

# GLOSARIO DE TÉRMINOS PARA EL LLENADO DEL FORMULARIO

## CEPTG 2022

- I. **Segmento turístico.** (Art. 2 XVII Reglas de operación 2022) 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 satisfacer de mejor manera las necesidades una manera más efectiva. Los segmentos pueden ser:
- a. **CULTURAL** (Art. 2 XVIII Reglas de Operación 2022). Es aquel que agrupa los intereses de viaje de un turista motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social de un destino. Dentro de este segmento se encuentra también el religioso;
  - b. **ROMNANCE**
  - c. **NATURALEZA**
  - d. **MICE** (Art. 2 XIX Reglas de Operación 2022). El turismo de reuniones o MICE (Meeting, Incentives, Congresses, Exhibitions), es aquel que abarca las actividades basadas en la organización, promoción, venta y distribución de reuniones y eventos; productos y servicios que incluyen reuniones gubernamentales, de empresas y de asociaciones; viajes de incentivos de empresas, seminarios, congresos, conferencias, convenciones, exposiciones y ferias.
  - e. **GASTRONOMÍA**
  - f. **WELLNESS** (Art. 2 XX Reglas de Operación 2022). También llamado turismo de salud y bien estar, abarca aquellos tipos de turismo que tienen como motivación principal el contribuir a su salud física, mental y/o espiritual a través de actividades médicas y de bienestar que aumentan la capacidad de los individuos y satisfacen sus propias necesidades de funcionar mejor como individuos en su medio ambiente y sociedad.
  - g. **DEPORTIVO**
  - h. **ENOTURISMO Y DESTILADOS**
- II. **Conceptos:** (Art.13 Reglas de operación 2022)
- a. **Atención y apoyo a la realización de EVENTOS ESPECIALES enfocados a los segmentos turísticos definidos dentro del estado de Guanajuato.** Estas acciones deberán generar un impacto y enfocarse en la promoción de la ciudad.
    - i. Derrama Económica. Estimación de la derrama económica de los visitantes por la realización del evento tomando en cuenta los datos del observatorio turístico del gasto promedio del turista o excursionista regional, nacional o internacional; la ocupación hotelera, etcétera.
  - b. **ALIANZAS ESTRATÉGICAS con socios comerciales.** Cooperados estratégicos que formalizan agencias de viajes en línea, tour operadores mayoristas, asociaciones de agencias de viajes, cadenas hoteleras, líneas aéreas y globalizadoras entre otras empresas turísticas a fin de promocionar y comercializar la oferta turística de los destinos.
    - i. Socio Comercial. Nombre del socio comercial que participa en la Alianza Estratégica.
    - ii. Participación Bipartita. Corresponde a la aportación de recursos de dos socios comerciales para la realización de la Alianza Estratégica.
    - iii. Participación Tripartita. Corresponde a la aportación de recursos de tres socios comerciales para la realización de la Alianza Estratégica.
    - iv. Mercado de destino. Es el destino Nacional o internacional, nombre de los países, estados o municipios de los mercados donde se llevará a cabo la estrategia de promoción.
  - c. **HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN.** Medios alternativos de difusión, campañas publicitarias, encartes, productos publicitarios, folletos, trípticos, dípticos. carteles, mapas turísticos, levantamiento de imagen y video promocional consensado, impresión en gran formato, artículos promocionales, souvenir, entre otros.

- i. Tipo de herramienta. Se describe la herramienta de promoción que se está solicitando, espectaculares, impresos, spots, T.V.
      - d. **RELACIONES PÚBLICAS.** Mecanismos de comunicación con sector público, privado y social que permitan anticipar o atender de manera precisa sus requerimientos y necesidades para fortalecer la oferta turística. Dichos mecanismos pueden ser ruedas de prensa, comunicados con medios especializados para el posicionamiento de los destinos, acuerdos con profesionales para comunicación de la marca turística y relacionarse con el público objetivo.
      - e. **VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN.** Se entenderán aquellas actividades por las cuales se invita a conocer los atractivos de la entidad a personas que representan comercializadoras potenciales y reales del estado, medios masivos de comunicación, bloggers, operadores turísticos y organizadores de eventos potenciales que provocaban flujos de turismo en el estado, con el objeto de lograr el posicionamiento del destino, la imagen positiva y la publicidad no pagada del estado de Guanajuato;
        - i. Medio de transporte. Medio que se utilizará para transportar a los participantes en el viaje de familiarización.
        - ii. No. de Asistentes. Corresponde al número de personas que participan en el viaje de familiarización.
- III. **Comité organizador.** Nombre del comité que organiza el evento, institución, organismo, empresa, etcétera.
- 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. **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.
- VI. **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.).
- VII. **Difusión.** Si adicionalmente habrá algún tipo de difusión; por ejemplo: rueda de prensa, invitación a medios para inauguración, espacio para entrevistas, etc. Es por ello que en caso de ser afirmativa la respuesta, pedimos número estimado de notas como retorno de inversión. En el caso de Fams y RP, los medios convocados son vitales para calcular este punto.
- VIII. **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; acciones de innovación y de buenas prácticas, si las hubo.
- IX. **Descripción/Reseña/Itinerario-orden del día.** Resumen con información completa de lo que será el proyecto que se registra en la convocatoria; en el caso de FAMS, el itinerario tentativo que vivirán los asistentes. haciendo énfasis en indicadores, buenas prácticas, acciones de innovación, de género y la participación de las instancias de gobierno que involucraron en el proyecto.
- X. **Periodicidad.** Frecuencia con que se promocionará o se realiza.
- XI. **Impacto.** Los eventos generan impactos ambientales, económicos y sociales en los destinos donde se celebren. El impacto turístico de un evento puede medirse como el aumento de los visitantes en la ciudad ocasionado por la celebración de dicho evento en materia económica; por los conocimientos que deja a los participantes y en el lugar de destino y beneficio para la cadena de valor local, sociales; por las acciones de reforestación o separación de residuos, ambientales).
- XII. **Acciones de sustentabilidad turística.** (Es un requisito para los programas que apoya Sectur desde el presente año). Describir la acción a realizar, el indicador y la evidencia. Va en el mismo tenor que el impacto. (Art. 2 IV Reglas de operación 2022) 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.
- XIII. **Perspectiva de Género.** (Es prioritario en la presente Administración). Debe considerarse pues es un punto medular de la actual Administración de Gobierno y deberá reportarse con números reales al finalizar el proyecto; de entrada, habrá que poner un número tentativo en relación a los beneficiados del proyecto, programa, acción. (Art. 2 XII Reglas de Operación 2022) 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, (Aplica en todos los conceptos/acciones ya que es una obligación en los programas que apoya Sectur desde el presente año). Describir si en tecnología qué se utilizará o implementará o sí el proyecto es original o único y el por qué.

- XIV. **Costo total del evento.** Es el Importe total del proyecto, se expresa en número y en pesos mexicanos, con IVA incluido, sin signos ni comas (texto).
- XV. **Desglose del evento en general.** Es el Importe del apoyo que solicita a la Secretaría de Turismo, desglosado por concepto.
- XVI. **Apoyo de Sectur en ediciones, acciones o proyectos anteriores.** Es necesario mencionar si con el proyecto/evento/acción ha participado en algún programa de la Secretaría y en caso afirmativo mencionar año, monto otorgado y destino del mismo.
- XVII. **Apoyo de otros organismos.** Se requiere el panorama general del evento por lo que es necesario mencionar si el proyecto/evento/acción 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. (Ejemplos disponibles).
- XVIII. **Desglose del monto del apoyo solicitado.** Es el Importe del apoyo que solicita a la Secretaría de Turismo, desglosado por concepto.
- XIX. **Monto total del apoyo.** Es el Importe total del apoyo solicitado, se expresa en número y en pesos mexicanos, con IVA incluido, sin signos ni comas (texto).
- XX. **Acciones de innovación.** (Aplica en todos los conceptos/acciones ya que es una obligación en los programas que apoya Sectur desde el presente año). Describir si en tecnología qué se utilizará o implementará o sí el proyecto es original o único y el por qué. Se describe indicador y evidencia, aunque ésta se entregue al cierre del proyecto.