

## ANEXO 4.

---

# MANUAL DE USUARIO PARA EL REGISTRO DE BUENAS PRÁCTICAS DE SUSTENTABILIDAD PARA EL FONDO PARA LA PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO 2023

### A. ¿QUÉ SON LAS BUENAS PRÁCTICAS DE 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.

### B. COMPROMISO DE LA SECRETARÍA DE TURISMO CON LA SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA.

De acuerdo con la Actualización del Programa de Gobierno 2018-2024 del Gobierno del Estado de Guanajuato y del Programa Sectorial Economía para Todos, la Secretaría de Turismo tiene la encomienda de **fortalecer el sector turístico guanajuatense bajo un enfoque de sustentabilidad**.

En este marco estratégico, la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato busca **impulsar la competitividad, la diversificación y la sostenibilidad de los destinos turísticos enfocados a los segmentos** cultural, romance, naturaleza, MICE (reuniones, incentivos, congresos y exposiciones), gastronomía, wellness, deportivo y enoturismo y destilados, así como destinos turísticos consolidados.

#### MODELO DE SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA.

Como respuesta a los retos que enfrenta el turismo en materia social, económica y ambiental, la Secretaría de Turismo creó en 2015 el Modelo de Sustentabilidad Turística de la Secretaría de Turismo, el cual es una **herramienta basada en los Criterios Globales de Turismo Sostenible, para el impulso de la implementación de buenas prácticas de sustentabilidad en los organismos turísticos** incluyendo la misma Secretaría de Turismo. Para más información, visita nuestra página <https://sectur.guanajuato.gob.mx/sustentabilidad/>.

### C. BENEFICIOS DE IMPLEMENTAR BUENAS PRÁCTICAS DE SUSTENTABILIDAD.

Los beneficios que se pueden obtener con motivo de la incorporación de prácticas de sustentabilidad se aprecian en diferentes ámbitos, generando impactos positivos en el ambiente, la economía y la sociedad. A continuación, se mencionan algunos de ellos:



**Guanajuato**  
Vive Grandes Historias  
Secretaría de Turismo



GUANAJUATO.MX  
  
#ViveGrandesHistorias

## ANEXO 4.

---

- Favorece la innovación dentro de las organizaciones
- Ventajas competitivas, promocionales y de imagen
- Sensibilización de los colaboradores de las organizaciones y los clientes
- Creación de experiencias únicas que lo harán diferente de su competencia
- Posicionamiento
- Valor añadido en materia humana y medio ambiental
- Promueve un cambio de relación con el medio ambiente y con los demás
- Creación de vínculos emocionales relacionados con la marca o la empresa
- Refuerza relaciones con grupos de interés
- Atracción de nuevos patrocinios y patrocinadores para fomentar las acciones sustentables
- Contar con una certificación de sustentabilidad
- Acceder a apoyos gubernamentales o de la iniciativa privada en materia de sustentabilidad

### D. ¿POR QUÉ DEBO REGISTRAR UNA BUENA PRÁCTICA?

Con fundamento en los **artículos 16 fracción VIII, 21 fracción X y 44 de las Reglas de Operación del Proyecto Fondo para la Promoción de los Destinos Turísticos del Estado para el ejercicio fiscal 2023**, en los cuales se señala el cumplimiento de los procedimientos relacionados con el **registro, implementación y comprobación de las buenas prácticas** de sustentabilidad como un **criterio de elegibilidad, una obligación y un requisito para la participación en la convocatoria 2024**.

### E. ¿CÓMO REGISTRAR UNA BUENA PRÁCTICA?

**Para el registro de las buenas prácticas se utilizará un formato** muy sencillo el cual se incluye como un Anexo de las Reglas de Operación del proyecto Q0381 en el que se capturará tanto la descripción de la buena práctica a implementar, así como el indicador y la evidencia que entregarán para comprobar resultados.

### VARIABLES QUE COMPONEN EL FORMATO DE REGISTRO DE BUENAS PRÁCTICAS DE SUSTENTABILIDAD

El apartado de registro de buenas prácticas está compuesto por 4 variables:

#### 1. CATEGORÍA Y NIVEL DE LA BUENA PRÁCTICA.

Esta variable indica cuál es el pilar de la sustentabilidad al que abona la buena práctica y el nivel de complejidad de esta de acuerdo con el compendio.



**Guanajuato**  
Vive Grandes Historias  
Secretaría de Turismo



GUANAJUATO.MX  
  
#ViveGrandesHistorias

## ANEXO 4.

---

- a) **Social.** Se abordan temas relativos a las personas y la comunidad, por ello temas como la inclusión y no discriminación, la atención a grupos vulnerables, satisfacción de visitantes/participantes, apoyo a entidades sociales, la responsabilidad social o la preservación del patrimonio cultural.
- b) **Ambiental.** Relacionado con temas como la eficiencia de recursos, el manejo de residuos, el consumo responsable, reducción de huella ecológica, fomento al uso de las tecnologías y la preservación de patrimonio natural. Este tema, debido al auge que está teniendo los estilos de vida “verdes”, también puede causar un impacto positivo en su proyecto.
- c) **Económico.** El pilar económico está muy relacionado con el beneficio directo a la economía e la comunidad a través de las oportunidades profesionales, el trabajo decente, el apoyo a proveedores y emprendedores locales, así como la rentabilidad del negocio o destino turístico.
- d) **Niveles de complejidad de las prácticas:** básico, intermedio o avanzado (identificados en el compendio).

### 2. DESCRIPCIÓN Y RESULTADO ESPERADO.

Esta variable detalla la o las buenas prácticas que se van a implementar puntualizando **en qué consiste cada práctica y cuál es el resultado que se espera obtener con su implementación.** A continuación, un ejemplo por cada categoría de buenas prácticas:

- a) Ejemplo categoría social:
  - Descripción: Apoyo a la iniciativa de orquesta infantil local.
  - Resultado esperado: Donación de 5 instrumentos musicales a la orquesta infantil local.
- b) Ejemplo categoría ambiental:
  - Descripción: Medición de residuos producidos.
  - Resultado esperado: En este caso, el resultado esperado sería “Conocer la cantidad de residuos inorgánicos generados”.
- c) Ejemplo categoría económica:
  - Descripción: Impulso al consumo local.
  - Resultado esperado: En este caso, el resultado esperado sería “Lograr que el 50% de los insumos sean suministrados por proveedores de la comunidad receptora o en su defecto de la región”.



**Guanajuato**  
Vive Grandes Historias  
Secretaría de Turismo



GUANAJUATO.MX  
     
#ViveGrandesHistorias

## ANEXO 4.

---

### 3. INDICADOR.

Un indicador es una herramienta que revela información sobre un proceso o una actividad, en este caso la implementación de las buenas prácticas. Los indicadores son los que nos **señalan si el resultado esperado se logró o si, por el contrario, no se alcanzó el objetivo.**

El enunciado del indicador **debe denotar la variable de análisis y la unidad de medición** que se utilizará para medir el desempeño. A continuación, se retomarán los ejemplos citados en la descripción de la variable del punto anterior, proveyendo nuevamente un ejemplo por cada categoría:

- a) *Ejemplo categoría social.* En este caso la variable de análisis es el apoyo a una iniciativa social local (específicamente a la iniciativa de la orquesta infantil) y la unidad de medición será el número de instrumentos musicales donados a la orquesta infantil.
  - Indicador del apoyo a una iniciativa social local: Número de instrumentos donados.
- b) *Ejemplo categoría ambiental.* En este caso la variable de análisis es la generación de residuos y la unidad de medición serán los kg de residuos inorgánicos que se generen.
  - Indicador de la medición de residuos inorgánicos: Kg de residuos inorgánicos generados.
- c) *Ejemplo categoría económica:* En este caso la variable de análisis es el consumo local y la unidad de medición será la comparativa del número de proveedores totales contra el número de proveedores locales o de la región.
  - Indicador del impulso al consumo local: Número de proveedores locales vs número total de proveedores.

### 4. EVIDENCIA POR REPORTAR.

Las evidencias son el conjunto disponible de hechos o información que **indican si una creencia o proposición es verdad o válida.** En este caso, las **evidencias podrán ser físicas o documentales.**

**Evidencia física.** Se obtiene mediante la inspección y observación directa. La evidencia de esta naturaleza puede presentarse en documento que muestre fotografías, gráficos, mapas o ejemplos de materiales físicos y/o digitales.

**Evidencia documental.** Información obtenida del solicitante como la contenida en oficios, informes, comprobantes de pago, facturas, cartas, contratos, cheques, registros de



**Guanajuato**  
Vive Grandes Historias  
Secretaría de Turismo



GUANAJUATO.MX  
  
#ViveGrandesHistorias

## ANEXO 4.

---

contabilidad y/o documentos administrativos.

A continuación, algunos ejemplos, retomando la descripción de la buena práctica, el resultado esperado y los indicadores mencionados en los incisos anteriores.

- a) *Ejemplo categoría social.* En el caso de la donación a la iniciativa de orquesta infantil local la evidencia estará relacionada con la entrega de los instrumentos musicales donadas, lo cual puede comprobarse a través de una evidencia física (por ejemplo, una fotografía de la entrega de los instrumentos) o un recibo de donación emitido por la iniciativa que coordina la orquesta infantil local. En este caso, la evidencia puede ser combinada.
  - Evidencia de apoyo a una iniciativa local: Recibo de donación y/o evidencia fotográfica de entrega de instrumentos donados.
  
- b) *Ejemplo categoría ambiental.* En este caso la evidencia estará relacionada con la medición de residuos inorgánicos y combina la evidencia documental con la evidencia física.
  - *Evidencia:* Tabla de medición de los residuos y fotografías que acrediten el pesaje de residuos.
  
- c) *Ejemplo categoría económica:* En este caso la evidencia estará relacionada con la comparativa del número de proveedores totales contra el número de proveedores locales o de la región, por lo cual se trata de una evidencia del tipo documental.
  - *Evidencia del impulso al consumo local:* Tabla de medición de los residuos y evidencia fotográfica del pesaje.

### COMO USAR EL COMPENDIO DE BUENAS PRÁCTICAS

Con la finalidad de **orientar a los solicitantes en la selección de la o las buenas prácticas** de sustentabilidad a implementar, se pone a disposición el "Compendio **De Buenas Prácticas**" en el que se pueden identificar ejemplos de dichas prácticas por tipo de apoyos.

El **compendio aporta sugerencias de buenas prácticas en los tres ejes de la sustentabilidad** (ambientales, económico y social), también señala una propuesta del indicador que se podría estar reportando, así como de la evidencia que pueden presentar por la implementación de cada práctica.

Las **prácticas están categorizadas por niveles:** básico, intermedio y avanzado, las cuales se



**Guanajuato**  
Vive Grandes Historias  
Secretaría de Turismo



GUANAJUATO.MX  
  
#ViveGrandesHistorias

## ANEXO 4.

---

identifican por medio de colores (amarillo=básico; azul=intermedio y verde=avanzado).

Es importante recalcar que el **compendio no es limitativo**, por lo cual si el solicitante identifica o lleva a cabo una práctica de sustentabilidad que no figure en el mismo, también pueden ser registradas en el formato y será tomada en cuenta siempre y cuando se trate de una práctica que sea medible y alcanzable, por lo cual **es obligatorio señalar cuáles serían tanto el indicador como la evidencia** que serán utilizados para reportar y comprobar el resultado de la práctica.

### Importante:

- En el caso de los proyectos relacionados con **eventos turísticos especiales deberán registrar al menos 10 buenas prácticas.**
- Los proyectos relativos a los **demás conceptos de apoyo** que prevé las Reglas de Operación del Proyecto Q0381 Fondo para la Promoción de los Destinos Turísticos del Estado de Guanajuato, **deberán registrar al menos 2 prácticas de sustentabilidad.**

## F. CÓMO REPORTAR LOS RESULTADOS UNA BUENA PRÁCTICA

En congruencia con lo registrado al momento de solicitar el apoyo, el reporte final, incluye las **mismas variables descritas en el inciso E** de este documento. Estas variables se incluirán en el tradicional formato de reporte final como un apartado extra a los ya conocidos.

1. **Buena práctica implementada.** Descripción de la buena práctica que el solicitante realizó con o sin la ayuda de los asistentes/participantes, según aplique.
2. **Resultados.** Descripción de los resultados esperados y comparativa con los resultados alcanzados por la implementación de la buena práctica.
3. **Evidencias.** En este caso en particular, además de la descripción se debe incluir la evidencia tal cual, sea esta física o documental. Adjuntar como Anexos al formato “Reporte de Resultados” las evidencias correspondientes.

Las **variables registradas en el reporte de resultados, debe coincidir** con lo plasmado en el formato de Registro de buenas prácticas de Sustentabilidad. Este reporte de resultados será la base para obtener el **“Dictamen de Implementación de Buenas Prácticas de Sustentabilidad en Eventos y Acciones de Promoción”**, el cual será **emitido por la Dirección General de Inteligencia Turística** y el cual validará el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Sustentabilidad.



**Guanajuato**  
Vive Grandes Historias  
Secretaría de Turismo



GUANAJUATO.MX  
  
#ViveGrandesHistorias

## ANEXO 4.

### COMPENDIO DE BUENAS PRÁCTICAS DE SUSTENTABILIDAD

#### Fondo para la Promoción de los Destinos Turísticos del Estado 2023

Este **compendio pretende ser una guía no limitativa** para que el usuario pueda tener una noción de las buenas prácticas que pueden implementarse.

##### INSTRUCCIONES DE USO.

1. Revisar las sugerencias de buenas prácticas con sus respectivos indicadores y evidencias por reportar. Cada buena práctica está categorizada por: Avanzada, intermedia y básica.
2. **Seleccionar las prácticas** de acuerdo con su aplicabilidad **según el concepto de apoyo:**
  - **Eventos especiales: al menos 10 prácticas.**
  - Alianzas estratégicas con socios comerciales, herramientas de promoción y difusión, viajes de familiarización y acciones de relaciones públicas y promoción: **al menos 2 prácticas.**
3. En caso de que el usuario identifique otra buena práctica que no se encuentre en el listado puede incluirla en su expediente, sin embargo, para que sea considerada debe incluirse en el formato de registro el indicador y la evidencia que se reportará para comprobar el cumplimiento de la buena práctica.
4. Si el apoyo otorgado es para un evento, puede consultar información más detallada sobre las buenas prácticas en la **"Guía para la Organización de Eventos Más Sustentables"** de la Secretaría de Turismo disponible en la sección de sustentabilidad de la página institucional: <https://sectur.guanajuato.gob.mx/>.

**Nomenclatura nivel de buenas prácticas.** Verde=avanzado, Azul=intermedio y Amarillo=básico.

##### NOTAS IMPORTANTES:

1. **¿Qué es un producto/servicio local?** Un producto/servicios que es adquiridos dentro de la comunidad receptora o dentro del Estado de Guanajuato.
2. Para prácticas relacionadas con la gestión de residuos, puede consultar el **Padrón de Prestadores de Servicios para el Manejo de Residuos de Manejo Especial** de la Secretaría de Medio Ambiente y Ordenamiento Territorial en la siguiente liga: <https://smaot.guanajuato.gob.mx/sitio/papsrme>

#### ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON SOCIOS COMERCIALES

Id	Sugerencia de Buena Práctica	Indicador	Evidencia	Pilar de la sustentabilidad
1	Seleccionar proveedores de comunicación, marketing y promoción que cuenten con criterios de sustentabilidad.	No. de buenas prácticas implementadas	Compartir extracto de la política de sustentabilidad o buenas prácticas del proveedor.	Ambiental, social y económico



**Guanajuato**  
Vive Grandes Historias  
Secretaría de Turismo



GUANAJUATO.MX  
  
#ViveGrandesHistorias

## ANEXO 4.

2	Dar preferencia a las impresiones en blanco y negro, el uso de tintas no tóxicas, información breve, impresión en ambos lados o el uso de papel reciclado cuando las impresiones no puedan ser evitadas.	% de disminución de material	Fotografía de los materiales impresos.	Ambiental
3	Optar por promocionales elaborados con materiales textiles y orgánicos, como camisetas, mochilas, bolsas u otros; garantizar que sean fabricados con algodón ecológico, otros materiales reciclados o libres de tintas tóxicas.	% de materiales verdes utilizados	Fotografía de los promocionales y descripción de los materiales que se usaron en su fabricación.	Ambiental
4	Generar invitaciones, convocatorias o material de promoción en formato digital.	% de materiales impresos vs % de materiales digitales	Captura de pantalla de materiales en formato digital.	Ambiental
5	Considerar en los materiales promocionales la comunicación incluyente para grupos vulnerables. Ejemplos: subtítular videos de promoción, traducir la información en lengua de señas, invitaciones que se puedan leer en procesadores de texto, entre otros.	% materiales con lenguaje inclusivo	Captura de pantalla de comunicados o mensajes.	Social
6	Incluir cláusulas sobre sustentabilidad y buenas prácticas en los convenios / contratos con los proveedores de comunicación, marketing y promoción.	No. de buenas prácticas implementadas	Proporcionar extracto de las cláusulas a proveedores.	Ambiental, social y económico
7	Utilizar lenguaje incluyente, respetuoso y que logre transmitir el enfoque de sustentabilidad. Ejemplos: redacción de los mensajes de promoción, señaléticas, protocolo, invitaciones, comunicados y ruedas de prensa.	% materiales con lenguaje inclusivo	Captura de pantalla de discursos, señalética y otro comunicado.	Social
8	Utilizar espacios durante las actividades de promoción para comunicar acciones sustentables como banners, pantallas, pasillos, etc.	No. de promocionales sobre temas sustentables	Fotografía de los espacios que se destinaron.	Ambiental
9	Ejecutar campañas, actividades, activaciones u otras acciones para	No. de actividades	Fotografía de las acciones de	Ambiental, social y



## ANEXO 4.

	concientizar sobre temas de sustentabilidad.	sobre temas sustentables	concientización.	económico
10	Seleccionar empresas / patrocinadores / organizaciones socialmente responsables o involucradas en proyectos sustentables.	No. de empresas / patrocinadores / organizaciones socialmente responsables	Listado de empresas / patrocinadores / organizaciones y mostrar algunas de sus acciones de responsabilidad social.	Económico
HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN				
Id	Sugerencia de Buena Práctica	Indicador	Evidencia	Pilar de la sustentabilidad
1	Seleccionar proveedores de comunicación, marketing y promoción que cuenten con criterios de sustentabilidad.	No. de buenas prácticas implementadas	Compartir extracto de la política de sustentabilidad o buenas prácticas del proveedor.	Ambiental, social y económico
2	Dar preferencia a las impresiones en blanco y negro, el uso de tintas no tóxicas, información breve, impresión en ambos lados o el uso de papel reciclado cuando las impresiones no puedan ser evitadas.	% de disminución de material	Fotografía de los materiales impresos.	Ambiental
3	Optar por promocionales elaborados con materiales textiles y orgánicos, como camisetas, mochilas, bolsas u otros; garantizar que sean fabricados con algodón ecológico, otros materiales reciclados o libres de tintas tóxicas.	% de materiales verdes utilizados	Fotografía de los promocionales y descripción de los materiales que se usaron en su fabricación.	Ambiental
4	Generar invitaciones, convocatorias o material de promoción en formato digital.	% de materiales impresos vs % de materiales digitales	Captura de pantalla de materiales en formato digital.	Ambiental
5	Considerar en los materiales promocionales la comunicación incluyente para grupos vulnerables. Ejemplos: subtítular videos de	% materiales con lenguaje inclusivo	Captura de pantalla de comunicados o mensajes.	Social

## ANEXO 4.

	promoción, traducir la información en lengua de señas, invitaciones que se puedan leer en procesadores de texto, entre otros.			
6	Incluir cláusulas sobre sustentabilidad y buenas prácticas en los convenios / contratos con los proveedores de comunicación, marketing y promoción.	No. de buenas prácticas implementadas	Proporcionar extracto de las cláusulas a proveedores.	Ambiental, social y económico
7	Utilizar lenguaje incluyente, respetuoso y que logre transmitir el enfoque de sustentabilidad. Ejemplos: redacción de los mensajes de promoción, señaléticas, protocolo, invitaciones, comunicados y ruedas de prensa.	% materiales con lenguaje inclusivo	Captura de pantalla de discursos, señalética y otro comunicado.	Social
8	Utilizar espacios durante las actividades de promoción para comunicar acciones sustentables como banners, pantallas, pasillos, etc.	No. de promocionales sobre temas sustentables	Fotografía de los espacios que se destinaron.	Ambiental
9	Ejecutar campañas, actividades, activaciones u otras acciones para concientizar sobre temas de sustentabilidad.	No. de actividades sobre temas sustentables	Fotografía de las acciones de concientización.	Ambiental, social y económico
10	Seleccionar empresas / patrocinadores / organizaciones socialmente responsables o involucradas en proyectos sustentables.	No. de empresas / patrocinadores / organizaciones socialmente responsables	Listado de empresas / patrocinadores / organizaciones y mostrar algunas de sus acciones de responsabilidad social.	Económico
RELACIONES PÚBLICAS				
Id	Sugerencia de Buena Práctica	Indicador	Evidencia	Pilar de la sustentabilidad
1	Seleccionar proveedores de comunicación, marketing y promoción que cuenten con criterios de sustentabilidad.	No. de buenas prácticas implementadas	Compartir extracto de la política de sustentabilidad o buenas prácticas del proveedor.	Ambiental, social y económico

## ANEXO 4.

2	Dar preferencia a las impresiones en blanco y negro, el uso de tintas no tóxicas, información breve, impresión en ambos lados o el uso de papel reciclado cuando las impresiones no puedan ser evitadas.	% de disminución de material	Fotografía de los materiales impresos.	Ambiental
3	Optar por promocionales elaborados con materiales textiles y orgánicos, como camisetas, mochilas, bolsas u otros; garantizar que sean fabricados con algodón ecológico, otros materiales reciclados o libres de tintas tóxicas.	% de materiales verdes utilizados	Fotografía de los promocionales y descripción de los materiales que se usaron en su fabricación.	Ambiental
4	Generar invitaciones, convocatorias o material de promoción en formato digital.	% de materiales impresos vs % de materiales digitales	Captura de pantalla de materiales en formato digital.	Ambiental
5	Considerar en los materiales promocionales la comunicación incluyente para grupos vulnerables. Ejemplos: subtítular videos de promoción, traducir la información en lengua de señas, invitaciones que se puedan leer en procesadores de texto, entre otros.	% materiales con lenguaje inclusivo	Captura de pantalla de comunicados o mensajes.	Social
6	Incluir cláusulas sobre sustentabilidad y buenas prácticas en los convenios / contratos con los proveedores de comunicación, marketing y promoción.	No. de buenas prácticas implementadas	Proporcionar extracto de las cláusulas a proveedores.	Ambiental, social y económico
7	Utilizar lenguaje incluyente, respetuoso y que logre transmitir el enfoque de sustentabilidad. Ejemplos: redacción de los mensajes de promoción, señaléticas, protocolo, invitaciones, comunicados y ruedas de prensa.	% materiales con lenguaje inclusivo	Captura de pantalla de discursos, señalética y otro comunicado.	Social
8	Utilizar espacios durante las actividades de promoción para comunicar acciones sustentables como banners, pantallas, pasillos, etc.	No. de promocionales sobre temas sustentables	Fotografía de los espacios que se destinaron.	Ambiental
9	Ejecutar campañas, actividades, activaciones u otras acciones para	No. de actividades	Fotografía de las acciones de	Ambiental, social y

## ANEXO 4.

	concientizar sobre temas de sustentabilidad.	sobre temas sustentables	concientización.	económico
10	Seleccionar empresas / patrocinadores / organizaciones socialmente responsables o involucradas en proyectos sustentables.	No. de empresas / patrocinadores / organizaciones socialmente responsables	Listado de empresas / patrocinadores / organizaciones y mostrar algunas de sus acciones de responsabilidad social.	Económico
VIJES DE FAMILIARIZACIÓN				
Id	Sugerencia de Buena Práctica	Indicador	Evidencia	Pilar de la sustentabilidad
1	Elegir un hotel que cuente con una certificación y/o política de sustentabilidad. En caso de no contar con ello verificar que aplique prácticas sustentables.	No. de buenas prácticas implementadas	Mostrar certificación y/o política de sustentabilidad. En su defecto, captura de pantalla de las acciones sustentables que comunique en página web, redes sociales o algún otro medio.	Económico, social y ambiental
2	Elegir un hotel que cuente con un programa de donación o apoyo a la comunidad.	No. de donaciones realizadas	Compartir a qué asociación o comunidad apoya o describir el proceso de donación.	Social
3	Elegir hoteles que cuenten con un programa de bioseguridad o que sean parte del Distintivo Guanajuato Sano.	No. de programas implementados	Mostrar fotografía del sello Guanajuato Sano o del protocolo de bioseguridad.	Económico, social y ambiental
4	Preferir alojamientos que cuenten con un programa de consumo y compras responsables de recursos, alimentos o materiales.	% de minimización de materiales respecto a otros	Compartir foto de política de sustentabilidad o capturas de	Ambiental

## ANEXO 4.

		años	pantallas de las acciones para el consumo responsable de materiales que comunique en página web, redes sociales o algún otro medio.	
5	Escoger un alojamiento que implemente un programa de separación de residuos orgánicos e inorgánicos reciclables (PET, plásticos, cartón, papel, vidrio, aluminio, TetraPack, madera, electrónicos, baterías y aceites).	Número de botes de segregación colocados	Fotografía de los espacios de separación de residuos dentro del hotel.	Ambiental
6	Reducir desplazamientos y fomentar los traslados a pie.	Kg de CO2 evitados	Tomar captura de pantalla del mapa de desplazamiento.	Ambiental
7	Priorizar la compra de insumos locales, de temporada, endémicos, provenientes de comercio justo, agricultura ecológica o ganadería ética.	No. de artículos adquiridos	Adjuntar información sobre los proveedores y sus prácticas sustentables.	Ambiental y social
8	Escoger café, vino y bebidas de productores estatales, nacionales o certificados como orgánicos o de comercio justo.	No. de artículos adquiridos	Fotografía de los proveedores seleccionados y adjuntar información sobre los productos.	Ambiental y social
9	Incorporar un plan de bienestar para los invitados / colaboradores	No. de beneficiarios	Presentar el plan de bienestar que se ejecutará	Social
10	Gestionar rutas que cuenten con espacios para garantizar la accesibilidad universal.	No. de rutas accesibles	Fotografía de rampas, estacionamientos, sanitarios, entre otros espacios destinados para personas con discapacidad.	Social

## ANEXO 4.

11	Salvaguardar el patrimonio biocultural durante los recorridos realizados.	No. de espacios protegidos	Reglamento de actividades permitidas en espacio de patrimonio biocultural.	Social
12	Crear una política de sustentabilidad para las actividades realizadas y transmitirla a los invitados / colaboradores.	No. de política implementadas	Adjuntar la política de sustentabilidad	Económico, social y ambiental
13	Seleccionar proveedores de comunicación, marketing y promoción que cuenten con criterios de sustentabilidad.	No. de política implementadas	Compartir extracto de la política de sustentabilidad o buenas prácticas del proveedor.	Económico, social y ambiental
14	Crear una guía o difundir las existentes, sobre como los participantes pueden tener un viaje sustentable.	No. de guías difundidas	Adjuntar guía y evidencia fotográfica de la entrega al participante.	Económico, social y ambiental
15	Utilizar lenguaje incluyente, respetuoso y que logre transmitir respeto hacia la comunidad receptora así como los valores y el enfoque de sustentabilidad.	No. de mensajes transmitidos con temas sustentables	Captura de pantalla de discursos, señalética y otro comunicado.	Social

### EVNTOS TURÍSTICOS

#### BUENAS PRÁCTICAS EJE SOCIAL

Id	Sugerencia de Buena Práctica	Indicador	Evidencia
1	Si las características del evento lo permiten, invitar a las personas que habitan a los alrededores del recinto. Esto permitirá tener mayor audiencia y generar confianza de las comunidades con el turismo (sector)	% de participación de personas locales	Difusión realizada en los sitios y listas de asistencia
2	Procurar difundir información sobre las tradiciones, celebraciones, folklore, relatos e identidad del lugar donde se está llevando a cabo el evento.	Número de materiales o mensajes difundiendo cultura local	Evidencia de materiales o mensajes utilizados (fotos,



**Guanajuato**  
Vive Grandes Historias  
Secretaría de Turismo



GUANAJUATO.MX  
  
 #ViveGrandesHistorias

## ANEXO 4.

			vídeos, publicaciones en redes)
3	Comunicar de manera estratégica, a través de los enlaces correspondientes, la ruta más eficiente de cómo llegar al destino.	Ruta creada	Correos, mensajes o medios de comunicación utilizados para lograr la difusión
4	Utilizar señalética y lenguaje incluyentes durante el evento (mensajes discursivos, actos protocolarios, lengua de señas mexicana, etc.)	% materiales con lenguaje inclusivo y/o no. de beneficiarios (Personas con Discapacidad)	Fotografías de los materiales utilizados y/o listas de asistencia
5	Al finalizar el evento, gestionar la donación de elementos impresos en lona o similares, a asociaciones sin fines de lucro que se dediquen a construir viviendas o refugios para animales y personas.	Cantidad de artículos donados	Fotografías / recibos de donación
6	Promover la identidad cultural guanajuatense a través de los elementos promocionales o decorativos en el evento	% de materiales que resaltan la identidad cultural del Estado	Muestras digitales de los materiales utilizados para resaltar la identidad cultural de Guanajuato
7	Promover la adquisición de suvenires de origen local y artesanía locales, así como suvenires hechos con materiales sustentables.	% de suvenires locales utilizados	Fotografías de suvenires de origen local/ facturas de adquisición de suvenires
8	Informarse acerca de las necesidades de la comunidad y elegir una actividad de retribución de la mano con algún aliado local. Por ejemplo, actividades de reforestación, donación en especie, recaudación de fondos, talleres de artesanía local, etc.	No. de actividades realizadas	Fotografías / recibos de donación/ listas de asistencia (dependiendo de la actividad realizada)

## ANEXO 4.

9	Incluir en el menú platos tradicionales o que se preparan en épocas especiales o fiestas locales.	No. de platillos tradicionales incluidos en el menú	Fotografías de los menús o platillos
10	Promover la inclusión laboral de personas con discapacidad.	No. de personas con discapacidad contratadas	Listado del personal contratado con alguna discapacidad
11	Asegurarse que los sitios sean accesibles para personas con discapacidad (baños, cajones de estacionamiento, etc.).	% de participación de Personas con Discapacidad	Fotografías del sitio
12	Compartir con las personas de la comunidad, comida sobrante que haya quedado al finalizar el evento.	Cantidad de comida donada	Fotografías / documento que ampare la donación / videos
13	Invitar a participar en el evento, a personas de comunidades vulnerables, ya sea ofreciéndoles actividades especiales, descuentos, comida o transporte gratuito.	Número de personas de comunidades vulnerables beneficiadas	Fotografías y listas de asistencia

### BUENAS PRÁCTICAS EJE ECONÓMICO

Id	Sugerencia de Buena Práctica	Indicador	Evidencia
1	Dar preferencia consumo de productos o servicios locales <sup>1</sup> y/o regionales	No. de proveedores total vs No. de proveedores/productores locales y/o regionales	Directorio de proveedores que incluya producto/servicio y lugar de origen
2	Articular con la cadena de valor del destino. – Productos complementarios de la oferta turística.	No. de servicios/productos turísticos que se integran en la estrategia	Ejemplo de materiales de difusión
3	El evento es económicamente sostenible (diversificación de ingresos para el comité organizador)	% de apoyo obtenido por otras fuentes de financiamiento	Listado de patrocinadores/aliados y sus aportaciones



## ANEXO 4.

4	Promocionar información sobre los productores participantes a través de un código QR u otros medios electrónicos	No. de productores	Evidencia del medio digital utilizado (QR, páginas web, redes sociales, etc.)
BUENAS PRÁCTICAS EJE AMBIENTAL			
Id	Sugerencia de Buena Práctica	Indicador	Evidencia
1	Si existen áreas verdes deterioradas a los alrededores del recinto, se puede considerar su rehabilitación como acciones complementarias. Esto contribuye al medio ambiente y a mejorar la imagen del evento.	No. de áreas verdes rehabilitadas	Fotografías del antes y después del lugar rehabilitado
2	Durante el evento, colocar en áreas visibles botes para la correcta separación de basura.	Número de botes de segregación colocados	Fotografía de los botes de segregación
3	Entregar los residuos a proveedores de reciclaje <sup>2</sup> que se encarguen de una adecuada gestión de estos.	Cantidad de materiales entregados para adecuada gestión	Recibos/ fotografías de entrega de los materiales
4	Promover el uso de canales digitales de comunicación para difundir el evento (por ejemplo, pautas digitales).	% de materiales impresos vs % de materiales digitales	Reporte de materiales de comunicación que incluya comparativo de impresos y digitales
5	Evitar el papel plastificado en elementos impresos	% de materiales impresos en papel no plastificado	Fotografía de los materiales impresos utilizados
6	Promover el uso de canales digitales de comunicación con asistentes antes y durante el evento para las invitaciones, confirmaciones y registro de asistentes e invitados especiales, así como la emisión de los boletos y acceso al evento.	Número de canales digitales utilizados	Fotografías / videos/ Evidencia de registro digital de asistente o invitaciones digitales

## ANEXO 4.

7	Durante los eventos, servir condimentos y alimentos comprados a granel (cátsup, mostaza, mayonesa, crema, sal, pimienta, azúcar, etc.). Si los protocolos de higiene derivados de la pandemia no lo permiten, utilizar elementos orgánicos o biodegradables.	% de insumos comprados a granel	Fotografías / Listado de productos
8	Medir los residuos producidos clasificados en orgánicos e inorgánicos	Kg de residuos producidos por categoría (inorgánico, orgánico)	Bitácora de residuos / Fotografía de pesaje de residuos
9	Medición de residuos orgánicos generados y entregados para composta y /o para alimento para animales.	Kg de residuos orgánicos entregados	Fotografía de residuos entregados y pesaje / constancia de entrega
11	Privilegiar el uso de loza, plaqué y blancos reutilizables o en su defecto de materiales biodegradables.	% de loza, plaqué o blancos reutilizables utilizados	Fotografías del material reutilizable (loza o blancos)
14	Medición de la cantidad de grasas y aceites entregados para su correcta disposición.	Litros entregados para adecuada disposición	Fotografías / constancia de entrega
15	Promover descuentos y la buena práctica del uso de termos o recipientes.	% de disminución de residuos	Evidencia fotográfica

### NOTAS IMPORTANTES:

1. [¿Qué es un producto/servicio local? Un producto producto/servicios que es adquiridos dentro de la comunidad receptora o dentro del Estado de Guanajuato.](#)
2. [Para prácticas relacionadas con la gestión de residuos, puede consultar el \*\*Padrón de Prestadores de Servicios para el Manejo de Residuos de Manejo Especial\*\* de la Secretaría de Medio Ambiente y Ordenamiento Territorial en la siguiente liga: <https://smaot.guanajuato.gob.mx/sitio/papsrme>](#)



**Guanajuato**  
Vive Grandes Historias  
Secretaría de Turismo



GUANAJUATO.MX  
  
#ViveGrandesHistorias