



El
gigante
de México

Secretaría de
Planeación, Participación
y Desarrollo



CONSEJO
GUASCALENTES

PROGRAMA SECTORIAL TURISMO 2050

Visión de largo plazo para un
turismo territorial, sostenible
e incluyente





RESUMEN EJECUTIVO

Aguascalientes se encuentra en un momento decisivo para redefinir su modelo turístico con una visión de largo plazo que trascienda lo operativo y se convierta en una estrategia de transformación territorial. El Programa Sectorial de Turismo 2025–2050 propone una evolución profunda del turismo como plataforma de prosperidad, sostenibilidad, equidad e identidad, alineado plenamente con los principios del libro Visión Aguascalientes 2050. Este documento no es solo una guía técnica: es una declaración de propósito colectivo que reconoce al turismo como un motor de cohesión social, desarrollo económico y orgullo cultural.

La visión que se proyecta hacia el 2050 es clara: consolidar a Aguascalientes como un destino competitivo, identitario y sostenible, capaz de articular su patrimonio, su gente y su innovación en experiencias turísticas transformadoras. Para lograrlo, se plantea una estrategia que revaloriza el patrimonio cultural, natural y gastronómico del estado, diversifica la oferta turística con productos integrados y fortalece la gobernanza mediante una articulación multisectorial y territorial. Se impulsa la profesionalización del capital humano con enfoque en hospitalidad consciente, se promueve la digitalización del ecosistema turístico y se posiciona al turismo como vía de movilidad social e inclusión.

La gobernanza se convierte en el eje rector de esta transformación. Se propone una nueva arquitectura institucional que permita una toma de decisiones participativa, basada en evidencia y con visión territorial. La creación del Consejo Estatal de Turismo y un Observatorio Turístico independiente permitirá articular actores públicos, privados, comunitarios y académicos en torno a una agenda común. Esta gobernanza colaborativa será clave para garantizar continuidad, transparencia y alineación con los objetivos de desarrollo sostenible.

El medio ambiente, por su parte, deja de ser un componente secundario y se convierte en el principal rector del modelo turístico. Aguascalientes apuesta por un turismo regenerativo que no solo minimice impactos, sino que contribuya activamente a la restauración de ecosistemas, al uso responsable del agua y a la protección del patrimonio natural. Se impulsan certificaciones verdes, infraestructura de bajo impacto, movilidad activa y experiencias que conecten al visitante con la naturaleza de forma consciente. El turismo será una herramienta para educar, sensibilizar y movilizar a la sociedad hacia una cultura ambiental más profunda.

La tecnología se integra como catalizador de innovación, eficiencia y conexión. Se lanza la plataforma Viva Aguascalientes como herramienta de promoción segmentada, reservación integrada y trazabilidad de experiencias. La digitalización del ecosistema turístico permitirá mejorar la experiencia del visitante, optimizar procesos operativos y generar inteligencia territorial. Desde señalética inteligente hasta sistemas de gestión de datos, la tecnología será el puente entre tradición y futuro.

La cultura y la identidad hidrocálida se posicionan como el alma del modelo turístico. No se trata solo de mostrar lo que somos, sino de vivirlo, compartirlo y resignificarlo. Se desarrollan rutas culturales vivas, circuitos rurales y experiencias inmersivas que conectan al visitante con las historias, los sabores y las emociones del territorio. El turismo será una herramienta para fortalecer el orgullo local, revitalizar tradiciones y proyectar una narrativa auténtica de Aguascalientes al mundo.

Finalmente, la responsabilidad social atraviesa todo el programa como compromiso ético. Se impulsa el programa "Soy Anfitrión" para capacitar a jóvenes, mujeres y comunidades rurales, generando inclusión laboral y movilidad social, mientras que la señalética inteligente, la infraestructura para movilidad activa y la recuperación de centros históricos refuerzan la experiencia del visitante. Además, se promueven certificaciones verdes, alianzas público-privadas y campañas de orgullo local que fortalecen el sentido de pertenencia. El turismo será una vía para reducir brechas, dignificar oficios, empoderar territorios y construir una sociedad más justa. Cada acción turística deberá responder no solo a criterios económicos, sino también a su impacto humano.

Los resultados esperados al 2050 son ambiciosos pero alcanzables: un Aguascalientes reconocido como destino modelo en hospitalidad, innovación y sostenibilidad; un incremento sostenido del PIB turístico con distribución equitativa de beneficios en todos los municipios; una reducción significativa de brechas sociales mediante inclusión laboral en el sector; y un fortalecimiento y un fortalecimiento de la identidad hidrocálida como activo estratégico.

La marca Viva Aguascalientes se posicionará internacionalmente como símbolo de turismo con propósito, y el estado será referente en turismo cultural, rural, de negocios, wellness y regenerativo.

Este programa no solo responde a las necesidades actuales del sector, sino que anticipa los desafíos del futuro con una narrativa clara, emocionalmente conectada y estratégicamente articulada. El turismo en Aguascalientes será, más que una industria, una forma de ser, de compartir y de transformar. La visión 2050 comienza hoy, con voluntad, estrategia y sentido colectivo.

MISIÓN

Impulsar la transformación del turismo en Aguascalientes como motor de desarrollo territorial, cohesión social y orgullo cultural, mediante una gobernanza participativa, multisectorial y emocionalmente conectada que articule actores públicos, privados, comunitarios y académicos en torno a una visión compartida de sostenibilidad, innovación y hospitalidad consciente.

VISIÓN

Ser el órgano articulador de una gobernanza turística innovadora, transparente y participativa, que impulse a Aguascalientes como un destino emocionalmente conectado, culturalmente vivo y ambientalmente regenerativo, reconocido nacional e internacionalmente por su hospitalidad consciente, su identidad auténtica y su modelo de desarrollo sostenible.

PRESENTACIÓN

Aguascalientes se encuentra en una etapa crucial para consolidar su vocación turística como motor de desarrollo territorial, inclusión social y competitividad económica. El Programa Sectorial de Turismo 2025 - 2050 surge como una respuesta integral a los desafíos y oportunidades que enfrenta el estado, reconociendo que el turismo no es solo una industria, sino una plataforma de transformación cultural, ambiental y humana. Este programa se estructura como una hoja de ruta estratégica que articula los distintos componentes del ecosistema turístico –alojamiento, gastronomía, agencias de viaje, eventos MICE, transporte, excursiones, turismo rural, vitivinicultura, ecoturismo, enoturismo y segmentos emergentes como wellness, espiritual, médico y educativo– con una visión de largo plazo que busca posicionar a Aguascalientes como un destino inteligente, emocional y resiliente.

El objetivo general del programa es consolidar a Aguascalientes como un destino turístico competitivo, sostenible y con identidad cultural fortalecida, mediante estrategias integrales que articulen infraestructura, capital humano, tecnología, promoción y cohesión social, en armonía con los principios de prosperidad, equidad y regeneración territorial establecidos en la Visión Aguascalientes 2050.

Introducción y Justificación

TURISMO 2050

La riqueza cultural e histórica de Aguascalientes, aunada a su privilegiada ubicación geográfica, ha consolidado al estado como un destino turístico en constante crecimiento. Esta proyección se ve fortalecida por una variada oferta de eventos de alto impacto, como las tradicionales vendimias, el emblemático Festival de las Calaveras y, especialmente, la reconocida Feria Nacional de San Marcos, considerada una de las celebraciones más importantes del país y con proyección internacional.

Más allá de sus festividades, Aguascalientes y sus municipios cuentan con una amplia gama de atractivos turísticos. Destacan sus pueblos mágicos, espacios naturales ideales para el ecoturismo y actividades al aire libre, la presencia vitivinícola activa durante todo el año, así como su valioso patrimonio histórico. Ejemplo de ello es el Complejo Ferrocarrilero Tres Centurias, que, junto con el Centro de Convenciones, ha posicionado al estado como un referente en turismo de negocios.

Esta diversidad de experiencias convierte al turismo en un motor clave para el desarrollo económico, al tiempo que contribuye a la preservación del patrimonio cultural y natural. Por ello, resulta fundamental fortalecer políticas públicas y estrategias que impulsen el sector, garanticen su sostenibilidad y generen beneficios a largo plazo para la población.

En este contexto, el turismo en Aguascalientes se vincula estrechamente con diversos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). De manera directa, el ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico, al fomentar un desarrollo inclusivo y sostenible del empleo; y el ODS 9: Industria, Innovación e Infraestructura, al promover infraestructura resiliente e innovación en el sector. De forma complementaria, también se relaciona con el ODS 11: Ciudades y Comunidades Sostenibles, y el ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos, que respaldan una visión integrada e incluyente del desarrollo turístico; consolidando una visión de largo plazo que articula competitividad, innovación y alianzas multisectoriales.

Es por ello que este documento se centra en cinco pilares fundamentales, llamados Ejes Estratégicos, para el entendimiento y análisis de la información que comprende el sector; Además que este documento incluye un apartado denominado Transversalidad. En dicha sección se integran las temáticas de Infraestructura y Desarrollo Económico; si bien estas no inciden de manera directa en la ejecución operativa del programa sectorial, se ha determinado que es fundamental mantenerlas debido a su relevancia para el ecosistema estatal y su impacto indirecto en la competitividad del destino, los cuales son mencionados y descritos a continuación.

Análisis FODA

TURISMO 2050

El análisis FODA del sector constituye una herramienta estratégica fundamental para comprender el estado actual, las potencialidades y los desafíos que enfrenta esta actividad en un entorno dinámico y altamente competitivo. A través de la identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, se busca construir una visión integral que permita orientar acciones concretas hacia un desarrollo turístico más equilibrado, sostenible e inclusivo.

El turismo, por su naturaleza, se ve influenciado por factores económicos, sociales, culturales, ambientales y tecnológicos. En este sentido, el análisis FODA permite reconocer las fortalezas internas –como la riqueza natural y cultural, la infraestructura instalada o la calidad de los servicios– que representan ventajas competitivas para el destino. Del mismo modo, ayuda a visibilizar las debilidades que limitan su crecimiento, tales como la falta de capacitación, la gestión ineficiente o la escasa innovación.

En el ámbito externo, este análisis permite detectar oportunidades derivadas de tendencias globales favorables, como el auge del turismo sostenible, la digitalización de experiencias o la creciente demanda de destinos auténticos y responsables. Paralelamente, posibilita identificar amenazas que podrían afectar la estabilidad y proyección del sector, como la competencia internacional, los impactos del cambio climático, las crisis económicas o la inestabilidad sociopolítica.

En conjunto, este diagnóstico estratégico ofrece una base sólida para la formulación de políticas públicas, planes de desarrollo y estrategias de gestión que fortalezcan la competitividad del destino. Asimismo, fomenta la articulación entre los distintos actores – públicos y privados – en torno a una visión compartida que impulse un turismo inteligente, resiliente y sustentable, capaz de generar bienestar social, preservar el patrimonio y dinamizar la economía local.

1. FORTALEZAS

Las fortalezas en el turismo representan los elementos internos que constituyen sus principales ventajas competitivas y que le permiten destacar frente a otros destinos. Estas incluyen los recursos naturales y culturales únicos, la infraestructura turística existente, la calidad de los servicios, así como la experiencia y capacidad de los actores involucrados en la gestión del sector.

Reconocer estas fortalezas es fundamental para consolidar el posicionamiento del destino, potenciar su atractivo y aprovechar de manera sostenible los recursos disponibles, impulsando así un turismo más competitivo, innovador y resiliente, a continuación, se hace mención de las fortalezas identificadas en el sector.

1. Aguascalientes es un referente cultural de México gracias a su rica tradición artística y por ser cuna de grandes exponentes como Saturnino Herrán, Jesús F. Contreras, José Guadalupe Posada, Manuel M. Ponce, Dolores Jiménez y Muro, Jaime Humberto Hermosillo y Refugio Reyes.
2. En este estado se estableció la primera Casa de la Cultura de México (1967), impulsada por el promotor cultural Víctor Sandoval.
3. Aguascalientes alberga sitios históricos reconocidos por la UNESCO, como el Camino Real de Tierra Adentro, declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad en 2010.
4. Su patrimonio cultural y arquitectónico incluye espacios y manifestaciones emblemáticas como el Complejo Tres Centurias, el Palacio de Gobierno, el Centro Cultural Los Arquitos, el Templo de San Antonio, el Jardín de San Marcos, la Feria Nacional de San Marcos, los Baños Termales de Ojocaliente, la Catrina Garbancera, la Danza de la Pluma y la Danza de Indios, la Fiesta de los Chichahuales, y la Romería en honor a la Virgen de la Asunción, entre otros. En reconocimiento a esta riqueza cultural, Aguascalientes fue distinguido en 2023 como Capital Americana de la Cultura.
5. Aguascalientes destaca por su capacidad de reinversión y adaptabilidad, características que fortalecen su dinamismo cultural y turístico.
6. El estado cuenta con excelente conectividad carretera y aérea, lo que facilita la llegada y movilidad de visitantes nacionales e internacionales.

7. Gracias a su tamaño compacto y geografía accesible, es posible recorrer Aguascalientes en uno o dos días, creando circuitos turísticos que enlazan distintos atractivos por tramos carreteros o aéreos. Esta conectividad estratégica permite generar alianzas regionales y consolidar una identidad cultural compartida.
8. Aguascalientes se distingue por la calidez y calidad de su servicio, así como por su riqueza cultural y patrimonial. Estas cualidades fortalecen el turismo religioso y fomentan el flujo constante de visitantes en este segmento.
9. La **variedad de atractivos culturales, naturales y gastronómicos** enriquece la oferta turística y hotelera del estado, proyectando una imagen **familiar, acogedora y auténtica** para quienes lo visitan.

2. DEBILIDADES

Las debilidades corresponden a los factores internos que limitan su desarrollo y reducen su competitividad frente a otros destinos. Estas pueden manifestarse en aspectos como la insuficiencia de infraestructura, la falta de planificación integral, la escasa capacitación del personal, la débil promoción o la limitada articulación entre los actores del sector. Identificar estas debilidades resulta esencial para diseñar estrategias de mejora que fortalezcan la gestión turística, optimicen los recursos disponibles y permitan avanzar hacia un modelo más eficiente, sostenible e inclusivo.

Las debilidades detectadas en el sector, son:

1. Infraestructura de movilidad interna deficiente. Se observa una falta de mantenimiento oportuno en la red vial urbana: presencia de baches, deterioro de pavimentos y carencia de banquetas seguras para peatones. A esto se suma la obsolescencia en la señalética vial y turística, así como la contaminación visual, factores que afectan la experiencia del visitante y la imagen urbana del destino.
2. Limitados accesos para la movilidad no motorizada. La infraestructura para bicicletas, scooters y medios de transporte alternativo es insuficiente y desarticulada, lo que restringe la movilidad sustentable y el desplazamiento turístico interno.

3. Escasa promoción turística dirigida a residentes locales. Las campañas de promoción se concentran en atraer visitantes foráneos, sin estrategias que incentiven el turismo interno o de residentes locales, desaprovechando su potencial como promotores y consumidores recurrentes de la oferta turística.
4. Ausencia de embajadores locales del turismo. No existen programas sistemáticos que fomenten la participación de la población local como anfitriones o promotores del destino. Esta carencia se vincula con la falta de información accesible y formación turística ciudadana.
5. Débil identidad cultural e hidrocálida. La población presenta una baja apropiación de su patrimonio e historia, derivada de la escasa difusión de contenidos turísticos y culturales en escuelas y medios locales. Esto impacta en la percepción del turismo como elemento de orgullo y pertenencia.
6. Planeación turística desarticulada. La promoción de eventos se realiza de manera fragmentada, sin un calendario turístico integral que coordine esfuerzos entre actores públicos y privados. Predomina un modelo basado en eventos masivos y ferias, lo que acentúa la estacionalidad y limita la diversificación de productos turísticos.
7. Falta de identidad gastronómica consolidada. Aunque Aguascalientes cuenta con una rica tradición culinaria, no existe una narrativa gastronómica estructurada ni un posicionamiento de marca culinaria estatal, lo que impide su promoción a nivel nacional e internacional.
8. Déficit de comunicación entre el sector turístico y la ciudadanía. Se percibe una falta de información actualizada, accesible y transparente sobre las acciones, logros y oportunidades del sector turístico, lo que reduce la participación y el sentido de corresponsabilidad social.
9. Carencia de señalética turística integral. El destino presenta escasez de señalética informativa, direccional e interpretativa, especialmente en zonas rurales, culturales y naturales, afectando la movilidad, seguridad y orientación del visitante.
10. Promoción turística limitada y poco sostenida. El destino carece de una estrategia de promoción permanente que mantenga su posicionamiento durante todo el año. La ausencia de una marca turística fuerte y emocionalmente conectada impide fidelizar visitantes. Además, la baja adopción del marketing digital limita la presencia del destino en mercados emergentes y plataformas tecnológicas.
11. Riesgos asociados a la conectividad y mantenimiento de infraestructura. Aunque la conectividad es una de las fortalezas del estado, puede verse afectada por factores externos como incidentes viales, falta de mantenimiento carretero y problemas de seguridad, lo que representa un riesgo para la movilidad de turistas y prestadores de servicios.
12. Baja profesionalización del capital humano turístico. Si bien la población de Aguascalientes se caracteriza por su calidez, existe déficit de capacitación continua y certificación profesional en

plantillas operativas del sector. La rotación de personal y la falta de coordinación entre sectores público y privado obstaculizan la consolidación de una cultura de servicio profesionalizada.

13. Rezago tecnológico y digitalización limitada. Solo 34.4% de las agencias de viaje y un porcentaje aún menor de prestadores rurales han adoptado herramientas digitales. Esta brecha tecnológica reduce la competitividad del destino frente a plataformas globales y limita su capacidad de promoción e innovación.
14. Alta proporción de población sin seguridad social (34.7%) y con rezago educativo (16.5%).

3. OPORTUNIDADES

Las oportunidades se refieren a los factores externos que pueden favorecer su crecimiento, diversificación y fortalecimiento competitivo. Estas surgen de las tendencias globales y regionales, como el auge del turismo sostenible, el interés por experiencias auténticas, los avances tecnológicos o las políticas de apoyo al sector. Aprovechar estas oportunidades permite impulsar la innovación, ampliar los mercados, atraer nuevas inversiones y consolidar un modelo turístico que promueva el desarrollo económico, la preservación del patrimonio y el bienestar social.

1. Fortalecimiento del destino estatal: Posicionar a Aguascalientes como un destino integral y competitivo, con identidad única, más allá de la promoción de municipios específicos.
2. Promoción de la anfitriónía local: Potencial para consolidar la hospitalidad hidrocálida ("Gente buena") mediante programas de formación, certificación y cultura turística en escuelas y comunidades.
3. Capacitación continua del capital humano: Implementar programas permanentes de formación profesional y digitalización para prestadores de servicios turísticos, aumentando la calidad y competitividad del sector.
4. Desarrollo del turismo rural y alternativo: Expandir agroturismo, ecoturismo, eno-turismo, turismo de aventura y experiencias inmersivas, aprovechando la biodiversidad y las comunidades locales como atractivos turísticos.
5. Construcción de identidad y promoción cultural: Recuperar festividades, gastronomía, tradiciones, patrimonio histórico y cultural, fortaleciendo el orgullo local y generando valor agregado al visitante.

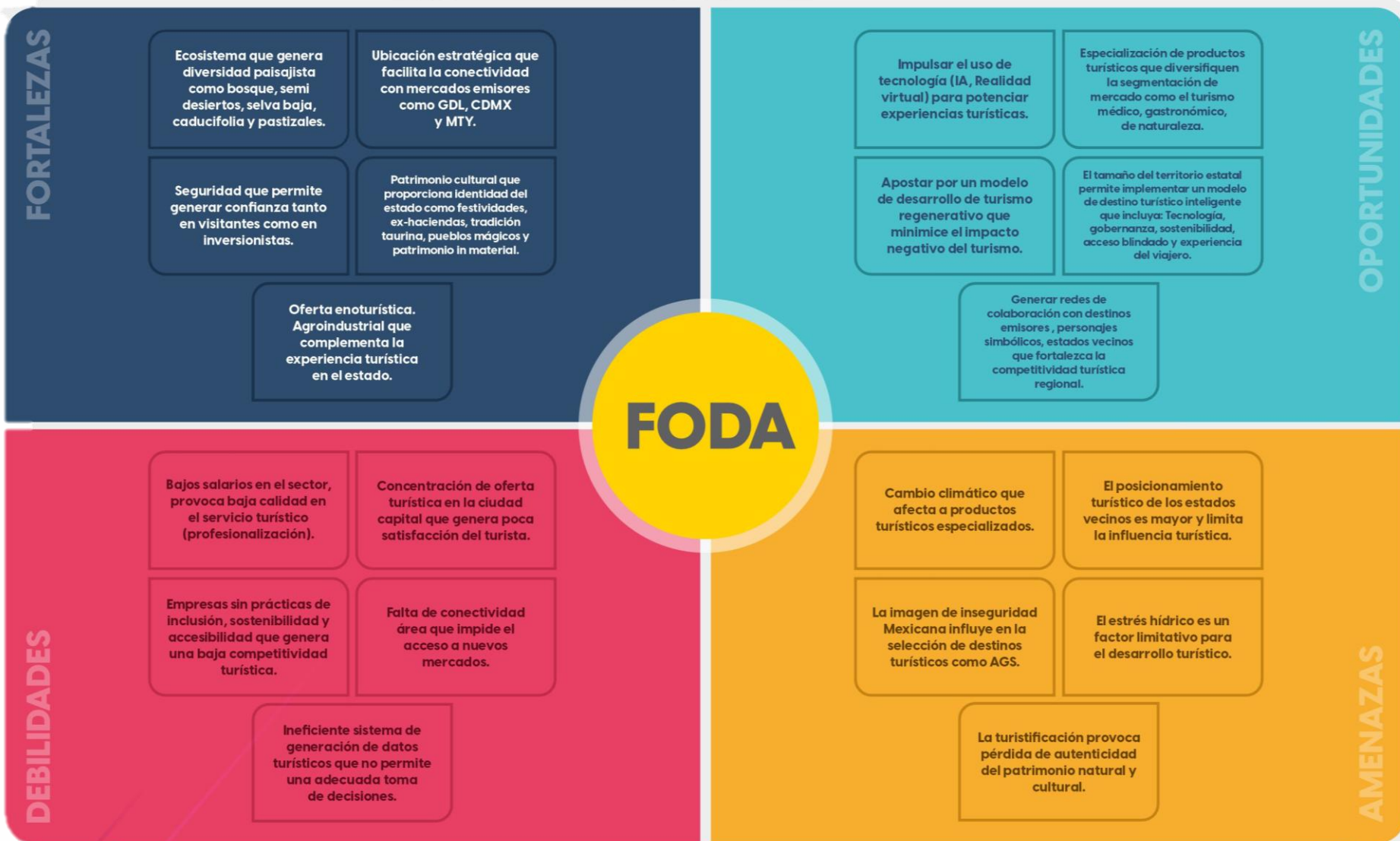
6. Integración y comercialización de productos turísticos: Crear paquetes turísticos que articulen sitios naturales, históricos, culturales y gastronómicos, aumentando la permanencia de visitantes y la derrama económica.
7. Uso estratégico de tecnologías y marketing digital: Incorporar inteligencia artificial, redes sociales, realidad aumentada, gemelos digitales y marketing predictivo para mejorar la promoción, segmentación y fidelización de visitantes.
8. Desarrollo de infraestructura y servicios sostenibles: Modernizar hospedaje, transporte público, ferroviario y parques turísticos con criterios sostenibles y eficientes, fortaleciendo la competitividad del destino.
9. Rescate y valorización del patrimonio histórico y cultural: Restaurar y difundir centros históricos, museos y espacios culturales, aumentando su atractivo turístico y su valor educativo y cultural.
10. Innovación turística y digitalización de empresas: Crear centros de innovación turística con experiencias interactivas y digitales, apoyando la transformación tecnológica de pequeñas y medianas empresas del sector.
11. Fomento de productos turísticos sostenibles: Desarrollar rutas eco-culturales, turismo de bienestar y naturaleza, promoviendo experiencias responsables que respeten biodiversidad y comunidades.
12. Fortalecimiento de la gobernanza turística: Establecer un Consejo Turístico Estatal y políticas públicas integradas, mejorando la coordinación entre gobierno, sector privado y comunidades locales.
13. Internacionalización de la marca Aguascalientes: Posicionar el destino en mercados emergentes y digitales mediante alianzas internacionales y promoción estratégica continua.
14. Planificación estratégica e inversión: Generar proyectos turísticos sostenibles con participación de instituciones educativas, centros de investigación, comunidades y sector privado, asegurando desarrollo integral y competitivo.
15. Experiencias inmersivas y marketing inteligente: Implementar tecnologías avanzadas para experiencias personalizadas y promoción segmentada, fidelizando visitantes y fortaleciendo la presencia de la marca.

4. AMENAZAS

Las amenazas corresponden a los factores externos que pueden afectar negativamente su estabilidad, competitividad y sostenibilidad. Estas pueden derivarse de situaciones económicas, políticas, sociales o ambientales, como la competencia de otros destinos, las crisis económicas, los desastres naturales, el cambio climático o la inseguridad. Identificar y analizar estas amenazas permite anticipar riesgos, diseñar estrategias de mitigación y fortalecer la resiliencia del sector, garantizando así un desarrollo turístico más seguro, sostenible y adaptable a los cambios del entorno.

1. Falta de coordinación y voluntad multisectorial: La ausencia de colaboración efectiva entre los sectores público y privado limita la planificación, implementación y seguimiento de proyectos turísticos integrales.
2. Desvinculación institucional: La falta de articulación entre organismos públicos y privados genera duplicidad de esfuerzos, baja eficiencia y retrasos en la consolidación del sector.
3. Baja conciencia ciudadana sobre movilidad y transporte turístico: La población no percibe ni promueve la movilidad ferroviaria ni alternativas sostenibles, lo que dificulta el desarrollo de rutas turísticas integradas.
4. Seguridad carretera y transporte: Riesgos asociados a la infraestructura vial, incidentes y percepción de inseguridad afectan la movilidad de turistas y la competitividad del destino.
5. Insuficiencia de presupuesto turístico: La falta de asignación de recursos para programas, creación de circuitos turísticos y promoción limita el crecimiento y diversificación de la oferta.
6. Prioridad al transporte motorizado sobre peatones y movilidad no motorizada: La infraestructura urbana favorece la llegada rápida de vehículos, pero no garantiza la accesibilidad, seguridad ni experiencia del visitante a pie o en transporte alternativo.
7. Competencia regional e internacional: Aguascalientes enfrenta competencia de destinos consolidados en eventos, congresos, convenciones y ferias, lo que puede limitar la captación de turistas y la participación en mercados emergentes.

8. Cambios en tendencias y preferencias del turista: La evolución constante de intereses, expectativas y comportamientos turísticos representa un reto para mantener la relevancia y competitividad de los productos del estado.
9. Limitaciones financieras para empresas turísticas: La falta de apoyos económicos y programas de inversión dificulta el crecimiento de pequeñas y medianas empresas, reduciendo la capacidad de generar proyectos innovadores y de alto impacto.
10. Brecha digital y dependencia tecnológica: La baja digitalización de prestadores de servicios y la dependencia de proveedores externos generan exclusión de actores clave y limitan la adopción de herramientas tecnológicas para promoción, reservas y gestión turística.
11. Exclusión de grupos vulnerables, precarización laboral y concentración desigual de beneficios.





Diagnóstico Situacional

TURISMO 2050





Se presenta una radiografía del estado actual del turismo en Aguascalientes, identificando fortalezas como la infraestructura hotelera, eventos ancla y vocación vitivinícola, así como retos estructurales como la concentración territorial, baja profesionalización en zonas rurales y escasa articulación multisectorial. Aguascalientes emerge como un tesoro cultural y natural en el corazón de México, con una identidad resiliente, hospitalidad legendaria y vocación para el turismo consciente. No es solo una tierra de eventos vibrantes ni de viñedos en expansión, sino un destino con identidad, legado y una vocación profunda por recibir. Su escudo lo anuncia: Gente buena. Esa frase no es un eslogan, es una promesa.

El sector turístico de Aguascalientes se consolida como un eje estratégico para la diversificación económica y la cohesión territorial. Su ecosistema está integrado por actividades de alojamiento, gastronomía, agencias de viaje, turismo rural, wellness, enoturismo, eventos MICE, transporte, excursionismo y turismo emergente. A pesar de su dinamismo y vocación de servicio, el sector enfrenta retos estructurales vinculados con la profesionalización, la digitalización y la articulación institucional.

Aguascalientes ha consolidado su presencia en el sector hotelero. En la década de los noventa, comenzaron a establecerse en el estado las primeras franquicias hoteleras, tanto nacionales como internacionales, muchas de ellas ubicadas fuera del centro histórico. El arribo de la industria automotriz y de grandes corporaciones manufactureras propició un notable crecimiento económico e industrial en la entidad, lo que derivó en una creciente demanda de hospedaje orientado al turismo de negocios. Como resultado, entre 2018 y 2019 arribaron cadenas hoteleras como Holiday Inn, Marriott, City Express, Ramada Encore, Hilton, entre otras.

Actualmente, el sector hotelero en Aguascalientes ha comenzado a adoptar prácticas de sustentabilidad mediante la implementación de programas enfocados en la eficiencia energética y la reducción del impacto ambiental. Esto ha permitido la evolución hacia un servicio de hospedaje más profesional, diverso y de alta calidad, constituyéndose en un elemento clave para el desarrollo económico del estado. Esta transformación ha estado fuertemente impulsada por el crecimiento industrial, la realización de eventos de gran escala, la seguridad y la calidad de vida que ofrece la entidad.



TABLA 1. Ocupación Hotelera

Año	% de Ocupación	Tarifa Prom	Cuartos Noche
2019	49	936	254309
2020	25	775	253533
2021	36	794	451455
2022	43	923	541506
2023	48	1007	558150
2024	44	1045	565319

FUENTE: Secretaría de Turismo de Aguascalientes.

En cuanto a la promoción turística del destino, 2019 fue un año clave en el que se impulsaron estrategias más allá de los eventos tradicionales. No obstante, en 2020, al igual que muchas otras regiones, Aguascalientes enfrentó una 8+ deportivos y el cierre temporal de algunos hoteles, situación que ocasionó despidos y una notable caída en la ocupación hotelera. Ante este contexto, se fortaleció un modelo de promoción turística bajo un esquema tripartita conformado por el sector público - a través del Fideicomiso de Inversión para la Promoción Turística del Estado -, el sector hotelero y la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHMA).

Durante 2021 y parte de 2022 comenzó a observarse una recuperación gradual, no solo del sector hotelero, sino también de otras ramas económicas del estado. La creación del Buró de Congresos y Visitantes, a finales de 2022, representó un cambio significativo en las estrategias de promoción turística, orientando los esfuerzos hacia la captación de eventos y el fortalecimiento del turismo de reuniones.

Según datos del Registro Nacional de Turismo (RNT) de la Secretaría de Turismo del Estado, en 2015 el sector hotelero cuenta con 187 establecimientos y 7,979 habitaciones, registrando una ocupación promedio del 49%, con picos del 70% durante temporadas altas. Se observa un crecimiento sostenido del hospedaje alternativo –como cabañas, glamping y casas rurales–, que demanda procesos de certificación en calidad, sostenibilidad y conectividad digital.

La principal oportunidad radica en profesionalizar la operación y consolidar una oferta diversificada que integre experiencias de valor en entornos rurales.



En cuanto al sector restaurantero constituye un pilar estratégico en la experiencia turística, al fungir como uno de los principales catalizadores del gasto, la permanencia y el recuerdo del visitante. Restaurantes, cafeterías, bares y centros gastronómicos no solo proveen servicios de alimentación, sino que también ofrecen experiencias culturales, sensoriales y locales que fortalecen la identidad de cada destino.

En la actualidad, este sector enfrenta un entorno mixto: por un lado, se registra una recuperación sostenida tras la pandemia, así como un crecimiento moderado del flujo turístico, tanto nacional como internacional. Por otro lado, persisten retos estructurales que inciden en la operación y sostenibilidad de los establecimientos.

Durante fines de semana largos y eventos masivos, algunos restaurantes reportan incrementos de hasta un 30 % en sus ventas; sin embargo, la estacionalidad, así como el encarecimiento de insumos y servicios, continúan representando desafíos constantes para la estabilidad del sector.

En Aguascalientes, la gastronomía local se ha consolidado como un motor clave para el turismo, atrayendo visitantes durante eventos emblemáticos como la Feria Nacional de San Marcos, el Festival de Calaveras y las actividades culturales desarrolladas en los Pueblos Mágicos del estado. El sector representa aproximadamente el 15 % de los establecimientos turísticos registrados a nivel estatal. En 2024, el consumo en establecimientos restauranteros alcanzó niveles similares a los registrados antes de la pandemia, evidenciando un crecimiento sostenido tanto en el número de aperturas como en los ingresos generados.

A fin de fortalecer este rubro, la, Secretaría de Turismo de Aguascalientes implementó en 2020 el programa "Soy Anfitrión", orientado a elevar los estándares de servicio mediante capacitaciones gratuitas. Asimismo, se ha impulsado la consolidación del estado como un destino gastronómico, a través de estrategias de promoción a nivel nacional y la atracción de inversiones en conceptos innovadores.

Por otro lado, el Programa Institucional de Turismo 2022–2027 establece directrices claras para posicionar al estado como referente en turismo cultural y gastronómico, mientras que el consejo Turístico Estatal promueve la articulación entre autoridades y actores del sector privado con el propósito de maximizar la derrama económica.

La gastronomía hidrocálida representa un pilar identitario y económico, con 2,383 establecimientos registrados y 25,000 empleos generados. Sin embargo, la informalidad (46.8%) y la baja capacitación técnica limitan su competitividad. Se identifica un amplio potencial para el posicionamiento de la cocina tradicional, el desarrollo de rutas culinarias y la formalización empresarial.

En cuanto a los agentes de viajes, juegan un papel fundamental en la promoción, comercialización y organización de servicios turísticos tanto nacionales como internacionales. No obstante, enfrentan diversos desafíos que limitan su competitividad y crecimiento, sobre todo en un entorno donde la digitalización y los consumidores cada vez más informados demandan una respuesta ágil y eficiente. Por lo que se busca evaluar la situación actual de los agentes de viajes en el estado, identificar las principales áreas de oportunidad y proponer medidas para su modernización y fortalecimiento.

Los agentes están compuestos principalmente por pequeñas y medianas empresas (PyMEs), muchas de ellas de carácter familiar. Estas empresas tienen una fuerte presencia en la capital del estado, donde operan oficinas físicas que ofrecen una variedad de servicios, tales como reservaciones de vuelos, hospedaje, tours, seguros de viaje y trámites migratorios.

Además, algunos agentes se especializan en la creación de experiencias personalizadas para los viajeros, lo que les otorga una ventaja competitiva frente a plataformas digitales impersonales. En los últimos años, el sector ha experimentado una notable disminución en el número de clientes presenciales debido al auge de plataformas digitales de autogestión, como Expedia, Booking o Airbnb. La pandemia de COVID-19 exacerbó esta tendencia, obligando a muchos negocios a cerrar temporalmente o a operar con restricciones severas. Si bien algunos agentes han comenzado a digitalizarse, el proceso es lento y en general, la adopción de nuevas tecnologías es baja.

La presencia en redes sociales y el uso de herramientas de marketing digital son limitados, lo que afecta la capacidad de estos agentes para competir en un mercado globalizado. Asimismo, la falta de estrategias conjuntas entre los agentes de viajes y una débil vinculación con instituciones gubernamentales, asociaciones turísticas y prestadores de servicios locales han dificultado la creación de un ecosistema turístico sólido y colaborativo.

La ausencia de políticas públicas que fomenten la modernización y la capacitación del sector también es un factor que ha frenado el desarrollo de este gremio. El estado cuenta con aproximadamente 600 agencias de viajes, predominantemente PyMEs familiares. Aunque el 60% posee capacitación formal, solo el 34.4% utiliza herramientas digitales, lo que las coloca en desventaja frente a plataformas globales. Se propone avanzar hacia una red estatal de agencias, con plataformas tecnológicas integradas y alianzas estratégicas con hoteles, transportistas y aerolíneas.

De acuerdo con la Secretaría de Turismo, Aguascalientes dispone de recintos con capacidad superior a 25,000 personas, entre los que destacan la Velaria de la Isla San Marcos, el Centro de Convenciones y el Foro de las Estrellas. Los eventos ancla –como la Feria Nacional de San Marcos, el Festival de Calaveras y las vendimias– generan una derrama económica superior a los \$10,000 millones de pesos, aunque existe alta estacionalidad y limitada diversificación de eventos.

TABLA 2. Capacidad de Recintos en el Estado

No.	Recintos	Capacidad
1	Centro de Convenciones y Exposiciones de la Isla San Marcos	7,500
2	Velaria de la Feria: Expo Plaza	20,000
3	Velaria de la Isla San Marcos	25,000
4	Teatro Aguascalientes	1,650
5	Teatro Morelos	32,000
6	Foro de las Estrellas Interior	32,000
7	Foro de las Estrellas Exterior	13,000
8	Arena San Marcos	7,312
9	Estadio Victoria	25,499
10	Cancha de Basquetbol Hermanos Carreón	3,000
11	Óvalo de Aguascalientes de México	25,000
12	Plaza de Toros Monumental San Marcos	15,000
13	Palenque de la Feria de San Marcos	5,000
14	Parque de Beisbol Alberto Romo Chávez	6,496
15	Sala de Conciertos	700
16	Plaza de las Tres Centurias	15,000
17	Auditorio de Usos Múltiples	3,000
18	Antiguo Taller de Locomotoras	800

FUENTE: Secretaría de Turismo de Aguascalientes.

Las oportunidades incluyen la creación de un portafolio MICE anual, la promoción nacional e internacional y la activación permanente de recintos. El turismo rural ha mostrado un desempeño sobresaliente, con más de 1.25 millones de visitantes en 2024 y una derrama de \$670 millones de pesos. Destacan experiencias de agroturismo, etnoturismo y turismo místico, con la participación activa del 38% de las comunidades rurales. El potencial de crecimiento se encuentra en el fortalecimiento de la anfitriónía local, el diseño de rutas comunitarias y la vinculación con productos wellness y enológicos.

El turismo de bienestar y el enoturismo emergen como segmentos de alto valor agregado. Aguascalientes cuenta con 120 spas y 18 vinícolas activas, generando más de \$250 millones de pesos anuales y 3,700 empleos. Para consolidar su posicionamiento, se requiere certificación de calidad, diseño de experiencias sensoriales integradas y mayor articulación con el turismo rural y gastronómico.

El estado alberga más de 30 espacios deportivos de alto nivel y al menos 8 eventos nacionales anuales, con una derrama estimada de \$375 millones de pesos. Asimismo, el excursionismo en zonas naturales como Sierra Fría, Boca de Túnel y Presa Malpaso enfrenta limitaciones de señalética, promoción y capacitación de guías, lo que abre oportunidades para el diseño de rutas temáticas y aplicaciones de geolocalización.

TABLA 3. Capacidad de Recintos en el Estado

Dato	2020	2021	2022	2023	2024
Llegadas de turistas	401,552	701,670	912,728	1,103,456	1,122,715
Pasajeros transportados Aeropuerto Internacional de Aguascalientes	475,600	793,400	929,300	928,100	961,600
Pasajeros Transportados Central de Autobuses	1,007,849	1,206,658	1,405,770	1,468,210	1,505,800
Ocupación Hotelera	50,728	48,228	46,008	48,938	48,487
Visitantes en Pueblos Mágicos	528,115	1,073,931	1,489,265	1,728,216	1,858,207

Fuente: Secretaría de Turismo de Aguascalientes.

La conectividad aérea y terrestre constituye una fortaleza estratégica. El Aeropuerto Internacional de Aguascalientes movilizó 961,600 pasajeros en 2024, de los cuales el 38.6% fueron internacionales. La Central de Autobuses atiende a 1.5 millones de usuarios. El reto consiste en integrar rutas multimodales y transporte turístico intermunicipal, articulando los flujos entre los diferentes polos turísticos.

Actores Clave del Ecosistema Turístico

El sector cuenta con un entramado institucional y social diverso:

- Secretarías de Turismo estatales y municipales
- Consejo Estatal de Turismo
- Cámaras empresariales (CANIRAC, AMHM, CANACO)
- Agencias y operadores turísticos
- Universidades y centros de formación
- Comunidades rurales y Pueblos Mágicos
- Inversionistas privados y organismos multilaterales

El turismo de bienestar y el enoturismo emergen como segmentos de alto valor agregado. Aguascalientes cuenta con 120 spas y 18 vinícolas activas, generando más de \$250 millones de pesos anuales y 3,700 empleos. Para consolidar su posicionamiento, se requiere certificación de calidad, diseño de experiencias sensoriales integradas y mayor articulación con el turismo rural y gastronómico.

El estado alberga más de 30 espacios deportivos de alto nivel y al menos 8 eventos nacionales anuales, con una derrama estimada de \$375 millones de pesos. Asimismo, el excursionismo en zonas naturales como Sierra Fría, Boca de Túnel y Presa Malpaso enfrenta limitaciones de señalética, promoción y capacitación de guías, lo que abre oportunidades para el diseño de rutas temáticas y aplicaciones de geolocalización.

La conectividad aérea y terrestre constituye una fortaleza estratégica. El Aeropuerto Internacional de Aguascalientes movilizó 961,600 pasajeros en 2024, de los cuales el 38.6% fueron internacionales. La Central de Autobuses atiende a 1.5 millones de usuarios. El reto consiste en integrar rutas multimodales y transporte turístico intermunicipal, articulando los flujos entre los diferentes polos turísticos.

La coordinación interinstitucional y la gobernanza participativa son elementos críticos para garantizar una planificación integral y sostenible.

El turismo en Aguascalientes posee el potencial de convertirse en un motor de transformación social y económica, impulsando la inclusión laboral, el orgullo territorial y la regeneración del patrimonio. Para lograrlo, se requiere una gobernanza efectiva, una estrategia multiescalar y una narrativa turística que conecte emocionalmente con residentes y visitantes.

La creación de un Consejo Estatal de Turismo, un Observatorio Turístico independiente y una agenda territorial participativa basada en evidencia permitirá avanzar hacia un modelo inteligente, sostenible y resiliente rumbo a la Visión Aguascalientes 2050.

Con el propósito de lograr un mayor y mejor entendimiento de la información que se presenta, el siguiente diagnóstico se estructura a partir de cinco ejes transversales estratégicos que orientan y articulan su contenido. El desarrollo de un turismo inteligente, emocional y resiliente se sustenta precisamente en estos cinco pilares: la gobernanza articulada, el medio ambiente como patrimonio vivo, la tecnología como catalizador de experiencias, la cultura como diferenciador emocional y la responsabilidad social como plataforma de inclusión.

Estos ejes actúan de manera interdependiente y complementaria, conformando un sistema integrado que impulsa la competitividad, la sostenibilidad y la equidad. Lejos de operar de forma aislada, cada uno potencia a los demás, consolidando un modelo de gestión turística capaz de responder a los desafíos contemporáneos y proyectar un futuro más inclusivo, sostenible y conectado.

1. GOBERNANZA

La gobernanza turística constituye el eje articulador del sistema turístico estatal, al conectar actores públicos, privados, académicos y comunitarios en torno a una estrategia compartida, territorializada y basada en evidencia. En Aguascalientes, dicha articulación ha sido históricamente fragmentada: los esfuerzos aislados entre municipios, cámaras empresariales y organismos públicos han limitado la capacidad institucional de planear, medir y transformar el turismo como política pública integral.

El desarrollo turístico del estado ha estado condicionado por un modelo centralizado y reactivo, más vinculado a coyunturas que a una planificación de largo plazo. La concentración de iniciativas en la capital ha dejado fuera a territorios con vocación turística emergente, debilitando la inclusión territorial y la representatividad en la toma de decisiones. En consecuencia, los municipios con alto potencial, como Calvillo, San José de Gracia y Pabellón de Hidalgo enfrentan una menor inversión, conectividad deficiente y baja visibilidad en la estrategia estatal.

Para revertir esta dinámica, es urgente transitar hacia un modelo de gobernanza multiescalar y ecosistémica, que articule los distintos niveles de gobierno, promueva la corresponsabilidad y fortalezca las capacidades institucionales locales. Esta gobernanza debe nutrirse de información confiable que permita tomar decisiones informadas, sustentadas en datos y no solo en percepciones.

El turismo en Aguascalientes ha evolucionado en su estructura administrativa, pasando de Dirección a Coordinación y, finalmente, a Secretaría. Sin embargo, esta evolución no se ha traducido en una gestión estratégica sostenida. En los últimos sexenios, la rotación constante en los titulares del área evidencia una débil institucionalización de las políticas turísticas y una dependencia de criterios políticos más que técnicos.



Si bien la creación del Consejo Estatal de Turismo representa un avance hacia la coordinación interinstitucional, su operación aún no ha logrado consolidarse como espacio de deliberación y consenso entre sectores. El Plan 2050 reitera la necesidad de fortalecer dicho órgano, junto con la creación de un Observatorio Turístico independiente, que provea datos e indicadores para la toma de decisiones basadas en evidencia.

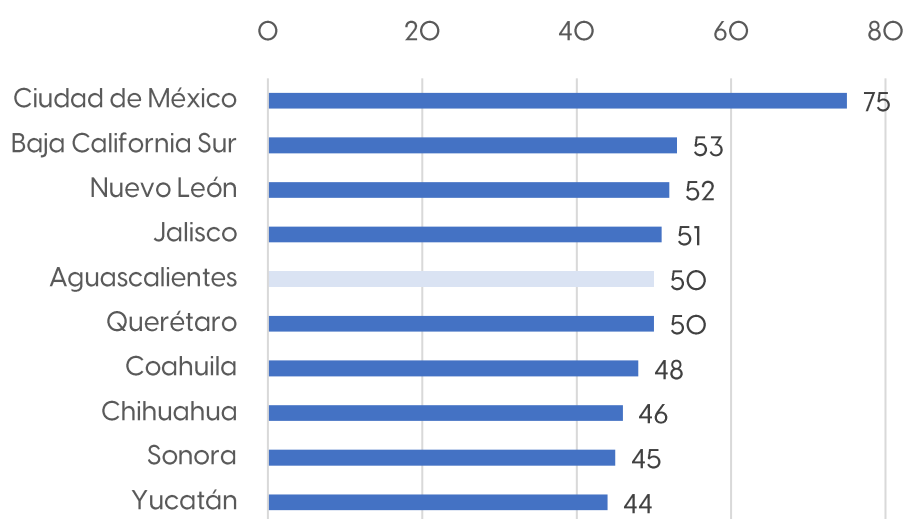
La gobernanza turística requiere descentralizar la planeación y fortalecer la participación municipal y comunitaria. Actualmente, el municipio de Aguascalientes concentra el 95% del PIB turístico estatal, lo que ha derivado en una geografía turística desequilibrada. Los beneficios económicos y culturales del turismo no se distribuyen equitativamente, limitando el desarrollo de los Pueblos Mágicos y las zonas rurales.

Esta concentración se refleja también en la infraestructura, la movilidad y la capacitación. Los municipios periféricos enfrentan limitada conectividad terrestre, movilidad urbana poco inclusiva y escasa profesionalización de prestadores de servicios, mientras que la capital concentra inversiones, promoción y recursos públicos.

El fortalecimiento de la gobernanza turística implica integrar a las comunidades locales como agentes activos, promover la apropiación social del turismo y fomentar el sentido de pertenencia y orgullo identitario. La experiencia internacional demuestra que los destinos más exitosos son aquellos en los que la gobernanza se ejerce de manera colaborativa, con corresponsabilidad entre los distintos niveles de gobierno y sectores sociales.

Aguascalientes ocupa el quinto lugar nacional en el Índice de Competitividad Estatal (IMCO), destacando en Innovación, Infraestructura y Medio Ambiente. Este contexto crea condiciones favorables para el desarrollo turístico; sin embargo, el sector aún no ha alcanzado su máximo potencial. El turismo aporta solo el 1.8% al PIB estatal, situando al estado en el lugar 22 a nivel nacional, lo que revela una brecha entre su capacidad instalada y su aprovechamiento económico.

Gráfica 1 Resultados del Índice de Competitividad Estatal 2025



POSICIÓN ICE 2025	CAMBIO DE POSICIONES RESPECTO AL ICE 2024	
1	=	0
2	=	0
3	↑	1
4	↑	6
5	↑	1
6	↓	-1
7	↓	-4
8	↑	1
9	↓	-2
10	↓	-2

Fuente: Secretaría de Turismo de Aguascalientes.

El Aeropuerto Internacional de Aguascalientes está cerca de alcanzar el millón de pasajeros anuales, y la Central de Autobuses moviliza más de 1.4 millones. Estos flujos representan oportunidades logísticas que deben integrarse a una estrategia de conectividad turística regional.

Pese a la fortaleza de eventos ancla como la Feria Nacional de San Marcos, el Festival de Calaveras y la Ruta del Vino, el modelo de desarrollo sigue centrado en eventos festivos, sin una articulación territorial ni una diversificación de productos que favorezca la inclusión.

El modelo actual de gobernanza turística en Aguascalientes presenta una base institucional en evolución, pero aún insuficiente para consolidar una política pública de largo plazo. Existen avances significativos en infraestructura, promoción y competitividad general, pero estos no se acompañan de una estructura de gobernanza sólida, inclusiva y coordinada.

La transición hacia una gobernanza turística multiescalar implica construir un ecosistema colaborativo, sustentado en evidencia, con liderazgo estatal claro, participación local efectiva y mecanismos de continuidad institucional. Solo así el turismo podrá convertirse en una plataforma de desarrollo humano, regeneración patrimonial y orgullo identitario, transformando a Aguascalientes en un destino no solo competitivo, sino también justo, sostenible y emocionalmente conectado.

2. MEDIO AMBIENTE

Aguascalientes posee un notable patrimonio natural, con zonas ecológicas de alto valor como Sierra Fría, Boca de Túnel y la Presa Malpaso, que aún no están completamente integradas en el circuito turístico regional. Estos ecosistemas representan activos estratégicos fundamentales, tanto por su biodiversidad como por su potencial para el turismo sustentable. No obstante, es urgente que se desarrollen estrategias para su protección, activación y narrativa desde una lógica de regeneración ecológica, donde el turismo actúe como herramienta para la conservación activa. Actualmente, el turismo de bienestar ha evolucionado más allá de los servicios tradicionales como masajes o hidroterapia, incorporando prácticas complementarias como meditación, yoga, talleres de nutrición, acupuntura y mindfulness. Estas actividades están orientadas a promover la salud integral del visitante.

El concepto de “wellness activo” ha ganado relevancia, con retiros que combinan ejercicio físico, contacto con la naturaleza y experiencias culturales inmersivas, respondiendo a una demanda creciente por experiencias integrales de bienestar. Aguascalientes puede consolidar su posicionamiento como destino cultural y termal, aprovechando su riqueza en recursos naturales y tradiciones para atraer turismo de bienestar. Destinos como Calvillo, reconocido por sus aguas termales, representan un atractivo clave para este segmento.

Actualmente, la oferta de hoteles resort con spas integrales y temazcales auténticos es limitada. Asimismo, existe la necesidad de impulsar la promoción y adopción de certificaciones como el Sello Turismo de Salud, que garantiza altos estándares de calidad en los servicios wellness. En el año 2024, a través de un esfuerzo coordinado entre el Gobierno del Estado, los productores vitivinícolas, la academia y organizaciones aliadas, se llevó a cabo un estudio diagnóstico que permitió actualizar la información referente al estado actual de la vitivinicultura en Aguascalientes.



Este análisis abarcó todos los procesos inherentes a esta apasionante actividad, desde los aspectos agrícolas, la vinificación (elaboración del vino), los servicios enoturísticos y la comercialización, considerando un ecosistema que se ha desarrollado de manera orgánica en la entidad.

Desafíos Ambientales en el Sector de Bienestar:

- Uso intensivo de recursos hídricos: Las aguas termales, esenciales para la oferta de bienestar, son un recurso limitado y deben ser gestionadas cuidadosamente para evitar su agotamiento.
- Impacto de infraestructuras en ecosistemas sensibles: La construcción de spas, hoteles y centros turísticos puede afectar los ecosistemas circundantes si no se lleva a cabo de forma responsable, en especial en áreas cercanas a cuerpos de agua y bosques.

Oportunidades para la Sostenibilidad:

- Retiros de bienestar con enfoque ecológico: Los retiros que promuevan el bienestar físico, mental y ambiental, como el yoga en espacios naturales, pueden atraer a turistas interesados en experiencias integrales que no solo cuiden su salud, sino también el medio ambiente.
- Turismo termal responsable: Impulsar una estrategia de gestión sostenible de las aguas termales, que contemple la eficiencia en su uso y el tratamiento adecuado de aguas residuales.

La vitivinicultura en Aguascalientes ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos, incorporando avances tecnológicos y mejorando la calidad de los vinos producidos en la entidad. Durante el período de "dormancia" comprendido entre 1985 y 2005, la industria vitivinícola estatal se caracterizó por esfuerzos discretos, centrados en la conservación de viñedos residuales de la época dorada del siglo XX, en empresas como "La Bordalessa" y "Hacienda de Letras", así como en numerosos pequeños productores ubicados principalmente en el norte del estado, quienes permanecían atentos al desarrollo del mercado de uva de mesa y uva industrial para jugos.



Un precedente fundamental fue la conformación del Sistema Producto Vid, que con un enfoque integral de la producción vitícola sentó las bases para el impulso acelerado del sector de vinificación. En las últimas dos décadas, Aguascalientes alberga varias empresas vitivinícolas relevantes por su volumen y calidad, tales como Valle Redondo, Casa Vinícola Leal, Viñedos y Bodega Hacienda de Letras, Viñedos Santa Elena, Vinícola El Aguaje, Vinícola El Secreto, Vinícola Casa de Quesada, Bodegas Origen y Bodegas de la Parra, entre otras. Estas empresas han contribuido significativamente a revitalizar la industria y mantener viva la tradición vitivinícola local, aportando crecimiento a toda la cadena de valor, desde la producción agrícola hasta la comercialización y los servicios enoturísticos.

Desafíos Ambientales en la Vitivinicultura:

- Uso de agua en el riego de viñedos: Los viñedos requieren un alto consumo de agua, lo que puede generar presión en los recursos hídricos de la región, sobre todo en años de sequía.
- Erosión del suelo y pérdida de biodiversidad: La expansión de las plantaciones de vid sin un adecuado manejo del suelo puede resultar en la erosión y pérdida de hábitats naturales.

Oportunidades:

- Vitivinicultura sostenible: Incentivar prácticas agrícolas responsables, como el riego eficiente y el uso de energías renovables en las bodegas, contribuirá a reducir el impacto ambiental.
- Turismo enológico ecológico: La Ruta del Vino puede evolucionar hacia un modelo más sostenible, integrando prácticas de conservación en las bodegas y promoviendo el turismo responsable que valore tanto la producción de vino como la preservación del paisaje natural.

Aguascalientes tiene el potencial para consolidarse como un destino turístico líder en sostenibilidad y regeneración ecológica, aprovechando su biodiversidad, sus aguas termales y su oferta enoturística.



Sin embargo, es esencial que los desarrollos turísticos se alineen con una visión de largo plazo que contemple la protección de los recursos naturales como un pilar fundamental del modelo de crecimiento. Solo a través de un enfoque integral que combine la preservación ambiental, la innovación tecnológica y el compromiso comunitario se podrá garantizar un turismo sustentable que beneficie tanto a los ecosistemas como a las comunidades locales.

La conformación de la Ruta del Vino (2020) y eventos emblemáticos como las Fiestas de la Vendimia (2023) continúan fortaleciendo la herencia vitivinícola de Aguascalientes. La historia reciente de la vitivinicultura en la entidad refleja un equilibrio entre la preservación de tradiciones y la adaptación a los desafíos contemporáneos. La región ha demostrado resiliencia e innovación, manteniéndose como un actor relevante dentro de la industria vitivinícola nacional. Asimismo, la voluntad política del sector gubernamental, manifestada a través de tres administraciones estatales, ha sido crucial. Dependencias como la Secretaría de Desarrollo Agroempresarial (SEDRAE), Secretaría de Turismo (SECTUR) y Secretaría de Desarrollo Económico, Ciencia y Tecnología (SEDECYT) han contribuido en función de sus facultades y recursos presupuestales.

Actualmente, la producción vitivinícola en Aguascalientes es un ejemplo de resiliencia y adaptación, reflejando la capacidad de la región para reinventarse y prosperar en un mercado global competitivo. Asociaciones vigentes como el Consejo de Viticultores de Aguascalientes A.C. y el Consejo Vitivinícola de Aguascalientes A.C. han apostado por la modernización, sostenibilidad y promoción, elementos clave para garantizar un futuro prometedor para los vinos locales.

La industria vitivinícola ha experimentado un notable resurgimiento en los últimos años, consolidándose como un sector estratégico para la economía local. Actualmente, Aguascalientes cuenta con más de 1,300 hectáreas de viñedos, de las cuales alrededor de 300 se destinan a variedades para vinificación, con un 30% en proceso de maduración y un 70% en producción activa. Los principales municipios productores son Cosío, Rincón de Romos y Pabellón, donde más de 50 productores, organizados en grupos rurales o trabajando de forma independiente, están representados por la asociación "Somos Vid" ante instancias gubernamentales para la gestión de apoyos y desarrollo de capacidades.

El número de vinícolas ha crecido significativamente, pasando de 7 en 2017 a 12 en 2023, y actualmente en 2025 alcanzando las 19, con expectativas de crecimiento dada la creciente demanda y el interés en bodegas propias. Además, es relevante mencionar la figura del “Vino de Négociant”, término francés que describe a comercializadores que adquieren uva o vino a granel para su elaboración o venta bajo marca propia, contribuyendo así a la diversidad y expansión del sector.

Las vinícolas y productores locales han realizado inversiones en infraestructura y técnicas de cultivo avanzadas, tales como sistemas de riego por goteo y telemetría para el monitoreo de viñedos, promoviendo no solo la eficiencia productiva sino también la sostenibilidad ambiental.

El desarrollo de un Plan Maestro para el Turismo Sostenible es crucial para guiar estos esfuerzos, asegurando que las oportunidades de crecimiento económico no vayan en detrimento de los recursos naturales que hacen única a la región.

3. TECNOLOGÍA

En un entorno global donde el viajero demanda personalización, eficiencia y conectividad permanente, el ecosistema turístico de Aguascalientes enfrenta un rezago digital significativo. Solo el 34.4 % de las agencias de viaje dispone de herramientas tecnológicas avanzadas, mientras que la mayoría de los prestadores de servicios carece de sistemas CRM, motores de reservación o plataformas de promoción segmentada.

La digitalización no constituye únicamente una mejora operativa: representa un eje transversal de competitividad que impulsa la gobernanza basada en datos, optimiza la experiencia del visitante mediante herramientas como aplicaciones geolocalizadas y realidad aumentada, y conecta el territorio con los mercados globales. La digitalización, la innovación y la experiencia deben ser los pilares del nuevo modelo turístico de Aguascalientes. El desafío no es solo modernizar procesos, sino redefinir la relación entre el visitante y el territorio mediante el uso estratégico de la tecnología.

Aguascalientes inicia 2025 con un sector turístico robusto, aunque marcado por una alta estacionalidad. La Feria Nacional de San Marcos (FNSM) continúa siendo el principal motor del sector, con más de 8 millones de asistentes y una derrama estimada de 10,882 millones de pesos en su última edición. En contraste, el gasto turístico durante el resto del año alcanza solo 3,845 millones de pesos, evidenciando la dependencia de un único evento.

Entre 2015 y 2023, la infraestructura hotelera creció moderadamente, pasando de 7,518 a 7,979 cuartos, en el contexto de una economía estatal dinámica con crecimiento del 6.2 % en 2023, donde los servicios –incluido el turismo– aportan el 45.5 % del PIB local.

El principal reto consiste en diversificar y digitalizar la oferta turística para reducir la dependencia del pico estacional y construir un modelo sostenible durante todo el año. Pese al compromiso institucional con la transformación hacia un Destino Turístico Inteligente (DTI), la madurez digital del ecosistema es aún desigual. Las agencias de viaje presentan baja adopción tecnológica y limitada presencia en línea, lo que obstaculiza la recolección y el análisis de datos de comportamiento del visitante.

Los establecimientos de hospedaje y alimentos muestran avances en prácticas sostenibles, pero la integración de datos intersectoriales sigue siendo incipiente. Proyectos piloto con sensores IoT han demostrado ahorros energéticos de hasta 30 %, evidenciando el potencial de la tecnología para generar eficiencias y mejorar la experiencia del huésped.

Palancas estratégicas de transformación digital

- Marketing predictivo basado en IA
Segmentar y fidelizar a los más de 8 millones de visitantes de la FNSM mediante campañas inteligentes que promuevan rutas del vino, Pueblos Mágicos y experiencias de naturaleza durante todo el año.
- Gobernanza de datos
Adoptar un modelo similar al Singapore Tourism Analytics Network para consolidar datos multifuente (transaccionales, sociales y ambientales) y habilitar la toma de decisiones en tiempo real.

- Experiencias inmersivas e inteligencia espacial

Aplicar tecnologías de realidad aumentada, gemelos digitales y big data geoespacial para redistribuir flujos turísticos, extender la estadía y mejorar la gestión de la capacidad de carga de los destinos.

El desarrollo de un turismo digital requiere talento especializado. Actualmente, la formación en inteligencia artificial y tecnologías turísticas se limita a programas de alcance básico. Hacia 2050 será esencial consolidar un ecosistema de capital humano con perfiles en ciencia de datos, desarrollo AR/VR y automatización del marketing, articulado con la Universidad Autónoma de Aguascalientes y los centros de innovación tour-tech.

Aguascalientes se encuentra en una etapa decisiva para transitar de un modelo “evento-céntrico” hacia un Destino Turístico Inteligente, sostenible e inclusivo, apoyado en la tecnología como motor de competitividad. El impulso coordinado de la digitalización, la analítica de datos y la innovación en experiencias permitirá fortalecer la identidad turística del estado, diversificar la demanda y posicionar a Aguascalientes como referente nacional en turismo inteligente dentro de la economía global basada en datos.

4. CULTURA E IDENTIDAD

La cultura de Aguascalientes constituye un patrimonio vivo compuesto por historia, creatividad, identidad, instituciones artísticas y procesos comunitarios que influyen de manera directa en el desarrollo social, educativo, económico, territorial y emocional del estado. Su papel es fundamental para fortalecer la cohesión social, mejorar la calidad urbana, incrementar la participación ciudadana y generar soluciones integrales en los distintos sectores públicos.

La cultura hidrocálida es profunda, diversa y viva. Con más de 200 espacios culturales activos y una participación ciudadana del 52.5% en eventos culturales, Aguascalientes cuenta con un enorme potencial. Sin embargo, la narrativa turística del estado aún no logra



emocionar ni movilizar al visitante. Desde la Feria Nacional de San Marcos hasta las vendimias y los Pueblos Mágicos, el territorio está lleno de historias por contar estratégicamente.

El reto consiste en activar rutas culturales vivas, formar mediadores patrimoniales y convertir a cada comunidad en embajadora de su propia historia. La cultura no debe ser un accesorio del turismo, sino el corazón del modelo: cada visitante debe salir de Aguascalientes no solo con fotografías, sino con historias que lo transformen.

En Aguascalientes, los sectores de turismo y cultura comparten territorio, historia y patrimonio, pero operan de manera aislada, sin mecanismos de articulación efectivos. A diferencia de otros estados que han integrado ambos sectores estratégicamente, la cultura en Aguascalientes se percibe principalmente como un recurso ornamental al servicio del turismo.

Esta desconexión ha dado lugar a un ecosistema cultural frágil, dependiente en exceso de la Feria Nacional de San Marcos y desvinculado de expresiones y territorios que podrían generar una oferta turística diversa, profunda y transformadora. Si bien la Feria Nacional de San Marcos tiene un gran impacto, su narrativa reduce la identidad a una experiencia festiva, desvinculada de la memoria histórica. Manifestaciones culturales comunitarias - como la herencia gráfica, la historia ferroviaria, el arte sacro o los saberes artesanales - permanecen al margen de la estrategia de desarrollo turístico y cultural del estado.

A nivel institucional, la política cultural carece de visión estatal de largo plazo y continuidad sexenal. La mayoría de los espacios culturales funcionan con recursos insuficientes, personal no especializado y proyectos dependientes de apoyos esporádicos. La ausencia de fondos permanentes y mecanismos de financiamiento estables limita la capacidad de las comunidades para generar contenidos turísticos desde sus propias narrativas.

Además, no existen rutas culturales vivas que conecten lugares, historias y manifestaciones artísticas. Legados de figuras como José Guadalupe Posada, Saturnino Herrán, Anita Brenner o Jesús F. Contreras carecen de recorridos estructurados, mediación museológica o integración en la oferta turística, provocando un consumo superficial de lo cultural. El visitante observa sin involucrarse, registra sin comprender y permanece como turista efímero, en lugar de convertirse en aliado del territorio.



Aún con estos desafíos, la cultura representa un eje estructural para construir identidad, promover bienestar social, impulsar innovación, dinamizar la economía creativa y vincular a los once municipios bajo una visión de largo plazo alineada con la proyección estatal hacia 2050.

5. RESPONSABILIDAD SOCIAL

El turismo en Aguascalientes posee un **potencial significativo para generar movilidad social**, al conectar la actividad económica con el desarrollo comunitario. Si bien algunas comunidades rurales ya participan activamente en la oferta turística, el siguiente paso es integrar a **jóvenes, mujeres y personas en situación de vulnerabilidad** dentro de la cadena de valor, garantizando beneficios equitativos y sostenibles.

Programas como **Soy Anfitrión**, la formación en **hospitalidad rural**, los **microcréditos turísticos** y el **turismo educativo** demuestran que la actividad turística puede transformar al visitante en un aliado del desarrollo local. Sin embargo, persisten retos sociales importantes: el **34.7% de la población carece de seguridad social** y el **16.5% presenta rezago educativo**, lo que refuerza la urgencia de estrategias inclusivas y responsables.

La responsabilidad social en turismo no debe abordarse como un eje aislado; se entrelaza con otros ámbitos estratégicos:

- **Gobernanza:** mediante la participación comunitaria en la planificación y gestión turística.
- **Medio ambiente:** mediante la formación de custodios del territorio y prácticas sostenibles.
- **Tecnología:** a través de la alfabetización digital de prestadores de servicios y comunidades.
- **Cultura:** mediante la promoción de narrativas propias que fortalezcan identidad e inclusión.

La hospitalidad trasciende el servicio: es una cultura, una actitud y una herramienta de transformación social. En México, el sector turístico representa el 8.5% del PIB nacional, con subsectores de alojamiento y transporte como principales motores. Estos indicadores reflejan tanto el dinamismo económico como la capacidad del turismo para generar empleo, identidad y bienestar.

Durante la actual administración, la capacitación ha sido prioritaria:

- Más de 46,000 prestadores de servicios turísticos participaron en cursos, seminarios y talleres.
- Se realizaron 4 Congresos de Investigación Aplicada al Turismo, con 159 ponencias y más de 10,000 asistentes.

El programa Jóvenes Construyendo el Futuro integró 191,700 jóvenes al sector turístico (2019-2023), representando el 7.5% de beneficiarios nacionales.

En Aguascalientes, estos esfuerzos se traducen en oportunidades concretas: profesionalización del sector, integración de jóvenes, crecimiento de infraestructura turística y digitalización de servicios. La hospitalidad consciente, la formación continua y la articulación entre actores públicos y privados son esencial

El turismo rural en Aguascalientes se desarrolla en entornos de baja densidad poblacional con fuerte arraigo a prácticas culturales y productivas tradicionales. Este tipo de turismo busca la sostenibilidad económica, social y ambiental, generando beneficios directos para las comunidades anfitrionas.

Elementos estructurales del turismo rural:

- Baja densidad demográfica y entornos alejados de centros urbanos.
- Paisajes dominados por agricultura y silvicultura.
- Conservación de estructuras sociales y prácticas culturales tradicionales.
- Participación activa e inmersión del visitante en la dinámica comunitaria.

Prácticas identificadas en Aguascalientes:

- Enoturismo: experiencias culturales y tradiciones locales.
- Agroturismo: participación en procesos agrícolas y ganaderos.
- Gastronomía tradicional y talleres culinarios.
- Vivencias místicas y rituales locales.
- Aprendizaje de lenguas originarias.
- Recorridos por haciendas históricas.

Beneficios del turismo rural:

- Impulso a la economía local mediante ingresos alternativos y autoempleo.
- Conservación del patrimonio cultural y natural.
- Intercambio cultural que fortalece respeto y diversidad.

Para su consolidación, el turismo rural requiere: políticas públicas integrales, capacitación local, infraestructura adecuada y estrategias de comercialización sostenibles que aseguren beneficios equitativos para todos los actores.

Identificación, Situación Actual y Análisis de Problemáticas

TURISMO 2050

Gobernanza

Principales Problemáticas

- Descoordinación histórica entre actores públicos, privados, académicos y comunitarios.
- Esfuerzos aislados entre municipios, cámaras empresariales y organismos públicos.
- Incapacidad institucional para planear, medir y transformar el turismo como política integral.
- Concentración de iniciativas en la capital del estado.
- Exclusión de territorios con vocación turística emergente.
- Deficiencias en conectividad y poca visibilidad en la estrategia estatal.
- Desequilibrio en la geografía turística y falta de representatividad.
- Capacidades institucionales locales frágiles.
- Escasez de información confiable para la toma de decisiones.
- Rotación constante de titulares en los últimos sexenios.
- Dependencia de criterios políticos sobre criterios técnicos.
- Conectividad terrestre limitada en municipios periféricos.
- Movilidad urbana poco inclusiva.
- Escasa profesionalización de prestadores de servicios fuera de la capital.
- Concentración de inversión, promoción y recursos en el municipio central.
- El turismo solo aporta el 1.8% del PIB estatal (puesto 22 nacional).
- Subaprovechamiento del potencial económico y de la capacidad instalada.

Medio Ambiente

Principales Problemáticas

- Zonas ecológicas de alto valor (Sierra Fría, Boca de Túnel, Presa Malpaso) no están plenamente integradas en el circuito turístico.
- Falta de estrategias de protección, activación y aprovechamiento sustentable.
- Ausencia de una narrativa turística basada en regeneración ecológica.
- Falta de lineamientos claros para evitar afectaciones en cuerpos de agua.
- Escasez de hoteles resort con spas integrales y temazcales auténticos.
- Baja adopción de certificaciones como el Sello Turismo de Salud.
- Falta de infraestructura especializada para atender un turismo wellness cada vez más complejo.
- Riesgo de agotamiento de aguas termales sin una estrategia integral de gestión.
- Insuficiente incorporación de prácticas ecológicas en retiros y servicios wellness.
- Expansión rápida de 7 vinícolas (2017) a 19 (2025), con riesgo de presión ambiental.
- Inversiones en infraestructura que requieren garantizar balance ecológico.

Tecnologías

Principales Problemáticas

- Solo el 34.4 % de las agencias de viaje tiene herramientas tecnológicas avanzadas.
- La mayoría de prestadores de servicios turísticos, carece de CRM, motores de reservación, analítica de datos y plataformas de promoción segmentada.
- Baja presencia digital de agencias y empresas turísticas.
- 10,882 millones de pesos en derrama
- Falta de productos turísticos conectados con tecnología (naturaleza, vino, cultura, wellness, etc.).
- Poca implementación de IA, realidad aumentada, analítica predictiva, gemelos digitales, big data geoespacial.
- Los proyectos piloto (como sensores IoT) existen, pero no están escalados.
- Predomina un enfoque evento-céntrico, lo que limita la sostenibilidad del turismo a largo plazo.
- Aguascalientes aún no logra consolidarse como un Destino Turístico Inteligente, sostenible e inclusivo.

Cultura e Identidad

Principales Problemáticas

- El potencial cultural existente (más de 200 espacios y alta participación ciudadana) no se traduce en experiencias memorables.
- Las historias del territorio no están contadas estratégicamente.
- Desarticulación entre los sectores de turismo y cultura.
- Ambos sectores operan aislados, pese a compartir territorio y patrimonio.

- La cultura se percibe como un recurso ornamental del turismo, no como un componente estratégico.
- Falta de mecanismos de articulación y gobernanza conjunta.
- La narrativa dominante reduce la identidad a una experiencia festiva, desconectada de la memoria histórica.
- Manifestaciones culturales comunitarias (herencia gráfica, historia ferroviaria, arte sacro, artesanías) están excluidas de la oferta turística.
- Espacios culturales con recursos insuficientes, personal no especializado y proyectos esporádicos.
- Ausencia de fondos permanentes y mecanismos estables de financiamiento
- No existen rutas estructuradas que conecten lugares, personajes, historias y manifestaciones artísticas.
- Legados culturales (Posada, Herrán, Brenner, Contreras) no están integrados a la experiencia turística.
- Falta de mediación museológica y narrativa, provocando consumos culturales superficiales.
- El visitante observa sin comprender, registra sin conectar y participa como espectador efímero.
- No se logra convertir al turista en embajador del territorio o aliado de la comunidad.

Responsabilidad Social

Principales Problemáticas

- Falta de políticas y estrategias que aseguren beneficios sostenibles y equitativos para todas las comunidades.
- Escasa participación estructurada de las comunidades en la planificación y gestión turística.
- Necesidad de fortalecer la corresponsabilidad y el rol activo de los habitantes locales.
- Falta de integración efectiva entre turismo, cultura, medio ambiente y tecnología.
- La responsabilidad social y la hospitalidad consciente aún no se traducen en políticas y prácticas consolidadas.
- Entornos rurales presentan baja densidad poblacional y aislamiento, dificultando la accesibilidad y conectividad.
- Necesidad de infraestructura adecuada para alojamiento, movilidad y servicios turísticos.
- Falta de estrategias sostenibles de comercialización que permitan consolidar experiencias de turismo rural y etnoturismo.
- Escasa visibilidad de rutas culturales, gastronómicas y experiencias comunitarias a nivel regional y nacional.
- Sin políticas públicas integrales y capacitación local, existe el riesgo de que prácticas culturales, tradiciones y paisajes naturales no se preserven ni se aprovechen de manera sostenible.



Objetivos, Estrategias y Acciones

TURISMO 2050



Consolidar a Aguascalientes como un destino turístico competitivo, sustentable y con identidad cultural fortalecida, mediante estrategias integrales que articulen infraestructura, capital humano, tecnología, promoción y cohesión social, en armonía con la Visión Aguascalientes 2050.

Este objetivo general marca una ruta transformadora que articula sectores públicos, privados y sociales bajo una visión compartida, integrando tecnología, educación, cultura y hospitalidad como pilares de cambio.

El turismo no solo atraerá visitantes, sino que activará economías locales, fortalecerá el tejido comunitario y resignificará el orgullo de ser anfitriones. Este objetivo general impulsa una transformación multisectorial basada en infraestructura, educación, tecnología, capital humano, promoción digital y justicia territorial.

Gobernanza

Objetivo General OG-01

Consolidar un modelo de gobernanza turística participativa, inclusiva y basada en evidencia, que articule de manera efectiva a los sectores público, privado, comunitario y académico en los 11 municipios, fortaleciendo la toma de decisiones, la coordinación interinstitucional y la sostenibilidad del desarrollo turístico.

Objetivo Específico:	OG-01-01 Garantizar la participación activa de las comunidades locales, prestadores de servicios turísticos y jóvenes en la planificación, seguimiento y evaluación de las políticas turísticas
Estrategia OG-01-01-E1 Promover mecanismos de planeación participativa e incluyente en el ámbito turístico	Acción específica OG-01-01-E1-AE1 Realizar foros y talleres comunitarios de planeación turística participativa OG-01-01-E1-AE2 Crear mecanismos de consulta ciudadana y juvenil para políticas turísticas locales. G-01-01-E1-AE2 Crear mecanismos de consulta ciudadana y juvenil para políticas turísticas locales.

Objetivo Específico:	OG-01-02 Fortalecer la articulación institucional y multisectorial entre actores privados del turismo, cámaras empresariales, organismos académicos y autoridades locales.
Estrategia	Acción específica
OG-01-02-E1 Fortalecer la vinculación interinstitucional y la coordinación entre sectores vinculados al turismo	OG-01-02-E1-AE1 Establecer mesas de diálogo y colaboración con agencias de viajes y cámaras empresariales multisectoriales OG-01-02-E1-AE2 Firmar convenios de cooperación multisectorial
Objetivo Específico:	OG-01-03 Institucionalizar la cultura como eje transversal de la gobernanza y del desarrollo turístico sostenible.
Estrategia	Acción específica
OG-01-03-E1 Integrar la dimensión cultural en los programas y proyectos turísticos	OG-01-03-E1-AE1 Fortalecer el Consejo Estatal de Turismo (CONSETUR)
Objetivo Específico:	OG-01-04 Impulsar la gobernanza colaborativa entre los sectores de deporte y turismo, para la organización de eventos y productos de valor compartido.
Estrategia	Acción específica
OG-01-04-E1 Fortalecer la sinergia deporte - turismo mediante planificación conjunta y eventos integradores.	OG-01-04-E1-AE1 Diseñar e implementar un programa estatal de eventos deportivos con valor turístico.
Objetivo Específico:	OG-01-05 Consolidar un modelo de gobernanza colaborativa para la revitalización del Centro Histórico
Estrategia	Acción específica
OG-01-05-E1 Impulsar la cooperación público-privada y social para la revitalización turística de zonas patrimoniales	OG-01-05-E1-AE1 Creación del consejo técnico del Centro Histórico de Aguascalientes OG-01-05-E1-AE2 Diseñar e implementar un programa estatal de eventos culturales con valor turístico

Medio Ambiente

Objetivo General OG-O5

Consolidar un modelo de turismo sostenible, resiliente y bajo en impacto ambiental, que promueva la conservación de los recursos naturales, la regeneración ecológica de los destinos, el desarrollo responsable de infraestructura, la transformación verde de los sectores productivos y la mejora de la calidad de vida de las comunidades receptoras.

Objetivo Específico:	OG-O5-01 Diseñar y construir infraestructura turística que minimice el impacto ambiental, promueva el uso responsable de recursos y fortalezca la conexión con la naturaleza.
Estrategia OG-O5-01-E1 Impulsar la planeación y ejecución de proyectos turísticos con criterios de sostenibilidad, eficiencia energética y conservación ambiental.	Acción específica OG-O5-01-E1-AE1 Elaborar lineamientos estatales de infraestructura turística sostenible. OG-O5-01-E1-AE2 Fomentar el uso de materiales ecológicos, energía renovable y gestión responsable del agua. OG-O5-01-E1-AE3 Promover certificaciones ambientales para desarrollos turísticos.
OG-O5-01-E2 Impulsar un modelo Estatal de Infraestructura Turística Verde	OG-O5-01-E1-AE4 Establecer programas de sensibilización ambiental para prestadores turísticos. OG-O5-01-E2-AE1 Establecer programas de sensibilización ambiental para prestadores turísticos.

Objetivo Específico:	OG-O5-04 Transformar al sector restauranero en un referente de sostenibilidad
Estrategia OG-O5-04-E1 Incorporar prácticas sostenibles en la operación gastronómica, priorizando el consumo local, la gestión de residuos y la eficiencia energética.	Acción específica OG-O5-04-E1-AE2 Implementar programas de reducción y reciclaje de desechos orgánicos.

Objetivo Específico:	OG-05-05 Transformar la infraestructura cultural en espacios sostenibles y resilientes
Estrategia	Acción específica
OG-05-05-E1	OG-05-05-E1-AE1
Integrar criterios de sostenibilidad ambiental en el mantenimiento, rehabilitación y operación de espacios culturales turísticos	Implementar planes de eficiencia energética en museos, teatros y centros culturales.
	OG-05-05-E1-AE2
	Incorporar sistemas de captación de agua pluvial y energías limpias.

TECNOLOGÍA

Objetivo General OG-06

Consolidar un ecosistema turístico inteligente, digital y basado en datos, que fortalezca la competitividad del estado mediante la adopción de tecnologías emergentes, la automatización de procesos, la creación de experiencias inmersivas y la integración de inteligencia artificial para la planificación, promoción y gestión sostenible del turismo en todos los municipios.

Objetivo Específico:	OG-06-01 Consolidar en 10 años el Centro de Inteligencia Turística con los principales generadores de información y participación del sector turístico.
Estrategia	Acción específica
OG-06-01-E1	OG-06-01-E1-AE1
Crear una plataforma estatal de análisis de datos turísticos que permita el monitoreo, evaluación y proyección de tendencias para la toma de decisiones estratégicas y la planeación basada en evidencia	Integrar bases de datos públicas y privadas sobre flujos turísticos, gasto, movilidad y sustentabilidad.
	OG-06-01-E1-AE2
	Desarrollar tableros de control y sistemas predictivos para anticipar la demanda turística.

Objetivo Específico:	OG-06-03 Diseñar experiencias turísticas interactivas, inmersivas y personalizadas mediante tecnologías emergentes
Estrategia OG-06-03-E1 Incorporar innovación tecnológica en la oferta turística a través de herramientas como realidad aumentada, inteligencia artificial y narrativa digital para enriquecer la experiencia del visitante.	Acción específica OG-06-03-E1-AE1 Desarrollar experiencias turísticas con realidad aumentada en sitios patrimoniales y naturales. OG-06-03-E1-AE2 Implementar sistemas de recomendación personalizada basados en IA y geolocalización OG-06-03-E1-AE3 Crear aplicaciones interactivas con narrativa digital y contenidos multimedia locales.

CULTURA E IDENTIDAD

Objetivo General OG-04

Fortalecer el turismo cultural como motor de identidad, cohesión social y desarrollo sostenible, mediante la integración de las expresiones culturales, tradiciones, arte, gastronomía y patrimonio vivo del estado en experiencias turísticas auténticas, innovadoras y responsables que promuevan la inclusión, la sostenibilidad y el sentido de pertenencia territorial.

Objetivo Específico:	OG-04-04 Desarrollar infraestructura y experiencias taurinas sostenibles e inclusivas
Estrategia OG-04-04-E1 Modernizar y adaptar los espacios taurinos y sus entornos para promover un turismo responsable, accesible y culturalmente significativo.	Acción específica OG-04-04-E1-AE1 Rehabilitar plazas y recintos taurinos con criterios de accesibilidad y sostenibilidad. OG-04-04-E1-AE2 Crear rutas turísticas y museográficas que integren la historia y cultura taurina



RESPONSABILIDAD SOCIAL

Objetivo General OG-O5

Consolidar un modelo de desarrollo turístico socialmente responsable, que garantice condiciones laborales dignas y equitativas, fomente la inclusión, la cohesión social y el orgullo territorial, y promueva al turismo como un instrumento de bienestar, movilidad social y fortalecimiento comunitario en todo el estado.

Objetivo Específico:	OG-07-01 Digitalizar, preservar y democratizar el acceso al patrimonio cultural
Estrategia	Acción específica
OG-07-01-E1 Fortalecer el empleo digno, seguro y equitativo en el sector turístico.	OG-07-01-E1-AE1 Implementar programas de certificación laboral, seguridad social y formación continua dirigidos a jóvenes, mujeres y comunidades rurales en actividades turísticas.
OG-07-01-E4 Democratizar el acceso a la cultura y fortalecer la identidad colectiva	OG-07-01-E4-AE1 Desarrollar programas de turismo social y cultural accesible que promuevan la participación de comunidades locales, estudiantes y grupos vulnerables.



Indicadores de Evaluación y Seguimiento

TURISMO 2050



GOBERNANZA

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-01-01-EI-AE1 Realizar foros y talleres comunitarios de planeación turística participativa	Porcentaje de Participación comunitaria y juvenil en foros de planeación turística.	Alcanzar al menos el 60 % de participación comunitaria y juvenil en los foros realizados en cada municipio con vocación turística emergente.	2026–2030 MEDIANO Con seguimiento anual y ajustes por municipio, según vocación turística, densidad poblacional y nivel de organización comunitaria.
OG-01-01-EI-AE2 Crear mecanismos de consulta ciudadana y juvenil para políticas turísticas locales.	Número de propuestas recibidas de parte de los ciudadanos y jóvenes que participen.	Realizar al menos 22 foros o talleres participativos entre 2026 y 2030, cubriendo los 11 municipios del estado con al menos 2 eventos por municipio.	2026–2030 MEDIANO Con seguimiento anual, retroalimentación comunitaria y sistematización de propuestas por municipio.

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-01-02-EI-AE1 Establecer mesas de diálogo y colaboración con actores turísticos y cámaras empresariales	Número de sesiones para revisión de proyectos y acuerdos incorporados en políticas y proyectos turísticos.	2 sesiones anuales de las mesas de diálogo	2030 MEDIANO Con seguimiento semestral, evaluación de impacto colaborativo y posibilidad de expansión temática (gastronomía, cultura, medio ambiente). Con seguimiento semestral, evaluación de impacto colaborativo y posibilidad de expansión temática (gastronomía, cultura, medio ambiente).
OG-02-02-EI-AE2 Firmar convenios de cooperación multisectorial	Número de convenios interinstitucionales firmados.	Tasa de cumplimiento de compromisos de los convenios firmados priorizando alianzas con sectores clave: turismo, cultura, medio ambiente, educación, salud y tecnología.	2026–2030 MEDIANO Con revisión anual, publicación de resultados y posibilidad de renovación o ampliación según impacto.



Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-01-03-EI-AE1 Fortalecer el Consejo Estatal de Turismo (CONSETUR)	Número de experiencias turísticas con enfoque cultural	Desarrollo de al menos 10 experiencias turísticas con enfoque cultural entre 2026 y 2030, con participación activa de representantes culturales, turísticos, comunitarios y académicos.	2026-2030 MEDIANO Con seguimiento anual, evaluación de cumplimiento de acuerdos y posibilidad de integrar subcomités temáticos.

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-01-04-EI-AE1 Diseñar e implementar un programa estatal de eventos deportivos con valor turístico	Número de eventos deportivos con estrategia turística asociada	Diseñar al menos 30 productos deportivos con componente turístico.	2026-2030 MEDIANO Con seguimiento anual, validación por CONSETUR

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-01-05-EI-AE1 Creación del Consejo Técnico del Centro Histórico de Aguascalientes	Integración multisectorial del Consejo.	Consejo Instalado	2026-2027 CORTO
OG-01-05-EI-AE2 Diseñar e implementar un programa estatal de eventos CULTURALES con valor turístico	Número de proyectos CULTURALES con estrategia turística	Implementar al menos 15 proyectos culturales con estrategia turística, priorizando espacios patrimoniales, narrativas locales, accesibilidad emocional y participación comunitaria.	2026-2035 MEDIANO Con seguimiento anual, evaluación de impacto cultural y social, y publicación de resultados por municipio.



MEDIO AMBIENTE

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-05-01-EI-AE1 Elaborar lineamientos estatales de infraestructura turística sostenible.	Lineamientos de infraestructura turística sostenible elaborados	Contar con un programa de lineamientos de infraestructura vigentes y actualizados	2050
OG-05-01-EI-AE2 Fomentar el uso de materiales ecológicos, energía renovable y gestión responsable del agua.	Porcentaje de infraestructura turística con tecnologías verdes implementadas.	Lograr que al menos el 80 % de la infraestructura turística estatal incorpore tecnologías verdes	2045
OG-05-01-EI-AE3 Promover certificaciones ambientales para desarrollos turísticos	Número de proyectos turísticos con certificación ambiental	Promover y consolidar al menos 20 proyectos turísticos con certificación ambiental en el estado	2045
OG-05-01-EI-AE4 Establecer programas de sensibilización ambiental para prestadores turísticos	Número de programas de sensibilización ambiental establecidos.	Capacitar por lo menos al 45% de prestadores de servicios turísticos	2045 LARGO

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-05-04-EI-AE2 Implementar programas de reducción y reciclaje de desechos orgánicos	Porcentaje de programas de reducción y reciclaje implementados.	Implementar programas de reducción y reciclaje de desechos orgánicos en al menos 70 % de los establecimientos turísticos del estado.	2027 CORTO

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-05-05-EI-AE1 Implementar planes de eficiencia energética en museos, teatros y centros culturales.	Número de espacios culturales con sistemas ecológicos implementados.	Implementar planes de eficiencia energética en al menos 30 centros culturales. museos, teatros y centros culturales del estado, integrando sistemas ecológicos como iluminación LED, energía renovable, ventilación natural y monitoreo Inteligente.	2035 MEDIANO
OG-05-05-EI-AE2 Incorporar sistemas de captación de agua pluvial y energías limpias.	Sistemas de captación de agua pluvial y energías limpias incorporados	Incorporar sistemas de captación de agua pluvial y energías limpias en al menos 70 % de los espacios turísticos y culturales del estado.	2040 LARGO

TECNOLOGÍA

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-06-01-EI-AEI Integrar bases de datos públicas y privadas sobre flujos turísticos, gasto, movilidad y sustentabilidad	Número de fuentes de datos integradas.	Integrar al menos 30 fuentes de datos públicas y privadas sobre flujos turísticos, gasto, movilidad y sustentabilidad en una plataforma estatal interoperable, accesible y visual, indicadores sectoriales alineados con la Visión 2050.	2035 MEDIANO
OG-06-01-EI-AE2 Desarrollar tableros de control y sistemas predictivos para anticipar la demanda turística	Frecuencia de actualización y publicación de reportes turísticos	Desarrollar y operar por lo menos 15 tableros de control y sistemas predictivos en todos los municipios del estado, reportes turísticos, integrando datos sobre demanda, perfil del visitante, movilidad, gasto y sostenibilidad, como base para el diseño de productos turísticos con propósito y la evaluación de impacto territorial	2035 MEDIANO

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-06-03-EI-AEI Desarrollar experiencias turísticas con realidad aumentada en sitios patrimoniales y naturales.	Número de experiencias turísticas tecnológicas implementadas.	Desarrollar al menos 20 experiencias turísticas con realidad aumentada en sitios patrimoniales y naturales del estado	2035

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-06-03-EI-AE2 Implementar sistemas de recomendación personalizada basados en IA y geolocalización.	Sistemas de recomendación personalizada basados en IA y geolocalización implementados	Implementar sistemas de recomendación personalizada basados en inteligencia artificial y geolocalización en al menos el 70 % de los espacios turísticos del estado, integrando perfiles emocionales, intereses del visitante y datos en tiempo real para mejorar la experiencia, fortalecer la conexión con el territorio y facilitar decisiones conscientes durante el viaje	2045



Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-06-03-EI-AE3 Crear aplicaciones interactivas con narrativa digital y contenidos multimedia locales	Nivel de satisfacción del visitante en experiencias digitales	Crear al menos 10 aplicaciones interactivas con narrativa digital y contenidos multimedia locales, diseñadas para enriquecer la experiencia del visitante en espacios turísticos, patrimoniales y culturales.	2038

CULTURA E IDENTIDAD

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-04-04-EI-AE1 Rehabilitar plazas y recintos taurinos con criterios de accesibilidad y sostenibilidad	Número de recintos taurinos rehabilitados adaptados	Rehabilitar o adaptar al menos 15 recintos taurinos	2035 MEDIANO
OG-03-04-EI-AE2 Crear rutas turísticas y museográficas que integren la historia y cultura taurina	Número de rutas y experiencias taurinas sostenibles desarrolladas	Desarrollar al menos 4 rutas turísticas y museográficas que integren la historia y cultura taurina	2035 MEDIANO

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-06-08-EI-AEI Implementar programas de certificación laboral, seguridad social y formación continua dirigidos a jóvenes, mujeres y comunidades rurales en actividades turísticas	Número de programas de certificación laboral, de seguridad social y formación implementados	Implementar al menos 60 programas de certificación laboral, seguridad social y formación continua dirigidos a jóvenes, mujeres y comunidades rurales vinculadas al turismo, integrando criterios de accesibilidad, pertinencia cultural, hospitalidad emocionalmente segura y desarrollo de competencias digitales, operativas y relacionales	2035 MEDIANO
OG-07-01-E4-AEI Desarrollar programas de turismo social y cultural accesible que promuevan la participación de comunidades locales, estudiantes y grupos vulnerables	Número de programas de turismo social y cultural accesible que promuevan la participación desarrollados	Implementación de por lo menos 10 programas de turismo social y cultural.	2040 LARGO

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-XXXXXX NUEVO Adecuar el Centro de Convenciones de la Isla San Marcos como recinto multifuncional con capacidad para al menos 2,000 personas, incorporando salas de reuniones, tecnología de punta, accesibilidad universal y servicios integrados de hospitalidad, movilidad y seguridad	Por lo menos 20 eventos a gran escala, incremento del nivel de ocupación en hoteles locales e incremento en la derrama económica	Ejecutar el proyecto de adecuación y equipamiento del recinto, logrando su certificación como sede nacional e internacional para eventos de alto impacto	2035

Transversalidad

TURISMO 2050

La Transversalidad del presente programa representa el reconocimiento de que el turismo no es una industria aislada, sino una plataforma de transformación territorial, económica y humana. Este apartado integra objetivos e indicadores de la Infraestructura y Desarrollo Económico como pilares que, si bien poseen dinámicas propias dentro de la administración pública, son los motores que permiten que el turismo funcione como un sistema integrado.

Integrar estas temáticas bajo un esquema de vinculación transversal asegura que Aguascalientes no solo sea un destino competitivo, sino un territorio conectado y ambientalmente regenerativo. La infraestructura y el desarrollo económico son, en última instancia, los engranajes que garantizan que la Visión 2050 se traduzca en una prosperidad tangible para todos los habitantes del estado

A continuación, se detalla la justificación y el alcance de esta visión transversal:

La Transversalidad como Estrategia de Integración

La gestión turística moderna exige superar el modelo "evento-céntrico" para transitar hacia un Destino Turístico Inteligente (DTI). Para lograrlo, los cinco ejes estratégicos principales (Gobernanza, Medio Ambiente, Tecnología, Cultura y Responsabilidad Social) deben estar sustentados por una base física y financiera sólida.

La transversalidad permite que la infraestructura no sea solo construcción de obra pública, sino creación de experiencias accesibles e inclusivas, y que el desarrollo económico no sea solo recaudación, sino una vía de movilidad social y justicia territorial.

Infraestructura

La infraestructura es el soporte físico que permite la descentralización del turismo bajo la visión de "Un Estado, 11 Destinos". Su importancia transversal radica en:

- **Competitividad y Conectividad:** La modernización de los 500 km de rutas carreteras y la gestión de nuevas frecuencias aéreas son condiciones indispensables para que los flujos de visitantes lleguen a todos los municipios.
- **Justicia Territorial:** Al construir un atractivo ancla en cada municipio, se busca equilibrar la geografía turística, donde actualmente la capital concentra el 95% del PIB del sector.
- **Inclusión Universal:** La rehabilitación de espacios públicos con estándares de accesibilidad física y sensorial asegura que el turismo sea un derecho para todos, eliminando barreras para grupos vulnerables.

OBJETIVOS de Infraestructura

Objetivo General OG-O2

Consolidar un Sistema Integral de Infraestructura Turística Sostenible, Inclusiva y Descentralizada, que impulse la competitividad de los destinos mediante la construcción de atractivos ancla, el fortalecimiento de la conectividad física y digital, la regeneración urbana y patrimonial, la incorporación de infraestructura verde y cultural, y la promoción de inversiones públicas y privadas orientadas a la innovación, la accesibilidad universal y el bienestar de las comunidades receptoras.

Objetivo Específico:	OG-02-01 Construir un atractivo ancla en cada municipio a través de un Programa Integral de inversión en infraestructura turística, incluyendo los Pueblos Mágicos.
Estrategia OG-02-01-E2 Desarrollar un plan maestro de infraestructura turística ancla, alineado con la vocación de cada municipio y las tendencias del mercado.	Acción específica OG-02-01-E2-AE1 Realizar diagnósticos participativos para identificar el atractivo con mayor potencial simbólico, económico y comunitario. OG-02-01-E2-AE2 Desarrollar proyectos ejecutivos con criterios de accesibilidad, sostenibilidad y valor cultural. OG-02-01-E2-AE3 Integrar los atractivos al portafolio estatal de promoción y rutas turísticas.

Objetivo Específico:	OG-02-01 Construir un atractivo ancla en cada municipio a través de un Programa Integral de inversión en infraestructura turística, incluyendo los Pueblos Mágicos.
Estrategia OG-02-01-E1 Desarrollar un plan maestro de infraestructura turística ancla, alineado con la vocación de cada municipio y las tendencias del mercado.	Acción específica OG-02-01-E1-AE1 Diseñar un Programa de atractivos turísticos anclas municipales.

Objetivo Específico:	OG-02-02 Promover proyectos de infraestructura turística incluyente en municipios con vocación turística.
Estrategia OG-02-02-E1 Promover proyectos de infraestructura turística incluyente en municipios con vocación turística. OG-02-02-E2 Crear el programa "Espacios con Derechos" para infraestructura turística accesible.	Acción específica OG-02-02-E1-AE3 Rehabilitar espacios públicos turísticos con estándares de inclusión. OG-02-02-E2-AE1 Realizar diagnósticos participativos de accesibilidad en municipios con vocación turística OG-02-02-E2-AE2 Implementar intervenciones físicas: rampas, señalética sonora, baños accesibles, iluminación segura, mobiliario inclusivo. OG-02-02-E2-AE3 Crear una certificación estatal de espacios turísticos accesibles con estándares alineados al ECO305.

Objetivo Específico:	OG-02-03 Mejorar la conectividad física y digital del estado, fortaleciendo el acceso terrestre, aéreo y digital a los destinos turísticos.
Estrategia OG-02-03-E1 Modernizar la red de transporte y telecomunicaciones vinculada al turismo	Acción específica OG-02-03-E1-AE1 Rehabilitar y señalizar rutas turísticas carreteras. OG-02-03-E1-AE2 Gestionar la ampliación de rutas aéreas estratégicas con aerolíneas. OG-02-03-E1-AE3 Implementar infraestructura digital.

Objetivo Específico:	OG-02-04 Fomentar la inversión en hoteles boutique, ecoturísticos y de experiencias sostenibles
Estrategia OG-02-04-E1 Impulsar la diversificación de la oferta turística mediante incentivos a la inversión privada sostenible.	Acción específica OG-02-04-E1-AE1 Crear un fondo de inversión turística verde y de innovación hotelera. OG-02-04-E1-AE2 Promover certificaciones de sostenibilidad y eficiencia energética. OG-02-04-E1-AE3 Asesorar y acompañar a inversionistas locales para proyectos ecoturísticos.

Objetivo Específico:	OG-02-06 Desarrollar infraestructura deportiva de clase mundial con enfoque turístico y sostenible
Estrategia OG-02-06-E1 Impulsar el turismo deportivo mediante equipamientos e instalaciones de alto nivel	Acción específica OG-02-06-E1-AE1 Construir o renovar complejos deportivos con capacidad para eventos nacionales e internacionales

Objetivo Específico:	OG-02-07 Transformar el Centro Histórico en un espacio seguro, funcional y culturalmente vibrante.
Estrategia OG-02-07-E2 Implementar un modelo de movilidad sostenible para la zona patrimonial	Acción específica OG-02-07-E2-AE4 Ampliar y señalizar zonas peatonales y ciclovías turísticas.

INDICADORES DE INFRAESTRUCTURA

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-O2-O1-E1-AE1 Desarrollo de un programa de atractivos turísticos anclas municipales.	Número de atractivos ancla desarrollados y en operación.	Desarrollar al menos 10 atractivos turísticos ancla con identidad local, accesibilidad, sostenibilidad y potencial de activación económica, rutas o experiencias.	2026-2035 MEDIANO

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-O2-O2-E1-AE3 Rehabilitar espacios públicos turísticos con estándares de inclusión.	Porcentaje de espacios públicos turísticos rehabilitados.	Rehabilitar al menos el 70 % de los espacios públicos turísticos existentes entre 2026 y 2030, integrando criterios de inclusión física, sensorial, emocional y cultural.	2026-2030 CORTO

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-O2-O3-E1-AE1 Rehabilitar y señalizar rutas turísticas carreteras	Kilómetros de rutas turísticas modernizadas	Modernizar al menos 500 kilómetros de rutas turísticas carreteras entre 2026 y 2030, incluyendo rehabilitación vial, señalética turística, accesibilidad vial y conectividad entre atractivos ancla.	2026-2035 MEDIANO
OG-O2-O3-E1-AE2 Gestionar la ampliación de rutas aéreas estratégicas	Número de nuevas rutas aéreas o frecuencias establecidas	Establecer al menos 5 nuevas rutas aéreas o frecuencias estratégicas entre 2026 y 2030, priorizando conectividad con destinos turísticos emergentes, ciudades clave del país y hubs internacionales. Cada ruta debe contar con convenio firmado, programación activa, promoción turística asociada y evaluación de impacto en flujo de visitantes.	2026-2030
OG-O2-O3-E1-AE3 Implementar infraestructura digital.	Cobertura de conectividad digital en zonas turísticas	Lograr al menos el 80 % de cobertura de conectividad digital en las zonas turísticas prioritarias entre 2026 y 2030, incluyendo atractivos ancla, rutas turísticas, espacios públicos y centros de atención al visitante.	2026-2030 CORTO

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-02-04-EI-AE1 Crear un fondo de inversión turística verde y de innovación hotelera	Monto de inversión turística captada	Captar al menos 500 millones de pesos entre 2026 y 2035 para proyectos turísticos verdes e innovadores, incluyendo infraestructura sostenible	2026-2050 LARGO
OG-02-04-EI-AE2 Promover certificaciones de sostenibilidad y eficiencia energética.	Número de establecimientos certificados en sostenibilidad.	Certificar al menos 100 establecimientos turísticos entre 2026 y 2050 en estándares de sostenibilidad y eficiencia energética priorizando hoteles, restaurantes, balnearios y espacios públicos turísticos.	2026-2050
OG-02-04-EI-AE3 Asesoramiento y acompañamiento a inversionistas para proyectos ecoturísticos.	Porcentaje de asesorías implementadas a inversionistas	Implementar al menos el 50 % de las asesorías solicitadas por inversionistas entre 2026 y 2030, priorizando proyectos ecoturísticos con impacto ambiental positivo, viabilidad económica y alineación con hospitalidad	2026-2030 CORTO

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-02-05-EI-AE1 Rehabilitar recintos culturales con vocación turística	Número de espacios culturales rehabilitados.	Rehabilitar al menos 22 espacios culturales con vocación turística entre 2026 y 2030, priorizando recintos patrimoniales, centros comunitarios, museos locales y espacios escénicos con potencial de activación territorial. Cada rehabilitación debe integrar criterios de accesibilidad, sostenibilidad, identidad local y hospitalidad consciente, con trazabilidad técnica y validación comunitaria	2026-2030
OG-02-05-EI-AE2 Desarrollar centros culturales y museos con infraestructura inteligente	Número de centros culturales y museos con infraestructura digital	Desarrollo y operación de por lo menos 3 espacios culturales o museos con infraestructura digital	2026-2050

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-02-06-EI-AE1 Construir o renovar complejos deportivos con capacidad para eventos nacionales e internacionales	Número de instalaciones deportivas certificadas para eventos nacionales e internacionales	Certificar al menos 10 instalaciones deportivas entre 2026 y 2030 para eventos nacionales e internacionales, asegurando que cumplan con estándares técnicos, accesibilidad universal, infraestructura complementaria y capacidad logística. Cada instalación debe contar con validación oficial, trazabilidad técnica, conectividad turística y potencial de activación territorial y comunitaria.	2026-2030 CORTO

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-02-07-EI-AE4 Ampliar y señalizar zonas peatonales y ciclovías turísticas.	Kilómetros de vías peatonales y ciclovías implementadas	Implementar al menos 10 kilómetros de nuevas vías peatonales y ciclovías turísticas con señalética accesible y conectividad segura	2030

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-03-01-EI-AE1 Establecer fondos estatales de apoyo a proyectos turísticos comunitarios.	Monto total asignado a proyectos sustentables	Asignar al menos \$100,000.00 millones de pesos a proyectos turísticos comunitarios con enfoque sustentable, cultural y territorial	2030 MEDIANO
OG-03-01-EI-AE2 Desarrollo de programas de capacitación en gestión, innovación y sostenibilidad.	Porcentaje de participantes por capacitaciones	Alcanzar al menos el 40 % de participación de los actores turísticos en las capacitaciones anuales	2028 CORTO

EL DESARROLLO ECONÓMICO

El turismo en Aguascalientes aporta actualmente el 1.8% al PIB estatal, lo que revela un amplio potencial de crecimiento. La vinculación con el desarrollo económico busca:

- Resiliencia y Desestacionalización: Superar la dependencia de la Feria Nacional de San Marcos mediante la promoción del turismo MICE, enoturismo y turismo deportivo, garantizando una derrama económica constante durante los 12 meses del año.
- Emprendimiento Local: A través de la creación de fondos para proyectos sustentables y comunitarios, se busca que los beneficios del turismo se queden en las familias locales y no solo en grandes cadenas.
- Atracción de Inversión Inteligente: La creación de un organismo especializado para facilitar la cooperación público-privada permitirá atraer capital para proyectos de infraestructura verde y hoteles de experiencia.

OBJETIVOS de Desarrollo Económico

Objetivo General OG-O3

Consolidar un modelo de **desarrollo económico turístico sostenible e inclusivo**, que impulse la competitividad, la innovación y la inversión en el sector, fortaleciendo el emprendimiento local, la atracción de capital privado, el turismo deportivo, la economía creativa y el aprovechamiento responsable de los recursos del estado, para generar empleo, derrama económica y bienestar social.

Objetivo Específico:	OG-O3-O1 Activar y ejecutar en 40 años un programa de apoyo directo a la generación de emprendedores turísticos, con presupuesto estatal destinado a proyectos sustentables y comunitarios.
Estrategia	Acción específica
OG-O3-O1-E1 Impulsar el emprendimiento turístico sostenible mediante financiamiento, capacitación y acompañamiento técnico.	OG-O3-O1-E1-AE1 Establecer fondos estatales de apoyo a proyectos turísticos comunitarios.
	OG-O2-O4-E1-AE3 Asesorar y acompañar a inversionistas locales para proyectos ecoturísticos.

Objetivo Específico:	OG-03-02 Promover y facilitar la inversión turística en proyectos detonadores a través de un organismo especializado que articule la cooperación público-privada.
Estrategia OG-03-02-E1 Fortalecer la atracción de inversión turística mediante mecanismos institucionales de promoción y gestión conjunta entre gobierno y sector privado.	Acción específica OG-03-02-E1-AE2 Atracción eventos de inversión nacionales e internacionales.

INDICADORES DE DESARROLLO ECONÓMICO

Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-03-01-E1-AE1 Establecer fondos estatales de apoyo a proyectos turísticos comunitarios.	Monto total asignado a proyectos sustentables	Asignar al menos \$100,000.00 millones de pesos a proyectos turísticos comunitarios con enfoque sustentable, cultural y territorial	2030 MEDIANO
OG-03-01-E1-AE2 Desarrollo de programas de capacitación en gestión, innovación y sostenibilidad.	Porcentaje de participantes por capacitaciones	Alcanzar al menos el 40 % de participación de los actores turísticos en las capacitaciones anuales	2028 CORTO
Acción específica	Indicador	Meta	Plazo
OG-03-02-E1-AE2 Atracción de eventos de inversión nacional e internacional.	Número de eventos de inversión nacionales e internacionales realizados.	Organizar al menos 6 eventos de inversión (3 nacionales y 3 internacionales)	2035



Proyecciones a largo plazo y escenarios futuros

TURISMO 2050

Este análisis proyecta a Aguascalientes no solo como un receptor de visitantes, sino como una **plataforma de transformación territorial y justicia social**.

El horizonte hacia el año 2050 representa la culminación de un proceso de evolución profunda, donde el turismo deja de ser una industria de eventos aislados para convertirse en un **motor de cohesión social, desarrollo económico y orgullo cultural**. A continuación, se detallan los escenarios proyectados basados en los ejes estratégicos del programa.

Escenario de Gobernanza y Justicia Territorial: "Un Estado, 11 Destinos"

Actualmente, el municipio de Aguascalientes concentra el **95% del PIB turístico estatal**, generando una geografía desequilibrada. Para 2050, se proyecta un escenario de **descentralización total**:

- **Atractivos Ancla:** Además de contar con los 4 pueblos mágicos actuales, detectar y desarrollar 2 atractivos turísticos ancla de clase mundial, diseñado bajo diagnósticos participativos y criterios de sostenibilidad.
- **Gobernanza Multiescalar:** La toma de decisiones estará liderada por un Consejo Estatal de Turismo (CONSETUR) consolidado y un Observatorio Turístico independiente, eliminando la dependencia de criterios políticos y basando la estrategia en evidencia técnica.
- **Equidad Social:** El turismo funcionará como una vía de movilidad social, reduciendo el rezago educativo y la falta de seguridad social que afecta a un sector de la población (actualmente 34.7% sin seguridad social) mediante la formalización y certificación laboral.

Escenario de Madurez Digital: El Referente del Turismo Inteligente (DTI)

Frente al rezago actual, donde solo el **34.4% de las agencias** utiliza herramientas digitales avanzadas, el escenario 2050 plantea una revolución tecnológica:

- **Conectividad Total:** Se proyecta alcanzar el 80% de cobertura de conectividad digital en todas las zonas turísticas prioritarias, incluyendo rutas rurales y áreas naturales.

- **Inteligencia Artificial y Big Data:** Aguascalientes operará un Centro de Inteligencia Turística que integrará más de 30 fuentes de datos (transaccionales, sociales y ambientales) para la toma de decisiones en tiempo real.
- **Experiencia del Visitante:** El 70% de los espacios turísticos contará con sistemas de recomendación personalizada basados en IA y geolocalización, además de experiencias de realidad aumentada en sitios patrimoniales, permitiendo una conexión emocional y narrativa profunda con el territorio.

Escenario Ambiental: Turismo Regenerativo y Resiliente

El modelo transitará de la simple conservación a la **regeneración activa** del patrimonio natural:

- **Infraestructura Verde:** Para el año 2045, el 80% de la infraestructura turística estatal incorporará tecnologías verdes, como energía renovable y sistemas de captación de agua pluvial.
- **Sostenibilidad Certificada:** Al menos 100 establecimientos (hoteles, restaurantes y balnearios) contarán con certificaciones internacionales de sostenibilidad y eficiencia energética.
- **Gestión del Agua:** Se habrá consolidado un modelo de gestión responsable para las aguas termales y el riego eficiente en los viñedos, evitando el agotamiento de los recursos hídricos mediante tecnología de telemetría y sistemas de reciclaje de desechos orgánicos en el 70% de los negocios.

Escenario Económico: Resiliencia y Desestacionalización

El gran reto de reducir la dependencia de la **Feria Nacional de San Marcos** (que genera más de 10,000 mdp frente a los 3,845 mdp del resto del año) se habrá superado mediante la diversificación:

- **Oferta Permanente:** Aguascalientes será un referente internacional en los segmentos **MICE (reuniones), Enoturismo, Wellness Activo y Turismo Deportivo**, con una agenda de eventos nacionales e internacionales distribuida equitativamente durante los 12 meses del año.

- **Inversión y Emprendimiento:** Se habrán canalizado al menos 500 millones de pesos hacia proyectos turísticos verdes y de innovación hotelera, además de un fondo de 100,000 millones de pesos destinados a emprendimientos comunitarios y sustentables.
- **Conectividad Global:** El estado contará con una red de 500 kilómetros de rutas turísticas modernizadas y una conectividad aérea ampliada con hubs internacionales estratégicos.

Escenario Cultural: La Identidad como Alma del Destino

La cultura dejará de ser un "recurso ornamental" para ser el corazón de la experiencia:

- **Narrativas Vivas:** Se habrán consolidado rutas que integran el legado de figuras como Posada, Herrán y Contreras, con mediación museológica inteligente que transforme al turista de un espectador efímero a un aliado del territorio.
- **Patrimonio Rehabilitado:** Al menos 22 espacios culturales y 15 recintos taurinos habrán sido rehabilitados bajo criterios de accesibilidad universal y sostenibilidad, sirviendo como nodos de vida comunitaria y atracción turística.
- **Hospitalidad Consciente:** El programa "Soy Anfitrión" habrá evolucionado hacia una cultura de servicio que define la marca "Viva Aguascalientes" como símbolo de turismo con propósito y ética humana.

Podemos visualizar el **Aguascalientes de 2050** como un **reloj de precisión perfectamente sincronizado**. Hoy, algunas piezas (como la Feria de San Marcos) giran con gran fuerza, mientras otras están inmóviles. Las proyecciones a largo plazo buscan que cada engranaje –desde el viñedo más pequeño en el norte hasta el centro de convenciones más tecnológico en la capital– gire en armonía, impulsado por una "batería" de datos y sostenibilidad que garantiza que el tiempo de prosperidad nunca se detenga para los habitantes del estado.



GLOSARIO

- **Agroturismo:** Modalidad de turismo rural donde los visitantes participan activamente en procesos agrícolas y ganaderos.
- **Anfitrión Local:** Concepto fundamentado en la hospitalidad hidrocálida ("Gente buena"), fortalecido mediante programas de capacitación para que la comunidad local actúe como promotora del destino.
- **Buró de Congresos y Visitantes:** Organismo encargado de la captación de eventos y el fortalecimiento del turismo de reuniones en el estado.
- **Camino Real de Tierra Adentro:** Sitio histórico reconocido por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad que atraviesa Aguascalientes.
- **Capital Americana de la Cultura:** Distinción otorgada a Aguascalientes en 2023 por su riqueza artística y patrimonial.
- **Consejo Estatal de Turismo (CONSETUR):** Órgano colegiado que articula a los actores públicos, privados y sociales para la gobernanza del sector.
- **Destino Turístico Inteligente (DTI):** Modelo de gestión que utiliza la tecnología, la innovación y la gobernanza de datos para mejorar la experiencia del visitante y la competitividad territorial.
- **Enoturismo (Turismo Enológico):** Segmento enfocado en la cultura del vino, que incluye la visita a viñedos, bodegas y la participación en las fiestas de la vendimia.
- **Etnoturismo:** Experiencias turísticas centradas en el conocimiento de las culturas, tradiciones y raíces de las comunidades locales.
- **Feria Nacional de San Marcos (FNSM):** Evento ancla de Aguascalientes y principal motor económico estacional del sector, con proyección internacional.
- **Fideicomiso de Inversión para la Promoción Turística:** Esquema tripartita de financiamiento destinado a la promoción del destino.
- **FODA:** Herramienta de análisis estratégico que identifica Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del sector turístico.

- **Gobernanza Multiescalar:** Modelo de gestión que coordina de forma efectiva a los diversos niveles de gobierno (municipal, estatal, federal) y a los sectores académico y privado.
- **Hospitalidad Consciente:** Enfoque de servicio que trasciende la atención técnica para generar una conexión emocional profunda, ética y responsable con el visitante.
- **Identidad Hidrocálida:** Conjunto de valores, historias y manifestaciones culturales (como la herencia ferroviaria y gráfica) que definen el orgullo local y son el alma del turismo en el estado.
- **Índice de Competitividad Estatal (IMCO):** Herramienta que mide la capacidad de los estados para atraer y retener talento e inversión; Aguascalientes ocupa el quinto lugar nacional en su edición más reciente.
- **MICE (Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions):** Acrónimo en inglés para el segmento de turismo de reuniones, incentivos, convenciones y exhibiciones.
- **Modelo Evento-céntrico:** Modelo actual de turismo que depende excesivamente de grandes eventos masivos y genera una alta estacionalidad económica.
- **Observatorio Turístico:** Órgano propuesto para proveer datos independientes y análisis basados en evidencia para la toma de decisiones estratégicas.
- **RNT (Registro Nacional de Turismo):** Catálogo público de prestadores de servicios turísticos en el país y el estado.
- **Turismo Místico:** Prácticas turísticas vinculadas a vivencias espirituales y rituales locales en entornos rurales.
- **Turismo Regenerativo:** Enfoque que busca restaurar los ecosistemas y el tejido social del destino a través de la actividad turística, yendo más allá de la sostenibilidad convencional.
- **Vino de Négociant:** Término que define a los comercializadores que adquieren uva o vino a granel para su elaboración o venta bajo marca propia.
- **Wellness Activo:** Segmento que combina servicios de bienestar (spas, termalismo) con ejercicio físico y contacto inmersivo con la naturaleza.

ANEXO

TURISMO 2050



El sector Turismo representa una palanca clave para la generación de empleo, la captación de divisas y el posicionamiento territorial. No obstante, enfrenta desafíos vinculados a la estacionalidad, la concentración geográfica de la oferta, la limitada diversificación de productos y la necesidad de garantizar sostenibilidad ambiental y social. La construcción de proyectos estratégicos requiere integrar promoción, infraestructura, conectividad, profesionalización y regulación bajo un mismo marco transformador.

La visión sectorial hacia 2050 plantea consolidar destinos competitivos, sostenibles y resilientes, capaces de integrarse a nuevas tendencias del mercado global y de generar beneficios distribuidos territorialmente.

La estructuración de los Proyectos Estratégicos Sectoriales responde a una lógica de integración programática que articula de manera coherente los problemas estructurales identificados en el diagnóstico, las estrategias definidas para atenderlos y los indicadores establecidos para medir su desempeño. Estos componentes, aunque analíticamente diferenciados, no necesariamente deben traducirse en proyectos independientes.

En un horizonte de largo plazo, cada proyecto estratégico debe concebirse como una unidad programática transformadora, con suficiente masa crítica institucional y presupuestal, y con capacidad de incidir simultáneamente en diversos resultados e indicadores. Bajo esta lógica, la cartera se organiza con criterios de coherencia sistémica y consistencia causal, integrando intervenciones que comparten problema estructural, población objetivo, arquitectura institucional y propósito estratégico superior. Este enfoque reduce la fragmentación operativa, fortalece la gobernanza de la cartera y potencia el impacto estructural.

Asimismo, la integración programática favorece la eficiencia y sostenibilidad presupuestal, facilita la evaluación en el mediano y largo plazo y permite establecer una secuenciación clara hacia 2030, 2040 y 2050. Los proyectos deben entenderse como un hilo conductor estratégico que orienta la acción pública de largo plazo; la planeación operativa y la ejecución corresponderán a las instancias competentes, asegurando coordinación, seguimiento y evaluación con enfoque transexenal.

1. Sistema Estatal de Gobernanza Turística Participativa y Multisectorial

Descripción

Estructura permanente de planeación participativa, coordinación interinstitucional y concertación público–privada, orientada a descentralizar decisiones, fortalecer corresponsabilidad y reducir fragmentación sectorial.

Alcance

- Sistema estatal de planeación turística
- Consejo consultivo multisectorial
- Plataforma de concertación público–privada
- Banco ciudadano de proyectos
- Agenda estratégica de alianzas.

Población objetivo

- Comunidades locales
- Jóvenes
- Empresarios turísticos
- Municipios
- Organismos culturales y deportivos

Programación 2026–2050

PERIODO	ENFOQUE ESTRATEGICO	COMPONENTES CLAVE
2026-2030	Institucional participativa	Consejo multisectorial, banco ciudadano
2030-2040	Coordinación territorial efectiva	Agendas regionales y alianzas formales
2040-2050	Gobernanza consolidada y descentralizada	Planeación vinculante multianual

2. Sistema Integral de Integración Cultural, Deportiva y Patrimonial al Desarrollo Turístico

Descripción

Integra cultura, deporte y patrimonio histórico como ejes estructurales del modelo turístico, fortaleciendo identidad, narrativa territorial y economía creativa.

Alcance

- Experiencias culturales integradas
- Turismo deportivo estratégico
- Modelo integral del Centro Histórico
- Agenda cultural territorial
- Puesta en valor de cultura taurina

Población objetivo

- Gestores culturales
- Promotores deportivos
- Operadores turísticos
- Visitantes nacionales e internacionales

Programación 2026–2050

PERIODO	ENFOQUE ESTRATEGICO	COMPONENTES CLAVE
2026–2030	Integración programática	Experiencias culturales y deportivas
2030–2040	Consolidación patrimonial	Centro Histórico revitalizado
2040–2050	Identidad turística internacionalizada	Rutas culturales y deportivas consolidadas

3. Sistema Estatal de Infraestructura Turística Sostenible y Resiliente

Descripción

Desarrolla infraestructura turística bajo criterios de sostenibilidad ambiental, eficiencia energética, resiliencia hídrica y certificación verde.

Alcance

- Marco estatal de infraestructura sostenible
- Turismo verde y bajo en carbono
- Certificación ambiental
- Cultura ambiental turística
- Modernización ecológica de recintos culturales

Población objetivo

- Prestadores de servicios
- Municipios
- Inversionistas turísticos
- Visitantes

Programación 2026–2050

PERIODO	ENFOQUE ESTRATEGICO	COMPONENTES CLAVE
2026–2030	Lineamientos y transición inicial	Sello estatal y estándares verdes
2030–2040	Infraestructura resiliente	Energías limpias y eficiencia hídrica
2040–2050	Neutralidad ambiental turística	Destino bajo en carbono consolidado

4. Sistema Estatal de Inteligencia Turística, Innovación y Experiencias Digitales

Descripción

Consolida analítica sectorial, inteligencia de mercado y transformación digital de la oferta turística mediante tecnologías inmersivas, personalización y datos en tiempo real.

Alcance

- Centro estatal de inteligencia turística
- Plataforma de analítica y prospectiva
- Experiencias inmersivas
- Personalización basada en IA
- Integración de fuentes de datos.

Población objetivo

- Agencias de viaje
- Hoteles
- Operadores turísticos
- Turistas nacionales e internacionales.

Programación 2026–2050

PERIODO	ENFOQUE ESTRATEGICO	COMPONENTES CLAVE
2026–2030	Integración de datos y digitalización	Centro de inteligencia
2030–2040	Innovación experiencial	Turismo inmersivo y personalizado
2040–2050	Destino inteligente consolidado	Analítica predictiva avanzada

5. Sistema Integral de Inclusión Social, Profesionalización y Trabajo Digno en Turismo

Descripción

Busca reducir precarización laboral, ampliar seguridad social, fortalecer capacitación y promover turismo social incluyente.

Alcance

- Certificación laboral
- Seguridad social sectorial
- Formación continua
- Turismo social accesible
- Igualdad de oportunidades.

Población objetivo

- Trabajadores turísticos
- Jóvenes
- Mujeres
- Personas con discapacidad
- Comunidades rurales.

Programación 2026–2050

PERIODO	ENFOQUE ESTRATEGICO	COMPONENTES CLAVE
2026–2030	Formalización y capacitación	Programas de certificación
2030–2040	Profesionalización sectorial	Cobertura de seguridad social ampliada
2040–2050	Empleo turístico digno consolidado	Inclusión plena y movilidad social

6. Sistema Estatal de Desarrollo Turístico Territorial y Polos Municipales

Descripción

Descentraliza la actividad turística mediante desarrollo de atractivos ancla en cada municipio, infraestructura accesible y movilidad incluyente.

Alcance

- Polos turísticos municipales
- Infraestructura accesible universal
- Movilidad turística sostenible
- Planes maestros territoriales.

Población objetivo

- Municipios fuera de la capital
- Comunidades locales
- Visitantes.

Programación 2026–2050

PERIODO	ENFOQUE ESTRATEGICO	COMPONENTES CLAVE
2026–2030	Identificación de atractivos ancla	Planes maestros municipales
2030–2040	Infraestructura y movilidad incluyente	Espacios accesibles
2040–2050	Red territorial turística equilibrada	Distribución equitativa del PIB turístico

Matriz Ejecutiva Consolidada de la Cartera de Proyectos Estratégicos 2026–2050

PROYECTO ESTRATÉGICO	META 2030	META 2040	META 2050
Sistema Estatal de Gobernanza Turística Participativa y Multisectorial	50% de municipios con mecanismos participativos activos	100% municipios integrados	Gobernanza descentralizada consolidada
Sistema Integral de Integración Cultural, Deportiva y Patrimonial al Desarrollo Turístico	30 experiencias integradas	60 experiencias consolidadas	Marca cultural–deportiva internacional
Sistema Estatal de Infraestructura Turística Sostenible y Resiliente	30% infraestructura certificada	60%	90%
Sistema Estatal de Inteligencia Turística, Innovación y Experiencias Digitales	60% prestadores digitalizados	85%	100% destino inteligente
Sistema Integral de Inclusión Social, Profesionalización y Trabajo Digno en Turismo	Informalidad $\leq 30\%$	$\leq 20\%$	$\leq 10\%$
Sistema Estatal de Desarrollo Turístico Territorial y Polos Municipales	6 polos municipales activos	11 polos consolidados	Distribución $\geq 40\%$ PIB turístico fuera de capital

Consideraciones técnicas:

1. Las metas deberán validarse con series históricas de afluencia turística, derrama económica, ocupación hotelera y conectividad, además de escenarios prospectivos del mercado turístico nacional e internacional.
2. Se recomienda establecer metas quinquenales de diversificación de oferta, sostenibilidad y posicionamiento de marca destino.
3. Cada proyecto deberá contar con tablero de seguimiento con responsables definidos (Secretaría de Turismo, fideicomisos de promoción, municipios turísticos).
4. La medición deberá armonizar registros administrativos, encuestas de viajeros, datos de plataformas digitales y estadísticas económicas sectoriales.
5. Se sugiere evaluación externa en 2030 y 2040 para recalibrar metas de competitividad y sostenibilidad turística hacia 2050.

Tabla de trazabilidad del Programa Sectorial de Largo Plazo de Turismo

PROBLEMA ESTRUCTURAL IDENTIFICADO EN EL DIAGNÓSTICO	EVIDENCIA EN EL DIAGNÓSTICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO	ESTRATEGIAS VINCULADAS	INDICADOR	PROYETOS ESTRATÉGICOS	TIPO	FASE
Gobernanza turística centralizada y baja participación social	95% del PIB turístico concentrado en el municipio de Aguascalientes	Garantizar la participación activa de comunidades y jóvenes en la política turística	Planeación participativa e incluyente Coordinación interinstitucional	% de Participación comunitaria y juvenil en foros de planeación turística. Número de propuestas recibidas de parte de los ciudadanos y jóvenes que participen	Sistema Estatal de Gobernanza Turística Participativa y Multisectorial	B	1
Fragmentación histórica entre actores públicos y privados	Duplicidad de esfuerzos y baja eficiencia sectorial	Fortalecer la articulación institucional y multisectorial	Vinculación interinstitucional	Número de sesiones para revisión de proyectos y acuerdos incorporados en políticas y proyectos turísticos. Número de convenios interinstitucionales firmados			
Centralización territorial del turismo	95% del PIB turístico en la capital	Desarrollar un atractivo ancla en cada municipio	Estrategia 12.1 Plan maestro de infraestructura ancla	Número de atractivos ancla desarrollados y en operación	Sistema Estatal de Desarrollo Turístico Territorial y Polos Municipales	A	2
Movilidad turística poco inclusiva	Infraestructura que prioriza transporte motorizado	Promover infraestructura turística incluyente	Infraestructura accesible	% de espacios públicos turísticos rehabilitados.			

PROBLEMA ESTRUCTURAL IDENTIFICADO EN EL DIAGNÓSTICO	EVIDENCIA EN EL DIAGNÓSTICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO	ESTRATEGIAS VINCULADAS	INDICADOR	PROYETOS ESTRATÉGICOS	TIPO	FASE
Desvinculación entre cultura y turismo	Gestión cultural aislada y con recursos limitados	Institucionalizar la cultura como eje transversal del desarrollo turístico	Integración cultural en productos turísticos	Número de experiencias turísticas con enfoque cultural			
Falta de integración entre deporte y turismo	30 espacios deportivos y 8 eventos anuales sin estrategia turística asociada	Impulsar gobernanza colaborativa deporte-turismo	Sinergia deporte-turismo	Número de eventos deportivos con estrategia turística asociada	Sistema Integral de Integración Cultural, Deportiva y Patrimonial al Desarrollo Turístico	A	2
Deterioro y débil gestión en zonas patrimoniales	Recursos insuficientes y personal no especializado	Consolidar gobernanza para revitalización del Centro Histórico	Cooperación público-privada en zonas patrimoniales	Integración multisectorial del Consejo. Número de proyectos culturales con estrategia turística			
Infraestructura taurina con narrativa desarticulada	Recintos con bajo mantenimiento y desconexión histórica	Desarrollar experiencias taurinas sostenibles e inclusivas	Modernización de espacios taurinos	Número de recintos taurinos rehabilitados o adaptados. Número de rutas y experiencias taurinas sostenibles desarrolladas. Número de fuentes de datos integradas.			
Rezago digital y limitada analítica sectorial	Solo 34.4% de agencias con herramientas tecnológicas avanzadas	Consolidar el Centro de Inteligencia Turística	Plataforma estatal de datos turísticos	Frecuencia de actualización y publicación de reportes turísticos	Sistema Estatal de Inteligencia Turística, Innovación y Experiencias Digitales	B	2
Madurez digital desigual y baja innovación experiencial	Prestadores sin herramientas inmersivas ni personalización	Diseñar experiencias turísticas inmersivas y personalizadas	Innovación tecnológica en oferta turística	Número de experiencias turísticas tecnológicas implementadas. Sistemas de recomendación personalizada basados en IA y geolocalización implementados			
Exclusión social y precarización laboral en turismo	34.7% sin seguridad social y 16.5% con rezago educativo	Fortalecer inclusión y empleo digno en turismo	Estrategia 11.1 Empleo digno y formación	Número de programas de certificación laboral, de seguridad social y formación implementados	Sistema Integral de Inclusión Social, Profesionalización y Trabajo Digno en Turismo	D	2

PROBLEMA ESTRUCTURAL IDENTIFICADO EN EL DIAGNÓSTICO	EVIDENCIA EN EL DIAGNÓSTICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO	ESTRATEGIAS VINCULADAS	INDICADOR	PROYETOS ESTRATÉGICOS	TIPO	FASE
Impacto ambiental y bajo aprovechamiento sustentable de zonas naturales	Zonas de alto valor ecológico sin integración sostenible	Desarrollar infraestructura turística sostenible y resiliente	Turismo social e identidad Lineamientos de sostenibilidad Infraestructura turística verde	Número de programas de turismo social y cultural accesible que promuevan la participación desarrollados Lineamientos de infraestructura turística sostenible elaborados % de infraestructura turística con tecnologías verdes implementadas. Número de proyectos turísticos con certificación ambiental Número de programas de sensibilización ambiental establecidos. Número de espacios culturales con sistemas ecológicos implementados.	Sistema Estatal de Infraestructura Turística Sostenible y Resiliente	C	3
Debilidad operativa de recintos culturales	Más de 200 espacios sin financiamiento estable	Transformar infraestructura cultural en espacios sostenibles	Integrar criterios de sostenibilidad ambiental en el mantenimiento, rehabilitación y operación de espacios culturales turísticos	Sistemas de captación de agua pluvial y energías limpias incorporados			

TIPO

A	Transformacionales
B	Habilitadores Institucionales
C	Infraestructura Estratégica
D	Población

FASE

1	2026–2032
2	2030–2040
3	2035–2050



El **Programa Sectorial de Turismo 2050** forma parte del marco estratégico del Plan Aguascalientes 2050 y orienta el desarrollo turístico como motor de identidad, economía local y cohesión territorial.

Como instrumento derivado del Plan Aguascalientes 2050, fue elaborado bajo la coordinación del Consejo Aguascalientes, con acompañamiento técnico de la SEPLADE.

Su contenido define objetivos estratégicos para diversificar la oferta turística, fortalecer la gobernanza sectorial, integrar cultura y territorio, y promover un turismo sostenible e incluyente.

El Programa tiene carácter estratégico y orientador y sirve como base para alinear políticas turísticas al horizonte 2050.