

GLOSARIO DE TÉRMINOS PARA EL LLENADO DEL FORMULARIO CEPTG 2024

- I. **Acciones de Promoción Turística.** Actividad integrada para llevar a cabo acciones (tanto online como offline) con el objetivo de dar a conocer la oferta turística, favoreciendo el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como crecimiento y mejora de la industria que lo aprovecha;
- II. **Acciones afirmativas.** conjunto de medidas de carácter temporal encaminadas a acelerar la igualdad de hecho entre mujeres y hombres, aplicables en tanto subsista la desigualdad de trato y oportunidades. Estas medidas no se considerarán discriminatorias;
- III. **Actividad Turística.** Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un/a turista; así como aquella que desarrolla el/la turista con el objetivo de satisfacer sus necesidades de esparcimiento, negocios u otros motivos;
- IV. **Alcance.** Es el alcance territorial que tendrá la promoción y difusión. Local, Regional, Nacional o Internacional en caso de tener alcance internacional, mencionar el país o países involucrados;
- V. **Alianzas Estratégicas.** Acuerdos de colaboración estratégica con agencias de viajes online (OTAs), tour operadores mayoristas, asociaciones de agencias de viajes, cadenas hoteleras, líneas aéreas, globalizadoras, empresas turísticas, entre otras, cuya finalidad es la de comercializar y promocionar la oferta turística de los destinos;
- VI. **Antecedentes.** Información precisa del proyecto en edición anterior; por ejemplo, alcance, indicadores que se obtuvieron, número de asistentes, derrama económica, No. de habitaciones, categoría, duración del evento (No. de días), ciudad en la que se realizó y lugar;
- VII. **Apoyos.** Los recursos que en los términos de las presentes Reglas de Operación se destinen por la Secretaría de Turismo para cubrir gastos relacionados con la planeación, organización, desarrollo y logística, de las acciones de Promoción en el Estado de Guanajuato;
- VIII. **Apoyo de SECTUR en proyectos anteriores.** Es necesario mencionar si con el proyecto ha participado en algún programa de la Secretaría y en caso afirmativo mencionar: año, monto otorgado y destino del mismo;
- IX. **Apoyo de otros organismos.** Se requiere el panorama general del evento por lo que es necesario mencionar si el proyecto cuenta con apoyo económico de otras instituciones u organismos. Si cuenta con apoyo de su municipio, deberá anexar la carta de respaldo, que puede ser intención o compromiso. En cualquier caso, deberá mencionar monto del apoyo y destino del mismo.
- X. **Buenas prácticas sustentabilidad.** Conjunto de acciones que pretende reducir el impacto negativo que una actividad puede causar, favoreciendo la gestión eficiente de los recursos y maximizando los beneficios para el medio ambiente, la comunidad y la economía local;

- XI. **Cadena de Valor.** Es la forma de organización del sector turístico para integrar a los proveedores de todos los productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista, desde la planificación de su viaje, la permanencia en el destino turístico, hasta el regreso a su lugar de residencia;
- XII. **Comité.** El Comité de estrategia y promoción turística del estado de Guanajuato, es el encargado de validar y emitir la dictaminación de los apoyos a otorgarse, y que beneficien a los segmentos de la oferta turística del Estado;
- XIII. **Comisión de Segmentos.** Órgano de apoyo conformado por personas de la iniciativa privada y de la SECTUR, con el objeto de revisar y emitir las fichas de evaluación de las solicitudes de apoyo que serán sometidas a dictaminación del Comité;
- XIV. **Derechos Humanos.** Son el conjunto de prerrogativas sustentadas en la dignidad humana, cuya realización efectiva resulta indispensable para el desarrollo integral de la persona. Este conjunto de prerrogativas se encuentra establecido en nuestra Constitución Política, tratados internacionales y las leyes;
- XV. **Destino Turístico.** Espacio o zona geográfica receptora de flujos turísticos cuyas características constituyen un interés para realizar diversas actividades turísticas;
- XVI. **Difusión.** Si adicionalmente habrá algún tipo de difusión; por ejemplo: rueda de prensa, invitación a medios para inauguración, espacio para entrevistas, etc; se solita el número estimado de notas como retorno de inversión. En el caso de Fams y Acciones de Relaciones Públicas, los medios convocados son vitales para calcular este punto;
- XVII. **Eventos Especiales.** Eventos de alto impacto que resaltan significativamente a los segmentos turísticos, definidos en las presentes Reglas de Operación, y que generan un incremento en la derrama económica y promoción del destino sede de dichos eventos;
- XVIII. **Fondo para la Promoción de los Destinos Turísticos del Estado.** Recursos que por concepto de la recaudación del impuesto por servicios de hospedaje transfiere la Secretaría de Finanzas, Inversión y Administración a la Secretaría de Turismo para su administración, en los términos de la Ley de Hacienda para el Estado de Guanajuato y que se encuentran previstos en el proyecto QC0381 Proyecto Fondo de Promoción Turística para el Ejercicio Fiscal de 2024;
- XIX. **Herramientas de Promoción y Difusión.** Medios alternativos de difusión, campañas publicitarias, material promocional, levantamiento de imagen y video, souvenirs, entre otros;
- XX. **Metas programadas.** Se refiere a los resultados esperados y su cuantificación en términos de entregables, apoyos, bienes o servicios que se espera o estima alcanzar para el cumplimiento de los objetivos del programa, las cuales estarán sujetas a ajustes en el transcurso del ejercicio fiscal en base en la normatividad aplicable;
- XXI. **Oferta turística.** Conjunto de actividades, destinos, bienes y servicios turísticos, así como los atractivos culturales, históricos, naturales, recreativos y urbanos que se ofrecen al turista;
- XXII. **Persona solicitante.** Personas físicas o morales pertenecientes al sector turístico, que solicite apoyo para difusión de los eventos o proyectos de segmentos turísticos descritos en las presentes Reglas de Operación;

- XXIII. **Perspectiva de Género.** Visión científica, analítica y política sobre las mujeres y los hombres, que propone eliminar las causas de la opresión de género como la desigualdad, la injusticia y la jerarquización de las personas basada en el género. Promueve la igualdad, la equidad, el adelanto y el bienestar de las mujeres; contribuye a construir una sociedad en donde las mujeres y los hombres tengan el mismo valor, la igualdad de derechos y oportunidades, para acceder al desarrollo social y la representación en los ámbitos de toma de decisiones;
- XXIV. **Programa.** El Programa QC0381 Fondo para la Promoción de los destinos turísticos del Estado de Guanajuato para el Ejercicio Fiscal de 2024;
- XXV. **Público Objetivo.** segmento o perfil de mercado. Es un grupo de consumidores con intereses similares; incluye la información de los compradores y competidores tradicionales, así como información general sobre la economía y patrones del comercio al por menor en un sector, poder adquisitivo, etc.;
- XXVI. **Reglas de Operación.** las Reglas de Operación del Proyecto QC0381 Fondo para la promoción de los destinos turísticos del Estado para el Ejercicio Fiscal 2024;
- XXVII. **Retorno de Inversión (ROI).** Publicidad no pagada. Se le conoce como ROI por sus siglas en inglés (Return Of Investment) y es un indicador que mide la relación entre ganancia obtenida e inversión, es por eso que se debe tomar en cuenta en fams y en relaciones públicas (notas publicadas, difusión del destino, una marca, un evento o proyecto, eventos confirmados para el destino, etc.);
- XXVIII. **Acciones de Relaciones Públicas y Promoción.** Mecanismos de comunicación que permitan fortalecer las necesidades de exposición de la oferta turística del destino a nivel regional, nacional e internacional, mediante ruedas de prensa, comunicados con medios especializados para el posicionamiento de los destinos, presentaciones de destino, activaciones o presentaciones de marca, entre otras, cuya finalidad es la del fortalecimiento de la marca turística y la promoción de los destinos;
- XXIX. **SECTUR.** Secretaría de Turismo;
- XXX. **Segmento turístico.** División del mercado turístico en grupos homogéneos diferenciados por las motivaciones de viaje o el tipo de actividades turísticas que demandan, de modo que sea posible generar estrategias comerciales diferenciadas para cada segmento específico, con el objetivo de satisfacer sus necesidades de una manera más efectiva. Los segmentos pueden ser: cultural, romance; naturaleza, MICE, gastronomía; wellness; deportivo, enoturismo y destilados;
- XXXI. **Subsecretaría.** Subsecretaría de Promoción Turística, responsable de la ejecución del Programa;
- XXXII. **Viajes de Familiarización.** Actividades en las cuales se invita a conocer los atractivos de la entidad a personas o empresas que representan comercializadores potenciales del estado, medios masivos de comunicación, creadores de contenido, operadores turísticos y organizadores de eventos que, como resultado, motiven la actividad turística en el Estado de Guanajuato, con el objeto de lograr el posicionamiento del destino, la imagen positiva y la publicidad no pagada.