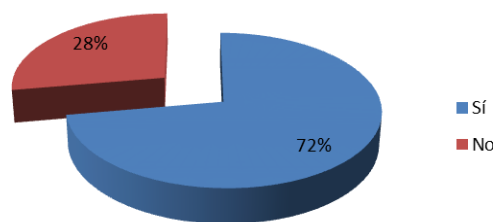
El destino cuenta con 71 sitios públicos con acceso a WiFi gratuito. Esto no significa que el servicio sea de calidad o eficiente, tomando en cuenta que existe una sobresaturación de usuarios y una falta de capacidad de cobertura de ancho de banda. Se requiere analizar la factibilidad de una inversión en la mejoría del sistema, dada la importancia que tiene este servicio para el segmento joven y adulto quienes poseen la tecnología necesaria para hacer uso de plataformas electrónicas para la búsqueda de información tanto del destino como de los servicios turísticos de manera particular. Esto representa un punto importante para la promoción y comercialización del destino como se señaló en apartados anteriores.

El portal turístico promovido por el Ayuntamiento permite la contratación de servicios de manera interactiva, aun cuando no es un portal atractivo, reúne los criterios mínimos.

Existe una OCV independiente en León que es muy activa en la organización de eventos y ferias y cuenta con un portal con este fin, que anuncia 33 eventos para 2014 durante todos los meses del año, menos diciembre y junio.

Este estudio encontró que al momento no se han desarrollado aplicaciones oficiales para plataformas móviles. Existe una oportunidad de incursionar en nuevas tecnologías como redes sociales, blogs, etc. para promover a León como un centro comercial que utiliza nuevas tecnologías para el desarrollo turístico.

El número de negocios que cuentan con el servicio de internet es del 72% en la ciudad de León.



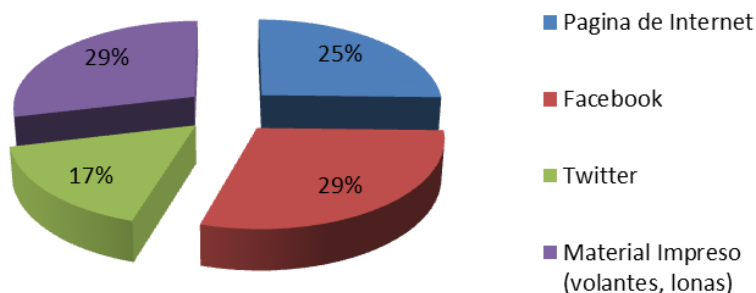
Fuente: Estudio de Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013, apartado Prestadores de Servicios

¹⁴ Dirección de Análisis e Información SECTUR Guanajuato; y Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013" SECTUR Guanajuato.



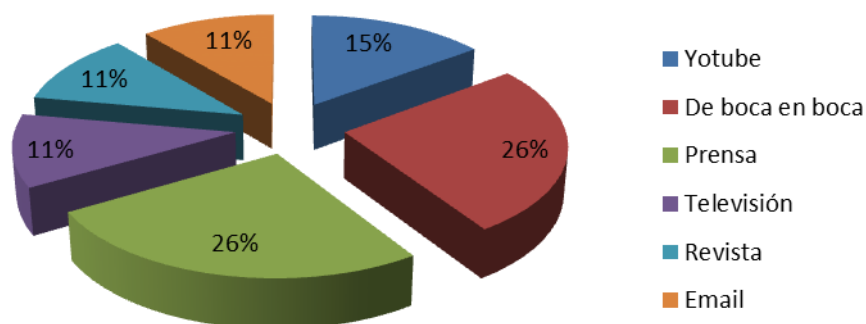
Recursos de Comunicación

De los recursos utilizados para dar a conocer su producto o servicio el material impreso y Facebook son los más utilizados ambos con un 29%. Asimismo, la cuarta parte de los encuestados cuentan con página web de su negocio y finalmente twitter es también utilizado aunque en menor medida con un 17%.



Fuente: Estudio de Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013, apartado Prestadores de Servicios

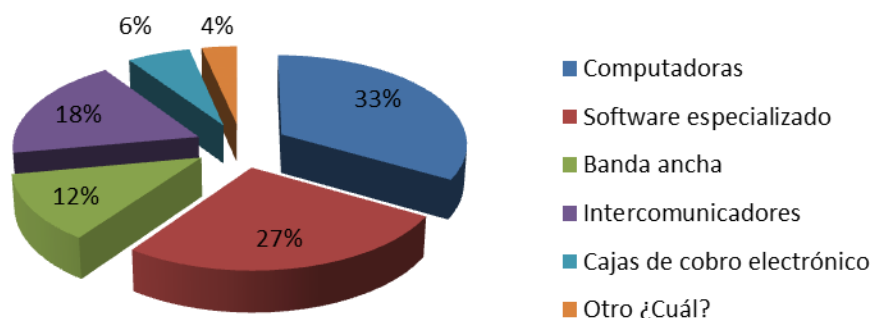
Otros recursos utilizados para dar a conocer su producto es gracias a sus clientes, es decir de boca en boca o por recomendación, la prensa es también otro recurso utilizado por los empresarios con un 26%, y YouTube es también utilizado, un recurso bastante importante ya que en la actualidad es una de las páginas más utilizadas por los cibernautas.



Fuente: Estudio de Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013, apartado Prestadores de Servicios

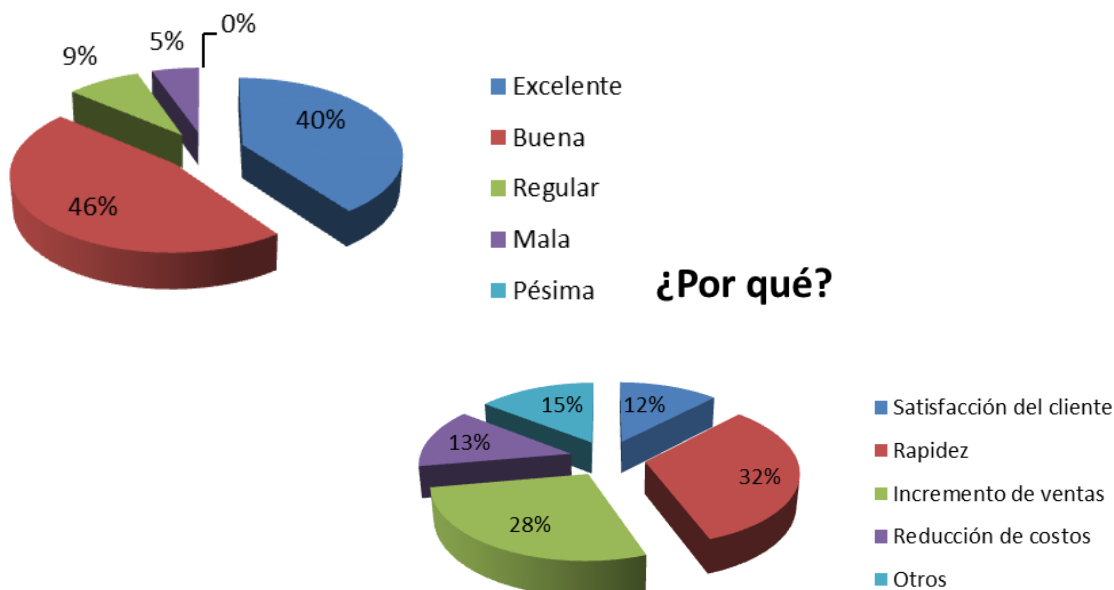


Los rubros en los que más han invertido en cuestión tecnológica en el municipio son: 33% en computadoras, 27% en software especializado y 18% en intercomunicadores, estos son los principales rubros en inversiones de tecnología que en total suman el 68% de la población encuestada.



Fuente: Estudio de Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013, apartado Prestadores de Servicios

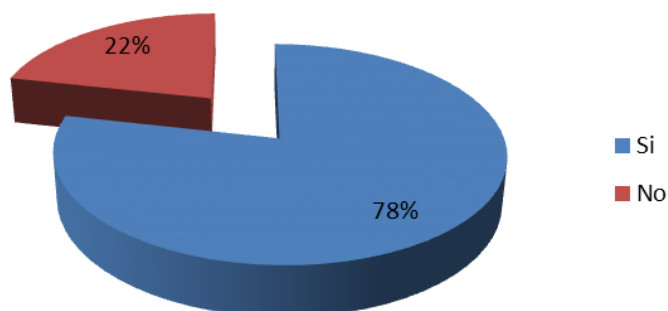
El 46% de los empresarios consideran que el impacto del uso de la tecnología en sus negocios es bueno, seguido de excelente con un 40%. Estos porcentajes son debido a que las personas consideran que gracias al uso de tecnología hay mayor rapidez para contactar con el cliente o nuevos clientes, asimismo el 28% considera que han aumentado sus ventas gracias al uso de tecnología, además de que logra reducir sus costos, según el 13% de los encuestados.



Fuente: Estudio de Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013, apartado Prestadores de Servicios

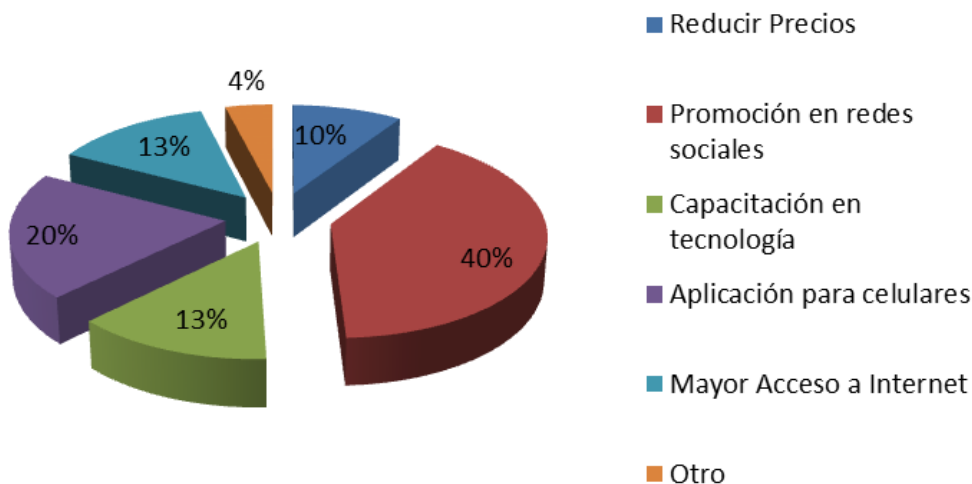


El 78% de la población encuestada considera que la promoción que se realiza por medio de dispositivos tecnológicos es la adecuada y permite que el municipio sobresalga ante destinos que tienen ofertas similares.



Fuente: Estudio de Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013, apartado Prestadores de Servicios

Las acciones propuestas en materia de tecnología para mejorar la competitividad del municipio de León como destino turístico, son de mayor promoción en redes sociales con un 40% de las personas que respondieron la pregunta, seguida del uso de aplicaciones móviles con un 20% y finalmente proponen que se de capacitación para el uso de tecnología a prestadores de servicios, con el 13%.



Fuente: Estudio de Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013, apartado Prestadores de Servicios

Comentarios Finales

León es una ciudad industrial que se reinventa como ciudad comercial y de servicios, con una presencia fuerte en la industria del cuero, pieles y calzado, pero con una vocación siempre más fuerte hacia los negocios de servicios y el comercio. Los turistas han buscado tradicionalmente productos de cuero y zapato en León para llevar como recuerdos de su visita o bien por los precios que la ciudad ofrece en ese tipo de productos, pero hoy en día suplementan sus compras con base en visitas a las excelentes plazas comerciales que han multiplicado en los últimos años, en el norte y en el este de la mancha urbana.

El fortalecimiento de la marca de León como ciudad turística se encuentra inevitablemente ligada al comercio. León es una ciudad que sabe vender y vende bien. La industria de cuero, pieles y calzado vende sus productos a través de la Plaza de Zapato y los pequeños comercios que se encuentran en la zona de la central camionera así como en sus tiendas propias de cada marca o bien en el hotel de calzado. Sin embargo, este concepto de comercialización ha sido superado con la apertura de enormes plazas dedicadas a la venta con buen acceso y estacionamientos grandes, como es el Outlet en la salida a Silao.

Muchas personas visitan León para hacer negocios, compras y asistir a eventos comerciales como ferias, exposiciones y más recientemente, congresos. Los eventos de mayor reconocimiento son el Festival del Globo, el Rally y la extensión del Festival Internacional Cervantino. El potencial turístico de León es extender estas actividades para obtener mayores economías de escala. Esto lo entienden bien los empresarios y la OCV de León que invierte recursos hacia la construcción de infraestructura (zona del Polifórum) y la promoción de eventos de todos los tamaños.

Sin embargo, León puede ser más que esto. Tiene buenos hoteles cuya oferta de hospedaje es suficiente excepto cuando coinciden grandes eventos. Por otro lado, cuenta con restaurantes de calidad y de cocina variada. El paso siguiente para León es extender la oferta turística en nuevas direcciones para atraer nuevos segmentos y consolidar los actuales. En este sentido existe un proyecto ambicioso para conectar la zona del Polifórum hacia el centro histórico vía la Ruta del Peatón.

El Polifórum cuenta con una amplia oferta de servicios comerciales y culturales. Además de sus salas de exposiciones, puede montar conciertos, cuenta con el espacio de la Feria de León, un estadio de fútbol, que se requiere ampliar como equipo recientemente campeón y con el involucramiento del grupo de negocios cercano al Grupo Carso. También cuenta con un teatro para la ópera, un auditorio de amplias dimensiones, una biblioteca y un parque de ciencias, entre otras ofertas.



El centro histórico está siendo renovado con rutas peatonales, cableado sub-suelo, banquetas y equipamiento turístico, con extensiones del concepto a distintas plazas (por ejemplo Plaza del Músico) e inmuebles de valor arquitectónico, como son la Catedral, el Templo Expiatorio y la Presidencia Municipal. El plan es rescatar el centro como zona de recreación y entretenimiento con negocios de restaurantes, neverías, etc., aprovechando la conexión peatonal (Calzada de los Héroes con su Arco y la Calle Madero) entre el Polifórum y la primera cuadra.

Con el proyecto se pretende atraer a los visitantes de la zona del Polifórum al centro y además fortalecer la imagen del centro como zona de recreo para los Leoneses.

Otro proyecto sería la conexión de las plazas comerciales con el Polifórum y el centro histórico. Se planea ligar el Polifórum con la Plaza del Zapato y la zona de pequeños comerciantes de la zona de la central de autobuses con el concepto de ruta del peatón y las grandes plazas comerciales, a través de la extensión del sistema de transporte público que incluye la Oruga, que incluirá además el parque metropolitano y el zoológico.

La oferta complementaria debería fortalecerse en las áreas de módulos de atención al visitante, guías de turistas que son muy pocos los que actualmente desempeñan este cargo y transporte público que contempla el movimiento de los turistas entre plazas comerciales, el Polifórum, el centro histórico, el parque metropolitano y el zoológico. Se espera que la renovación del centro provea el incentivo para instalar oferta nueva.

El sector de salud es un excelente candidato para el desarrollo tomando en cuenta la buena oferta de hospitales, clínicas y universidades que ofrecen carreras de prestigio en medicina y temas relacionados a la salud.

El sector de recreación y deportes es otra buena opción, pero requiere la inversión en instalaciones y la ampliación o reconstrucción del estadio de fútbol de León.

Por otra parte, se requiere el desarrollo de oferta fuera de la mancha urbana, tomando en cuenta que el municipio cuenta con un área natural protegida de sierra de gran dimensión, que debería ampliar su oferta eco-turística y de aventura.

El factor humano es crucial para el desarrollo de servicios y León, como otros destinos del estado, está en proceso de profesionalizar su personal de primer contacto y otros perfiles gerenciales, a través de capacitaciones y certificaciones.

En materia de marco institucional y asociativo, León cuenta con la ventaja de integrar un grupo de empresarios que invierten en su ciudad, como lo demuestra el Polifórum y las plazas comerciales. El OCV de León ha sido exitoso en atraer eventos como expos y ferias a la ciudad e incursiona en la atracción de congresos.



León cuenta con buena accesibilidad a las ciudades principales del país a través de autopistas a Aguascalientes, Guadalajara, Morelia, Querétaro y México D.F. Tiene una conexión directa hacia San Luis Potosí y Monterrey desde Silao (por la Sierra Gorda) y una nueva autopista entre León y Salamanca completará la red de autopistas, con una conexión directa a Guanajuato y San Miguel de Allende, ciudades patrimonio de la humanidad.

La infraestructura básica de la ciudad ha mejorado sustancialmente, aunque se prevé la necesidad de construir otro relleno sanitario para eliminar finalmente el tiradero a cielo abierto, el Verde en la salida a San Francisco del Rincón y que representa un foco de contaminación.

León cuenta con una excelente planeación en materia de ordenamiento territorial, que toma en cuenta de manera comprensiva temas turísticos, como la provisión y mejoría de los espacios verdes, la detonación del eco turismo en las sierras alrededor de la ciudad rumbo al norte y noreste. IMPLAN cuenta con un excelente portal con abundante información relacionada a las intenciones de desarrollo, concertados con los departamentos de Obra Pública y Desarrollo Urbano.

Las áreas sensibles de protección ambiental en León incluyen la zona serrana que sufre deforestación, erosiones y daños a los mantos acuíferos a raíz de actividades informales de explotación de recursos y la extensión de la mancha urbana hacia las sierras. De otro lado, la ciudad se extiende rumbo a los planos del Bajío, fértiles terrenos agrícolas, con la pérdida de producción agrícola, vegetación y hábitat.

Otro problema que se ha venido arrastrando, es la contaminación del subsuelo que provoca la industria del cuero y zapato, sin embargo se está integrando el sector poco a poco en parques industriales construidos a propósito de reducir los impactos ambientales.

Finalmente, en los últimos años, se percibe mayor contaminación del aire, consecuencia de brechas no asfaltadas en las afueras de la ciudad, los ladrilleros en la salida a Silao y el aumento en el número de vehículos que circulan. El programa Pro aire está dedicado a esta problemática.

En materia de mercado, León tiene identificado su segmento de turismo comercial y de negocios, extendiéndose a ferias, exposiciones y congresos. Sin embargo se requiere buscar fortalecer los segmentos de turismo de salud, aprovechando buenas instalaciones y carreras universitarias de prestigio que se encuentran en la ciudad.



Otra área es la de los deportes, pero requiere de inversión en instalaciones. También se debe detonar el eco-turismo en excursiones en la Sierra de Lobos.

Sin embargo, en gran medida el potencial está en invitar a los visitantes a aumentar su asistencia a la oferta comercial y también aprovechar nuevos servicios turísticos de recreo y de ocio, en el centro histórico, aumentando su estancia y su gasto.

La ciudad requiere mejorar las actividades de promoción y comunicación. Las agencias de viaje, tour operadores y ciudadanía en los destinos potencialmente emisores tienen poca información con respecto a la oferta turística de León, con la excepción del Festival del Globo y el Rally de Guanajuato, que últimamente han dado la ciudad fama en ciudades emisoras de turistas.

En materia de comercialización, la ciudad no ha generado paquetes turísticos con un sistema de incentivos diseñado para estimular las ventas por parte de las agencias de viajes, o directamente vía internet.

Finalmente, en cuanto a las TICs, la ciudad no aprovecha suficientemente las oportunidades que ofrece este medio de comunicación siempre de mayor importancia. Se requiere promover paquetes turísticos integrados con ciudades cercanas como son patrimonio de la humanidad Guanajuato y San Miguel de Allende, aprovechando la autopista León-Guanajuato-San Miguel de Allende que se encuentra en preparación. Se requiere una mejoría del servicio “broad band” para los visitantes que utilicen WiFi, pero a la par, existe un espacio para el desarrollo de Apps para teléfonos móviles y páginas de tipo blog, buscando la integración del segmento de jóvenes. Para tener la facilidad de comunicar mensajes, noticias, fechas de eventos de manera más directa.



II. AGENDA DE COMPETITIVIDAD



i. Ejes de la Política Nacional Turística – Plan Nacional de Desarrollo

El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 divide a sus estrategias de trabajo en cinco ejes de gobierno: México en paz, México incluyente, México con educación de calidad, México próspero y México con responsabilidad global. El Plan Nacional de Desarrollo es, primero, un documento de trabajo que rige la programación y el presupuesto de toda la Administración Pública Federal. De acuerdo con la Ley de Planeación, todos los Programas Sectoriales, Especiales, Institucionales y Regionales que definen las acciones del gobierno, deberán elaborarse en congruencia con el Plan.

A continuación se describe el contenido de cada eje.

1. México en paz

En este eje se incluyen los siguientes objetivos:

- Promover y fortalecer la gobernabilidad democrática

Estrategias: impulsar un federalismo articulado mediante una coordinación eficaz y una mayor corresponsabilidad de los tres órdenes de gobierno, así como también, promover una nueva política de medios para la equidad, la libertad y su desarrollo ordenado.

- Garantizar la seguridad nacional

Estrategias: preservar la integridad, estabilidad y permanencia del Estado Mexicano. Al igual que fortalecer la inteligencia del Estado Mexicano para identificar, prevenir y contrarrestar riesgos y amenazas a la Seguridad Nacional.

- Mejorar las condiciones de seguridad pública

Estrategias: aplicar, evaluar y dar seguimiento del Programa Nacional para la Prevención Social de la Violencia y la Delincuencia; así mismo, promover la transformación institucional y fortalecer las capacidades de las fuerzas de seguridad.

- Garantizar un Sistema de Justicia Penal eficaz, expedito, imparcial y transparente

Estrategias: lograr una procuración de justicia efectiva, al igual que combatir la corrupción y transparentar la acción pública en materia de justicia para recuperar la confianza ciudadana.

- Garantizar el respeto y protección de los derechos humanos y la erradicación de la discriminación



Estrategias: instrumentar una política de Estado en derechos humanos, proporcionar servicios integrales a las víctimas u ofendidos de delitos y establecer una política de igualdad y no discriminación.

- Salvaguardar a la población, a sus bienes y a su entorno ante un desastre de origen natural o humano.

Estrategias: política estratégica para la prevención de desastres y gestión de emergencias y atención eficaz de desastres.

2. México incluyente

En este eje se incluyen los siguientes objetivos:

- Garantizar el ejercicio efectivo de los derechos sociales para toda la población

Estrategia: fortalecer el desarrollo de capacidades en los hogares con carencias para contribuir a mejorar su calidad de vida e incrementar su capacidad productiva.

- Transitar hacia una sociedad equitativa e incluyente

Estrategias: generar esquemas de desarrollo comunitario a través de procesos de participación social; fomentar el bienestar de los pueblos y comunidades indígenas, fortaleciendo su proceso de desarrollo social y económico, respetando las manifestaciones de su cultura y el ejercicio de sus derechos; así como proteger los derechos de las personas con discapacidad y contribuir a su desarrollo integral e inclusión plena.

- Asegurar el acceso a los servicios de salud

Estrategias: hacer de las acciones de protección, promoción y prevención un eje prioritario para el mejoramiento de la salud; mejorar la atención de la salud a la población en situación de vulnerabilidad; garantizar el acceso efectivo a servicios de salud de calidad; así mismo, promover la cooperación internacional en salud.

- Ampliar el acceso a la seguridad social

Estrategia: proteger a la sociedad ante eventualidades que afecten el ejercicio pleno de sus derechos sociales.

- Proveer un entorno adecuado para el desarrollo de una vida digna

Estrategias: transitar hacia un Modelo de Desarrollo Urbano Sustentable e Inteligente que procure vivienda digna para los mexicanos; así mismo, lograr una



mayor y mejor coordinación interinstitucional que garantice la concurrencia y corresponsabilidad de los tres órdenes de gobierno, para el ordenamiento sustentable del territorio.

3. México con educación de calidad

- Desarrollar el potencial humano de los mexicanos con educación de calidad

Estrategia: modernizar la infraestructura y el equipamiento de los centros educativos.

- Garantizar la inclusión y la equidad en el Sistema Educativo

Estrategia: ampliar las oportunidades de acceso a la educación en todas las regiones y sectores de la población.

- Ampliar el acceso a la cultura como un medio para la formación integral de los ciudadanos

Estrategias: situar a la cultura entre los servicios básicos brindados a la población como forma de favorecer la cohesión social; proteger y preservar el patrimonio cultural nacional; fomentar el desarrollo cultural del país a través del apoyo a industrias culturales y vinculando la inversión en cultura con otras actividades productivas; así como también posibilitar el acceso universal a la cultura mediante el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

- Promover el deporte de manera incluyente para fomentar una cultura de salud

Estrategia: crear un programa de infraestructura deportiva.

- Hacer del desarrollo científico, tecnológico y la innovación pilares para el progreso económico y social sostenible.

Estrategia: contribuir a la formación y fortalecimiento del capital humano de alto nivel.

4. México próspero

- Mantener la estabilidad macroeconómica del país

Estrategia: promover un ejercicio eficiente de los recursos presupuestarios disponibles.



- Democratizar el acceso al financiamiento de proyectos con potencial de crecimiento

Estrategias: ampliar el acceso al crédito y a otros servicios financieros, a través de la Banca de Desarrollo, a actores económicos en sectores estratégicos prioritarios, como la infraestructura, las pequeñas y medianas empresas, etc. Así mismo, promover la participación del sector privado en el desarrollo de infraestructura, articulando la participación de los gobiernos estatales y municipales para impulsar proyectos de alto beneficio social, que contribuyan a incrementar la cobertura y calidad de la infraestructura para elevar la productividad de la economía.

- Promover el empleo de calidad

Estrategia: promover el incremento de la productividad con beneficios compartidos, la empleabilidad y la capacitación en el trabajo.

- Impulsar y orientar un crecimiento verde incluyente y facilitador que preserve nuestro patrimonio natural al mismo tiempo que genere riqueza, competitividad y empleo

Estrategias: implementar una política integral de desarrollo que vincule la sustentabilidad ambiental con costos y beneficios para la sociedad; implementar un manejo sustentable del agua, haciendo posible que todos los mexicanos tengan acceso a ese recurso; fortalecer la política nacional de cambio climático y cuidado al medio ambiente para transitar hacia una economía competitiva y sustentable; y por último, proteger el patrimonio natural.

- Democratizar el acceso a servicios de telecomunicaciones

Estrategia: ampliar la cobertura y accesibilidad de las telecomunicaciones para impulsar mejores servicios y promover la competencia.

- Abastecer de energía al país con precios competitivos, calidad y eficiencia a lo largo de la cadena productiva

Estrategia: asegurar el abastecimiento racional de energía eléctrica a lo largo del país.

- Garantizar reglas claras que incentiven el desarrollo de un mercado interno competitivo

Estrategia: proteger los derechos del consumidor, mejorar la información de mercados y garantizar el derecho a la realización de operaciones comerciales claras y seguras.



- Desarrollar los sectores estratégicos del país

Estrategias: reactivar una política de fomento económico enfocada en incrementar la productividad de los sectores dinámicos y tradicionales de la economía mexicana; impulsar a los emprendedores y fortalecer a las micro, pequeñas y medianas empresas; así como también, fomentar la economía social.

- Contar con una infraestructura de transporte que se refleje en menores costos para realizar la actividad económica

Estrategia: modernizar, ampliar y conservar la infraestructura de los diferentes modos de transporte, así como mejorar su conectividad bajo criterios estratégicos y de eficiencia.

- Construir un sector agropecuario y pesquero productivo que garantice la seguridad alimentaria del país

Estrategia: impulsar el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales del país.

- **Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país**

Estrategias: impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico; impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico; fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos; y por último, fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos.

5. México con responsabilidad global

- Ampliar y fortalecer la presencia de México en el mundo

Estrategias: consolidar la relación con Estados Unidos y Canadá, América Latina y el Caribe, las relaciones con los países europeos, Asia-Pacífico, Medio Oriente y África; así como, impulsar una vigorosa política de cooperación internacional que contribuya tanto al desarrollo de México como al desarrollo y estabilidad de otros países.

- **Promover el valor de México en el mundo mediante la difusión económica, turística y cultural**

Estrategias: consolidar la red de representaciones de México en el exterior, como un instrumento eficaz de difusión y promoción económica, turística y cultural; al igual que, definir agendas en materia de diplomacia pública y cultural que permitan



mejorar la imagen de México en el exterior, lo cual incrementará los flujos de comercio, inversión y turismo.

- Reafirmar el compromiso del país con el libre comercio, la movilidad de capitales y la integración productiva

Estrategia: impulsar y profundizar la política de apertura comercial para incentivar la participación de México en la economía global.

- Velar por los intereses de los mexicanos en el extranjero y proteger los derechos de los extranjeros en el territorio nacional

Estrategias: crear mecanismos para la reinserción de las personas migrantes de retorno y fortalecer los programas de repatriación; así como, garantizar los derechos de las personas migrantes, solicitantes de refugio, refugiadas y beneficiarias de protección complementaria.

ii. Lineamientos y Directrices Estratégicas en el Estado de Guanajuato

a. Plan Estatal de Desarrollo

El Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Guanajuato (Programa de Gobierno 2012-2018) divide a sus estrategias de trabajo en cuatro ejes de gobierno: calidad de vida, economía para las personas, Guanajuato educado y Guanajuato seguro. Estos ejes constituyen una estrategia de trabajo para atender con mayor orden y prontitud las principales demandas ciudadanas.

A continuación se describe el contenido de cada uno de ellos.

Eje 1. Calidad de vida

Este eje se divide en salud, desarrollo humano y social, calidad ambiental y aprovechamiento sustentable de los recursos y obra pública.

En cuanto a salud, se presenta la importancia de prestar servicios de atención integral a la salud individual, familiar y comunitaria, así como también propiciar el bienestar físico, mental y social de las personas para contribuir al ejercicio pleno de sus capacidades.

En segundo lugar viene el desarrollo humano y social, dentro del cual se contempla realizar programas y acciones concretas en atención a las necesidades de acceso a la salud, vivienda y servicios básicos de agua potable, drenaje y electrificación, así como el mejoramiento de los niveles de nutrición, opciones de ingreso y trabajo digno.

Dentro del tema de calidad ambiental y aprovechamiento sustentable de los recursos, se considera el impulso al desarrollo sustentable del estado a través de



una política y gestión ambiental eficiente y eficaz. Así mismo, se contempla el desarrollo de grandes proyectos de infraestructura hidráulica que modifiquen las condiciones de escasez mediante la importación de caudales y la ampliación de los servicios de agua potable, alcantarillado y saneamiento en comunidades.

Por último, dentro del tema de obra pública, está considerado apoyar a las dependencias del Ejecutivo, municipios y organizaciones no gubernamentales en la construcción de infraestructura y equipamiento que integren las redes para el desarrollo del estado. En el mismo sentido, también incluye la consolidación de la infraestructura para la competitividad y el desarrollo sustentable para contribuir a reducir la brecha de conectividad entre los centros de población del estado.

Eje 2. Economía para las personas

En este eje las estrategias de trabajo se dividen en los siguientes rubros: economía sustentable, articulación productiva, promoción y comercialización, logística para negocios, profesionalización, **desarrollo turístico**, desarrollo agropecuario y desarrollo tecnológico.

A continuación se describen los rubros más importantes para el desarrollo turístico.

Dentro del tema de desarrollo turístico se puede encontrar lo siguiente:

- Planear, programar y evaluar la actividad turística en el estado, de conformidad con los planes nacional y estatal de desarrollo, las leyes de la materia y los lineamientos de política turística.
- Proporcionar asesoría en materia de turismo a las autoridades estatales y municipales, así como a los prestadores de servicios turísticos en el estado.
- Llevar a cabo el desarrollo y la promoción de la actividad turística del estado, fomentando la participación de la Federación, los municipios y la iniciativa privada.

En cuanto al tema de profesionalización, se contempla el fomento al mantenimiento y mejora de las fuentes de empleo, mediante capacitación, asistencia técnica y asesoría de las empresas establecidas en el estado. Así como también proporcionar asesoría en materia de turismo a las autoridades estatales y municipales, así como a los prestadores de servicios turísticos en el estado.

En tercer lugar se presenta la articulación productiva, dentro de la cual se considera impulsar la creación y desarrollo de empresas en el estado, así mismo, favorecer la vinculación del sector productivo con las instituciones educativas del nivel superior, en coordinación con la Secretaría de Educación.

Finalmente, en relación a la economía sustentable se puede encontrar el fomento a la creación de fuentes de empleo mediante el establecimiento de industrias en el estado, así como la creación de parques industriales y comercios.

Eje 3. Guanajuato educado

En este eje se desarrollan las estrategias de trabajo divididas en los siguientes rubros: materia educativa, alfabetización y rezago educativo, infraestructura educativa, financiamiento a la educación, investigación, capacitación para el trabajo, difusión cultural y deporte y recreación.

Los rubros más importantes para el desarrollo turístico son la capacitación para el trabajo y difusión cultural. Dentro del primero, se consideran los siguientes puntos:

- Coordinar y supervisar (en conjunto con otras dependencias), los programas de capacitación técnica y especializada.
- Impartir e impulsar la capacitación y formación de personas para el trabajo, propiciando la inserción laboral, el autoempleo y el desarrollo económico.
- Realizar acciones interinstitucionales con los sectores productivos para atender demandas de capacitación para el trabajo.

El tema de difusión cultural tiene contemplado promover y difundir el conocimiento de las diversas manifestaciones culturales del estado y sus municipios. Así como también, conservar el patrimonio histórico y cultural del estado, las bibliotecas, hemerotecas, museos, teatros, centros de expresión artística, unidades promotoras de las culturas locales o regionales de la entidad y la generación de nuevas fuentes de actividades culturales.

Eje 4. Guanajuato seguro

Este eje se divide en: prevención del delito, seguridad pública, reinserción social, procuración de justicia y gobernabilidad y certeza jurídica.

A continuación se mencionan los puntos más relevantes en materia turística. Dentro de la prevención del delito está considerado promover en coordinación con la sociedad, campañas tendientes a la prevención de los delitos. Además, impulsar la cultura sobre prevención del delito y participación ciudadana.

En el segundo rubro, seguridad pública, se contempla conservar el orden, la tranquilidad y la seguridad del estado, coordinar los esfuerzos para enfrentar los problemas de seguridad pública, vigilar el tránsito y la seguridad en las carreteras, caminos y áreas de jurisdicción estatal, coordinar las actividades del sistema estatal de protección civil, entre otras estrategias.

En cuanto a la procuración de justicia se considera atender, orientar y asistir oportunamente y con inmediatez a las víctimas y ofendidos de un delito que requieran apoyo legal, psicológico y social, así como a sus familiares.



Finalmente, dentro de gobernabilidad y certeza jurídica destaca la estrategia de propiciar la convivencia armónica y el desarrollo integral de la persona, la familia, los grupos sociales y la sociedad guanajuatense.

Comentarios

El Plan Estatal de Gobierno logra cubrir los puntos a los que hace referencia el Plan Nacional de Desarrollo, aunque su estructura es diferente, prácticamente se logra una conjunción casi total entre las estrategias de trabajo del Plan Estatal y el Plan Nacional.

Sin embargo, hay puntos importantes que no considera el Plan Estatal: la migración y los derechos humanos. Ambos temas son de importancia relevante para el estado de Guanajuato y debieran considerarse dentro del plan de trabajo de la Administración Pública.

b. Programa Estatal de Turismo (PET)

En el PET 2013-2018 se describen los objetivos sectoriales, las estrategias, las metas y los proyectos, desarrollados y perfeccionados, los cuales, permitirán el logro de los propósitos planteados en el Programa de Gobierno y los pasos específicos necesarios para alcanzarlos a través de proyectos o acciones particulares.

Lo anterior se llevó a cabo mediante la participación de diferentes grupos en las regiones turísticas del estado y con la participación de los expertos de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato.

A continuación se describen los objetivos y las estrategias incluidas en el Programa.

1. Fortalecer las ventajas competitivas turísticas del estado

En este objetivo del programa las estrategias sobre las que se trabajará para cumplirlo, se presentan a continuación.

- Estrategias dirigidas a un objetivo inmediato: Para los destinos relevantes, promover acciones para fortalecer la conectividad aérea o terrestre, que facilite el acceso e implementar la agenda transversal para la mejora y conservación de los destinos.
- Estrategias de búsqueda: Establecer y operar un sistema de inteligencia competitiva para el turismo del estado, desarrollar e implantar un modelo de innovación para los destinos y productos del estado e implementar el modelo piramidal de excelencia turística.
- Estrategias de continuidad: Fortalecer el observatorio turístico para la generación de indicadores y análisis de estrategias; así como fortalecer la

infraestructura turística en pueblos mágicos, ciudades patrimonio, corredor empresarial, zonas arqueológicas y áreas naturales protegidas así como la zona norte del estado.

2. Impulsar una política turística para la transformación y transversalidad del sector

En este objetivo del programa las estrategias sobre las que se trabajará para cumplirlo, se presentan a continuación.

- Estrategias dirigidas a un objetivo inmediato: Implementar una política turística incluyente y alineada a los planes, programas y proyectos de los tres niveles de gobierno y apegada a los criterios que marca la ley de turismo. Así como también, concretar esquemas y procesos que permitan la eficiencia, desarrollo y evaluación de las acciones de la dependencia.
- Estrategias de búsqueda: Diseñar incentivos para impulsar la inversión privada en el sector.
- Estrategias de continuidad: Implementar mecanismos de vinculación y fortalecimiento para el impulso de rutas y circuitos turísticos que permitan aprovechar la interdependencia entre destinos y entre estados.

3. Consolidar de manera sustentable la oferta turística

En este objetivo del programa las estrategias sobre las que se trabajará para cumplirlo, se presentan a continuación.

- Estrategias dirigidas a un objetivo inmediato: Identificar y evaluar la oferta turística del estado de Guanajuato, además, fortalecer los segmentos turísticos prioritarios y desarrollo de un sistema de información turística para el visitante.
- Estrategias de búsqueda: Promover y apoyar a los prestadores de servicios turísticos para el desarrollo de infraestructura, equipamiento y sistemas de comercialización.
- Estrategias de continuidad: Integrar una agenda de festivales y eventos que incentive, diversifique e incremente la actividad turística, así mismo, consolidar e impulsar la operación de los centros de atención a visitantes.

4. Fortalecer la identidad turística

En este objetivo del programa las estrategias sobre las que se trabajará para cumplirlo, se presentan a continuación.

- Estrategias dirigidas a un objetivo inmediato: Diseñar e implantar esquemas de formación para desarrollar la cultura turística de la entidad.
- Estrategias de búsqueda: Consolidación de la Marca del Estado de Guanajuato como destino turístico a nivel nacional e internacional, al igual que, impulsar el desarrollo de la industria cinematográfica y promover el Estado de Guanajuato como zona geográfica idónea para la realización de proyectos audiovisuales, que fomenten la generación de empleos, ocupación hotelera, derrama económica y el posicionamiento de la Entidad.
- Estrategias de continuidad: Desplegar una estrategia de marketing para Mejorar el posicionamiento y comercialización del destino y marca Guanajuato a nivel nacional e internacional para cada segmento.

5. Impulsar mejoras a la legislación que impacta a la actividad turística en el estado y vigilar su cumplimiento en la esfera de su competencia.

En este objetivo del programa las estrategias sobre las que se trabajará para cumplirlo, se presentan a continuación.

- Estrategias dirigidas a un objetivo inmediato: Impulsar la creación de organismos de participación ciudadana por municipio que participen en el mejoramiento de la actividad turística, así como diseñar e implantar mecanismos para mejorar la aplicación de la legislación y normatividad a nivel municipal.
- Estrategias de búsqueda: Desarrollar inteligencia en materia de normatividad turística para la mejora regulatoria en beneficio del sector turístico.

Comentarios

Algunos de los proyectos y programas presentados en la sección VI y VII están contemplados en este Programa. Algunos de los ejes del Plan Municipal de Desarrollo están alineados con algunos de los objetivos y estrategias que se mencionan.



iii. Lineamientos Sectoriales – Plan Municipal de Desarrollo

Dentro de este eje, se encuentran varias líneas estratégicas, la línea de infraestructura social contempla la construcción de espacios públicos con jardineras y servicios múltiples para disminuir el déficit recreativo y de seguridad, así como el rescate de los espacios públicos ya existentes pero que se encuentran deteriorados.

En la línea de educación y cultura se contempla el impulso al Festival Internacional de Arte Contemporáneo, el fortalecimiento a la Feria Nacional del Libro de León, el apoyo al Festival Internacional Cervantino y el impulso al Festival de la Muerte. También incorpora el mejoramiento y ampliación de infraestructura, servicios y atención de la demanda de EXPLORA.

Eje 2. Economía Diversificada y Generadora de Empleos

Las líneas estratégicas en este eje son las siguientes: competitividad y mejora regulatoria, atracción de inversiones, comercio y mercados, atención y fomento a las MIPyMES, fomento al empleo y fomento al turismo.

Dentro de la primera línea se contempla ampliar y mejorar el acceso a internet en plazas públicas, mejorar el índice de competitividad del municipio, entre otros.

En cuanto a la atracción de inversiones, está considerada la construcción de infraestructura necesaria para un polígono industrial en las Joyas, mejorar las instalaciones de cinco mercados y la construcción y operación de uno de ellos.

En la siguiente línea, se presentan los siguientes puntos: realizar un foro anual para empresarios y emprendedores para dar a conocer la diversificación de productos; mejorar los servicios, acceso, imagen y operación que ofrece la zona piel a sus visitantes; ampliación de la ruta del peatón tramo Poliforum – Centro Histórico, detonando en Calzada de los Héroes; diversificar los servicios de la Plaza del Músico para hacerla más atractiva a la población local y foránea.

Finalmente, en la línea de fomento al turismo, se pueden encontrar los siguientes puntos: colocación de señalización turística determinada, incrementar la certificación de los servicios turísticos, incrementar el número de convenios entre instituciones educativas y el sector turismo, implementar la “tarjeta ciudad” con la cual se tienen acceso a parques y atractivos turísticos de la ciudad, además de descuentos en comercios y establecimientos incluidos.

Eje 3. Ciudad Segura

Destaca el programa “En Prevención Somos Uno”, la formación de policía multipropósito, integración de la ciudadanía a los voluntariados juveniles para la prevención. También se incluye la puesta en marcha de cámaras de vigilancia, el



incremento de presencia policial, la realización de patrullaje anual en operativos “León” y “Centinela”.

Además, se considera dignificar y rediseñar centrales de policía, la construcción de bases de operación y vigilancia, poner en marcha equipos móviles de levantamiento de hechos de tránsito.

Finalmente se menciona sobre realizar mantenimiento preventivo y correctivo de cruceros semaforizados, semáforos con luces leds y cabezas de semáforo peatonal con cronómetro.

Eje 4. Sustentabilidad Ambiental

Dentro de este eje se promueve la administración eficiente del agua, la gestión integral de los residuos sólidos, el mejoramiento de la calidad del aire, la extensión de zonas protegidas en la Sierra de Lobos y la promoción de distintos proyectos de parques naturales.

Así mismo, se contempla el cuidado y protección de los parques, jardines y áreas verdes y el desarrollo del foro anual de sustentabilidad nacional para el intercambio de experiencias y difusión de programas y acciones municipales.

Por otro lado, se considera la instalación de museos verdes en espacios públicos, forestación de un parque con especies originarias del ecosistema en que se ubica el municipio.

Además, se prevé un diagnóstico de manejo de residuos sólidos, un programa intersectorial de estrategias para la prevención de la contaminación.

Finalmente, detectar áreas naturales protegidas de competencia municipal, incrementar la proporción de áreas verdes por habitante, incrementar la superficie forestal, mejoramiento de parques urbanos, rehabilitación del Parque Hidalgo, construcción de la primera etapa de Parque Metropolitano Oriente y dar seguimiento al proyecto Plaza de acceso zona sur-poniente Boulevard.

Eje 5. Infraestructura y Servicios Públicos para el Desarrollo

Este eje pone énfasis en la extensión del Sistema Integral de Transporte (SIT), en cerrar circuitos de ciclo vías y en la modernización de varios museos.

Se contempla lo siguiente: acciones de infraestructura y operación para consolidar fase I y II del SIT. Así mismo, desarrollar infraestructura que permita fortalecer e integrar una red ciclista y articule los polígonos de pobreza de la zona urbana.



Por otro lado, se tiene como objetivo mejorar el funcionamiento e imagen urbana del Boulevard José María Morelos, dar mantenimiento preventivo y correctivo a las principales vialidades y mejorar condiciones de accesibilidad.

Por último, en relación al tema de museos, se considera consolidar la operación del Museo de Identidades Leonesas, realizar la construcción de la tercera etapa de la Casa Luis Long, crear un espacio profesional y adecuado para la promoción cinematográfica de proyectos generados por cineastas guanajuatenses.

Eje 6. Gobierno de Resultados

Este eje pone especial atención en un sistema integral de proyectos. Igualmente, en este eje se contempla acortar el plazo legal de respuesta al ciudadano en trámites comunes de acceso por medio de la página web del municipio, así como optimizar puestos públicos y tiempos y contar con una publicación mensual en un boletín informativo con temas relevantes.

Por otro lado, en cuanto al tema de la tecnología, se considera la gestión y el desarrollo de soluciones tecnológicas necesarias que den soporte a los procesos sustantivos del municipio.

Finalmente, se contempla una Comisión Ciudadana Anticorrupción y mejorar la atención a la población.

Comentarios

Este Plan Municipal va en concordancia con los temas que trata el Plan Estatal; sin embargo, no cubre todos los puntos del Plan Nacional, sobre temas como: cooperación internacional, seguridad social, derechos humanos y migración.



II.1. IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMÁTICAS Y ESTRATEGIAS DE LEÓN



Se llevó a cabo un marco lógico simplificado en gabinete, en lo cual identificamos causas y efectos en materia de problemas, y medios y fines en materia de estrategias y proyectos.

Se desglosan los proyectos y programas del destino turístico. Tanto proyectos como programas se encuentran divididos en los nueve factores: oferta turística, democratización de la productividad turística, sustentabilidad turística, formación y certificación, accesibilidad e infraestructura, seguridad patrimonial y física, promoción y comercialización, gestión del destino y TICs e información al turista.

Además de los proyectos considerados para ejecutarse en los destinos turísticos a los cuales compete este estudio, también se incluyen programas de importancia relevante para el impulso del desarrollo turístico de los municipios que se analizan en este documento.

El archivo está integrado por tres tablas: Problemáticas y Estrategias, Matriz de Compromisos y Matriz de Proyectos y Programas. En la primera tabla se encuentra un listado de todos los proyectos y todos los programas que surgieron a raíz de este estudio. En las siguientes dos tablas de proyectos y programas se encuentran los que se consideran como prioritarios para impulsar el desarrollo turístico.

Conjuntamente con los proyectos y programas, este instrumento incluye: problemática, estrategias, planes de desarrollo, dependencias involucradas, avances, inversión proyecto/programa y calendario.

La problemática corresponde a lo que se pretende solucionar con la ejecución de cada uno de los proyectos o programas.

Las estrategias son los ejes o acciones para lograr el éxito por la ejecución de los proyectos y/o programas. Además, en dichas estrategias se especifica cuando se contemplan en el Programa Estatal de Turismo (PET).

La información sobre los planes de desarrollo se refiere a que si el proyecto o programa mencionado se encuentra dentro de al menos un plan de desarrollo de alguno de los tres niveles de gobierno (municipal, estatal y/o federal).

Las dependencias involucradas son a quienes les compete la ejecución de cada proyecto. En la mayoría de los proyectos, las instancias involucradas son dos o más, es decir, es un proyecto colaborativo entre varias dependencias.

En relación a los avances se consideran tres tipos: propuesta, en proceso y en preparación.



La propuesta se refiere a un proyecto planteado por el equipo de trabajo. Cuando se dice que el avance está en proceso es un proyecto que ya se está llevando a cabo actualmente y se considera necesario que se continúe con su ejecución. Finalmente, un proyecto en preparación es un proyecto considerado para que sea ejecutado, sin embargo, por diversas cuestiones, no se ha logrado su realización.

En calendario se categorizó a cada uno de los proyectos según la duración de su ejecución o implementación en: 1 año, 3 años y 5 años.



Identificación Problemáticas y Estrategias León			
Problemáticas	Estrategias	Planes de Desarrollo*	Proyectos y Programas
1. Oferta Turística			
Escasez de atractivos turísticos (estancias promedio por debajo de dos días)	Promover zona recreativa del Poliforum - Centro histórico.	PM	1. Promover ruta de Peatones con ruta Poliforum, Fórum Cultural, La Calzada, Calle Madero y Centro histórico hasta la Plaza del Mariachi. (En proceso; calle Madero completado y zona Poliforum completado. Se prevé banquetas, bancas, kioscos, cableado e iluminación; en el primer cuadro vial (\$50 millones) y Calzada de los Niños Héroes (\$40 millones).
		PM	2. Dignificación de la zona centro con rutas peatonales en San Juan de Dios (60 millones), XX de Septiembre (\$30 millones), calle Chapultepec (\$50 millones), zona templo Calvario (\$15 millones), Barrio Coecillo (\$60 millones), dando un presupuesto total de alrededor de \$200,000 millones.
	Promover turismo religioso.	PN	1. Potencializar festivales religiosos con mejoras en servicios, señalética e información.
		PN	2. Programa de rescate de las iglesias céntricas (Catedral, Espiratorio, Calvario, etc.) aprovechando la creación de las rutas peatonales.
	Promover turismo cultural.	PN, PE	1. Incrementar número de festivales y eventos culturales en periodos de baja afluencia turística.
		PN, PE	2. Renovar los museos de la ciudad para que constituyeron atractivos mayores.
	Promover parque temático	N	1. Analizar factibilidad de construcción de parques temáticos del tipo Six Flags u otra oferta.
	Promover turismo de aventura	PN, PE, PM	1. Incrementar variedad de actividades de turismo de aventura como campamentos “trekking” y rapel en la Sierra de Lobos.
	Promover ecoturismo.	PN, PE	1. Potencializar actividades recreativas con senderos, señalización e infraestructura para actividades recreativas, ej Club del Caminante (IMPLAN).
		PN, PE	2. Desarrollar parque eco turístico
2. Democratización de la productividad turística			
Circulo vicioso de niveles bajo de capacitación, salarios bajos y alta rotación de personal turístico	Campañas de sensibilización de servidores públicos	N	1. Taller de sensibilización de servidores públicos al turismo previa a la extensión a la ciudadanía.
Sensibilidad de la ciudadanía al turismo	Campañas de sensibilización ciudadana	PE, PM	1. Aplicación de programa “Barrio Modelo” en zonas céntricas, con base en el impacto obtenido en Guanajuato y San Miguel de Allende (incluye incentivos económicos para la participación ciudadana en materia de ingresos turísticos por servicios ofrecidos (alimentos, guía de turistas, etc.).
		PM	1. Programa de sensibilización escolar.



Identificación Problemáticas y Estrategias León			
Problemáticas	Estrategias	Planes de Desarrollo*	Proyectos y Programas
3. Sustentabilidad turística			
Aire contaminado	Programa "Proaire" de SEMARNAT para León (2013 – 2022)	PM	1. Promover programa de verificación vehicular.
		PM	2. Programa de renovación del parque vehicular público similar al programa operado en D.F.
		PM	3. Mejorar transporte público para reducir emisiones de camiones y por vehículos privados debido a una reducción de uso.
		PM	4. Promover ciclo vías ej (López Mateos – IMPLAN).
Recolección de residuos sólidos	Programa integral de recolección, reciclaje y disposición final de residuos sólidos	PN, PE	1. Intensificar limpieza callejera.
		PN, PE	2. Rediseño de sistema de contenedores.
		PN, PE	3. Rediseño de rutas y horarios.
		PN, PE	4. Renovación de flota de vehículos.
		PN, PE	5. Reorganización de sistema de reciclaje.
		PN, PE, PM	6. Construcción de un nuevo relleno sanitario para substituir Jacinto López (Salida cuota Guadalajara y El Verde (salida a Lagos de Moreno).
		PN, PE, PM	7. Campaña de sensibilización ciudadana.
		PN, PE, PM	8. Campaña de sensibilización escolar.
Sobreexplotación de agua potable	Programa integral de conservación del agua	PN, PE, PM	1. Potencializar presas y reducir uso de pozos que representan el 98% de la extracción del líquido (La presa el Zapotillo, en proceso, con 145 km de acueducto va en este sentido - IMPLAN).
		PN, PE	2. Incentivar colecta de aguas pluviales.
		PN, PE	3. Reducir pérdidas por filtraciones.
		PN, PE	4. Incentivar uso de aparatos / equipos ahorradores de agua.
		PN, PE	5. Incentivar uso de aguas grises.
		PN, PE, PM	6. Aumentar tratamiento de aguas negras con plantas de tratamiento de aguas.
		PN, PE	7. Utilización del agua tratada para riego de espacios verdes en la zona metropolitana (IMPLAN).
Erosión de terrenos en zona rural	Programa de reforestación	PN, PE	1. Mayor involucramiento de la Comisión Nacional Forestal en actividades de reforestación con árboles y arbustos nativos/apropiados, sobretudo en la zona de recarga (sierras).
		PN, PE	2. Promoción de actividades relacionadas como silvicultura y apicultura.
Ahorro de electricidad	Programa de producción de electricidad	N	1. Programa de paneles solares en instalaciones turísticas.
Pocas zonas verdes en zona metropolitana	Potencializar espacios verdes	PN, PE	1. Programa de parques eco sistémicos (IMPLAN).
		PN, PE	2. Programa de rescate de parques metropolitanos y urbanos (IMPLAN).



Identificación Problemáticas y Estrategias León			
Problemáticas	Estrategias	Planes de Desarrollo*	Proyectos y Programas
		PN, PE	3. Programa de parques lineales (IMPLAN), incluyendo un parque lineal que conectará el Zoológico con el Parque Metropolitano con presupuesto de (\$150 millones).
4. Formación y certificación			
Nivel discreto de profesionalización (Capacitación ofrecida de manera intermitente)	Incentivar capacitación de personal turístico	N	1. Talleres de sensibilización de empresarios con respecto a la profesionalización del turismo.
		PM	2. Incentivar empresas que capaciten y certifiquen su personal a través de accesos privilegiados a programas de desarrollo turístico.
		PM	3. Programa permanente de superación de personal en distintas capacidades (calidad de servicio, conducción de grupos, etc.) y servicios (guías, meseros, etc.).
		N	4. Programa de capacitación en idiomas, además de inglés.
5. Accesibilidad e infraestructura (instalaciones y servicios)			
Congestión vehicular y sobrepoblación de unidades de transporte	Central camionera	N	1. Analizar la factibilidad de mover la central camionera fuera de la mancha urbana a la zona del Boulevard Delta.
	Sistema de transporte colectivo para conectar la ciudad con el aeropuerto	N	1. Promover ruta de transporte público al aeropuerto del Bajío.
	Modernizar sistema de transporte público	N	1. Analizar la factibilidad de un sistema de tren rápido eléctrico para León.
		PM	2. Extender sistema de Oruga a zonas más periféricas para eliminar vehículos tradicionales. Se prevé el proyecto de expansión del SIT de tercera etapa (\$500 millones).
		PM	3. Reemplazar flota de autobuses con unidades más modernas y menos contaminantes (dentro del proyecto de expansión del SIT de tercera etapa).
	Ruta turística	N	1. Utilizar el sistema Oruga para conectar el centro histórico con las plazas comerciales (Outlet, Altacia, Venezia, Mayor) con el fin de crear un corredor turístico, con conexiones al parque metropolitano y parque zoológico.
	Reducir flujo vehicular en centro histórico	N	1. Construir estacionamientos inmediatamente fuera del centro histórico con sistema de transporte público integrado.
		N	2. Equipar cajones callejeros con parquímetros.



Identificación Problemáticas y Estrategias León			
Problemáticas	Estrategias	Planes de Desarrollo*	Proyectos y Programas
		PM	3. Promover ciclo vías. Existe un proyecto de ciclo vías para cerrar circuitos (\$150 millones de pesos).
Plazas, parques y espacios públicos	Rehabilitación de plazas y espacios públicos	PM	1. Programa Ciudad Histórica de 25 Manzanas (IMPLAN).
Señalización para tráfico	Promover la señalización	N	1. Programa de señalética de oferta turista homogenizada
Movilidad para discapacitados, adultos mayores, niños, etc.	Promover la movilidad de la ciudadanía y turistas	PN, PE, PM	1. Programa de mejora de banquetas, rampas y similares en pro de la movilidad de las personas en espacios públicos y edificios.
Fondos de financiamiento ej. Habitat (SEDESOL), etc.	Promover recuperación de calles y fachadas	PM	1. Promover el acceso a fondos de financiamiento para la dignificación de fachadas y calles.
Fondos de financiamiento	Promover fondos no explotados hasta la fecha	N	1. Programa de atracción de fondos de organizaciones internacionales como Protocolo de Kioto, FIDERCO-SIARCO (Fideicomiso para el Desarrollo de la Región Centro Occidente) y American Express
6. Seguridad patrimonial y física			
Criminalidad juvenil - robos, vandalismo, asaltos, pandillerismo	Sensibilización ciudadana a nivel barrio / colonia	PE	1. Programa de rescate de barrios céntricos a partir de rutas turísticas con servicios turísticos locales (referirse al programa "barrio modelo" en Guanajuato y San Miguel de Allende).
	Vigilancia	PM	1. Programa de instalación de video cámaras y seguimiento en espacios públicos.
7. Promoción y comercialización			
Baja integración de servicios turísticos	Promover turismo norteamericano, europeo y asiático	N	1. Programa de atracción de la comunidad extranjera que trabaja en el corredor industrial del Bajío para que disfruten de la infraestructura de servicios superiores que ofrece León.
		N	2. Programa de atracción de turismo al Estado de Guanajuato, con hospedaje en León, como destino dentro de una ruta (FAMS con tour operadores europeos y asiáticos).
	Creación de paquetes turísticos que incluyen hotel, restaurante, atractivos turísticos y recreo	N	1. Integración de proveedores turísticos con agencias de viajes y tour operadores para diseñar y ofrecer paquetes turísticos para el Estado de Guanajuato que incluyen a León.



Identificación Problemáticas y Estrategias León			
Problemáticas	Estrategias	Planes de Desarrollo*	Proyectos y Programas
	Establecimiento de promociones para tour operadores	N	1. Programa de FAMS para agencias de viaje y tour operadores para promover los paquetes turísticos para el Estado de Guanajuato, incluyendo a León. Existe mucho desconocimiento entre tour operadores y agencias de viaje sobre la oferta turística en el estado, incluyendo los Pueblos Mágicos, zonas arqueológicas, etc.
	Fortalecimiento de rutas y circuitos turísticos	PN, PE	1. Integración de proveedores turísticos con agencias de viajes y tour operadores para diseñar y ofrecer paquetes que incluyen a León (ciudad gastronómica, Vergel de la Sierra, pueblo mágico de Jalpa de Cánovas, Guanajuato patrimonial, etc.)
	Incrementar número de destinos emisores con conexión aérea directa	N	1. Convencer a tour operadores de ofrecer vuelos directos de zonas turísticas de sol y playa, y otros destinos mexicanos al Estado de Guanajuato, con hospedaje en León para incrementar accesibilidad y abaratar costos de transporte
	Paradores turísticos	N	1. Construir y operar módulo de información oficial en la Plaza Principal o centros
		N	2. Construir y operar parador turístico de otro país en centro histórico o plazas comerciales (referirse a Casa Europa en San Miguel de Allende)
8. Gestión del destino			
Serie de trámites empresariales	Facilitar trámites para apoyar el establecimiento de proveedores turísticos	N	1. Crear “ventanilla única” para trámites.
		N	2. Potencializar sistema de apertura rápida de empresas (SARE).
		N	3. Formalizar negocios informales.
		N	4. Reforzar iniciativas de incubadoras en materia turística.
Serie de trámites ciudadanos	Facilitar pago de infracciones de tránsito	N	1. Creación de módulo de atención para infracciones
Informalidad y Ambulantaje ambulante	Formalizar la oferta turística informal y	N	1. Campaña de formalización de oferta turística informal y ambulante.
Hoteles no admiten mascotas	Incentivar una mayor sensibilidad con una política en favor de las mascotas de los turistas	N	1. Programa en favor de mascotas en algunos hoteles.
9. TICs e información al Turista			
Información de portales oficiales incompleta	Mejorar portales oficiales	N	1. Portal estatal “Guanajuato Experience” – actualizar, generar ligas electrónicas a oferta de servicios turísticos y otras portales turísticos privados



Identificación Problemáticas y Estrategias León			
Problemáticas	Estrategias	Planes de Desarrollo*	Proyectos y Programas
		N	2. Portal del Ayuntamiento es relativamente bueno – generar ligas a portales principales turísticos, públicos y privados
Limitado acceso a WIFI en espacios públicos	Planear zonas con acceso a WIFI	PM	1. Conseguir acceso a WIFI con empresas proveedores en centro histórico y otros lugares recreativos como son el Parque Metropolitano 2 Planear espacios con servicios de café, etc.
		N	2. Equipar espacios públicos para el disfrute de tecnología.
Desconocimiento de tendencias de redes sociales y TICs	Estudio de tendencias y ofertas en TICs en otros espacios y destinos turísticos de vanguardia	N	1. Conocimiento de portales y Apps para dispositivos móviles para diseñar política de información que complementa la oferta de información del sector privado.

*PM = Plan Municipal, PE = Plan Estatal, PN = Plan Nacional y N = Ninguno

Proyecto alineado al Programa Estatal de Turismo PET



II.2. PROYECTOS Y PROGRAMAS LEÓN



i. Matriz de Compromisos

Se desglosan los proyectos y programas del destino de **León**. Los proyectos y programas se encuentran divididos en los nueve factores: oferta turística, democratización de la productividad turística, sustentabilidad turística, formación y certificación, accesibilidad e infraestructura, seguridad patrimonial y física, promoción y comercialización, gestión del destino y TICs e información al turista.

Además de los proyectos considerados para ejecutarse en los destinos turísticos a los cuales compete este estudio, también se incluyen programas de importancia relevante para el impulso del desarrollo turístico del municipio que se analiza en este documento.

Este instrumento también incluye información sobre: acciones, responsables y avances de los proyectos.

Las acciones corresponden a las actividades que se cubren al realizar cada uno de los proyectos.

Los responsables son las dependencias a las cuales les compete la ejecución de cada proyecto. En la mayoría de los proyectos, las instancias responsables son dos o más, es decir, es un proyecto colaborativo entre dependencias.

En relación a los avances se consideran tres tipos: propuesta, en proceso o en preparación.

La propuesta se refiere a un proyecto o programa planteado por la Universidad de Guanajuato. Cuando se dice que el avance está en proceso es un proyecto o programa que ya se está llevando a cabo actualmente y se considera necesario que se continúe con su ejecución. Finalmente, un proyecto en preparación es un proyecto considerado para que sea ejecutado, sin embargo, por diversas cuestiones, no se ha logrado su realización.

La siguiente Matriz se encuentra conformada por aquellos proyectos y programas que se definieron como prioritarios después de haberse socializado con los prestadores de servicios y servidores públicos del municipio de León. En este caso se identificaron **26 programas y proyectos.**



Matriz de Compromisos León			
Proyecto	Acciones	Responsables	Avances
1. Oferta turística			
1. Promover ruta de Peatones con ruta Polifórum, Fórum Cultural, La Calzada, Calle Madero y Centro histórico hasta la Plaza del Mariachi. (En proceso; calle Madero completado y zona Polifórum completado. Se prevé banquetas, bancas, kioscos, cableado e iluminación; en el primer cuadro vial (\$50 millones) y Calzada de los Niños Héroes (\$40 millones).	Promover zona recreativa del Poliforum - Centro histórico.	1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección de Desarrollo Urbano.3. Dirección General de Turismo Municipal	En proceso
2. Dignificación de la zona centro con rutas peatonales en San Juan de Dios (60 millones), 20 de Septiembre (\$30 millones), calle Chapultepec (\$50 millones), zona templo Calvario (\$15 millones), Barrio Coecillo (\$60 millones), dando un presupuesto total de alrededor de \$200,000 millones.		1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección de Desarrollo Urbano.	En preparación
3. Renovar los museos de la ciudad para que constituyeron atractivos mayores.	Promover turismo cultural	1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección de Desarrollo Urbano. 3. Dirección General de Turismo 4. Instituto Estatal y Municipal de Cultura.	En preparación
4. Incrementar variedad de actividades de turismo de aventura como campamentos “trekking” y rapel en la Sierra de Lobos.	Promover turismo de aventura	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	Propuesta
5. Desarrollar parque eco turístico	Promover Ecoturismo	1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección de Desarrollo Urbano. 3. Dirección General de Turismo	Propuesta
2. Democratización de la productividad turística			
6. Taller de sensibilización de servidores públicos al turismo previa a la extensión a la ciudadanía.	Campañas de sensibilización de servidores públicos	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	Propuesta
7. Aplicación de programa “Barrio Modelo” en zonas céntricas, con base en el impacto obtenido en Guanajuato y San Miguel de Allende (incluye incentivos económicos para la participación ciudadana en materia de ingresos turísticos por servicios ofrecidos (alimentos, guía de turistas, etc.).	Campañas de sensibilización ciudadana	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	Propuesta
8. Programa de sensibilización escolar.		1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	Propuesta
3. Sustentabilidad turística			
9. Utilización del agua tratada para riego de espacios verdes en la zona metropolitana (IMPLAN).	Programa integral de conservación del agua	1. SIMAPAG. 2. Dirección General de Medio Ambiente Sustentable.	En preparación
10. Mayor involucramiento de la Comisión Nacional Forestal en actividades de reforestación con árboles y arbustos nativos/apropiados, sobre todo en la zona de recarga (sierras).	Programa de reforestación	1. Dirección General de Medio Ambiente Sustentable. 2. Instituto de Ecología.	Propuesta

Fuente: Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de León 2013. Universidad de Guanajuato. Sector Guanajuato

Fuente: Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de León 2013, Universidad de Guanajuato, Sector Guanajuato



Matriz de Compromisos León			
Proyecto	Acciones	Responsables	Avances
4. Formación y certificación			
11. Talleres de sensibilización de empresarios con respecto a la profesionalización del turismo.	Incentivar capacitación de personal turístico	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	Propuesta
12. Incentivar empresas que capaciten y certifiquen su personal a través de accesos privilegiados a programas de desarrollo turístico.		1. Dirección General de Turismo. 2. Dirección General de Desarrollo Económico. 3. Secretaría de Turismo Guanajuato. 4. Secretaría de Turismo Federal	Propuesta
13. Programa permanente de superación de personal en distintas capacidades (calidad de servicio, conducción de grupos, etc.) y servicios (guías, meseros, etc.).		1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal	En proceso
14. Programa de capacitación en idiomas, además de inglés.		1. Dirección General de Turismo. 2. Dirección General de Desarrollo Económico. 3. Universidad de Guanajuato. 4. Secretaría de Turismo Guanajuato. 5. Secretaría de Turismo Federal	Propuesta
5. Accesibilidad e infraestructura (instalaciones y servicios)			
15. Utilizar el sistema Oruga para conectar el centro histórico con las plazas comerciales (Outlet, Altacia, Venezia, Mayor) con el fin de crear un corredor turístico, con conexiones al parque metropolitano y parque zoológico.	Ruta turística	1. Dirección de Tránsito y Transporte del Estado de Guanajuato. 2. Tránsito Municipal.	Propuesta
16. Construir estacionamientos inmediatamente fuera del centro histórico con sistema de transporte público integrado.	Reducir flujo vehicular en centro histórico	1. Dirección de Tránsito y Transporte del Estado de Guanajuato. 2. Tránsito Municipal. 3. Dirección de Desarrollo Urbano. 4. Dirección General de Turismo.	En proceso
17. Programa de señalética de oferta turista homogenizada	Promover la señalización	1. Dirección de Tránsito y Transporte del Estado de Guanajuato. 2. Tránsito Municipal. 3. Dirección de Desarrollo Urbano. 4. Dirección General de Turismo. 5. Secretaría de Turismo Guanajuato. 6. Secretaría de Turismo Federal	
18. Programa de mejora de banquetas, rampas y similares en pro de la movilidad de las personas en espacios públicos y edificios.	Promover la movilidad de la ciudadanía y turistas	1. Dirección de Desarrollo Urbano. 2. Dirección General de Obra Pública.	
7. Promoción y comercialización			
19. Programa de atracción de la comunidad extranjera que trabaja en el corredor industrial del Bajío para que disfruten de la infraestructura de servicios superiores que ofrece León.	Promover turismo norteamericano, europeo y asiático	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	Propuesta
20. Convencer a líneas aéreas y touroperadores de ofrecer vuelos directos de zonas turísticas de sol y playa, y otros destinos mexicanos al Estado de Guanajuato, con hospedaje en León para incrementar accesibilidad y abaratar costos de transporte	Incrementar número de destinos emisores con conexión aérea directa	1. Dirección General de Turismo. 2. Dirección General de Desarrollo Económico. 3. Secretaría de Turismo Guanajuato. 4. Secretaría de Turismo Federal	Propuesta
21. Construir y operar parador turístico oficial en la Plaza Principal o centro	Paradores turísticos	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	Propuesta
8. Gestión del destino			
22. Crear "ventana única" para trámites.	Facilitar trámites para apoyar el establecimiento de proveedores turísticos	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo.	Propuesta
23. Potencializar sistema de apertura rápida de empresas (SARE).		1. Dirección General de Desarrollo Económico. 2. Dirección General de Economía.	Propuesta
24. Fortalecer proyecto de Observatorio Turístico del Gobierno del Estado para la planeación turística en destinos.	Fortalecer instrumentos para el análisis del sector turístico, incluyendo perfil de visitante a ciudad, perfil de visitante a evento, casos de éxito, sistema de indicadores, etc., con aplicaciones a Gto	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato 3. Secretaría de Turismo Federal.	En proceso
9. TICs e información al turista			
25. Equipar espacios públicos para el disfrute de tecnología y operar plan de vigilancia y seguridad.	Planear zonas con acceso a WIFI	1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección General de Desarrollo Urbano. 3. Secretaría de Obra Pública.	Propuesta
26. Conocimiento de portales y Apps para dispositivos móviles para diseñar política de información que complementa la oferta de información del sector privado	Estudio de tendencias y ofertas en TICs en otros espacios y destinos turísticos de vanguardia	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal. 4. Coordinación de Tecnologías de la Información	Propuesta

Fuente: Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de León 2013, Universidad de Guanajuato, Sector Guanajuato



ii. Matriz de Proyectos y Programas León

En esta sección se describen los 26 proyectos y programas que se definieron y consensuaron previamente con el sector (prestadores de servicios, Cámaras, Sector, dependencias del Estado) para el municipio de León.

Los proyectos y programas se encuentran divididos en los nueve factores: oferta turística, democratización de la productividad turística, sustentabilidad turística, formación y certificación, accesibilidad e infraestructura, seguridad patrimonial y física, promoción y comercialización, gestión del destino y TICs e información al turista.

Los proyectos y programas que aquí se incluyen se consideran como prioritarios para impulsar el desarrollo turístico del municipio que se analiza en este documento. Para definir esta selección de programas y proyectos, se realizó un taller de priorización donde se convocó al sector. Ver ANEXO, apartado "Priorización de proyectos por líderes de opinión".

Se detallan las metas concretas y el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrolle el proyecto.

Los agentes involucrados son las dependencias a las cuales les compete la ejecución de cada proyecto. En la mayoría de los proyectos, las instancias responsables son dos o más, es decir, es un proyecto colaborativo entre dependencias.

Finalmente, el monto de la inversión se clasifica en pequeña, mediana o grande. Una inversión pequeña corresponde a una cifra menor a \$10 millones. Una inversión mediana corresponde a una inversión mayor a \$10 millones y menor a \$100 millones. Y por último, se considera una inversión grande cuando ésta sea mayor a \$100 millones.



Matriz de Proyectos León						
Proyecto	Descripción	Inversión*	Monto Estimado de Inversión total	Impactos esperados	Responsables	Calendario
1. Oferta turística						
1. Promover ruta de Peatones con ruta Poliforum, Forum Cultural, La Calzada, Calle Madero y Centro histórico hasta la Plaza del Mariachi.	La calle Madero y zona Poliforum se encuentran completas. Se contemplan: banquetas, bancas, kioscos, cableado e iluminación. El presupuesto en el primer cuadro vial es de \$50 millones y Calzada de los Niños Héroes de \$40 millones.	Mediana	\$90,000,000.00	Mejorar imagen de la ciudad, aumento en oferta turística y en vías de acceso y reducción de flujo vehicular.	1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección de Desarrollo Urbano. 3. Dirección General de Turismo Municipal	3 años
2. Dignificación de la zona centro con rutas peatonales.	Contemplado: San Juan de Dios (60 millones), 16 de Septiembre (\$30 millones), calle Chapultepec (\$50 millones), zona templo Calvario (\$15 millones), Barrio Coecillo (\$60 millones), dando un presupuesto total de alrededor de \$200,000 millones.	Grande	\$200,000,000.00	Mejorar imagen de la ciudad, aumento en oferta turística y en vías de acceso y reducción de flujo vehicular.	1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección de Desarrollo Urbano.	5 años
3. Renovar los museos de la ciudad para que constituyeron atractivos mayores.	Promover turismo cultural	Mediana	\$80,000,000.00	Mejorar los atractivos Turísticos	1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección de Desarrollo Urbano. 3. Dirección General de Turismo 4. Instituto Estatal y Municipal de Cultura.	3 años
4. Incrementar variedad de actividades de turismo de aventura.	Ej. Campamentos, "trekking" y rapel en la Sierra de Lobos.	Mediana	\$10,000,000.00	Aumentar los atractivos turísticos	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	3 años
5. Desarrollar parque eco turístico	Estudio de ubicación en las sierras de León	Mediana	\$20,000,000.00	Aumentar los atractivos turísticos	1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección de Desarrollo Urbano. 3. Dirección General de Turismo	3 años
2. Democratización de la productividad turística						
6. Taller de sensibilización de servidores públicos al turismo previa a la extensión a la ciudadanía.	Campañas de sensibilización de servidores públicos	Pequeña	\$600,000.00	Mejorar la cultura turística del servidor público	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	anual
7. Aplicación de programa "Barrio Modelo" en zonas céntricas, con base en el impacto obtenido en Guanajuato y San Miguel de Allende (incluye incentivos económicos para la participación ciudadana en materia de ingresos turísticos por servicios ofrecidos (alimentos, guía de turistas, etc.).	Campañas de sensibilización ciudadana	Pequeña	\$2,000,000.00	Mejorar la cultura turística de los residentes	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	anual
8. Programa de sensibilización escolar.		Pequeña	\$600,000.00	Mejorar la cultura turística de los residentes	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	anual
3. Sustentabilidad turística						
9. Utilización del agua tratada para riego de espacios verdes en la zona metropolitana (IMPI AN).	Programa integral de conservación del agua	Pequeña	\$2,000,000.00	Mayor aprovechamiento del agua.	1. SIMAPAG. 2. Dirección General de Medio Ambiente Sustentable.	3 años
10. Mayor involucramiento de la Comisión Nacional Forestal en actividades de reforestación con árboles y arbustos nativos/apropiados, sobre todo en la zona de recarga (sierras).	Programa de reforestación	Pequeña	\$1,000,000.00	Mejoramiento de áreas naturales	1. Dirección General de Medio Ambiente Sustentable. 2. Instituto de Ecología.	5 años
4. Formación y certificación						
11. Talleres de sensibilización de empresarios con respecto a la profesionalización del turismo.	Incentivar capacitación de personal turístico	Pequeña	\$300,000.00	Profesionalización del sector turístico	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	anual
12. Incentivar empresas que capaciten y certifiquen su personal a través de accesos privilegiados a programas de desarrollo turístico.		Mediana	\$25,000,000.00	Profesionalización del sector turístico	1. Dirección General de Turismo. 2. Dirección General de Desarrollo Económico. 3. Secretaría de Turismo Guanajuato. 4. Secretaría de Turismo Federal	anual
13. Programa permanente de superación de personal en distintas capacidades (calidad de servicio, conducción de grupos, etc.) y servicios (guías, meseros, etc.).		Pequeña	\$600,000.00	Profesionalización del sector turístico	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal	anual
14. Programa de capacitación en idiomas, además de inglés.		Pequeña	\$250,000.00	Profesionalización del sector turístico	1. Dirección General de Turismo. 2. Dirección General de Desarrollo Económico. 3. Universidad de Guanajuato. 4. Secretaría de Turismo Guanajuato. 5. Secretaría de Turismo Federal	anual

*Inversión: Pequeño < \$10 millones, \$10 millones<Mediano< \$100 millones, Grande> \$100 millones

Fuente: Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de León 2013, Universidad de Guanajuato, Sector Guanajuato



Matriz de Proyectos León						
Proyecto	Descripción	Inversión*	Monto Estimado de Inversión total	Impactos esperados	Responsables	Calendario
5. Accesibilidad e infraestructura (instalaciones y servicios)						
15. Utilizar el sistema Oruga para conectar el centro histórico con las plazas comerciales.	Conectar lugares como: Outlet, Altacia, Venezia, Mayor, con el fin de crear un corredor turístico, con conexiones al Parque Metropolitano y al parque zoológico.	Mediana	15,000,000.00	Aumento de calidad en el servicio de transporte público, que a su vez recae en un aumento en los atractivos turísticos.	1. Dirección de Tránsito y Transporte del Estado de Guanajuato. 2. Tránsito Municipal.	3 años
16. Construir estacionamientos inmediatamente fuera del centro histórico.	Fuera del centro histórico con sistema de transporte público integrado.	Mediana	20,000,000.00	Mejores vías de circulación, mayor posibilidad de fluidez en el tráfico y facilidad de acceso al centro histórico.	1. Dirección de Tránsito y Transporte del Estado de Guanajuato. 2. Tránsito Municipal. 3. Dirección de Desarrollo Urbano. 4. Dirección General de Turismo.	3 años
17. Programa de señalética de oferta turista homogenizada	Promover la señalización	Mediana	10,000,000.00	Mejoramiento de vías de acceso	1. Dirección de Tránsito y Transporte del Estado de Guanajuato. 2. Tránsito Municipal. 3. Dirección de Desarrollo	3 años
18. Programa de mejora de banquetas, rampas y similares en pro de la movilidad de las personas en espacios públicos y edificios.	Promover la movilidad de la ciudadanía y turistas	Mediana	30,000,000.00	Mejoramiento de vías de acceso	1. Dirección de Desarrollo Urbano. 2. Dirección General de Obra Pública.	3 años
7. Promoción y comercialización						
19. Programa de atracción de la comunidad extranjera que trabaja en el corredor industrial del Bajío para que disfruten de la infraestructura de servicios superiores que ofrece León.	Promover turismo norteamericano, europeo y asiático	Pequeña	\$3,000,000.00*	Aumento de la demanda turística	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	5 años
20. Convencer a líneas aéreas y touroperadores de ofrecer vuelos directos de zonas turísticas de sol y playa, y otros destinos mexicanos al Estado de Guanajuato, con hospedaje en León para incrementar accesibilidad y abaratar costos de transporte	Incrementar número de destinos emisores con conexión aérea directa	Mediana	\$15,000,000.00	Incremento de la conectividad aérea	1. Dirección General de Turismo. 2. Dirección General de Desarrollo Económico. 3. Secretaría de Turismo Guanajuato. 4. Secretaría de Turismo Federal.	5 años
21. Construir y operar módulo de información oficial.	Ubicarlo en la plaza principal o centro histórico.	Mediana	\$30,000,000.00	Mejorar la calidad de los servicios de información al turista.	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	3 años
8. Gestión del destino						
22. Crear "ventana única" para trámites.	Facilitar trámites para apoyar el establecimiento de proveedores turísticos	Pequeña	\$1,000,000.00	Simplificar trámites para el prestador de servicios.	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	anual
23. Potencializar sistema de apertura rápida de empresas (SARE).		Pequeña	\$1,000,000.00	Simplificar trámites para el prestador de servicios.	1. Dirección General de Desarrollo Económico. 2. Dirección General de Economía.	anual
24. Fortalecer proyecto de Observatorio Turístico del Gobierno del Estado para la planeación turística en destinos.	Fortalecer instrumentos para el análisis del sector turístico, incluyendo perfil de visitante a ciudad, perfil de visitante a evento, casos de éxito, sistema de indicadores, etc., con aplicaciones a Gto	Pequeña	\$7,500,000.00*	Mejorar la calidad de los servicios de información al turista.	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.	5 años
9. TICs e información al turista						
25. Equipar espacios públicos para el disfrute de tecnología.	Análisis de espacios más aprovechables y colocación de equipo.	Pequeña	\$1,000,000.00	Aumento en los servicios turísticos y en la eficiencia de la seguridad pública, lo que recae en una mejor percepción de la ciudad como atractivo turístico.	1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección General de Desarrollo Urbano. 3. Secretaría de Obra Pública.	3 años
26. Conocimiento de portales y Apps para dispositivos móviles para diseñar política de información que complementa la oferta de información del sector privado.	Estudio de tendencias y ofertas en TICs en otros espacios y destinos turísticos de vanguardia	Pequeña	\$2,000,000.00	Mejorar la calidad de los servicios de información al turista.	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal. 4. Coordinación de Tecnologías de la Información.	5 años

*Inversión: Pequeño < \$10 millones, \$10 millones<Mediano< \$100 millones, Grande> \$100 millones

Fuente: Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de León 2013, Universidad de Guanajuato, Sector Guanajuato

* Los montos son globales por todo el periodo de ejecución y buscan beneficiar a todos los municipios turísticos del Estado de Guanajuato.



II.3 PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN



i. Fichas Técnicas De Proyectos De Inversión Categoría 1






Proyecto: Priorización 1	1. Promover ruta de Peatones con ruta Poliforum, Forum Cultural, La Calzada, Calle Madero y Centro histórico hasta la Plaza del Mariachi.		
Descripción:	La calle Madero y zona Poliforum se encuentran completas. Se contemplan: banquetas, bancas, kioscos, cableado e iluminación. El presupuesto en el primer cuadro vial es de \$50 millones y Calzada de los Niños Héroes de \$40 millones.		
Localización:	Zona Céntrica	Producto:	Infraestructura Turística
Mercado:	Local y nacional		
Tiempo de ejecución (años):	3 años		
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)	En preparación (Plan de negocios)	En proceso (En ejecución)
			X
INVERSIÓN			
Inversión estimada (miles de pesos):	\$90,000,000		
Dependencias Involucradas:			
SECTUR	Gobierno Estatal	Gobierno Municipal	Otras instancias
		X	
Ya se dispone de recursos financieros:		Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:	
Sí	X	No	
		Sí	No
			X
Problemas a resolver:	Escasez de atractivos turísticos (estancias promedio por debajo de dos días)		
Acciones:	Promover zona recreativa del Polifórum - Centro histórico		
Metas (% o valor) :	20 nuevos establecimientos de servicios turísticos instalados en zona		
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):			
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.			
Fotos:			
  			






Proyecto: Priorización 1	2. Dignificación de la zona centro con rutas peatonales.						
Descripción:	Contemplado: San Juan de Dios (60 millones), 16 de Septiembre (\$30 millones), calle Chapultepec (\$50 millones), zona templo Calvario (\$15 millones), Barrio Coecillo (\$60 millones), dando un presupuesto total de alrededor de \$200,000 millones.						
Localización:	Zona Céntrica		Producto:		Infraestructura Turística		
Mercado:	Local y nacional						
Tiempo de ejecución (años):	5 años						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
			X				
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):		\$200,000,000					
Dependencias Involucradas:							
SECTUR		Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias	
				X			
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No		Sí		No	
		X				X	
Problemas a resolver:	Escasez de atractivos turísticos (estancias promedio por debajo de dos días)						
Acciones:	Promover zona recreativa del Polifórum - Centro histórico						
Metas (% o valor) :	20 nuevos establecimientos de servicios turísticos instalados en zona						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div>							






Proyecto: Priorización 1	4. Incrementar variedad de actividades de turismo de aventura.						
Descripción:	Ej. Campamentos, "trekking" y rapel en la Sierra de Lobos.						
Localización:	Sierra de Lobos y Sierras de León en general			Producto:	Infraestructura turística		
Mercado:	Local y nacional						
Tiempo de ejecución (años):	3 años						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)	En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)			
	X						
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):			\$10,000,000				
Dependencias Involucradas:							
SECTUR	Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias		
X	X		X		X		
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No	X	Sí		No	X
Problemas a resolver:	Escasez de atractivos turísticos (estancias promedio por debajo de dos días)						
Acciones:	Promover turismo de aventura						
Metas (% o valor) :	Pasar del 0.26 % (15,360 visitantes) con motivo de viaje el turismo de aventura al 1 % (56,890 visitantes)						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div>							






Proyecto: Priorización 1	6. Taller de sensibilización de servidores públicos al turismo previa a la extensión a la ciudadanía.						
Descripción:	Campañas de sensibilización de servidores públicos						
Localización:	León		Producto:		Desarrollo Empresarial		
Mercado:	Local						
Tiempo de ejecución (años):	Anual						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
	X						
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):		\$600,000					
Dependencias Involucradas:							
SECTUR	Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias		
X	X		X				
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No	X	Sí		No	X
Problemas a resolver:	Falta de cultura turística						
Acciones:	Llevar a cabo campañas de sensibilización de servidores públicos						
Metas (% o valor) :	200 servidores turísticos sensibilizados, por año						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
  							






Proyecto: Priorización 1	8. Programa de sensibilización escolar.						
Descripción:	Campañas de sensibilización ciudadana						
Localización:	Campañas de sensibilización ciudadana			Producto:	Desarrollo Empresarial		
Mercado:	Local						
Tiempo de ejecución (años):	Anual						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)			En preparación (Plan de negocios)			En proceso (En ejecución)
	X						
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):				\$600,000			
Dependencias Involucradas:							
SECTUR	Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias		
X	X		X				
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí	No		Sí		No		X
Problemas a resolver:	Falta de cultura turística						
Acciones:	Llevar a cabo campañas de sensibilización de la ciudadanía.						
Metas (% o valor) :	60 escuelas involucradas en programa						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
  							






Proyecto: Priorización 1	11. Talleres de sensibilización de empresarios con respecto a la profesionalización del turismo.						
Descripción:	Incentivar capacitación de personal turístico						
Localización:	León		Producto:		Desarrollo Empresarial		
Mercado:	Local						
Tiempo de ejecución (años):	Anual						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
	X						
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):			\$300,000				
Dependencias Involucradas:							
SECTUR		Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias	
X		X		X		X	
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No		Sí		No	
		X		X			
Problemas a resolver:	Falta de cultura turística.						
Acciones:	Incentivar capacitación de personal turístico.						
Metas (% o valor) :	100 empresarios sensibilizados por año.						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
  							

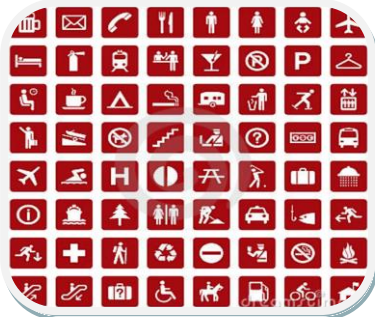




Proyecto: Priorización 1	12. Incentivar empresas que capaciten y certifiquen su personal a través de accesos privilegiados a programas de desarrollo turístico.						
Descripción:	Incentivar capacitación de personal turístico.						
Localización:	León		Producto:		Desarrollo Empresarial		
Mercado:	Local						
Tiempo de ejecución (años):	Anual						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
	X						
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):			\$25,000,000				
Dependencias Involucradas:							
SECTUR		Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias	
X		X		X		X	
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No		X		Sí	
						No	
Problemas a resolver:		Falta de cultura turística					
Acciones:		Incentivar capacitación de personal turístico					
Metas (% o valor) :		2,500 personal capacitados y/o certificados por año					
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div>							






Proyecto: Priorización 1	14. Programa de capacitación en idiomas además de inglés.		
Descripción:	Incentivar capacitación de personal turístico		
Localización:	León	Producto:	Desarrollo Empresarial
Mercado:	Local		
Tiempo de ejecución (años):	Anual		
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)	En preparación (Plan de negocios)	En proceso (En ejecución)
	X		
INVERSIÓN			
Inversión estimada (miles de pesos):	\$250,000		
Dependencias Involucradas:			
SECTUR	Gobierno Estatal	Gobierno Municipal	Otras instancias
X	X	X	X
Ya se dispone de recursos financieros:		Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:	
Sí	No	Sí	No
	X		X
Problemas a resolver:	Falta de cultura turística		
Acciones:	Incentivar capacitación de personal turístico		
Metas (% o valor) :	250 personas involucrados en los servicios turísticos capacitados por año.		
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):			
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.			
Fotos:			
  			






Proyecto: Priorización 1	17. Programa de señalética de oferta turista homogenizada						
Descripción:	Promover la señalización.						
Localización:	León		Producto:		Infraestructura vial		
Mercado:	Local y nacional						
Tiempo de ejecución (años):	3 años						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
					X		
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):			\$10,000,000				
Dependencias Involucradas:							
SECTUR		Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias	
X		X		X			
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No		Sí		No	
		X				X	
Problemas a resolver:	Falta de señalética						
Acciones:	Poner señalización adecuada						
Metas (% o valor) :	Señalética instalada en zonas turísticas del centro histórico, zonas comerciales y accesos principales de la ciudad.						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div>							






Proyecto: Priorización 1	18. Programa de mejora de banquetas, rampas y similares en pro de la movilidad de las personas en espacios públicos y edificios.		
Descripción:	Promover la movilidad de la ciudadanía y turistas		
Localización:	León	Producto:	Infraestructura vial
Mercado:	Local y nacional		
Tiempo de ejecución (años):	3 años		
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)	En preparación (Plan de negocios)	En proceso (En ejecución)
			X
INVERSIÓN			
Inversión estimada (miles de pesos):	\$30,000,000		
Dependencias Involucradas:			
SECTUR	Gobierno Estatal	Gobierno Municipal	Otras instancias
		X	
Ya se dispone de recursos financieros:		Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:	
Sí	No	Sí	No
	X		X
Problemas a resolver:	Mejoramiento urbano		
Acciones:	Mejora de banquetes, rampas y similares		
Metas (% o valor) :	15 proyectos implementado en primer cuadro y otras zonas comerciales y turísticas		
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):			
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.			
Fotos:			
  			



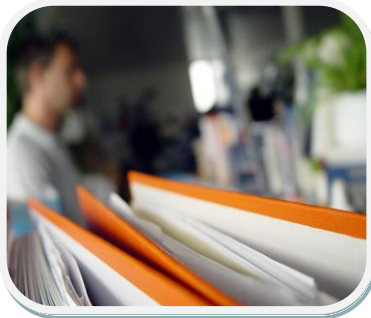


Proyecto: Priorización 1	19. Programa de atracción de la comunidad extranjera que trabaja en el corredor industrial del Bajío para que disfruten de la infraestructura de servicios superiores que ofrece León.						
Descripción:	Promover turismo norteamericano, europeo y asiático						
Localización:	Celaya, Salamanca, Irapuato, Silao y León			Producto:	Promoción y comercialización		
Mercado:	Local, nacional y extranjero						
Tiempo de ejecución (años):	5 años						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
	X						
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):			3,000,000				
Dependencias Involucradas:							
SECTUR	Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias		
X	X		X				
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No	X	Sí		No	X
Problemas a resolver:	Poca demanda turística						
Acciones:	Aumentar demanda turística						
Metas (% o valor) :	300 intervenciones en empresas transnacionales para promover León para residencia o visitas.						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
  							






Proyecto: Priorización 1	20. Convencer a líneas aéreas y tour operadores de ofrecer vuelos directos de zonas turísticas de sol y playa, y otros destinos mexicanos al Estado de Guanajuato, con hospedaje en León para incrementar accesibilidad y abaratar costos de transporte						
Descripción:	Incrementar número de destinos emisores con conexión aérea directa						
Localización:	Líneas aéreas		Producto:		Conectividad Aérea		
Mercado:	Local, nacional y extranjero						
Tiempo de ejecución (años):	5 años						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
	X						
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):			\$15,000,000				
Dependencias Involucradas:							
SECTUR		Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias	
				X			
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No		X		Sí	
						No	
X						X	
Problemas a resolver:	Poca conectividad a destinos de playa						
Acciones:	Aumentar conectividad aérea						
Metas (% o valor) :	150 procesos promocionales con líneas aéreas y tour operadores a nivel nacional.						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
  							






Proyecto: Priorización 1	22. Crear “ventana única” para trámites.						
Descripción:	Facilitar trámites para apoyar el establecimiento de proveedores turísticos						
Localización:	León		Producto:		Desarrollo Empresarial		
Mercado:	Local, nacional y extranjero						
Tiempo de ejecución (años):	Anual						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
	X						
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):			\$1,000,000				
Dependencias Involucradas:							
SECTOR		Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias	
X		X		X			
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No		Sí		No	
		X				X	
Problemas a resolver:	Trámites burocráticos y lentos						
Acciones:	Simplificar trámites para el prestador de servicios						
Metas (% o valor) :	Proyecto de (mejora) de ventana única implementado con un 90% de calificación positiva por parte de los usuarios.						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
  							



Proyecto: Priorización 1	24. Fortalecer proyecto de Observatorio Turístico del Gobierno del Estado para la planeación turística en destinos.		
Descripción:	Fortalecer instrumentos para el análisis del sector turístico, incluyendo perfil de visitante a ciudad, perfil de visitante a evento, casos de éxito, sistema de indicadores, etc., con aplicaciones a Guanajuato.		
Localización:	León	Producto:	Desarrollo de Información
Mercado:	Local y nacional y extranjero		
Tiempo de ejecución (años):	5 años		
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)	En preparación (Plan de negocios)	En proceso (En ejecución)
			X
INVERSIÓN			
Inversión estimada (miles de pesos):	\$7,500,000		
Dependencias Involucradas:			
SECTUR	Gobierno Estatal	Gobierno Municipal	Otras instancias
X	X	X	
Ya se dispone de recursos financieros:		Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:	
Sí	No	Sí	No
	X	X	
Problemas a resolver:	Asegurar continuidad de información al turista.		
Acciones:	Brindar el servicio de información al turista		
Metas (% o valor) :	Continuidad y mejora del 100% de los servicios ofrecidos en el Observatorio y el desarrollo de 3 productos nuevos.		
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):			
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.			
Fotos:			
  			






Proyecto: Priorización 1	25. Equipar espacios públicos para el disfrute de tecnología.						
Descripción:	Análisis de espacios más aprovechables y colocación de equipo.						
Localización:	Zona Céntrica		Producto:		Equipamiento turístico		
Mercado:	Local, nacional y extranjero						
Tiempo de ejecución (años):	3 años						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
	X						
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):			\$1,000,000				
Dependencias Involucradas:							
SECTUR		Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias	
				X			
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No		X		Sí	
						No	
Problemas a resolver:		Limitado acceso a WIFI en espacios públicos					
Acciones:		Planear zonas con acceso a WIFI					
Metas (% o valor) :		10 zonas turísticas con acceso a WIFI.					
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
  							






ii. Fichas Técnicas De Proyectos De Inversión Categoría 2






Proyecto: Priorización 2	3. Renovar los museos de la ciudad para que constituyan atractivos mayores.						
Descripción:	Promover turismo cultural						
Localización:	León		Producto:		Infraestructura Turística		
Mercado:	Local, nacional e extranjero						
Tiempo de ejecución (años):	3 años						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
			X				
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):			\$80,000,000				
Dependencias Involucradas:							
SECTUR		Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias	
		X		X			
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No		Sí		No	
		X				X	
Problemas a resolver:	Falta de modernización de museos						
Acciones:	Promover turismo cultural						
Metas (% o valor) :	2 museos con renovaciones.						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
  							






Proyecto: Priorización 2	7. Aplicación de programa "Barrio Modelo" en zonas céntricas, con base en el impacto obtenido en Guanajuato y San Miguel de Allende (incluye incentivos económicos para la participación ciudadana en materia de ingresos turísticos por servicios ofrecidos (alimentos, guía de turistas, etc.).						
Descripción:	Campañas de sensibilización ciudadana						
Localización:	León		Producto:		Desarrollo Empresarial		
Mercado:	Local						
Tiempo de ejecución (años):	3 años						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
	X						
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):			\$2,000,000				
Dependencias Involucradas:							
SECTUR	Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias		
X	X		X				
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No	X	Sí		No	X
Problemas a resolver:	Falta de cultura turística						
Acciones:	Llevar a cabo campañas de sensibilización de la ciudadanía.						
Metas (% o valor) :	2 colonias activamente involucradas en programa.						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
  							






Proyecto: Priorización 2	5. Desarrollar parque eco turístico.						
Descripción:	Estudio de ubicación en las sierras de León						
Localización:	Sierra de Lobos y Sierras de León en general			Producto:	Infraestructura turística		
Mercado:	Local y nacional						
Tiempo de ejecución (años):	3 años						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)	En preparación (Plan de negocios)			En proceso (En ejecución)		
		X					
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):		\$20,000,000					
Dependencias Involucradas:							
SECTUR	Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias		
			X				
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No	X	Sí	X	No	
Problemas a resolver:	Escasez de atractivos turísticos (estancias promedio por debajo de dos días)						
Acciones:	Promover ecoturismo						
Metas (% o valor) :	2 parques (eco sistémicos) establecidos						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div>							






Proyecto: Priorización 2	13. Programa permanente de superación de personal en distintas capacidades (calidad de servicio, conducción de grupos, etc.) y servicios (guías, meseros, etc.).						
Descripción:	Incentivar capacitación de personal turístico						
Localización:	León		Producto:		Desarrollo Empresarial		
Mercado:	Local						
Tiempo de ejecución (años):	Anual						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
					X		
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):		\$600,000					
Dependencias Involucradas:							
SECTUR	Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias		
X	X		X		X		
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí	No		X		Sí	No	
Problemas a resolver:	Falta de cultura turística						
Acciones:	Incentivar capacitación de personal turístico						
Metas (% o valor) :	120 proveedores turísticos capacitados en programa, por año						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
  							






Proyecto: Priorización 2	15. Utilizar el sistema Oruga para conectar el centro histórico con las plazas comerciales (IMPLAN – Sistema Integral de Transporte – Tercer Etapa).					
Descripción:	Conectar lugares como: Outlet, Altacia, Venecia, Mayor, con el fin de crear un corredor turístico, con conexiones al Parque Metropolitano y al parque zoológico (todos contemplados menos Plaza Mayor, hasta la fecha).					
Localización:	León		Producto:	Equipamiento e infraestructura vial/Infraestructura turística		
Mercado:	Local y nacional					
Tiempo de ejecución (años):	3 años					
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)	
	X					
INVERSIÓN						
Inversión estimada (miles de pesos):			\$15,000,000			
Dependencias Involucradas:						
SECTUR	Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias	
	X		X			
Ya se dispone de recursos financieros:			Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No	X	Sí	No	X
Problemas a resolver:	Congestión vehicular y sobrepoblación de unidades de transporte					
Acciones:	Ruta turística					
Metas (% o valor) :	1 nueva ruta instalada (Hasta Estación Delta - IMPLAN)					
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):						
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.						
Fotos:						
  						



Proyecto: Priorización 2	23. Potencializar sistema de apertura rápida de empresas (SARE).						
Descripción:	Facilitar trámites para apoyar el establecimiento de proveedores turísticos						
Localización:	León		Producto:		Desarrollo Empresarial		
Mercado:	Local, nacional e extranjero						
Tiempo de ejecución (años):	Anual						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
	X						
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):		\$1,000,000					
Dependencias Involucradas:							
SECTOR	Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias		
X	X		X				
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No	X	Sí		No	X
Problemas a resolver:	Trámites burocráticos y lentos						
Acciones:	Simplificar trámites para el prestador de servicios.						
Metas (% o valor) :	Proyecto de (mejora) de SAFE implementado con un 90% de calificación positiva por parte de los usuarios						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
  							






Proyecto: Priorización 2	26. Conocimiento de portales y Apps para dispositivos móviles para diseñar política de información que complementa la oferta de información del sector privado.		
Descripción:	Estudio de tendencias y ofertas en TICs en otros espacios y destinos turísticos de vanguardia		
Localización:	Zona Céntrica	Producto:	Equipamiento turístico
Mercado:	Local, nacional y extranjero		
Tiempo de ejecución (años):	5 años		
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)	En preparación (Plan de negocios)	En proceso (En ejecución)
	X		
INVERSIÓN			
Inversión estimada (miles de pesos):	\$2,000,000		
Dependencias Involucradas:			
SECTUR	Gobierno Estatal	Gobierno Municipal	Otras instancias
		X	
Ya se dispone de recursos financieros:		Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:	
Sí	No	Sí	No
	X		X
Problemas a resolver:	Mejorar la calidad de los servicios de información al turista.		
Acciones:	Estudiar tendencias y ofertas en TICs en otros espacios y destinos turísticos de vanguardia		
Metas (% o valor) :	1 App para móvil desarrollado. 1 blog similar para redes sociales desarrollado en portal turístico oficial		
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):			
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.			
Fotos:			
  			






iii. Fichas Técnicas De Proyectos De Inversión Categoría 3






Proyecto: Priorización 3	9. Utilización del agua tratada para riego de espacios verdes en la zona metropolitana (IMPLAN).						
Descripción:	Programa integral de conservación del agua						
Localización:	León		Producto:		Infraestructura hidrosanitaria		
Mercado:	Local						
Tiempo de ejecución (años):	3 años						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
			X				
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):			\$2,000,000				
Dependencias Involucradas:							
SECTUR		Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias	
				X			
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No	X	Sí	X	No	
Problemas a resolver:	Falta de reciclaje del agua						
Acciones:	Programa integral de conservación del agua						
Metas (% o valor) :	Totalidad de agua residual reutilizada para el año 3						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
  							




Proyecto: Priorización 3	10. Mayor involucramiento de la Comisión Nacional Forestal en actividades de reforestación con árboles y arbustos nativos/apropiados, sobretudo en la zona de recarga (sierras) (Plan Maestro de Manejo de Microcuencas – IMPLAN).						
Descripción:	Programa de reforestación						
Localización:	León		Producto:		Desarrollo de áreas naturales		
Mercado:	Local						
Tiempo de ejecución (años):	5 años						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
	X						
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):			\$1,000,000				
Dependencias Involucradas:							
SECTUR		Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias	
		X		X		X	
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No		Sí		No	
		X				X	
Problemas a resolver:	Falta de acciones en reforestación.						
Acciones:	Programa integral de reforestación						
Metas (% o valor) :	10 hectáreas de sierra reforestadas por año						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div>							



Proyecto: Priorización 3	16. Construir estacionamientos inmediatamente fuera del centro histórico.						
Descripción:	Fuera del centro histórico con sistema de transporte público integrado.						
Localización:	León			Producto:	Infraestructura vial		
Mercado:	Local y nacional						
Tiempo de ejecución (años):	3 años						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
	X						
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):			\$20,000,000				
Dependencias Involucradas:							
SECTUR	Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias		
	X		X				
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No	X	Sí		No	X
Problemas a resolver:	Falta de estacionamientos						
Acciones:	Reducir flujo vehicular en centro histórico						
Metas (% o valor) :	1 estacionamiento construido y operando						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
  							



Proyecto: Priorización 3	21. Construir y operar módulo de información oficial.						
Descripción:	Ubicarlo en la plaza principal o centro histórico (o plaza comercial).						
Localización:	Zona Céntrica o Ciudad de León			Producto:	Equipamiento turístico		
Mercado:	Local, nacional y extranjero						
Tiempo de ejecución (años):	3 años						
Etapas del proyecto:	Propuesta (Idea)		En preparación (Plan de negocios)		En proceso (En ejecución)		
	X						
INVERSIÓN							
Inversión estimada (miles de pesos):			\$30,000,000				
Dependencias Involucradas:							
SECTUR		Gobierno Estatal		Gobierno Municipal		Otras instancias	
X		X		X			
Ya se dispone de recursos financieros:				Se cuenta con estudios previos para el desarrollo:			
Sí		No		Sí		No	
		X				X	
Problemas a resolver:	Baja integración de servicios turísticos						
Acciones:	Crear paradores turístico						
Metas (% o valor) :	3 módulos de información oficiales construidos y operando						
Documentación (planos, estudios técnicos etc.):							
No se cuenta con documentación sobre el proyecto.							
Fotos:							
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div>							



iv. Matriz Resumen de proyectos de Inversión

Portafolio de Proyectos de Inversión León

Proyecto	Descripción	Localización	Producto	Mercado	Factibilidad Financiera*	Problemas a resolver	Acciones	Metas	Priorización	Agentes Involucrados
1. Oferta Turística										
1. Promover ruta de peatones con ruta Polifórum, Fórum Cultural, La Calzada, Calle Madero y Centro histórico hasta la Plaza del Mariachi.	La calle Madero y zona Polifórum se encuentran completas. Se contemplan: banquetas, bancas, kioscos, cableado e iluminación. El presupuesto en el primer cuadro vial es de \$50 millones y Calzada de los Niños Héroes de \$40 millones.	Zona Céntrica	Infraestructura turística	Local y nacional	\$90,000,000.00	Escasez de atractivos turísticos (estancias promedio por debajo de dos días)	Promover zona recreativa del Polifórum - Centro histórico	20 nuevos establecimientos de servicios turísticos instalados en zona.	1	1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección de Desarrollo Urbano. 3. Dirección General de Turismo Municipal
2. Dignificación de la zona centro con rutas peatonales.	Contemplado: San Juan de Dios (60 millones), 16 de Septiembre (\$30 millones), calle Chapultepec (\$50 millones), zona templo Calvario (\$15 millones), Barrio Coecillo (\$60 millones), dando un presupuesto total de alrededor de \$200,000 millones.	Zona Céntrica	Infraestructura turística	Local y nacional	\$200,000,000.00	Escasez de atractivos turísticos (estancias promedio por debajo de dos días)	Promover zona recreativa del Polifórum - Centro histórico	20 nuevos establecimientos de servicios turísticos instalados en zona.	1	1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección de Desarrollo Urbano.
3. Renovar los museos de la ciudad para que constituyeron atractivos mayores.	Promover turismo cultural	León	Infraestructura turística	Local, nacional e internacional	\$80,000,000.00	Falta de modernización de museos	Promover Turismo Cultural	2 museos con renovaciones.	2	1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección de Desarrollo Urbano. 3. Dirección General de Turismo 4. Instituto Estatal y Municipal de Cultura.
4. Incrementar variedad de actividades de turismo de aventura.	Ej. Campamentos, "trekking" y rapel en la Sierra de Lobos.	Sierra de Lobos y Sierras de León en general	Infraestructura turística	Local y nacional	\$10,000,000.00	Escasez de atractivos turísticos (estancias promedio por debajo de dos días)	Promover turismo de aventura	Pasar del 0.26 % (15,360 visitantes) con motivo de viaje el turismo de aventura al 1 % (56,890 visitantes).	1	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.
5. Desarrollar parque eco turístico	Estudio de ubicación en las sierras de León.	Sierra de Lobos y Sierras de León en general	Infraestructura turística	Local y nacional	\$20,000,000.00	Escasez de atractivos turísticos (estancias promedio por debajo de dos días)	Promover ecoturismo	2 parques (eco sistémicos) establecidos	2	1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección de Desarrollo Urbano. 3. Dirección General de Turismo

Portafolio de Proyectos de Inversión León

Portafolio de Proyectos de Inversión León										
Proyecto	Descripción	Localización	Producto	Mercado	Factibilidad Financiera*	Problemas a resolver	Acciones	Metas	Priorización	Agentes Involucrados
2. Democratización de la productividad turística										
6. Taller de sensibilización de servidores públicos al turismo previa a la extensión a la ciudadanía.	Campañas de sensibilización de servidores públicos	León	Desarrollo Empresarial	Local	\$600,000.00	Falta de cultura turística	Llevar a cabo campañas de sensibilización de servidores públicos	200 servidores turísticos sensibilizados, por año.	1	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.
7. Aplicación de programa “Barrio Modelo” en zonas céntricas, con base en el impacto obtenido en Guanajuato y San Miguel de Allende (incluye incentivos económicos para la participación ciudadana en materia de ingresos turísticos por servicios ofrecidos (alimentos, guía de turistas, etc.).	Campañas de sensibilización ciudadana	León	Desarrollo Empresarial	Local	\$2,000,000.00	Falta de cultura turística	Llevar a cabo campañas de sensibilización de la ciudadanía.	2 colonias activamente involucradas en programa.	2	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.
8. Programa de sensibilización		León	Desarrollo Empresarial	Local	\$600,000.00	Falta de cultura turística	Llevar a cabo campañas de sensibilización de la ciudadanía.	60 escuelas involucradas en programa.	1	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.
3. Sustentabilidad turística										
9. Utilización del agua tratada para riego de espacios verdes en la zona metropolitana (IMPLAN).	Programa integral de conservación del agua	León	Infraestructura hidrosanitaria	Local	\$2,000,000.00	Falta de reciclaje del agua	Programa integral de conservación del agua	Totalidad de agua residual reutilizada para el año 3 .	3	4. Dirección General de Desarrollo Urbano.
10. Mayor involucramiento de la Comisión Nacional Forestal en actividades de reforestación con árboles y arbustos nativos/apropiados, sobre todo en la zona de recarga (sierras).	Programa de reforestación	León	Desarrollo de áreas naturales	Local	\$1,000,000.00	Falta de acciones en reforestación.	Programa integral de reforestación	10 hectáreas de sierra reforestadas por año.	3	1. SIMAPAG. 2. Dirección General de Medio Ambiente Sustentable3. Instituto de Ecología. 4. CEAG

Portafolio de Proyectos de Inversión León

Proyecto	Descripción	Localización	Producto	Mercado	Factibilidad Financiera*	Problemas a resolver	Acciones	Metas	Priorización	Agentes Involucrados
4. Formación y certificación										
11. Talleres de sensibilización de empresarios con respecto a la profesionalización del turismo.	Incentivar capacitación de personal turístico	León	Desarrollo Empresarial	Local	\$300,000.00	Falta de cultura turística	Incentivar capacitación de personal turístico	100 empresarios sensibilizados por año.	1	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.
12. Incentivar empresas que capaciten y certifiquen su personal a través de accesos privilegiados a programas de desarrollo turístico.		León	Desarrollo Empresarial	Local	\$25,000,000.00	Falta de cultura turística	Incentivar capacitación de personal turístico	2,500 personal capacitados y/o certificados por año.	1	1. Dirección General de Turismo. 2. Dirección General de Desarrollo Económico. 3. Secretaría de Turismo Guanajuato. 4. Secretaría de Turismo Federal.
13. Programa permanente de superación de personal en distintas capacidades (calidad de servicio, conducción de grupos, etc.) y servicios (guías, meseros, etc.).		León	Desarrollo Empresarial	Local	\$600,000.00	Falta de cultura turística	Incentivar capacitación de personal turístico	120 proveedores turísticos capacitados en programa, por año.	2	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.
14. Programa de capacitación en idiomas, además de inglés.		León	Desarrollo Empresarial	Local	\$250,000.00	Falta de cultura turística	Incentivar capacitación de personal turístico	250 personas involucrados en los servicios turísticos capacitados por año.	1	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.

Portafolio de Proyectos de Inversión León										
Proyecto	Descripción	Localización	Producto	Mercado	Factibilidad Financiera*	Problemas a resolver	Acciones	Metas	Priorización	Agentes Involucrados
5. Accesibilidad e infraestructura (instalaciones y servicios)										
15. Utilizar el sistema Oruga para conectar el centro histórico con las plazas comerciales.	Conectar lugares como: Outlet, Altacia, Venezia, Mayor, con el fin de crear un corredor turístico, con conexiones al Parque Metropolitano y al parque zoológico.	León	Equipamiento e infraestructura vial/Infraestructura turística	Local y nacional	15,000,000.00	Congestión vehicular y sobrepoblación de unidades de transporte	Ruta turística	1 nueva ruta instalada (Hasta Estación Delta - IMPLAN).	2	1. Dirección de Tránsito y Transporte del Estado de Guanajuato. 2. Tránsito Municipal.
16. Construir estacionamientos inmediatamente fuera del centro histórico.	Fuera del centro histórico con sistema de transporte público integrado.	León	Infraestructura turística	Local y nacional	20,000,000.00	Falta de estacionamientos.	Reducir flujo vehicular en centro histórico	1 estacionamiento construido y operando.	3	1. Dirección de Tránsito y Transporte del Estado de Guanajuato. 2. Tránsito Municipal. 3. Dirección de Desarrollo Urbano. 4. Dirección General de Turismo.
17. Programa de señalética de oferta turista homogenizada	Promover la señalización	León	Infraestructura vial	Local y nacional	10,000,000.00	Falta de señalética	Poner señalización adecuada	Señalética instalada en zonas turísticas del centro histórico, zonas comerciales y accesos principales de la ciudad.	1	1. Dirección de Tránsito y Transporte del Estado de Guanajuato. 2. Tránsito Municipal. 3. Dirección de Desarrollo Urbano. 4. Dirección General de Turismo. 5. Secretaría de Turismo Guanajuato. 6. Secretaría de Turismo Federal
18. Programa de mejora de banquetas, rampas y similares en pro de la movilidad de las personas en espacios públicos y edificios.	Promover la movilidad de la ciudadanía y turistas	León	Infraestructura vial	Local y nacional	30,000,000.00	Mejoramiento urbano	Mejora de banquetas, rampas y similares	15 proyectos implementado en primer cuadro y otras zonas comerciales y turísticas.	1	1. Dirección de Desarrollo Urbano. 2. Dirección General de Obra Pública.

Portafolio de Proyectos de Inversión León

Proyecto	Descripción	Localización	Producto	Mercado	Factibilidad Financiera*	Problemas a resolver	Acciones	Metas	Priorización	Agentes Involucrados
7. Promoción y comercialización										
19. Programa de atracción de la comunidad extranjera que trabaja en el corredor industrial del Bajío para que disfruten de la infraestructura de servicios superiores que ofrece León.	Promover turismo norteamericano, europeo y asiático	Celaya, Salamanca, Irapuato, Silao y León	Promoción y comercialización	Local, nacional y extranjero	\$3,000,000.00*	Poca demanda turística entre semana	Aumentar demanda turística durante la semana	300 intervenciones en empresas transnacionales para promover León para residencia o visitas.	1	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.
20. Convencer a líneas aéreas y touroperadores de ofrecer vuelos directos de zonas turísticas de sol y playa, y otros destinos mexicanos al Estado de Guanajuato, con hospedaje en León para incrementar accesibilidad y abaratar costos de transporte	Incrementar número de destinos emisores con conexión aérea directa	Líneas aéreas	Conectividad Aérea	Local, nacional y extranjero	\$15,000,000.00	Poca conectividad a destinos de playa	Aumentar conectividad aérea.	150 procesos promocionales con líneas aéreas y tour operadores a nivel nacional.	1	1. Dirección General de Turismo. 2. Dirección General de Desarrollo Económico. 3. Secretaría de Turismo Guanajuato. 4. Secretaría de Turismo Federal
21. Construir y operar módulo de información oficial.	Ubicarlo en la plaza principal o centro histórico (o plaza comercial).	Zona Céntrica o Ciudad de León	Equipamiento turístico	Local, nacional y extranjero	\$30,000,000.00	Baja integración de servicios turísticos	Paradores turísticos	3 módulos de información oficiales construidos y operando.	3	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo
8. Gestión del destino										
22. Crear "ventana única" para trámites.	Facilitar trámites para apoyar el establecimiento de proveedores turísticos	León	Desarrollo empresarial	Local, nacional y extranjero	\$1,000,000.00	Trámites burocráticos y lentos	Simplificar trámites para el prestador de servicios.	Proyecto de (mejora) de ventana única implementado con un 90% de calificación positiva por parte de los usuarios.	1	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.
23. Potencializar sistema de apertura rápida de empresas (SARE).		León	Desarrollo empresarial	Local, nacional y extranjero	\$1,000,000.00	Trámites burocráticos y lentos	Simplificar trámites para el prestador de servicios.	Proyecto de (mejora) de SAFE implementado con un 90% de calificación positiva por parte de los usuarios.	2	1. Dirección General de Desarrollo Económico. 2. Dirección General de Economía.
24. Fortalecer proyecto de Observatorio Turístico del Gobierno del Estado para la planeación turística en destinos.		León	Desarrollo de Información	Local, nacional y extranjero	\$7,500,00.00*	Mejorar la calidad de los servicios de información al turista.	Mejorar la calidad de los servicios de información al turista.	Continuidad y mejora del 100% de los servicios ofrecidos en el Observatorio y el desarrollo de 3 productos nuevos.	1	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal.

Portafolio de Proyectos de Inversión León

Proyecto	Descripción	Localización	Producto	Mercado	Factibilidad Financiera*	Problemas a resolver	Acciones	Metas	Priorización	Agentes Involucrados
9. TICs e información al Turista										
25. Equipar espacios públicos para el disfrute de tecnología.	Análisis de espacios más aprovechables y colocación de equipo.	Zona Céntrica	Equipamiento turístico	Local, nacional y extranjero	\$1,000,000.00	Limitado acceso a WIFI en espacios públicos	Planear zonas con acceso a WIFI	10 zonas turísticas con acceso a WIFI.	1	1. Dirección General de Obra Pública. 2. Dirección General de Desarrollo Urbano. 3. Secretaría de Obra Pública.
26. Conocimiento de portales y Apps para dispositivos móviles para diseñar política de información que complementa la oferta de información del sector privado .	Estudio de tendencias y ofertas en TICs en otros espacios y destinos turísticos de vanguardia	Zona Céntrica	Equipamiento turístico	Local, nacional y extranjero	\$2,000,000.00	Mejorar la calidad de los servicios de información al turista.	Estudiar tendencias y ofertas en TICs en otros espacios y destinos turísticos de vanguardia	1 App para móvil desarrollado. 1 blog similar para redes sociales desarrollado en portal turístico oficial.	2	1. Dirección General de Turismo. 2. Secretaría de Turismo Guanajuato. 3. Secretaría de Turismo Federal. 4. Coordinación de Tecnologías de la Información.

v. Esquemas para fomentar la inversión pública y privada

1. Introducción

En el reporte se presentan las mejores prácticas para fomentar la inversión turística, tanto a nivel macro como micro, a partir de entrevistas aplicadas a los Directores de Desarrollo Urbano y Obra Pública y personal de SECTUR Guanajuato. En las secciones 2 y 3 se plantean estructuras formales para prepararse para las macro inversiones, en las secciones 4 y 5 se proponen estrategias para promover proyectos y programas susceptibles de apoyo, y en las secciones 6 y 7 se sugieren acciones para mejorar la eficacia de las micro-inversiones. En cada sección se relaciona la propuesta a los proyectos y programas presentados en este Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad.

2. Creación de una Unidad de Inversión

Se recomienda la apertura de una oficina para llevar a cabo la evaluación, promoción y organización de esquemas de inversión para proyectos de infraestructura y equipamiento para el sector turístico.

La evaluación privada y social (del punto de vista de la nación) requiere la aplicación de la metodología consensuada a nivel nacional e internacional por el Banco Interamericano de Desarrollo en América Latina y Banobras en México. Se requiere de peritos valuadores que lleven a cabo el diseño, evaluación y preparación de proyectos para poder priorizar los mismos, por tipo de proyecto, por ejemplo: infraestructura turística, equipamiento turístico e infraestructura vial, etc. También se requiere que se apliquen criterios de rentabilidad privada y social. Afortunadamente, tanto la metodología como los criterios de evaluación son claramente explicados en el Diario Oficial de la Federación en los “Lineamientos para la Determinación de la Información que Debería Contener el Mecanismo de Programas y Proyectos de Inversión”, del 24 de Abril del 2012.

Para programas como: la reorganización de servicios de recolección y disposición de residuos sólidos, el apoyo a proyectos productivos turísticos y la capacitación de personal turístico; se requiere de metodologías de evaluación distintas al método costo – beneficio, en el que se desarrollen indicadores de impacto. El marco lógico analiza las problemáticas, posibles estrategias y proyectos, identificando el grupo de involucrados (analizado en una matriz del mismo nombre), a quien se invita a desarrollar un árbol de problemas y posteriormente, un árbol de objetivos (soluciones). Se procede con un análisis de soluciones plasmando grupos de acciones identificadas en el árbol de objetivos que en su conjunto impacten favorablemente en la problemática, tomando en cuenta criterios relevantes para la decisión. Finalmente, se desarrolla una matriz de marco lógico

como propósito global de solución. De este análisis se obtienen los componentes (entregables) del proyecto, conjuntamente con las actividades y un sistema de indicadores de impacto.

La promoción se vuelve esencial en el contexto de recursos escasos y necesidades de desarrollo casi ilimitadas. Se busca la formación de alianzas entre niveles de gobierno, entre gobierno y agencias internacionales de desarrollo y entre el sector público y privado; con el fin de explorar soluciones en la forma de proyectos y programas, identificando en el proceso las distintas fuentes de financiamiento y las responsabilidades a establecer.

La inversión requiere el desarrollo de esquemas de inversión creativas como son el financiamiento vía bursatilización y las asociaciones público privadas (APP). Se requiere desarrollar la estructura de la intervención en términos de la interacción de distintos involucrados que podrían incluir despachos de abogados y economistas, entidades de gobierno municipal y estatal, un inversionista desarrollador, un banco y un fideicomiso para vigilar la interacción de las partes y los gastos.

El diseño de las intervenciones y su preparación encamina el proyecto al proceso de licitación.

¿Cuáles Proyectos y Programas?

Evidentemente, una Unidad de Inversión se aplica tradicionalmente a los proyectos de infraestructura, sin embargo no existe razón por la cual los programas de capacitación, etc. no continúen con el mismo proceso de evaluación, simplificando el proceso de asignación de recursos para proyectos pequeños.

3. Asociaciones Público – Privadas

La inversión tradicional toma la forma de la contratación de obra pública, adjudicada a través de una licitación pública que asegura al estado las mejores condiciones posibles. Los instrumentos normativos que regulan este tipo de esquema son la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con los Mismos (LOPSRM) y la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público (LAASSP). Se utilizan mayoritariamente recursos públicos. Predomina la incertidumbre ante posibles contingencias no planeadas que elevan la cotización original o aumenta el plazo en que se concluye la obra.

Las APP se rigen por la Ley de Asociaciones Público Privadas (LAPP) del 16 de enero, 2012, que ha brindado seguridad y certeza jurídica a un esquema de inversión que se ha desarrollado en la forma de Proyectos para Prestación de Servicios (PPS). La LAPP se podría considerar una opción complementaria a la legislación tradicional (LOPSRM). Una APP es una estructura que incluye una entidad pública contratante (nivel de gobierno), un inversionista desarrollador (que generalmente aglutina inversionistas), un banco y uno o más fideicomisos que dan seguimiento a los procesos de pagos y gastos, según avances. La característica fundamental de una APP es que el inversionista desarrollador no solo construye sino opera la infraestructura para la duración del contrato, generalmente de 20 a 40 años.

Las APP son contractuales (típicamente) o institucionales (que implica la creación de una sociedad de economía mixta), aunque las últimas son inusuales. Existen APP con tarifas, cuando existe un cobro al cliente (peajes en carreteras o los cobros domiciliarios para el agua potable y servicio de alcantarillado); y por otro lado, las APP sin tarifas, cuando el estado es fuente única de recursos.

Las APP vienen en diferentes combinaciones: 1. Diseño 2. Construcción 3. Financiamiento 4. Operación y 5. Transferencia (al gobierno al final del periodo de contrato), aunque es la construcción y operación posterior de la infraestructura por el mismo constructor, la que define a una APP. Involucra un ente público contratante (gobierno, generalmente federal o estatal) y un inversionista desarrollador (un constructor, generalmente apoyado con capital de inversionistas). Típicamente se utiliza un préstamo bancario, de tal suerte que la inversión es repartida entre el gobierno, un inversionista y un banco, en partes iguales o en cualquier combinación de porcentajes.

Los PPS promueven infraestructura hoy, pero con el pago diferido y de manera continua (generalmente mensual), que se llama pago por servicio, hasta que termina el contrato de la APP, es decir, típicamente entre 10 y hasta 40 o más años, dependiendo del servicio. Los contratos pueden prolongarse con ajustes acordados entre las partes de haber menos demanda que lo esperado, es decir, se contemplan posibles contratiempos desde el inicio. En la ausencia de tarifas, el pago por servicio debería cubrir los costos iniciales de inversión, los intereses del préstamo y un margen de beneficios suficientemente atractivo para el inversionista desarrollador. Si existen cobros al usuario (ciudadanía) en la forma de peajes, cuotas, etc., existe la posibilidad de que las partes recuperen sus inversiones por el mecanismo del mercado; el banco primero, el inversionista desarrollador después y por último, el ente público contratante.

Un aspecto interesante de las APP es la repartición de las responsabilidades que implican los riesgos. Las responsabilidades que son fácilmente atribuibles al

inversionista desarrollador, como fallos de diseño o de construcción, se adjudican al mismo; generalmente también cambios en el costo de dinero. Retrasos por hallazgos del tipo arqueológico o de esfuerzo mayor generalmente se designan al ente público contratante. Existen también responsabilidades de riesgos compartidos.

Otro aspecto importante de las APP es la cuestión de calidad en el servicio. Se establecen desde el diseño del proyecto los indicadores que miden: 1) la disponibilidad del servicio y 2) el desempeño del mismo. Los indicadores de calidad generalmente son numerosos. Los castigos por no cumplimiento son financieros e implica reducciones en el pago del servicio. De haber repetidos incumplimientos, existe la posibilidad de rescindir el contrato, aunque las consecuencias pueden ser costosas para las partes involucrados. En el contexto mexicano no existen experiencias de esta naturaleza.

Se han utilizado las APP a nivel nacional e internacional para:

- Transporte: carreteras, tren, metro, terminales de autobuses y aeropuertos.
- Servicios básicos: agua, alcantarillado, plantas de tratamiento de aguas y tratamiento de residuos sólidos.
- Servicios diversos: hospitales, oficinas de gobierno, infraestructura deportiva, escuelas y bibliotecas.
-

En el estado de Guanajuato, se han utilizado para construir y operar los siguientes proyectos:

- Tramo carretera libre de peaje Irapuato – Pénjamo
- Tramo carretera libre de peaje Querétaro – Irapuato
- Hospital Regional de Alta Especialidad del Bajío (HRAEB)

Según la literatura, las APP ofrecen las siguientes ventajas:

- 1) Eficiencia por competencia (porque la licitación se lleva a cabo a nivel internacional).
- 2) Eficiencia por cumplir con fechas de entrega (debido a un nivel superior de planeación antes de la licitación, que requiere el proyecto ejecutivo, la emisión de concesiones, permisos y autorizaciones federales, análisis de rentabilidad social y viabilidad técnica y jurídica, llevado a cabo con el fin de determinar la conveniencia de utilizar el esquema de APP).
- 3) Eficiencia por transferencia de los numerosos riesgos que podrían presentarse en las fases de construcción u operación de la instalación (que se reparten entre el gobierno y el inversionista).

- 4) Altos niveles de calidad, porque se evitan vicios ocultos, siendo el inversionista desarrollador tanto el constructor como el operador de la infraestructura.
- 5) Mejores niveles de control y seguimiento por el desarrollo de indicadores de: a) disponibilidad (la instalación se encuentra en operación) y b) desempeño (con el debido nivel de calidad preestablecido en el servicio).
- 6) Mejores resultados ambientales, porque se aplica tecnología de punta desarrollada en la iniciativa privada.
- 7) Mejores procesos de manejo de presupuesto y de gastos por la transparencia que ofrece la figura del fideicomiso establecido para vigilar el contrato.
- 8) Propuestas más atinadas porque se permiten propuestas no solicitadas, por parte de inversionistas para cualquier tipo de desarrollo y en cualquier momento. Desarrolladores que detectan inversiones potencialmente rentables para la sociedad en la modalidad de APP pueden exponerlas a la autoridad competente. A cambio obtienen una ligera ventaja en un proceso de licitación posterior.
- 9) Valor por dinero (*value for money*) porque el proceso asegura una excelente preparación del proyecto en los términos siguientes: 1) Jurídico 2) Financiero 3) Económico y 4) de Ingeniería, porque se requiere programar el diseño, construcción y operación de la infraestructura al inicio del proceso, de tal forma que se eliminan fallos de origen.

Las desventajas de las APP incluyen:

- 1) Su complejidad, porque su elaboración requiere de despachos de abogados y de economistas, y
- 2) Su costo para la sociedad, dependiendo del éxito de los bancos y de los inversionistas para extraer jugosos pagos de intereses y dividendos.

¿Cuáles Proyectos y Programas?

Los proyectos susceptibles a este esquema de inversión son los proyectos grandes de infraestructura, como los de transporte (ejemplo carreteras), agua (ejemplo plantas de tratamiento de aguas), residuos sólidos, instalaciones como hospitales e universidades, entre otros, para los cuales se requiere una inversión inicial fuerte. En el caso de León, los proyectos detectados como necesarios o deseables por administradores públicos, proveedores de servicios, etc. incluyen: en materia de transporte, estacionamientos en la zona del centro histórico para dar mayor acceso a los visitantes que quieren visitar el centro, también para disfrutar las rutas peatonales, y la expansión del sistema de transporte público (SIT), incluyendo el sistema moderno de la Oruga, para conectar más integralmente las

distintas zonas de la ciudad, incluyendo los sitios turísticos (Poliforum, plazas comerciales, centro histórico, parque metropolitano y el zoológico. Otros proyectos incluyen un relleno sanitario para substituir Jacinto López y El Verde, parques y museos. Las prioridades de SECTUR se concentran más en la infraestructura turística y equipamiento turístico. Algunos de estos proyectos, incluyendo la provisión de estacionamientos, un nuevo sistema de transporte urbano o museos serían buenos candidatos para APPs, porque existe la tarificación del servicio.

4. Diseño de Proyectos y Programas Susceptibles a Apoyo

Existe un gran número de organizaciones multilaterales, fundaciones, entidades gubernamentales nacionales y asociaciones público-privadas y privadas que promueven proyectos y programas en el ámbito turístico. Se propone la participación activa de un comité técnico de desarrollo turístico para generar los mejores diseños de proyectos y programas. Algunos de las principales organizaciones activas en el financiamiento de proyectos turísticos se pueden apreciar en el listado que se presenta en seguida:

- Banco Interamericano de Desarrollo – Apoyo para proyectos de infraestructura, sobretodo en esquema APP; también proyectos de turismo sustentable.
- Banco Mundial – Programas de educación, salud, desarrollo.
- UNESCO/Ciudades Patrimoniales – Apoyos para patrimonio material e inmaterial (incluye eventos).
- SECTUR Federal– Programas regionales (ej. tesoros coloniales), turismo sustentable, etc.
- Fonatur – Consultaría especializada para planes de negocios, estudios de mercado, estudios de factibilidad, etc., e inversiones en proyectos prioritarios de gran envergadura.
- Consejo de Promoción Turística de México – Desarrollo de marcas de destinos, campañas de promoción y comercialización.
- CESTUR – Estudios turísticos.
- Fondos Emprendedores Conacyt–Nafin – Apoyo por parte de inversionistas para emprendedores de actividades de alto valor agregado.
- Secretaría de Economía – Fondo de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa.
- Secretaría de la Reforma Agraria – Fondo de Tierras, Programa Joven Emprendedor Rural.
- Comisión Nacional para el Desarrollo de Zonas Indígenas – Programas de turismo alternativo.
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas – Programas de desarrollo regional sustentable.

- Comisión Nacional Forestal – Programa “Pro Árbol” para proteger y aprovechar zonas forestales.
- Fondo Nacional de Apoyo a Empresas en Solidaridad - Proyectos productivos.
- Financiera Rural – Financiamiento al sector turístico rural.
- Consejo Nacional Empresarial Turístico – Apoyo a eventos y ferias.
- SECTUR Estatal – Programas de capacitación y certificación, entre otros.

¿Cuáles Proyectos y Programas?

Las instituciones alistadas arriba ofrecen sistemas de financiamiento con esquemas y procedimientos distintos.

La mayoría de las fuentes públicas de inversión son del tipo internacional (organizaciones multilaterales) o federal. Por ejemplo el municipio de Guanajuato utiliza fondos de UNESCO/Ciudades Patrimoniales de manera continua, sin embargo, no los del Banco Interamericano de Desarrollo o Banco Mundial. SECTUR Guanajuato tiene amplia experiencia en la obtención de fondos de manera compartida entre los tres niveles de gobierno, con base en prioridades turísticas pactadas.

Para programas de capacitación como M, H, Tesoros Coloniales, etc., se obtiene financiamiento del presupuesto ordinario del Estado y de fuentes federales, a petición de agrupaciones de proveedores turísticos (Canirac, Asociación de Hoteles y Moteles, CANACO-SERVITUR), el gobierno municipal y estatal.

Para programas de apoyo a las MIPyMES, son los interesados que promueven sus apoyos directa o indirectamente con el municipio, incubadoras de empresas, u organizaciones federales (como la Secretaría de Economía, organizaciones de desarrollo rural, etc.), utilizando asesores del sector público o privado designados para acompañar los procesos de preparación de planes de negocios y el arranque de empresas.

Prácticamente todos los proyectos propuestas en este Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad son susceptibles a apoyo, como por ejemplo: la extensión del sistema de las rutas peatonales, la construcción de estacionamientos en el centro histórico, la provisión de un módulo de información oficial en la Plaza Principal u otra ubicación en el centro, y el rescate o la creación de parques en zona rural (eco-turísticos) como en la mancha urbana. Sin embargo, se requiere construir carteras de inversión específicamente dirigidas a las especificaciones de cada fuente de financiamiento.

5. Organización y Participación en Ferias de Inversión para el Sector Turístico

De contar con carteras de proyectos evaluados y priorizados, existe la posibilidad de promover los mismos en ferias de inversión o entre inversionistas privadas identificadas por su interés manifiesto en el desarrollo turístico. Un ejemplo es la revitalización del centro histórico de la Ciudad de México con inversiones compartidas del sector público y el Grupo Carso. Otro ejemplo son los grupos industriales FEMSA y CEMEX que han sido activos en el desarrollo de infraestructura en Monterrey. Por último, se encuentra el ejemplo de colaboración público-privada entre la fundación Alfredo Harp Helú (FAHH) y diversas organizaciones como Televisa, que apoyan a proyectos productivos y medio ambientales en Oaxaca, Yucatán y Baja California Sur.

¿Cuáles Proyectos y Programas?

Diferentes organizaciones apoyan a diferentes tipos de proyectos. El Grupo Carso ha apoyado proyectos de renovación del centro histórico, mientras que la fundación Alfredo Harp Helú apoya a iniciativas de pequeña escala, incluyendo la capacitación. La clave del éxito es preparar proyectos de alto impacto y rentables.

6. Apoyos para la Capacitación

Los apoyos brindados para la capacitación, para elaborar planes de negocios y de mercado, y hasta para la compra de equipos no son inversiones turísticas en el sentido tradicional, sin embargo son de importancia en el desarrollo de los MIPyMES. Se propone, en lo general, un mayor seguimiento cronológico de los distintos esquemas operados a nivel municipal y estatal para conocer los impactos de los mismos y a lo largo del tiempo. Se requiere aplicar metodologías estadísticas (principalmente “Diferencias en Diferencias”) en lo cual se analiza la situación antes y después de una aplicación, tanto a los beneficiarios de los apoyos, como a un grupo de control que no recibieron el apoyo, pero que fueron seleccionados simultáneamente con los beneficiarios antes de iniciar el programa.

¿Cuáles proyectos y programas?

Se requiere priorizar programas permanentes de capacitación de acuerdo a un diagnóstico de requerimientos avalado por las asociaciones de proveedores turísticos, y el gobierno municipal y estatal, de acuerdo a los planes y estrategias de desarrollo de mediano y largo plazo.

7. Apoyos para Proyectos Productivos

En términos prácticos, se requiere solucionar problemas que surgen durante el arranque de los proyectos y sus primeros meses de operación. En el caso de las capacitaciones, es importante conocer hasta qué punto los beneficiarios aplican lo aprendido y con cuáles resultados. La evaluación ex – post, es decir al concluir el proyecto o la ejecución del mismo, es la evaluación que menos se aplica, sin embargo, es importante al momento de afinar o hasta eliminar programas por falta de impacto.

Los proyectos y programas cuentan con su propio ciclo de vida, de tal suerte, nuevos problemas y oportunidades se presentan fuera de la lógica de los objetivos y presupuestos anuales de departamentos gubernamentales. Generalmente los nuevos proyectos requieren de intervenciones repetidas para solucionar problemas diversos en materia técnica, contable o de mercado. Por esta razón, las reglas de aplicación de presupuesto del tipo “beneficiario por única vez” son contra intuitivos aun y cuando aumenten el número de beneficiarios. Por ende, se requiere fomentar agencias descentralizadas de desarrollo para las capacitaciones y apoyos a proyectos productivos, para que la aplicación de los programas sea ajena a la dinámica de los presupuestos y cronogramas del sector público.

Se deberían identificar cuadros de asesores de la iniciativa privada, ONG e instituciones de educación superior, con hincapié en la interdisciplinaridad y la experiencia práctica. Las intervenciones de promotores con perfil social son importantes pero insuficientes cuando se priorizan cuestiones de agrupación y solidaridad por encima a requerimientos técnicos de producción, la contabilidad de costos o estrategia de mercado.

¿Cuáles proyectos y programas?

Se requiere aprovechar las numerosas organizaciones a los tres niveles de gobierno y otras figuras institucionales independientes, que apoyan al establecimiento de proyectos productivos. Lo fundamental en este punto es la presentación de ideas y esquemas viables, innovadoras y replicables, de acuerdo a la vocación del municipio.

8. Comentarios

Un exitoso programa de inversión requiere de estructuras y estrategias de impacto desarrolladas ex – ante, es decir, anterior a la inversión. Es necesaria una serie de diagnósticos, preparación y priorización de proyectos y programas, como precondition de la búsqueda de financiamiento. Así como también, es

imprescindible el seguimiento de los mismos proyectos y programas durante su ciclo de vida, integrando lo siguiente: la evaluación ex ante, el seguimiento-monitoreo (y hasta modificación) de las fases de ejecución y operación y la evaluación ex post de los impactos obtenidos comparados con los impactos anticipados en la evaluación ex ante; lo anterior, con el fin de aplicar lo aprendido. Existen varias metodologías que ayudan a la aplicación exitosa de proyectos y programas, incluyendo el análisis costo beneficio para el cálculo de rentabilidad social y privada, el marco lógico para el diagnóstico, aplicación y evaluación por indicadores y el análisis estadístico (incluyendo a Diferencias en Diferencias) para el análisis de impacto.

Finalmente, el impacto de un programa de inversión depende de las estructuras y estrategias aplicadas. Las recomendaciones incluyen lo siguiente: a) la creación de una oficina de inversión que incluya la preparación, evaluación y promoción de los proyectos; b) la aplicación de grandes proyectos en asociaciones público-privadas, c) la preparación de proyectos con atención a las organizaciones financiadoras de proyectos a nivel nacional e internacional, públicas y privadas, con el fin de maximizar la probabilidad de contar con coinversiones y d) la aplicación de capacitación y otros apoyos a proyectos productivos a través de una estructura institucional consolidada y descentralizada del gobierno, que abogue por un desarrollo integral de empresas turísticas con evaluación de impacto permanente, tanto de políticas como de intervenciones y acciones específicas en empresas.

II.4 ENTREGABLES ADICIONALES

i. Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos

En la siguiente tabla se muestra el inventario de prestadores de servicios que incluye establecimientos de alimentos y bebidas, agencias de viaje, oferta de hospedaje, bares, auditorios, balnearios, etc.

Prestadores de servicios	Total
Alimentos y bebidas	336
Agencia de viajes	133
Hospedaje	125
Bares y vida nocturna	12
Recintos, auditorios y salones	33
Spas	10
Atractivos, recreación y deporte	52
Arrendadora de autos	4
Transportadoras	3
Auxilio turístico	12
Total	720

Elaboración propia basada en Inventario y Catálogo de Atractivos, Servicios y Productos Turísticos

En relación a los inventarios de oferta turística, si nos centramos en la de atractivos, ésta se consideró en la categoría de atractivos, recreación y deporte, de ella podemos observar que León tiene una muy variada y buena oferta de recreación.

Atractivos, Recreación y Deporte		
León	Recreación y deporte	32
	Galería de arte	2
	Museos y manifestaciones culturales	16
	Sitios naturales	4

Elaboración propia basada en Inventario y Catálogo de Atractivos, Servicios y Productos Turísticos

Los productos turísticos que oferta el destino de León son:

Número	Producto	Datos de contacto
1	Ruta PiCaSo	Manuel Miroglio Ruta PiCaSo manuel_miroglio@yahoo.com
2	Hostal El Armario	Blanca Puebla Hostal El Armario blanca.puebla@factorwow.com.mx



ii. Propuesta de mejora regulatoria estatal y municipal¹⁵

Nombre	Fecha de			Tipo de Recomendación				Propuesta de Artículos Específicos	Línea Temática que aborda	Mecanismo de Elaboración	
	Publicación	Última Reforma	Proyecto de Iniciativa	Derogación	Abrogación	Reforma	Transitorios			Soc. Civil (IP)	Instancia del Poder Público
CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS	5 de febrero de 1917							Art. 73 Fracción XXIX-K	Facultad del Congreso para expedir Leyes en materia de Turismo.		Poder Legislativo Federal.
PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2013-2018	Noviembre 2012.								Políticas de desarrollo en materia turística.	Participación.	Ejecutivo Federal a través de SECTUR.
LEY GENERAL DE TURISMO	17 de junio de 2009	8 de abril de 2013							La creación de una coordinación federal – estatal y Municipal a través de la creación de Consejos Consultivos de la materia en los tres niveles de gobierno.	Participación.	Poder Ejecutivo Federal a través de SECTUR.

¹⁵ Ver Anexo: Análisis de legislación turística vigente.

Ver Anexo: Cuestiones jurídicas en torno a la legislación turística mexicana.

"Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato 2013"/ Destino: San Miguel de Allende

Nombre	Fecha de			Tipo de Recomendación				Propuesta de Artículos Específicos	Línea Temática que aborda	Mecanismo de Elaboración	
	Publicación	Última Reforma	Proyecto de Iniciativa	Derogación	Abrogación	Reforma	Transitorios			Soc. Civil (IP)	Instancia del Poder Público
REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE TURISMO	2 de mayo de 1994	9 de nov. 1999	No existe			Se hace indispensable y urgente.		Todos en términos generales.	Establecer reglas de carácter general de la aplicación de la Ley General de Turismo pero con una inadecuación de 15 años en el tiempo.	Se hace indispensable su participación.	SECTUR.
ACUERDOS INTERINSTITUCIONALES	Fechas diversas, varían desde 2000 a la actualidad.								Creación de hermandad entre ciudades en Gto. donde se reconoce la posibilidad de ampliación de acuerdos en materia de turismo.	Participación posible de implementar estos acuerdos de manera certera entre municipios y las ciudades a las que hacen referencia.	Municipio. Se otorgan con el aval de la SRE quien funge como depositario del acuerdo.

Nombre	Fecha de			Tipo de Recomendación				Propuesta de Artículos Específicos	Línea Temática que aborda	Mecanismo de Elaboración	
	Publicación	Última Reforma	Proyecto de Iniciativa	Derogación	Abrogación	Reforma	Transitorios			Soc. Civil (IP)	Instancia del Poder Público
PROGRAMA ESTATAL DE TURISMO 2013-2018	Nov. 2012.								Diseño de políticas específicas a un nivel estatal para el desarrollo del turismo en la entidad.	Participación se hace indispensable.	Poder Ejecutivo Estatal a través de la Secretaría de Turismo del Estado.
LEY ESTATAL DE TURISMO	24 de diciembre de 2010	7 de junio de 2013						Art. 6, art. 7, art. 8.	Ampliar ámbitos de validez de la ley	Se necesita de su participación.	Poder Ejecutivo Estatal



Nombre	Fecha de			Tipo de Recomendación				Propuesta de	Línea Temática que aborda	Mecanismo de Elaboración	
	Publicación	Última Reforma	Proyecto de Iniciativa	Derogación	Abrogación	Reforma	Transitorios	Artículos Específicos		Soc. Civil (IP)	Instancia del Poder Público
LINEAMIENTOS GENERALES PARA EL ESTABLECIMIENTO DEL CENTRO DE ATENCIÓN EMPRESARIAL Y DEL SISTEMA DE APERTURA RÁPIDA DE EMPRESAS CON ACTIVIDADES DE ALTO IMPACTO.	1 de agosto de 2006								Instrumento para llevar a cabo el fomento de las actividades económicas municipales, las unidades administrativas que integran la Dirección General de Fomento Económico conformarán el Centro de Atención Empresarial, mismo que tendrá como objetivo brindar a la ciudadanía orientación y atención para realizar proyectos de inversión para la generación de empleos.	Participación para poder aclarar lo establecido y ampliar la regulación para los efectos de las actividades turísticas.	Ayuntamiento

Nombre	Fecha de			Tipo de Recomendación				Propuesta de	Línea Temática que aborda	Mecanismo de Elaboración	
	Publicación	Última Reforma	Proyecto de Iniciativa	Derogación	Abrogación	Reforma	Transitorios	Artículos Específicos		Soc. Civil (IP)	Instancia del Poder Público
REGLAMENTO DEL CONSEJO CONSULTIVO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL MUNICIPIO DE LEÓN, GUANAJUATO,	17 de abril de 2009							Art. 11.	Crea un Consejo Consultivo para el Desarrollo Económico del Municipio de León, Guanajuato y que es un organismo auxiliar de carácter consultivo de la administración pública municipal y de la Dirección General de Economía, en el que participan los expertos en economía y finanzas; infraestructura y recursos naturales; educación, sindicatos o administración de recursos humanos; iniciativa privada-sector empresarial; análisis de mercado y comercio exterior.	Se necesita de la participación de la IP las atribuciones y hacerlas caer en el ámbito turístico municipal.	Convenio de Ayuntamiento

Nombre	Fecha de			Tipo de Recomendación				Propuesta de	Línea Temática que aborda	Mecanismo de Elaboración	
	Publicación	Última Reforma	Proyecto de Iniciativa	Derogación	Abrogación	Reforma	Transitorios			Soc. Civil (IP)	Instancia del Poder Público
REGLAMENTO DEL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO MÉDICO DEL MUNICIPIO DE LEÓN GUANAJUATO.	30 de junio de 2011								Se crea un Consejo Consultivo el cual tiene como objetivos el de fungir como un órgano colegiado de asesoría y consulta en la toma de decisiones de Turismo Médico, con el objeto de posicionar a este municipio como un Polo de Turismo Médico a nivel regional e internacional, donde para lograr esto se plantea que se realicen proyectos de promoción del Municipio como destino	Participa IP para coadyuvar en los objetivos planteados.	Ayuntamiento

Nombre	Fecha de			Tipo de Recomendación				Propuesta de	Línea Temática que aborda	Mecanismo de Elaboración	
	Publicación	Última Reforma	Proyecto de Iniciativa	Derogación	Abrogación	Reforma	Transitorios	Artículos Específicos		Soc. Civil (IP)	Instancia del Poder Público
									de Turismo Médico los cuales serán financiados principalmente con recursos del Municipio en tanto se deriven de un acuerdo aprobado por el Ayuntamiento y propuesto por el Consejo.		

Nombre	Fecha de			Tipo de Recomendación				Propuesta de	Línea Temática que aborda	Mecanismo de Elaboración	
	Publicación	Última Reforma	Proyecto de Iniciativa	Derogación	Abrogación	Reforma	Transitorios	Artículos Específicos		Soc. Civil (IP)	Instancia del Poder Público
REGLAMENTO PARA LA PROTECCIÓN, MEJORAMIENTO Y CONSERVACIÓN DE LA IMAGEN URBANA Y DEL PATRIMONIO CULTURAL DEL MUNICIPIO DE LEÓN, GTO.	22 de diciembre de 1994							Art. 27.	Debe ser considerado como complementario del Reglamento del Patronato de la ciudad histórica de León, puesto que en este ordenamiento se delimita el área de acción del Reglamento a través de zonas, las cuales a razón del presente trabajo, se deben de considerar como las más relevantes la zona A, del centro histórico.	Participación de la IP para observar los alcances del Reglamento y posibles áreas donde se encuentren conflictos en torno a su aplicación.	Ayuntamiento

Nombre	Fecha de			Tipo de Recomendación				Propuesta de	Línea Temática que aborda	Mecanismo de Elaboración	
	Publicación	Última Reforma	Proyecto de Iniciativa	Derogación	Abrogación	Reforma	Transitorios			Soc. Civil (IP)	Instancia del Poder Público
REGLAMENTO DEL CONSEJO CONSULTIVO PARA LA PROTECCIÓN Y PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO DEL MUNICIPIO DE LEÓN, GUANAJUATO	24 de septiembre de 2013.								Crea un Consejo Consultivo para la Protección y Promoción del Patrimonio Histórico del Municipio de León, Guanajuato, tiene por objeto fungir como órgano de opinión y consulta obligatoria, auxiliar del H. Ayuntamiento y de la Administración Pública Municipal en la protección y promoción del patrimonio histórico de León.	Participación de la IP para encontrar áreas de interés compartido en torno a la difusión de la ciudad como una ciudad de posibilidades turísticas. Posible registro de León como marca Ciudad para difusión turística.	Ayuntamiento



Comentarios. Similar a lo ya antes dicho, tenemos que, en el orden Federal y Estatal existe colaboración y que sus políticas se encuentran alineadas, sin embargo en el ámbito municipal se puede distinguir un enfoque pragmático a las cuestiones turísticas de la ciudad, puesto que la ciudad no se ve a sí misma como una ciudad turística de carácter cultural, sino más bien como una urbe que puede atraer visitantes de consumo de bienes e incluso de carácter médico, es decir un turismo de salud apoyándose en las infraestructuras mismas con las que cuenta la iniciativa privada en este rubro, así, maneja un reglamento sobre este tenor y aún y cuando maneja un reglamento de conservación del Centro Histórico, este debe de ser actualizado en cuanto a sus límites espaciales de lo que se considera como centro histórico.

Ahora bien, uno se debe de cuestionar llegado a este punto si esta es la política por la que la autoridad municipal desea continuar, es decir un turismo de consumismo de bienes, que si bien quizás ya se pasó de un único producto, el calzado, a otros tipos de satisfactores que incluirían una política de promoción de los servicios de salud, o bien entrar en la dinámica de aprovechar las bondades culturales y la oferta cultural que puede llegar a tener la ciudad junto con las políticas anteriores. Así, se hace deseable que la actualización de los reglamentos municipales en torno al turismo se dé en coherencia con el deseo de lo que se plantea y se puede llegar a realizar para la ciudad.

Preguntas Sobre la Mejora Regulatoria León

Preguntas:

- a) Dentro de una lista de seis, bajo un orden de prelación, señale cuáles son los trámites prioritarios que en su opinión deben mejorarse a efecto de favorecer el proceso de inversión en el sector turístico:
 1. Inscripción al RFC. Competencia del SAT.
 2. Certificado de uso de suelo. Competencia de los Municipios.
 3. Licencia de construcción. Competencia de los Municipios.
 4. Licencia de anuncio. Competencia de los Municipios.
 5. Registro empresarial ante el IMSS e INFONAVIT. Competencia del Instituto Mexicano de Seguridad Social.
 6. Licencia de funcionamiento de alcoholes. Competencia de la Secretaría de Finanzas, Inversión y Administración del Estado de Guanajuato.

El único trámite con el que cuenta la Secretaría de Turismo es el Registro Estatal de Turismo (RET) y se define como el instrumento de inscripción y consulta de los servicios turísticos y sus prestadores en el Estado de Guanajuato. Su operación y

actualización queda a cargo de la Secretaría (artículo 48 de la Ley de Turismo para el Estado de Guanajuato y sus Municipios).

Por otro lado, la Ley General de Turismo establece que los Estados, Municipios y el Distrito Federal operarán en coordinación con la Secretaría de Turismo Federal, el Registro Nacional de Turismo (RNT), el cual se define como el catálogo público de prestadores de servicios turísticos en el país, el cual constituye el mecanismo por el que el Ejecutivo Federal, los Estados, Municipios y el Distrito Federal, podrán contar con información sobre los prestadores de servicios turísticos a nivel nacional, con objeto de conocer mejor el mercado turístico y establecer comunicación con las empresas cuando se requiera, sin embargo dicha Ley, no establece quienes son los prestadores de servicios turísticos, por consiguiente los Estados, los Municipios y el Distrito Federal, no podrían siquiera revisar el cumplimiento de esta obligación.

Si bien ambos trámites (RET y RNT) son de carácter obligatorio, la Secretaría no cuenta las facultades para sancionar a aquellos prestadores de servicios turísticos que incumplan con esta obligación. La Secretaría de Turismo Federal no ha reparado en otorgar esta facultad a los Estados, los Municipios y el Distrito Federal, mediante los convenios que para tales efectos se suscriban.

Justificación

Es un hecho la gran diversidad de las administraciones municipales en nuestro país y en nuestro Estado, cosa que nos impide generalizar y/o estandarizar criterios para legislar, diseñar o sugerir políticas públicas universales. Sin embargo, la realidad de la complejidad de los trámites en las localidades hace una constante en la mayoría de ellos, afectando a las economías, a los ciudadanos y a la sociedad en general en deterioro de todos, pese a los grandes capitales y baluartes turísticos.

Podemos encontrar en los Municipios del Estado de Guanajuato, dos fenómenos que dificultan el desarrollo económico y turístico, que son por una parte la excesiva reglamentación y por la otra la ausencia de reglamentación específica para estimular el establecimiento y aprovechamiento del capital endógeno de los propios municipios, lo que genera incertidumbre para los inversionistas y para los propios ciudadanos que se pierden en una maraña de ambigüedades y ausencias de trámites que deben cumplir ante la ausencia de responsabilidades y autoridades que los exponen a abusos de autoridad y demás circunstancias producto de una ausencia de reglamentación.

Los principales afectados ante estas circunstancias con los nuevos empresarios, aquellos emprendedores que incursionan por vez primera en los trámites, son ciudadanos que generalmente desconocen del número y secuencia de los trámites que debe realizar para obtener alguna autorización, son ideas y emprendedores que pudiendo generar atractivos ingresos suelen confundirse y desertar de sus propuestas ante trámites confusos, complicados, repetitivos y muchas veces sin sentido.

Es entonces necesario aprovechar la coyuntura que la ausencia de reglamentación en materia turística supone y buscar la concurrencia administrativa y facilitar los medios para el aprovechamiento de los elementos del entorno en pro de los ciudadanos.

La mejora regulatoria parece buscar su desarrollo en el ámbito estatal, dado que los principales conflictos se encuentran en los municipios y es ahí donde generalmente faltan los lineamientos necesarios para facilitar la creación de empresas en el ramo, como muestra de esto es la ausencia de reglamentos relativos al desarrollo turístico en el 90% de los municipios del Estado de Guanajuato, por lo que deberemos encausar nuestros esfuerzos a subsanar estas deficiencias, al tiempo de fortalecer desde el Estado los mecanismos que permitan concretar los objetivos nacionales con impacto en lo local.

- b) Desde su punto de vista, cuáles son los tres principales estímulos que el Gobierno Federal/Estatal/Municipal debe promover para fomentar el desarrollo del sector turístico:
1. Capacitación y estímulo a emprendedores del sector.
 2. Financiamiento en base a ampliaciones y renovaciones.
 3. Profesionalización y certificaciones.

Actualmente la Secretaría de Economía establece en sus Reglas de Operación del Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fondo Pyme), para el ejercicio fiscal 2013, que los apoyos a otorgar se harán por conducto de la Secretaría de Economía a través del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y este a su vez lo entregará ya sea de manera directa o a través de convocatoria.

Ahora, si bien es cierto que los Gobiernos de los Estados, los Gobiernos Municipales y los organismos empresariales del sector (sector privado), pueden ser receptores de dichos apoyos de manera directa, sería conveniente hacer un

análisis de las ventajas que habría si dichos apoyos fueran otorgados directamente por la Secretaría de Economía a los Gobiernos de los Estados y los Gobiernos Municipales, tal sucede con los recursos que otorga la Secretaría de Turismo Federal en materia de desarrollo turístico; si se toma esto como ejemplo, dejaríamos de lado a los organismos intermedios y directamente los Gobiernos de los Estados y los Gobiernos Municipales ejercerían tales recursos, por lo que tendrían más oportunidad de apoyar más proyectos, siempre y cuando sean bajo los lineamientos, políticas, etc., que se establezcan para ello.

iii. Recomendaciones para la planeación, movilidad y el ordenamiento territorial

1. Introducción

En la sección 2 se proponen algunas recomendaciones en materia de planeación, sección 3 se discuten cuestiones de movilidad y en la sección 4 se hacen sugerencias en torno al ordenamiento territorial. La sección 5 plantea algunas conclusiones.

2. Planeación

- 1) Se requiere concretar proyectos con base en el Programa de Gobierno Municipal 2012 – 2015.
- 2) Con respecto a la actividad turística, se requiere llevar a cabo estrategias en apoyo a los ejes del programa de gobierno y que se encuentren alineados con el Programa Estatal de Turismo (PET) 2013 – 2018 y de la siguiente manera::

Eje 1 – Desarrollo Social Incluyente. Contempla el rescate de espacios públicos, rutas culturales, festivales culturales y el parque EXPLORA. Lo anterior, alineado con el Objetivo 1: Fortalecer las ventajas competitivas turísticas del Estado, la Estrategia 6: Identificar problemáticas con la satisfacción del turista y la Estrategia 7: Infraestructura turística sustentable del Estado (espacios públicos). También está alineado con el Objetivo 2: Impulsar una política turística para la transformación y transversalidad del sector y la Estrategia 11: Vinculación y fortalecimiento de rutas y circuitos (rutas culturales).

Eje 2 – Economía Diversificada y Generadora de Empleos. Promueve el apoyo a MIPyMES, la creación de rutas parcialmente peatonales, el rescate de la Plaza del Músico, y la capacitación. La sección 2.6 promueve la señalización y certificación

del sector turístico, la vinculación escuelas–sector turismo y León como sede de grandes eventos nacionales e internacionales. Va alineado con Objetivo 2: Fortalecer las ventajas competitivas turísticas del Estado y la Estrategia 8: Política turística incluyente y alineada a tres niveles de gobierno y apegada a los criterios que marca la ley (apoyo a MIPyMES). También está alineado con el Objetivo 3: Consolidar de manera sustentable la oferta turística y la Estrategia 16: Festivales y eventos que incentiven, e incrementen la actividad turística (León como sede de grandes eventos).

Eje 3 – Ciudad Segura. Destaca el programa “En Prevención Somos Uno”. Alineado con el Objetivo 5: Impulsar mejoras a la legislación que impacta a la actividad turística en el Estado y vigilar su cumplimiento en la esfera de su competencia y la Estrategia: Organismos de participación ciudadana por municipio

Eje 4 – Sustentabilidad Ambiental. Promueve la administración eficiente del agua, la gestión integral de los residuos sólidos, el mejoramiento de la calidad del aire, la extensión de zonas protegidas en la Sierra de Lobos y la promoción de distintos proyectos de parques naturales. Alineado con el Objetivo 3: Consolidar de manera sustentable la oferta turística.

Eje 5 – Infraestructura y Servicios Públicos para el Desarrollo. Pone énfasis en la extensión del Sistema Integral de Transporte (SIT), en cerrar circuitos de ciclo vías y en la modernización de varios museos. Alineado con el Objetivo 1: Fortalecer las ventajas competitivas turísticas del Estado y la Estrategia 7: Infraestructura turística sustentable del Estado.

Eje 6 – Gobierno de Resultados. Pone especial atención en un sistema integral de proyectos. Alineado con el Objetivo 1: Fortalecer las ventajas competitivas turísticas del Estado y la Estrategia: Modelos de gestión para los destinos y de innovación de los productos del Estado.

3) Las siguientes temáticas se consideran de alto impacto sobre el turismo, además, se priorizaron por los líderes de opinión del destino. Se presentan en orden descendente según su grado de importancia:

Proyecto 1: Promover la ruta de peatones que conecta el Polifórum, el Fórum Cultural, la Calzada, la Calle Madero y el centro histórico, hasta la Plaza del Mariachi (las obras en la Calle Madero y en la Zona del Polifórum están concluidos). Se contemplan banquetas, bancas, kioscos, cableado e iluminación en el primer cuadro vial y la Calzada de los Niños Héroes. León cuenta con un

centro histórico sub aprovechado, aún y cuando tiene potencial como concepto integrador de Leoneses y visitantes que buscan la recreación y diversión.

Proyecto 2: La Dignificación de la zona centro con rutas peatonales en San Juan de Dios, XX de Septiembre, calle Chapultepec, la zona del Templo Calvario y el Barrio Coecillo. Como parte del proyecto anterior, extendiendo el concepto de zonas peatonales hacía distintos puntos del centro, que durante décadas han sido olvidados en materia de desarrollo urbano.

Proyecto 3: Extender el sistema de transporte integral de la Oruga a zonas periféricas para eliminar vehículos tradicionales (Contemplado en el proyecto de expansión del Sistema Integral de Transporte de la tercera etapa). Aún y cuando la ciudad tomó cartas en el asunto del transporte público deficiente, no han logrado resolver la problemática de transportar a ciudadanos y visitantes alrededor de la ciudad de manera eficiente en términos de tiempos y calidad del viaje.

Proyecto 4: Construir estacionamientos inmediatamente fuera del centro histórico con un sistema de transporte público integrado. El centro de León tiene problemas de congestión vehicular en la ausencia de las rutas peatonales causando problemas que se agravarán de tener éxito la creación de un centro histórico que vibra con presencia de ciudadanos provenientes de toda la ciudad y también de fuera.

Proyecto 5: Utilizar el sistema Oruga para conectar el centro histórico con las plazas comerciales (Outlet, Altacia, Venecia, Mayor, etc.) con el fin de crear un corredor turístico, con conexiones al Parque Metropolitano y al zoológico. Representa una pérdida de oportunidad contar con tantos visitantes a la ciudad de la región y más lejos (en el caso de las visitas comerciales) que realmente no utilicen los servicios de la ciudad.

Proyecto 6: Reforzar iniciativas de incubadoras en materia turística, con el fin de extender el bienestar del sector turístico lo más posible hacía las clases media-baja y baja. .

Proyecto 7: Equipar espacios públicos para el disfrute de tecnología y operar un plan de vigilancia y seguridad. En un mundo en el cual las tecnologías de la información se vuelven más importantes, es indispensable ofrecer al visitante los medios para disfrutar su estancia.

Proyecto 8: Construcción de un nuevo relleno sanitario para sustituir el de Jacinto López (Salida cuota Guadalajara) y El Verde (salida a Lagos de Moreno), aprovechando el cierre del tiradero a cielo abierto El Verde..

Proyecto 9: Analizar la factibilidad de mover la central camionera fuera de la mancha urbana a la zona del Boulevard Delta. El movimiento de camiones en el centro de la ciudad provoca una congestión innecesaria. Sin embargo, al mover la estación provocaría una reducción importante del comercio de las pequeñas tiendas de productos de cuero que se concentren en la zona del central.

Proyecto 10: Reemplazar la flota de autobuses con unidades más modernas y menos contaminantes (dentro del proyecto de expansión del SIT de tercera etapa). León requiere extender su sistema de transporte público durante una nueva etapa de mejora, porque la población y visitantes quejan de su calidad.

Proyecto 11: Desarrollar un parque eco turístico. Durante muchos años la ciudad puso poca atención a la cuestión de espacios verdes y la vida sana, algo que ha cambiado radicalmente en años recientes, mientras que los planeadores de la ciudad intentan recuperar el tiempo perdido a través de una serie de proyectos de espacios verdes y eco-turísticos, tanto dentro como fuera de la mancha urbana.

Proyecto 12: Desarrollar ciclo vías y cerrar circuitos. Por el gran número de leoneses que utilicen la bicicleta para moverse dentro la ciudad, existe una necesidad de fortalecer la seguridad de sus viajes, separando las bicicletas de los autos. En este sentido falta cerrar circuitos antes de extender la red.

3. Movilidad

En materia de movilidad se propone los siguientes proyectos:

- 1) Construir una nueva salida a Silao aprovechando la infraestructura carretera ya instalada desde la Calle Torres en el Libramiento hasta Comanjilla. Representa una buena oportunidad para desviar parte del tráfico de la única salida de la ciudad rumbo a Silao y el resto del Bajío.
- 2) Extender el Sistema Integral de Transporte, especialmente la Oruga. Referirse a la sección anterior.
- 3) Crear un corredor de transporte entre plazas comerciales y el centro histórico aprovechando el sistema Oruga, para conectar las plazas Mayor, del Zapato, Venecia, Centro Max, Antares y el Outlet. Referirse a la sección anterior.

- 4) Extender e interconectar el sistema de ciclo vías. Referirse a la sección anterior.
- 5) Seguir con el programa de peatonalización del centro histórico. Referirse a la sección anterior.
- 6) Analizar la factibilidad de mover la central de autobuses hacia la periferia de la mancha urbana. Referirse a la sección anterior.
- 7) Renovar la flota de autobuses con unidades modernas y menos contaminantes. Este proyecto formaría parte del proyecto integral de transporte público (SIT).
- 8) Construir estacionamientos fuera del centro histórico con conexión eficiente en transporte público al centro. Referirse a la sección anterior.
- 9) Crear una conexión de transporte público desde la ciudad al Aeropuerto del Bajío/León, tomando en cuenta que el único servicio de transporte público es el taxi, que resulta muy caro. .
- 10) Promover un aumento en el número de destinos aéreos nacionales, tomando en cuenta que muchas rutas se completan con una parada necesaria en México D. F., que aumenta tiempos de viaje y hace León menos competitivo como destino de visitas y turismo.
- 11) Equipar calles y espacios públicos para personas con capacidades o necesidades especiales. Es una problemática añeja que requiere resolverse para que la ciudad fuera considera moderna.
- 12) Mejorar la señalética para el turismo, para ayudar a los visitantes a llegar a sus destinos.

4. Ordenamiento Territorial

Los proyectos prioritarios en materia de ordenamiento territorial deberían de incluir los siguientes:

1. La aplicación del Plan de Ordenamiento Territorial de 2009 que plasma los proyectos mencionados en el portal de IMPLAN León, en los siguientes ejes: desarrollo sustentable, rumbo económico, vivienda y asentamientos humanos,

infraestructura y equipamiento para el desarrollo, salud y activación física, buen gobierno y estado de derecho y planes maestros.

Dentro de las temáticas más importantes se encuentran las siguientes:

2. Demarcar zonas territoriales para la agricultura, para áreas naturales protegidas y para parques y zonas verdes, para evitar la utilización de tierras agrícolas y fértiles o vulnerables ambientalmente, provocando por ejemplo la sequía de los mantos acuíferos y la desertificación.
3. Evitar la construcción de fraccionamientos de vivienda social fuera de la mancha urbana por los costos implicados en la pérdida de tierras agrícolas, vegetación y hábitat y en el abastecimiento de servicios. Estudiar la factibilidad de aprovechar los baldíos urbanos para desarrollos de vivienda vertical para aprovechar los servicios urbanos instalados.
4. Utilizar la zona protegida de la Sierra de Lobos para aprovechar los paisajes montañosos para crear eco parques.
5. Favorecer la utilización de fuentes de agua superficiales y limitar el uso de pozos, conjuntamente con las entidades federales y estatales responsables. El proyecto de la presa Zapotillo va en este sentido. Así mismo, tomar en cuenta el plan de manejo de micro cuenca para evitar la desertificación.
6. Aplicar el plan maestro del centro histórico que incluye las rutas del peatón y el rescate de plazas, inmuebles y museos para mejorar la calidad de vida de los leoneses, especialmente en sus horas de descanso.
7. Aplicar el plan maestro de movilidad que incluye el desarrollo del Sistema Integral de Transporte y la extensión de las rutas de la Oruga y las ciclo vías, con el fin de reducir tiempos de viaje.
8. Aplicar el plan de atracción de industrias secas y el desarrollo de los sectores de servicios médicos y también turísticos en materia de expos, ferias, reuniones y eventos, con el fin de convertir el destino en una ciudad de servicios.

5. Comentarios Finales

En materia de planeación, movilidad y ordenamiento territorial, destaca el impulso que marca el gobierno municipal a través del Instituto de Planeación con el propósito de superar décadas de inercia en materia de desarrollo sustentable, y moldear una ciudad moderna y más ecológica.

Se busca generar una ciudad de servicios comerciales, en lo cual, destaca la importancia de los centros comerciales (generales y de cuero y zapato), la zona del Polifórum para el desarrollo de expos y ferias y la creación de rutas peatonales para conectar la zona del Polifórum con un centro histórico que se proyecta como un espacio de descanso y recreo.

Se está desarrollando un programa de mejora y creación de espacios verdes, a través de parques urbanos y eco parques en las zonas rurales.

Se contempla la atracción de industrias secas y la expansión del sector de salud como fuentes de empleos e ingresos.

Se aplica una nueva fase de mejora del sistema de transporte público.

Se procura también el rescate de los mantos acuíferos, el tratamiento del cien por ciento de las aguas residuales y una solución de largo plazo a la tema de agua potable, que llegará del proyecto de la Presa Zapotillo en los Altos de Jalisco. Se proyecta una solución, de largo plazo también, para el tratamiento de residuos sólidos a través de la construcción de un nuevo relleno sanitario municipal y está en operación el programa de aire limpio Pro Aire.

II.5 INSTRUMENTOS DE POLÍTICA TURÍSTICA/PROPUESTAS

1. Introducción

A partir de entrevistas aplicadas a personal de dependencias de gobierno local, oficinas de turismo, dependencias estatales, instituciones educativas, personal de SECTUR Guanajuato, y encuestas aplicadas a proveedores de servicios se presentan de manera sintetizada los principales hallazgos con respecto al marco jurídico, concertación y coordinación institucional, promoción y comercialización, y financiamiento para el Municipio de Guanajuato. En cada sección se plantea una serie de problemáticas en materia de desarrollo turístico y competitividad, conjuntamente con un bosquejo de instrumentos de política pública de solución. La sección 2 analiza el marco jurídico, la sección 3 trata de la concertación y coordinación institucional, en la sección 4 se presenta el tema de promoción y comercialización y la sección 5 contiene información de financiamiento. Finalmente, se presentan las conclusiones generales.

2. Marco Jurídico

1. Problema: Ausencia del Reglamento de la Ley Federal de Turismo.

Este problema representa un vacío legal, provocando la incertidumbre y sub inversión.

Instrumentos de Política

- Promover la creación del reglamento correspondiente para que la cooperación (y los convenios) entre instituciones pase a ser de derecho, dando certeza jurídica en el actuar de SECTUR Guanajuato, los consejos turísticos, etc., sin que puedan existir lagunas o zonas de umbral en la ley y que den pauta a distorsiones entre los actores turísticos del país.
- Activar tanto las obligaciones como los derechos que permitan exigir el cumplimiento de lo escrito en los tratados entre los distintos órdenes de gobierno y su coordinación con los distintos agentes involucrados en materia turística en el estado y municipios. Por ejemplo, si la obligación para regular a los guías de turistas parte del compromiso de que Fiscalización Municipal imponga multas para aquéllos que no estén certificados, que lo hagan.

2. Problema: La Informalidad en la Prestación de Servicios.

Este problema produce la competencia desleal, una reducción en la calidad del servicio y la desconfianza por parte del turista.

Instrumentos de Política

- Destinar más recursos a inspectores de fiscalización y su capacitación, lo cual podría ser visto como una inversión, puesto que los recursos invertidos tendrían un retorno al municipio/estado vía multa, por el hecho de tan sólo verificar el hospedaje, comercio ambulante, transporte y guías de turistas piratas, sin descontar otras tantas multas por irregularidades que entran en la esfera de sus competencias.

3. Problema: Tramitología Turística.

Este problema desincentiva la iniciativa privada y actividad empresarial y debilita el crecimiento del sector turístico.

Instrumentos de Política

- Crear una verdadera ventanilla única para la realización de los trámites respectivos en torno a la apertura de un negocio en el área turística, puesto que la tramitología es exhaustiva y exige la participación de diversas instancias que exigen diversas opiniones y vistos buenos para sacar adelante un negocio.
- Llegar a un acuerdo entre autoridades municipales, estatales y federales con la correspondiente firma de los convenios necesarios para lograr este fin.

Comentarios

Para el Municipio de León, el problema de los trámites es lo más importante tomando en cuenta que la inversión privada busca oportunidades comerciales y seguros en zonas afluentes en los grandes ciudades. Simplificar tramitología significa más proyectos aplicados por mayor número de personas en la forma de MIPyMES. El problema de la informalidad es menos evidente en León que en otros destinos, sobretodo porque en lo general la ciudad está bien administrado por sus autoridades.

3. De concertación y Coordinación Institucional

1. Problemática: Falta de Plan de Desarrollo Turístico (Sustentable) de Largo Plazo a Nivel Municipal.

Este problema reduce la incidencia de la planeación estratégica y la concertación de acciones en beneficio del crecimiento de oferta turística de manera integral, privando en el proceso la obtención de economías de alcance y de escala.

Instrumentos de Política

- Formar un comité técnico de involucrados con representación del gobierno municipal, gobierno estatal (SECTUR Guanajuato), gobierno federal, sector empresarial (de las distintas organizaciones sectoriales turísticas), promotores (agencias de viajes y tour operadores) y Organizaciones No Gubernamentales (ONG) propositivas y activas en temas de turismo y sustentabilidad. El esquema de los Pueblos Mágicos va en este sentido. El Consejo de Turismo de San Miguel de Allende, creado en 2005 y con participación mixta pública privada, representa un ejemplo para analizar en este sentido.
- Generar estrategias de fomento de atractivos turísticos, oferta turística, rutas y recorridos, actividades culturales, eventos, etc. con metas a mediano y largo plazo
- Generar proyectos de inversión de desarrollo turístico, debidamente evaluados en materia de rentabilidad social y privada.
- Generar programas de capacitación de manera coordinada y permanentemente, con seguimiento de impacto de políticas, acciones concretas y beneficiarios, con la participación de SECTUR, empresas turísticas e instituciones de educación superior.
- Apoyar en la creación de ferias turísticas y participación en las mismas para promover proyectos de infraestructura, eventos, rutas y paquetes turísticos para visitantes.
- Procurar fuentes de financiamiento nacional e internacional a través de una cartera de proyectos evaluados.

2. Problemática: Falta de Coordinación entre Departamentos Municipales.

Este problema priva al municipio de estrategias de desarrollo turístico coordinadas y holísticas.

Instrumentos de Política

- Como política de largo plazo, buscar la integración de departamentos municipales en una sola zona administrativa.
- Formar un comité técnico entre varios departamentos municipales, es decir, interdisciplinario, en desarrollo turístico, responsable para el diseño de estrategias, proyectos y programas turísticos.
- Diseñar estrategias, proyectos y programas de manera interdepartamental.
- Operar proyectos de forma interdepartamental y evaluar el impacto de estrategias y acciones a través de un instrumento interdepartamental

3. Ausencia del concepto de servicio civil de carrera para fortalecer cuadros de administradores en temáticas turísticas.

Este problema impide la formación de capacidades y experiencia en beneficio de la profesionalización y de la administración, con repercusiones negativas para el crecimiento del sector turístico.

Instrumentos de Política

- Tanto a nivel estatal como a nivel municipal y de manera integrada, se deben fortalecer los programas de capacitación y actualización en materia turística, con la participación de SECTUR y el área de recursos humanos del gobierno estatal.
- Promover esquemas de promoción que premien aprendizajes, capacidades y experiencia con evaluación de impactos en el desarrollo turístico.

4. Falta de sistemas de reconocimiento de la calidad de establecimientos turísticos.

Este problema obstaculiza la jerarquización de los proveedores de servicios en materia de calidad-precio, la segmentación ordenada de la oferta y la percepción de confiabilidad de los servicios turísticos.

Instrumentos de Política

- Analizar sistemas de reconocimiento de la calidad turística a nivel internacional, Ej. Forbes Travel Guide, AAA Five Demand Award, Michelin, etc.
- Generar una política de reconocimientos a nivel estatal (y federal), otorgados por una organización independiente, para hoteles, restaurantes y otros servicios turísticos.
- Promover los proveedores de servicios reconocidos en portales oficiales de información turística.

5. La ciudadanía no está informada con respecto a los perfiles de trabajadores turísticos capacitados.

Este problema mantiene al cliente en un estado de desconocimiento con respecto a lo que constituye buen y mal servicio, impactando negativamente en el desarrollo del sector.

Instrumentos de Política

- Entre los tres niveles de gobierno y las organizaciones sectoriales turísticas de la iniciativa privada, difundir las bondades de las certificaciones y actualizaciones a personal turístico.
- Promover y fortalecer el patrón de profesionales turísticos en las distintas áreas de servicios (cocineros, meseros, policía turística, guías de turistas, etc.)
- Brindar apoyo preferencial en la forma de incentivos de distintos índoles (incluyendo el acceso al financiamiento) a proveedores de servicios turísticos que capaciten, actualicen y promuevan a su personal en materia de turismo.

- Incentivar la participación de los dueños y gerentes de proveedores de servicios turísticos en las capacitaciones, y sobre todo, en el seguimiento y evaluación de impactos.
- Buscar, en conjunto con la iniciativa privada, un tabulador salarial que reconozca explícitamente el valor agregado de la capacitación con el fin de potencializar la calidad de servicio y reducir la rotación de personal.

6. Problemática: Existe un alto nivel de informalismo en actividades relacionadas directa o indirectamente al turismo, incluyendo: vendedores ambulantes sin permisos, guías de turistas no registrados, casas de huéspedes del tipo “bed and breakfast” no legalizados, etc.

Este problema representa un riesgo permanente para el turista, aumentando la incidencia de una experiencia turística defectuosa.

Instrumentos de Política

- Diagnosticar los impactos negativos de la informalidad relacionados con distintas actividades de impacto turístico.
- Coordinar a las instituciones directa e indirectamente involucradas en la problemática a través de los comités técnicos (referirse a los puntos 1 y 2 de esta sección).
- Diseñar estrategias integrales y procesos que consideren aspectos sociales, económicos y legales de la problemática, y en consecuencia, aplicar la ley.
- Aplicar procesos de manera continua y permanente, dando seguimiento a través de evaluaciones periódicas para identificar tendencias positivas y negativas.

7. Problemática: Falta de coordinación para y durante eventos masivos.

Este problema provoca una incomodidad generalizada, una reducción en la calidad de la estancia turística y una reducción en visitas futuras.

Instrumentos de Política

- Fortalecer comités organizadores de eventos, integrando autoridades a distintos niveles y proveedores de distintos servicios turísticos, para eventos como el

Festival Internacional Cervantino, el Guanajuato International Film Festival y el Festival del Globo.

- Llevar a cabo estudios de demanda y oferta para establecer déficits de oferta de servicios.
- Diseñar soluciones en materia de inversiones, capacitaciones y procesos.
- Fortalecer la dirección y administración de los eventos con equipos mixtos público–privados para la planeación y ejecución.

8. Problemática: Crecimiento del fenómeno de pandillerismo, robos, asaltos y vandalismo.

Este problema aumenta la probabilidad de una experiencia turística traumática, minando la reputación del destino turístico.

Instrumentos de Política

- Fortalecer instrumentos de sensibilización y atención ciudadana, a través de la inserción de ONGs en políticas como “Mi Barrio Modelo” de Guanajuato y San Miguel de Allende y León, que promueven la seguridad, el alumbrado, la recolección de basura y el aspecto y comodidad de los espacios públicos.
- Fortalecer el sistema de cámaras de vigilancia con procesos de operación eficientes para registrar acciones y actividades ilícitas.

Comentarios

En materia de coordinación, el municipio está relativamente bien organizado y coordinado, con planes y programas turísticos y de desarrollo urbano identificados y diseñados. Se debería organizar con mayor cuidado los grandes eventos para prevenir la saturación de servicios, que requiere de planeación. El problema de crimen urbano se requiere analizar en materia de medidas, pero por lo pronto se requiere fortalecer la presencia de los cuerpos de seguridad y crear una verdadera policía turística en la ciudad sobre todo en el centro histórico.

4. De Promoción y Comercialización

1. Problemática: Falta de cobertura promocional en los destinos emisores.

Este problema reduce el flujo de visitantes y destinos emisores.

Instrumentos de Política

- Identificar los destinos emisores y con potencial.
- Seleccionar estrategias de promoción por destino.
- Monitorear el impacto de la promoción.

2. Problemática: Falta de conocimiento de productos turísticos de la iniciativa privada.

Este problema reduce la venta de productos turísticos por desconocimiento del destino turístico por parte de agencias de viaje, operadores turísticos y el público en general de los destinos emisores.

Instrumento de Política

- Integrar catálogos de productos.
- Integrar productos en campañas oficiales.
- Capacitar para la promoción y comercialización de productos en mercados potenciales.
- Dar seguimiento a campañas con el fin de afinar estrategias.

3. Problemática: Oferta de servicios insuficientes en eventos masivos y/o atractivos consolidados.

Este problema reduce la calidad de la experiencia turística, disminuyendo progresivamente la afluencia de visitantes en el lugar.

Instrumento de Política

- Mejorar la estimación de la demanda.
- Determinar la capacidad de carga.
- Mayor organización en eventos y atractivos.
- Evaluar experiencias.

4. Problemática: Baja rentabilidad e incentivos para la iniciativa privada.

Este problema reduce la inversión privada en el sector y el desarrollo de oferta turística.

Instrumento de Política

- Consolidar esquemas de cooperación permanente entre el sector público y privado en materia de inversión, capacitación y comercialización.

5. Problemática: Falta de definición de producto propio (marca).

Este problema obstaculiza el reconocimiento del lugar como destino turístico a nivel micro (familias y grupos de excursiones) y en términos geográficos (número de destinos emisores).

Instrumentos de Política

- Identificar las características principales del destino, a niveles estatal y municipal
- Realizar foros de discusión y grupos focales para la identificación de características por escala de influencia.
- Resaltar diferenciadores respecto de otros destinos turísticos en campañas.
- Aplicar diferenciadores en campañas de promoción (imágenes, textos, discursos).
- Desarrollo de una marca propia (diferente a la de destino cultural).

6. Problemática: Ausencia de redes de cooperación entre destinos turísticos con características similares.

Este problema reduce el potencial turístico, con respecto a los turistas nacionales y sobre todo los extranjeros que tienden a visitar varios estados del centro del país durante una estancia de una o más semanas.

Instrumentos de Política

- Generar convenios de cooperación con destinos del centro como Aguascalientes, San Luis Potosí, Guadalajara y Querétaro.
- Crear una alianza interestatal con una marca específica.
- Generar rutas turísticas.
- Integrar la oferta de servicios turísticos a nivel interestatal.
- Concretar convenios para compartir gastos de desarrollo de marca y publicidad.
- Monitorear la eficacia de campañas conjuntas en términos de demanda y derrama económica.

7. Problemática: Falta de canales de información efectivos para visitantes.

La falta de información inhibe la llegada de visitantes que encuentran otros destinos aparentemente más interesantes.

Instrumentos de Política

- Revisar y actualizar información disponible tomando en consideración las demandas del turista del siglo XXI.
- Evaluar el desempeño de canales actuales de información.
- Seleccionar los canales de información más adecuados.
- Incursionar en el uso de nuevas tecnologías.

- Desarrollar nuevas plataformas tecnológicas que permitan al turista interactuar con el destino antes, durante y después de su visita.
- Instalar oficinas para la atención virtual en tiempo real (además del 01800 y GTO Experience).

8. Problemática: Presencia limitada de material promocional en medios electrónicos.

La falta de desarrollo de contenidos promocionales en las redes sociales, los blogs, etc. pone los destinos en desventaja respecto a otros.

Instrumentos de Política

- Incrementar contenidos en redes sociales, blogs y plataformas electrónicas que tengan que ver con la actividad turística.
- Seleccionar materiales de acuerdo al perfil del usuario.
- Generar materiales promocionales para medios electrónicos.
- Realizar el monitoreo de actividad en medios electrónicos.
- Evaluar el impacto de materiales por usuarios.
- Monitorear la opinión sobre manejo de contenidos y gestión de sitios.

9. Problemática: Atraso en formas de comercialización electrónica.

La falta de páginas electrónicas con contenidos enfocados a la venta en línea reduce la facturación turística, porque los turistas que prefieren pagar por servicio de internet buscarán otros destinos que ofrecen este servicio.

Instrumentos de Política

- Incrementar la cobertura electrónicas de comercialización.
- Identificar las plataformas adecuadas de acuerdo al perfil del visitante y gasto promedio.

- Gestionar los convenios con desarrolladores de plataformas de comercialización y pago en línea.
- Socializar e integrar de manera progresiva a los prestadores de servicios a estas formas.
- Medir la cobertura y avances por año.

10. Problemática: Falta de integración de servicios para su correcta comercialización, que reduce el atractivo del destino para los turistas que prefieren comprar paquetes.

Instrumentos de Política

- Fomentar campañas de sensibilización para prestadores sobre la importancia de un esquema cooperativo en el destino.
- Evaluar los medios actuales de comercialización.
- Generar una propuesta integradora por destino.
- Crear una red de prestadores de servicios turísticos.
- Crear una plataforma electrónica de oferta de servicios por destino.

Comentarios

León requiere fortalecer sus estrategias de promoción y comercialización, tomando en cuenta que fuera de León, pocos saben qué ofrece la ciudad. Esto debe cambiar, tomando en cuenta que la ciudad tiene el potencial de atraer a un público, sobre todo para fines comerciales y de compras, incluyendo comerciantes y familias. Sin embargo, se requiere comunicar las ofertas y atractivos turísticos hacia la industria turística de agencias de viajes, tour operadores y hacia la ciudadanía en los destinos emisores.

Importante aquí es la oferta de incentivos a la industria para la venta de eventos y paquetes turísticos. Simultáneamente se debe trabajar un programa de clasificación de la oferta turística en materia de calidad, la capacitación de personal y establecimientos turísticos para cumplir con los criterios establecidos y

la comunicación de los resultados a visitantes para que puedan escoger la calidad de servicios que más les convengan.

5. De Financiamiento

1. Problemática: Hay pocos proyectos y programas debidamente evaluados.

Este problema se suscita por no contar con proyectos debidamente evaluados e inhibe la inversión, de ser un requisito para el financiamiento federal, multilateral y por supuesto, privado.

Instrumentos de Política

- Revisar resultados de diagnósticos turísticos de problemáticas, estrategias, proyectos y programas, a nivel municipal.
- Crear carteras de proyectos analizados a nivel de idea, perfil, pre-factibilidad y factibilidad, dependiendo del tamaño e importancia de los proyectos.
- Priorizar los proyectos por tipo de inversión (Infraestructura turística, equipamiento turística, infraestructura vial, etc.).
- Crear una unidad de inversión para evaluar, promover y financiar proyectos, idealmente una institución descentralizada e independiente.

2. Problemática: Se detectan pocos inversionistas dispuestos a llevar a cabo inversiones por los riesgos implícitos.

Este problema representa una limitación importante al no existir una cartera de proyectos evaluados y foros para su promoción.

Instrumentos de Política

- Promover ferias y reuniones de inversión a nivel estatal, nacional e internacional.
- Promover la asistencia de los grandes inversionistas del sector privado como Grupo Carso, Femsa y Cemex que han participado en el desarrollo turístico del centro histórico de la Ciudad de México y de Monterrey.

- Promover la realización de inversiones del tipo Asociaciones Público-Privadas (Proyectos para Provisión de Servicios – PPS) con el fin de reducir los riesgos para inversionistas privados. Se requiere de asesoría especializada para potenciales involucrados, es decir, administradores públicos y líderes de la iniciativa privada.

3. Problemática: La diversidad de fondos para el desarrollo turístico a nivel internacional no se ha aprovechado en su totalidad.

Este problema se suscita por la ausencia de una estrategia para preparar proyectos y programas tomando en cuenta las prioridades de las multilaterales y fundaciones y su promoción en estos ámbitos naturalmente inhibe la utilización de fuentes de fondos internacionales.

Instrumentos de Política

- Identificar programas de financiamiento al turismo y las actividades y procesos que apoyan, ej. American Express, UNESCO-Ciudades Patrimonio de la Humanidad, Banobras, Fonatur, Banco Interamericano de Desarrollo, Banco Mundial, Protocolo de Kioto, etc.
- Revisar y adecuar las estrategias de promoción y de la cartera de proyectos y programas evaluados, con el fin de aumentar la inversión potencial.
- Cumplir las exigencias y las condiciones de los apoyos otorgados o en proceso, por ejemplo, en el caso de Guanajuato y San Miguel de Allende que son los destinos del estado de Guanajuato con declaratorias como las de UNESCO.

4. Problemática: La marca turística del municipio no está consolidada por lo que se inhibe la inversión y el desarrollo. La falta de marca reduce la visibilidad del destino desde el punto de vista del visitante potencial.

Instrumentos de Política (referirse a la sección 4.)

- Crear nueva oferta en materia de rutas turísticas integrando los proveedores de servicios de distintos destinos dentro y fuera del Estado, en materia de turismo histórico, cultural, arqueológico, gastronómico, etc.

- Integrar la oferta turística en paquetes turísticos, es decir, fomentar productos turísticos integrando a proveedores de servicios turísticos y tour operadores.
- Mejorar el equipamiento turístico en espacios abiertos, mejorar fachadas de inmuebles en zonas turísticas, restaurar edificios de valor histórico, renovar museos, modernizar los procesos de limpieza y recolección de basura en zonas turísticas y mejorar la administración de fiestas populares y eventos.
- Catalogar y promover la oferta turística en los destinos emisores de turistas en portales electrónicos, medios de comunicación masivos y con agencias de viaje y tour operadores.

Comentarios

León requiere desarrollar su marca turística y trabajar la evaluación y promoción de sus proyectos. Cuenta con empresarios leoneses dispuestos a invertir en su ciudad, sin embargo se requiere buscar fondos complementarios de empresarios a nivel nacional e internacional y las organizaciones multilaterales que podrían integrar a inversionistas dentro de asociaciones público-privados.

6. Comentarios Finales

Con respecto al marco jurídico

Las principales áreas de oportunidad incluyen: el desarrollo de un reglamento federal de turismo, la formalización de la prestación de servicios turísticos y la creación de una verdadera ventanilla única para trámites empresariales en el ámbito turístico.

Con respecto a la concertación y coordinación

Áreas de oportunidad incluyen: a) el desarrollo de un plan de desarrollo turístico sustentable de largo plazo, b) la integración de departamentos municipales para aplicar estrategias y acciones en favor del sector turístico, c) la puesta en marcha de un verdadero servicio civil de carrera para fortalecer cuadros de administradores en temáticas turísticas, d) la instalación de un sistema de reconocimiento de la calidad de establecimientos turísticos, e) la difusión de los perfiles de trabajadores turísticos capacitados dentro de la ciudadanía, f) la eliminación progresiva del informalismo en actividades relacionadas directa o indirectamente al turismo, incluyendo: vendedores ambulantes, guías de turistas y

casas de huéspedes; g) la mejora en la coordinación para y durante eventos masivos y h) el ataque al fenómeno del pandillerismo y crimen en zonas turísticas a través de programas de concientización ciudadana por barrio/colonia con la aplicación de instrumentos de desarrollo turístico.

Con respecto a la promoción y comercialización

Las acciones incluyen: a) la cobertura promocional en los destinos emisores, b) la catalogación de productos turísticos de la iniciativa privada y la integración de los mismos para su correcta comercialización, c) el fortalecimiento de servicios turísticos para eventos masivos, d) la revisión creativa de los incentivos al sector empresarial para combatir la baja rentabilidad del sector turístico, con hincapié en la inversión, capacitación y comercialización; e) la definición del producto propio (marca) por destino, f) el fortalecimiento de redes de cooperación entre destinos turísticos con características similares y g) el fortalecimiento de canales de información, material promocional y formas de comercialización en medios electrónicos.

Con respecto al financiamiento

Las estrategias incluyen: a) el diagnóstico, evaluación y priorización de proyectos y programas turísticos, b) un programa de atracción de inversionistas dispuestos a llevar a cabo inversiones, con base en una reducción de los riesgos implícitos y c) la diversificación de fondos para el desarrollo turístico obtenidos a nivel nacional e internacional.

III. FICHAS DE INDICADORES

Con la finalidad de identificar las problemáticas y prioridades en materia de turismo del destino, se procedió a la búsqueda de una serie de indicadores en términos de: Oferta Turística, Democratización de la Productividad Turística, Sustentabilidad Turística, Formación y Certificación, Accesibilidad e Infraestructura, Seguridad Patrimonial y Física, Promoción y Comercialización, Gestión del Destino y Tics e Información al Turista. Dicha información se obtuvo de diversas fuentes, pero cada una de ellas confiables, por lo que la veracidad de los indicadores, ya sean cualitativos o cuantitativos, es incuestionable.

Cabe mencionar que para algunos indicadores, en particular para indicadores cualitativos, se utilizó el presente estudio "Diagnóstico de Competitividad", para obtener el valor observado correspondiente. Así pues, dicho estudio representa una base, contribuyendo a la integración y recopilación de los mismos, pero siempre sin perder la veracidad en la información.

Para algunos indicadores cuantitativos cuyo valor no era observado en diversas fuentes de información ni estaba contemplado en los cuestionarios del estudio de "Diagnóstico de Competitividad", se procedió a buscar un indicador proxy que midiera de manera similar lo que se buscaba, sin perder de vista lo que se pretendía cuantificar.

Así pues, se lograron identificar y medir el 100% de los indicadores correspondientes para cada uno de los nueve factores de los tres destinos. Por lo que, dichas fichas representan un buen inicio para el estudio y análisis en el tiempo de temas competentes al sector turismo.

SECTUR SECRETARÍA DE TURISMO		Ficha Técnica de Indicadores Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos		gto Guanajuato Turismo	
Destino:					
Factor: Oferta Turística Indicador: Número del Indicador Código de Indicador: OT2			Número de monumentos		
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:		
¿Qué mide el indicador/variable?		Descripción del Indicador			
Detalles y Comentarios del Indicador:		Descripción			
Método de obtención:		Observación directa	<input type="checkbox"/>		
		Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>		
		Información Estatal	<input type="checkbox"/>		
		Información de la Web	<input type="checkbox"/>		
Fuente:					
Periodicidad de actualización:		semanal, mensual, trimestral, anual, permanente			
Validación con:		INEGI	<input type="checkbox"/>		
		Registro Nacional de Turismo	<input type="checkbox"/>		
		Otro:	<input type="checkbox"/>		

TABLERO DE CONTROL LEÓN¹⁶

El presente estudio de “Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León, Guanajuato”, tiene como objetivo general identificar las problemáticas y prioridades a seguir en el destino turístico. Dichas problemáticas y prioridades se clasifican en términos de los nueve factores mencionados anteriormente.

Tal y como lo señala SECTUR, dicho estudio genera beneficios cuantitativos como cualitativos; un beneficio cualitativo es la generación de un Tablero de Control de Competitividad para los Destinos Turísticos, para que la SECTUR y los Gobiernos de las Entidades Federativas, con base en el seguimiento y medición de los indicadores, dispongan de herramientas y directrices sólidas, para evaluar y contar con criterios para la canalización eficiente de recursos a los destinos turísticos de interés.

Así pues, el Tablero de Control construido permitirá monitorear y diagnosticar en el tiempo, avances o retrocesos de los indicadores en materia de turismo correspondiente a los destinos de interés, pues sintetiza la información recabada y

¹⁶ Ver anexo: Tablero de control León.

presentada en las fichas técnicas de los indicadores. Dicha información es: indicador, tipo de indicador (cuantitativo o cualitativo), cómo se midió, la fuente de dónde se obtuvo la información, el rango de calificación, así como el último dato observado.

DESTINO						Tablero de Control				
CLAVE	INDICADOR	TIPO DE INDICADOR		MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	VALOR OBSERVADO			
		CUALITATIVO	CUANTITATIVO				2012 si el dato corresponde al año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020 2023

El tablero de control contempla un rango de calificación otorgado al indicador correspondiente. Cabe mencionar que no para todos los indicadores existe un rango de calificación. Ej. Número de museos en el destino. El dato observado en este tipo de indicadores es numérico y es subjetivo dar una calificación. Sin embargo, la observación en el tiempo de dichos indicadores dará un panorama de avance o retroceso en el tiempo de los mismos.

El tablero de control contempla una calificación que es otorgada al indicador según el valor observado que tome dentro del rango de calificación en un periodo determinado.

La calificación se muestra en las celdas de “valor observado” y la celda es de color:

Verde: cuando el valor del indicador se encuentra en los límites superiores del rango de calificaciones, el indicador va bien.

Rojo: cuando el valor del indicador se encuentra en los límites inferiores del rango de calificaciones, el indicador va mal.

Naranja: cuando el valor del indicador da señales de que se debe de poner un especial énfasis para que lo que mida dicho indicador no retroceda.

Para ejemplificar lo anterior: el indicador DP2 “Nivel de bienestar”, medido por el Índice de Desarrollo Humano, el cual tiene un rango de 0 a 1; 0 cuando el Desarrollo Humano es muy bajo y 1 de lo contrario. Para el destino turístico de León, este índice tiene un valor de 0.88 para el año 2010. Está calificado como “alto” por la autoridad competente entonces su calificación está en color verde.

Cabe mencionar que existen indicadores a los que no se les puede otorgar una calificación; sea verde, naranja o roja. En este sentido, la SECTUR a nivel federal harán un análisis comparativo de los 44 destinos contemplados en el estudio, lo cual dará la pauta para la construcción de índices, para cada uno de los factores por destino.

En este sentido, el Tablero de Control como una herramienta para el “Diagnóstico de Competitividad”, tuvo como alcance el diseño de una agenda con propuestas de acciones consensadas, con base en enfoques de planeación, basadas en criterios e indicadores, los cuales responden a las problemáticas particulares de cada destino.

Analizando el Tablero de Control construido para el destino de León se puede observar que la mayoría de los indicadores son de tipo numérico y a éstos no se les puede otorgar, hasta el momento, alguna calificación. Esto vendrá después, cuando SECTUR a nivel federal establezca una metodología uniforme para la construcción de índices que permita comparar los 44 destinos. Sin embargo, con la información que se cuenta se puede observar que el destino presenta mayor número de semáforos rojos en el rubro de Sustentabilidad Turística, así como en el rubro de Gestión del Destino. Sin embargo, es el rubro de Sustentabilidad Turística también donde se localizan más semáforos verdes. Y finalmente, hay tres indicadores calificados por SECTUR con semáforo naranja: es el Indicador de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes que mide la calificación promedio que otorgan los visitantes al destino y muestra una calificación de 8.0 en promedio.

BIBLIOGRAFÍA

1. Ayuntamiento de León (2013) [web]. Disponible en: [http:// www.leon.gob.mx/](http://www.leon.gob.mx/)
2. Banco Interamericano de Desarrollo (2013) [web]. Disponible en:
3. <http://www.iadb.org/es/>
4. Banco Mundial (2013) [web]. Disponible en <http://www.bancomundial.org/>
5. CESTUR (2013) [2013]. Disponible en: <http://www.cestur.sectur.gob.mx/>
6. Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, programa de desarrollo regional sustentable, (2013) [web]. Disponible en: www.cdi.gob.mx/turismo
7. Comisión Nacional Forestal, programa de Pro Árbol para proteger y aprovechar zonas forestales (2013) [web]. Disponible en: www.conafor.gob.mx
8. Consejo Nacional Empresarial Turístico (2013) [web]. Disponible en:
9. <http://www.cnet.org.mx/>
10. Comisión Nacional Forestal, programa de Pro Árbol (2013) [web]. Disponible en:
11. <http://www.conafor.gob.mx:8080/documentos/download.aspx?articulo=4130>
12. Consejo Promoción Turística de México (2013) [2013]. Disponible en: <http://www.cptm.com.mx/>
13. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2013). Ciudad de Guanajuato. CONACULTA [web]. Disponible en: http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/destino_mes/guanajuato/guanajuato.html
14. Comisión Nacional para el Desarrollo de Zonas Indígenas, Turismo Alterno (2013) [web]. Disponible en: www.cdi.gob.mx/turismo
15. Comisión Nacional Forestal, programa de Pro Árbol (2013) [web]. Disponible en:
16. <http://www.conafor.gob.mx:8080/documentos/download.aspx?articulo=4130>

17. Descubre León (2011). Vida nocturna. *Descubre-León* [web]. Disponible en: <http://www.descubre-leon.com/vidanocturna/alfabetico/l1.htm>
18. Economist Intelligence Unit (2010), Evaluando el Entorno para las Asociaciones Público-Privadas en América Latina y el Caribe, Infrascopes 2010
19. Financiera Rural, financiamiento al Sector Turístico Rural (2013) [web]. Disponible en: www.financierarural.gob.mx/
20. Fonatur (2013) [web]. Disponible en: <http://www.fonatur.gob.mx/en/index.asp>
21. Fondos Emprendedores Conacyt Nafin (2013) [web]. Disponible en: <http://www.nafin.com/portalfn/...y...http://www.conacyt-nafinsa.html>
22. Fondo Nacional de Apoyo a Empresas en Solidaridad (2013) [web]. Disponible en: <http://www.fonaes.gob.mx/>
23. Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. (2013), Resultados de la Competitividad Internacional 2013.
24. Instituto Municipal de Planeación, León (2013) [web]. Disponible en: <http://www.implan.gob.mx/>
25. Instituto de Planeación del Gobierno del Estado de Guanajuato (2013) [web]. Disponible en: [http:// iplaneg.guanajuato.gob.mx](http://iplaneg.guanajuato.gob.mx)
26. Instituto de ecología del Gobierno del Estado de Guanajuato, áreas protegidas (2013) [web]. Disponible en: <http://ecologia.guanajuato.gob.mx/sitio/>
27. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010). Censo de población y Vivienda. *INEGI* [web]. Disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?src=487&e=11>
28. León-Gto (2010). Economía. León-Gto [web]. Disponible en: <http://www.leon-gto.com.mx/la-ciudad-leon/economia/>
29. Ley General de Turismo (2013) [web]. Disponible en www.sectur.gob.mx/, www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGT.pdf

30. México Desconocido (2013). 14 destinos para comprar artesanía fina.
31. *Méxicodesconocido* [web]. Disponible en:
<http://www.mexicodesconocido.com.mx/14-destinos-para-comprar-artesania-fina-bolsas-tejidos-de-palma-leon-guanajuato1.html>
32. PIAPPEM – BID (2009), Estudio de Caso, Capítulo 6, Proyecto de Modernización del Tramo Carretero Libre de Peaje Irapuato – La Piedad
33. PIAPPEM – BID (2011), La experiencia en la Estructuración del PPS de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí.
34. PIAPPEM – BID (2009), Estudio de Caso, Capítulo 7, Hospital Regional de Alta Especialización del Bajío (HGAEB)
35. POLIFORUM LEÓN (2013). *Polifórum-León* [web].
<http://www.poliforumleon.com/>
36. Secretaría de Economía, programa de apoyo a MIPyMES (2013) [web]. Disponible en: <http://www.economia.gob.mx>
37. Secretaría de Comunicaciones y Transporte (Sin Fecha), PPS Querétaro-Irapuato SCT, Estructura Técnica.
38. Secretaría de la Reforma Agraria, Fondo de Tierras (2013) [web]. Disponible en: www.fontierras.gob.gt
39. SECTUR Gobierno del Estado de Guanajuato (2013), Términos de Referencia para Estudio “Agendas de Competitividad de Destinos Turísticos del Estado de Guanajuato”.
40. SECTUR Gobierno del Estado de Guanajuato (2013) [web] Disponible en: <http://www.sectur.gob.mx>
41. SECTUR/GEMES (2013), Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos: Consideraciones Analíticas.
42. SECTUR/GEMES (2013), Modelo de Implantación y Establecimiento de las Agendas de Competitividad por Destinos Turísticos.
43. SECTUR/GEMES (2013), Guía para la Conformación del Portafolio de Proyectos de Inversión de Las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos.

44. SECTUR/GEMES (2013), Fichas Descriptivas de la Problemática Identificada por Capítulo del Diagnóstico (Ejemplo de Llenado).
45. SECTUR/GEMES (2013), Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos de México
46. SECTUR Federal (2013) [web]. Disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/>
47. UNESCO/Ciudades Patrimoniales (2013) [web]. Disponible en: whc.unesco.org/
48. Universidad Virtual del Sistema Tecnológico de Monterrey (2011), Diplomado en Asociaciones Público-Privadas para el Desarrollo de Infraestructura y Servicios, Compendio de Repaso, Módulos 1 y 2.
49. Wikipedia (2013). León, Guanajuato. *Wikipedia* [web]. Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Le%C3%B3n_\(Guanajuato\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Le%C3%B3n_(Guanajuato))

ANEXOS



I. Subdiagnóstico FODA LEÓN

Oferta turística León	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos de buen nivel, en cuanto a plazas comerciales, centros de convenciones, hoteles y restaurantes ➤ Nuevas instalaciones como el Teatro Bicentenario 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No hay declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) ➤ No hay zonas arqueológicas bajo el resguardo del INAH ➤ No hay declaratoria de zona de monumentos históricos ➤ Baja estadía promedio de turistas ➤ Solo hay un monumento en la ciudad ➤ Falta ampliación de promoción de variedad de oferta turística y actividades de ocio (eco-turismo, turismo de aventura, etc.) ➤ Escasa cantidad de museos y salas de exhibición de carácter permanente en la ciudad ➤ Turismo excesivamente concentrado en compras y en ciertos eventos (FIG, feria, etc.)
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Buena accesibilidad a la ciudad ➤ Hay suficiencia en rutas terrestres ➤ Expansión de turismo de ferias y expos aprovechando buena infraestructura turística, oferta comercial y accesibilidad ➤ Promover zona recreativa del Polifórum - Centro histórico ➤ Promover turismo religioso, cultural, eco-turismo y turismo de aventura ➤ Promover parque temático ➤ Potencializar aprovechamiento de zoológico ➤ Posibilidad de explotar el centro urbano ➤ Dar servicio de excelencia ➤ Aumentar competitividad regional 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia con destinos con zonas arqueológicas ➤ Competencia con destinos con declaratorias patrimonio UNESCO y/o CONACULTA ➤ Competencia con destinos que cuentan con declaratoria de zona de monumentos históricos ➤ Competencia con destinos que son más atractivos para quedarse un mayor número de días ➤ Falta de calidad y accesibilidad de transporte público (excepto orugas) ➤ Rutas aéreas escasas, complican visita del turista

Democratización de la productividad turística León	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto impacto social y productivo del turismo ➤ Turismo es la 2a fuente de ingresos del Estado (PETG) ➤ Crecimiento significativo del empleo en el sector turístico 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bajos salarios en sector turístico ➤ Pocos empleos (directos) en el sector turístico ➤ Limitada profesionalización ➤ Falta sensibilidad de ciudadanía al turismo ➤ Falta de distribución de los ingresos turísticos ➤ Gestión más efectiva del destino para crear un producto consistente
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto nivel de bienestar (IDH) ➤ Salario promedio de cotización un poco arriba del promedio ➤ Índice de rezago social muy bajo ➤ Índice de marginación muy bajo ➤ Tasa de desocupación alrededor del promedio nacional ➤ Campañas de sensibilización a ciudadanía y a funcionarios públicos ➤ Realizar reuniones y mesas de trabajo para analizar las necesidades y poder cooperar de la mejor manera 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Circulo vicioso de niveles bajo de capacitación, salarios bajos y alta rotación de personal turístico

Sustentabilidad turística León	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Existen acciones de conservación del patrimonio ➤ Existen programas y diagnósticos en materia turística municipal 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Programas de educación ambiental escasos e ineficientes ➤ No hay establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos ➤ No hay establecimientos con certificado Green Globe ➤ Normatividad ambiental insuficiente ➤ No hay estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico ➤ Insuficiencia de indicadores de sustentabilidad para el turismo ➤ Elevado consumo de energía por cuarto de hotel ➤ Pocas zonas verdes en área metropolitana ➤ Las certificaciones solo son tomadas en cuenta por empresas medianas y grandes ➤ Falta de un plan de desarrollo turístico sustentable en destino
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alta cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado ➤ Buen manejo de riesgo por autoridades ➤ Ordenamiento ecológico estatal y municipal decretado ➤ Participar en programa Proaire de SEMARNAT ➤ Programa integral de recolección, reciclaje y disposición final de residuos sólidos ➤ Programa integral de conservación del agua ➤ Programa de reforestación ➤ Promover ahorro de electricidad ➤ Falta de concientización respecto a los desechos de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Existe, pero se puede ampliar cobertura y mejorar el tratamiento de aguas residuales ➤ Hay, pero se puede ampliar y mejorar la infraestructura y el equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos ➤ Competencia con destinos con establecimientos con certificados de calidad ambiental (incluyendo hoteles) y con certificados Green Globe ➤ Inexistencia de certificado de municipio limpio y/o cumplimiento ambiental ➤ Contaminación del aire ➤ Sobreexplotación de agua potable ➤ Erosión de terrenos en zonas rurales ➤ Percepción de ciudad sucia y contaminada

Formación y certificación León	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cuenta con un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes ➤ Calificación media-alta en las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Escasos recursos humanos calificados para atender el sector turismo ➤ Planes de capacitación turística vigente, sin embargo, son ineficientes ➤ Pocos guías de turistas certificados ➤ Muy poca participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H ➤ Porcentaje muy bajo de empresas con distintivo M ➤ Personal capacitado solo en las medianas y grandes empresas ➤ Improvisación en la apertura de empresas dentro del sector ➤ Falta de información sobre programas de certificación y sus beneficios
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajar con otras dependencias y/o instituciones para mejorar grado de escolaridad y educación turística de la población ➤ Trabajar con otras dependencias, empresas y/o instituciones en materia de capacitación de personal turístico ➤ Bajo nivel de idiomas, en especial inglés ➤ Improvisación en la apertura de empresas dentro del sector 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia con destinos que cuentan con mayor personal turístico capacitado ➤ Competencia con destinos donde los visitantes tienen un alto nivel de satisfacción ➤ Grado de escolaridad cerca del promedio nacional, pero no deja de ser deficiente y puede mejorar

Accesibilidad e Infraestructura León	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Existencia de servicios de apoyo al turista ➤ Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Limitados destinos aéreos ➤ Congestión en accesos y en horarios punta ➤ Central camionera con poca capacidad y mal ubicada ➤ Limitada extensión de circuitos de transporte Oruga ➤ Sobrepoblación de unidades de transporte
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conectividad aérea ➤ Sistema integrado de transporte de calidad (orugas) ➤ Alto grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados, gracias a IMPLAN ➤ Reglamento de imagen urbana vigente ➤ Sistema de transporte colectivo para conectar la ciudad con el aeropuerto ➤ Modernizar sistema de transporte público ➤ Crear ruta turística ➤ Rehabilitación de plazas y espacios públicos ➤ Promover la señalización ➤ Promover la movilidad de ciudadanía y turistas (discapacitados, adultos mayores, niños, etc.) ➤ Promover fondos no explotados hasta la fecha 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pocas rutas aéreas y horarios imprácticos ➤ Competencia con destinos que tienen mayores rutas aéreas y/o mejores precios y horarios ➤ Baja calidad en transporte público, no cumple regulación ambiental y no hay accesibilidad para personas discapacitadas (excepto orugas) ➤ Competencia con destinos con transporte público de mayor calidad ➤ Existen aproximadamente 6 polígonos de pobreza que no cuentan con todos los servicios básicos ➤ Señalética escasa

Seguridad Patrimonial y Física León	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Buena percepción relativa del nivel de seguridad en relación a población ➤ Existe programa para el manejo de residuos sólidos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aumento en robo y atracos ➤ Faltan hoteles con sistema de captación de agua pluvial ➤ Faltan hoteles con plantas de tratamiento de aguas residuales ➤ Falta de observación de la operación de empresarios turísticos
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bajo porcentaje de delitos menores en relación a la población ➤ Baja incidencia delictiva ➤ Aprovechar seguridad relativa del Estado ➤ Escasos delitos a las instituciones de banca y crédito ➤ Alto porcentaje de cobertura del sistema de recolección de residuos sólidos ➤ Sensibilización ciudadana a nivel barrio / colonia ➤ Aumentar vigilancia 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contaminación de delincuencia desde estados contiguos ➤ Bajo volumen de reciclado de desechos ➤ Criminalidad juvenil - robos, vandalismo, asaltos, pandillerismo ➤ Falta de Planes de salvaguarda en caso de siniestros

Promoción y Comercialización León	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto porcentaje de visitantes y turistas que regresan ➤ Alto porcentaje de visitantes que recomiendan el destino ➤ Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV's) u organismos similares ➤ Alto alcance de las campañas y medios de promoción a nivel estatal 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Existe, pero falta más diversificación en segmento de población (turismo promedio de ingreso medio-bajo) ➤ Existe, pero falta más diversificación en segmento mercado (principales: vacaciones, compras y negocios) ➤ Existe, pero falta más diversificación en segmento de mercado geográfico ➤ Mejorar grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's) (nivel medio) ➤ Falta mejorar alcance de las campañas y medios de promoción a nivel municipal ➤ Falta mejorar información de oferta turística e integrar servicios turísticos ➤ Falta mejorar integración de los servicios turísticos del centro con las plazas comerciales y parques ➤ Insuficientes agencias de viajes mayoristas que promocionan el destino ➤ Faltan paradores turísticos ➤ Falta mejora de la promoción de la ciudad más allá de la promoción de eventos ➤ Destino no es percibido como turístico

Promoción y Comercialización León	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Promover turismo extranjero (norteamericano, asiático, europeo, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia con destinos con campañas de marketing de alto alcance ➤ Competencia con ciudades patrimonio

Gestión del Destino León	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cuenta con Dirección de Turismo ➤ Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo ➤ Programas y diagnósticos en materia turística ➤ Sistema de Información Estadística del Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Coordinación ineficiente de gobierno municipal con los otros niveles en materia turística ➤ No hay coordinación con organismos turísticos regionales ➤ Coordinación Institucional ineficiente ➤ No existen comités de turismo sustentable ➤ Falta de reglamento federal de turismo obstaculiza la coordinación entre sectores, gobierno municipal y regiones en materia de ampliar e integrar atractivos turísticos ➤ Insuficiente participación de la sociedad en los eventos turísticos ➤ Falta de una ventana única para trámites empresariales ➤ Informalidad y ambulante ➤ Hoteles no admiten mascotas ➤ Eventos de la ciudad son ejecutados de forma desordenada ➤ Percepción de una ausencia de gestión turística
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mejorar coordinación entre tres niveles de gobierno (sobre todo municipal), la sociedad civil y los empresarios para crear nueva oferta turística ➤ Formalizar coordinación con organismos turísticos regionales e institucionales ➤ Marco regulatorio municipal (ordenamiento ecológico territorial decretado) ➤ Normatividad municipal congruente con planes estatales y federales ➤ Formalizar la oferta turística informal ➤ Incentivar una mayor sensibilidad con una política en favor de las mascotas de los turistas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Que los planes de desarrollo no se realicen o no se terminen por intereses políticos o diferencias entre los diferentes niveles de gobierno ➤ Coordinación ineficiente de gobierno municipal con los demás niveles ➤ Falta de información otorgada a los prestadores de servicio por parte de la autoridades

TICs e información al turista León	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Información actualizada en el portal de internet del destino ➤ Indicadores de localización del destino ➤ Sistema de Información Estadística del Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Escasos puntos de información turística (sobre todo casetas) ➤ Mejorar portales de internet oficiales (información incompleta) ➤ Información insuficiente ➤ Falta diversidad en información, se centra en los mismos eventos ➤ Turista promedio desconoce sobre el tema ➤ Presencia marginal en plataformas electrónicas
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Líneas telefónicas ➤ Mayor acceso público a WiFi en zona céntrica; desarrollo de Apps para dispositivos móviles ➤ Estudio de tendencias y ofertas en TICs en otros espacios y destinos turísticos de vanguardia 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia con destinos que tengan puntos de información suficientes y de calidad ➤ El acceso a WiFi en espacios públicos es muy limitado ➤ Competencia con destinos que tengan un mayor acceso público a WiFi ➤ Competencia con destinos con mayor aprovechamiento de redes sociales ➤ Desconocimiento de tendencias de redes sociales y TICs

II. FODA General León

FODA León	
Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. PS: municipio con el PIB más alto del Estado 2. RT: cuenta con algunos eventos culturales y recreativos de renombre (FIG, FIL, Rally, etc.) y convenciones de negocios (ANPIC, SAPICA, etc.) 3. OH: centro de convenciones de alta calidad, atrae turismo de negocios y demanda mayor calidad de hoteles 4. OC: alta proporción del turismo viene por la oferta comercial, "shopping" (2012) 5. FH: no se detectaron 6. MI: marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo 7. AM: calidad en la infraestructura terrestre 8. IB: Calidad y suficiencia en la infraestructura de servicios de apoyo al turista de buen nivel, como hospitales, auto mecánicos, etc. 9. PT: ordenamiento ecológico decretado a nivel estatal y municipal 10. PA: no se detectaron 11. M: nivel medio-alto de satisfacción de los visitantes 12. PC: Cuenta con OCV y nivel medio-alto de personas que recomiendan el destino 13. C: destino se promociona en diversos tipos de medios 14. TI: existen Sistemas de Información Estadística del Turismo (Datatur y Observatorio Turístico) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. PS: promedio de escolaridad arriba del promedio nacional pero sigue siendo bajo 2. RT: limitada variedad de oferta turística y actividades recreativas 3. OH: falta capacitar personal hotelero y certificación en hoteles 4. OC: puntos de información turística escasos 5. FH: limitada capacitación de recursos humanos 6. MI: falta de reglamento federal de turismo obstaculiza la coordinación entre sectores, gobierno municipal y regiones 7. AM: congestión en accesos y en horarios punta 8. IB: aumento en robos y atracos 9. PT: falta un plan de desarrollo turístico sustentable en el destino 10. PA: falta certificación y educación de calidad ambiental para empresas, instalaciones y equipamientos 11. M: puede aumentar cantidad de museos 12. PC: falta ampliar alcance de las campañas y promoción, así como, mejorar integración de los servicios turísticos del centro con las plazas comerciales y parques 13. C: no hay coordinación con organismos turísticos regionales 14. TI: falta información en forma interactiva en portal municipal de internet

FODA León	
Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. PS: alto nivel relativo de bienestar (IDH) 2. RT: promover ruta de Peatones con ruta Polifórum, Fórum Cultural, La Calzada, Calle Madero y Centro histórico hasta la Plaza del Mariachi 3. OH: trabajar con otros organismos para mejorar personal hotelero 4. OC: diversos establecimientos de venta de artesanías 5. FH: trabajar con otras dependencias, empresas y/o instituciones en materia de capacitación de personal turístico 6. MI: falta de una ventana única para trámites empresariales 7. AM: conectividad aérea 8. IB: se puede aprovechar seguridad relativa del destino 9. PT: alto grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados, gracias a IMPLAN 10. PA: alta cobertura de sistema de recolección de residuos sólidos urbanos 11. M: aprovechar infraestructura y atraer turismo religioso, de aventura, eco-turismo, etc. 12. PC: integrar tour operadores y agencias de viajes con proveedores de servicios para crear paquetes de atractivos, rutas y circuitos turísticos 13. C: aumentar DMCs con impacto en el destino (nivel medio) 14. TI: existen indicadores de localización del destino 	<ol style="list-style-type: none"> 1. PS: Existen aproximadamente 6 polígonos de pobreza que no cuentan con todos los servicios básicos 2. RT: algunas zonas de la zona centro con rutas peatonales requieren dignificación (San Juan de Dios, XX de Septiembre, calle Chapultepec, zona templo Calvario, Barrio Coecillo) 3. OH: competencia con destinos con personal hotelero más capacitado 4. OC: se muestra una oferta turística no articulada en torno a una vocación de destino turístico 5. FH: círculo vicioso de baja remuneración y profesionalización del personal 6. MI: falta de una ventana única para trámites empresariales 7. AM: limitada extensión de circuitos de transporte Oruga y baja calidad de transporte público (excepto orugas) 8. IB: se debe ampliar y mejorar la infraestructura y el equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos 9. PT: percepción de una mala gestión de los recursos naturales y económicos relacionados al turismo 10. PA: falta mejorar tratamiento de aguas residuales 11. M: competencia con destinos que tienen mejores servicios turísticos o atractivos más desarrollados para quedarse un mayor número de días 12. PC: competencia con destinos con campañas de marketing de alto alcance 13. C: competencia con destinos con más DMCs 14. TI: ampliar desarrollo de Apps para dispositivos móviles

1. **PS:** alto nivel relativo de bienestar (IDH)
2. **RT:** aprovechar reconocimiento como mejor destino turístico internacional (revista especializada Condé Nast Traveler)
3. **OH:** trabajar con otros organismos para mejorar personal hotelero
4. **OC:** diversos establecimientos de venta de artesanías
5. **FH:** trabajar con otras dependencias, empresas y/o instituciones en materia de capacitación de personal turístico
6. **MI:** marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo
7. **AM:** conexiones terrestres a D.F. y Querétaro
8. **IB:** aprovechar buena percepción de seguridad del destino
9. **PT:** ordenamiento ecológico decretado a nivel estatal y municipal
10. **PA:** nivel medio-alto de cobertura de sistema de recolección de residuos sólidos urbanos
11. **M:** aprovechar infraestructura y atraer turismo religioso, de aventura, eco-turismo, etc.
12. **PC:** integrar tour operadores y agencias de viajes con proveedores de servicios para crear paquetes de atractivos, rutas y circuitos turísticos
13. **C:** aumentar DMCs con impacto en el destino (nivel medio)
14. **TI:** existen indicadores de localización del destino

1. **PS:** Existen todavía algunos polígonos de pobreza que no cuentan con todos los servicios básicos
2. **RT:** falta mayor coordinación entre tres niveles de gobierno, los empresarios y la sociedad civil para crear nueva oferta
3. **OH:** competencia con destinos con personal hotelero mejor capacitado
4. **OC:** falta de elementos operativos que respondan al sistema del mercado mexicano como puede ser una aceptación de tarjetas de crédito y facturación.
5. **FH:** círculo vicioso de baja remuneración y profesionalización del personal
6. **MI:** falta de una ventana única para trámites empresariales
7. **AM:** los planes de desarrollo pueden no efectuarse por diferencias entre los diferentes niveles de gobierno
8. **IB:** falta mejorar manejo integral de desechos sólidos
9. **PT:** grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano limitado e ineficiente
10. **PA:** mejorar tratamiento de aguas residuales y percepción de una mala gestión de los recursos naturales y económicos relacionados al turismo
11. **M:** competencia con destinos que tienen mejores servicios turísticos o atractivos más desarrollados para quedarse un mayor número de días
12. **PC:** competencia con destinos con campañas de marketing de alto alcance
13. **C:** competencia con destinos con más DMCs
14. **TI:** ampliar desarrollo de Apps para dispositivos móviles



III. Priorización de Proyectos por Líderes de Opinión



Secretaría
de Turismo



Universidad
de Guanajuato

"DIAGNÓSTICO DE COMPETITIVIDAD Y SUSTENTABILIDAD DE CIUDADES PATRIMONIO Y DE LA CIUDAD DE LEÓN GUANAJUATO"



Proyectos de inversión 2013-2018

León, 26 Noviembre 2013

1



Secretaría
de Turismo

Agendas de competitividad de destinos turísticos



Universidad
de Guanajuato

➤ 3 destinos en el Estado de Guanajuato:

- Guanajuato
- León
- San Miguel de Allende





Secretaría
de Turismo

Destinos Turísticos



- | | | |
|-----------------------|--------------------------|----------------------------------|
| 1. Acapulco, Gro. | 16. Ixtapa – Zihuatanejo | 30. Querétaro |
| 2. Aguascalientes | 17. Ixtapan de la Sal | 31. Riviera Maya |
| 3. Ciudad Juárez | 18. León | 32. San Juan de Los Lagos |
| 4. Campeche | 19. Los Cabos | 33. San Luis Potosí |
| 5. Cancún | 20. Manzanillo | 34. San Miguel de Allende |
| 6. Chalma | 21. Mazatlán | 35. Tampico-Madero |
| 7. Ciudad de México | 22. Mérida | 36. Tijuana |
| 8. Cozumel | 23. Morelia | 37. Tlacotalpan |
| 9. Cuernavaca | 24. Monterrey | 38. Tlaxcala |
| 10. Durango | 25. Riviera Nayarit | 39. Torreón |
| 11. Ensenada | 26. Oaxaca | 40. Tuxtla Gutiérrez |
| 12. Guadalajara | 27. Pachuca | 41. Veracruz-Boca del Río |
| 13. Guanajuato | 28. Puebla | 42. Villahermosa |
| 14. Hermosillo | 29. Puerto Vallarta | 43. Xalapa |
| 15. Huatulco | | 44. Zacatecas |

4



Secretaría
de Turismo



Competitividad Turística Local

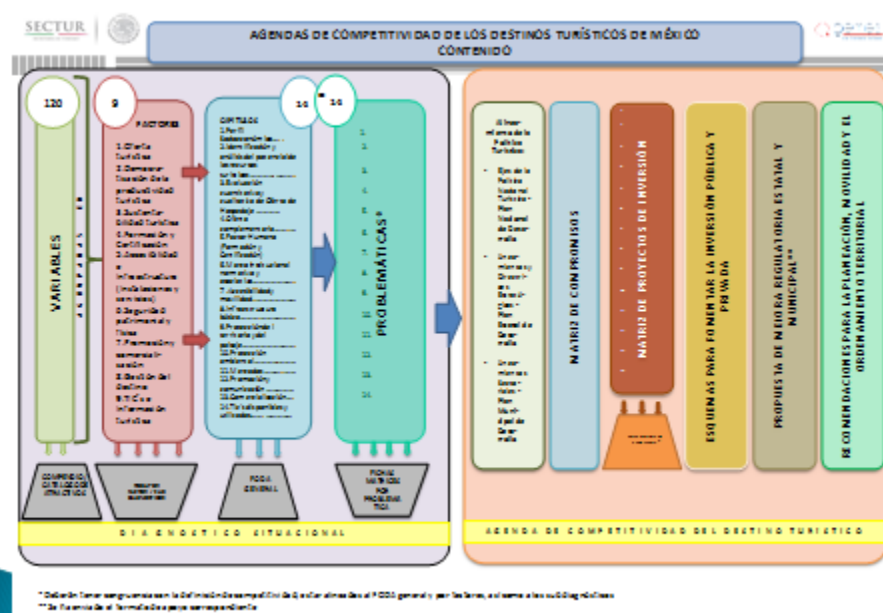
Es la capacidad del destino turístico para atraer viajeros e inversión en infraestructura y equipamiento turístico, que impacte en la llegada de visitantes, incremente la ocupación y el gasto promedio turístico, y que permita generar beneficios para los residentes locales, los prestadores de servicios turísticos, además de favorecer la sostenibilidad del patrimonio natural.

5

Justificación y Alcances

Justificación	Destinos	Resultados /Alcances
<ul style="list-style-type: none"> •Directriz de la nueva Política Turística Nacional. •Se requiere de una metodología basada en criterios de competitividad y sustentabilidad, ligada a las características particulares de los destinos. 	<ul style="list-style-type: none"> • 44 destinos turísticos prioritarios, agrupados por su área geográfica y por la fase en la que se encuentra del ciclo de vida del destino y sus productos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> •Análisis de competitividad locales •Agenda de compromisos. •Portafolio de Proyectos. •Definición de responsables, instrumentos institucionales y calendarios.

6



7

Metodología

- I. 120 indicadores clasificados en 9 factores para cada destino
- II. Problemáticas (FODA)
- III. Estrategias
- IV. Proyectos
- V. Priorización



9

9 Factores de Competitividad

Los 9 Factores incluyen una lista de más de 120 indicadores relacionadas con la competitividad:

1. Oferta turística	2. Democratización de la productividad turística	3. Sustentabilidad turística
4. Formación y certificación	5. Accesibilidad e Infraestructura (Instalaciones y servicios)	6. Seguridad Patrimonial y Física
7. Promoción y Comercialización	8. Gestión del Destino	9. TICs e Información al turista



10

PROYECTOS DE INVERSIÓN DETECTADOS EN



LEÓN

Estrategia	Proyecto
1. Oferta Turística	
Promover zona recreativa del Poliforum - Centro histórico.	1. Promover ruta de Peatones con ruta Poliforum, Forum Cultural, La Calzada, Calle Madero y Centro histórico hasta la Plaza del Mariachi. (En proceso; calle Madero completado y zona Poliforum completado. Se prevé banquetas, bancas, kioscos, cableado e iluminación; en el primer cuadro vial y Calzada de los Niños Héroes.
Promover turismo de aventura	2. Dignificación de la zona centro con rutas peatonales en San Juan de Dios, XX de Septiembre, calle Chapultepec, zona templo Calvario, Barrio Quesillo.
Promover ecoturismo.	3. Incrementar variedad de actividades de turismo de aventura como campamentos, "trekking" y rapel en la Sierra de Lobos.
	4. Potencializar actividades recreativas con sendero, señalización e infraestructura para actividades recreativas, ej. Club del Caminante (IMPLAN).
	5. Desarrollar parque eco turístico

12

Estrategia	Proyecto
3. Sustentabilidad turística	
Programa "Proaire" de SEMARNAT para León (2013 - 2022)	6. Mejorar transporte público para reducir emisiones de camiones y por vehículos privados debido a una reducción de uso. 7. Promover ciclo vías. Existe un proyecto de ciclo vías para cerrar circuitos
Programa integral de recolección, reciclaje y disposición final de residuos sólidos	8. Construcción de un nuevo relleno sanitario para sustituir Jacinto López (Salida cuota Guadalajara y El Verde (salida a Lagos de Moreno).
Programa integral de conservación del agua	9. Potencializar presas y reducir uso de pozos que representan el 98% de la extracción del líquido (La presa el Zapotillo, en proceso, con 145 km de acueducto va en este sentido - IMPLAN). 10. Aumentar tratamiento de aguas negras con plantas de tratamiento de aguas.

13

Estrategia	Proyecto
5. Accesibilidad e infraestructura (instalaciones y servicios)	
Central camionera	11. Analizar la factibilidad de mover la central camionera fuera de la mancha urbana a la zona del Boulevard Delta.
Sistema de transporte colectivo para conectar la ciudad con el aeropuerto	12. Promover ruta de transporte público al aeropuerto del Bajío. 13. Analizar la factibilidad de un sistema de tren rápido eléctrico para León.
Modernizar sistema de transporte público	14. Extender sistema de Oruga a zonas más periféricas para eliminar vehículos tradicionales. Se prevé el proyecto de expansión del SIT de tercera etapa. 15. Reemplazar flote de autobuses con unidades más modernas y menos contaminantes (dentro del proyecto de expansión del SIT de tercera etapa.
Ruta turística	16. Utilizar el sistema Oruga para conectar el centro histórico con las plazas comerciales (Outlet, Altacia, Venezia, Mayor) con el fin de crear un corredor turístico, con conexiones al parque metropolitano y parque zoológico.
Reducir flujo vehicular en centro histórico	17. Construir estacionamientos inmediatamente fuera del centro histórico con sistema de transporte público integrado. 18. Equipar cajones callejeros con "parquímetros".

14

Estrategia	Proyecto
7. Promoción y comercialización	
Paradores turísticos	19. Construir y operar parador turístico oficial en la Plaza Principal o centro.
8. Gestión del destino	
Facilitar trámites para apoyar el establecimiento de proveedores turísticos	20. Reforzar iniciativas de incubadoras en materia turística.
9. TICs e información al Turista	
Planear zonas con acceso a WIFI	21. Equipar espacios públicos para el disfrute de tecnología.
OTROS PROYECTOS	
	22.
	23.
	24.

15

Taller de priorización de proyectos

1. En grupo analizar la lista de proyectos de su municipio identificados por la consulta de expertos.
2. Priorizar los proyectos de acuerdo a los criterios.
3. Entregar su priorización consensuada por mesa.
4. Cierre.

16

Ficha Concentradora de Priorización de los Proyectos de Inversión



Universidad
de Guanajuato

Proyecto	Mercado	Factibilidad	Sostenibilidad	Impacto	Recursos Financieros	Gestión	Puntaje	Prioridad
Tratamiento de agua	5	5	1	3	5 % Federal 20% % Estatal 20% % Municipal 30% % Inversionistas 30%	5	24	1
Hotel	3	3	1	1	3 % Federal 50% % Estatal 50% % Municipal — % Inversionistas —	3	14	3
Infraestructura carretera	1	3	5	5	1 % Federal 100% % Estatal — % Municipal — % Inversionistas —	1	16	2

17

Conceptualización de términos



Universidad
de Guanajuato

Concepto	Significado	Calificación
Potencialidad de mercados (Mercado)	Se identificarán, desde el punto de vista de la oferta y demanda, los principales productos, la potencialidad de los servicios, la accesibilidad del destino, así como lo que se quiera privilegiar y que por su naturaleza incida en un mayor impacto ambiental, una infraestructura turística, entre otros.	Alto = 5 Medio = 3 Bajo = 1

18

Conceptualización de términos

Concepto	Significado	Calificación
Factibilidad Técnica (Factibilidad)	Bajo este rubro se analizará la capacidad instalada o facilidades existentes para los proyectos, infraestructura complementaria o de apoyo requerido, disponibilidad de los insumos, grado de desarrollo tecnológico necesario, localización, niveles de productividad actuales, volúmenes potenciales, costos de producción, insumos.	Alto = 5 Medio = 3 Bajo = 1

19

Conceptualización de términos

Concepto	Significado	Calificación
Sostenibilidad	<p>Para el análisis de este aspecto se tomarán en consideración los siguientes factores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos naturales. Disponibilidad, estado actual, fragilidad y requerimientos para su uso • Recursos humanos. Disponibilidad del capital humano, aspectos y características sociales y culturales de la zona • Institucionalidad: entorno político, jurídico y económico 	Alto = 5 Medio = 3 Bajo = 1

20

Conceptualización de términos



Universidad
de Guanajuato

Concepto	Significado	Calificación
Recursos financieros	Necesidades potenciales de recursos financieros.	Alto = 5 Medio = 3 Bajo = 1 % Federal _____ % Estatal _____ % Municipal _____ % Inversionistas _____

21

Conceptualización de términos



Universidad
de Guanajuato

Concepto	Significado	Calificación
Impacto	Se deberá establecer el impacto esperado, tanto social como económico, de los proyectos, en aspectos como la generación de empleo, mejora en la calidad de vida de la población de las localidades, mayores ingresos o divisas.	Alto = 5 Medio = 3 Bajo = 1

22

Conceptualización de términos



Universidad
de Guanajuato

Concepto	Significado	Calificación
Capacidad de Gestión	Este punto es medular para la concreción de los proyectos. De la gestión depende la formalización de los compromisos y el cumplimiento de las tareas por parte de los involucrados. La organización de los actores para la gestión de las iniciativas resulta vital, aunque los otros puntos citados indiquen la potencialidad de los proyectos.	Alto = 5 Medio = 3 Bajo = 1

23



Universidad
de Guanajuato

Ficha Concentradora de Priorización de los Proyectos de Inversión

Proyecto #	Mercado	Factibilidad	Sostenibilidad	Impacto	Recursos Financieros	Gestión	Puntaje	Prioridad
1					% Federal ____ % Estatal ____ % Municipal ____ % Inversionistas ____			
2					% Federal ____ % Estatal ____ % Municipal ____ % Inversionistas ____			
3					% Federal ____ % Estatal ____ % Municipal ____ % Inversionistas ____			
...					% Federal ____ % Estatal ____ % Municipal ____ % Inversionistas ____			
...					% Federal ____ % Estatal ____ % Municipal ____ % Inversionistas ____			
29					% Federal ____ % Estatal ____ % Municipal ____ % Inversionistas ____			

24

IV. Análisis de Legislación Turística Vigente. Ley General de Turismo

Primera Parte.

Fundamento Constitucional del Turismo

El turismo, reconocido internacionalmente como una actividad generalmente asociada al descanso, la diversión, al deporte, al acceso a la cultura y a la naturaleza, es también concebido como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo ya que se trata de un factor insustituible de autoeducación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad.

La **política turística** como producto de la política general de un Estado, está supeditada siempre a razones de orden público. Por este motivo, es fundamental la existencia de las disposiciones y los principios contenidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que consagran normas fundamentales y reconocen los derechos básicos de los sujetos del derecho turístico (prestador de servicios turísticos y turistas), así como las facultades o atribuciones de los poderes públicos sobre la actividad turística.

La estructura de nuestra Constitución se sustenta en dos principios capitales:

- 1º. Por regla general, la libertad del individuo es ilimitada, en tanto que la del Estado es limitada.**
- 2º. El poder del Estado se circunscribe y encierra dentro de un sistema de competencias.**

Dentro de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el **ARTÍCULO 133** consagra el Principio de la Supremacía Constitucional, es decir, que la Constitución es Ley Suprema en el País, así como las leyes del Congreso de la Unión que emanen de ella y todos los tratados que están de acuerdo con la misma. De acuerdo con este supremo rango constitucional se distinguen **DERECHOS CONSTITUCIONALES vinculados con la actividad turística:**

- Garantía de Igualdad Art. 1º
- Derecho a la salud Art. 4º
- Derecho al Medio Ambiente Sano Art. 4º
- Libertad de Trabajo Art. 5º
- Derecho a la Libre Asociación Art. 9
- Libertad de tránsito Art. 11
- Derecho a un ambiente sustentable Art. 25
- Derecho al Desarrollo Sustentable Art. 28
- Derecho al Deporte Art. 5
- Derecho de los recursos naturales y sus formas de aprovechamiento Art. 27

Por otra parte, y de acuerdo con la jerarquía normativa señalada por el artículo 133 constitucional, se establecen ***"las leyes del Congreso de la Unión que emanen de ella"***. En esta escala de normas, correspondería en **primer lugar a la Ley General de Turismo**.

Siguiendo el orden constitucional que cita el Artículo 133 constitucional, es menester mencionar a los Convenios Internacionales que sobre turismo ha celebrado el gobierno de México con otros países, por citar algunos ejemplos serían:

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de Canadá, Ciudad de México, 16 de marzo de 1990; este Convenio Bilateral también fue suscrito con los Gobiernos de Ecuador, Argentina, Uruguay, Chile, Federación Rusa, Hungría, República Árabe de Egipto, Nicaragua, Jamaica, Honduras, El Salvador, entre otros.
- Normas Internacionales de estadísticas de turismo, aprobadas por la Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas en 1993 y 2000, cuyos textos oficiales son: "Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo" y "Cuenta Satélite de Turismo CST.

La reforma constitucional que adiciona al artículo 73 la fracción XXIX inciso K, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 29 de septiembre de 2003, **establece la facultad del Congreso de la Unión para legislar en materia de turismo**, incorporando las bases generales de coordinación de las facultades

concurrentes entre la Federación, Estados y Municipios y el Distrito Federal, así como la participación de los sectores social y privado. La esencia de esta reforma es la premisa para que **los gobiernos locales coadyuven con el gobierno federal** en realizar una serie de actividades coordinadas que contribuyan al desarrollo turístico de nuestro país.

En esta sintonía, en nuestro país, **la materia turística es un área de atención concurrente** entre la Federación, el Estado, y los municipios, según lo dispone el artículo 73, fracción XXIX-K, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. La concurrencia de atribuciones de los tres órdenes de gobierno, es sin duda un **medio apropiado para distribuir funciones, descentralizar programas y compartir responsabilidades**, y que desde las entidades federativas se establezcan las estrategias de fomento y desarrollo del turismo. Así mismo es una oportunidad para articular **el papel de los municipios como célula básica de desarrollo nacional**.

Con base en la anterior reforma y **6 años después**, el Congreso de la Unión decretó en junio de 2009 de la **LEY GENERAL DE TURISMO** (LGT), abrogando Ley Federal de Turismo de diciembre de 1992.

Segunda Parte

Ley General de Turismo

FECHA PUBLICACIÓN: Miércoles 17 de junio de 2009

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: Jueves 18 de junio de 2009

ÁMBITO DE VALIDEZ:

Toda la República. Su aplicación corresponde a SECTUR Federal y en el ámbito de sus respectivas competencias a las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal, así como a los Estados, Municipios y el Distrito Federal.

OBJETO: Entre otros, el establecimiento y determinación de:

"Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato 2013" Destino: León

- a) Las bases generales de coordinación de las facultades concurrentes entre el Ejecutivo Federal, Estados, Municipios y el Distrito Federal, así como la participación de los sectores social y privado;
- b) Las bases para la política, planeación y programación en todo el territorio nacional de la actividad turística, bajo criterios de beneficio social, sustentabilidad, competitividad y desarrollo equilibrado de los Estados, Municipios y el Distrito Federal, a corto, mediano y largo plazo;
- c) Los mecanismos para la conservación, mejoramiento, protección, promoción, y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, preservando el patrimonio natural, cultural, y el equilibrio ecológico con base en los criterios determinados por las leyes en la materia, así como contribuir a la creación o desarrollo de nuevos atractivos turísticos, en apego al marco jurídico vigente;
- d) Las reglas y procedimientos para establecer, el ordenamiento turístico del territorio nacional;
- e) El establecimiento de reglas y procedimientos para la creación de las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable, su operación y las facultades concurrentes que, de manera coordinada, ejercerán el Ejecutivo Federal, los Estados y Municipios, y en su caso el Distrito Federal en dicha Zonas;
- f) Las bases para la emisión de las disposiciones jurídicas tendientes a regular la actividad de los prestadores de servicios turísticos;
- g) Las normas para la integración y operación del Registro Nacional de Turismo;

Tercera Parte

Estructura de la Ley General de Turismo

73 artículos y 8 transitorios.

TÍTULO PRIMERO

Capítulo Único. De las Disposiciones Generales

TÍTULO SEGUNDO. De la Concurrencia y Coordinación de Autoridades

Capítulo I. De la Federación

Capítulo II. De las Dependencias Concurrentes en Materia Turística

Capítulo III. De los Estados y el Distrito Federal

Capítulo IV. De los Municipios

Capítulo V. De la Comisión Ejecutiva de Turismo

Capítulo VI. De los Consejos Consultivos

TÍTULO TERCERO. De la Política y Planeación de la Actividad Turística

Capítulo I. Del Atlas Turístico de México

Capítulo II. De la Incorporación de la Actividad Turística a las Cadenas Productivas

Capítulo III. Del Turismo Social

Capítulo IV. Del Turismo Accesible

Capítulo V. De la Cultura Turística

Capítulo VI. Del Programa Sectorial de Turismo

Capítulo VII. Del Ordenamiento Turístico del Territorio

Capítulo VIII. De las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable

TÍTULO CUARTO. De la Promoción y Fomento al Turismo

Capítulo I. De la Promoción de la Actividad Turística

Capítulo II. Del Fomento a la Actividad Turística

TÍTULO QUINTO. De los Aspectos Operativos

Capítulo I. Del Registro Nacional de Turismo

Capítulo II. De los Prestadores de Servicios Turísticos y de los Turistas

Capítulo III. De los Derechos y Obligaciones de los Prestadores de Servicios Turísticos

Capítulo IV. De los Derechos y Obligaciones de los Turistas

Capítulo V. De la Competitividad y Profesionalización en la Actividad Turística

Capítulo VI. De la Verificación

Capítulo VII. De las Sanciones y del Recurso de Revisión

Artículos Transitorios

Cuarta Parte

Aspectos de Interés de la Ley General de Turismo

I. Definición del Turismo como Actividad Prioritaria:

- Bajo el enfoque social y económico genera *desarrollo regional*;
- Es un instrumento para *combatir la pobreza* en regiones enteras del país,
- Basada en el *ordenamiento territorial, el ordenamiento ecológico y el control y registro* de la actividad.

II. Distribución de competencias:

- Atribuciones a la SECTUR Federal
- Facultades, federación, estados y municipios.
- Esquemas de descentralización de funciones.
- Considerando como eje, la distribución de competencias entre federación, estado y municipio.

III. Órganos de Consulta

- Comisión Ejecutiva de Turismo
- Consejos Consultivos federal, estatal y municipales

IV. Aspectos de Planeación y desarrollo.

- Zonas de desarrollo turístico prioritario.
- Incentivos fiscales.
- Vinculación a Desarrollo Social, su ley y las atribuciones para el tema de municipios y estados.

V. Productos turísticos por segmento.

- Categorización o clasificación de los segmentos o sectores del turismo.
- Turismo social.

VI. Aspectos de Promoción

- El papel del Consejo de Promoción Turística de México.

VII. De la incorporación de las actividades turísticas a las cadenas productivas de las localidades

- Estímulo a la iniciativa privada y el sector social para la creación de cadenas productivas en torno a los desarrollos turísticos.
- **Programas de apoyo presupuestal y fiscal** a gobiernos municipales, y que apoyen a la capacitación, que otorguen estímulos a las comunidades.

VIII. Apartado de verificación y sanciones.

Verificación.

- a nivel descentralizado, la operan los estados y en su caso los municipios.

Sanciones.

- Para efectos de constatar el cumplimiento de la normatividad prevista para los prestadores de servicios turísticos.
- Aplicada por los estados y municipios en el caso de las atribuciones descentralizadas.
- Para la autoridad federal el caso de las normas oficiales mexicanas, no susceptibles de descentralizar para la aplicación de sanciones.

Quinta Parte

Conceptos Importantes de la Ley General de Turismo

- **Materia Turística:** Comprende los procesos que se derivan de las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias temporales en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines de ocio y otros motivos.
- **Actividades Turísticas:** Las que realizan las personas durante sus viajes y estancias temporales en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines de ocio y otros motivos;

- **Atlas Turístico de México:** El registro sistemático de carácter público de todos los bienes, recursos naturales y culturales que puedan constituirse en atractivos turísticos nacionales, sitios de interés y en general todas aquellas zonas y áreas territoriales del desarrollo del turismo;
- **Ordenamiento Turístico del Territorio:** Instrumento de la política turística bajo el enfoque social, ambiental y territorial, cuya finalidad es conocer e inducir el uso de suelo y las actividades productivas con el propósito de lograr el aprovechamiento ordenado y sustentable de los recursos turísticos, de conformidad con las disposiciones jurídicas aplicables en materia de medio ambiente y asentamientos humanos
- **Prestadores de Servicios Turísticos:** Las personas físicas o morales que ofrezcan, proporcionen, o contraten con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere la propia Ley; **(en sí no los define, esperamos que el Reglamento lo haga)**
- **Recursos Turísticos:** Son todos los elementos naturales o artificiales de un lugar o región que constituyen un atractivo para la actividad turística;
- **Región Turística:** Es un espacio homogéneo que puede abarcar el territorio de dos o más Estados y en el que, por la cercana distancia de los atractivos y servicios, se complementan;
- **Ruta Turística:** Es un circuito temático o geográfico que se basa en un patrimonio natural o cultural de una zona y se marca sobre el terreno o aparece en los mapas;
- **Servicios Turísticos:** Los dirigidos a atender las solicitudes de los turistas a cambio de una contraprestación, en apego con lo dispuesto por esta Ley y su Reglamento;
- **Turismo Sustentable:** Aquel que cumple con las siguientes directrices:
 - a. Dar un uso óptimo a los recursos naturales aptos para el desarrollo turístico, ayudando a conservarlos con apego a las leyes en la materia;

- b. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando sus atractivos culturales, sus valores tradicionales y arquitectónicos, y
 - c. Asegurar el desarrollo de las actividades económicas viables, que reporten beneficios socioeconómicos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo y obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, que contribuyan a mejorar las condiciones de vida.
- **Turistas:** Las personas que viajan temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilicen alguno de los servicios turísticos a que se refiere esta Ley, sin perjuicio de lo dispuesto para efectos migratorios por la Ley General de Población, y
- **Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable:** Aquellas fracciones del territorio nacional, claramente ubicadas y delimitadas geográficamente, que, por sus características naturales o culturales, constituyen un atractivo turístico. Se establecerán mediante declaratoria específica que emitirá el Presidente de la República, a solicitud de la Secretaría.

Principales Atribuciones de la Federación (SECTUR)

- Formular y conducir la política turística nacional;
- **Establecer la regulación para la clasificación de establecimientos hoteleros y de hospedaje**, de cumplimiento obligatorio en toda la República; para el ejercicio de esta atribución el Ejecutivo Federal podrá signar convenios de colaboración con los Estados y el Distrito Federal en materia de registro de clasificación, verificación del cumplimiento de la regulación a que se refiere la fracción anterior, y la imposición de las sanciones a que haya lugar;

- Promover y vigilar el cumplimiento de esta Ley y los demás ordenamientos y Normas Oficiales Mexicanas que de ella deriven, en el ámbito de su competencia;
- Fijar e imponer, de acuerdo a esta Ley y los reglamentos correspondientes, el tipo y monto y de las sanciones por el incumplimiento y violación de las disposiciones en materia turística.

Atribuciones de los Estados y el Distrito Federal

- Formular, conducir y evaluar la política turística local;
- Aplicar los instrumentos de política turística previstos en las leyes locales en la materia, así como la planeación, programación, fomento y desarrollo de la actividad turística que se realice en bienes y áreas de competencia local;
- Formular, ejecutar y evaluar el Programa Local de Turismo, las directrices previstas en el Plan Nacional de Desarrollo y el Programa Sectorial de Turismo;
- Establecer el Consejo Consultivo Local de Turismo;
- Concertar con los sectores privado y social, las acciones tendientes a detonar programas a favor de la actividad turística;
- Instrumentar las acciones de promoción de las actividades y destinos turísticos con que cuenta;
- Impulsar a las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas que operen en los Estados y en el Distrito Federal;

ATRIBUCIONES DE LOS MUNICIPIOS. A los municipios, en el marco de esta Ley, le corresponderán prácticamente las mismas actividades que al ámbito estatal, limitadas a su naturaleza y orden territorial de aplicación, así como a la sujeción de las directrices que la normativa federal y estatal aplicable a la materia, así como a lo dispuesto por los diversos instrumentos de planeación.

Más Aspectos Importantes de la Ley

- Se mantiene el **Consejo de Promoción** como empresa de participación estatal mayoritaria, con el objeto diseñar y realizar, las estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional. Su titular será nombrado por el Presidente de la República.
- Se regula el **Fondo Nacional de Fomento al Turismo** para contribuir a la planeación, programación, fomento y desarrollo de la actividad turística y de los recursos turísticos, así como a la promoción del financiamiento de las inversiones privadas y sociales. Su Director General será designado por el Presidente de la República.
- Se introduce el concepto de **CULTURA TURÍSTICA**, SECTUR, en coordinación con los Estados, los Municipios, el Distrito Federal y las dependencias de la Administración Pública Federal, promoverán y fomentarán programas y actividades programas que difundan la importancia de **respetar y conservar los atractivos turísticos, así como mostrar un espíritu de servicio y hospitalidad hacia el turista nacional y extranjero.**
- Se establece el **REGISTRO NACIONAL DE TURISMO** como obligatorio, sin embargo **aún no se emiten por parte de SECTUR** las disposiciones reglamentarias que señalen a todas aquellas personas físicas y morales obligadas a inscribirse; ni la coordinación en su operación por parte de los Estados, los Municipios y el Distrito Federal.
- Se enlistan los **DERECHOS y OBLIGACIONES** de los **prestadores de servicios turístico**; contemplando sanciones específicas en caso de incumplimiento; prevé la coordinación con PROFECO para la resolución de conflictos entre usuarios y prestadores de servicios.
- Se detallan los **DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS TURISTAS.**

- Se prevé la **REGULACIÓN de la CLASIFICACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS Y DE HOSPEDAJE (sic)** (art. 4 fracc. XII) por parte de SECTUR, pero a la fecha no se ha realizado tan regulación.
- Se contempla, para los prestadores de servicios turísticos, la obligación de proveer la **ACCESIBILIDAD** para brindar servicios adecuados a las personas con discapacidad.

Sexta Parte

Puntos Críticos y/o Tareas Pendientes

de la Ley General de Turismo

1. La actividad turística en el País, se fundamenta en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, de la que deriva la Ley General de Turismo; además existen normas de índole administrativo, como reglamentos y Normas Oficiales, que impactan en la actividad turística; en cada una de las entidades y municipios, se regulan, entre otros, el desarrollo urbano, conservación del patrimonio cultural, servicios públicos, seguridad pública, parques y jardines y regulación sanitaria, impuesto de hospedaje, entre otros, sin embargo, **LA MAYORÍA DE ORDENAMIENTOS MUNICIPALES ESTÁN DESACTUALIZADOS O BIEN SON LETRA MUERTA PARA LAS AUTORIDADES COMPETENTES DE SU APLICACIÓN**; sin que las Órganos estatales y/o municipales de Turismo podemos intervenir,.
2. La **Concurrencia de Normas** genera un foco de conflicto desde el punto de vista legal, toda vez que las leyes que inciden para integrar el marco legal de la actividad turística se encuentran en diversas **disposiciones que no son uniformes en su jerarquía, y cuya aplicación está a cargo de distintas dependencias** de los tres niveles de gobierno: Ecología, cultura, deporte, protección al consumidor, entre otros.
3. La Ley General de Turismo basada en conceptos de Desarrollo Sustentable y Competitivo, pretende atender las necesidades reales del turismo en

México, que representaron o debieron representar un insumo básico en la elaboración del proyecto de Ley, en virtud del cual se instaló la Comisión Redactora del Proyecto Ley General de Turismo, integrada por senadores y diputados representantes de cada fracción; sin embargo, **no se le dio vista a SECTUR, Dependencia encargada de su interpretación y aplicación.**

4. El artículo **Cuarto Transitorio** de la Ley General de Turismo obliga a SECTUR a emitir el Reglamento respectivo, dentro de los 180 días naturales a partir de su entrada en vigor, fecha que se **VENCIÓ el 18 de DICIEMBRE de 2009**, sin que **SECTUR haya emitido el Reglamento de referencia**, por lo que siguen sin definirse conceptos elementales como la distinción de qué actividad es considerada servicio turístico, materia de verificación, sanción y clasificación hotelera.
5. La **modernización de la estructura del Registro Nacional de Turismo**, debió estar lista en junio del 2010, y a la fecha no se tienen los mecanismos para que SECTUR, de manera coordinada con los Gobiernos locales, municipales y del Distrito Federal, convoquen a los prestadores a inscribirse al Registro Nacional de Turismo.

Evolución de la Legislación y Organización Política Turística en el Estado de Guanajuato:

El Órgano Público encargado de la materia de turismo en el Estado de Guanajuato, ha tenido la siguiente evolución:

- Comisión de Turismo, (hasta 1967).
- Departamento de Turismo, (hasta 1970).
- Dirección de Turismo, (hasta 1974).
- Dirección General de Turismo, (hasta 1992)
- Subsecretaría de Turismo adscrita a la Secretaría de Desarrollo Económico, (hasta 1997).
- Coordinadora de Turismo del Estado (COTUR), (hasta 22 de abril de 2005).
- Subsecretaría de Desarrollo Turístico adscrita a la Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable, (hasta mayo de 2007).
- Secretaría de Desarrollo Turístico. Creada mediante Decreto Legislativo No. 62, del 18 de mayo de 2007 que reforma, adiciona y deroga diversas disposiciones de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo para el Estado de

Guanajuato; surge la Secretaría de Desarrollo Turístico, **Dependencia de la Administración Pública Centralizada encargada de la planeación, programación, desarrollo, promoción y vigilancia de la actividad turística en el Estado.** Mediante Decreto Legislativo número 73 del 21 de mayo del 2013, se reforma a la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo para modificar su denominación a **SECRETARÍA DE TURISMO DEL ESTADO.**

En cuanto a la Legislación Estatal, es de mencionarse que la **primera Ley de Turismo para el Estado de Guanajuato y sus Municipios**, se expide el 13 de junio de 2008, a su vez, durante este periodo legislativo (Sexagésima Legislatura), se crea la primera Comisión de Turismo del Congreso del Estado de Guanajuato.

Con el objeto de armonizar las legislación local a la Ley General de Turismo promulgada en junio del 2009, la Sexagésima Primera Legislatura Constitucional del Estado Libre y Soberano de Guanajuato emite en fecha 24 de diciembre del año 2010, una nueva **Ley de Turismo para el Estado de Guanajuato y sus Municipios**, quedando abrogada la anterior.

El objeto de la nueva Ley de Turismo para el Estado de Guanajuato y sus Municipios consisten en regular las acciones del Estado tendientes a:

- Planear, fomentar, promover y evaluar la actividad turística;
- Optimizar la calidad y competitividad de los servicios turísticos;
- Promover la actividad turística, del estado dentro y fuera del territorio nacional, difundiendo la vocación y oferta turística de sus municipios y regiones;
- Promover y orientar el desarrollo de la actividad turística en el Estado, mediante una planeación coordinada de los sectores público, privado y social, bajo criterios de beneficio social, sustentabilidad, competitividad y desarrollo equilibrado;
- Desarrollar políticas públicas que impulsen el turismo en todas sus modalidades;
- Contribuir al desarrollo de la actividad turística, implementando mecanismos que propicien la creación, conservación, desarrollo y protección del patrimonio turístico;
- Promover el establecimiento de zonas de desarrollo turístico sustentable;

- Promover la inversión pública, privada y social en la materia turística;
- Atender, proteger, auxiliar y asesorar al turista; y
- Garantizar a las personas con discapacidad el acceso e igualdad de oportunidades dentro de los programas.

La aplicación de esta Ley corresponde al Titular del Poder Ejecutivo Estatal por conducto de la Secretaría de Turismo del Estado y a los ayuntamientos por conducto de la dependencia que para tal efecto determinen.

Son atribuciones de la Secretaría de Turismo del Estado:

- Promover ante las autoridades las zonas de desarrollo turístico sustentable, así como impulsar el desarrollo de infraestructura turística en las mismas;
- Formular y proponer políticas de promoción, y el otorgamiento de estímulos e incentivos para la inversión en actividades turísticas, en coordinación con las autoridades;
- Elaborar el Programa Estatal de Turismo, que contendrá los objetivos, prioridades, políticas y estrategias y someterlo a la consideración del Titular del Poder Ejecutivo del Estado para su aprobación;
- Establecer y mantener actualizados los instrumentos de planeación turística a que se refiere esta Ley;
- Crear los mecanismos que permitan la participación del sector privado, en la elaboración y evaluación del Programa de Promoción Turística, a desarrollar con cargo en los recursos que transfiere la Secretaría de Finanzas y Administración a la Secretaría, por concepto de la recaudación del Impuesto por servicios de hospedaje, en los términos de la Ley de Hacienda para el Estado de Guanajuato;

Para lograr estos cometidos, en el ámbito estatal, se implementan los siguientes **INSTRUMENTOS:**

- ❖ **Consejo Consultivo Turístico.** Órgano de consulta, asesoría, gestoría y apoyo técnico en materia turística; en su integración asegurará la participación de los sectores público, social y privado; así como la representación de la Comisión de Turismo del Congreso del Estado.
- ❖ **Sistema Estatal de Información Turística.** Tiene como objetivo captar información y concentrar datos estadísticos que sirvan de apoyo para la planeación, desarrollo y promoción turística, a través de la generación de indicadores del sector.

- ❖ **Registro Estatal de Turismo.** Es el instrumento de inscripción y consulta de los servicios turísticos y sus prestadores en el Estado. Su operación y actualización queda a cargo de la Secretaría.
- ❖ **Inventario Turístico Estatal.** El cual contendrá los recursos naturales, culturales, históricos y monumentales que constituyen un atractivo turístico, y el estado que guardan los mismos; así como los productos y servicios turísticos.

El contenido de esta Ley se concentra más en determinar los alcances de las atribuciones de las autoridades turísticas, así como establecer una política turística con objetivos claros, orientada a la eficiencia de la gestión administrativa, federal, estatal y/o municipal.

Asimismo, se presenta una marcada tendencia a la generación y sistematización por parte de la autoridad turística, y al acceso por parte de los turistas, a los flujos de información respecto a zonas, regiones o destinos turísticos, así como a los prestadores de servicios que convergen en las mismas. La apropiada utilización de esta información, se convierte en una herramienta poderosa de planeación.

Reglamento de la Ley de Turismo para el Estado de Guanajuato y Sus Municipios.

A efecto de regular e instrumentar diversos conceptos, procedimientos y sujetos contemplados en la Ley de Turismo para el Estado de Guanajuato y sus Municipios, fortaleciendo su eficacia de conformidad con el objeto de la Ley el 7 de febrero del 2012 se publica por parte del Titular del Poder Ejecutivo el Reglamento de Ley.

El Reglamento quedó integrado por doce capítulos cuyos principales aspectos son:

CAPÍTULO	CONTENIDO
I. DISPOSICIONES GENERALES	<p>En complemento al Glosario de términos establecidos por la Ley, se establecen los siguientes conceptos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barómetro Turístico • Promoción y Difusión Turística • Estímulos e Incentivos a la Inversión Turística • Observatorio Turístico • Región de Desarrollo Turístico Prioritario <p>Se establece el concepto de INTEGRALIDAD DE LA PLANEACIÓN TURÍSTICA en el sentido de que en la planeación, desarrollo y promoción de la actividad turística converjan los diversos sectores, regiones y segmentos detectados en el Estado.</p> <p>Se fija el concepto de MODALIDAD Y SEGMENTO TURÍSTICO, como aquella división del mercado en grupos de consumidores relativamente homogéneos que exige estrategias de mercadotecnia diferenciadas para satisfacer sus necesidades y conseguir los objetivos comerciales, posteriormente se le destina el Capítulo IX a los SEGMENTOS ESPECIALIZADOS DE TURISMO.</p> <p>Se precisan los requisitos mínimos para los instrumentos de colaboración que permitan la vinculación del Estado con los municipios para alinear los programas, metas y acciones en materia turística, pero sobre todo para impulsar programas turísticos federales y estatales tendientes a potencializar el desarrollo en localidades o</p>

CAPÍTULO	CONTENIDO
	regiones del Estado.
II. INTEGRACIÓN DEL CONSEJO CONSULTIVO TURÍSTICO	<p>Se instaure la ciudad de Guanajuato, Gto., como sede del Consejo Consultivo Turístico, creado por la Ley como órgano de asesoría, consulta, gestoría y apoyo técnico en materia de promoción y desarrollo turístico.</p> <p>Se refuerzan sus atribuciones del COTUEG como órgano colegiado, así como de sus miembros e invitados.</p> <p>Se establece su integración, cualidades de los representantes ciudadanos y el mecanismo de su nombramiento con apego a las disposiciones de Ley, para quedar en 18 INTEGRANTES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) El Titular del Poder Ejecutivo, quien lo presidirá; 2) El Secretario de Turismo del Estado; 3) El Presidente de la Comisión de Turismo del Congreso del Estado; 4) Un Coordinador Ejecutivo, que será designado por el Gobernador del Estado atendiendo a su vinculación con el sector turístico empresarial; 5) Seis representantes de organizaciones legalmente constituidas, afines con la materia turística o empresarios destacados con trayectoria en la prestación de servicios turísticos invitados por el Gobernador del Estado; siendo éstos: OCV León, OCV Irapuato, OCV Celaya, OCV Guanajuato, Consejo Turístico de San Miguel de Allende y Comité de Turismo, Histórico y Artesanal de Dolores Hidalgo, C.I.N. 6) Un representante de las asociaciones mexicanas de hoteles y moteles de Dolores Hidalgo, C.I.N,

CAPÍTULO	CONTENIDO
	<p>Guanajuato, Irapuato, León y San Miguel de Allende, y de la Región Laja-Bajío;</p> <p>7) Un representante de CANIRAC estatal; y</p> <p>8) Un representante de FECANACO.</p>
III. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA	<p>Este apartado contiene el esquema de la planificación turística a nivel estatal, en 3 secciones establece directrices y esquemas para el Programa Estatal de Turismo, Programa Anual de Actividades y los Programas en Materia Turística, respectivamente.</p>
IV. INSTRUMENTOS DE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA	<p>Este capítulo desarrolla en 3 secciones las directrices de integración y contenidos los instrumentos de planeación turística estatal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programas Turísticos; • Registro Estatal de Turismo (Formatos y Procedimientos); • Sistema Estatal de Información Turística(Lineamientos), e • Inventario Turístico Estatal.
V. PROMOCIÓN Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	<p>Se desmiembran las actividades y criterios tendientes al desarrollo, promoción y fomento de la oferta turística estatal.</p> <p>Se reglamentan las directrices y mecanismos para lograr la participación de los sectores público, social y privado en el fomento de las actividades de promoción turística del Estado.</p> <p>Se focaliza el uso de los medios de comunicación, los medios publicitarios y las herramientas de promoción en la promoción de actividad turística del Estado.</p>

CAPÍTULO	CONTENIDO
	<p>Se establecen las generalidades de las campañas de promoción y la coordinación con las autoridades competentes.</p> <p>Se reglamenta la realización de estrategias y acciones de mercadotecnia, relaciones públicas, mercadeo directo, investigación y promoción de venta directa, indicando sus características mínimas.</p>
VI. ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE	<p>Se instituye que la Secretaría podrá identificar y promover la declaratoria de Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable, para lo cual proporcionará el apoyo necesario a los municipios para la integración de las solicitudes de declaratoria a las instancias federales.</p> <p>Esta Capítulo regula, además, la figura de Regiones de Desarrollo Turístico Prioritario de competencia Estatal.</p>
VII. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	<p>Se establecen las cualidades que deben reunir los sujetos de apoyo para estas acciones, requisitos genéricos para realizar las solicitudes y el contenido mínimo de los instrumentos en donde se formalicen la entrega de los apoyos. La Secretaría tendrá la obligación de presupuestar recursos para estas acciones, y la entrega de apoyos estará sujeta a la suficiencia presupuestal. La ejecución de estas acciones se sujetará a la normativa de obra pública vigente.</p>
VIII. TURISMO SOCIAL	<p>Se prevé la emisión de los Programas de Turismo Social y su contenido mínimo a atender por parte de la Secretaría; así como la posibilidad para celebrar convenios de coordinación para la implementación de acciones</p>

CAPÍTULO	CONTENIDO
	tendientes al impulso de este segmento.
IX. SEGMENTOS ESPECIALIZADOS DE TURISMO	Se establece la obligación de la Secretaría para desplegar acciones que permitan la integración de objetivos, estrategias y programas de impulso y atención a segmentos especializados que con motivo de la diversificación de los productos turísticos vienen a fortalecer la promoción y comercialización de la oferta turística del estado de Guanajuato.
X. FORMACIÓN, CAPACITACIÓN, CERTIFICACIÓN Y CULTURA TURÍSTICA	En el Reglamento se contienen las directrices y mecanismos para la integración de programas y metodologías en la materia, las cualidades de sus beneficiarios y la facultad de la Secretaría de Turismo del Estado para emitir los lineamientos conducentes al respecto.
XI. VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA XII. SANCIONES	Se establecen mecanismos conforme a los cuales interactuarán los prestadores de servicios turísticos con la autoridad. Se remiten estas actividades a los términos del acuerdo de colaboración que para el efecto se celebre con SECTUR.

V. Cuestiones Jurídicas en Torno a la Legislación Jurídica Mexicana

El Ámbito Constitucional.

En primer término y empezando desde el punto de vista constitucional, se ha de considerar la base jurídica a través de la cual se puede legislar esta materia, a lo cual, necesitamos remitirnos al artículo 73 fracción X de nuestra constitución que de manera expresa señala: " El Congreso tiene facultad... Para legislar en toda la República sobre hidrocarburos, minería, sustancias químicas, explosivos, pirotecnia, industria cinematográfica, comercio, juegos con apuestas y sorteos, intermediación y servicios financieros, energía eléctrica y nuclear y para expedir las leyes del trabajo reglamentarias del artículo 123", en el entendido de que la actividad turística es eminentemente una actividad comercial.

1. El Plan Nacional De Desarrollo

Igualmente, el artículo 26 de la carta magna en su apartado A señala como una obligación del Estado el crear un Plan Nacional de Desarrollo, el cual, desde su origen orienta un aparatado en lo particular al sector turístico. Sin embargo, la página actual de la SECTUR, muestra en este sentido un enlace a manera de consulta sobre el Programa Sectorial de Turismo 2013 – 2018, el cual sin duda alguna sería una fuente de información bastante valioso para la temática del presente escrito. Así, como referencia más cercana nos tendremos que remitir al Programa Sectorial de Turismo 2007 – 2012, como una fuente de inspiración para acercarnos a una idea general sobre el probable futuro de este esquema.

Así, en términos muy generales cabe destacar que se orienta a los temas específicos relacionados con el turismo nacional e internacional, pero también a contribuir al logro de otros objetivos estratégicos del Plan como son los de: crecimiento económico; nivel de ingreso; empleo; competitividad; infraestructura; equidad entre regiones e igualdad de género. Para conseguir esto se pretendió como meta principal el hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza, en las zonas con atractivos turísticos competitivos.

Crear condiciones de certeza jurídica para las nuevas inversiones en los destinos turísticos del país, así como acciones para consolidar las existentes. Así, entre los indicadores que se esperaban mejorar se encuentra que en el 2006 México se

encontraba en la posición 57 del Indicador de Ambiente para Negocios e Infraestructura, desándese que para el 2012, el lugar fuese el 50, siendo que en el 2013, este indicador mostraba que México se encontraba en el lugar 44¹⁷ siendo que las expectativas fueron superadas mejor de lo esperado y planeado.

De manera que se puede esperar que la orientación que lleve el Programa Sectorial de Turismo 2013 – 2018, debe ser en esencia continuar con una política parecida, matizando las diferencias del origen partidista entre ambos gobiernos.

2. La Ley General Del Turismo

En el ámbito federal, la Ley General de Turismo, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 17 de junio de 2009, y cuya última reforma data del 8 de abril de 2013, es de matizar que contiene una declaratoria de invalidez de artículos 39, 48 y 54 por Sentencia de la SCJN 71/2009 publicada en el Diario Oficial de la Federación el 28 de mayo de 2013, en la porción normativa que indica “la Secretaría mediante” y del primer párrafo del artículo cuarto transitorio.

Esta ley presenta matices interesantes, entre los que cabe destacar que su aplicación se hará en forma concurrente al Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Turismo, y en el ámbito de sus respectivas competencias a las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal, así como a los Estados, Municipios y el Distrito Federal, bajo el entendido de que *deberá* de existir una coordinación. Sin embargo esta coordinación no se puede explicar (ni dar) sin la existencia de un Reglamento nuevo que cumpla con las expectativas de la Ley, cuya única referencia nos remite a 1994, cuyo Reglamento ha quedado realmente superado por la realidad de los últimos 15 años.

En materia turística de competencias de los Estados, la Ley establece que estos podrán, entre las más importantes: I. Formular, conducir y evaluar la política turística local; II. Celebrar convenios en materia turística conforme a lo previsto en la presente Ley; IV. Formular, ejecutar y evaluar el Programa Local de Turismo, las directrices previstas en el Plan Nacional de Desarrollo y el Programa Sectorial de Turismo; V. Establecer el Consejo Consultivo Local de Turismo; XV. Brindar orientación y asistencia al turista y canalizar las quejas de éstos ante la autoridad competente; XVI. Atender los asuntos que afecten el desarrollo de la actividad turística de dos o más Municipios; XVII. Coadyuvar con el Ejecutivo Federal en materia de clasificación de establecimientos hoteleros y de hospedaje, en los términos de la regulación correspondiente.

¹⁷ Vid. <http://www.gastarmejor.mx/docs/IDDG26-09-2013.pdf>

En la competencia Municipal, la Ley establece, entre las características más importantes, que: I. Formular, conducir y evaluar la política turística municipal; II. Celebrar convenios en materia turística conforme a lo previsto en la presente Ley; IV. Formular, ejecutar y evaluar el Programa Municipal de Turismo, el cual considerará las directrices previstas en el Plan Nacional de Desarrollo, el Programa Sectorial de Turismo y el Programa Local; V. Establecer el Consejo Consultivo Municipal de Turismo; que tendrá por objeto coordinar, proponer y formular las estrategias y acciones de la Administración Pública Municipal, con el fin de lograr un desarrollo integral de la actividad turística en el Municipio. Será presidido por el titular del Ayuntamiento, y estará integrado por los funcionarios que éste determine, conforme a lo que establezcan las disposiciones reglamentarias. Podrán ser invitadas las instituciones y entidades públicas, privadas y sociales, que se determinen, y demás personas relacionadas con el turismo en el Municipio, las cuales participarán únicamente con derecho a voz; VII. Participar en los programas locales de ordenamiento turístico del territorio; XIII. Operar módulos de información y orientación al turista; XIV. Recibir y canalizar las quejas de los turistas, para su atención ante la autoridad competente.

De esta manera, tenemos que la coordinación se hará a través de un Consejo Consultivo Municipal, un Consejo Consultivo Local y un Consejo Consultivo en el ámbito Federal, el cual en última instancia tendrá por objeto proponer la formulación de las estrategias y acciones de coordinación de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, con el fin de lograr un desarrollo integral de la actividad turística nacional, utilizando entre otros mecanismo los foros de consulta y memorias publicadas.

Otro aspecto a destacar de la Ley, se presenta a través de la creación de un Registro Nacional de Turismo que es el catálogo público de prestadores de servicios turísticos en el país, el cual constituye el mecanismo por el que el Ejecutivo Federal, los Estados, Municipios y el Distrito Federal, podrán contar con información sobre los prestadores de servicios turísticos a nivel nacional, con objeto de conocer mejor el mercado turístico y establecer comunicación con las empresas cuando se requiera, en cuya inscripción al Registro Nacional de Turismo será obligatoria para los prestadores de servicios turísticos que contarán con un plazo de treinta días naturales para inscribirse al Registro.

Igualmente la Ley establece facultades de verificación para la Secretaría en materia de las Normas Oficiales Mexicanas en materia de Turismo así como también un capítulo de sanciones que van de los 500 a los 1500 días de SMNV por violaciones a los establecido por la Ley y el Recurso de Revisión como elemento para garantizar la seguridad jurídica.

3. El Programa Estatal De Turismo 2013-2018

Este programa, cuyo documento base se puede localizar en internet a través de la página oficial del Gobierno del Estado de Guanajuato, se encuentra en consonancia y alineado con el Programa Sectorial de Turismo 2013 – 2018 del Gobierno Federal, y que plantea como objetivos para el 2018 lo siguiente:

- Incrementar la derrama económica por el número de visitantes a 75 mil millones de pesos.
- Incrementar el número de visitantes que llegan al Estado a 28.6 millones
- Fortalecer la generación de empleos en el sector turismo con 194 mil personas ocupadas por año
- Diseñar e implementar el modelo de excelencia turística
- Consolidar y operar los 5 circuitos existentes en el Estado, a través de su fortalecimiento
- Inversión pública acumulada en infraestructura por un monto de más de 1,500 MDP, entre aportaciones federales, estatales y municipales
- Internacionalizar la marca Guanajuato a través de la suscripción de convenios con operadores turísticos en el extranjero para su posicionamiento y comercialización

Si bien los objetivos pueden parecer en un primer momento ambiciosos, tomando en consideración el estado del arte actual en la materia¹⁸, no menos cierto es que la capacidad del Estado, el incremento de la inversión extranjera en el Estado, los reconocimientos internacionales que han merecido sus ciudades, pueden hacer en su conjunto que estas metas se cumplan.

4. La Ley Estatal De Turismo

Esta ley cuya última reforma fue publicada en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado número 91, tercera parte, de fecha 7 de junio de 2013 y que nace el 24 de diciembre de 2010, presenta en sus planteamientos específicos, que se han de conocer, entre los más relevantes cabe destacar:

Art. 6. Se consideran servicios turísticos los prestados a través de: I. Hoteles, moteles, casas de huéspedes, hostales, albergues y demás establecimientos de

¹⁸ PIB Turístico representa el 9.4% del PIB del Estado; PIB Estado 537 Mil MDP: crecimiento promedio entre 3.9 y 4.1% anual; 167 mil personas ocupadas en turismo, 3% más que 2011; 635 establecimientos de hospedaje; 21,083 habitaciones; Estadía promedio: 1.4 noches; Gasto promedio del turista en hotel: \$2,672; 3.3 millones de turistas en hoteles.

hospedaje, así como campamentos y paradores de casas rodantes que presten servicio a turistas. También quedan comprendidos los inmuebles en los que se ofrezca alojamiento de manera temporal; II. Agencias, subagencias y operadoras de viajes; III. Guías de turistas; IV. Personas que promuevan, proporcionen, intermedien o contraten servicios turísticos en la vía pública, a nombre de otros prestadores de servicios turísticos; V. Restaurantes, cafeterías, bares, cantinas, centros nocturnos y similares que se encuentren ubicados en lugares como: terminales de autobuses, museos, zonas arqueológicas, centros históricos y en aquellos sitios considerados atractivos turísticos; VI. Empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos; VII. Establecimientos de arte popular y productos típicos del Estado; y VIII. Sitios donde se realicen actividades educativas y culturales que atiendan al turista.

Art. 7. La aplicación de esta Ley corresponde al Titular del Poder Ejecutivo Estatal por conducto de la Secretaría y a los ayuntamientos por conducto de la dependencia que para tal efecto determinen.

Igualmente, esta Ley, plantea la creación de un Consejo Consultivo Turístico el cual fungirá como órgano de consulta, asesoría, gestoría y apoyo técnico en materia turística; en su integración asegurará la participación de los sectores público, social y privado; así como la representación de la Comisión de Turismo del Congreso del Estado. Los cargos de los integrantes del órgano serán honoríficos, por lo que no recibirán retribución, emolumento o compensación alguna en el desempeño de sus funciones.

Este Consejo Consultivo Turístico será competente para:

I. Analizar y canalizar propuestas sobre asuntos de materia turística; II. Impulsar y promover el desarrollo integral de los destinos turísticos del Estado; III. Proponer el desarrollo integral de las regiones turísticas del Estado, así como coadyuvar en la generación de los instrumentos de planeación que prevé esta Ley y demás normativa aplicable; IV. Sugerir la vocación turística de las regiones del Estado; V. Fomentar la calidad de los servicios turísticos que se ofrecen en la Entidad; VI. Participar en la elaboración y evaluación de los proyectos, políticas y programas de promoción turística; y VII. Las demás que le encomienden el Titular del Poder Ejecutivo del Estado o el Secretario de Turismo.

Para la planificación del desarrollo de la actividad turística la Secretaría de Turismo del Estado y los ayuntamientos observarán los siguientes criterios, entre los que cabe destacar los siguientes:

I. La consideración de la actividad y el patrimonio turísticos como sector estratégico y prioritario de la economía, generador de empleo y de riqueza;

II. La regulación de la oferta turística evitando deficiencias y desequilibrios de infraestructura y elevando la calidad de servicios, instalaciones y equipamiento turísticos, de conformidad con las directrices de ordenamiento ecológico, territorial y urbanístico, y con la preservación del medio ambiente;

III. El aprovechamiento sustentable del patrimonio turístico, salvaguardando la protección del ambiente de conformidad con las disposiciones legales y con pleno respeto a los valores culturales, históricos, artísticos, paisajísticos, urbanísticos y ambientales;

IV. La promoción del establecimiento de estímulos, incentivos y facilidades administrativas, económicas y fiscales para la inversión y para los prestadores de servicios turísticos que cumplan con normas de calidad;

V. La desconcentración de atribuciones para dotar de mayores facultades a los órganos político administrativos en materia de fomento y desarrollo de la actividad turística, así como la orientación de sus actividades en este rubro al desarrollo económico en cada demarcación.

Si bien la Ley plantea la existencia de una coordinación entre el Estado y los municipios, esta debe de realizarse a través una Ley Orgánica, la cual no existe. Al momento de plantearse esta regulación topamos con las dudas lógicas que pueden surgir sobre todo desde una óptica de interpretación de la Ley, la cual desde una óptica sistemática, se debe atender en origen a lo dispuesto por el Reglamento Municipal, y después a la Ley Estatal, para finalmente acudir a la Legislación Federal en caso de lagunas o dudas en lo dicho por los hechos y la Ley.

De esta manera se recomienda la creación de un Reglamento de esta Ley del Estado para que pueda configurar un verdadero mecanismo de coordinación entre los municipios y el Gobierno del Estado y que plantee la integración a su texto de lo dicho por los Acuerdos Interinstitucionales en esta materia.

5. La Reglamentación Municipal

6.1 El Municipio de León

6.1.1. Lineamientos Generales para el Establecimiento del Centro de Atención Empresarial y del Sistema de Apertura Rápida de Empresas con Actividades de Alto Impacto

El día primero de agosto de 2006 se aprobó este instrumento para llevar a cabo el fomento de las actividades económicas municipales, las unidades administrativas que integran la Dirección General de Fomento Económico conformarán el Centro de Atención Empresarial, mismo que tendrá como objetivo brindar a la ciudadanía orientación y atención para realizar proyectos de inversión para la generación de empleos y bienestar a los leoneses, para lo cual el Centro de Atención Empresarial brindará a los ciudadanos los siguientes servicios: I. Atención personalizada para proyectos de inversión y asesoría en trámites municipales, estatales y federales; II. Información empresarial en materias relacionadas con el comercio interior, exterior, información estadística, costos industriales, directorio empresarial, capacitación y bolsa de trabajo para empresas; III. Vinculación con dependencias y entidades federales, estatales y municipales, con fondos de financiamiento y cámaras empresariales; IV. Divulgación de una base de información estratégica para apoyar el desarrollo de proyectos de inversión; V. Orientación sobre apoyos institucionales al sector empresarial en materia de financiamientos, y VI. Dar seguimiento a las solicitudes presentadas por los usuarios hasta su resolución final.

Igualmente se crea el Sistema de Apertura Rápida de Empresas con actividades de alto impacto, es un mecanismo para la implementación de las estrategias permanentes de coordinación entre dependencias y entidades, teniendo como objetivo alcanzar estándares internacionales de mejora regulatoria y de competitividad, así como el de facilitar a los ciudadanos la realización de trámites municipales relacionados con las actividades empresariales, que sin embargo no se comprenden dentro de estas las relacionadas con los aspectos de turismo que se pudieran beneficiar de este sistema, puesto que de manera expresa el artículo 8, se exceptúan los desarrollos turísticos, hoteles, campos de golf y desarrollo y/o construcción de un centro comercial.

6.1.2. El Reglamento del Patronato de la Ciudad Histórica de León, Guanajuato

Reglamento que entró en vigor el 26 de febrero de 2009, y que entre los puntos de interés que para efectos del presente Reglamento se encuentran la Catedral Basílica de Nuestra Señora de la Luz, Santuario de Guadalupe, Plaza de los Fundadores, Archivo Histórico, Casa de las Monas/Galería, Conjunto de la Parroquia del Sagrario o de San Sebastián, Templo Expiatorio, Plaza de los Mártires, Casa de la Cultura “Diego Rivera”, Galería Jesús Gallardo, Museo de la Ciudad/Plaza Azul, Arco Triunfal, Casa Municipal, Edificio de la Ex Cárcel, Teatro Manuel Doblado, Museo Arte Sacro, Casa de María Grever, Círculo Leonés Mutualista, Edificio de Correos, Teatro María Grever, entre otros, así, se crea el Patronato de la Ciudad Histórica de León, Guanajuato., como un Organismo Público Descentralizado de la Administración Municipal, con personalidad jurídica y patrimonio propio, sectorizado a la Secretaría de Desarrollo Sustentable y tendrá por objeto realizar todas las acciones y gestiones necesarias para la preservación, conservación, protección, restauración y recuperación del patrimonio artístico, arquitectónico, arqueológico, escultórico, histórico, pictórico y antropológico del Municipio de León, Guanajuato; generando las condiciones necesarias para la promoción, fortalecimiento, identificación y catalogación del patrimonio del Municipio, así como el establecimiento de las bases para su investigación y difusión (Art. 5).

Para un mejor funcionamiento, proyección y elaboración de propuestas para la preservación, conservación, protección, restauración y recuperación del patrimonio artístico, arquitectónico, arqueológico, escultórico, histórico, pictórico y antropológico, el Patronato contará con un Consejo Técnico que es un órgano de consulta y opinión, así como de coordinación de acciones interinstitucionales, para el análisis de los diagnósticos, aportación de estrategias, evaluación de propuestas, instrumentos, acciones y gestiones necesarias para la preservación, conservación, protección, restauración y recuperación del patrimonio artístico, arquitectónico, arqueológico, escultórico, histórico, pictórico y antropológico del Municipio; generando las condiciones para el fortalecimiento, identificación y catalogación del patrimonio del Municipio. El Consejo Técnico se integrará de la manera siguiente: I. Un representante del Centro INAH Guanajuato; II. Un representante de la Secretaría de Desarrollo Sustentable; III. Un representante de la Secretaría de Obra Pública; IV. Un representante del Instituto Municipal de Planeación; V. Un representante del Instituto Cultural de León; VI. Tres representantes de instituciones de educación superior vinculadas con el objeto del Patronato; y, VII. Dos personas físicas reconocidas por sus actividades y

experiencia en las materias de arquitectura, arqueología, escultura, historia, pintura y antropología en el Municipio.

6.1.3 El Reglamento del Consejo Consultivo para el Desarrollo Económico del Municipio de León, Guanajuato

Este Reglamento fue publicado en el Periódico Oficial del Estado de Guanajuato el día 17 de abril de 2009, el cual dispone que se crea un Consejo Consultivo para el Desarrollo Económico del Municipio de León, Guanajuato y que es un organismo auxiliar de carácter consultivo de la administración pública municipal y de la Dirección General de Economía, en el que participan los expertos en economía y finanzas; infraestructura y recursos naturales; educación, sindicatos o administración de recursos humanos; iniciativa privada-sector empresarial; análisis de mercado y comercio exterior, cuyo propósito es: I. Impulsar el desarrollo económico equilibrado y sustentable en el Municipio; II. Coadyuvar en la elaboración del Plan de Gobierno Municipal; III. Propiciar el análisis, definición e integración de propuestas de inversión que satisfagan necesidades del Municipio; IV. Disponer de información relativa a los programas y apoyos que canalizan las dependencias federales y estatales al sector económico y hacerla extensiva; V. Obtener los apoyos requeridos para el desarrollo de los programas, proyectos y de todas aquellas acciones importantes para el desarrollo económico del Municipio; VI. Promover recursos económicos para el fomento y desarrollo económico del Municipio; VII. Desarrollar estudios-diagnósticos para proponer el mejoramiento del marco jurídico-administrativo (Sic) que rige a las actividades económicas en el municipio; y, VIII. Fomentar la incubación de pequeños negocios, brindar asesoría y facilitar apoyos institucionales e incentivos adecuados para la perdurabilidad o consolidación de estas empresas (Art. 2), y se dispone que los cargos del Consejo serán honoríficos, por tanto no recibirán retribución, emolumento o compensación alguna por su desempeño.

Las atribuciones del Consejo (Art. 11) a destacar para efectos de este trabajo son: I. Crear comisiones técnicas para analizar la problemática de las diferentes áreas económicas y, en su caso, plantear las propuestas de solución correspondientes; II. Contribuir a la formulación de planes y programas de desarrollo económico y competitividad con visión a largo plazo para el Municipio; IV. Convocar a los diversos organismos empresariales para organizar foros de consulta encaminados a la realización de diagnósticos sectoriales en materia económica; V. Emitir opinión sobre la demanda e instalación de parques industriales, centros comerciales y de servicios; VII. Coadyuvar en la desregulación económica y la simplificación administrativa de conformidad a la legislación aplicable a esta materia; IX. Proponer al Presidente Municipal, por conducto del Secretario

Técnico, proyectos de promoción y de desarrollo económico para la generación y conservación de empleos y de inversión; X. Proponer y concertar con las dependencias y entidades de los diferentes órdenes de gobierno, con las cámaras empresariales, con los organismos empresariales y con los particulares interesados, los programas, proyectos y acciones que impulsen las actividades económicas;

6.1.4 El Reglamento del Consejo Consultivo de Turismo Médico del Municipio de León Guanajuato

Este reglamento fue aprobado por sesión ordinaria del Ayuntamiento el día 30 de junio de 2011, el cual en su exposición de motivos señala: "El turismo médico y de salud a nivel mundial se ha constituido como un motor económico, generador de empleos y de riqueza muy importante, ya que permite ofrecer a sus demandantes y la población en general, una gama de posibilidades de tratamientos de alta calidad y buen precio, destacando la preparación y educación de los médicos y la calidad de los servicios. Hoy en día, estas variantes de turismo han sido aprovechadas en países como India, Tailandia, Brasil, Costa Rica y Colombia; ofertando a sus usuarios diversos servicios y tratamientos, y desde luego, los contenidos turísticos de los que pueden disfrutar los visitantes que hacen estadía en alguno de los países o ciudades. En nuestro país, siete entidades de la República son las que hasta ahora han desarrollado simultáneamente su infraestructura médica y turística con un mayor potencial, entre éstas destacan el Distrito Federal, Nuevo León, Chihuahua, Jalisco, Baja California, Sonora y Colima. Actualmente, la presente Administración Municipal de León, Guanajuato, a través de la Dirección General de Economía impulsa una serie de estrategias para fortalecer y desarrollar el turismo médico y de salud, en aras de atender la demanda actual de este segmento y posicionar al Municipio de León, Guanajuato como Polo de Turismo Médico. La importante concentración que existe en el Municipio de León, de servicios de salud en instituciones públicas y privadas, mismas que cuentan con un gran número de especialistas y unidades de atención a la salud como son Hospitales, Sanatorios, Unidades de Tratamiento y Laboratorios, permite sin duda poner en marcha una estrategia para el posicionamiento del Municipio de León, Guanajuato, en este segmento que propugna por una mejor calidad de vida."

Para conseguir lo anterior se crea un Consejo Consultivo el cual tiene como objetivos el de fungir como un órgano colegiado de asesoría y consulta en la toma de decisiones de Turismo Médico, con el objeto de posicionar a este municipio como un Polo de Turismo Médico a nivel regional e internacional, donde para lograr esto se plantea que se realicen proyectos de promoción del Municipio como

destino de Turismo Médico los cuales serán financiados principalmente con recursos del Municipio en tanto se deriven de un acuerdo aprobado por el Ayuntamiento y propuesto por el Consejo.

6.1.5 Reglamento para la Protección, Mejoramiento y Conservación de la Imagen Urbana y del Patrimonio Cultural del Municipio de León, Gto.

Este reglamento fue aprobado el 22 de diciembre de 1994 en sesión de ordinaria de cabildos, el cual en cierta medida puede ser considerado como complementario del Reglamento del Patronato de la ciudad histórica de León, puesto que en este ordenamiento se delimita el área de acción del Reglamento a través de zonas, las cuales a razón del presente trabajo, se deben de considerar como las más relevantes la zona A, del centro histórico, la cual tiene sus límites descritos de la siguiente forma: "Sus límites serán los siguientes: Iniciando en el cruce de los ejes de la Calzada Tepeyac y la Calzada de los Héroes, siguiendo el eje de la Calzada de los Héroes con dirección poniente, continuando con la misma dirección por el eje de la Av. Francisco I. Madero hasta el cruce con el eje de la calle 13 de Septiembre, siguiendo su eje con dirección Norte hasta el cruce con el eje de la calle Pedro Moreno, siguiendo su eje con dirección poniente hasta el cruce con el eje de la Av. 5 de Mayo, siguiendo su eje con dirección Norte hasta el cruce con el eje de la calle Melchor Ocampo, siguiendo su eje con dirección Sur hasta el cruce con el Blvd. Adolfo López Mateos, siguiendo su paramento Sur con dirección poniente hasta el cruce con el eje de la calle Aquiles Serdán, siguiendo su eje con dirección sur hasta el cruce con la calle Álvaro Obregón siguiendo su eje con dirección poniente hasta el cruce con el eje de la calle Miguel Alemán; continuando en el cruce de los ejes de las calles Álvaro Obregón y Aquiles Serdán, siguiendo el eje de la calle Aquiles Serdán, continuando por el eje de la calle Comonfort con la misma dirección hasta el cruce con el eje de la calle Constitución, siguiendo su eje con dirección oriente hasta el cruce con el eje de la calle Justo Sierra, siguiendo su eje con dirección sur hasta el cruce con el de la calle Leandro Valle, siguiendo su eje con dirección oriente hasta el cruce con el eje de la calle Juárez, siguiendo su eje con dirección sur hasta el cruce con el eje del Blvd. Mariano Escobedo, siguiendo su paramento norte hasta el cruce con el eje de la calle Pino Suárez, siguiendo su eje con dirección norte hasta el cruce con el eje de la calle Guillermo Prieto, siguiendo su eje con dirección oriente hasta el cruce con el eje de la calle Juan Valle, siguiendo su eje con dirección norte hasta el cruce con el eje de la calle Rosas Moreno, siguiendo su eje con dirección poniente hasta el cruce con el eje de la calle Vicente Guerrero, siguiendo su eje con dirección norte hasta el cruce con el eje de la calle 5 de Febrero, siguiendo su eje con dirección poniente hasta el cruce con el eje de la calle la Paz, siguiendo su

eje con dirección norte hasta el cruce con el eje de la Av. Francisco I. Madero, siguiendo su eje con dirección oriente cerrando en el cruce con el eje de la calle 13 de Septiembre."

El artículo 27 señala la prohibición de que se instalen las siguientes instalaciones, comercios y servicios en la zona A, los cuales son los que: I.- Provoquen contaminación ambiental con residuos y desechos por líquidos, humos y polución que afecten o deterioren la imagen de los edificios de la zona de monumentos y barrios históricos; II.- Provoquen conflictos viales a causa de circulación de grandes vehículos, tráileres o camiones que afecten la estabilidad e imagen de los edificios; III.- Requieran espacios, volúmenes e instalaciones incompatibles con la imagen, tipología, proporciones y el entorno de la zona de protección, tales como gasolineras y expendios de combustibles, estaciones de servicio, locales de exhibición de vehículos y maquinaria industrial, almacenes y distribución de materiales agropecuarios, de construcción e industriales, así como lo relacionado al equipamiento urbano. Estos usos deberán ajustarse al coeficiente de ocupación del suelo (C.O.S.) y al coeficiente de utilización del suelo (C.U.S.), así como a los demás lineamientos dispuestos por el Reglamento de Zonificación y Usos del Suelo para la Ciudad de León, Gto; y, IV.- Por su actividad requieren de instalaciones, depósitos, antenas, chimeneas o elementos visibles desde su exterior de los inmuebles que por sus dimensiones o volumetría rompan con la armonía y las características formales de la zona de protección.

6.1.6 Reglamento del Consejo Consultivo para la Protección y Promoción del Patrimonio Histórico del Municipio de León, Guanajuato

Este Reglamento nace en la sesión ordinaria del 24 de septiembre de 2013, el cual explica que se crea un Consejo Consultivo para la Protección y Promoción del Patrimonio Histórico del Municipio de León, Guanajuato, tiene por objeto fungir como órgano de opinión y consulta obligatoria, auxiliar del H. Ayuntamiento y de la Administración Pública Municipal en la protección y promoción del patrimonio histórico del Municipio de León, Guanajuato.

7 Comentarios generales

PRIMERA. En el apartado de la relación que existe entre los diferentes órdenes de gobierno, tal y como lo son, el ámbito federal, estatal y municipal, se ha de señalar que las relaciones son de hecho, es decir, con o sin, la existencia de una Ley o incluso un Reglamento de la Ley Federal, el trabajo y la cooperación existen; sin embargo, se hace necesario la existencia de la Ley y del Reglamento para que la relación pase a ser de Derecho, dando certeza jurídica en el actuar de la Secretaría, los Consejos, etc., sin que pueda existir lagunas o zonas de *umbral* en la Ley que den pauta a distorsiones entre los actores turísticos del país. Igualmente es de destacar que la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato trabaja a través de Convenios, los cuales en estricto sentido jurídico, únicamente imponen obligaciones, más no derechos, lo cual deja su aplicación en la zona de la buena fe de las partes y su voluntad para hacer las cosas, si bien es cierto que estos han sido eficaces, se echa en falta verdaderos acuerdos que puedan tener tanto obligaciones como derecho que permitan exigir el cumplimiento de lo escrito en estos tratados. Así en primera instancia se puede plantear como una solución acordada el compromiso de cumplir y hacer cumplir las obligaciones entre los distintos órdenes de gobierno y su coordinación con los distintos entes que tocan la materia turística en el Estado y municipios, es decir, si la obligación para regular a los guías turísticos parte del compromiso de que Fiscalización municipal imponga multas para aquellos que no estén certificados, que lo hagan. Esto en el ámbito del Derecho Internacional se le conoce como *lus voluntarium*, es decir, se hace patente la necesidad de que exista una verdadera voluntad política de hacer cumplir y cumplir con la norma escrita, puesto que si esta no existe, la norma seguirá siendo, como hasta ahora, letra muerta.

SEGUNDA. En materia de la informalidad que prevalece en las entidades, se hace ver que son áreas que afectan al turismo pero que las instituciones deben de apoyarse en otras organizaciones en el ámbito municipal y estatal, las cuales, en el mejor de los casos su trabajo se hace de manera deficitaria, lo cual impacta en los resultados que se cabría que hubiese en esta materia. Si bien las 'fronteras de las competencias entre autoridades municipales en ocasiones son difíciles de distinguir, no menos cierto es que, las autoridades son extremadamente celosas de sus atribuciones y no suelen involucrarse en competencias que consideran de otras autoridades, lo cual pareciera que se deja a *alguien más* que realice estas funciones, en el entendido de que *alguien más*, a su vez lo deja a *alguien más*, siendo entonces una cuestión de nunca acabar embarcándose la administración pública en un círculo vicioso del que nadie quiere salir. Así, se vuelve en el entendido de que las cuestiones de hospedaje (hospedaje de carácter informal), guías de turistas municipales, transporte y comercio ambulante, están de Derecho

reguladas, puesto que las normas existen, pero, en la práctica, son de Hecho, puesto que las autoridades delegan su regulación *a alguien más* manifestando así un deseo de que no se encuentran en la aptitud ni deseo de hacer un cambio en cuanto a la aplicación de la norma, así, cabría esperar que la autoridad sencillamente destinase más recursos a inspectores de fiscalización y su capacitación, lo cual podría ser visto como una inversión, puesto que los recursos invertidos tendrían un retorno al municipio/Estado vía multa por el hecho de tan solo verificar el hospedaje, comercio ambulante, transporte y guías de turistas piratas, sin descontar otras tantas multas por irregularidades que entran en la esfera de sus competencias.

TERCERA. En la cuestión relativa a tramitología en el beneficio del turismo en el ámbito nacional, estatal y municipal, se reconoce que se hace necesaria la creación de una ventanilla única para realización de los tramites respectivos en torno a la apertura de un negocio en el área turística, puesto que la tramitología es vario pinta y exige la participación de diversas instancias que exigen diversas opiniones y vistos buenos para sacar adelante un negocio, así y tal como se muestra en el Anexo 1, se puede observar que el número de instancias administrativas de orden municipal que han de ser visitadas para la obtención de los permisos necesarios es de 8 donde tres son de carácter federal.

La coordinación necesaria para la creación de una ventanilla única se hace entonces una tarea necesaria para poder agilizar la apertura de un negocio, tanto en el ámbito municipal y estatal como federal, sin embargo y debido a que se necesitan tramites de orden federal, principalmente de índole fiscal, se vuelve un tarea complicada poder llegar a una acuerdo entre estas autoridades y la firma de los convenios necesarios para lograr este fin, más no es una tarea imposible, se trata, como en casi todo, de negociar con las autoridades necesarias a un nivel de primer orden, Gobernador, y delegados federales. Si esto fuese posible, no únicamente el área turística se vería gratamente beneficiada, sino también en general todas las áreas del comercio en el Estado y de los municipios.



VI. Tablero de Control León

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
OFERTA TURÍSTICA											
O T1	Número de museos		x	Indica la cantidad de museos y salas de exhibición de carácter permanente que se encuentran en el destino	Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	15 (2013)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
O T2	Número de monumentos		x	Indica la cantidad de monumentos existentes en el destino	Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	53 (2013)				
O T3	Número de restaurantes y bares		x	Indica la cantidad de restaurantes y bares, además incluye centros nocturnos de espectáculos, discoteques, piano bar y salones de baile	Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	348 (2013)				

"Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato 2013" Destino: León

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
O T4	Número de agencias de viajes		x	Indica la cantidad de agencias turísticas que hay en el destino	Inventario Turístico de SECTUR Guanajuato 2012	Numérico	133				
O T5	Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino		x	Señala la cantidad de zonas arqueológicas bajo el resguardo del INAH	Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	0 (2013)				
O T6	Número de cuartos de hotel		x	Cantidad de habitaciones de hotel, desde una estrella hasta 5 estrellas y también contempla hoteles sin clasificación	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Numérico	7,010				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
O T7	Número de establecimientos de alimentos y bebidas		x	Establecimientos que ofrecen alimentos y bebidas; restaurantes, cafeterías, fondas, cocinas económicas, taquerías y torterías	Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	336 (2013)				
O T8	Afluencia de transporte local del destino	x		Indica si la llegada de automóviles es considerable y si la accesibilidad al destino es la correcta	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Suficiente (2013)				

"Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato 2013" Destino: León

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
O T9	La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino	x		Indica si los atractivos turísticos existentes son suficientes para hacer frente a la demanda turística	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				
O T10	Número total de rutas al destino turístico		x	Contabiliza la cantidad de rutas al destino	Páginas oficiales de empresas de transporte foráneo, 2013.	Numérico	51 (2013)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
O T1 1	Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros. Total por		x	Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros.	Disponible en: CONACULTA http://sic.conaculta.gob.mx/listar.php?municipio_id=15&estado_id=1 1 y UNESCO http://whc.unesco.org/es/list/482	Numérico	0				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
	destino turístico										
O T1 2	Total de rutas turísticas		x	Cantidad de rutas, circuito y corredores turísticos que se ofrecen en el destino	www.gtoexperience.mx , visitmexico.com.mx	Numérico	4				
O T1 3	Número de hoteles por categoría		x	Cantidad de hoteles en el destino, divididos en 6 categorías (1 estrella, 2 estrellas, 3 estrellas, 4 estrellas, 5 estrellas y sin clasificar)	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato.	Numérico	Total: 125 hoteles 1 estrella: 15				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
							2 estrellas: 14 3 estrellas: 25 4 estrellas: 16 5 estrellas: 12 sin clasificar: 43				
O T1 4	Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos.	x		Señala la existencia de un inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato.	Si o No	Si				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
O T1 5	Declaratoria de zona de monumentos históricos		x	Total de inmuebles que protege la declaratoria de zona de monumentos históricos	www.inah.gob.mx	Numérico	0				
O T1 6	Gasto promedio de turistas		x	Cantidad de dinero que gasta en promedio un turista en el destino por día	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Numérico	\$ 1,152.60				
O T1 7	Estadía promedio de turistas (días)		x	Número de días de estancia del turista en el destino	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Numérico	Entre 1.35 y 18.5 días				
O T1 8	Número de actividades de ocio disponibles		x	Cantidad de lugares y actividades turísticas que ofrece el destino	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Numérico	72				
DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA											

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
D P1	Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico		x	Variación de los trabajadores asegurados en el IMSS en el Sector Turístico (variación porcentual de sept 2012 al sept 2013)	Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Guanajuato	Numérico	7.74% (sep 2013)				
D P2	Nivel de bienestar (calidad de vida)	x		La calidad de vida en el destino y es medido por el Índice de Desarrollo Humano	Instituto Nacional de Estadística y Geografía	De 0 - 1	Alto 0.88 (2010)				
D P3	Salario promedio diario de cotización		x	Ingreso por hora trabajada de la población ocupada y multiplicada por 8	Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo	Numérico	\$246.04 (2T 2013)				
D P4	Número de empleos (directos) en el sector turístico		x	Trabajadores asegurados en el IMSS en el Sector Turístico	Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Guanajuato	Numérico	10,139 (sept 2013)				
D P5	Tasa de desocupación		x	Porcentaje de la PEA que se encuentra sin trabajo, pero que está	Instituto Nacional de Estadística y Geografía	Numérico	5.99% (3T 2013)				

"Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato 2013" Destino: León

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
				buscando trabajo							
D P6	Índice de Rezago Social		x	Proporciona el resumen de 4 carencias sociales de la medición de pobreza del CONEVAL: rezago educativo, acceso a servicios de salud, acceso a los servicios básicos de vivienda y espacios en la vivienda	Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social	Mpio. con menor rezago social: Benito Juárez, DF (-1.89) Mpio. con mayor rezago social: Cochoapa el Grande, Guerrero (4.43)	-1.2373 (2010)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
D P7	Índice de Marginación		x	Índice que pondera la medición de 9 factores para medir el nivel de marginación de un destino	Consejo Nacional de Población	De 0 -100 Entre más cercano a 0, más bajo es el índice de marginación	13.294 Estatad (2010)				
D P8	Medición del Impacto social y productivo del Turismo - SAM	x		Indica si la actividad turística del destino contribuye a elevar la calidad de vida de los residentes locales	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León	Suficiente e Insuficiente	Suficiente (2013)				

"Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato 2013" Destino: León

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
					Guanajuato 2013". SECTUR.						

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
D P9	Encadenamiento productivo del sector	x		Señala si la actividad turística interactúa con otros sectores	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR. Y la cuenta satélite que se encuentra en el sitio: http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/	Suficiente e Insuficiente	Suficiente (2013)				
SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA											
ST 1	Tratamiento de aguas residuales y pluviales	x		Si el destino cuenta con plantas de tratamiento de aguas residuales y pluviales	Comisión Nacional de Agua	Si o No	Si (2011)				

"Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato 2013" Destino: León

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
ST 2	Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales			Indica el número de plantas de tratamiento de aguas residuales que son administradas por el sistema de agua del municipio	Comisión Nacional de Agua	Numérico	12 (2011)				
ST 3	Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado		x	Señala el porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado en el destino	Instituto Nacional de Estadística y Geografía	De 0 - 100%	96.61% (2010)				
ST 4	Infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos	x		Señala la existencia de infraestructura y equipamiento para el manejo de desechos sólidos adecuados para mitigar los efectos de la contaminación ambiental y preservar el entorno	Instituto de Ecología del Estado de Guanajuato	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
ST 5	Normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental privado)	x		Indica si el destino cuenta con una normatividad en el tema ambiental	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				
ST 6	Acciones de conservación del patrimonio		x	Contabiliza las acciones y/o programas para la conservación del patrimonio	www.convocarte.com www.guanajuatopatrimonio.com.mx	Numérico	0				
ST 7	Áreas naturales protegidas		x	Cantidad de áreas protegidas en el destino	Archivo del Sistema de Áreas Naturales Protegidas por el Estado de Guanajuato	Numérico	2				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
ST 8	Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado	x		Señala si el Estado de Guanajuato cuenta con un ordenamiento ecológico del territorio	SEMARNAT	Si o No	Si				
ST 9	Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico	x		Indica si el destino cuenta con estudio de FONATUR que permita guiar el desarrollo turístico	Dirección de Proyectos Turísticos, SECTUR Guanajuato	Si o No	No (nov 2013)				
ST 10	Ordenamiento ecológico territorial decretado	x		Indica si el municipio está contemplado en un ordenamiento ecológico territorial decretado	SEMARNAT	Si o No	Si				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
ST 11	Manejo de Riesgo	x		Indica si las autoridades correspondientes del municipio hacen frente a las situaciones de riesgo	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Si o No	Si (2013)				
ST 12	Programas y diagnósticos en materia turística municipal	x		Señala si el destino tiene contemplados acciones/programas/planes en materia de turismo	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Si o No	Si (2013)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
ST 13	Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo	x		Si el Municipio cuenta con una aplicación de indicadores que favorezcan a la sustentabilidad turística del mismo	Sistema de Indicadores Ambientales y de Sustentabilidad	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente				
ST 14	Planes y programas en materia de educación ambiental educativo	x		Si se llevan a cabo acciones o programas que fomenten la educación ambiental	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
ST 15	Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos		x	Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos	Secretaría de Desarrollo Economía del Estado de Guanajuato	Numérico	0				
ST 16	Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles		x	Número de hoteles que cuentan con algún certificado o distintivo en materia de sustentabilidad	Asociación de Hoteles de la ciudad	Numérico	Calidad ambiental: 0 Carbono neutral: 3 Green key: 1 Punto				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
							limpio: 1				
ST 17	Certificado Programa Playas Limpias		x	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica				
ST 18	Programas Bañeros Naturales Limpios de agua dulce		x	Indica la cantidad de bañeros que cumplen con el programa “Bañeros Naturales Limpios de agua dulce” en el destino.	Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato	Numérico	0 (2013)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
ST 19	Número de establecimientos con Certificado Green Globe		x	Indica el número de establecimientos que cuenta con el certificado Green Globe	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	0 (2013)				
ST 20	Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental	x		Indica si el destino cuenta con certificación de municipio limpio	Procuraduría Federal de Protección al Ambiente	Si o No	No				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
ST 21	Consumo de energía por cuarto	x		Indica la cantidad de energía consumida por cuarto de hotel	www.energy-based.org. "Proyecto: Análisis de mercado para la aplicación de tecnologías de energías renovables y eficiencia energética en hoteles en México y mercado potencial para el sector financiero"	Elevado, Medio, Bajo	Elevado (2008)				
FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN											
F C1	Grado promedio de escolaridad		x	Grado promedio de escolaridad de la población mayor de 15 años	Instituto Nacional de Estadística y Geografía	Numérico	8.5 años				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
F C2	Recursos humanos calificados para atender el sector turismo		x	Cantidad de personal certificado en estándares de competencia laboral en el destino.	Dirección de Cultura Turística, SECTUR Guanajuato	Numérico	217				
F C3	Número de personal del destino con educación turística		x	Indica la cantidad de personal que cuenta con educación sobre el turismo en el destino	www.anuies.mx	Numérico	336 (2013)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
F C4	Planes de capacitación turística	x		Indica si el destino cuenta con planes o programas que fomenten la certificación turística	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Si o No	Si (2013)				
F C5	Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido	x		Mide la satisfacción de la calidad de los cursos y talleres de capacitación turística	Dirección de Cultura Turística, SECTUR Guanajuato	Bueno Regular Malo	Bueno (2013)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
F C6	Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H		x	Número de establecimientos que cuentan con el distintivo "H"	Dirección de Cultura Turística, SECTUR Guanajuato	Numérico	47				
F C7	Empresas con distintivo M		x	Número de empresas que cuentan con el distintivo "M"	Dirección de Cultura Turística, SECTUR Guanajuato	Numérico	102				
F C8	Número de guías de turistas certificados		x	Indica el número de guías certificados en materia turística en el destino	Registro Nacional de Turismo	Numérico	4				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
F C9	Cuenta con un sistema de información que evalúa la satisfacción de los visitantes	x		Indica si el destino cuenta con una metodología para evaluar la satisfacción de los turistas y excursionistas	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Si o No	Si				
F C10	Calidad de la evaluación de la satisfacción de los visitantes		x	Calificación promedio que otorgan los visitantes al destino	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	De 0 - 10	8.0				
ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA											
AI 1	Conectividad aérea		x	Indica el número de destinos nacionales e internacionales del Aeropuerto Bajío-León	Grupo Aeroportuario del Pacífico	Numérico	11				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
AI 2	Cantidad de servicios de apoyo al turista		x	Indica el número de módulos de información turística distribuidos en aeropuertos y en la ciudad destino	Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	24				
AI 3	Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino	x		Mide la calidad y suficiencia de centrales de autobuses y líneas aéreas que llegan al destino	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Suficiente e Insuficiente	Suficiente				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
AI 4	Calidad en el transporte local del destino		x	Mide la calidad del servicio del transporte público local para los visitantes al destino	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	De 0 - 10	7.5 (2012)				
AI 5	Tarifas hoteleras		x	Indica la tarifa promedio por noche en establecimientos de hospedaje en el destino	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Numérico	Entre \$128.00 - \$1,212.00				
AI 6	Reglamento de imagen urbana vigente	x		Indica si existe un reglamento que contemple la imagen urbana del destino	www.ciudadespatrimonio.mx	Si o No	Si				
AI 7	Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados		x	Señala el porcentaje de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano correspondientes al destino	Secretaría de Obra Pública del Estado de Guanajuato	De 0 - 100%	75% (2013)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
AI 8	Acceso a servicios básicos	x		Indica si existe el acceso a servicios básicos (energía eléctrica, servicios de agua potable y alcantarillado) que impulsen el desarrollo integral de las familias	COVEG	Si o No	Si (2011)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
AI 9	Flujo de Personas y Medios de Transporte		x	Indica el número de visitantes que vinieron en el año y el medio de transporte que utilizaron para llegar al destino	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Numérico	5,688,972 visitantes, de los cuales el 64% llegó en automóvil propio 29% en autobús 4% en avión 2% en autobús rentado 1% en automóvil rentado				

LEÓN, GUANAJUATO						Tablero de control					
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA											
S P1	Percepción del nivel de inseguridad	x		Indica la percepción del visitante y residentes en materia de inseguridad	Encuesta de Percepción Turística y Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro del estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Si o No	Si (2013)				
S P2	Porcentaje de delitos menores en relación a la población		x	Mide el porcentaje de delitos menores en relación a la población del destino	Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública	Numérico	0.01% (2011)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
S P3	Número de policías en relación a la población		x	Indica el número de policías en relación a la población (por cada 1000 habitantes)	Instituto Nacional de Estadística y Geografía	Numérico	2.28 (2010)				
S P4	Incidencia delictiva		x	Mide el número de delitos que ocurren en el destino en un período determinado	Procuraduría General de Justicia	Numérico	1.41 (2010)				
S P5	Delitos a mano armada		x	Indica el número de delitos a mano armada (arma blanca y arma de fuego) en el destino	Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública	Numérico	144 (2011)				
S P6	Homicidios dolosos		x	Indica el número de homicidios dolosos en el año ocurridos en el destino	Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública	Numérico	116 (2011)				
S P7	Delitos a las instituciones de banca y crédito		x	Indica el número de delitos a instituciones de banca y crédito en el destino	Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública	Numérico	1 (2011)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
S P8	Delitos contra la salud		x	Indica el número de delitos contra la salud en el destino	Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública	Numérico	5,482				
S P9	Delitos no denunciados		x	Indica el número de delitos no denunciados en el Estado de Guanajuato	Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública 2013 (INEGI)	Numérico	1,172,097				
S P10	Denuncias del fuero común		x	Número de denuncias del fuero común que se registraron en el destino	Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública	Numérico	23,664 (2011)				
S P11	Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles		x	Indica el número de plantas tratadoras de agua que operan en hoteles que se ubican en el destino	Asociación de Hoteles de la ciudad	Numérico	3 (2013)				

"Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato 2013" Destino: León

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
S P1 2	Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial		x	Señala el número de hoteles que cuenta con captación de agua pluvial	Asociación de Hoteles de la ciudad	Numérico	1 (2013)				
S P1 3	Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)		x	Indica el porcentaje de cobertura del sistema de recolección de residuos sólidos en el destino	Servicios Públicos del Municipio	De 0 - 100%	85-95% (2002)				
S P1 4	Porcentaje de reciclado de desechos		x	Mide el porcentaje de desechos que se reciclan en el destino	Servicios Públicos del Municipio	De 0 - 100%	1.96% (2009)				
S P1	Programas para el manejo de residuos		x	Indica el número de reglamentos que contempla el municipio sobre el	Instituto de Ecología del Estado de Guanajuato	Numérico	1				

"Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato 2013" Destino: León

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
5	peligrosos			manejo de residuos peligrosos							
S P1 6	Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas)		x	Indica el número de hospitales y clínicas que existen en el destino	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	275				
PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN											

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
P C1	Porcentaje de visitantes que regresan		x	Mide la probabilidad de que el visitante regrese al destino en el futuro	Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato	De 0 - 100%	100%				
P C2	Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino		x	Mide la probabilidad de que el visitante recomiende el destino	Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato	De 0 - 100%	99%				
P C3	Diversificación en segmento de población	x		Indica cómo se diversifica la población que visita el destino según sexo, nivel socioeconómico y edad	Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato	Diversificado o No Diversificado	Diversificado				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
P C4	Diversificación en segmento mercado		x	Señala el propósito de viaje del visitante al destino	Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato	De 0 - 100%	El 27% de los visitantes busca el destino para descanso o vacaciones				
P C5	Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCVs) u organismos similares		x	Muestra la existencia de OCV en el destino	Oficina de Convenciones y Visitantes del destino	Numérico	1				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
P C6	Grado de participación de los Destination Management Companies (DMCs) (Gestión local).	x		Indica si los DMC's tienen un impacto significativo en el destino	Dirección de Promoción y Difusión Turística SECTUR Guanajuato	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				
P C7	Diversificación en segmento de mercado geográfico		x	Mide el grado de participación de los mercado emisores: Estatal, Nacional e Internacional al destino	Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato	Numérico	El 68% de los visitantes son de origen nacional, el 29% estatal y el 3% internacional				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
P C8	Alcance de las campañas y medios de promoción.	x		Indica el alcance y la cobertura de los medios de promoción utilizados para las campañas publicitarias del destino	Entrevistas a líderes de opinión, tour operadores y agencias de viaje, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				
P C9	Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio.	x		Indica si el destino utiliza el nombramiento de "Ciudad Patrimonio" como marca	UNESCO	Si o No	No				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
P C1 0	Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.		x	Indica el porcentaje de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino	Entrevistas a líderes de opinión, tour operadores y agencias de viaje, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	De 0 - 100%	20% (2013)				
GESTIÓN DEL DESTINO											

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
G D1	Cuenta Dirección Turismo con de	x		Indica si el destino cuenta con una Dirección de Turismo	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR de Guanajuato	Si o No	Si				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
G D2	Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios	x		Señala el nivel de coordinación que existe entre el gobierno federal, estatal y municipal en conjunto con la sociedad civil y empresarios en temas de turismo	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				
G D3	Marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial decretado)	x		Indica si el destino cuenta con un marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo (ordenamiento ecológico territorial decretado)	Presidencia Municipal	Si o No	Si				

"Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato 2013" Destino: León

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
G D4	Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo	x		Señala la existencia de un marco regulatorio que esté en línea con la Nueva Política Nacional y con la Ley General de Turismo	Ley de Turismo del Estado de Guanajuato y sus Municipios (2010)	Si o No	Si				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
G D5	Programas y diagnósticos en materia turística	x		Señala la existencia de programas y diagnósticos en materia turística	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Si o No	Si				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
G D6	Coordinación con organismos turísticos regionales	x		Indica si existe o no una coordinación entre organismos turísticos del destino con otros organismos turísticos regionales	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
G D7	Coordinación Institucional	x		Indica cómo se da la coordinación institucional en el destino	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
G D8	Existencia de normatividad municipal	x		Señala si la normatividad municipal es de calidad y si es congruente con los planes estatales y nacionales de turismo y desarrollo	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Suficiente (2013)				
G D9	Existencia de comités de turismo sustentable	x		Marca la existencia de Comités de Turismo de tipo sustentable	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Si o No	No (2013)				

"Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato 2013" Destino: León

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
G D1 0	Percepción sobre el comercio ambulante	x		Indica la percepción sobre el comercio ambulante del destino	Encuesta de percepción turística y entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Bueno o Malo	Mala (2013)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
G D1 1	Nivel de involucramiento de los empresarios y la sociedad civil	x		Señala el grado de involucramiento de los empresarios y la sociedad civil en el destino	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
G D1 2	Participación de la sociedad en los eventos turísticos	x		Indica el nivel de participación de los ciudadanos en los eventos turísticos del destino	Encuesta de percepción turística y entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				
G D1 3	Sistema de Información Estadística del Turismo	x		Indica la existencia de un Sistema de Información Estadística del Turismo en el destino	www.datatur.sectur.gob.mx / Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato	Si o No	Si				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
G D1 4	Nivel de desarrollo turístico		x	Mide el Índice de Desempeño Turístico del destino	Evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos, SECTUR Federal	De 0-20	No Aplica (2012)				
G D1 5	Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal		x	Indica el presupuesto gubernamental destinado al turismo; estatal y municipal	Periódico Oficial del Estado de Guanajuato	Numérico	Estatal: \$289,569,40 0.00 Municipal: \$2, 966,067.00				
TIC'S E INFORMACIÓN AL TURISTA											

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
TI 1	Existencia de portal de internet del destino	x		Indica si el destino cuenta con portal de internet	Página de la Presidencia Municipal, página de la OCV del destino y www.gtoexperience.mx	Si o No	Si				
TI 2	Información actualizada en el portal de internet del destino	x		Indica si cuenta con la información actualizada en el portal de internet del destino	Página de la Presidencia Municipal, página de la OCV del destino y www.gtoexperience.	Si o No	Si				
TI 3	Acceso a internet en sitios públicos		x	Indica la cantidad de sitios público con acceso a internet gratuito	Oficinas de Telmex del destino	Numérico	71 (2013)				
TI 4	Cantidad de aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales,		x	Indica la cantidad de aplicaciones turísticas para móviles	Oficina de Convenciones y Visitantes del destino	Numérico	0				

"Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato 2013" Destino: León

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
	teléfonos de interés										
TI 5	Indicadores de localización del destino		x	Señala el número de indicadores de geo-localización del destino	www.gtoxperience.mx , www.gosur.com	Numérico	2				
TI 6	Hits de visitas al portal del destino		x	Señala el número de hits de visitas al portal del destino	Oficina de Convenciones y Visitantes del destino	Numérico	No Disponible				
TI 7	Líneas telefónicas		x	Indica el número de líneas telefónicas de atención al turista en el destino	Oficina de Convenciones y Visitantes del destino	Numérico	2				

LEÓN, GUANAJUATO							Tablero de control				
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012 si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis	2015	2018	2020	2023
TI 8	Teléfonos móviles		x	Indica la proporción de las viviendas que cuentan con teléfonos móviles en el destino.	Inventario Nacional de Viviendas (INEGI 2010)	De 0 - 100%	99% (2010)				
TI 9	Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico		x	Indica la proporción de industrias en tecnología que existen en el destino	Sistema de Información Empresarial Mexicano y Secretaría de Economía	De 0 - 1	0.0444 (2013)				
TI 10	Existencia de puntos de información turística		x	Indica si el destino cuenta con puntos de información turística de plataforma tecnológica	Oficina de Convenciones y Visitantes del destino	Numérico	0				

FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Arco Triunfal de la Calzada de los Héroes			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto.			
DIRECCIÓN:	Calle Madero y Blvd. Adolfo López Mateos			
TELÉFONO:	N/A			
CORREO ELECTRÓNICO:	N/A			
PÁGINA WEB:	http://www.leonguanajuato.com/arcodelacalzada/			
INICIO DE OPERACIONES:	Año de 1893			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
			X	
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	Sí			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Gobierno			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	carretera silao – león (carretera federal #45)			
TIPO DE TURISTA:	Nacional/Internacional			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	ESTILO DE CONSTRUCCIÓN
Museos y manifestaciones culturales		Monumento	Neoclásico
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
<p>En noviembre de 1914, los villistas tomaron la ciudad de León, en LEÓN, y el general Abel B. Serratos fue designado gobernador del estado. Durante su gestión giró instrucciones para que los presidentes municipales incautaran haciendas y ranchos, y realizó repartos de tierras. Ratificó, asimismo, decretos sobre los salarios mínimos y el descanso dominical de los trabajadores. El día 29 designó a León como capital provisional del estado, trasladó hasta ahí los poderes locales y habilitó como palacio de gobierno la Casa de las Monas. La construcción del siglo XIX es llamada así por las hermosas columnas con cuerpo femenino que adornan la puerta de entrada.</p>			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos Gratuito	Niños Gratuito	Lunes a domingo	Permanente
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Sí	

FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Basílica Catedral de la Madre Santísima de la Luz			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León de los Aldama, Gto.			
DIRECCIÓN:	Calle Justo sierra no. 216 , Centro			
TELÉFONO:	01 (477) 716 8719			
CORREO ELECTRÓNICO:	N/D			
PÁGINA WEB:	N/D			
INICIO DE OPERACIONES:	Año del 1866			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
				X
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	SI			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Independiente			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carretera Silao- León (carretera federal 45)			
TIPO DE TURISTA:	Estatat/Nacional			

TIPO DE ATRACTIVO		
CATEGORÍA	TIPO	ESTILO DE CONSTRUCCIÓN
Museos y manifestaciones culturales	Sitios Religiosos	Neoclásico
ANTECEDENTES HISTÓRICOS		
<p>Construida en el siglo XVIII, esta edificación es sede del obispado de la ciudad, en su interior podrás admirar dos bellas capillas, así como los muros del artista zacatecano Candelario Rivas. En ella se venera la imagen de Nuestra Señora de la Luz, patrona de la ciudad y de la diócesis.</p> <p>Su construcción fue iniciada por los jesuitas en 1744, en un estilo neoclásico del orden dórico, salvo la puerta lateral poniente, que es de estilo barroco; su atrio tiene un triple pórtico helenístico construido como monumento a la Virgen de la Luz por el obispo Sollano.</p>		
DATOS DE OPERACIÓN		
PRECIOS DE ADMISIÓN	HORARIOS	TEMPORALIDAD
Sin costo	Todos los días de 07:00 am a 08:00 pm.	Permanente
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD		
ESTADO DE CONSERVACIÓN	SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado	Bueno	

FICHA TÉCNICA CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Bol León			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto.			
DIRECCIÓN:	Boulevard Mariano Escobedo No. 2719 Colonia La Martinica; C.p. 37500			
TELÉFONO:	01- (477) 763 32 82			
CORREO ELECTRÓNICO:	bolleon2@hotmail.com			
PÁGINA WEB:	www.bolleon.com.mx			
INICIO DE OPERACIONES:	N/D			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
				X
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	SI			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Familiar/Independiente			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carretera Lagos de Moreno- León, Silao-León			
TIPO DE TURISTA:	descanso/placer			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	
Deporte y recreación		Boliche	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
N/D			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos \$500	Niños \$500	10:00 a 10:00 pm hrs.	Lunes-Domingo
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		SI	

FICHA TÉCNICA **CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS** **LEÓN 2013**



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

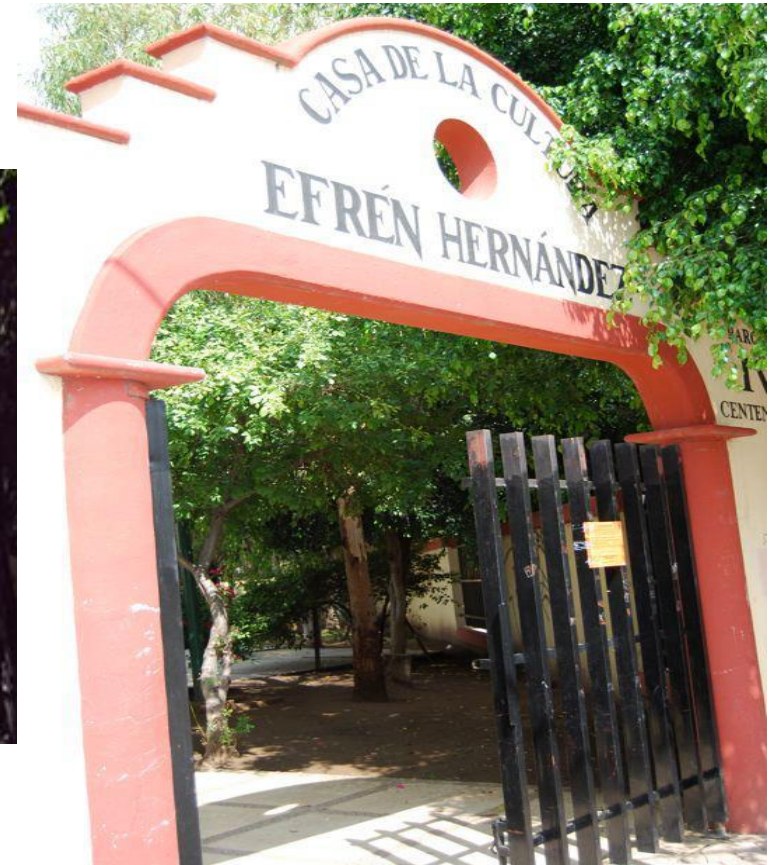
ATRACTIVO TURÍSTICO:	Casa de la cultura Efrén Hernández			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto			
DIRECCIÓN:	Monte de las Cruces Esq. Calle Luna			
TELÉFONO:	01 (477) 779 6334			
CORREO ELECTRÓNICO:	ccefrenhernandez.icl@hotmail.com			
PÁGINA WEB:	institutoculturaldeleon.org.mx			
INICIO DE OPERACIONES:	En el año 2003			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
			x	
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	SI			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Publica			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carretera Silao – León (Carretera Federal #45)			
TIPO DE TURISTA:	Local			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	
Museos y manifestaciones culturales históricas		Centros Culturales	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
Coordinada por José Trujillo, su objetivo es sensibilizar a los ciudadanos hacia el arte con un programa de cursos y talleres. Alejada de la zona centro, la Casa de Cultura Efrén Hernández ofrece en la actualidad las siguientes disciplinas: danza clásica y folclórica, repujado en metal, dibujo y pintura para niños.			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos x	Niños x	N/D	N/D
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Excelente	

FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Casa de las Monas			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto.			
DIRECCIÓN:	5 de Mayo, Zona Centro			
TELÉFONO:	01 (477) 716 4301			
CORREO ELECTRÓNICO:	N/D			
PÁGINA WEB:	N/D			
INICIO DE OPERACIONES:	Año de 1870			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
			x	
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	SI			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Gobierno			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carretera Silao – León (Carretera Federal #45)			
TIPO DE TURISTA:	Local			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	ESTILO DE CONSTRUCCIÓN
Museos y manifestaciones culturaes		Galería de arte	Neoclásico
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
<p>En noviembre de 1914, los villistas tomaron la ciudad de León, en LEÓN, y el general Abel B. Serratos fue designado gobernador del estado. Durante su gestión giró instrucciones para que los presidentes municipales incautaran haciendas y ranchos, y realizó repartos de tierras. Ratificó, asimismo, decretos sobre los salarios mínimos y el descanso dominical de los trabajadores. El día 29 designó a León como capital provisional del estado, trasladó hasta ahí los poderes locales y habilitó como palacio de gobierno la Casa de las Monas. La construcción del siglo XIX es llamada así por las hermosas columnas con cuerpo femenino que adornan la puerta de entrada.</p>			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos	Niños	Lunes a domingo 10:00hrs a 20:00hrs	Permanente
\$66.00	\$44.00		
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Excelente	

FICHA TÉCNICA CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Centro Max			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León de los Aldama, Gto.			
DIRECCIÓN:	Blvd. Lopez Mateos #2518 Col. Jardines de Jerez C.p. 37530, León, León			
TELÉFONO:	01 (477) 771 7361			
CORREO ELECTRÓNICO:	centromaxleon@prodigy.net.mx			
PÁGINA WEB:	www.centromaxleon.com			
INICIO DE OPERACIONES:	Año de 1998			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
				x
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	Si			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Privada			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre/ aéreo			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carretera Silao – León			
TIPO DE TURISTA:	Estatel/Nacional/Descanso			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	
Deporte y Recreación		Centro Comercial	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
<p>Está construido en una superficie de 135,284.14 m2, ubicado en las avenidas de mayor circulación en la ciudad de León, como el Blvd. A. López Mateos, Blvd. González Bocanegra y el Blvd. Torres Landa.</p> <p>Contamos con estéticas, boutiques de ropa para dama y caballero, perfumerías, joyerías, tiendas de regalos, además de Bancos, Casas de Bolsa, Financieras, Oficinas de Gobierno Estatales y Municipales para realizar todos los trámites y pagos necesarios, tenemos un extensa área de Fast Food con mas de 300 diferentes opciones de platillos, así como restaurantes con sus cómodas terrazas,</p>			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos	Niños	Lunes a Domingo 10:00hrs a 21:00hrs	Permanente
Gratuito	Gratuito		
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Excelente	

FICHA TÉCNICA CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Estadio León			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto			
DIRECCIÓN:	Blvd. Adolfo López Mateos Ote. 1810, La Martinica.			
TELÉFONO:	01- (477) 711 92 93			
CORREO ELECTRÓNICO:	N/D			
PÁGINA WEB:	www.clubleon-fc.com/estadio/			
INICIO DE OPERACIONES:	1 de Febrero de 1967			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
			X	
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	SI			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Gobierno			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carretera Lagos de Moreno- León, Silao-León			
TIPO DE TURISTA:	Descanso/Placer			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	
Deporte y Recreación		Estadio	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
<p>El Estadio León es un estadio de fútbol, situado en la ciudad de León, en el estado de Guanajuato en México. Sirve de sede habitual al Club León, así como al Unión de Curtidores y algunos equipos filiales y de divisiones inferiores.</p> <p>Inicio de la obra: 18 de agosto de 1965,Inauguración Oficial: 4 de febrero de 1967,Terreno donado por el estado de Guanajuato</p>			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
\$400	\$650	10:00 hrs-18:00 hrs.	Lunes a Viernes
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Si	

FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Factory Outlets			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto			
DIRECCIÓN:	Blvd. Aeropuerto			
TELÉFONO:	01 (477) 167 5060			
CORREO ELECTRÓNICO:	info@factoryoutlets.mx			
PÁGINA WEB:	www.centrofactory.com			
INICIO DE OPERACIONES:	En el año 2011			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
				X
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	SI			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Privada			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carretera Silao – León (carretera federal #45)			
TIPO DE TURISTA:	Estatat / Nacional / Local/ Internacional			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	
Deporte y recreación		Centro Comercial	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
Centro Comercial			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos	Niños	Lunes a Viernes de 10:30 hrs. a 20:30 hrs. Sábados de 10:00 hrs. a 21:00 hrs. Domingos de 10:00 hrs. a 20:00 hrs. Abierto todos los días del año.	Permanente
0	0		
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Excelente	

FICHA TÉCNICA CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Galería de arte "Jesús Gallardo"			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto.			
DIRECCIÓN:	Pedro Moreno # 202 Centro			
TELÉFONO:	7164301			
CORREO ELECTRÓNICO:	direcciongeneralrol@hotmail.com			
PÁGINA WEB:	www.institutoculturaldeleon.gob.mx			
INICIO DE OPERACIONES:	12 de abril del 2000			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
		X		
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	si			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Gobierno			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre y Aéreo			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carretera Lagos de Moreno- León, Silao-León			
TIPO DE TURISTA:	Descanso, Placer , Recreación			

TIPO DE ATRACTIVO

CATEGORÍA	TIPO
Museos y manifestaciones culturales históricas	Galería de arte

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La Galería Jesús Gallardo se inaugura el 12 de abril del 2000, convirtiéndose en el primer espacio expositivo de artes visuales que cuenta con las especificaciones necesarias como el control de temperatura e iluminación y los controles totales de seguridad que permiten salvaguardar la obra de arte expuesta.

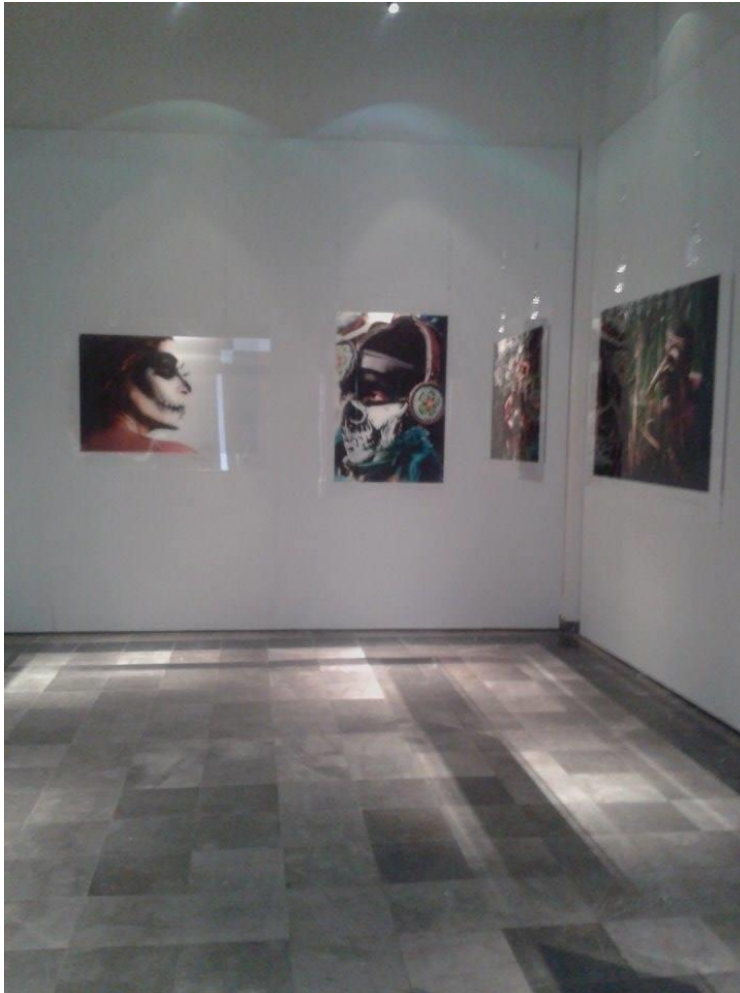
DATOS DE OPERACIÓN

PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos	Niños	10:00AM-6:00PM	Permanente

CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD

ESTADO DE CONSERVACIÓN	SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD
Buena	SI

FICHA TÉCNICA CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Galería del Zapato			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto.			
DIRECCIÓN:	Blvd. Adolfo López Mateos,			
TELÉFONO:	01 (477) 771 7401			
CORREO ELECTRÓNICO:	N/D			
PÁGINA WEB:	www.galeriadelzapatoleon.com			
INICIO DE OPERACIONES:	N/D			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
				X
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	Sí			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Privada			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carreteras: Lagos –León, Silao– León.			
TIPO DE TURISTA:	Placer/Compras			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	
Deporte y recreación		Centro Comercial	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
Centro Comercial			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos	Niños	Lunes a viernes 10:00hrs-20:30hrs, sábado 10:00hrs-21:00hrs	Permanente
0	0		
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Excelente	

FICHA TÉCNICA CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	La Gran Plaza			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León de los Aldama, Gto.			
DIRECCIÓN:	Boulevard Adolfo Lopez Mateos No. 1902 Col. Peñitas C.p. 37180			
TELÉFONO:	01 (477) 7 18 78 79			
CORREO ELECTRÓNICO:	recepcion@granplazaleon.com.mx			
PÁGINA WEB:	www.granplazaleon.com.mx			
INICIO DE OPERACIONES:	Año de 1991			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
				X
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	SI			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Privado			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carretera Lagos de Moreno- León, Silao-León			
TIPO DE TURISTA:	Descanso/Placer			

TIPO DE ATRACTIVO		
CATEGORÍA	TIPO	
Deporte y Recreación	Centro Comercial	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS		
N/D		
DATOS DE OPERACIÓN		
PRECIOS DE ADMISIÓN	HORARIOS	TEMPORALIDAD
Acceso Gratuito	9:00 – 23:00	Lunes a Domingo
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD		
ESTADO DE CONSERVACIÓN	SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado	Mala	

FICHA TÉCNICA CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

TIPO DE SERVICIO:	Museo			
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:	Museo de arte sacro			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto.			
DIRECCIÓN:	Calle Hidalgo #202 Colonia Centro C.p. 37700			
TELÉFONO:	01 (477) 7136076			
CORREO ELECTRÓNICO DE SERVICIO AL CLIENTE:	N/D			
PÁGINA WEB:	N/D			
INICIO DE OPERACIONES:	Año de 2001			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
				X
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Independiente, Diócesis			
MEDIO DE ACCESO:	Terrestre y Aéreo			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carretera Lagos de Moreno- León, Silao- León			
TIPO DE TURISTA:	Descanso/Placer			

TIPO DE SERVICIO		
CATEGORÍA	TIPO	NO. DE SALONES
Museos y manifestaciones culturales históricas	Museo	5
ANTECEDENTES HISTÓRICOS		
<p>A un lado de la catedral metropolitana de la ciudad de León Guanajuato, se encuentra el museo de arte sacro en el cual pueden apreciarse, reunidas, muchas obras de arte religioso creadas por diversos autores. Ahí podemos encontrar desde orfebrería, ornamentos, tejidos como gobelinos; pinturas al oleo, esculturas en madera estofada, en pasta o de patol, que además nos dejaron comparar las técnicas utilizadas.</p>		
DATOS DE OPERACIÓN		
PRECIOS DE ADMISIÓN	HORARIOS	TEMPORALIDAD
\$15.00	10:00 – 18:00	Martes a Sábado
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD		
ESTADO DE CONSERVACIÓN	SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Bueno	Malo	

FICHA TÉCNICA CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Museo de Arte e Historia de Guanajuato											
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Guanajuato											
DIRECCIÓN:	Prolongación Calzada de los Héroes no. 308 Col. La Martinica											
TELÉFONO:	01- (477) 104 11 50											
CORREO ELECTRÓNICO:	N/D											
PÁGINA WEB:	forumcultural.guanajuato.gob.mx											
INICIO DE OPERACIONES:	En el año de 2008											
JURISDICCION:	<table><tr><td>FED</td><td>EST</td><td>MUN</td><td>PRIV</td></tr><tr><td></td><td>X</td><td></td><td></td></tr></table>	FED	EST	MUN	PRIV		X					
FED	EST	MUN	PRIV									
	X											
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	SI											
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Gobierno											
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre											
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carretera Lagos de Moreno- León, Silao-León											
TIPO DE TURISTA:	Descanso/Placer/Negocios											

TIPO DE ATRACTIVO		
CATEGORÍA	TIPO	ESTILO DE CONSTRUCCIÓN
Atractivos, recreación y deporte	Museo	Combinación de concreto oxidado, lozas y muros cubiertos, salas con piso de duela y grandes ventanales con cristal

ANTECEDENTES HISTÓRICOS
El Museo de Arte e Historia de Guanajuato fue inaugurado el 27 de noviembre de 2008 y está localizado en la ciudad de León inserto en el visionario proyecto denominado Forum Cultural Guanajuato, institución dependiente del Gobierno del estado.

DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos \$20	Niños \$20	Martes a viernes: 10:00 a 17:00 hrs. Sábados y domingos: 11:00 a 19:00 hrs.	N/D

CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD	
ESTADO DE CONSERVACIÓN	SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD
Conservado	Si

FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA **CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS** **LEÓN 2013**

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Museo de Arte e Historia de León			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto.			
DIRECCIÓN:	Vasco de Quiroga, Prolongación Calzada de los Héroes			
TELÉFONO:	01 (477) 104 1105			
CORREO ELECTRÓNICO:	N/D			
PÁGINA WEB:	www.forumcultural.león.gob.mx			
INICIO DE OPERACIONES:	Año 2008			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
			X	
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	Sí			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Gobierno			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carreteras: Lagos –León, Silao-León.			
TIPO DE TURISTA:	Cultural/Placer			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	ESTILO DE CONSTRUCCIÓN
Museos y manifestaciones culturales históricas		Centros Culturales	Moderna
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
<p>El espacio arquitectónico es una obra diseñada por el despacho Nuño, Mac Gregor y de Buen Arquitectos S.C., se basa en una combinación de concreto oxidado, lozas y muros cubiertos, salas con piso de duela y grandes ventanales con cristal, elementos que le proporcionan una atmósfera de luz y belleza.</p>			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos	Niños	Martes a viernes 10:00hrs-17:00hrs, sábados y domingos 11:00hrs-19:00hrs	Martes a Domingo
\$20	\$20		
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Excelente	

FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEON 2013

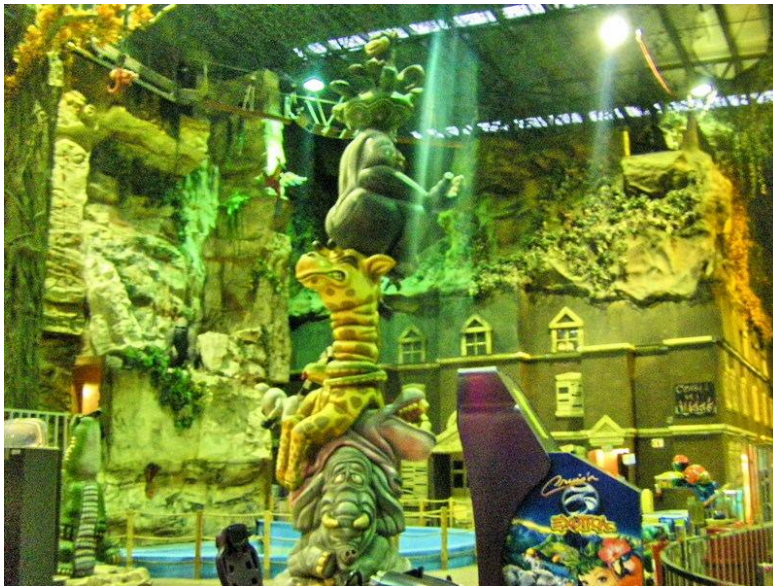
ATRACTIVO TURÍSTICO:	Parque de Diversión el Parque de la Selva			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León; Gto			
DIRECCIÓN:	Plaza Galería las Torres			
TELÉFONO:	776 03 03 Y 776 54 98			
CORREO ELECTRÓNICO:	parquedelaselvaleon@gmail.com			
PÁGINA WEB:	www.elparquedelaselva.com			
INICIO DE OPERACIONES:	Años de 2006			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
				X
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	SI			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Privado			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre, Aéreo			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	carretera Lagos de Moreno- León, Silao-León			
TIPO DE TURISTA:	Descanso/Placer			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	
Deporte y Recreación		Parque de diversiones	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
N/D			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos \$5.00	Niños \$5.00	11:00- 22:00	De Lunes a Domingo
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Bueno		SI	

FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEON 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Parque Explora			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto			
DIRECCIÓN:	Boulevard Francisco Villa # 202, 37500 León de los Aldama, Guanajuato			
TELÉFONO:	01- (477) 771 16 71			
CORREO ELECTRÓNICO:	N/D			
PÁGINA WEB:	www.explora.edu.mx/			
INICIO DE OPERACIONES:	23 de Noviembre de 1994			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
		X		
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	SI			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Gobierno			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carretera Lagos de Moreno- León, Silao-León			
TIPO DE TURISTA:	Descanso/Placer			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	
Museos y manifestaciones culturales históricas		Centro de Ciencias	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
El Centro de Ciencias Explora de la ciudad de León es uno de los primeros en su género en México. Inaugurado el 23 de noviembre de 1994, este espacio ofrece talleres, videoconferencias, exposiciones temporales y 6 salas totalmente interactivas que contienen en conjunto más de 270 exhibiciones, en donde los visitantes, tanto grandes como pequeños, pueden aprender divirtiéndose.			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos Gratuito	Niños Gratuito	Horarios: Martes a viernes : 9:00 a 18:00 hrs. Sábados, domingos y días festivos y vacaciones: 10:00 a 19:00 hrs.	Permanente
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Si	

FICHA TÉCNICA CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Plaza las Palmas			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto.			
DIRECCIÓN:	Bvld. Juan Alonso de torres esq. paseo del moral			
TELÉFONO:	N/D			
CORREO ELECTRÓNICO:	N/D			
PÁGINA WEB:	N/D			
INICIO DE OPERACIONES:	N/D			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
				x
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	sí			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Privada			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carreteras: Lagos –León, Silao-León.			
TIPO DE TURISTA:	Placer/Compras			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	
Deporte y Recreación		Centro Comercial	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
Centro comercial			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Niños Gratuito	Adultos Gratuito	Sábados a domingos 09:00 a 20:00 hrs.	Permanente
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Sí	

FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Plaza Mayor			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto.			
DIRECCIÓN:	Blvd. Juan Alonso de Torres			
TELÉFONO:	01 (477) 773 4916			
CORREO ELECTRÓNICO:	N/D			
PÁGINA WEB:	http://www.plazamayor.com.mx			
INICIO DE OPERACIONES:	N/D			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
				X
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	Si			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Privada			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carreteras: Lagos –León, Silao-León.			
TIPO DE TURISTA:	Placer/ Compras			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	
Deporte y recreación		Centro Comercial	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
Centro comercial			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos	Niños	11:00hrs a 21:00hrs	Lunes a Domingo
0	0		
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Excelente	

FICHA TÉCNICA CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Santuario de Nuestra Señora de Guadalupe			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto.			
DIRECCIÓN:	antillón			
TELÉFONO:	01 (477) 713 2371			
CORREO ELECTRÓNICO:	N/D			
PÁGINA WEB:	N/D			
INICIO DE OPERACIONES:	Año 1875			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
			X	
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	Sí			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Gobierno			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carreteras: Lagos –León, Silao-León.			
TIPO DE TURISTA:	Placer/Religioso			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	ESTILO DE CONSTRUCCIÓN
Museos y manifestaciones culturales históricas		Sitios religiosos	Neoclásico
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
<p>El primer intento de construcción tuvo lugar en 1839 y en 1850 el segundo. Finalmente, los trabajos definitivos, gracias al arcediano Pablo de Anda, comenzaron en 1870 y concluyeron en 1875, que incluyeron la edificación de un hospital, un asilo y una casa de beneficencia. En 1876 comenzó la tradición de celebrar el 12 de enero con visitas de los indígenas —niños y adultos vestidos con ropa de manta, huaraches y huacales con alimentos— a la Virgen de Guadalupe.</p>			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos Gratuito	Niños Gratuito	De 07:00 a 09:00 pm	Permanente
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Excelente	

FICHA TÉCNICA CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Teatro Manuel Doblado			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto.			
DIRECCIÓN:	Pedro Madero #202 esquina Hermanos Aldama Col. Centro C.P. 37000			
TELÉFONO:	01 (477) 7164301 01 (477) 716 9284			
CORREO ELECTRÓNICO DE SERVICIO AL CLIENTE:	direcciongeneralicl@hotmail.com			
PÁGINA WEB:	www.institutoculturaldeleon.gob.mx			
INICIO DE OPERACIONES:	Año 1880			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
			X	
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Gobierno			
MEDIO DE ACCESO:	Terrestre y aéreo			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carreteras: Lagos –León, Silao- León.			
TIPO DE TURISTA:	Descanso/ Placer / Recreación			

TIPO DE SERVICIO			
CATEGORÍA		TIPO	ESTILO DE CONSTRUCCIÓN
Deporte y Recreación		Teatro	Francés
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
<p>En 1869 se inició la construcción del edificio estilo francés bajo la dirección del Arquitecto José Noriega, quedando concluido y siendo inaugurado el 15 de septiembre 1880 y su administración a cargo de las autoridades municipales.</p> <p>En su inauguración hubo un fastuoso montaje de cuadros musicales que incluyeron <i>La Traviata</i>, de Giusseppe Verdi y la ópera <i>Macbeth</i> con la participación de la cantante Virginia Galván.</p> <p>Su original estructura, a la usanza francesa, incluía butaquería en herradura con balcones laterales, un imponente domo de cristal que daba al gran vestíbulo que contaba con una fuente central.</p> <p>Lleva el nombre del General Manuel Doblado por los meritos de quien fuera Militar y Gobernador del Estado de Guanajuato, en la época del Gobierno Juarista.</p>			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos Gratuito	Niños Gratuito	N/D	Permanente
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Bueno		Bueno	

FICHA TÉCNICA CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

GUANAJUATO 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Templo de Nuestra Señora de los Ángeles			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto.			
DIRECCIÓN:	Calle 20 de Enero			
TELÉFONO:	01 (477) 713 2018			
CORREO ELECTRÓNICO:	N/D			
PÁGINA WEB:	N/D			
INICIO DE OPERACIONES:	Año 1873			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
				X
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	Sí			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Privado			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carreteras: Lagos –León, Silao-León.			
TIPO DE TURISTA:	Placer/Religioso			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	ESTILO DE CONSTRUCCIÓN
Museos y manifestaciones culturales históricas		Sitios religiosos	Herreriano
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
<p>Se fundó probablemente hacia 1580 en una sede temporal y el templo empezó a edificarse en 1589, por los franciscanos. En 1762 se nombró patrono de la Villa de León a San Sebastián, ya venerado en esta parroquia. La fachada original, de estilo herreriano, fue sustituida en el siglo XIX por la neoclásica que hoy se ve. Su cúpula carece de tambor y el domo, formado por gajos y que arranca de la techumbre, alberga ventanales o lunetos.</p>			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos N/D	Niños N/D	N/D	N/D
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Excelente	

FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

GUANAJUATO 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Templo del Inmaculado Corazón de María			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León , Gto.			
DIRECCIÓN:	Calle 20 de Enero, Centro.			
TELÉFONO:	01 (477) 713 2712			
CORREO ELECTRÓNICO:	N/D			
PÁGINA WEB:	N/D			
INICIO DE OPERACIONES:	Año 1731			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
				X
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	Sí			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Privado			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carreteras: Lagos –León, Silao-León.			
TIPO DE TURISTA:	Placer/Religioso			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	ESTILO DE CONSTRUCCIÓN
Museos y manifestaciones culturales históricas		Sitios Religiosos	Art decó
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
<p>La construcción original, obra de los jesuitas, comenzó en 1746. Hacia 1767, cuando la orden jesuita fue expulsada de México, se trataba de un edificio con 8 m de altura y una portada lateral. Fue hasta la década de los treinta del siglo XIX que se reanudaron los trabajos de construcción. El atrio, que comenzó a erigirse hacia 1876, posee un muro de cantera que soporta un enverjado de hierro con tres accesos enmarcados con pórticos de piedra labrada. En 1886 el inmueble fue consagrado y dedicado como catedral.</p>			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos Gratuito	Niños Gratuito	De 07:00 a 09:00 pm	Permanente
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Bueno	

FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Templo Expiatorio			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto.			
DIRECCIÓN:	Madero # 721 Centro, C.p. 37000			
TELÉFONO:	(477) 714 20 96			
CORREO ELECTRÓNICO:	N/D			
PÁGINA WEB:	www.arquideleon.org			
INICIO DE OPERACIONES:	N/D			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
			x	
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	En general			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Gobierno			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre y Aéreo			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carretera federal 45 silao- león			
TIPO DE TURISTA:	Nacional/Internacional			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	ESTILO DE CONSTRUCCIÓN
Museos y Manifestaciones Culturales Históricas		Sitios Religiosos	Neogótico
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
El Templo Expiatorio del Sagrado Corazón de Jesús , ubicado en León, Guanajuato, en México. Es de estilo neogótico y considerado la máxima obra en su estilo en México. Su construcción comenzó el 8 de junio 1921 y concluida el 20 de marzo del 2012 con la Visita de S.S. Benedicto XVI			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos Gratuito	Niños Gratuito	8:00-13:00 Y DE 18:30-21:30HRS	Permanente
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Bueno		SI	

FICHA TÉCNICA CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LEÓN 2013



FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013

ATRACTIVO TURÍSTICO:	Zoológico de León.			
LOCALIDAD Y MUNICIPIO:	León, Gto.			
DIRECCIÓN:	Camino a Ibarrilla Km 6			
TELÉFONO:	01 (477) 764 3142			
CORREO ELECTRÓNICO:	director@zooleon.org.mx			
PÁGINA WEB:	www.zooleon.org.mx/w/inicio.html			
INICIO DE OPERACIONES:	N/D			
JURISDICCION:	FED	EST	MUN	PRIV
			X	
¿ABIERTO AL PÚBLICO?:	SÍ			
TIPO DE ORGANIZACIÓN:	Gobierno			
MEDIOS DE ACCESO:	Terrestre			
CARRETERAS Y AUTOPISTAS DE ACCESO:	Carreteras: Lagos –León, Silao-León.			
TIPO DE TURISTA:	Placer/ Descanso			

TIPO DE ATRACTIVO			
CATEGORÍA		TIPO	
Deporte y recreación		Zoológico	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS			
<p>Inaugurado en 1979 y 10 años mas tarde, dejamos de ser dependencia estatal para convertirnos en dependencia municipal. Actualmente contamos con mas de 1200 ejemplares de 180 especies diferentes; y una planilla de mas de 140 empleados trabajando para brindarte un mejor servicio. Poseemos importantes certificaciones y somos miembros de reconocida asociaciones nacionales e internacionales (AZA, AZCARM, IZE).</p>			
DATOS DE OPERACIÓN			
PRECIOS DE ADMISIÓN		HORARIOS	TEMPORALIDAD
Adultos \$66.00	Niños \$44.00	09:00hrs a 17:00hrs	Lunes a Domingo
CONSERVACIÓN Y ACCESIBILIDAD			
ESTADO DE CONSERVACIÓN		SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD	
Conservado		Excelente	

FICHA TÉCNICA

CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

LEÓN 2013



Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **OT1**

Número de museos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: **15**

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de museos y salas de exhibición de carácter permanente en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

El municipio cuenta con una amplia oferta en materia de museos y salas de exposición.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **2**
Código de Indicador: **OT2**

Número de monumentos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

53

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de monumentos en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Monumentos incluye inmuebles históricas de diferentes índoles; edificios, estatuas, etc.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **3**
Código de Indicador: **OT3**

Número de restaurantes y bares

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

348

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica la cantidad de restaurantes y bares que existen en la ciudad.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Los establecimientos incluyen restaurantes, bares, centros nocturnos de espectáculos, discoteques, piano bar y salones de baile.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Registro Nacional de Turismo

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **4**
Código de Indicador: **OT4**

Número de agencias de viajes

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: **133**

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de agencias turísticas que hay en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Las agencias de viajes se dividen entre agencias especializadas, mayoristas, minoristas y tour operadores.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Inventario Turístico de SECTUR Guanajuato 2012

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **OT5**

Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

La cantidad de zonas arqueológicas bajo el resguardo del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).

Detalles y Comentarios del Indicador:

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Registro Nacional de Turismo

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **OT6**

Número de cuartos de hotel

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

7,010

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de habitaciones en los hoteles de la ciudad

Detalles y Comentarios del Indicador:

1 estrella: 155

2 estrellas: 493

3 estrellas: 800

4 estrellas: 1.014

5 estrellas: 477

Sin clasificar: 300

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Registro Nacional de Turismo

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **7**
Código de Indicador: **OT7**

Número de establecimientos de alimentos y bebidas

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: **336**

¿Qué mide el indicador/variable?

Establecimientos que ofrecen alimentos y bebidas: restaurantes, cafeterías, fondas, cocinas económicas, taquerías y torterías.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se actualizará en función de los registros internos que proporcione SECTUR

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **8**
Código de Indicador: **OT8**

Afluencia de transporte local del destino

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado: Suficiente
--	-------------------	------------------	-----------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si las unidades económicas de transporte local y rutas de transporte público colectivo existente en el destino son suficientes.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El municipio de Guanajuato cuenta con accesibilidad interestatal e intermunicipal.

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: SECTUR Guanajuato	<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **9**

La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino

Código de Indicador: **OT9**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Insuficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si los productos turísticos existentes son suficientes y variados para la demanda turística

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Municipio de Guanajuato existe muy poca variedad de oferta turística (se requieren nuevas ofertas en ecoturismo, turismo de aventura, parques temáticos, etc)

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **10**
Código de Indicador: **OT10**

Número total de rutas al destino turístico

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 51

¿Qué mide el indicador/variable?

Contabiliza la cantidad de rutas de transporte foráneo que llegan al destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se tomaron en cuenta las líneas principales de transporte terrestre que operan en el destino, en este caso, son Primera Plus y ET (19 rutas). Además se incluyen los vuelos directos que tienen como destino el Aeropuerto Bajío-León (11 rutas).

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Páginas oficiales de empresas de transporte foráneo, 2013

Periodicidad de actualización:

Mensual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **11**
Código de Indicador: **OT11**

Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros. Total por destino turístico

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Disponible en: CONACULTA
http://sic.conaculta.gob.mx/listar.php?municipio_id=15&estado_id=11 y
UNESCO <http://whc.unesco.org/es/list/482>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **12**
Código de Indicador: **OT12**

Total de rutas turísticas

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: **4**

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de rutas, circuito y corredores turísticos que se ofrecen en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

**Las rutas turísticas que ofrece el municipio de Guanajuato son:
Ciudad tres planos, Una tarde de encanto, Minas y momias, Historia de una
batalla, Encuentro breve con los ilustres de Guanajuato, La expresión artística,
Ruta de la Independencia, Ruta de la Arqueología y Ruta de Capilla de Indios**

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

**Disponible en: www.gtoexperience.mx/es/paseos,
http://www.visitmexico.com/work/models/VisitMexico30/Folletos/Guanajuato_es.pdf**

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **13**
Código de Indicador: **OT13**

Número de hoteles por categoría

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

125

¿Qué mide el indicador/variable?

La cantidad total de hoteles en el destino, divididos en 6 categorías (1 estrella, 2 estrellas, 3 estrellas, 4 estrellas, 5 estrellas y sin clasificar)

Detalles y Comentarios del Indicador:

1 estrella: 15
2 estrellas: 14
3 estrellas: 25
4 estrellas: 16

5 estrellas: 12
Sin clasificar: 43

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **14**
Código de Indicador: **OT14**

Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Existencia de un inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Guanajuato cuenta con un inventario importante de atractivos y prestadores de servicios turísticos.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **15**
Código de Indicador: **OT15**

Declaratoria de zona de monumentos históricos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 0

¿Qué mide el indicador/variable?

Total de inmuebles que protege la declaratoria de zona de monumentos históricos

Detalles y Comentarios del Indicador:

Fecha de Publicación de la Declaratoria: Julio 28 de 1982 . Algunos de estos monumentos son: 1) Monumento al Pipila, 2) Monumento a Don Quijote y Sancho Panza y 3) Plaza de la Paz.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

INAH. Disponible en:
<http://www.inah.gob.mx/Transparencia/Archivos/monumentos%20y%20zonas%20de%20monumentos%20historicos.pdf>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **16**
Código de Indicador: **OT16**

Gasto promedio de turistas (pesos)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: \$1,152.60

¿Qué mide el indicador/variable?

La cantidad de dinero que gasta en promedio un turista en el destino por día.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Estadística proporcionada por SECTUR Guanajuato

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **17**
Código de Indicador: **OT17**

Estadía promedio de turistas (días)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

Entre 1.35 y 18.5

¿Qué mide el indicador/variable?

Número de días de estancia del turista

Detalles y Comentarios del Indicador:

1.71 días en hoteles de 1 a 5 estrellas, 3.5 días en hostel o posada, 3.82 días con familiares o amigos, 6.2 días en casa rentada y 1.5 días otros.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **18**
Código de Indicador: **OT18**

Número de actividades recreativas

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

72

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de lugares y actividades de ocio que existen en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Existe una amplia oferta de actividades de ocio disponibles.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **1**

Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico

Código de Indicador: **DP1**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 7.74%

¿Qué mide el indicador/variable?

**Variación de los Trabajadores asegurados en IMSS en el Sector Turístico
(incluye actividades de Preparación de alimentos y bebidas y Servicios de alojamiento temporal)**

Detalles y Comentarios del Indicador:

Variación observada de los meses de septiembre para el 2012 y 2013.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Entrevista a la Secretaría de Desarrollo Económico. Datos del IMSS Septiembre 2013.

Periodicidad de actualización:

Mensual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **2**

Nivel de bienestar (calidad de vida)

Código de Indicador: **DP2**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: Alto (0.88)

¿Qué mide el indicador/variable?

La calidad de vida en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Índice de Desarrollo Humano está construido a partir de 3 dimensiones educación, salud e ingreso per cápita. Es calculado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Sin embargo, el dato a nivel de desagregación municipal no está disponible, por lo que el INEGI, hace un cálculo utilizando como base el índice construido por el PNUD, llamándole índice de desarrollo humano con servicios, el cual toma en cuenta la tasa de habitantes con drenaje, la tasa de habitantes con agua y la tasa de habitantes con electricidad para sustituir el ingreso per cápita que no se encuentra disponible a nivel municipal.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

<http://sc.inegi.org.mx/sistemas/cobdem/resultados.jsp?w=96&Backidhecho=476&Backconstem=475&constembd=176>

Periodicidad de actualización:

Quinquenal

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**
Indicador: **3**
Código de Indicador: **DP3**

Salario promedio diario de cotización

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: \$246.04
--	-----------------	--------------------	---------------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **Ingreso (pesos) por hora trabajada de la población ocupada multiplicada por 8**

Detalles y Comentarios del Indicador: **Medida en Pesos. Por hora trabajada es 29.58 (Promedio estatal)**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, INEGI (2T 2013).
Datos proporcionados por SECTUR Guanajuato.**

Periodicidad de actualización: **Trimestral**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: SECTUR Guanajuato	<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **4**

Número de empleos (directos) en el sector turístico

Código de Indicador: **DP4**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

10,139

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica la cantidad de empleos directos correspondientes al sector turístico

Detalles y Comentarios del Indicador:

Trabajadores asegurados en IMSS en el Sector Turístico (incluye actividades de Preparación de alimentos y bebidas y Servicios de alojamiento temporal)

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☒

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Entrevista a la Secretaría de Desarrollo Económico. Datos del IMSS Septiembre 2013.

Periodicidad de actualización:

Mensual

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**
Indicador: **5**
Código de Indicador: **DP5**

Tasa de desocupación

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 5.99%
--	-----------------	--------------------	-------------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Porcentaje de la población económicamente activa (PEA) que se encuentra sin trabajar, pero que está buscando trabajo.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Población Económicamente Activa (PEA) = 2,505,624
Población Desocupada (PD) = 146,121
Variable medida en porcentaje.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

INEGI (2T 2013). Datos proporcionados por SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Tercer Trimestre 2013

Validación con:

INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: SECTUR Guanajuato	<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**
Indicador: **6**
Código de Indicador: **DP6**

Índice de Rezago Social

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

-1.2373

¿Qué mide el indicador/variable?

Índice de Rezago Social

Detalles y Comentarios del Indicador:

Es una medida que en un solo índice agrega variables de educación, de acceso a servicios de salud, de servicios básicos en la vivienda, de calidad y espacios en la misma, y de activos en el hogar. Es decir, proporciona el resumen de cuatro carencias sociales de la medición de pobreza del CONEVAL: rezago educativo, acceso a los servicios de salud, acceso a los servicios básicos en la vivienda, y la calidad y espacios en la vivienda. La técnica estadística utilizada por CONEVAL para construir este índice es el de análisis de componentes principales.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

Coneval 2010. Disponible en:
<http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/%C3%8Dndice-de-Rezago-social-2010.aspx> (Noviembre 2013).

Periodicidad de actualización:

Lustro

INEGI

Validación con:

Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **7**

Índice de Marginación

Código de Indicador: **DP7**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado: 13.294 (Estatal)

¿Qué mide el indicador/variable?

Índice que pondera la medición de 9 factores para medir el nivel de marginación de un destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El índice de marginación es calculado por el Consejo Nacional de Población. Se construye mediante la técnica estadística de análisis de componentes principales e incluye nueve factores: % de Población de 15 años o más analfabeta, % de Población de 15 años o más sin primaria completa, % Ocupantes en viviendas sin drenaje ni excusado, % Ocupantes en viviendas sin energía eléctrica, % Ocupantes en viviendas sin agua entubada, % Viviendas con algún nivel de hacinamiento, % Ocupantes en viviendas con piso de tierra, % Población en localidades con menos de 5 000 habitantes y % Población ocupada con ingreso de hasta 2 salarios mínimos.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

CONAPO 2010. Disponible en:
http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Indices_de_Marginacion_2010_por_entidad_federativa_y_municipio

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

☒
☐
☒

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **8**

Medición del impacto social y productivo del Turismo - SAM

Código de Indicador: **DP8**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Suficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si la actividad turística del destino contribuye a elevar la calidad de vida de los residentes locales.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El turismo es un empleador importante en el destino.

Método de obtención:

Observación directa

X

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**
Indicador: **9**
Código de Indicador: **DP9**

Encadenamiento productivo del sector

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Suficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Señala si la actividad turística interactúa con otros sectores productivos.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El serctor turístico esta altamente encadenado con el resto de la economía

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Formación y Certificación**
Indicador: **8**
Código de Indicador: **FC8**

Número de guías de turistas certificados

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 4
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el número de guías de turistas certificados en materia turística en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El indicador incluye al número de guías de turistas locales y generale, en el caso de Guanajuato 118 son locales y 27 son generales

Método de obtención:

Observación directa	X
Registros Administrativos	
Información Estatal	
Información de la Web	

Fuente:

Registro Nacional de Turismo.

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI	
Anuario Estadístico	
Otro: SECTUR Guanajuato	X

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **9**

Cuenta con un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes

Código de Indicador: **FC9**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si el destino cuenta con una metodología para evaluar la satisfacción de los turistas y excursionistas.

Detalles y Comentarios del Indicador:

La calificaciones entre 0 - 7 corresponden a Visitantes POCO Satisfechos = ROJO
La calificaciones entre 7.1 - 8.4 corresponden a Visitantes Satisfechos = AMARILLO
La calificaciones entre 8.5 - 10 corresponden a Visitantes Totalmente Satisfechos = VERDE
Periodo que

comprende del 2007 al 2012.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **10**

Código de Indicador: **FC10**

Calidad de la evaluación de la satisfacción de los visitantes.

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

8.0

¿Qué mide el indicador/variable?

Calificación promedio que otorgan los visitantes al destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El índice mencionado se divide en: estructura turística, servicios e infraestructura básica. Mide la calidad de los servicios ofrecidos al visitante, a mayor satisfacción mayor la probabilidad de que el visitante regrese al destino, así como mayor la probabilidad de que se convierta en un promotor de los atractivos y servicios del estado.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **1**

Conectividad aérea

Código de Indicador: **AI1**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 11

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el número de destinos nacionales e internacionales del Aeropuerto Bajío-León.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El aeropuerto se ubica a 5.5 km (3 millas) al noroeste de la Ciudad de Silao y a 15 km (9.5) millas al sureste del centro de León. Dada la cercanía, autobuses y taxis comunican al aeropuerto con el área urbana. Destinos: México, D.F., Monterrey, Tijuana, Cancún, Houston, Los Ángeles, Dallas, Chicago, San Francisco, Sacramento y Atlanta.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Grupo Aeroportuario del Pacífico.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**
Indicador: **2**
Código de Indicador: **A12**

Cantidad de servicios de apoyo al turista

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 24

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el número de módulos de información turística distribuidos en aeropuertos y en la ciudad destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Angeles Verdes 4, Estaciones de Gasolina 3, Módulos de información 2, oficinas de turismo 0, Servicio de Grúas 1, Talleres mecánicos 1.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **3**

Código de Indicador: **A13**

Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado: Suficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide la calidad y suficiencia de centrales de autobuses y líneas aéreas que llegan al destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Existencia de una Central de Autobuses y un Aeropuerto cercano (a 20 min) ubicado en el Mpio de Silao.

Principales vuelos se realizan a través de las aerolíneas: Continental Airlines, American Eagle, Aeroméxico, Aeroméxico Connect (Aerolitoralto), Volaris, Viva Aerobús, y Magnicharters.

Existen alrededor de 13 líneas de transporte que conectan a Guanajuato con sus alrededores y son: Autobuses centrales de México, Grupo Flecha Amarilla, Estrella Blanca, Primera plus, Grupo RYO San Cristobal, Grupo turístico minero, Jose R. Delgadillo Vargas, Línea Dorada, Omnibus de México, Transportes exclusivos de turismo, Transporte Turísticos De Gto, Transportes Urbanos Avalos, TTUR.

Sin embargo, el transporte en el destino es de baja calidad pues no cumple con normas ambientales, son de tamaño inadecuado y no hay accesibilidad para personas discapacitadas.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **4**

Código de Indicador: **A14**

Calidad en el transporte local del destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 7.5

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide la calidad del servicio de transporte público local para los visitantes al destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Tomando al índice de satisfacción en el rubro de servicio de transporte público local, se tiene un índice de 7.6, el cual es el más bajo comparado con otros rubros de satisfacción del turista.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **AI5**

Tarifas hoteleras

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado: De
\$128.00 a \$1,212.00

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica la tarifa promedio por noche en establecimientos de hospedaje en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

1 estrella: \$128.00, 2 estrellas: \$394.00, 3 estrellas: \$547.00, 4 estrellas: \$1,088.00 y 5 estrellas: \$1,212.00

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Mensual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**
Indicador: **6**
Código de Indicador: **A16**

Reglamento de imagen urbana vigente

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si existe un reglamento que contemple la imagen urbana del destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El municipio de León cuenta con un Reglamento para la Protección, Mejoramiento y Conservación de la Imagen Urbana y del Patrimonio Cultural del Municipio. Publicado el 22 de Agosto de 1995.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

<http://ciudadespatrimonio.mx>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **7**

Código de Indicador: **A17**

Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 75%

¿Qué mide el indicador/variable?

Señala el porcentaje de avance o aplicación de los planes de desarrollo urbano correspondientes al destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se detectó un avance limitado de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Secretaría de Obra Pública del Estado de Guanajuato.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **8**

Código de Indicador: **A18**

Acceso a servicios básicos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si existe la promoción el acceso a servicios básicos (energía eléctrica, servicios de agua potable y alcantarillado) que impulsen el desarrollo integral de las familias.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Los principales organismos operadores son CFE, organismos municipales operadores de agua potable y alcantarillado municipales.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

www.coveg.gob.mx.

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **9**

Código de Indicador: **AI9**

Flujo de personas y medios de transporte

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

5,688,972 visitantes de los cuales el 64% llegó en automóvil propio, 29% autobús, 4% avión, 2% autobús rentado, 3% automóvil rentado.

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el número de visitantes que vinieron al destino en el año y el medio de transporte que utilizaron para llegar al destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

**5,688,972 visitantes de los cuales:
64% llegó en automóvil propio
29% autobús
4% avión
2% autobús rentado
3% automóvil rentado**

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**
Indicador: **1**
Código de Indicador: **SP1L**

Percepción del nivel de inseguridad

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica la percepción del visitante y residente en materia de inseguridad.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Existe una buena percepción del nivel de seguridad en el Municipio de Guanajuato.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Encuesta de Percepción Turística y Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro del estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **2**

Código de Indicador: **SP2G**

Porcentaje de delitos menores en relación a la población

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0.01%

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide el porcentaje de delitos menores en relación a la población del destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el año 2011, hubo 2 533 delitos menores en Gto, Gto. El total fue de 10 914, se sacó porcentaje y esto se multiplicó por 1000 y se dividió entre la población de ese año. Porcentaje por cada mil habitantes.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública
www.estadisticadelictiva.secretariadoejecutivo.gob.mx

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**
Indicador: **3**
Código de Indicador: **SP3G**

Número de policías en relación a la población

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

2.28

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el número de policías en relación a la población (por cada 1,000 habitantes).

Detalles y Comentarios del Indicador:

De acuerdo con el censo 2010 del INEGI sacamos el número de Policías de Guanajuato. (Multiplicamos el número de policías por 1000 y lo dividimos entre la población total). El número es por cada mil habitantes.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

INEGI

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X
X

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**
Indicador: **4**
Código de Indicador: **SP4G**

Incidencia delictiva

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 1.41
--	-----------------	--------------------	-----------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide el número de delitos que ocurren en el destino en un periodo determinado.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se tomó en cuenta los delitos del año 2010, se multiplica por 1000 y se divide entre la población total de ese año.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Procuraduría General de Justicia. Control de Averiguaciones Previas 2011.

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: SECTUR Guanajuato	<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**
Indicador: **5**
Código de Indicador: **SP5G**

Delitos a mano armada

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 144
--	-----------------	--------------------	----------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **Indica el número de delitos a mano armada (con arma blanca y arma de fuego)**

Detalles y Comentarios del Indicador: **Se tomaron en cuenta los registros del año 2011. (delitos con arma blanca o arma de fuego, que contempla homicidios y lesiones).**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública**

Periodicidad de actualización: **Anual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: SECTUR Guanajuato	<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **SP6G**

Homicidios dolosos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

116

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el número de homicidios dolosos en el año ocurridos en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se registraron todo tipo de homicidios dolosos.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública.

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**
Indicador: **7**
Código de Indicador: **SP7G**

Delitos a las instituciones de banca y crédito

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

1

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el número de delitos a instituciones de banca y crédito en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se registraron los delitos a los delitos a las instituciones de banca y crédito.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública.

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**
Indicador: **8**
Código de Indicador: **SP8G**

Delitos contra la salud

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

5,482

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el número de delitos contra la salud en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se tomó en cuenta el número total estatal de delitos contra la salud, ya que no se encontraron datos por municipio. Año 2012.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública.

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **9**

Código de Indicador: **SP9G**

Delitos no denunciados

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

1,172,097

¿Qué mide el indicador/variable?

Número de delitos no denunciados en el Estado de Guanajuato.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Número de delitos no denunciados en el Estado de Guanajuato.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

**Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública 2013.
INEGI**

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Destino: León

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **10**

Denuncias del fuero común

Código de Indicador: **SP10G**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 23,664

¿Qué mide el indicador/variable?

Número de denuncias del fuero común que se registraron en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Existe un aumento en robos, atracos, vandalismo y pandillerismo en el municipio.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública.

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **11**

Código de Indicador: **SP11G**

Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

3

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el número de plantas tratadoras de agua que operan en hoteles que se ubican en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el destino no se registra alguna planta tratadora de agua en operación.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Asociación de Hoteles de la Ciudad.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **12**

Código de Indicador: **SP12G**

Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 1

¿Qué mide el indicador/variable?

Señala el número de hoteles que cuenta con captación de agua pluvial.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el destino no se registra alguna planta tratadora de agua en operación.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Asociación de Hoteles de la ciudad.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **13**

Código de Indicador: **SP13G**

Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de residuos sólidos Urbanos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

85-95%

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el porcentaje de cobertura del sistema de recolección de residuos sólidos en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Existe un área de oportunidad en la recolección municipal de residuos sólidos en materia de rutas y vehículos recolectores.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Servicios públicos del Municipio

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**
Indicador: **14**
Código de Indicador: **SP14G**

Porcentaje de reciclado de desechos

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 1.96%
--	-----------------	--------------------	------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide el porcentaje de desechos que se reciclan en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Información para el año 2009.

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Servicios Públicos del Municipio.

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: SECTUR Guanajuato	<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**
Indicador: **15**
Código de Indicador: **SP15G**

Programas para el manejo de residuos peligrosos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 1

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el número de reglamentos que contempla el municipio sobre el manejo de residuos peligrosos.

Detalles y Comentarios del Indicador:

A nivel estatal existe la Ley para la Gestión Integral de Residuos del Estado y los Municipios de Guanajuato, en la que se contemplan todos lineamientos sobre el manejo de los residuos peligrosos.
Ley Publicada en el Periódico Oficial el 10 de mayo del 2005.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

Instituto de Ecología del Estado de Guanajuato.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: Instituto de Ecología
Otro: SECTUR Guanajuato

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**
Indicador: **16**
Código de Indicador: **SP16G**

Centros de cuidado de la Salud (Hospitales, clínicas)

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 275
--	-----------------	--------------------	----------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **Indica el número de hospitales y clínicas que existen en el destino.**

Detalles y Comentarios del Indicador: **Cuenta con una oferta satisfactoria.**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.**

Periodicidad de actualización: **Permanente**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: Secretaría de Salud	<input checked="" type="checkbox"/>
	Otro: SECTUR Guanajuato	<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Promoción y Comercialización**
Indicador: **1**
Código de Indicador: **PC1**

Porcentaje de visitantes que regresan

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 100%

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide la probabilidad de que el visitante regrese al destino en el futuro.

Detalles y Comentarios del Indicador:

La pregunta que se realiza al visitante es, ¿qué tan probable es que ud vuelva a visitar el destino en el futuro? Las posibles respuestas son;
Definitivamente SI: 78%
Probablemente SI: 22%
Probablemente NO: 0%
Definitivamente NO: 0%

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **2**

Código de Indicador: **PC2**

Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

99%

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide la probabilidad de que el visitante recomiende el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

La pregunta que se realiza al visitante es, ¿qué tan probable es que ud recomiende a un amigo o colega visitar este destino? Las posibles respuestas son;

Definitivamente SI: 73%

Probablemente SI: 26%

Probablemente NO: 1%

Definitivamente NO: 0%

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

☐
☐
☒
☐

Fuente:

Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

☐
☐
☒

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **3**

Código de Indicador: **PC3**

Diversificación en segmento de población

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado: Diversificado

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica como se diversifica la población que visita el destino según sexo, nivel socioeconómico y edad.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Del total de los entrevistados, el 56% son hombres y el 44% son mujeres. Los porcentajes de turistas por edad son los siguientes: 15-19 años el 6%, 20-24 años el 25%, 25-29 años el 19%, 30-34 años el 11%, 35-39 años el 11%, 40-44 años el 9%, 45-49 años el 8%, 50-54 años el 5%, 55-59 años el 2%, 60-64 años el 2%, 65-69 años el 1% y 70 o más años el 1%. Finalmente, los turistas con ingresos medios son los que visitan más el destino: De \$13,200 a \$36,699 (C) el 36% y de \$7,700 a \$13,199 (D+) el 33%

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **4**

Código de Indicador: **PC4**

Diversificación en segmento mercado

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado:

El 27% visita el destino por descanso o vacaciones.

¿Qué mide el indicador/variable?

Señala el propósito del viaje del visitante al destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descanso / vacaciones: 27%
Congreso / exposición: 1%
Necocios / trabajo: 10%
Visita a familiares /amigos: 18%
Evento deportivo: 11%
Viaje de estudios / prácticas profesionales: 2%
Evento social: 3%
Luna de miel / romance: 1%
Compras : 19%
Religión y peregrinación: 3%
***Otro: 2%**

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **PC5**

Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV's) u organismos similares

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 1

¿Qué mide el indicador/variable?

Muestra la existencia de OCV en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

La oficina de Convenciones y Visitantes de León ofrece la siguiente información turística del destino: portafolio de eventos, oferta de lugares para congresos y convenciones, rutas turísticas, información del destino e información sobre hoteles y medios de transporte para llegar al destino.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Oficina de Convenciones y Visitantes de destino.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **PC6**

Grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's) (Gestión local).

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado: Insuficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si los DMC's tienen impacto significativo en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Sólo existen 6 DMC's con impacto en el destino:

CODICE

Grupo Turístico Minero S. fe R.L. De C.V.

Diverlight

Travel Today

Ecoturismo y Aventuras de México

Factor wow

Falta mejorar grado de participación de las DMC's.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Dirección de Promoción y Difusión Turística. SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **7**

Código de Indicador: **PC7**

Diversificación en segmento de mercado geográfico

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X) Valor Observado:

El 68% de los visitantes son de origen nacional, el 29% estatal y el 3% internacional

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide el grado de participación de los mercados emisores estatal, nacional e internacional al destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Mercados Emisores;

Nacional: 68% ; D.F (22%), Jalisco (14%), Querétaro (8%).

Estatal: 29% ; Celaya (17%), Irapuato (16%), Guanajuato y silao (10% c/u).

Internacional: 3% ; EUA (50%), Francia, España, Alemania (7% c/u), Argentina, Colombia (3% c/u)

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Promoción y Comercialización**
Indicador: **8**
Código de Indicador: **PC8**

Alcance de las campañas y medios de promoción.

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado: Insuficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el alcance y la cobertura de los medios de promoción utilizados para las campañas publicitarias del destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se ve reflejado una debilidad en el tamaño de alcance de las campañas y medios de promoción.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a líderes de opinión, tour operadores y agencias de viaje, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **9**

Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio

Código de Indicador: **PC9**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: No

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si el destino utiliza el nombramiento de "Ciudad Patrimonio" como marca.

Detalles y Comentarios del Indicador:

León no cuenta con este nombramiento.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

UNESCO: <http://www.unesco.org/new/es>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **10**

Código de Indicador: **PC10**

Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 20%

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el porcentaje de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Debido a que no se cuenta con el dato, utilizamos una variable proxy para dicho indicador.
La variable proxy utilizada es el indicador cualitativo del mismo que se obtuvo en el estudio de "Diagnóstico de Competitividad de Destinos Turísticos del Estado de Guanajuato 2013".

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Entrevistas a líderes de opinión, tour operadores y agencias de viaje, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: SECTUR Guanajuato	<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Gestión del Destino**
Indicador: **1**
Código de Indicador: **GD1**

Cuenta con Dirección de Turismo

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Sí

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si el destino cuenta con una dirección de Turismo.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Guanajuato sí cuenta con Dirección Municipal de Turismo.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: " Agendas de Competitividad de Destinos Turísticos del Estado de Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **2**

Código de Indicador: **GD2**

Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado: **Insuficiente**

¿Qué mide el indicador/variable?

Señala el nivel de coordinación que existe entre gobierno federal, estatal y municipal, en conjunto con la sociedad civil y empresarios en temas de turismo.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Existen comités en los que participan los actores mencionados a nivel municipal, como el Consejo Consultivo de Turismo y la Asociación de Hoteles y Moteles. A nivel estatal existen comités en el Observatorio Turístico y el Consejo de Turismo del Estado. Además, el Programa Estatal de Turismo Guanajuato 2013-2018 está elaborado tomando en cuenta los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios. Sin embargo, líderes de opinión señalan una área de oportunidad en dicha materia.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Gestión del Destino**

3

Indicador:

Marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial decretado)

Código de Indicador: **GD3**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si el destino cuenta con un marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo (ordenamiento ecológico territorial decretado)

Detalles y Comentarios del Indicador:

El destino no cuenta como tal con un Programa de Ordenamiento Territorial Municipal. Cuenta con un Reglamento de Zonificación, Uso y Destino del Suelo del Municipio de Guanajuato. Sin embargo, es del año 2006.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Presidencia Municipal

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SEMARNAT
Otro: SECTUR Guanajuato

X
X

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **4**

Código de Indicador: **GD4**

Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Señala la existencia de un marco regulatorio que este en línea con la Nueva Política Nacional y con la Ley General de Turismo.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Sí está alineado. Bajo el Artículo 6 del capítulo primero de la LTEGM. Son atribuciones de los ayuntamientos en materia turística:
I. Elaborar, promover y ejecutar programas de desarrollo turístico local acordes al programa de desarrollo turístico del Estado y al programa sectorial turístico del gobierno federal;
II. Promover los recursos y la oferta turística del municipio con base en el marco de la política de promoción estatal y nacional;
Bajo el Artículo 37 del Capítulo Undécimo de la LTEGM: La Secretaría en ejercicio de sus atribuciones, realizará por sí o de manera interinstitucional la promoción turística nacional del Estado de Guanajuato.
La promoción de atractivos y servicios turísticos que ofrezca el Estado de Guanajuato a nivel internacional, podrá realizarla en coordinación con las instancias federales, respetando en todo momento los lineamientos y políticas establecidas para tal efecto.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

Ley de Turismo del Estado de Guanajuato y sus Municipios (LTEGM). 2010

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Gestión del Destino**
Indicador: **5**
Código de Indicador: **GD5**

Programas y diagnósticos en materia turística

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: **Si**

¿Qué mide el indicador/variable?

Señala la existencia de programas y diagnósticos en materia turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Dicha información puede ser observada en Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Gestión del Destino**
Indicador: **6**
Código de Indicador: **GD6**

Coordinación con organismos turísticos regionales

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: **Insuficiente**

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si existe o no una coordinación entre organismos turísticos del destino con otros organismos turísticos regionales.

Detalles y Comentarios del Indicador:

No hay comités formalmente organizados

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Gestión del Destino**
Indicador: **7**
Código de Indicador: **GD7**

Existencia de coordinación Institucional

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: **Insuficiente**

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica como se da la coordinación Institucional en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Según líderes de opinión existe una falta de comités técnicos que coordinan la actividad turística entre los tres órdenes de gobierno.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Encuestas a líderes de opinión, tour operadores y agencias de viaje, y Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Gestión del Destino**
Indicador: **8**
Código de Indicador: **GD8**

Existencia de normatividad municipal

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado: **Suficiente**

¿Qué mide el indicador/variable?

Señala si la normatividad municipal es de calidad y si es congruente con los planes estatales y nacionales de turismo y desarrollo

Detalles y Comentarios del Indicador:

Sí hay una normatividad municipal de calidad. Bajo el artículo 21 del Capítulo Sexto de la LTEGM:
ARTÍCULO 22. Los ayuntamientos que en los términos de la normatividad elaboren programas de desarrollo turístico, deberán observar congruencia con los instrumentos a que se refiere el artículo anterior. Para tal efecto, la Secretaría brindará asesorías y coadyuvará con los ayuntamientos en sus procesos de planeación y programación turística.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Gestión del Destino**
Indicador: **9**
Código de Indicador: **GD9**

Existencia de comités de turismo sustentable

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: No

¿Qué mide el indicador/variable?

Marca la existencia de comités de turismo de tipo sustentable.

Detalles y Comentarios del Indicador:

No existen en la práctica, sin embargo existe de acuerdo a un documento de SECTUR.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Gestión del Destino**
Indicador: **10**
Código de Indicador: **GD10**

Percepción sobre el comercio ambulante

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Mala

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica la percepción sobre el comercio ambulante del destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Existe mucho comercio informal.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Encuesta de percepción turística y entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Gestión del Destino**
Indicador: **11**
Código de Indicador: **GD11**

Nivel de involucramiento de los empresarios y la sociedad civil

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Insuficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Señala el grado de involucramiento de los empresarios y la sociedad civil en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Existen comités en los que participan los actores mencionados a nivel municipal, como el Consejo Consultivo de Turismo y la Asociación de Hoteles y Moteles. A nivel estatal existen comités en el Observatorio Turístico y el Consejo de Turismo del Estado. Además, el Programa Estatal de Turismo Guanajuato 2013-2018 está elaborado tomando en cuenta los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios. Sin embargo en el PETG 2013-2018 se comenta que, esta coordinación debe de mejorar.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Gestión del Destino**
Indicador: **12**
Código de Indicador: **GD12**

Participación de la sociedad en los eventos turísticos

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado: Insuficiente
--	-------------------	------------------	-------------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el nivel de participación de los ciudadanos en los eventos turísticos del destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Municipio de Guanajuato se detecta una baja participación de las Organizaciones no Gubernamentales.

Método de obtención:

Observación directa	X
Registros Administrativos	
Información Estatal	
Información de la Web	

Fuente:

Encuesta de percepción turística y entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI	
Anuario Estadístico	
Otro: SECTUR Guanajuato	X

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **13**

Código de Indicador: **GD13**

Sistema de información estadística del turismo

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica la existencia de un sistema de información estadística del turismo en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Sí existen.

A nivel federal: Datatur.

A nivel estatal: El Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

Datatur a nivel nacional y Dirección de Información y Análisis de SECTUR

Guanajuato.

Fuente:

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X
X

Factor: **Gestión del Destino**
Indicador: **14**
Código de Indicador: **GD14**

Nivel de desarrollo turístico

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: NA

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide el Índice de Desempeño Turístico del destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

El municipio de León no es calificado bajo este índice.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos, SECTUR FEDERAL.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Gestión del Destino**
Indicador: **15**
Código de Indicador: **GD15**

Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

Estatal:

\$289,569,400.00

Municipal:

\$2, 966,067.00

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal

Detalles y Comentarios del Indicador:

El recurso estatal está destinado directamente a la Secretaría de Turismo de Guanajuato.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Periodico Oficial del Estado de Guanajuato.

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **T11**

Existencia de portal de internet del destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si el destino cuenta con portal de internet.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En general tambien se encuentran: 1) tripadvisor.com.mx; 2) bestday.com.mx; y 3) visitmexico.com, en versiones de inglés y español. Y Finalmente amazing-mexico-vacations en version de inglés solamente.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Página de la presidencia municipal, página de la OCV del destino y www.gtoexperience.mx

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **2**

Código de Indicador: **T12**

Información actualizada en el portal de internet del destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si cuenta con la informacion actualizada en el portal de internet del destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Los criterios tomados para decir si está actualizada la información en el portal de internet fueron: eventos al día, la fecha que aparece en el portal, las ligas se encuentran y las noticias son actuales

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

**Página del Oficina de Convenciones y Visitantes de León y
www.gtoexperience.mx/es/destinos/león**

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **3**

Código de Indicador: **T13**

Cantidad de sitios públicos con acceso a internet

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

71

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica la cantidad de sitios públicos con acceso a internet gratuito.

Detalles y Comentarios del Indicador:

De acuerdo con la información proporcionada por Telmex , León cuenta con 71 zonas con acceso al servicio WiFi.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☒
☐
☐
☐

Fuente:

Oficinas de Telmex del destino.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

☐
☐
☒

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **4**

Cantidad de aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés

Código de Indicador: **T14**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica la cantidad de aplicaciones turísticas para móviles.

Detalles y Comentarios del Indicador:

De acuerdo a la OCV León, el municipio de León no cuenta hasta el momento con aplicaciones turísticas móviles. En la pagina de gto experience en el apartado de travel info se encuentra una pestaña llamada versión móvil y ahí se encuentran aplicaciones turísticas pero a nivel estatal.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Oficina de Convenciones y Visitantes del destino

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **T15**

Cantidad de indicadores de geolocalización del destino en tecnologías

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

2

¿Qué mide el indicador/variable?

Señala el número de indicadores de geolocalización del destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Para localizar el destino se utilizó la herramienta de Google Maps.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

www.gtoexperience.mx , www.gosur.com

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **T16**

Hits de visitas al portal del destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Número de hits de visitas al portal del destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

No se cuenta con este dato.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Oficina de Convenciones y Visitantes del destino.

Periodicidad de actualización:

Mensual

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **7**

Líneas telefónicas

Código de Indicador: **T17**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

2

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el número de líneas telefónicas de atención al turista en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

A nivel nacional se encuentra el 078 y a nivel estatal se encuentra 01800 VIVE GTO (8483486)

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Oficina de Convenciones y Visitantes del destino.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: TICs e Información al turista									
Indicador: 8	Teléfonos móviles								
Código de Indicador: T18									
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	<table border="1"> <tr> <td>Cualitativo ()</td> <td>Cuantitativo (X)</td> <td>Valor Observado: 99%</td> </tr> </table>	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 99%					
Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 99%							
¿Qué mide el indicador/variable?	Indica la proporción de las viviendas que cuentan con teléfonos móviles en el destino en 2010.								
Detalles y Comentarios del Indicador:	Total de hogares en el destino en 2010: 40,162 Hogares con disponibilidad de teléfonos móviles en el destino en 2010: 40,153 Proporción de hogares con teléfonos móviles en el destino en 2010: 99%								
Método de obtención:	<table border="1"> <tr><td>Observación directa</td><td></td></tr> <tr><td>Registros Administrativos</td><td></td></tr> <tr><td>Información Estatal</td><td></td></tr> <tr><td>Información de la Web</td><td>X</td></tr> </table>	Observación directa		Registros Administrativos		Información Estatal		Información de la Web	X
Observación directa									
Registros Administrativos									
Información Estatal									
Información de la Web	X								
Fuente:	Inventario Nacional de Viviendas, INEGI (2010)								
Periodicidad de actualización:	Anual								
Validación con:	<table border="1"> <tr><td>INEGI</td><td></td></tr> <tr><td>Anuario Estadístico</td><td></td></tr> <tr><td>Otro: SECTUR Guanajuato</td><td>X</td></tr> </table>	INEGI		Anuario Estadístico		Otro: SECTUR Guanajuato	X		
INEGI									
Anuario Estadístico									
Otro: SECTUR Guanajuato	X								

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **9**

Código de Indicador: **T19**

Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0.0444

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica la proporción de industrias en tecnología que existen en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Debido a la falta de un índice de exportaciones de alta tecnología o un índice tecnológico, usamos el cociente de no. de industrias en el destino entre el no. de industrias en el país.

Lo anterior es aceptable pues son las industrias las que generan capital físico y humano que en algún momento de puede exportar a otros destino.

Industrias en el destino: 207

Total de Industrias en el Estado: 4,826

Total de Industrias en el país: 55,652

Índice de industrialización a nivel estatal: $207 / 4,826 = 0.0428$

Índice de industrialización a nivel país: $207/55,652 = 0.0037$

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Sistema de Información Empresarial Mexicano, Secretaría de Economía.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **TICs e Información al turista**
Indicador: **10**
Código de Indicador: **T110**

Existencia de puntos de información turística

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 10
--	-----------------	--------------------	---------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **Indica si el destino cuenta con puntos de informacion turística de plataforma tecnológica.**

Detalles y Comentarios del Indicador: **De acuerdo con la OCV León, el municipio no cuenta con puntos de informacion turística oficiales.**

Método de obtención:	Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Oficina de convenciones y visitantes del destino.**

Periodicidad de actualización: **Permanente**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: SECTUR Guanajuato	<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **OT1**

Número de museos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: **15**

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de museos y salas de exhibición de carácter permanente en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

El municipio cuenta con una amplia oferta en materia de museos y salas de exposición.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **2**
Código de Indicador: **OT2**

Número de monumentos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

53

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de monumentos en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Monumentos incluye inmuebles históricas de diferentes índoles; edificios, estatuas, etc.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **3**
Código de Indicador: **OT3**

Número de restaurantes y bares

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

348

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica la cantidad de restaurantes y bares que existen en la ciudad.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Los establecimientos incluyen restaurantes, bares, centros nocturnos de espectáculos, discoteques, piano bar y salones de baile.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Registro Nacional de Turismo

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **4**
Código de Indicador: **OT4**

Número de agencias de viajes

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: **133**

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de agencias turísticas que hay en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Las agencias de viajes se dividen entre agencias especializadas, mayoristas, minoristas y tour operadores.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Inventario Turístico de SECTUR Guanajuato 2012

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **OT5**

Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

La cantidad de zonas arqueológicas bajo el resguardo del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).

Detalles y Comentarios del Indicador:

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Registro Nacional de Turismo

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **OT6**

Número de cuartos de hotel

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

7,010

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de habitaciones en los hoteles de la ciudad

Detalles y Comentarios del Indicador:

1 estrella: 155

2 estrellas: 493

3 estrellas: 800

4 estrellas: 1.014

5 estrellas: 477

Sin clasificar: 300

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Registro Nacional de Turismo

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **7**
Código de Indicador: **OT7**

Número de establecimientos de alimentos y bebidas

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: **336**

¿Qué mide el indicador/variable?

Establecimientos que ofrecen alimentos y bebidas: restaurantes, cafeterías, fondas, cocinas económicas, taquerías y torterías.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se actualizará en función de los registros internos que proporcione SECTUR

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **8**

Código de Indicador: **OT8**

Afluencia de transporte local del destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado: Suficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si las unidades económicas de transporte local y rutas de transporte público colectivo existente en el destino son suficientes.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El municipio de Guanajuato cuenta con accesibilidad interestatal e intermunicipal.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **9**

La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino

Código de Indicador: **OT9**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Insuficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si los productos turísticos existentes son suficientes y variados para la demanda turística

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Municipio de Guanajuato existe muy poca variedad de oferta turística (se requieren nuevas ofertas en ecoturismo, turismo de aventura, parques temáticos, etc)

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **10**
Código de Indicador: **OT10**

Número total de rutas al destino turístico

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 51

¿Qué mide el indicador/variable?

Contabiliza la cantidad de rutas de transporte foráneo que llegan al destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se tomaron en cuenta las líneas principales de transporte terrestre que operan en el destino, en este caso, son Primera Plus y ET (19 rutas). Además se incluyen los vuelos directos que tienen como destino el Aeropuerto Bajío-León (11 rutas).

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Páginas oficiales de empresas de transporte foráneo, 2013

Periodicidad de actualización:

Mensual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **11**
Código de Indicador: **OT11**

Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros. Total por destino turístico

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Disponible en: CONACULTA
http://sic.conaculta.gob.mx/listar.php?municipio_id=15&estado_id=11 y
UNESCO <http://whc.unesco.org/es/list/482>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **12**
Código de Indicador: **OT12**

Total de rutas turísticas

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: **4**

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de rutas, circuito y corredores turísticos que se ofrecen en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

**Las rutas turísticas que ofrece el municipio de Guanajuato son:
Ciudad tres planos, Una tarde de encanto, Minas y momias, Historia de una
batalla, Encuentro breve con los ilustres de Guanajuato, La expresión artística,
Ruta de la Independencia, Ruta de la Arqueología y Ruta de Capilla de Indios**

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

**Disponible en: www.gtoexperience.mx/es/paseos,
http://www.visitmexico.com/work/models/VisitMexico30/Folletos/Guanajuato_es.pdf**

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **13**
Código de Indicador: **OT13**

Número de hoteles por categoría

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

125

¿Qué mide el indicador/variable?

La cantidad total de hoteles en el destino, divididos en 6 categorías (1 estrella, 2 estrellas, 3 estrellas, 4 estrellas, 5 estrellas y sin clasificar)

Detalles y Comentarios del Indicador:

1 estrella: 15
2 estrellas: 14
3 estrellas: 25
4 estrellas: 16

5 estrellas: 12
Sin clasificar: 43

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **14**
Código de Indicador: **OT14**

Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Existencia de un inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Guanajuato cuenta con un inventario importante de atractivos y prestadores de servicios turísticos.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **15**
Código de Indicador: **OT15**

Declaratoria de zona de monumentos históricos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

Total de inmuebles que protege la declaratoria de zona de monumentos históricos

Detalles y Comentarios del Indicador:

Fecha de Publicación de la Declaratoria: Julio 28 de 1982 . Algunos de estos monumentos son: 1) Monumento al Pipila, 2) Monumento a Don Quijote y Sancho Panza y 3) Plaza de la Paz.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

INAH. Disponible en:
<http://www.inah.gob.mx/Transparencia/Archivos/monumentos%20y%20zonas%20de%20monumentos%20historicos.pdf>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **16**
Código de Indicador: **OT16**

Gasto promedio de turistas (pesos)

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: \$1,152.60
--	-----------------	--------------------	-----------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La cantidad de dinero que gasta en promedio un turista en el destino por día.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Estadística proporcionada por SECTUR Guanajuato

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **17**
Código de Indicador: **OT17**

Estadía promedio de turistas (días)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

Entre 1.35 y 18.5

¿Qué mide el indicador/variable?

Número de días de estancia del turista

Detalles y Comentarios del Indicador:

1.71 días en hoteles de 1 a 5 estrellas, 3.5 días en hostel o posada, 3.82 días con familiares o amigos, 6.2 días en casa rentada y 1.5 días otros.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **18**
Código de Indicador: **OT18**

Número de actividades recreativas

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

72

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de lugares y actividades de ocio que existen en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Existe una amplia oferta de actividades de ocio disponibles.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **1**

Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico

Código de Indicador: **DP1**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 7.74%

¿Qué mide el indicador/variable?

**Variación de los Trabajadores asegurados en IMSS en el Sector Turístico
(incluye actividades de Preparación de alimentos y bebidas y Servicios de alojamiento temporal)**

Detalles y Comentarios del Indicador:

Variación observada de los meses de septiembre para el 2012 y 2013.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Entrevista a la Secretaría de Desarrollo Económico. Datos del IMSS Septiembre 2013.

Periodicidad de actualización:

Mensual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **2**

Nivel de bienestar (calidad de vida)

Código de Indicador: **DP2**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: Alto (0.88)

¿Qué mide el indicador/variable?

La calidad de vida en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Índice de Desarrollo Humano está construido a partir de 3 dimensiones educación, salud e ingreso per cápita. Es calculado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Sin embargo, el dato a nivel de desagregación municipal no está disponible, por lo que el INEGI, hace un cálculo utilizando como base el índice construido por el PNUD, llamándole índice de desarrollo humano con servicios, el cual toma en cuenta la tasa de habitantes con drenaje, la tasa de habitantes con agua y la tasa de habitantes con electricidad para sustituir el ingreso per cápita que no se encuentra disponible a nivel municipal.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

<http://sc.inegi.org.mx/sistemas/cobdem/resultados.jsp?w=96&Backidhecho=476&Backconstem=475&constembd=176>

Periodicidad de actualización:

Quinquenal

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**
Indicador: **3**
Código de Indicador: **DP3**

Salario promedio diario de cotización

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: \$246.04
--	-----------------	--------------------	---------------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **Ingreso (pesos) por hora trabajada de la población ocupada multiplicada por 8**

Detalles y Comentarios del Indicador: **Medida en Pesos. Por hora trabajada es 29.58 (Promedio estatal)**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, INEGI (2T 2013).
Datos proporcionados por SECTUR Guanajuato.**

Periodicidad de actualización: **Trimestral**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: SECTUR Guanajuato	<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **4**

Número de empleos (directos) en el sector turístico

Código de Indicador: **DP4**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

10,139

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica la cantidad de empleos directos correspondientes al sector turístico

Detalles y Comentarios del Indicador:

Trabajadores asegurados en IMSS en el Sector Turístico (incluye actividades de Preparación de alimentos y bebidas y Servicios de alojamiento temporal)

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☒

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Entrevista a la Secretaría de Desarrollo Económico. Datos del IMSS Septiembre 2013.

Periodicidad de actualización:

Mensual

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**
Indicador: **5**
Código de Indicador: **DP5**

Tasa de desocupación

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 5.99%
--	-----------------	--------------------	-------------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Porcentaje de la población económicamente activa (PEA) que se encuentra sin trabajar, pero que está buscando trabajo.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Población Económicamente Activa (PEA) = 2,505,624
Población Desocupada (PD) = 146,121
Variable medida en porcentaje.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

INEGI (2T 2013). Datos proporcionados por SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Tercer Trimestre 2013

Validación con:

INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: SECTUR Guanajuato	<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**
Indicador: **6**
Código de Indicador: **DP6**

Índice de Rezago Social

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

-1.2373

¿Qué mide el indicador/variable?

Índice de Rezago Social

Detalles y Comentarios del Indicador:

Es una medida que en un solo índice agrega variables de educación, de acceso a servicios de salud, de servicios básicos en la vivienda, de calidad y espacios en la misma, y de activos en el hogar. Es decir, proporciona el resumen de cuatro carencias sociales de la medición de pobreza del CONEVAL: rezago educativo, acceso a los servicios de salud, acceso a los servicios básicos en la vivienda, y la calidad y espacios en la vivienda. La técnica estadística utilizada por CONEVAL para construir este índice es el de análisis de componentes principales.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Coneval 2010. Disponible en:
<http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/%C3%8Dndice-de-Rezago-social-2010.aspx> (Noviembre 2013).

Periodicidad de actualización:

Lustro

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X
X

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **7**

Índice de Marginación

Código de Indicador: **DP7**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado: 13.294 (Estatal)

¿Qué mide el indicador/variable?

Índice que pondera la medición de 9 factores para medir el nivel de marginación de un destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El índice de marginación es calculado por el Consejo Nacional de Población. Se construye mediante la técnica estadística de análisis de componentes principales e incluye nueve factores: % de Población de 15 años o más analfabeta, % de Población de 15 años o más sin primaria completa, % Ocupantes en viviendas sin drenaje ni excusado, % Ocupantes en viviendas sin energía eléctrica, % Ocupantes en viviendas sin agua entubada, % Viviendas con algún nivel de hacinamiento, % Ocupantes en viviendas con piso de tierra, % Población en localidades con menos de 5 000 habitantes y % Población ocupada con ingreso de hasta 2 salarios mínimos.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

CONAPO 2010. Disponible en:
http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Indices_de_Marginacion_2010_por_entidad_federativa_y_municipio

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

☒
☐
☒

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **8**

Medición del impacto social y productivo del Turismo - SAM

Código de Indicador: **DP8**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Suficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si la actividad turística del destino contribuye a elevar la calidad de vida de los residentes locales.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El turismo es un empleador importante en el destino.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **9**

Encadenamiento productivo del sector

Código de Indicador: **DP9**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Suficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Señala si la actividad turística interactúa con otros sectores productivos.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El serctor turístico esta altamente encadenado con el resto de la economía

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**
Indicador: **1**
Código de Indicador: **ST1**

Tratamiento de aguas residuales y pluviales

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Si

¿Qué mide el indicador/variable?

El destino realiza acciones para tratar las aguas residuales y pluviales

Detalles y Comentarios del Indicador:

El destino cuenta con las instalaciones pero se requieren ampliaciones de acuerdo al reporte de la CONAGUA . El proceso que siguen es el de zanjas de oxidación y lodos activados. El cuerpo receptor es el Río Guanajuato.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

Comisión Nacional del Agua

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: ***Sustentabilidad Turística***

Indicador: **2**
Código de Indicador: **ST2**

Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

12

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de plantas de tratamiento de aguas residuales operando

Detalles y Comentarios del Indicador:

Sus nombres son Guanajuato y Guanajuato Sur. La capacidad instalada de la primera es de 140 l/s y el caudal tratado es del 100% de su capacidad instalada. De la segunda planta, la capacidad instalada es de 100 l/s y el caudal tratado es de 25 l/s.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Comisión Nacional del Agua

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **3**

Código de Indicador: **ST3**

Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

96.61%

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

De la base de datos de INEGI Principales Resultados por Localidad 2010, se calculó el porcentaje de viviendas que cuentan con el servicio de drenaje y alcantarillado; lo anterior, tomando el total de viviendas particulares habitados en el destino y el total de viviendas que cuentan con este servicio.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

Instituto Nacional de Estadística y Geografía

Periodicidad de actualización:

Quinquenal

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **4**

Código de Indicador: **ST4**

Infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Insuficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Infraestructura y equipamiento para el manejo de desechos sólidos adecuados para mitigar los efectos de la contaminación ambiental y preservar el entorno.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se cuenta con varias empresas para la recolección de residuos sólidos en el municipio. En general, el equipo está en buenas condiciones. Y es el municipio quien recomienda la ampliación del equipo así como su renovación.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Instituto de Ecología del Estado de Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **ST5**

Normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental privado)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Insuficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si en el municipio de destino existe una normatividad ambiental.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el municipio correspondiente existe una falta de certificación y educación de calidad ambiental para empresas en lo que se refiere a sus instalaciones y equipamiento.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**
Indicador: **6**
Código de Indicador: **ST6**

Acciones de conservación del patrimonio

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

Acciones y programas destinados a la conservación de patrimonio en el municipio

Detalles y Comentarios del Indicador:

Además de los programas que se tienen como parte del patrimonio que forma parte del patrimonio de la humanidad, existen programas estatales que incentivan la conservación del patrimonio.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Guanajuato patrimonio 2013 y Convocarte 2013. Disponible:
www.convocarte.com/convocatorias/148
www.guanajuatopatrimonio.com.mx/?page_id=21 (noviembre 2013).

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**
Indicador: **7**
Código de Indicador: **ST7**

Áreas naturales protegidas

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 2

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de áreas protegidas en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Guanajuato cuenta con pocas hectareas protegida tomando en cuenta su rico patrimonio natural de la Sierra de Guanajuato.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Archivo del Sistema de Áreas Naturales Protegidas por el Estado de Guanajuato 2012.(noviembre 2013).

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**
Indicador: **8**
Código de Indicador: **ST8**

Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Señala si el Estado de Guanajuato cuenta con un ordenamiento ecológico del territorio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Ordenamiento Ecológico del Terrotorio del Estado de Guanajuato fue decretato el 9 de Abril de 1999.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

SEMARNAT

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**
Indicador: **9**
Código de Indicador: **ST9**

Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

No

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si el destino cuenta con alguno estudio de FONATUR para guiar del desarrollo turístico

Detalles y Comentarios del Indicador:

El municipio de Guanajuato cuenta con 2 estudios de FONATUR: Presa Purísima y Pueblos mineros

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Proyectos Turísticos, Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

permanente
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**
Indicador: **10**
Código de Indicador: **ST10**

Ordenamiento ecológico territorial decretado

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si el municipio está contemplado en un ordenamiento ecológico territorial decretado.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Ordenamiento Ecológico del Territorio de la Región VI Centro-Este Laja-Bajío fue decretado el 1 de junio del 2000.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

SEMARNAT

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**
Indicador: **11**
Código de Indicador: **ST11**

Manejo de riesgo

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si las autoridades correspondientes al destino hacen frente a las situaciones de riesgo.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Existente aunque mejorable.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**
Indicador: **12**
Código de Indicador: **ST12**

Programas y diagnósticos en materia turística municipal

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si el minicipio tiene contemplados programas y/o planes en materia turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Entre las principales acciones que tiene contemplado el Municipio de Guanajuato en materia de turismo son:
-Promover las minas como atractivo turístico.
-Promover turismo de eventos y bodas, turismo educativo, religioso, cultural, de aventura, eco-turismo.
-Fortalecer la ruta de la independencia y promover en el parque bicentenario como un parque temático.
-Mejorar el museo de las momias.
-Rehabilitar las plazas principales del centro histórico, de otros espacios y parques.
-Rehabilitar túneles de la ciudad y finalizar con el cableado subterráneo de Sangre de Cristo y Mercado Juárez.
-Terminar proyecto de la carretera rural entre el Cubillite y la Valenciana para uso turístico.
-Activar programa de rescate de barrios céntricos a partir de rutas turísticas con servicios turísticos locales.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo

Indicador: **13**
Código de Indicador: **ST13**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado: Insuficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si el destino cuenta con una aplicación de indicadores que favorezcan a la sustentabilidad turística del mismo

Detalles y Comentarios del Indicador:

Según SECTUR el municipio cuenta con un sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo. Existe a nivel estatal el Sistema de Indicadores Ambientales y de Sustentabilidad cuyo objetivo es monitorear el comportamiento de las principales variables ambientales y su incidencia en la sustentabilidad de las políticas públicas y el actuar de la sociedad en su conjunto.

Los indicadores son correspondientes a; agropecuario, aire, agua, biodiversidad, cambio climático, desarrollo urbano, energía, forestal, residuos y suelo.

Sin embargo, este sistema de indicadores es relativamente nuevo pues su sitio web sigue en construcción.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Sistema de Indicadores Ambientales y de Sustentabilidad

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: Instituto de Ecología
Otro: SECTUR Guanajuato

X
X

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **14**

Código de Indicador: **ST14**

Planes y programas en materia de educación ambiental en el sector educativo

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Insuficiente

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si se realizan acciones o programas que fomenten la educación ambiental.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el municipio de Guanajuato, los programas de educación ambiental existen aunque son escasos.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: Instituto de Ecología

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **15**

Código de Indicador: **ST15**

Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos.

Detalles y Comentarios del Indicador:

No se detecta certificados en este rubro

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

Secretaría de Desarrollo Economía del Estado de Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: Instituto de Ecología
Otro: SECTUR Guanajuato

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **16**

Código de Indicador: **ST16**

Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado:

Calidad Ambiental: 0
Carbono neutral: 3
Green Key: 1
Punto limpio: 1
Punto limpio

¿Qué mide el indicador/variable?

Número de hoteles con sello de calidad ambiental, certificado H2O y certificado punto limpio turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Número de hoteles que cuentan con algún certificado o distintivo en materia de sustentabilidad

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Asociación de Hoteles de la ciudad

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**
Indicador: **17**
Código de Indicador: **ST17**

Certificado Programa Playas Limpias

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: NA

¿Qué mide el indicador/variable?

Detalles y Comentarios del Indicador:

No aplica.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Factor: **Sustentabilidad Turística**
Indicador: **18**
Código de Indicador: **ST18**

Programas Balnearios Naturales Limpios de agua dulce

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 0

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica la cantidad de balnearios que cumplen con el programa "Balnearios Naturales Limpios de agua dulce" en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

La mayoría de los balnearios del destino desconocen el programa.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Información y Análisis SECTUR GTO.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **19**

Código de Indicador: **ST19**

Número de establecimientos con certificado Green Globe

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 0

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica el número de establecimientos que cuentan con el certificado Green Globe

Detalles y Comentarios del Indicador:

Certificación que avala que el establecimiento es sustentable.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**
Indicador: **20**
Código de Indicador: **ST20**

Certificado de municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: No

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si el destino cuenta con certificado de municipio limpio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

No se detecta información en este rubro.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Procuraduría Federal de Protección al Ambiente

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR

X

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **21**

Código de Indicador: **ST21**

Consumo de energía por cuarto

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Elevado

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de energía consumida por cuarto de hotel.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Consumo de energía eléctrica por habitación

Categoría hotel	Total año (kWh/hab-año)	Real año (kWh/hab-año)
1 estrella	3920.3	10212.4
2 estrellas	2717.9	6875.0
3 estrellas	3583.3	8493.1
4 estrellas	4895.4	10830.0
5 estrellas	4480.3	13573.7

Las cifras de total año se refiere al consumo de energía por habitación contabilizando el total de habitaciones del hotel, mientras que las cifras de real año se refiere a ese mismo consumo, pero se contabilizan solamente las habitaciones ocupadas.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

Análisis de mercadp para la aplicación de tecnologías de energías renovables y eficiencia energética en hoteles en México, y en mercado potencial para el sector financiero. [www. energy-base.org](http://www.energy-base.org)

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **FC1**

Grado promedio de escolaridad

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

8.5 años

¿Qué mide el indicador/variable?

Grado promedio de escolaridad de la población de 15 años.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Promedio del número de años de escolaridad observado del periodo que comprende el primer trimestre del 2010 al último trimestre del 2012

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

☐
☐
☒
☐

Fuente:

INEGI

Periodicidad de actualización:

Trimestral

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: SECTUR Guanajuato

☒
☐
☒

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **2**

Código de Indicador: **FC2**

Recursos humanos calificados para atender el sector turismo

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

217

¿Qué mide el indicador/variable?

Cantidad de personal certificado en estándares de competencia laboral en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se certificaron a nivel estatal 622 personas en estándares de competencia laboral en los siguientes rubros; atención a comensales, prestación del servicio de recepción para su alojamiento temporal, preparación de habitaciones para su alojamiento temporal y preparación de alimentos.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Dirección de Cultura Turística SECTUR GUANAJUATO.

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: SECTUR Guanajuato

☒

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **3**

Código de Indicador: **FC3**

Número de personal del destino con educación turística

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

336

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica la cantidad de personal que cuenta con educación sobre el turismo en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se utilizó una variable proxy de este indicador. Se contabilizaron los egresados de nivel TSU y licenciatura, de los cuales, 35 egresados son TSU y 112 de nivel licenciatura. Los datos que se obtuvieron son del ciclo escolar 2011-2012

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

www.anuies.mx

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **4**

Código de Indicador: **FC4**

Planes de capacitación turística

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Sí

¿Qué mide el indicador/variable?

Indica si el destino cuenta con planes o programas que fomenten la certificación turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

**Los planes de capacitación estatal en el 2012 y 2013 son los siguientes; Moderniza, Distintivo H, Punto Limpio, Gran Anfitrión, Tesoros.
La capacitación es llevada a cabo en todo el estado y su planeación se deriva del recurso federal PICCT (Programa Integral de Capacitación y Certificación), misma que es llevada a cabo de forma anual.**

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **FC5**

Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Bueno

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide la satisfacción de la calidad de los cursos y talleres de capacitación turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Modelo busca a través del Premio Guanajuato a la Competitividad Turística, evaluar a las empresas, emprendedores, destinos y personas en estándares acorde a sus propias estrategias, en diversos factores que afectan su productividad.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Cultura Turística, SECTUR GUANAJUATO.

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **FC6**

Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

47

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide el número de establecimientos de alimentos y bebidas que cuentan con el distintivo H.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Distintivo H, es el reconocimiento que se entrega a los establecimientos de alimentos y bebidas manipulados con altos estándares de higiene; y que de manera voluntaria, lo solicitan. El requisito mas importante es contar con la capacitación y asesoría de un instructor externo del Programa H, quien está capacitado y es reconocido por SECTUR. Dicho distintivo tiene vigencia para algunos establecimientos hasta 2013 y para otros hasta 2014.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Cultura Turística, SECTUR Guanajuato

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SECTUR Guanajuato

X

LEÓN, GUANAJUATO						Tablero de control					
		TIPO DE INDICADOR					VALOR OBSERVADO				
CLAVE	INDICADOR	CUALITATIVO		MEDICIÓN	FUENTE	RANGO DE CALIFICACIÓN	2012	2015	2018	2020	2023
							si el dato corresponde a otro año se indica entre paréntesis				
OFERTA TURISTICA											
OT1	Número de museos		x	Indica la cantidad de museos y salas de exhibición de carácter permanente que se encuentran en el destino	Inventario y catalogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	15 (2013)				
OT2	Número de monumentos		x	Indica la cantidad de monumentos existentes en el destino	Inventario y catalogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	53 (2013)				
OT3	Número de restaurantes y bares		x	Indica la cantidad de restaurantes y bares, además incluye centros nocturnos de espectáculos, discoteques, piano bar y salones de baile	Inventario y catalogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	348 (2013)				
OT4	Número de agencias de viajes		x	Indica la cantidad de agencias turísticas que hay en el destino	Inventario Turístico de SECTUR Guanajuato 2012	Numérico	133				
OT5	Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino		x	Señala la cantidad de zonas arqueológicas bajo el resguardo del INAH	Inventario y catalogo de atractivos, servicios y productos turísticos, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	0 (2013)				
OT6	Número de cuartos de hotel		x	Cantidad de habitaciones de hotel, desde una estrella hasta 5 estrellas y también cotempla hoteles sin clasificación	Dirección de Información y Analisis de SECTUR Guanajuato	Numérico	7,010				
OT7	Número de establecimientos de alimentos y bebidas		x	Establecimientos que ofrecen alimentos y bebidas: restaurantes, cafeterías, fondas, cocinas económicas, taquerías y torterías	Inventario y catalogo de atractivos, servicios y productos turísticos dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	336 (2013)				
OT8	Afluencia de transporte local del destino	x		Indica si la llegada de automóviles es considerable y si la accesibilidad al destino es la correcta	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio"Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Suficiente (2013)				
OT9	La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino	x		Indica si los atractivos turísticos existentes son suficientes para hacer frente a la demanda turística	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio"Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				
OT10	Número total de rutas al destino turístico		x	Contabiliza la cantidad de rutas al destino	Páginas oficiales de empresas de transporte foráneo, 2013.	Numérico	51 (2013)				
OT11	Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros. Total por destino turístico		x	Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros.	Disponible en: CONACULTA http://sic.conaculta.gob.mx/listar.php?municipio_id=15&estado_id=11 y UNESCO http://whc.unesco.org/es/list/482	Numérico	0				

OT12	Total de rutas turísticas		x	Cantidad de rutas, circuito y corredores turísticos que se ofrecen en el destino	www.gtoexperience.mx , visitmexico.com.mx	Numérico	4				
OT13	Número de hoteles por categoría		x	Cantidad de hoteles en el destino, divididos en 6 categorías (1 estrella, 2 estrellas, 3 estrellas, 4 estrellas, 5 estrellas y sin clasificar)	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato.	Numérico	Total: 125 hoteles 1 estrella: 15 2 estrellas: 14 3 estrellas: 25 4 estrellas: 16 5 estrellas: 12 sin clasificar: 43				
OT14	Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos.	x		Señala la existencia de un inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato.	Si o No	Si				
OT15	Declaratoria de zona de monumentos históricos		x	Total de inmuebles que protege la declaratoria de zona de monumentos históricos	www.inah.gob.mx	Numérico	0				
OT16	Gasto promedio de turistas		x	Cantidad de dinero que gasta en promedio un turista en el destino por día	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Numérico	\$ 1,152.60				
OT17	Estadía promedio de turistas (días)		x	Número de días de estancia del turista en el destino	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Numérico	Entre 1.35 y 18.5 días				
OT18	Número de actividades de ocio disponibles		x	Cantidad de lugares y actividades turísticas que ofrece el destino	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Numérico	72				

DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA

DP1	Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico		x	Variación de los trabajadores asegurados en el IMSS en el Sector Turístico (variación porcentual de sept 2012 al sept 2013)	Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Guanajuato	Numérico	7.74% (sep 2013)				
DP2	Nivel de bienestar (calidad de vida)	x		La calidad de vida en el destino y es medido por el Índice de Desarrollo Humano	Instituto Nacional de Estadística y Geografía	De 0 - 1	Alto 0.881 (2010)				
DP3	Salario promedio diario de cotización		x	Ingreso por hora trabajada de la población ocupada y multiplicada por 8	Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo	Numérico	\$246.04 (2T 2013)				
DP4	Número de empleos (directos) en el sector turístico		x	Trabajadores asegurados en el IMSS en el Sector Turístico	Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Guanajuato	Numérico	10,139 (sept 2013)				
DP5	Tasa de desocupación		x	Porcentaje de la PEA que se encuentra sin trabajo, pero que está buscando trabajo	Instituto Nacional de Estadística y Geografía	Numérico	5.99% (3T 2013)				
DP6	Índice de Rezago Social		x	Proporciona el resumen de 4 carencias sociales de la medición de pobreza del CONEVAL: rezago educativo, acceso a servicios de salud, acceso a los servicios básicos de vivienda y espacios en la vivienda	Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social	Mpio con menor rezago social: Benito Juárez, DF (-1.89) Mpio con mayor rezago social: Cochoapa el Grande, Guerrero (4.43)	-1.2373 (2010)				
DP7	Índice de Marginación		x	Índice que pondera la medición de 9 factores para medir el nivel de marginación de un destino	Consejo Nacional de Población	De 0 -100 Entre más cercano a 0, más bajo es el índice de marginación	13.294 Estatal (2010)				
DP8	Medición del Impacto social y productivo del Turismo - SAM	x		Indica si la actividad turística del destino contribuye a elevar la calidad de vida de los residentes locales	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Suficiente (2013)				
DP9	Encadenamiento productivo del sector	x		Señala si la actividad turística interactúa con otros sectores	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR. Y la cuenta satélite que se encuentra en el sitio: http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/	Suficiente e Insuficiente	Suficiente (2013)				

SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA										
ST1	Tratamiento de aguas residuales y pluviales	x		Si el destino cuenta con plantas de tratamiento de aguas residuales y pluviales	Comisión Nacional de Agua	Si o No	Si (2011)			
ST2	Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales			Indica el número de plantas de tratamiento de aguas residuales que son administradas por el sistema de agua del municipio	Comisión Nacional de Agua	Numérico	12 (2011)			
ST3	Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado		x	Señala el porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado en el destino	Instituto Nacional de Estadística y Geografía	De 0 - 100%	96.61% (2010)			
ST4	Infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos	x		Señala la existencia de infraestructura y equipamiento para el manejo de desechos sólidos adecuados para mitigar los efectos de la contaminación ambiental y preservar el entorno	Instituto de Ecología del Estado de Guanajuato	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente			
ST5	Normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental privado)	x		Indica si el destino cuenta con una normatividad en el tema ambiental	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)			
ST6	Acciones de conservación del patrimonio		x	Contabiliza las acciones y/o programas para la conservación del patrimonio	www.convocarte.com www.guanajuatopatrimonio.com.mx	Numérico	0			
ST7	Áreas naturales protegidas		x	Cantidad de áreas protegidas en el destino	Archivo del Sistema de Áreas Naturales Protegidas por el Estado de Guanajuato	Numérico	2			
ST8	Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado	x		Señala si el Estado de Guanajuato cuenta con un ordenamiento ecológico del territorio	SEMARNAT	Si o No	Si			
ST9	Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico	x		Indica si el destino cuenta con estudio de FONATUR que permita guiar el desarrollo turístico	Dirección de Proyectos Turísticos, SECTUR Guanajuato	Si o No	No (nov 2013)			
ST10	Ordenamiento ecológico territorial decretado	x		Indica si el municipio está contemplado en un ordenamiento ecológico territorial decretado	SEMARNAT	Si o No	Si			
ST11	Manejo de Riesgo	x		Indica si las autoridades correspondientes del municipio hacen frente a las situaciones de riesgo	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Si o No	Si (2013)			
ST12	Programas y diagnósticos en materia turística municipal	x		Señala si el destino tiene contemplados acciones/programas/planes en materia de turismo	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Si o No	Si (2013)			
ST13	Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo	x		Si el Municipio cuenta con una aplicación de indicadores que favorezcan a la sustentabilidad turística del mismo	Sistema de Indicadores Ambientales y de Sustentabilidad	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente			
ST14	Planes y programas en materia de educación ambiental educativo	x		Si se llevan a cabo acciones o programas que fomenten la educación ambiental	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)			
ST15	Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos		x	Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos	Secretaría de Desarrollo Economía del Estado de Guanajuato	Numérico	0			
ST16	Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles		x	Número de hoteles que cuentan con algún certificado o distintivo en materia de sustentabilidad	Asociación de Hoteles de la ciudad	Numérico	Calidad ambiental: 0 Carbono neutral: 3 Green key: 1 Punto limpio: 1			
ST17	Certificado Programa Playas Limpias		x	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica			
ST18	Programas Bañeros Naturales Limpios de agua dulce		x	Indica la cantidad de bañeros que cumplen con el programa "Bañeros Naturales Limpios de agua dulce" en el destino.	Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato	Numérico	0 (2013)			
ST19	Número de establecimientos con Certificado Green Globe		x	Indica el número de establecimientos que cuenta con el certificado Green Globe	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	0 (2013)			
ST20	Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental	x		Indica si el destino cuenta con certificación de municipio limpio	Procuraduría Federal de Protección al Ambiente	Si o No	No			

ST21	Consumo de energía por cuarto	x		Indica la cantidad de energía consumida por cuarto de hotel	www.energy-based.org. "Proyecto: Análisis de mercado para la aplicación de tecnologías de energías renovables y eficiencia energética en hoteles en México y mercado potencial para el sector financiero"	Elevado, Medio, Bajo	Elevado (2008)				
FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN											
FC1	Grado promedio de escolaridad		x	Grado promedio de escolaridad de la población mayor de 15 años	Instituto Nacional de Estadística y Geografía	Numérico	8.5 años				
FC2	Recursos humanos calificados para atender el sector turismo		x	Cantidad de personal certificado en estándares de competencia laboral en el destino.	Dirección de Cultura Turística, SECTUR Guanajuato	Numérico	217				
FC3	Número de personal del destino con educación turística		x	Indica la cantidad de personal que cuenta con educación sobre el turismo en el destino	www.anules.mx	Numérico	336 (2013)				
FC4	Planes de capacitación turística	x		Indica si el destino cuenta con planes o programas que fomenten la certificación turística	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Si o No	Si (2013)				
FC5	Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido	x		Mide la satisfacción de la calidad de los cursos y talleres de capacitación turística	Dirección de Cultura Turística, SECTUR Guanajuato	Bueno Regular Malo	Bueno (2013)				
FC6	Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H		x	Número de establecimientos que cuentan con el distintivo "H"	Dirección de Cultura Turística, SECTUR Guanajuato	Numérico	47				
FC7	Empresas con distintivo M		x	Número de empresas que cuentan con el distintivo "M"	Dirección de Cultura Turística, SECTUR Guanajuato	Numérico	102				
FC8	Número de guías de turistas certificados		x	Indica el número de guías certificados en materia turística en el destino	Registro Nacional de Turismo	Numérico	4				
FC9	Cuenta con un sistema de información que evalúa la satisfacción de los visitantes	x		Indica si el destino cuenta con una metodología para evaluar la satisfacción de los turistas y excursionistas	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Si o No	Si				
FC10	Calidad de la evaluación de la satisfacción de los visitantes		x	Calificación promedio que otorgan los visitantes al destino	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	De 0 - 10	8				
ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA											
AI1	Conectividad aérea		x	Indica el número de destinos nacionales e internacionales del Aeropuerto Bajío-León	Grupo Aeroportuario del Pacífico	Numérico	11				
AI2	Cantidad de servicios de apoyo al turista		x	Indica el número de módulos de información turística distribuidos en aeropuertos y en la ciudad destino	Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	24				
AI3	Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino	x		Mide la calidad y suficiencia de centrales de autobuses y líneas aéreas que llegan al destino	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Suficiente e Insuficiente	Suficiente				
AI4	Calidad en el transporte local del destino		x	Mide la calidad del servicio del transporte público local para los visitantes al destino	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	De 0 - 10	7.5 (2012)				
AI5	Tarifas hoteleras		x	Indica la tarifa promedio por noche en establecimientos de hospedaje en el destino	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Numérico	Entre \$128.00 - \$1,212.00				
AI6	Reglamento de imagen urbana vigente	x		Indica si existe un reglamento que contemple la imagen urbana del destino	www.ciudadespatrimonio.mx	Si o No	Si				
AI7	Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados		x	Señala el porcentaje de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano correspondientes al destino	Secretaría de Obra Pública del Estado de Guanajuato	De 0 - 100%	75% (2013)				
AI8	Acceso a servicios básicos	x		Indica si existe el acceso a servicios básicos (energía eléctrica, servicios de agua potable y alcantarillado) que impulsen el desarrollo integral de las familias	COVEG	Si o No	Si (2011)				

AI9	Flujo de Personas y Medios de Transporte		x	Indica el número de visitantes que vinieron en el año y el medio de transporte que utilizaron para llegar al destino	Dirección de Información y Análisis de SECTUR Guanajuato	Numérico	5,688,972 visitantes, de los cuales el 64% llegó en automóvil propio 29% en autobús 4% en avión 2% en autobús rentado 1% en automóvil rentado				
SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA											
SP1	Percepción del nivel de inseguridad		x	Indica la percepción del visitante y residentes en materia de inseguridad	Encuesta de Percepción Turística y Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro del estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Si o No	Si (2013)				
SP2	Porcentaje de delitos menores en relación a la población		x	Mide el porcentaje de delitos menores en relación a la población del destino	Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública	Numérico	0.01% (2011)				
SP3	Número de policías en relación a la población		x	Indica el número de policías en relación a la población (por cada 1000 habitantes)	Instituto Nacional de Estadística y Geografía	Numérico	2.28 (2010)				
SP4	Incidencia delictiva		x	Mide el número de delitos que ocurren en el destino en un periodo determinado	Procuraduría General de Justicia	Numérico	1.41 (2010)				
SP5	Delitos a mano armada		x	Indica el número de delitos a mano armada (arma blanca y arma de fuego) en el destino	Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública	Numérico	144 (2011)				
SP6	Homicidios dolosos		x	Indica el número de homicidios dolosos en el año ocurridos en el destino	Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública	Numérico	116 (2011)				
SP7	Delitos a las instituciones de banca y crédito		x	Indica el número de delitos a instituciones de banca y crédito en el destino	Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública	Numérico	1 (2011)				
SP8	Delitos contra la salud		x	Indica el número de delitos contra la salud en el destino	Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública	Numérico	5,482				
SP9	Delitos no denunciados		x	Indica el número de delitos no denunciados en el Estado de Guanajuato	Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública 2013 (INEGI)	Numérico	1,172,097				
SP10	Denuncias del fuero común		x	Número de denuncias del fuero común que se registraron en el destino	Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública	Numérico	23,664 (2011)				
SP11	Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles		x	Indica el número de plantas tratadoras de agua que operan en hoteles que se ubican en el destino	Asociación de Hoteles de la ciudad	Numérico	3 (2013)				
SP12	Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial		x	Señala el número de hoteles que cuenta con captación de agua pluvial	Asociación de Hoteles de la ciudad	Numérico	1 (2013)				
SP13	Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)		x	Indica el porcentaje de cobertura del sistema de recolección de residuos sólidos en el destino	Servicios Públicos del Municipio	De 0 - 100%	85-95% (2002)				
SP14	Porcentaje de reciclado de desechos		x	Mide el porcentaje de desechos que se reciclan en el destino	Servicios Públicos del Municipio	De 0 - 100%	1.96% (2009)				
SP15	Programas para el manejo de residuos peligrosos		x	Indica el número de reglamentos que contempla el municipio sobre el manejo de residuos peligrosos	Instituto de Ecología del Estado de Guanajuato	Numérico	1				
SP16	Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas)		x	Indica el número de hospitales y clínicas que existen en el destino	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Numérico	275				

PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN											
PC1	Porcentaje de visitantes que regresan		x	Mide la probabilidad de que el visitante regrese al destino en el futuro	Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato	De 0 - 100%	100%				
PC2	Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino		x	Mide la probabilidad de que el visitante recomiende el destino	Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato	De 0 - 100%	99%				
PC3	Diversificación en segmento de población	x		Indica cómo se diversifica la población que visita el destino según sexo, nivel socioeconómico y edad	Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato	Diversificado o No Diversificado	Diversificado				
PC4	Diversificación en segmento mercado		x	Señala el propósito de viaje del visitante al destino	Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato	De 0 - 100%	El 27% de los visitantes busca el destino para descanso o vacaciones				
PC5	Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV's) u organismos similares		x	Muestra la existencia de OCV en el destino	Oficina de Convenciones y Visitantes del destino	Numérico	1				
PC6	Grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's) (Gestión local).	x		Indica si los DMC's tienen un impacto significativo en el destino	Dirección de Promoción y Difusión Turística SECTUR Guanajuato	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				
PC7	Diversificación en segmento de mercado geográfico		x	Mide el grado de participación de los mercado emisores: Estatal, Nacional e Internacional al destino	Dirección de Información y Análisis SECTUR Guanajuato	Numérico	El 68% de los visitantes son de origen nacional, el 29% estatal y el 3% internacional				
PC8	Alcance de las campañas y medios de promoción.	x		Indica el alcance y la cobertura de los medios de promoción utilizados para las campañas publicitarias del destino	Entrevistas a líderes de opinión, tour operadores y agencias de viaje, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				
PC9	Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio.	x		Indica si el destino utiliza el nombramiento de "Ciudad Patrimonio" como marca	UNESCO	Si o No	No				
PC10	Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.		x	Indica el porcentaje de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino	Entrevistas a líderes de opinión, tour operadores y agencias de viaje, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	De 0 - 100%	20% (2013)				
GESTIÓN DEL DESTINO											
GD1	Cuenta con Dirección de Turismo	x		Indica si el destino cuenta con una Dirección de Turismo	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR de Guanajuato	Si o No	Si				
GD2	Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios	x		Señala el nivel de coordinación que existe entre el gobierno federal, estatal y municipal en conjunto con la sociedad civil y empresarios en temas de turismo	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				
GD3	Marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial decretado)	x		Indica si el destino cuenta con un marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo (ordenamiento ecológico territorial decretado)	Presidencia Municipal	Si o No	Si				
GD4	Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo	x		Señala la existencia de un marco regulatorio que esté en línea con la Nueva Política Nacional y con la Ley General de Turismo	Ley de Turismo del Estado de Guanajuato y sus Municipios (2010)	Si o No	Si				
GD5	Programas y diagnósticos en materia turística	x		Señala la existencia de programas y diagnósticos en materia turística	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Si o No	Si				
GD6	Coordinación con organismos turísticos regionales	x		Indica si existe o no una coordinación entre organismos turísticos del destino con otros organismos turísticos regionales	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				

GD7	Coordinación Institucional	x		Indica cómo se da la coordinación institucional en el destino	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				
GD8	Existencia de normatividad municipal	x		Señala si la normatividad municipal es de calidad y si es congruente con los planes estatales y nacionales de turismo y desarrollo	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Suficiente (2013)				
GD9	Existencia de comités de turismo sustentable	x		Marca la existencia de Comités de Turismo de tipo sustentable	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Si o No	No (2013)				
GD10	Percepción sobre el comercio ambulante	x		Indica la percepción sobre el comercio ambulante del destino	Encuesta de percepción turística y entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Bueno o Malo	Mala (2013)				
GD11	Nivel de involucramiento de los empresarios y la sociedad civil	x		Señala el grado de involucramiento de los empresarios y la sociedad civil en el destino	Entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro de estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				
GD12	Participación de la sociedad en los eventos turísticos	x		Indica el nivel de participación de los ciudadanos en los eventos turísticos del destino	Encuesta de percepción turística y entrevistas a dependencias municipales y estatales y a instituciones de educación, dentro del estudio: "Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Ciudades Patrimonio y León Guanajuato 2013". SECTUR.	Suficiente e Insuficiente	Insuficiente (2013)				
GD13	Sistema de Información Estadística del Turismo	x		Indica la existencia de un Sistema de Información Estadística del Turismo en el destino	www.datatur.sectur.gob.mx / Dirección de Informaicon y Analisis SECTUR Guanajuato	Si o No	Si				
GD14	Nivel de desarrollo turístico		x	Mide el Índice de Desempeño Turístico del destino	Evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos, SECTUR Federal	De 0-20	No Aplica (2012)				
GD15	Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal		x	Indica el presupuesto gubernamental destinado al turismo: estatal y municipal	Periódico Oficial del Estado de Guanajuato	Numérico	Estatat: \$289,569,400.00 Municipal: \$2, 966,067.00				
TIC'S E INFORMACIÓN AL TURISTA											
TI1	Existencia de portal de internet del destino	x		Indica si el destino cuenta con portal de internet	Página de la Presidencia Municipal, página de la OCV del destino y www.gtoexperience.mx	Si o No	Si				
TI2	Información actualizada en el portal de internet del destino	x		Indica si cuenta con la informacion actualizada en el portal de internet del destino	Página de la Presidencia Municipal, página de la OCV del destino y www.gtoexperience.	Si o No	Si				
TI3	Acceso a internet en sitios públicos		x	Indica la cantidad de sitios público con acceso a internet gratuito	Oficinas de Telmex del destino	Numérico	71 (2013)				

T14	Cantidad de aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés		x	Indic la cantidad de aplicaciones turísticas para móviles	Oficina de Convenciones y Visitantes del destino	Númérico	0				
T15	Indicadores de localización del destino		x	Señala el número de indicadores de geo-localización del destino	www.gtoxperience.mx , www.gosur.com	Númérico	2				
T16	Hits de visitas al portal del destino		x	Señala el número de hits de visitas al portal del destino	Oficina de Convenciones y Visitantes del destino	Númérico	No Disponible				
T17	Líneas telefónicas		x	Indica el número de líneas telefónicas de atención al turista en el destino	Oficina de Convenciones y Visitantes del destino	Númérico	2				
T18	Teléfonos móviles		x	Indica la proporción de las viviendas que cuentan con teléfonos móviles en el destino.	Inventario Nacional de Viviendas (INEGI 2010)	De 0 - 100%	99% (2010)				
T19	Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico		x	Indica la proporción de industrias en tecnología que existen en el destino	Sistema de Información Empresarial Mexicano y Secretaría de Economía	De 0 - 1	0.0444 (2013)				
T110	Existencia de puntos de información turística		x	Indica si el destino cuenta con puntos de información turística de plataforma tecnológica	Oficina de Convenciones y Visitantes del destino	Númérico	0				

COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO
DR. JOSÉ MANUEL CABRERA SIXTO
Rector General de la Universidad de Guanajuato

Dr. Jeremy Heald
Director General del Proyecto

Colaboradores
Mtro. Omar Trejoluna Puente
Lic. Fenena Hernández Trejo
Mtro. Walter Daniel Cisneros Mújica
Dr. Rafael Guerrero Rodríguez
Dr. Julen Berasaluce Iza
Dr. Refugio Vallejo Gutiérrez
Lic. Edith García Pérez

CONSULTORÍA: GRUPO EMPRESARIAL ESTRATEGIA
HÉCTOR FLORES SANTANA
Director General

Eduardo Camacho Ibar
Socio-Director

Armando Mújica Romo
Coordinador Técnico del Proyecto

Mary Cruz Cabrera Toledo
Secretaria Técnica del Proyecto

Equipo de Consultores
Vanessa Anaya Elizalde
Marnye Caldera Blanquet
Gabriela Cervera Hernández
Cristian Juárez Godínez
Luis Miguel Lugo Cuellar
Arturo Muñoz Canales
Martha Palacios Vera
Rodolfo Pérez Álvarez
Inocente Reyes Mejía
José Luis Romero Espejel
Sergio Valderrama Herrera
José Luis Zúñiga Vázquez
Rodrigo de la Rocha Félix
Emiliano González Lozada

Contacto:
www.gemes.com.mx
gemes@gemes.com.mx

