



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. MARCO GENERAL.....	5
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	6
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
3. ELEMENTOS DEL DESTINO.....	8
4. MODELO DE ATENCIÓN.....	10
5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO.....	12
5.2 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO.....	12
5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES.....	14
6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	16
6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS.....	17
1. ESKANTANI.....	19
2. IRAPUATOURS, CERRO DEL PILONCILLO.....	20
3. PARQUE ECO AVENTURA.....	21
4. IRAPUATO DE MIS RECUERDOS (HACIENDA ARANDAS Y COPALILLO, MUSEO Y MURALES Y ALMARAZ, IRAPUATO CENTRO, PRESIDENCIA, CASA DE LA CULTURA, HOSPITALITO Y CASA DE LAS DILIGENCIAS).....	22
5. MUSEO DE LA CERVEZA.....	24
6. HACIENDA FILADELFIA.....	25
7. LOS AÑELOS.....	26
8. RANCHO LA CUMBRE.....	27
9. ENTRE CHARROS Y CAUDILLOS (SIETE CAUDILLOS Y RANCHO RZL).....	28
10. RANCHO LA CHICHARRA, EXPERIENCIAS TURÍSTICAS LUPITA LÓPEZ Y TERAPIAS ECUESTRES.....	29
11. ACCIÓN PURÍSIMA.....	34
12. MÉXICO SANO IRAPUATO.....	36
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	37
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	40
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO.....	43

- 8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO..... 44
- 9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES..... 46
 - 9.1 ESTRATÉGIAS.....46
 - 9.2 DETONADORAS..... 49
- 10. CONCLUSIONES.... 52
- 11. ANEXOS..... 54
 - 11.1 FOTOGRÁFICO..... 54
 - 11.2 PLAN DE TRABAJO..... 54
 - 11.3 GLOSARIO..... 54

1. INTRODUCCIÓN

El **turismo** es una de las actividades económicas que **permite mejorar las condiciones de bienestar y desarrollo**, genera empleos, distribuye la derrama económica y favorece el patrimonio cultural y natural. Es notorio que el turismo se ha convertido en una actividad fundamental para la economía del estado de Guanajuato; durante los últimos años, se ha erigido en uno de los referentes de nuestro país en materia de turismo.

No es de extrañar lo anterior, si consideramos que **Guanajuato** dispone de una gran variedad de atractivos, como dos ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad, seis Pueblos Mágicos, escenarios arqueológicos, históricos, naturales así como centros de negocios y diferentes segmentos turísticos en los que se han llevado a cabo estrategias de desarrollo. El turismo forma parte de los sectores estratégicos del estado, por lo que se han desarrollado e implementado grandes estrategias de oportunidad y desarrollo en el tema turístico.

El sector del turismo en el Estado ha generado una cantidad significativa de empleos que contribuyen al desarrollo de la economía local y al mejoramiento de los servicios y espacios públicos, con el fin de beneficio de los ciudadanos y el turismo. Esta actividad ha experimentado una evolución significativa en el tiempo. La administración adecuada de esta actividad no es una tarea sencilla debido a su amplio ámbito por todos los sectores con los que se involucra, pero fundamentalmente por los efectos positivos y negativos que genera durante su desarrollo.

El turismo en el Estado ha generado cientos de empleos que contribuyen al desarrollo de la economía local y al mejoramiento de servicios y espacios públicos para beneficio de los ciudadanos y el turismo, es una actividad que ha evolucionado con mayor aceleración. La correcta gestión de esta actividad no es nada sencillo debido a su amplitud por todos los sectores con los que se involucra, pero primordialmente por los efectos positivos y negativos que genera durante su desarrollo. La transformación de la actividad turística ha generado grandes cambios en la modalidad de sus productos, servicios, así como las prácticas de atención, generando experiencias únicas, personalizadas y vivenciales.

Por el lado del consumidor, los turistas cada vez exigen mayor conectividad y personalización, esperan mucho más de la parte explícita en los servicios que se les brinden y del aprendizaje que ellos adquieran durante su estancia en el destino.

2. MARCO GENERAL

La Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, en su función de ente promotor de la oferta y demanda turística del Estado, realiza acciones con el objetivo de posicionar a Guanajuato como destino competitivo en los diferentes segmentos turísticos con los que cuenta, además de seguir siendo referencia nacional e internacional en eventos, pero todo ello basado en la incorporación de nuevas tecnologías y procesos innovadores.

La Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, consiente del mandato de la actual administración, sabe que es indispensable en los tiempos actuales, que la coordinación y articulación con todos los eslabones de la cadena de valor del sector es de vital importancia y que la participación de la sociedad organizada puede y debe ser un factor valioso para lograr ampliar las capacidades de atención en el logro de los objetivos planteados.



*Murales de Almaraz
Irapuato, Guanajuato.*



*Cerro del Piloncillo
Irapuato, Guanajuato.*

2.1 OBJETIVO GENERAL

Ampliar y fortalecer las capacidades de atención y respuesta en el sector turístico a través de la articulación y coordinación con las dependencias e instituciones públicas y privadas del sector, que coadyuven a la implementación de soluciones enfocadas a la **promoción, la competitividad y el desarrollo de la oferta turística** de las regiones del Estado.



*Presidencia,
Irapuato, Guanajuato*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*Rancho La Cumbre,
Irapuato, Guanajuato.*

- Analizar **los actores** públicos y privados, recursos, **sitios y atractivos turísticos** del destino que se pueden incorporar a un producto o experiencia turística, así como festividades y eventos.
- Identificar **potencialidades** de productos turísticos.
- Determinar **necesidades** en la cadena de valor turística.



*Hospitalito, Irapuato,
Guanajuato.*

3. ELEMENTOS DEL DESTINO

Un destino turístico está constituido por un conjunto de componentes, por una suma de atractivos naturales, culturales, artísticos y de servicios. Pero no es suficiente con la presencia de recursos naturales o el patrimonio cultural, es saber aprovechar la capacidad de atracción que tiene cada destino para inducir a los visitantes a realizar los esfuerzos necesarios para trasladarse hasta el punto turístico.

1. Atractivos Turísticos

- Inventario Turístico.
- Sitios naturales, Folklore, Museos, Artesanías, Eventos, Lugares de Esparcimiento.

2. Infraestructura

- Vías de Acceso.
- Caminos Públicos.
- Servicios Básicos.
- Señalización Turística.
- Información Turística.

3. Servicios Turísticos y de Apoyo

- Alojamiento, Alimentación, Transporte, Guías de Turismo, Agencia de Viajes.
- Registro Estatal Turístico.
- Certificaciones.



4. Capital Humano del Sector Turístico

- La Necesidad de Formación y Capacitación.
 - Certificaciones.
- Profesionalización y/o Certificación de Terooperadores.

5. Planificación y Gestión del Destino

- Plan de Desarrollo Turístico.
- Comité y/o Comisión Turística

6. Imagen

- Desarrollo de Imagen
- Posicionamiento de Marca
- Manejo de Redes Sociales
- Promoción y Comunicación

*Fuente propia

- a. **Los atractivos turísticos del destino considera** todos aquellos sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, artesanías, eventos, lugares históricos, centro de esparcimiento, etc.
- b. El rol de la **infraestructura** es clave en la competitividad del destino, pues facilita el acceso a su territorio y a sus atractivos, así como llevar a cabo las actividades propias turísticas, mantener las condiciones generales en infraestructura, principalmente en servicios básicos, transporte, caminos y servicios comerciales, en tanto en materia de señalización vial informativa es una de las acciones básicas para el desarrollo de la actividad turística.
- c. **Los servicios turísticos y de apoyo** incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente, como el alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencia de viajes, etc.
- d. **Capital humano del sector turístico**, en la actividad turística el papel que cumplen las personas que tienen alguna responsabilidad directa o indirecta en la prestación de servicios turísticos es determinante para asegurar que la

experiencia de la visita sea satisfactoria y recordada con la sensación de “querer volver” y también lograr la fidelidad con el destino, la cadena productiva es indivisible y si bien los turistas pueden estar recibiendo los servicios en forma individual, en la práctica al finalizar el viaje y retornar a su lugar de residencia, el destino será percibido y evaluado en su conjunto, será necesario contar con un capital humano preparado y altamente calificado para que el destino responda a la imagen que ha proyectado y mejor aún supere las expectativas del visitante.

- e. **La planificación y gestión del destino** es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad turística. Un destino que no cuente hoy en día con la planificación y gestión público-privada puede afectar negativamente al sector productivo turístico y a la imagen percibida o creada por viajeros. Hoy en día no existe un solo modelo de gestión de destino, sin embargo, es indispensable contar con un modelo que le permita al municipio encaminar sus acciones y sus alcances y hacerlo de conocimiento a los involucrados, para que en conjunto se pueda generar acciones planificadas y con objetivos alcanzables, la gestión de un destino corresponde a varios procesos de decisión público-privados que van a mejorar la gestión de los conflictos que inevitablemente provoca la actividad en el destino, entonces la gobernanza del destino está relacionada con los procesos de decisión colectiva que permiten gestionar conflictos sociales, atendiendo al tema de una sana gobernanza.
- f. **La imagen** del destino responde a distintos elementos que lo destacan, habitualmente reflejados en distintivos como son el logotipo, eslogan y todo aquello que hace distintivo al destino, se tiene que considerar la imagen que el público y el mercado tienen del destino para determinar si responde o no a la realidad y si es positiva o negativa. Conocer la imagen real que transmite un destino turístico, sirve para valorar la propia competitividad con respecto a otros destinos, fidelizar al cliente.

4. MODELO DE ATENCIÓN



*Fuente propia



Hacienda Arandas, Irapuato,
Guanajuato.



*Parque eco aventura,
Irapuato, Guanajuato.*

Con una población de 592, 953 habitantes, el municipio de Irapuato, Guanajuato, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, ubicado en la Región suroeste del territorio guanajuatense.

Las localidades con mayor representación son:

- Irapuato, San Roque, La Calera, San Cristóbal, Lo de Juárez, Aldama, Chichicuato, El Carrizal Grande, Valencianita, Tomelopitos y Cuarta Brigada.

El municipio de Irapuato representa el 2.78 % de la superficie del estado.

Fundado el 15 de febrero de 1547.

Los primeros pobladores llegados a este municipio de Irapuato pertenecían al grupo étnico llamado chichimeca (hacia el año de 1200 d.C.), que traducido al castellano significa "perros sarnosos". Tiempo después, cuando esta tribu fue desplazada por los tarascos, le imponen el nombre de Xiriquitzio o Iriquitzio, vocablo que los conquistadores españoles pronunciaban "Jiricuicho".

El municipio de Irapuato colinda al norte con los municipios de Romita, Silao y Guanajuato; al este con el municipio de Salamanca; al sur con los municipios de Salamanca, Pueblo Nuevo y Abasolo; al oeste con los municipios de Abasolo y Romita.

Fiestas y festividades

- 5 de enero, desfile de día de Reyes
- 15 de febrero, fiesta en conmemoración de la Fundación de Irapuato.
- Marzo-abril. Expo-fresas.
- 30 de abril, celebración religiosa en honor de la Virgen de la Soledad.
- 26 de octubre, día de San Crispín.
- 22 de noviembre, día de Santa Cecilia.

Turismo

Dentro de sus principales atractivos turísticos, unos de los principales es Santuario de la Soledad, Templo de la Misericordia, también llamado el Hospitalito, San Francisco (El Convento), Santuario Expiatorio, Monumento a la Bandera, Reloj del Sol, entre otros.

Artesanías

En Irapuato los artesanos trabajan la alfarería, la cestería y la talabartería; también elaboran juguetes, piñatas y sarapes.

Gastronomía

La fresa es aprovechada en todas sus presentaciones. Son tradicionales los platillos preparados con nopal y calabacitas, que se acompañan con agua de naranja, plátano, manzana, betabel, lechuga picada, azúcar y canela molida.

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



Museo de la cerveza,
Irapuato, Guanajuato.

Actualmente, en el municipio de **Irapuato**, Guanajuato se cuenta con un registro de **63 sitios turísticos**, entre los cuales se puede mencionar: *Plaza San Miguel, Plaza Turquesa, Parque eco aventura, Lienzo charro, Parque Hidalgo, Murales de las revoluciones, Casa de las diligencias, Templo del hospitalito, Plazuela Miguel Hidalgo, Mural de la identidad*, entre otros.

Atendiendo la estrategia de **Segmentos Turísticos** de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, en el municipio de **Irapuato**, Guanajuato se identifican los segmentos de:



Participación de establecimiento de enfoque turístico en el **Registro Estatal Turístico**.

Participación en modelo de **Satisfacción y Fidelización del cliente** de la SECTUR del Estado.



Rancho la Chicharra, Irapuato, Guanajuato.

6. POTENCIALIDAD TURÍSTICA

Para poder consolidar el destino local se requiere de un análisis profundo de las potencialidades turísticas con las que cuenta el municipio para desarrollarlas o bien fortalecer aquellas existentes, así mismo realizar una inversión constante a fin de mantener la calidad y el interés de los visitantes, de tal forma que, los prestadores de servicios turísticos requieren cada vez más de apoyos para promocionar, difundir y consolidar sus objetivos y metas.

Es importante en cada proyecto mantener un enfoque socioeconómico como detonante del bienestar de las personas que laboran y viven en los destinos turísticos, un desarrollo equitativo, equilibrado y consciente entre los individuos en beneficio del turismo y localidades receptoras, así mismo promover la modernización, innovación y diversificación de la oferta turística, manteniendo siempre un enfoque consciente y amigable en el desarrollo de un turismo sostenible, priorizando la conservación y regeneración del patrimonio.

En el destino se hicieron visitas a diferentes atractivos que cuentan con potencial turístico, para poder llevarlos a cabo se requiere de la gestión de apoyos mediante fuentes de financiamiento de carácter público y privado, municipal, estatal y federal, que facilite la obtención de recursos económicos que coadyuven al desarrollo de los proyectos detonadores de la actividad turística.

En coordinación y colaboración con la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del municipio de Irapuato, y Crece Guanajuato, se llevó a cabo el análisis de los atractivos turísticos con potencialidades para el desarrollo de nuevos productos y/o experiencias turísticas, así como el fortalecimiento de las ya existentes.

6.1 ATRACTIVOS Y/O SITIOS TURÍSTICOS

El análisis de los diferentes atractivos y/o sitios turísticos se realizaron en los siguientes puntos:

1. Eskantani;
2. Irapuatours, Cerro del Piloncillo;
3. Parque eco aventura;
4. Irapuato de mis recuerdos (Hacienda Arandas y Copalillo, museo y murales y Almaraz, Irapuato centro, presidencia, casa de la cultura, hospitalito y casa de las diligencias);
5. Museo de la cerveza;
6. Hacienda Filadelfia;
7. Los Añelos;
8. Rancho la cumbre;
9. Entre charros y Caudillos (Siete Caudillos y rancho RZL);
10. Rancho la Chicharra, experiencias turísticas Lupita López y terapias ecuestres;
11. Acción Purísima;
12. México sano Irapuato;
13. Gotcha Wiking & airsoft

Las potencialidades turísticas que se muestran a continuación mantienen un valor estimado a partir de la investigación y benchmarking de proyectos de similitud objetivo y estructura, en este sentido, los proyectos pueden variar en su valor comercial de acuerdo con las características del entorno y de las variables económicas del momento en el que se encuentren desarrollándose.



*Murales de Almaraz,
Irapuato, Guanajuato.*

1. ESKANTANI

Eskantani significa volver a ver/ devolver la vista en la cultura purépecha, la cual es parte de las raíces. La experiencia que presentan es una cena sensorial, evolucionando del México contemporáneo a la técnica molecular, en la cual no se emplea la loza común, sino que se emplean texturas (piedra, madera y jícara), con el propósito de explorar los sentidos. Eskantani busca desafiar los sentidos siendo sustentables e incluyentes. En el proyecto tiene el apoyo de personas con capacidades diferentes y lo divide en 2 etapas: guía de sensibilización y capacidades diferentes DAWN apoyados del DIF. Actualmente, cuentan con instalaciones donde se realizan las cenas sensoriales, dichas instalaciones fungen como restaurante por el día en un horario de 8:30 am a 5:30 pm y viernes cada



15 días después de las 5:30 pm se realizarán las cenas sensoriales.

La cena consta de 5 tiempos, con una bebida de autor elaborada con licor de chile ancho, la experiencia comienza vendándote los ojos, con una música prehispánica de fondo y un audio introductorio para las instrucciones, al final de la experiencia se les menciona que todo tiene relación con una persona que pierde la vista, para concientizar del cómo perciben las cosas con los sentidos a raíz de esa pérdida de la visión.

Necesidades específicas

- Requiere espacio de estacionamiento.
- Señalética del lugar y de los caminos de acceso.
- Difusión y promoción.
- Capacitación práctica sobre el manejo de redes sociales, mentoría en incubación y para replicar en otros municipios.



2. IRAPUATOURS, CERRO DEL PILONCILLO

Son operadores turísticos, los cuales realizan recorridos principalmente de naturaleza: senderismo, cañonismo, rapel, escalada, aunque también manejan recorridos en bicicleta por la zona centro. Principalmente, las actividades que realizan son en Irapuato, pero también tienen en otros municipios. El costo se maneja por persona y tienen definidos los días para las actividades.



Necesidades específicas

- Señalética en los caminos y carreteras que conectan con las rutas.
- Requieren definir el punto de encuentro para realizar las rutas.
- Difusión y promoción de las actividades que manejan.
- Espacio de estacionamiento en varias de las zonas a donde llegan y de donde parten.
- Necesitan tapar las coladeras que se encuentran en el camino pavimentado del cerro del Piloncillo.
- Pavimentación de caminos.
- Capacitación como guías de turistas y sobre cómo vender las experiencias.
- Mantenimiento y preservación de áreas naturales en donde se realizan las actividades.
- Seguridad en las zonas donde realizan las actividades.
- Equipamiento: necesitan bicicletas.

3. PARQUE ECO AVENTURA

Es un parque acuático con albercas y toboganes, chapoteadero, temazcal, tirolesas, zorb ball, tinajitas (pequeñas piscinas), monta de ponis para niños, cancha de futbol uruguayo, voleibol playero, pesca deportiva en lago, alberca de barro, puente colgante (challenge extreme), zona safari, senderismo (más de 50 hectáreas para desarrollar actividades al aire libre), palapas, asadores, estacionamiento y más.

También rentan espacios para eventos empresariales o familiares, cuentan con mobiliario y áreas de cocina para uso.

El costo de las cabañas puede variar por el tipo de alojamiento y el número de personas, tiene 2 cabañas estilo picapiedra y otras más estilo bosque donde podrás descansar.

Costo de campamento \$350 por persona

2 días y 1 noche el costo es por noche; acceso 8:00 am y salida 8:00 p.m

Incluye actividades y servicios básicos, no incluye casa de campaña, no incluye actividades ni servicios adicionales. Niños menores de 90 cm son gratis.

El costo de la entrada al parque es de: niños menores de 90 cm entran gratis, niños hasta 1 metro 20 cm \$130, adultos \$190, adultos mayores \$100, el acceso general al parque incluye todos los servicios y actividades básicos.

Cuentan con redes sociales donde puedes reservar y ver más detalles acerca del hospedaje y servicios.

Necesidades específicas

- Mantenimiento de las albercas, ya que se encuentran un poco descuidadas.
- Pavimentación de caminos de acceso en los alrededores el parque.
- Activaciones promocionales para darse a conocer mucho más.
- Alianzas estratégicas para la atracción de nuevos mercados al parque.
- Capacitación de atención al cliente, manejo de alimentos, atracción de nuevos mercados y negociación.
- Limpieza en todas las zonas, no solo las que tienen activas, sino las que tienen por rentar.
- Mejor imagen de los promocionales y actualización de la página web.



4. IRAPUATO DE MIS RECUERDOS (HACIENDA ARANDAS Y COPALILLO, MUSEO Y MURALES Y ALMARAZ, IRAPUATO CENTRO, PRESIDENCIA, CASA DE LA CULTURA, HOSPITALITO Y CASA DE LAS DILIGENCIAS)

Jesús Arévalo tiene varias rutas históricas como el recorrido en el centro, la ruta de Almaraz, ex haciendas y 7 plazas y sus templos, entre otras rutas.

En la Ruta de Almaraz maneja dos recorridos, uno corto y uno largo, el punto de reunión es en la Torre del Reloj, en el centro de Irapuato. En esta ruta, los puntos a recorrer son: Templo de San Francisco de Asís, donde se encuentra el cuadro del Sagrado Corazón de Jesús, casa de la cultura de Hidalgo y Obregón donde se encuentra el Mural de las Razas del Mundo, frente al Jardín principal, se visita el Mural de la Tierra de las Fresas, en Presidencia Municipal, se encuentra el Mural de las Revoluciones, obra monumental del Maestro Almaraz; situado en la Alcaldía de Irapuato, ocupando un total de 540 metros cuadrados, a un costado del Hospitalito, se encuentra el Mural de los Orígenes, donde se plasman los orígenes de la Ciudad de Irapuato y finalmente se concluye en el Museo Salvador Almaraz, donde dentro del recinto se encuentran 4 de sus obras, que van desde las muestras murales, a una escultura rematada por el Mural del Encuentro Universal en lo que fue la troje de la casa que ocupa el museo.

La Ruta de las 7 Plazas y Templos del Centro Histórico de Irapuato, inicia en la Plaza Madero; se incluye la descripción de la plaza desde su origen, la Antigua Alcaldía, el Cuartel Militar, La Fuente Imperial y La historia de la Catedral de Irapuato; La Segunda plaza es la de la actual Plaza Abasolo y el Templo de San José, con la anécdota de la visita de Carlota a Irapuato en 1864; La Tercera Plaza es la Hidalgo, ahí se toca el tema histórico de los orígenes del Mercado Hidalgo, Los Portales y las diferentes etapas que alternó y sucesos ocurridos en la Plaza Hidalgo; El Cuarto Punto es el de la escuadra que conforman Las Plazas de los Conventos y La Plaza del Artista, donde se narra la historia de cada uno de los Conventos Franciscanos en su interior y exterior de los mismos; La Quinta Plaza es la ubicada frente a la Presidencia Municipal, con sus historias y su arquitectura; La sexta es la Plaza de los Fundadores es la más amplia de todas las plazas. Desde la parte posterior de la presidencia, incluye: el patio hundido, la fuente mural llamada de La Identidad, la fuente central, denominada Homenaje. El Mural de Los Orígenes y la relación y descripción con el Templo del Hospitalito. Finalmente, la Séptima Plaza, Juan Álvarez y su Reloj de Sol, con sus vistas hacia la antigua residencia del Emperador Agustín de Iturbide y el Santuario de Guadalupe del Centro.

El Tercer Recorrido base es el de: Conoce El Centro Histórico de Irapuato.

Inicia en el frente del templo del Hospitalito (incluye las descripciones del Mural de los Orígenes, la Cruz Monolítica, la primera casa y primera calle de Irapuato.

La descripción de la casa del reclutamiento de migrantes durante el Siglo pasado); la Segunda parte se dirige en concreto a la Plaza Juan Álvarez, en qué se incluye la descripción de las Casas de Iturbide y Ferrer, donde se ubicó originalmente el Reloj de Sol que adorna la plaza; el tercer punto es la Plaza Madero, ahí se hace una descripción de la primera Alcaldía, Cuartel Militar, la Casa Aranda, donde se filmó una película en los años 70's y del Atrio de la Catedral; el cuarto punto es sobre las Plazas Abasolo e Hidalgo, y los sucesos históricos ocurridos, cómo los antiguos panteones, la segunda alcaldía y los diferentes usos anteriores a las antiguas plazas. Recorrido por los portales y su historia conforman el quinto punto y los eventos y construcciones históricas del sitio. La unión entre las plazas de los Conventos y la Presidencia Municipal concluye el recorrido con las historias de las construcciones aledañas y de las plazas mismas.

En los últimos días, se han desarrollado recorridos derivados de los originales, por ejemplo, el recorrido de los Templos del Centro Histórico de Irapuato en particular. Se realizan de entre 2 a 4 recorridos entre sábado y domingo, a partir de las 9 am o 3 pm, con un costo de \$250-\$300; dependiendo de qué rutas son las que elijan y de si llevan un box lunch o no, para esto, se

lleva una alianza con el restaurante “La casa de las diligencias” (aún no está definido). La venta de boletos es en boletópolis.com, aunque si se requiere un recorrido de urgencia, se puede agendar directamente por WhatsApp. La duración de los recorridos son de 2 hrs 15 min a 4 horas aproximadamente, dependiendo del tipo de recorrido que se va a realizar. Como mínimo se manejan 4 personas y máximo 20, dependiendo de los vehículos que se tengan y el personal.

Necesidades específicas

- Necesita señalética en el punto de partida.
- Espacio de estacionamiento.
- Apoyo con el manejo de redes sociales y la difusión en diferentes medios.
- Capacitación y asesoría en la elaboración de un plan de negocios, proyecto de incubación y comercialización.
- Necesita vehículos propios para los traslados.



5. MUSEO DE LA CERVEZA

“Catando Guanajuato”, es un proyecto por etapas, actualmente están adecuando la construcción para establecer las salas; en la primera sala se abordarán temas como la historia de la cerveza de manera mundial, nacional y local; la segunda sala, será de los 5 sentidos, en donde se podrán explorar los tipos, estilos, ingredientes y una investigación más profunda sobre la cerveza; la tercera sala será itinerante, principalmente destinada para exposiciones de arte, está considerada un espacio para expositores externos de diferentes tipos de destilados. Además, cuenta con un espacio para tienda de souvenirs y área de degustación, complementando la experiencia.

Otro punto importante a considerar, es que se busca integrar al barrio de San Cayetano, que es donde se

encuentra el establecimiento, lo anterior, para lograr una identidad y una comunidad, donde el beneficio no solo sea para el museo, sino para los alrededores.

El dueño es productor de cerveza, su abuelo tenía una fábrica de cerveza en 1920, además de que Irapuato tiene historia en cuanto a premios referentes a la cerveza.

Necesidades específicas

- Señalética en el exterior del museo.
- Señalética de caminos en los alrededores.
- Promoción y difusión para el lanzamiento.
- Asesoría para elaborar e implementar un plan de negocios.
- Vinculaciones con otros museos y cultura.
- Capacitación de atención al cliente, calidad en la preparación de alimentos, manejo de negocios y en el tema de destilados.



6. HACIENDA FILADELFIA

Es un espacio para que puedas descansar en las acogedoras cabañas o si prefieres acampar en el bosque, disfrutando de la naturaleza, la hacienda tiene 10 cabañas a las cuales le caben 4 personas; 2 familiares con capacidad de 8 personas; tienen también una suite de 2 personas y 1 familiar de dos cuartos para 6 personas; además de 2 villas de 5 personas cada uno.

Cuentan con más de 500 árboles, variedad de pájaros, conejos, ardillas y tlacuaches. También tienen asadores e insumos para poder realizar tu carne asada. En la hacienda tiene un restaurante con venta de alimentos y bebidas en cierto horario. Además de una alberca para adultos que puedes utilizar al ser huésped de la hacienda o al adquirir tu Day pass.



Los costos de la habitación van desde los \$1,100 hasta los \$2,500 aproximadamente, dependiendo del día y el tipo de habitación.

Necesidades específicas

- Requiere más cabañas, cuenta con el espacio.
- Equipamiento: toallas para la alberca, mobiliario para el restaurante.
- Delimitación de espacios dentro de las instalaciones por zonas.
- Señalética en carretera y caminos de los alrededores.
- Requiere una alberca para niños.
- Pavimentación o empedrado de la entrada y caminos.
- Capacitación en temas de hotelería, retención de personal, atención a clientes, mixología y cocina.

7. LOS AÑELOS

Nace en 1998 con la finalidad de promover el consumo de la carne de cordero, ya que en ese momento se dedicaban a la producción de animales para abasto. Buscaron diversificar la presentación de la proteína, comenzó con la elaboración de cortes finos, hamburguesa, mixiote y barbacoa, todo de cordero.

Con el paso de los años se incorporaron diferentes platillos; para el 2000, se desarrolló la primera carta abriendo el restaurante “Los añelos” de barbacoa hidalguense, el cual contaba con casi 50 platillos mexicanos tradicionales que, durante 20 años; se estuvieron ofreciendo al público irapuatense. Cuando llegó el COVID cerraron el local, pero nació el proyecto de “Los añelos campestre”. Los añelos campestre aún no está en operación, se planea que cuando el restaurante abra sus puertas, los clientes los visiten por medio de reservación en línea (open table), y ofrecerá a sus comensales una cocina fusión y tradicional mexicana, además de especialidades de la casa como cortes finos de cordero y res, barbacoa hidalguense de horno y cordero a la griega, y variedad de bebidas, como pulque y cerveza artesanal. Se diferencia de otros restaurantes por manejar en su menú, recetas que llevan al comensal a un viaje donde evocan recuerdos de la infancia con comida tradicional mexicana del estado de México, Hidalgo y

Puebla, con más de 30 años en el manejo de cocina y restaurante.

Busca ser un restaurante sustentable y amigable para el entorno, lleno de tranquilidad y naturaleza, donde los comensales estén a puerta cerrada en medio de la naturaleza. El espacio está ubicado a 16 km de Irapuato, aun costado del parque industrial Castro del Río. El establecimiento cuenta con portón de acceso, espacio de estacionamiento, agua, luz y drenaje, cocina amplia; se han construido baños para mujeres y hombres, se están acondicionando áreas verdes para el esparcimiento de los visitantes.

Los añelos campestre cuenta con un área construida de 900 m² y un área verde con árboles de sombra de 14,000 m², con una inversión actual de más de \$800,000 en remodelación y acondicionamiento de la granja.

Necesidades específicas

- Señalética en carreteras y caminos de los alrededores.
- Señalética fuera del lugar.
- Pavimentación de caminos.
- Recursos financieros para las adecuaciones que necesita el espacio.
- Manejo de redes sociales y difusión (En una segunda etapa, para el lanzamiento de Los Añelos y actualmente en el servicio de banquetes).
- Equipamiento.

8. RANCHO LA CUMBRE

Rancho la Cumbre es un espacio para poderte desconectar de todo, disfrutar de un desayuno- almuerzo tradicional hecho a la leña, con una variedad de manjares; además de la hermosa vista, los espacios para reposar, también cuenta con temazcales, zona de camping, 1 cabaña y una alberca con agua de pozo. También se realizan talleres, ceremonias holísticas, bodas mayas, entre otros servicios holísticos. El servicio principal es un buffet que hacen el primer y tercer domingo del mes. Cuentan con un espacio donde realizan el museo de la fresa y hacen recorridos, especialmente para las escuelas.



Necesidades específicas

- Requiere reparación de caminos y pavimentación al entrar a la comunidad.
- Señalética en carreteras y en el camino hacia el rancho.
- Difusión y promoción.
- Capacitación de atención a clientes, manejo de conflictos; curso de meserear y de cómo eficientar procesos de cocina.
- Para el personal de la comunidad, que trabaja con ellos, requieren capacitaciones de leer y escribir.
- Para el museo de la fresa que tienen en las instalaciones, requieren pantallas.



9. ENTRE CHARROS Y CAUDILLOS (SIETE CAUDILLOS Y RANCHO RZL)

Es un producto turístico que nació entre el rancho RZL y el restaurante Siete Caudillos en donde te hace vivir una experiencia completa. El maridaje de la deliciosa gastronomía y las 7 bebidas espirituosas, además de una experiencia con charros y caballos. Tienen diferentes productos turísticos, dependiendo del grupo y el presupuesto que se tenga. Para la experiencia de Charros y Caudillos solo se manejan grupos, aunque el restaurante está activo sin requerir un mínimo. Actualmente, cuentan con alianzas estratégicas en cuestión de hospedaje y con Irapuato de mis recuerdos para realizar eventos en el restaurante.

También, tienen una colaboración con rancho La Chicharra, en donde crearon una experiencia completa, para dicha experiencia se requieren mínimos de 10-12 personas (dependiendo del recorrido a elegir); en los recorridos se contemplan clase de monta básica, recorrido en caballo en los alrededores y de rancho La Chicharra al rancho RZL, además de vivir la experiencia del recorrido en caballo, tienes una explicación desglosada sobre monta, tipos de silla de montar y deportes relacionados con el caballo, para culminar en el delicioso maridaje de la gastronomía 7 Caudillos y las 7 bebidas espirituosas de la casa. Esta experiencia puede variar, dependiendo del número de personas, recorrido elegido, presupuesto y tiempos.

Necesidades específicas

- Señalética en carreteras y alrededores que

conectan con las rutas.

- Plan de difusión y promoción en diferentes medios.
- Requieren alianzas comerciales.
- Calendarización de eventos.
- Capacitación para el manejo de redes sociales y retención de personal.
- En el rancho, requiere delimitación de espacios con señalética, terminar de construir las cabañas.
- Requieren actividades para la atracción de turistas.
- Requieren un vehículo propio para realizar los recorridos.
- Más caballos.



10. RANCHO LA CHICHARRA, EXPERIENCIAS TURÍSTICAS LUPITA LÓPEZ Y TERAPIAS ECUESTRES

Con Experiencias Turísticas el Piloncillo; cuenta con emocionantes aventuras. Son tour operadores certificados y guías autorizados, cuenta con increíbles experiencias turísticas en segmentos como el wellness, salud, naturaleza, aventura, entre otros. Operan dentro de bellos paisajes, cultura, historia y patrimonios municipales como el Cerro del Piloncillo/ Bernalejo, Presa del Porvenir dentro del municipio; así como en los alrededores.

Realizan diferentes tipos de actividades de diferentes segmentos turísticos como son:

Segmento wellness/salud:

Aprendizaje / equino-conciencia/psicoterapia asistida con caballos (Pie a tierra/no monta).

Constelaciones sistémicas asistidas con caballos (pie a tierra/no monta).

Realización de talleres y cursos asistidos con caballos de superación, crecimiento e inteligencia emocional (pie a tierra/no monta), grupal.

Graduaciones didácticas, (pie a tierra/no monta), grupal.

Rally temáticos, (pie a tierra/no monta), grupal.

Equipo o trabajos de integración- Team building (empresariales/organizacionales), grupal.

Outdoor-burnout, (empresariales/organizacionales), grupal (pie a tierra/no monta).

Equinoterapia, (monta activa) para personas con discapacidad.

Hipoterapia, (monta pasiva) para personas con discapacidad.

Estimulación temprana aplicada con equinoterapia y animales de granja, (bebes a partir de 12 meses de edad en adelante). Personas con y sin Discapacidad.

Gerontología equina, (adulto Mayor a partir de 65 años en adelante). Personas con y sin discapacidad.

Monta terapéutica, (pie a tierra/no se monta/abajo combinada con monta/arriba del caballo). Personas con y sin discapacidad.

Monta a caballo básica, (niños a partir de 3 años de edad en adelante).

Segmento naturaleza:

1) Recorrido campirano entre mitos e historias (grupal). Conoce hermosas leyendas, historias y mitos en senderismo del cerro del piloncillo, presa del porvenir y de Rancho la Chicharra; disfrutando la naturaleza, campo, áreas verdes, cosecha y pisca de la agricultura de temporada, animalitos de granja, vida de rancho y un pequeño paseo a caballo, en un lugar seguro, tranquilo y familiar.

2) Día de Rancho (campirano, grupal). Se realiza el último viernes de cada mes. Se tiene junta de consejo técnico en las escuelas públicas y privadas, donde los niños y adolescentes de 4 a 14 años se estimulan en los conocimientos, contacto y comunicación con animales de granja, horticultura, agricultura de

temporada y ganadería; donde se permite que los niños y adolescentes reconozcan emociones y sentimientos que les permiten entender conceptos y valores que en su vida podrán aplicar.

3) Cursos de pascua (1 semana de pascua) y verano (2 semanas de verano). Grupal. Crean habilidades y aptitudes de cada niño y adolescente de 04 a 14 años; jugando con dinámicas, equipos de trabajo, deportes, adaptabilidad, confianza en uno mismo, en un ambiente familiar, natural, aire libre, reforzando valores, principios y autoestima.

4) Terapias holísticas (barras de access, liberación de mandíbula, yoga, cuencoterapia, musicoterapia, angeloterapia, etc.) en conjunto y compañía con caballos en manada en semilibertad (pie a tierra/no monta). Grupal.

Buscamos el bienestar y la salud integral aprovechando los beneficios de cada disciplina, el amor, la resiliencia y beneficios de estar cerca de los animalitos como los caballos.

5) Teepes/Canopy's y Pícnics. Grupal. Césped/Jardín liso, espaciado con flores y árboles; donde se instalará el mobiliario antes mencionado, para disfrutar de la naturaleza, aire libre y animalitos; donde podrás degustar de charolas de charcutería (quesos, carnes frías, frutas y semillas) opcional, vinos/cerveza de la región irapuatense y del estado de Guanajuato.

Actividades de aventura:

1) Paseos Cortos a caballo (2 horas). Limpiar, preparar, ensillar, introducción a la monta a caballo, paseo dentro y fuera del Rancho la Chicharra, desensillar y guardar el caballo (guía completa del paseo a caballo).

2) Cabalgatas a Caballo (3 horas). Experiencia de aventura desde limpiar, preparar, ensillar, introducción a la monta a caballo, paseo dentro y fuera del Rancho la Chicharra (ubicación de experiencias), visita a las comunidades rurales y ciudades aledañas, aprender los 3 tiempos del caballo (caminar, trotar y galopar) desensillar, enfriar (opcional alberca para caballos) y guardar el caballo.

3) Rapel, escalada. Punto de salida Rancho la Chicharra. Desciende por uno de los muros del cerro del Piloncillo y disfruta los bellos paisajes y rutas naturales (para esta actividad se apoya de Irapuatours, enfocados a este tipo de actividades de aventura).

4) Senderismo. Punto de salida Rancho la Chicharra a la cima del Cerro del Piloncillo, admirando la vista y la aventura, (para esta actividad se apoya de Irapuatours, enfocados a este tipo de actividades de aventura).

5) Rutas Bicicleta. Punto de salida Rancho la Chicharra al cerro del Piloncillo. Este circuito es para que puedas

conocer patrimonios culturales y aventura sobre ruedas, (para esta actividad se apoya de Irapuatours, enfocados a este tipo de actividades de aventura).

6) Campamento/Camping dentro de Rancho la Chicharra. Es una experiencia para convivir, compartir, aprender y explorar acampando en un lugar tranquilo, seguro, con bellos paisajes, experimentando la naturaleza, fortaleciendo la autoestima y confianza en uno mismo.

*El costo de las actividades varía depende de la experiencia a elegir.

Actualmente, crearon una alianza con el rancho RZL y con el restaurante Siete Caudillos para poder ofrecer una nueva experiencia:

1) Ruta Ecuestre Básica.

Objetivo: Visitar, conocer, mostrar y recorrer el norte de la ciudad en conjunto con diversas vistas y veredas verdes, naturales, patrimonios municipales, cultura e historia de nuestra bella ciudad fresera, así como diversos deportes y disciplinas, cuidados e higiene del Mundo Equino.

Punto de salida restaurante/bar Siete Caudillos, traslado a experiencias Turísticas el Piloncillo ubicado en Rancho la Chicharra, después montando a caballo pasan por emblemáticos y patrimonios municipales como el Cerro del Piloncillo/Bernalejo, explicando la historia y cultura de cada uno, para llegar al centro

ecuestre RZL, se da una explicación breve de los 3 establecimientos de una manera general (7 Caudillos, experiencias Turísticas el Piloncillo y centro ecuestre RZL) y regreso al punto de salida-finalización.

Mínimo de personas 14 – Máximo de personas 20 (Edades a partir de 3 años en adelante)

Costo por persona \$1,200 MX

Disponibilidad. Todo el año de jueves a domingo en los horarios de 10 AM a 6 PM.

Duración. 3 horas aproximadamente.

Incluye. Guías acreditados, Transporte de traslados y regreso, box-Lunch, seguro por actividad.

Indicaciones; Reservar con anticipación 5 días antes, en caso de cancelación se cobrará el 20% de gastos administrativos. Llevar pantalón cómodo, zapato cerrado cómodo, camisa/playera manga larga, gorra/sombrero, bloqueador.

2) Ruta Ecuestre Degustativa.

Objetivo. Conocer, mostrar, visitar y recorrer el norte de la ciudad en conjunto con diversas veredas verdes y vistas naturales, patrimonios municipales, cultura e historia de Irapuato, degustando destilados, comida tradicional mexicana, además de una explicación, enseñanza y descripción de los cuidados e higiene, los diversos deportes y disciplinas del mundo ecuestre.

Punto de salida restaurante/bar Siete Caudillos, traslado a experiencias Turísticas el Piloncillo ubicado en Rancho la Chicharra; pasando por emblemáticos y

patrimonios municipales como el Cerro del Piloncillo/Bernalejo explicando la historia y cultura de cada uno; recorrido al centro ecuestre RZL. Explicación breve de los 3 establecimientos de una manera general (7 Caudillos, experiencias Turísticas el Piloncillo y Centro Ecuestre RZL), regreso al punto de salida para una muestra y descripción de las 7 espirituosas (destilados) y platillo tradicional mexicano.

Mínimo de personas 12 – Máximo de personas 20

Costo por persona \$1,700 MX

Disponibilidad. Todo el año de jueves a domingo en los horarios de 10 AM a 6 PM.

Duración. 4 horas Aprox.

Incluye. Guías acreditados, transporte de traslados y regreso, seguro por actividad.

Indicaciones: Reservar con anticipación 5 días antes, en caso de cancelación se cobrará el 20% de gastos administrativos. Llevar pantalón cómodo, zapato cerrado cómodo, camisa/playera manga larga, gorra/sombrero, bloqueador.



Necesidades específicas

- Requiere señalética en carreteras y alrededores que conectan con las rutas.
- En el rancho, requiere delimitación de espacios con señalética.
- Difusión y promoción del lugar, además de establecer promociones.
- Requiere apoyo con el diseño y acompañamiento de los productos turísticos.
- Necesitan apoyo para las becas de personas con capacidades diferentes.
- Capacitación para el establecimiento de costos.
- En cuanto a equipamiento: necesitan más caballos, iluminación, transporte turístico propio.
- Necesitan un lugar propio para realizar las actividades, están en búsqueda de nuevos terrenos.



11. ACCIÓN PURÍSIMA

Acción la Purísima empezó con el objetivo de que las comunidades dentro del área natural protegida Presa la Purísima lograran ser autosostenibles. Con un trabajo de más de 3 años se han desarrollado talleres de experiencias rurales donde el participante logra ponerse a prueba desempeñando aquellas tradiciones mexicanas que se han perdido, mientras aprenden junto a los habitantes de la comunidad de Santiaguillo.

Las tradiciones que se conservan son: el uso del metate, elaboración de gorditas a mano, gastronomía mexicana y las canastas de carrizo.

Los talleres que se imparten son: Elabora tu tortilla a mano, elaboración de canastas de carrizo, cosecha de nopal y mole tradicional. Además de los talleres que se imparten, se complementan con un almuerzo, senderismo y paseo en lancha.

Al participar en esta experiencia, parte los de ingresos generados, gracias a los talleres rurales, los ayuda a tener clases de educación ambiental para los niños de la comunidad, donde aprenden acerca de la importancia del área natural protegida, su flora y fauna endémica; también, se invierten en viajes dentro del estado de Guanajuato para conocer los diferentes proyectos de conservación que se llevan a cabo, además de promover el trabajo digno y tradicional de los artesanos de la zona vendiendo los diferentes modelos de canastos de carrizo.

La experiencia incluye guías locales y especializados, taller “Tejiendo tradiciones/ Historia de Nixtamal”, almuerzo completo de un platillo tradicional, senderismo y plática sobre la importancia de un área natural protegida y su zona de influencia, primeros auxilios (botiquín y personal de apoyo), seguro de responsabilidad civil y de accidentes personales, paseo en lancha por la presa y sitia a la iglesia hundida (depende de la temporada).

La duración de la experiencia es de 4 hrs comenzando en la comunidad, se manejan por grupos de 4 a 10 personas y reservación. El costo es de \$880 precio por persona ya con impuestos (precio del 2023).



Necesidades específicas

- Seguridad, en especial por las noches.
- Pavimentación de caminos para el acceso a la comunidad y alrededores.
- Señalética en punto de partida y los puntos a visitar del recorrido.

- Señalética en los caminos.
- Promoción y difusión de la experiencia.
- Requieren una bodega para resguardar el material.
- Capacitación de rescate en aguas, kayak.
- Requieren una estufa ecológica.
- Necesitan baños secos.
- En equipamiento, requieren kayaks propios, remos, chalecos salvavidas y cascos, 1 carpa de 12x 6 mts y otra carpa más pequeña.



12. MÉXICO SANO IRAPUATO

Es un proyecto en el cual se plantea realizar un parador turístico en la zona norte, un museo didáctico e interactivo como papalote museo del niño, una sala dedicada a Almaraz, un área dedicada al cultivo de fresa en donde se explique el cuidado de la siembra, crecimiento, cosecha y actividades de cosecha; en otra, la fábrica del proceso del dulce típico que es la fresa cristalizada, una cafetería/fuente de sodas, además de un espacio para la venta de souvenirs marca Guanajuato. Dicho proyecto está planeado para ofrecer empleos a personas y para generar colaboraciones con prestadores de servicios y empresas interesadas.

Necesidades Específicas

- Necesitan recursos financieros para el proyecto, inversionistas.
- Apoyo para plantear proyecciones del proyecto.
- Asesoría para la elaboración de plan de negocios.
- Requieren 2 terrenos.
- 1 sala permanente con realidad virtual.
- Asesoría para formar una fundación.
- Capacitación referente al SAT, capacitación sobre establecimiento de presupuestos, costos y certificaciones.

13. GOTCHA WIKING & AIRSOFT

Es un establecimiento que cuenta con espacio de jardín de eventos (capacidad de 100 y 300 personas) además del gotcha. Son administraciones separadas, aunque se pueden llegar a ocupar ambos espacios y esto lo realizan principalmente con empresas. Cuentan con espacio de estacionamiento para 30-35 autos.

El gotcha tiene 2 zonas, una que es táctica, donde los disparos suelen ser a corta distancia, requiere de experiencia y estrategia; y otra zona más general, en la que cualquier persona con o sin experiencia puede entrar. La mayoría de las personas que asisten, son grupos de amigos. Maneja un mínimo de edad de 10 años.

En cuestión de seguridad, se hace firmar una carta responsiva y se realiza una junta de seguridad antes del entrar al campo.

El gotcha abre de martes a viernes en un horario de 2 pm a 7 pm, sábados y domingos de 10 am a 7 pm. El costo es de \$150 con 100 cápsulas de pintura, \$250 con 250 cápsulas y \$350 con 500 cápsulas. El costo te incluye equipo para jugar, derecho de campo y las

cápsulas, si tienes tu equipo propio puedes usarlo, pero lo que no se permite es llevar cápsulas.

En la parte promocional, el gotcha tiene paquetes para festejar cumpleaños, en donde se les presta un área techada, mesas y banquitas. En los meses más flojos como octubre y noviembre tienen promociones especiales. Además, cuenta con una alianza con el hotel Galería Plaza, que se encuentra a un costado, los cuales los recomiendan con los turistas que se hospedan en el hotel.

Necesidades Específicas

- Requiere empedrado/ pavimentación de la entrada al establecimiento.
- Definir en Google maps el punto de entrada para que puedan diferenciarla de la entrada del salón.
- Apoyo en relaciones comerciales para crear vínculos con otros prestadores de servicio, agencias y otros establecimientos, para la atracción de turistas.
- Publicidad en diferentes medios.
- Branding exterior del gotcha para que sea más fácil ubicarlo.
- Mantenimiento a las áreas del gotcha y renovación.
- Requieren equipo de seguridad.



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		32. Irapuato, Guanajuato			
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Especifica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1.ESKANTANI	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$ 100,000.00	
	2	Infraestructura	Estacionamiento	\$ 100,000.00	
	3	Capacitación	Capacitación práctica sobre el manejo de redes sociales, mentoría en incubación y replicar en otros municipios.	\$ 100,000.00	
	Inversión total				
2. IRAPUATOURS	1	Equipamiento	Bicicletas	\$ 200,000.00	
	2	Capacitación	Certificación y capacitación de Guías Capacitación sobre cómo vender las experiencias.	\$ 200,000.00	
	3	Infraestructura	Reparación de caminos (Tapar las coladeras en el Cerro del Piloncillo y pavimentación de caminos a los alrededores de donde realizan las actividades)	\$2,500,000.00	
	4	Infraestructura	Espacio de estacionamiento en las zonas a donde llegan y de donde parten.	\$ 100,000.00	
	5	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$ 100,000.00	
	6	Infraestructura	Punto fijo de encuentro e informativo para las rutas	\$ 150,000.00	
	Inversión total				
3. PARQUE ECO AVENTURA	1	Infraestructura	Pavimentación de caminos de acceso en los alrededores del parque.	\$1,500,000.00	
	2	Estratégico	Activaciones promocionales para darse a conocer.	\$ 100,000.00	
	3	Estratégico	Mejorar la imagen de los promocionales y actualización de página web.	\$ 80,000.00	
	4	Capacitaciones	Capacitaciones de atención al cliente, manejo de alimentos, atracción de nuevos mercados y negociación.	\$ 100,000.00	
	Inversión total				

4. IRAPUATO DE MIS RECUERDOS	1	Infraestructura	Estacionamiento.	\$ 100,000.00	
	2	Capacitación	Capacitación y asesoría en la elaboración de un plan de negocios, proyecto de incubación y comercialización de los productos turísticos.	\$ 250,000.00	
	3	Estratégico	Apoyo con el manejo de redes sociales difusión de los productos turísticos en diferentes medios.	\$ 100,000.00	
	4	Equipamiento	Vehículos turísticos propios	\$ 800,000.00	
	Inversión total				\$ 1,250,000.00
5. MUSEO DE LA CERVEZA	1	Estratégico	Promoción y difusión para el lanzamiento.	\$ 100,000.00	
	2	Capacitación	Asesoría para elaborar e implementar un plan de negocios, capacitación de atención al cliente, calidad en la preparación de alimentos, manejo de negocios y una capacitación especial en el tema de destilados.	\$ 250,000.00	
	Inversión total				\$ 350,000.00
6. HACIENDA FILADELFIA	1	Infraestructura	2 Cabañas	\$1,200,000.00	
	2	Equipamiento	Toallas para la alberca y mobiliario para el restaurante	\$ 50,000.00	
	3	Infraestructura	Alberca para niños	\$ 180,000.00	
	4	Infraestructura	Pavimentación/ empedrado en la entrada y alrededores.	\$1,500,000.00	
	5	Capacitación	Capacitación en temas de hotelería, retención de personal, atención a clientes, mixología y cocina.	\$ 100,000.00	
	Inversión total				\$ 3,030,000.00
7. LOS AÑELOS	1	Infraestructura	Pavimentación de caminos y accesos al establecimiento.	\$1,500,000.00	
	2	Infraestructura	Inversión financiera para las adecuaciones que necesita el espacio para operar.	\$2,000,000.00	
	3	Estratégico	Manejo de redes sociales y difusión para el lanzamiento y en el servicio de banquetes que tienen actualmente.	\$ 100,000.00	
	4	Equipamiento	Equipo de cocina y de restaurante.	\$ 250,000.00	
	Inversión total				\$ 3,850,000.00

8.RANCHO LA CUMBRE	1	Infraestructura	Reparación de caminos y pavimentación al entrar a la comunidad.	\$ 1,500,000.00	
	2	Estratégico	Difusión y promoción	\$ 100,000.00	
	3	Capacitación	Capacitación de atención a clientes, manejo de conflictos, curso de meserear y capacitación sobre eficientar los procesos de cocina.	\$ 100,000.00	
	4	Equipamiento	Pantallas para el museo de la fresa	\$ 100,000.00	
	Inversión total				\$ 1,800,000.00
9.ENTRE CHARROS Y CAUDILLOS (RANCHO RZL Y RESTAURANTE SIETE CAUDILLOS)	1	Estratégico	Plan de difusión y promoción en diferentes medios.	\$ 200,000.00	
	2	Capacitación	Capacitación para el manejo de redes sociales y retención de personal.	\$ 100,000.00	
	3	Infraestructura	En el rancho RZL se requiere delimitación de espacios con señalética y terminar la construcción de cabañas.	\$ 350,000.00	
	4	Equipamiento	Vehículo propio para realizar los recorridos y más caballos.	\$ 1,000,000.00	
	Inversión total				\$ 1,650,000.00
10.EXPERIENCIAS TURÍSTICAS LUPITA LÓPEZ, RANCHO LA CHICHARRA Y TERAPIAS ECUESTRES	1	Estratégico	Difusión y promoción.	\$ 100,000.00	
	2	Capacitación	Capacitación y asesoría para el establecimiento de costos, promociones y acompañamiento en el diseño de los productos turísticos.	\$ 100,000.00	
	3	Equipamiento	Caballos, iluminación y transporte turístico propio.	\$ 1,020,000.00	
	4	Infraestructura	Terreno propio para realizar actividades.	\$ 400,000.00	
	Inversión total				\$ 1,620,000.00
11.ACCIÓN LA PURÍSIMA	1	Infraestructura	Pavimentación de caminos para el acceso a la comunidad y alrededores.	\$ 1,500,000.00	
	2	Infraestructura	Bodega para resguardar material.	\$ 100,000.00	
	3	Equipamiento	Kayaks, remos, chalecos salvavidas, cascos, una carpa de 12x6 mts y otra más pequeña.	\$ 300,000.00	
	4	Capacitación	Capacitación de rescate en aguas, kayak.	\$ 100,000.00	
	5	Estratégico	Promoción y difusión de las experiencias.	\$ 100,000.00	
	Inversión total				\$ 2,100,000.00

12. MÉXICO SANO IRAPUATO	1	Estratégico	Proyecto ejecutivo México Sano Irapuato	\$ 500,000.00	
	2	Capacitaciones	Capacitación sobre el SAT, establecimiento de presupuestos, costos y certificaciones.	\$ 100,000.00	
					Inversión total
13. WIKING GOTCHA & AIRSOFT	1	Infraestructura	Requiere pavimentación/ empedrado de la entrada del establecimiento.	\$ 1,500,000.00	
	2	Estratégico	Publicidad en los diferentes medios	\$ 100,000.00	
	3	Estratégico	Branding del establecimiento	\$ 100,000.00	
	4	Equipamiento	Equipamiento de seguridad para el gotcha.	\$ 100,000.00	
					Inversión total
14. MUNICIPIO ESTRATÉGICO	1	Estratégico	Elaboración de proyecto ejecutivo con enfoque turístico	\$2,500,000.00	
			*Plan de Desarrollo turístico de la comunidad (Detonante)		
			* Proyectos de Inversión		
			*Proyecto de Marketing y digitalización		
			*Estrategia de comunicación y promoción		
			* Modelo de negocios		
	2	Estratégico	Elaboración de proyecto señalética turística	\$ 500,000.00	
			1. Diagnostico situación actual		
			2. Selección y jerarquización de los elementos a señalar 3. Plano de señalética		
				Inversión total	\$ 3,000,000.00

INVERSIÓN GLOBAL ESTIMADA \$ 26,380,000.00



*Rancho la cumbre,
Irapuato, Guanajuato.*

7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO

Los destinos, al igual que los productos, tienen ciclos de vida que nos permiten evaluar su situación competitiva. El ciclo de vida implica cambios en la percepción del destino, el volumen y tipo de público que llega al destino, los actores que participan de la actividad turística y el modo de comercialización de estos.

El ciclo de evolución de los destinos turísticos contempla las siguientes etapas:

1. **Exploración:** Descubierta y recibe un reducido número de visitantes.
2. **Implicación:** Las personas locales inician negocios destinados al turista, implicación del gobierno en desarrollar la infraestructura turística, se inicia la promoción del destino.
3. **Desarrollo:** El flujo de visitantes aumenta, así como la promoción, crece la infraestructura.
4. **Consolidación:** Desaceleración, pero continúa en ascenso. El turismo se vuelve fundamental para la economía del lugar, siendo generalmente su principal fuente de ingresos. Se busca incrementar la estancia de los visitantes, su gasto per cápita y desestacionalizar las visitas.
5. **Estancamiento:** La demanda turística empieza a decrecer y se estanca. El destino deja de estar de moda, por lo que se busca un mercado alternativo o conservador.
6. **Declive o Rejuvenecimiento** Si no se efectúa una importante reorientación de la actividad turística del destino, se entrará en la etapa de “declive” en la que el destino no podrá competir con otros, lo que producirá una baja en la llegada de visitantes.

Actualmente el municipio de **Irapuato** se encuentra en una fase de Consolidación, el destino continúa en su ascenso de visitas pero no a la misma velocidad que en una etapa de desarrollo, el crecimiento de visitantes sufre una desaceleración, llega a su punto máximo de visitantes, en este punto es primordial para la economía del destino sus actividades turísticas, por lo cual se tiene que mantener en óptimas condiciones la infraestructura, mismas que por el paso de los turistas puede verse un poco mermada, es indispensable mantenerla en óptimas condiciones para poder incrementar la estancia de los visitantes en el destino y por ende su gasto per cápita, para de esta manera volver fundamental la economía del lugar.

Los prestadores de servicios turísticos deben estar formalizados, contar con las capacitaciones y certificaciones vigentes para poder garantizar un servicio óptimo con un completo enfoque en la satisfacción del cliente, así mismo contar con mediciones y comportamiento del visitante.



• Fuente propia



*Hacienda Arandas,
Irapuato, Guanajuato.*

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

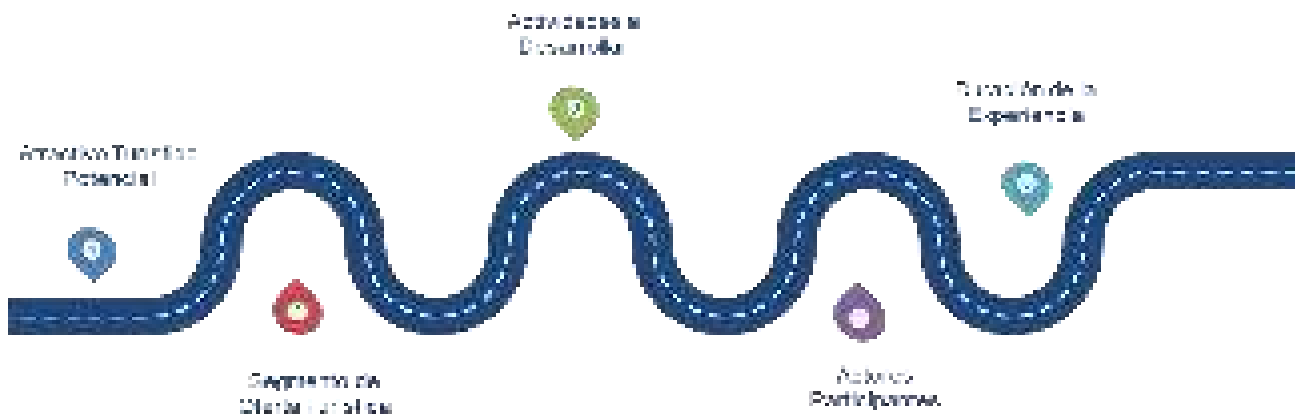
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

Un producto turístico puede incluir diferentes tipos de atractivos: naturales o hechos por el hombre, hoteles, restaurantes, teatros, actividades, festividades y eventos.

Es importante considerar en el proceso de desarrollo de un destino, los productos turísticos representativos del destino deben estar de acuerdo a la marca y posicionamiento del destino.

Son estos productos representativos los que logran consolidarlo en el mercado debido a su diferenciación o característica única.

Los elementos a considerar en la elaboración del producto turístico se muestran en la siguiente imagen:



• Fuente propia

8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO

CIRCUITO 1

Irapuato de una leyenda

- ✓ Desayuno, dos lunch
- ✓ Recorrido a pie por:
 - Museo de Alfarería
 - Museo Hockley - ex hockleyes
 - Ruina de los 7 irapuatenses
 - Ruina del Centro de Irapuato
- ✓ Comida en La casa de los diligencias
- ✓ Continuación con la ruta elegida

2000 pesos - 2000 pesos

Restaurante Siete Caudillos

- ✓ Atendido de una delicia gastronómica y los 7 bebidas espirituosas
- ✓ Shows y música en vivo
- ✓ Tiquita durante el espectáculo
- ✓ Camporredó
- ✓ Hospedaje en Hotel Kasa "el hotel con el que hemos almorzado"

2000 pesos - 2000 pesos

Irapuato en

- ✓ Actividades de esparcimiento elegida
- ✓ Recorrido a pie por el centro de Alfarería
- ✓ Dos lunch
- ✓ El tiempo restante de la jornada a elegir

2000 pesos - 2000 pesos

Centro, Irapuato

- ✓ Almuerzo en La casa de la casa de las diligencias
- ✓ Museo de la cerámica en la casa de Alfarería
- ✓ Comida en establecimiento en el centro "restaurantes 7 caudillos", La casa de la casa de las diligencias

2000 pesos - 2000 pesos

GUANAJUATO MX

Crea

• Segmento de oferta turística:

1. Naturaleza.
2. Cultural-Histórico.
4. Gastronómico.
5. Aventura.
6. Destilados.

• Actividades a desarrollar:

1. Senderismo, rapel, escalada.
2. Actividades de esparcimiento.
3. Recorrido por ex haciendas, haciendas, cultural y religioso.

• Actores participantes:

1. Operadores turísticos locales.

2. Guía de turistas.

3. Colectivo de cocineras tradicionales.

4. Proveedores de productos locales.

5. Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos.

6. Emprendedores turísticos.

7. Empresarios locales de la cadena de valor turística.

8. Gobierno Municipal.

9. Gobierno Estatal.

10. Gobierno Federal.

• Duración de la experiencia

2 días (Pernoctar 1 noche) El hospedaje se considera en Hotel Kasa.

ESTO **G** **Guanajuato**
 Vive Grande! Estancia
 al servicio de todos

CIRCUITO 2

Parque ecnventura

- ✓ Desayuno
- ✓ Actividades de esparcimiento y convivencia: tirolesa, spa, tirolesa, albercas, actividades deportivas (ciclismo y fútbol) y más.
- ✓ Comida
- ✓ Cena
- ✓ Hospedaje (Camping/Cabañas)

8:00 a.m. - 9:00 p.m. (20h día)

Itinerario de mis recuerdos

- ✓ Desayuno en la casa: La casa de las diligencias.
- ✓ Recorrido a pie: "Recorrido del centro", "Ruta de Altiplano" (Dependencia del tiempo considerable)
- ✓ Visita de la casa: "El escudo de la apertura"
- ✓ Comida

10:00 a.m. - 6:00 p.m.

GUANAJUATO, MX

Crece

• **Segmento de oferta turística:**

1. Naturaleza.
2. Cultural- Histórico.
3. Gastronómico.
4. Aventura.

• **Actividades a desarrollar:**

1. Actividades de convivencia.
2. Actividades de esparcimiento.
3. Temazcal, spa, tirolesa, albercas, actividades deportivas.

• **Actores participantes:**

1. Operadores turísticos locales.
2. Guía de turistas.

3. Colectivo de cocineras tradicionales.

4. Proveedores de productos locales.

5. Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos.

6. Emprendedores turísticos.

7. Empresarios locales de la cadena de valor turística.

8. Gobierno Municipal.

9. Gobierno Estatal.

10. Gobierno Federal.

• **Duración de la experiencia**

2 días (Pernoctar 1 noche) El hospedaje se considera en Parque eco aventura.



Acción La Purísima

- ✓ **Desayuno**
- ✓ Taller, tejendo tradiciones (canastas de carizol)/Historia del mistamal (Elaboración de tortilla)
- ✓ Senderismo
- ✓ Paseo en lancha por la presa y visita a la iglesia *Depende de temporada

9:00 a.m. – 1:00 p.m.

Cabecera Municipal

- ✓ Comida en La casasa/ La casa de las diligencias/ alrededores del centro/ Casacañal
- ✓ Recorrido por el centro, y jardín principal.
- ✓ Paseo por el jardín y compras de souvenirs.
- ✓ Museo de la cerveza *En especial de apertura
- ✓ Gotcha (cycling & airoso)

2:00 p.m. – 4:00 p.m.

Restaurante Siete Caudillos

- ✓ Maridaje de una deliciosa gastronomía y las 7 bebidas espirituosas
- ✓ Shows y música en vivo
- ✓ *Dependiendo del día y la temporada
- ✓ Hospedaje en Hotel Kasa/ *El Hotel con el que tienen alianza

7:30 p.m. – 9:00 a.m. (2do día)

Rancho La Cumbre

- ✓ Desayuno en el buffet, probando deliciosos platillos a la leña

9:00 a.m. – 11:30 a.m.



• Segmento de oferta turística:

1. Naturaleza.
2. Cultural-Histórico.
3. Gastronómico.
4. Aventura.
5. Destilados.

• Actividades a desarrollar:

1. Senderismo, paseo en lancha
2. Talleres artesanales y gastronómicos
3. Visita al museo de la cerveza.
4. Gotcha.
5. Recorrido por el centro y jardín principal.
6. Degustación gastronómica y de destilados.

• Actores participantes:

1. Operadores turísticos locales.
2. Guía de turistas.
3. Colectivo de cocineras tradicionales.
4. Proveedores de productos locales.
5. Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos.
6. Emprendedores turísticos.
7. Empresarios locales de la cadena de valor turística.
8. Gobierno Municipal.
9. Gobierno Estatal.
10. Gobierno Federal.

• Duración de la experiencia

2 días (Pernoctar 1 noche) El hospedaje se considera en Hotel Kasa



Guanajuato
 Viva el Estado y sus Pueblos
 Respetando su Historia

CIRCUITO 4

Los anielos

- Desayuna probando los deliciosos platillos "En espera de primavera"

8:00 a.m. - 10:00 a.m.

Experiencia turística en la ruta López, entre Charros y Caudillos

- Boa Junco
- Evento de aniversario: Restaurantes de la caudillos, recorriendo de la ruta de López.

- Recorrido en el rancho de Charros, paseo de montaña a caballo, monta a caballo hasta el rancho #71 donde se explican sobre las actividades deportivas con caballo y animales sin de tiro de silla.
- Maridaje de una deliciosa gastronomía y las 7 bebidas espirituosas
- Shows y música en vivo
- Operación de aventura y la caminata
- Hospedaje en Hotel Kasa/ El Hotel con el que tienen alianzas.

10:00 a.m. - 4:00 a.m. (Nocturno)

Hacienda Filadelfia

- Desayuno
- Actividades de esparcimiento y recreación
- Alborea
- Cuarta

10:00 a.m. - 4:00 p.m.

GUANAJUATO MEXICO



Segmento de oferta turística:

- Naturaleza.
- Cultural.
- Gastronómico.
- Aventura.

• Actividades a desarrollar:

- Monta
- Actividades de esparcimiento.
- Maridaje

• Actores participantes:

- Operadores turísticos locales.
- Guía de turistas.

- Colectivo de cocineras tradicionales.

- Proveedores de productos locales.

- Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos.

- Emprendedores turísticos.

- Empresarios locales de la cadena de valor turística.

- Gobierno Municipal.

- Gobierno Estatal.

- Gobierno Federal.

• Duración de la experiencia

2 días (Pernoctar 1 noche) El hospedaje se considera en Hotel Kasa

GTO **G** Guanajuato
Vive Guanajuato Historia

CIRCUITO 5

Hacienda Filadelfia

- ✓ Desayuno
- ✓ Actividades de esparcimiento y recreación
- ✓ Alberca
- ✓ Comida
- ✓ Cena
- ✓ Hospedaje (Camping/Cabañas)

800 punt - 200 punt

Itaqueo de mis recuerdos

- ✓ Desayuno en La Casita (La casa de las diligencias)
- ✓ Asistencia a la iglesia:
 - * Recorrido del centro
 - * Ruta de Almirante (Dependencia del tiempo considerando)
- ✓ Museo de la cerveza "En espera de apertura"
- ✓ Comida

800 punt - 600 punt

GUANAJUATO MX

Crece

Segmento de oferta turística:

1. Naturaleza.
2. Cultural-Histórico.
3. Gastronómico.
4. Aventura.

• Actividades a desarrollar:

1. Visita al museo de la cerveza.
2. Actividades de esparcimiento.
3. Recorrido por ex haciendas, haciendas, cultural y religioso.

• Actores participantes:

1. Operadores turísticos locales.
2. Guía de turistas.

3. Colectivo de cocineras tradicionales.
4. Proveedores de productos locales.
5. Habitantes de las comunidades en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos.
6. Emprendedores turísticos.
7. Empresarios locales de la cadena de valor turística.
8. Gobierno Municipal.
9. Gobierno Estatal.
10. Gobierno Federal.

• Duración de la experiencia

2 días, pernoctar una noche. El hospedaje se considera en Hacienda Filadelfia



*Hacienda Arandas,
Irapuato, Guanajuato.*

9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES

La planificación y la gestión del destino turístico es la clave del desarrollo equilibrado, cada destino es único y se articula de acuerdo a sus características y necesidades, por lo tanto, la gestión de ser flexible y adaptarse, tanto a las circunstancias políticas, sociales, ambientales y económicas y las propias del territorio, a partir de este escenario, podemos generar acciones que fortalezcan el desarrollo sustentable de destinos turísticos, que les permitan lograr su consolidación y buscar el impulso a nuevos productos turísticos.

9.1 ESTRATÉGICAS

a. Atractivos turísticos

1. El destino cuenta con un directorio de prestadores de servicios, que se actualiza anualmente; sin embargo, se hace necesario realizar un inventario **de los atractivos turísticos**, naturales y culturales (museos, artesanías, folklor, etc.) del municipio, incluyendo todos aquellos que se encuentren en diferentes comunidades, elaborando fichas técnicas que se puedan utilizar con confianza identificando entre otras cosas, elementos históricos y culturales, contenidos fotográficos, etc. Esto podría constituir la base de una estrategia turística para desarrollar y/o mejorar los productos turísticos.
 - **Los actores participantes** para la realización de dicha acción se propone las autoridades municipales, cronistas e historiadores y esfuerzos de actores de la iniciativa privada.

b. Infraestructura

1. Se hace necesario realizar un plan de mantenimiento de los caminos y accesos, principalmente a las comunidades con detonante turístico.
2. Con la finalidad de facilitar el acceso a los diferentes atractivos turísticos, así como llevar a cabo las actividades propias del destino, es necesario implementar un **plan especial de señalética** con enfoque turístico al interior del municipio, así como en las comunidades de vocación turística.
 - **Los actores participantes** para la realización de dicha acción se propone la participación directa de Obras Públicas del municipio.

c. Servicios turísticos y de apoyo

1. Los servicios turísticos incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente mientras está de viaje, como alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencias, de viajes, etc., la formalización del sector es necesaria, la Secretaría de Turismo del Estado cuenta con un inventario turístico de todos los prestadores de servicios el cual es actualizado de manera anual por el municipio, dicho inventario debe mantenerse vigente respecto a las nuevas incorporaciones de establecimientos de índole turísticos así como las inevitables bajas.
2. En referencia a los prestadores y servidores turísticos registrados en el inventario turístico solamente **el 57%** se encuentra registrado en el Registro Estatal turístico, es **fundamental** incrementar la participación de los prestadores en este registro, haciendo las acciones necesarias para lograr un incremento considerable, entre ellas el lograr la formalización ante el SAT, siendo este uno de los puntos por el cual muchos no se encuentran registrados, es importante llevar a cabo capacitaciones relacionadas con temas del **SAT**, e incluso buscar acercamientos que faciliten la obtención de dicho requisito, promover campañas municipales y realización de jornadas de inscripciones de **RET**.
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, iniciativa privada, administración turística municipal, Secretaría de Turismo del Estado.

d. Capital humano del sector turístico

1. En la actividad turística, el papel que cumplen las personas que tiene alguna responsabilidad directa o indirecta en la prestación de servicios turísticos es determinante para asegurar que la experiencia de la visita sea satisfactoria y recordada con una sensación de “querer volver”, la profesionalización dentro del sector turístico **es fundamental** para buscar el crecimiento como destino turístico, se requiere una participación más activa de los actores públicos y privados para el logro de certificaciones existentes (Moderniza, Distintivo H, entre otros) que le den seguridad en la calidad y servicio a los visitantes y turistas del destino.
2. De igual manera, el monitoreo constante de la satisfacción y fidelización de los visitantes es imprescindible, un nivel alto de satisfacción garantiza el regreso de los visitantes, lo cual incide directamente en la fidelización hacia el destino, además promueve que los visitantes recomienden el destino, en **Irapuato** solamente un **43%** de los prestadores de servicios turísticos tiene una medición de satisfacción, es imperioso la implementación de un sistema de satisfacción, lo que **NO** se mide **NO** se mejora.
3. Es indispensable contar con un programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos, con

las necesidades específicas del destino, tomar como apoyo las que tiene a disposición la Secretaría de Turismo del Estado, sin embargo, la implementación de un programa de capacitación atendiendo las necesidades del destino es fundamental.

4. Actualmente, existe una amplia gama de cursos de capacitación, por lo que se propone realizar el acercamiento por parte de autoridades municipales la facilidad de inscripciones.
5. Realizar alianzas estratégicas con organismos especializados en temas de desarrollo del capital humano. (IECA, Organismos empresariales, etc.).

- **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, iniciativa privada, administración turística municipal, Secretaría de Turismo del Estado.

e. Planificación y gestión del destino

1. Es necesario la creación, desarrollo, fortalecimiento del comité y/o comisión de acciones turísticas, para la elaboración de proyectos detonantes y toma de decisiones en beneficio del sector turístico.
2. Es vital la revisión, desarrollo y actualización del plan de desarrollo turístico, un destino que no cuente y mida la planificación y gestión del destino turístico puede afectar negativamente al sector (Objetivos, acciones, recursos, etc.).
3. Se hace necesario contar con un plan de desarrollo en las comunidades con vocación turística que les permita detonar la actividad turística como pilar de su desarrollo económico y social.

- **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, iniciativa privada, administración turística municipal.

f. Imagen

1. Es clave implementar una estrategia para el posicionamiento de la **MARCA DESTINO**, resaltando todos aquellos atributos y valores intangibles con los que cuenta el destino, cumpliendo con la función de poder de atracción hacia el destino en sí, generando de esta manera beneficios a los prestadores de servicios (alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, etc.) que se encuentran involucrados en la enorme cadena productiva del sector turismo, es preciso contar con un plan de desarrollo de imagen con objetivos y acciones claras, así como los recursos necesarios para llevar a cabo las estrategias planteadas en el plan.
2. Es relevante conocer la percepción de los visitantes al municipio, el lugar de procedencia (estatal, nacional, internacional), lo que más disfruto del destino, lo que no le agrado, la imagen, los principales segmentos,

entre otros, es necesario implementar la herramienta de **flujos del destino turístico**.

3. Es significativo contar con un punto físico y digital de contacto informativo y de promoción de todas las actividades que se pueden llevar a cabo en el destino. (Módulo informativo en punto estratégico).
4. El manejo de las redes sociales turísticas del destino deben mantener claro el objetivo y enfoque turístico para los cuales fueron creadas.
 - **Los actores participantes** para la realización de las acciones anteriormente enunciadas, iniciativa privada, administración turística municipal.

9.2 DETONADORAS

a. Consolidar plan de gestión y desarrollo turístico del destino

1. Desarrollo y consolidación del plan de desarrollo turístico con un horizonte a corto, mediano y largo plazo con objetivos claros y medibles.
2. Proyecto de desarrollo turístico de las comunidades con enfoque turístico.
3. Sociabilización a la iniciativa privada del plan de desarrollo turístico integral (Cabecera municipal y comunidades).

b. Fortalecer a los sectores del sector turístico (Público y Privado)

1. Programa de capacitación del destino con el fin de identificar y sistematizar las necesidades formativas y de capacitación de los actores involucrados en el desarrollo turístico, atendiendo necesidades de formación general, empresarial, profesional, entre otras.
2. Incremento de la participación del Registro Estatal Turístico.

c. Promover un desarrollo equilibrado en comunidades con enfoque turístico.

1. **Elaboración de plan de desarrollo turístico comunitario** que oriente las acciones necesarias por realizar, con el fin de aprovechar mejor y de manera sostenible el potencial turístico que existe en la comunidad y lograr superar limitantes de infraestructura e instalaciones básicas (Información turística, señalización adecuada, organización, alojamiento con un mínimo confort), aplicando un enfoque altamente participativo, involucrando a una gran parte de la comunidad en el desarrollo turístico.

2. Integración de acciones turísticas en cabecera municipal y comunidades con vocación turística.

d. Promover la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible

1. Promover la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible en establecimientos del sector turístico, eventos y en todas aquellas actividades propias del turismo en el destino, preservando los recursos naturales, culturales e históricos que sean parte fundamental del atractivo turístico.

e. Desarrollo de una marca destino

1. Diseñar, coordinar e implementar estrategias de promoción turística del destino, con el objetivo de desarrollar una **MARCA DESTINO**.

f. Implementación de herramientas de medición turística.

1. Implementar las herramientas de medición turísticas que permita evaluar la satisfacción de los visitantes al destino en sus diferentes vertientes.
2. Flujos turísticos del destino.
3. Experiencia y satisfacción de establecimientos.
4. Experiencias y satisfacción de eventos turísticos.



*Casa de las diligencias,
Irapuato, Guanajuato.*

10. CONCLUSIONES

- Tras el análisis llevado a cabo, se pueden destacar las **grandes potencialidades turísticas** que se han visitado en el municipio de **Irapuato**. Este municipio cuenta con una **amplia gama de atractivos turísticos**, tales como sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, actividades de aventura y una rica gastronomía, así como centros de esparcimiento.
- Se puede considerar que el municipio de Irapuato como destino turístico se encuentra en una **fase de consolidación**, por lo que deberán generarse diferentes acciones de planificación, gestión, comunicación y promoción atendiendo la etapa en la que se encuentra el municipio.
- Cuenta con espacios que permiten **potencializar los segmentos de naturaleza, aventura, cultural y gastronómico**.
- En materia turística, el municipio ha desarrollado acciones que le permitan detonar las potencialidades turísticas con las que cuenta, aunque tiene un potencial por explotar.
- Se tendrán que hacer acciones que permitan el **fortalecimiento de la cadena de valor** del sector turístico.
- Es esencial llevar a cabo una **revisión a los productos turísticos que se encuentran disponibles** en el municipio para poder **evaluar el impacto** que tienen y, en caso de ser necesario, adaptarlo a la situación.
- El hecho de mencionar **infraestructura** en el municipio es identificar un área de oportunidad prioritaria, ya que la **señalización vial informativa** es una de las acciones preferentes para implementar dentro del municipio, así como la reparación de caminos, especialmente los que conducen a los puntos de potencialidad turística.
- Se recomienda realizar acciones para el cumplimiento del **Registro Estatal Turístico**, se considera importante desarrollar: Material informativo o bien un curso en el cual se le pueda proporcionar información relacionada con las obligaciones frente al SAT y el manejo contable para poder obtener su constancia de situación fiscal para el cumplimiento de ese requisito, apoyo legal para el desarrollo de contrato de arrendamiento, desarrollo de imagen y logotipo.
- Se aconseja llevar a cabo capacitaciones en temas relacionados con la **cultura turística, el manejo de las redes sociales, el servicio y atención al cliente, la certificación de guías, manejos de alimentos, mixología, entre otras más específicas**. Es necesario llevar a cabo los registros de capacitación más cercana a los prestadores, actualmente se puede acceder de manera sencilla a los cursos, sin embargo, el apoyo del registro y la incentivación a la participación a dichos cursos puede incrementar el impacto y la participación a los mismos.
- Prevaler a todos los operadores turísticos el tema de capacitación porque detectamos que adolecen de esta formación para aprovechar y potencializar sus conocimientos.
- Es **imprescindible revisar y actualizar la planificación del destino** para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y

manejo de la actividad turística. Por ello se plantea la ejecución del plan de desarrollo turístico y así establecer los objetivos en conjunto, definir metas a corto plazo, mediano y largo plazo, presupuestos, métricas para su adecuada operatividad, se recomienda hacer una revisión de la actualización de este y buscar la compatibilidad con el logro de objetivos en materia turística estatal. Con el objetivo de darle mayor estructura, es necesario fortalecer el **COMITÉ DE GESTIÓN TURÍSTICA** en la que participen los órdenes de gobierno estatal, municipal e iniciativa privada.

- En cuestión de imagen, es importante contar con un proyecto de **marca destino turística del municipio y evaluar su impacto**. Se requiere contar con más información en cada uno de los eventos realizados para conocer el impacto y la imagen que los turistas tienen del destino turístico, así mismo incentivar el uso de la herramienta de **Satisfacción y Fidelización, QR implementado** por la Secretaría de Turismo del Estado, para poder realizar estrategias enfocadas a la imagen y al posicionamiento del destino turístico.
- Es necesario tomar acciones para lograr incentivar una estancia más prolongada en el destino, ya que en materia turística el municipio ha desarrollado pocas acciones que le permitan detonar las potencialidades turísticas con las que cuenta. Se tendrán que hacer acciones que permitan el fortalecimiento de la cadena de valor del sector turístico.
- **Los buenos resultados** en la implementación del plan de acción dependerán mucho del **compromiso** de los actores de la estrategia turística propuesta, es necesaria la participación y empatía por parte de los prestadores de servicios, los esfuerzos municipales, la atracción a inversionistas privados y el apoyo a nuevos emprendedores para ofrecer una mayor oferta de atracciones.

11. ANEXOS

11.1 FOTOGRAFICO

11.2 PLAN DE TRABAJO

11.3 GLOSARIO

REPORTE
FOTOGRAFICO

Irapuato





Eskantani



Eskantani



Irapuatoours, Cerro del Piloncillo



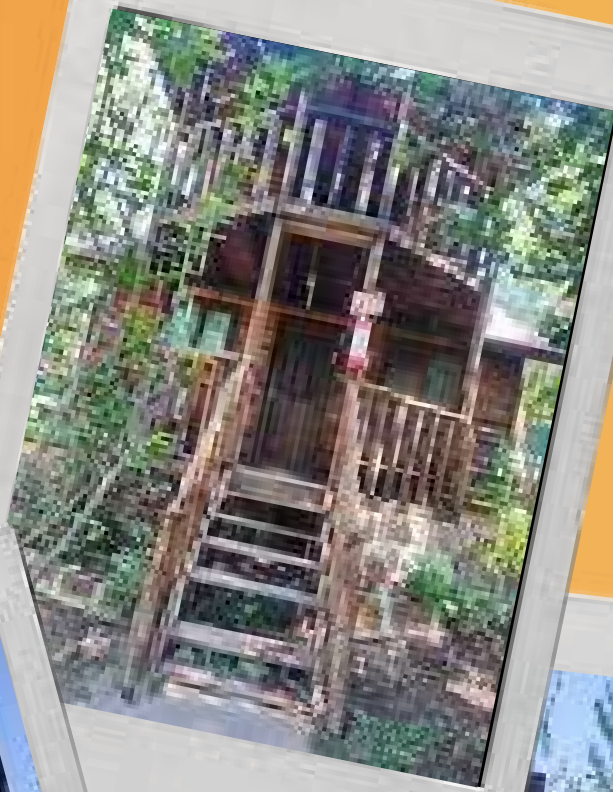
Irapuatoours, Cerro del Piloncillo



Cerro del Piloncillo



Cerro del Piloncillo



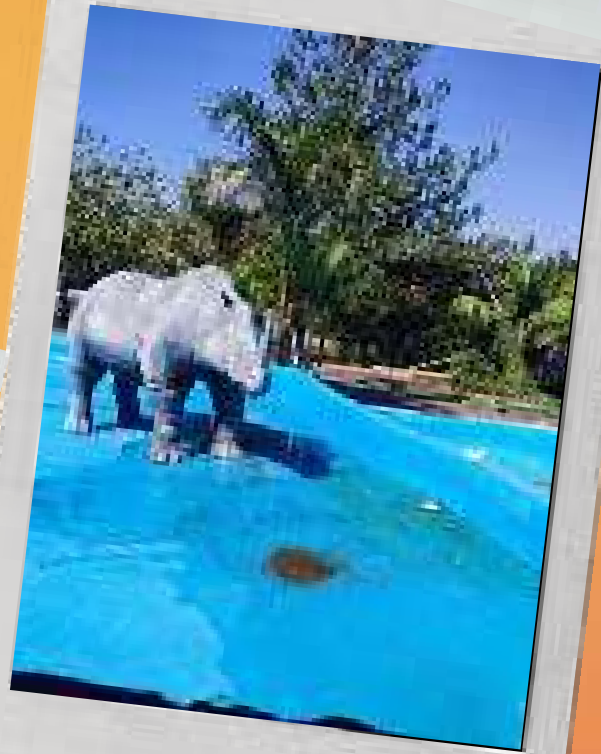
Parque eco aventura



Parque eco aventura



Parque eco aventura



Parque eco aventura



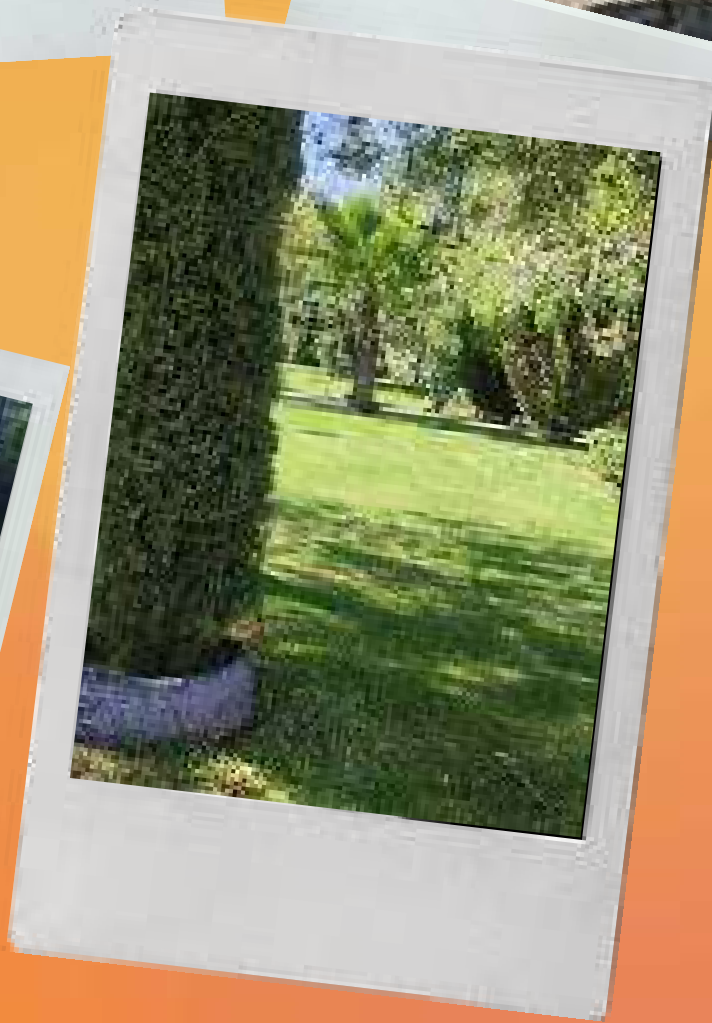
Parque eco
aventura



Parque eco aventura



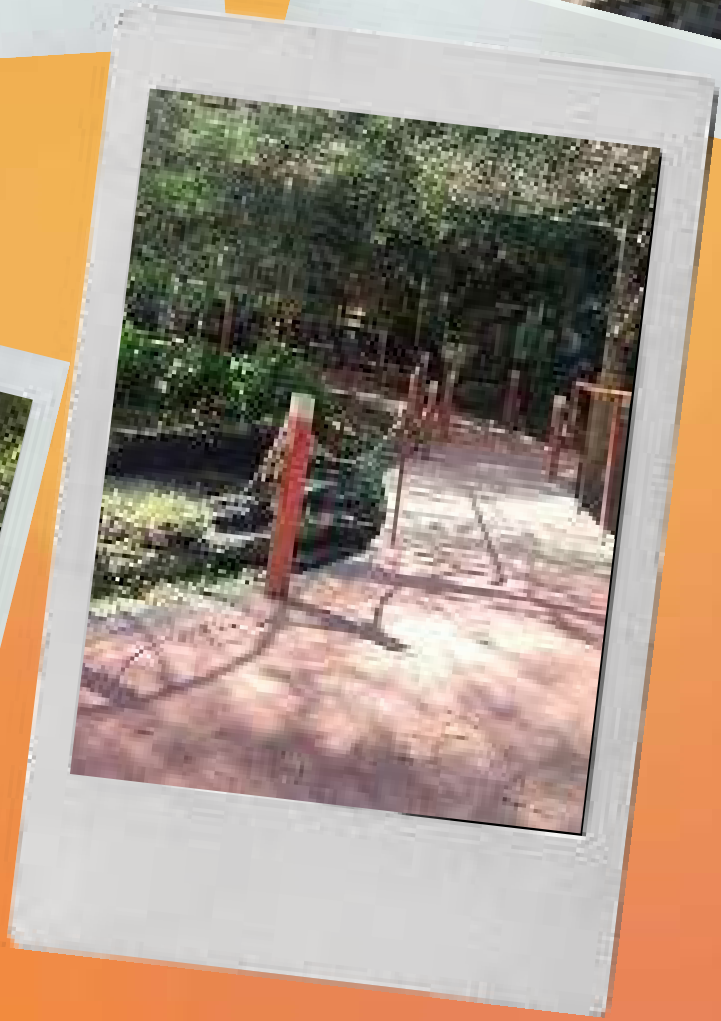
Parque eco aventura



Parque eco aventura



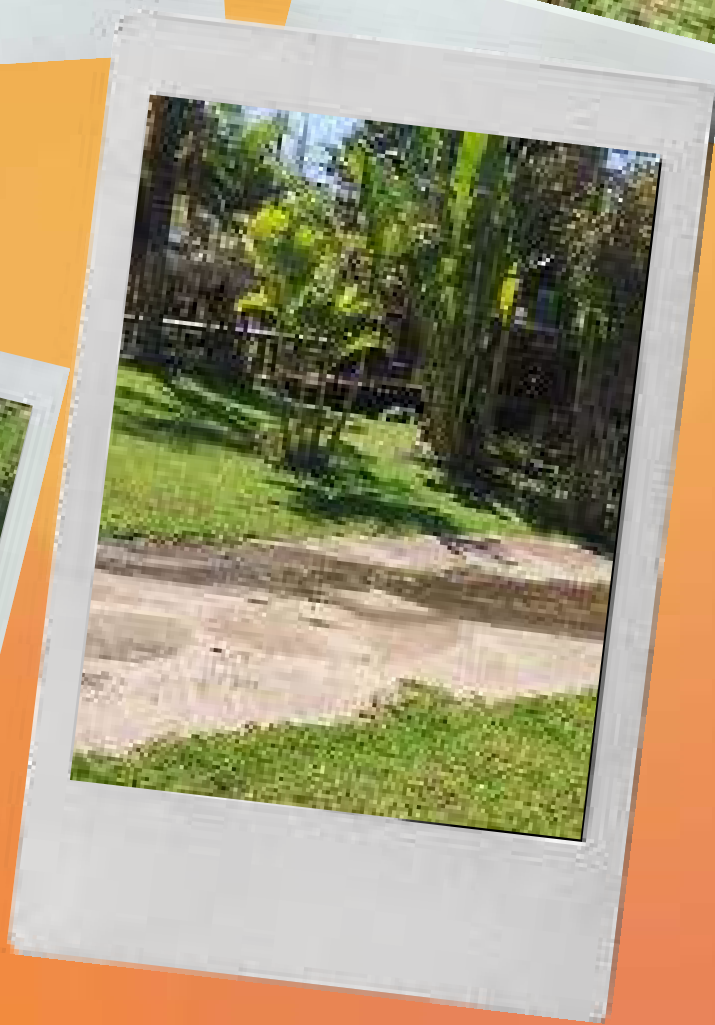
Parque eco aventura



Parque eco aventura



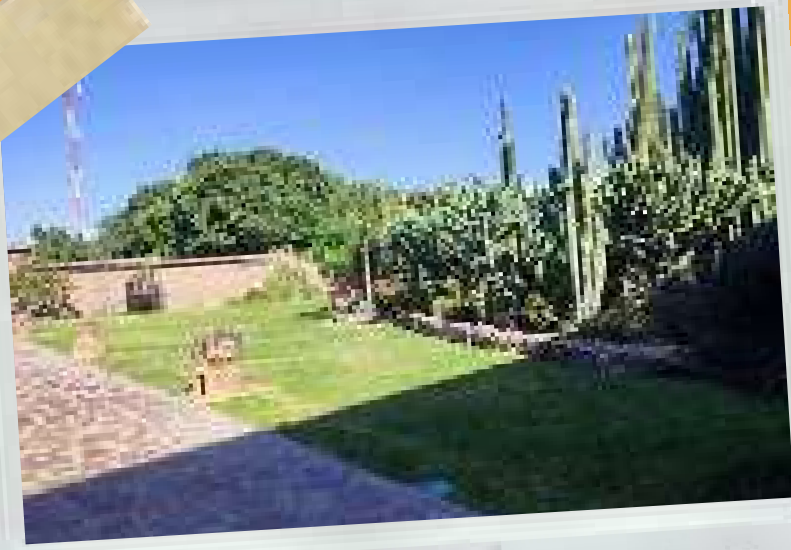
Parque eco aventura



Parque eco aventura



Hacienda Arandas



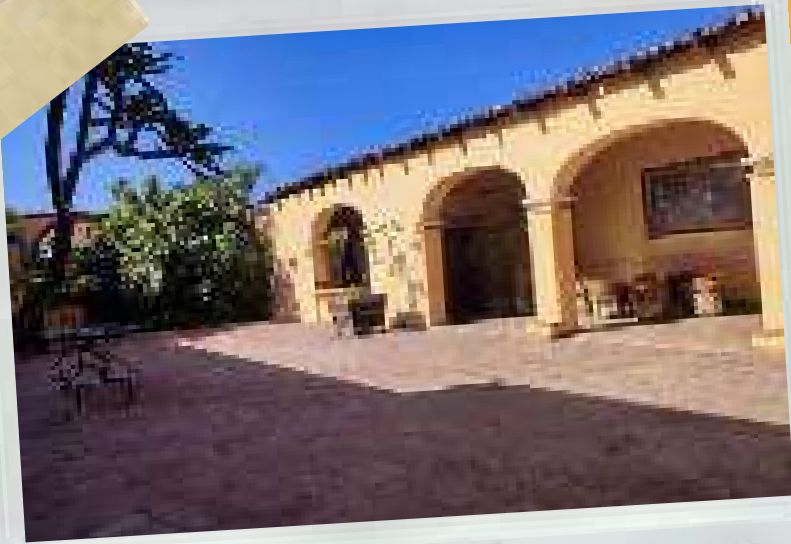
Hacienda Arandas



Hacienda Arandas



Hacienda Arandas



Hacienda Arandas



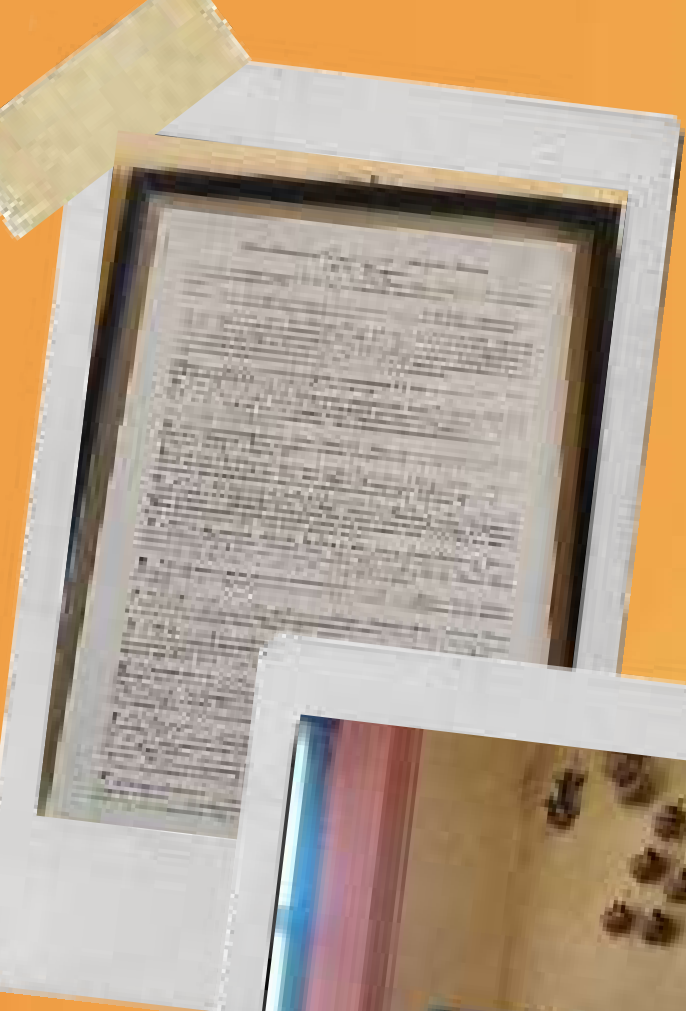
Hacienda Arandas



Hacienda Arandas



Hacienda Arandas



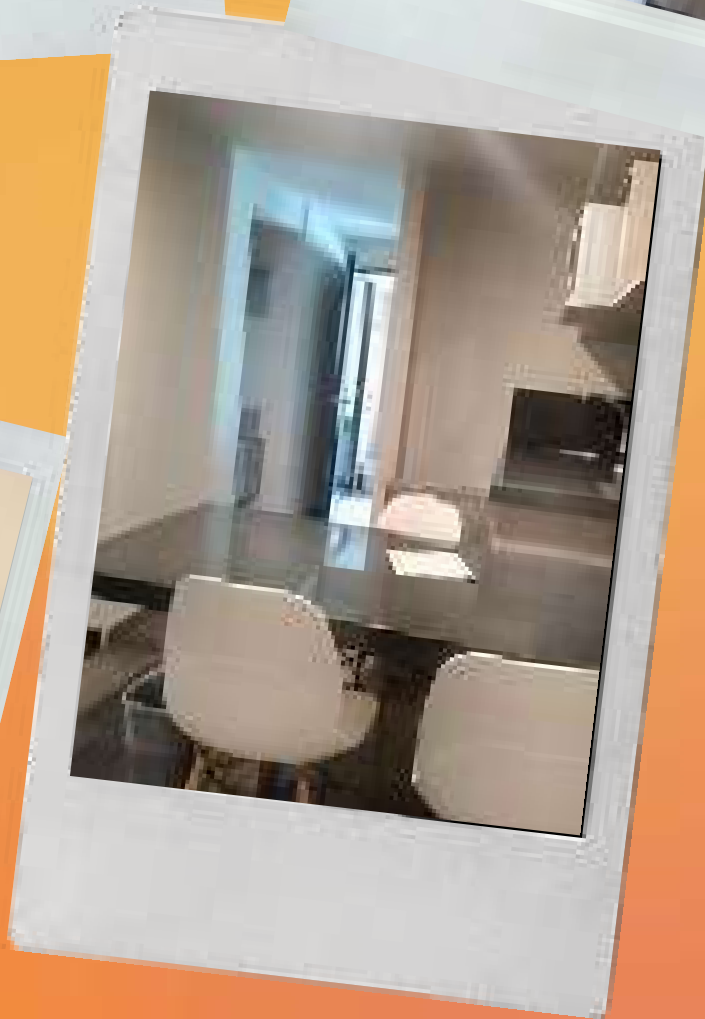
Hacienda Arandas



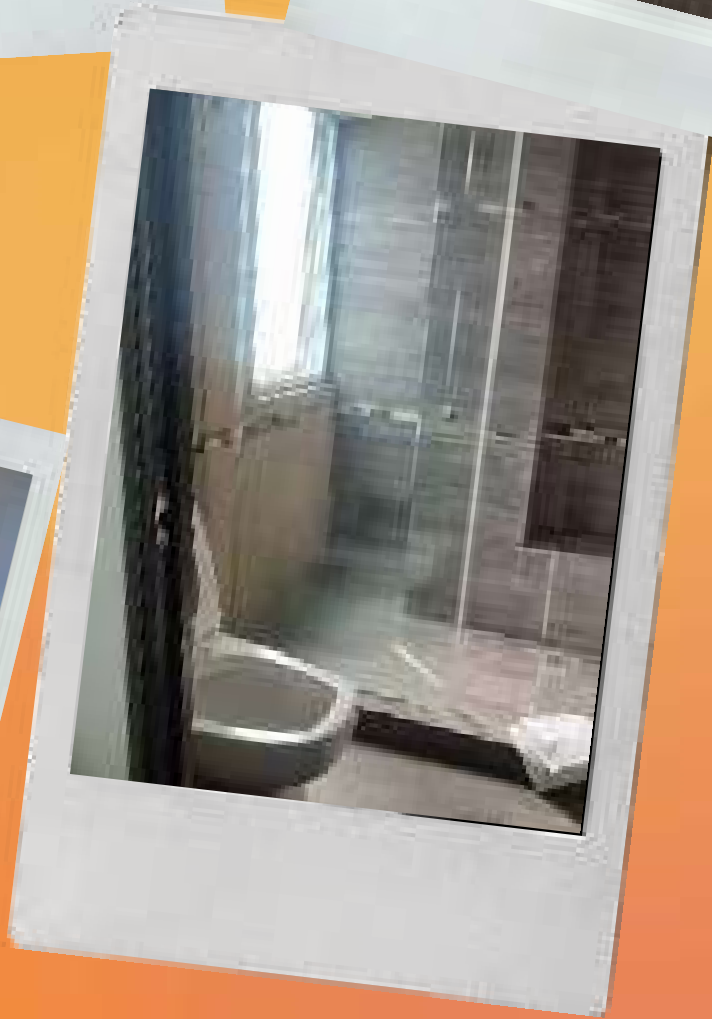
Hotel Kasa



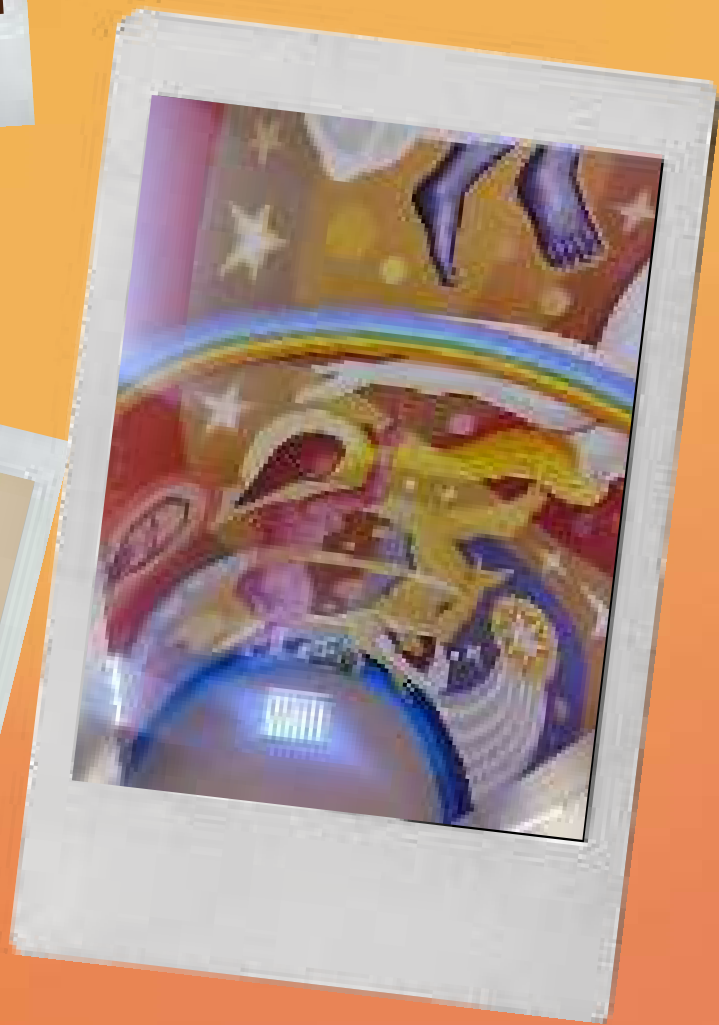
Hotel Kasa



Hotel Kasa



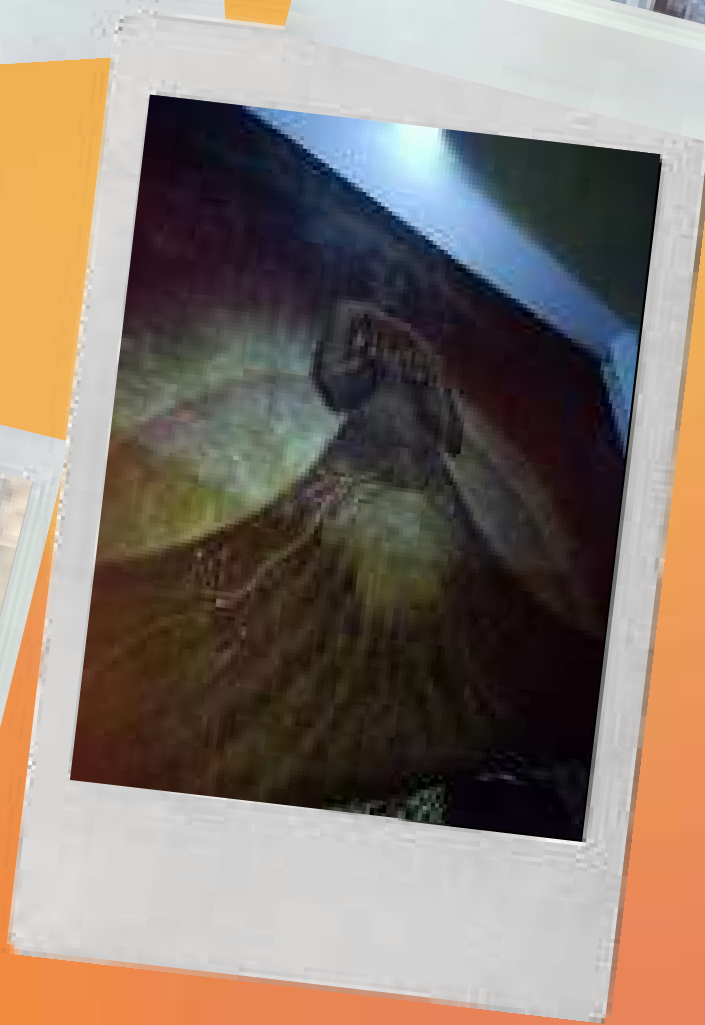
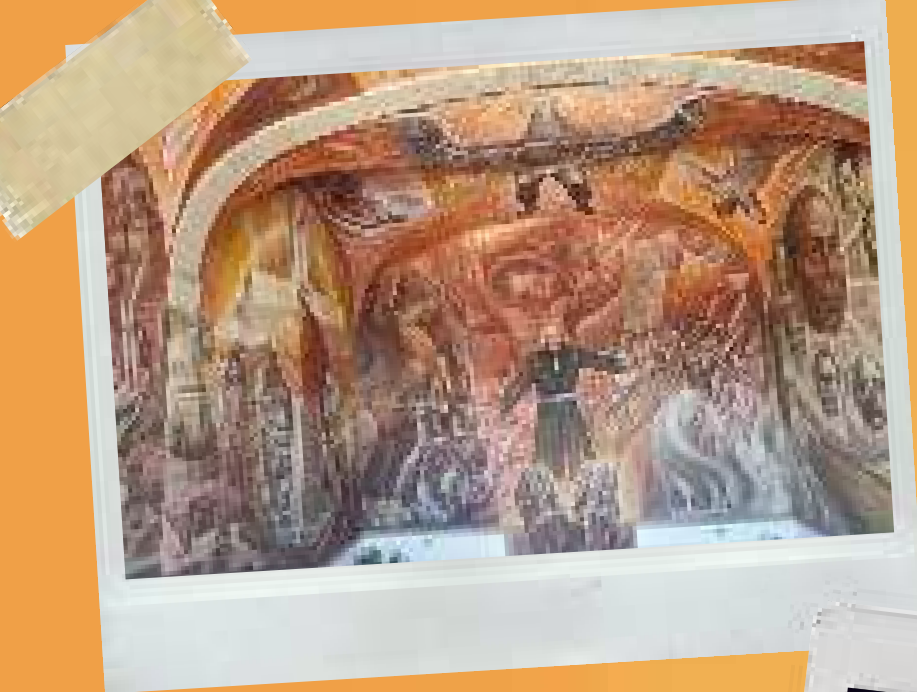
Hotel Kasa



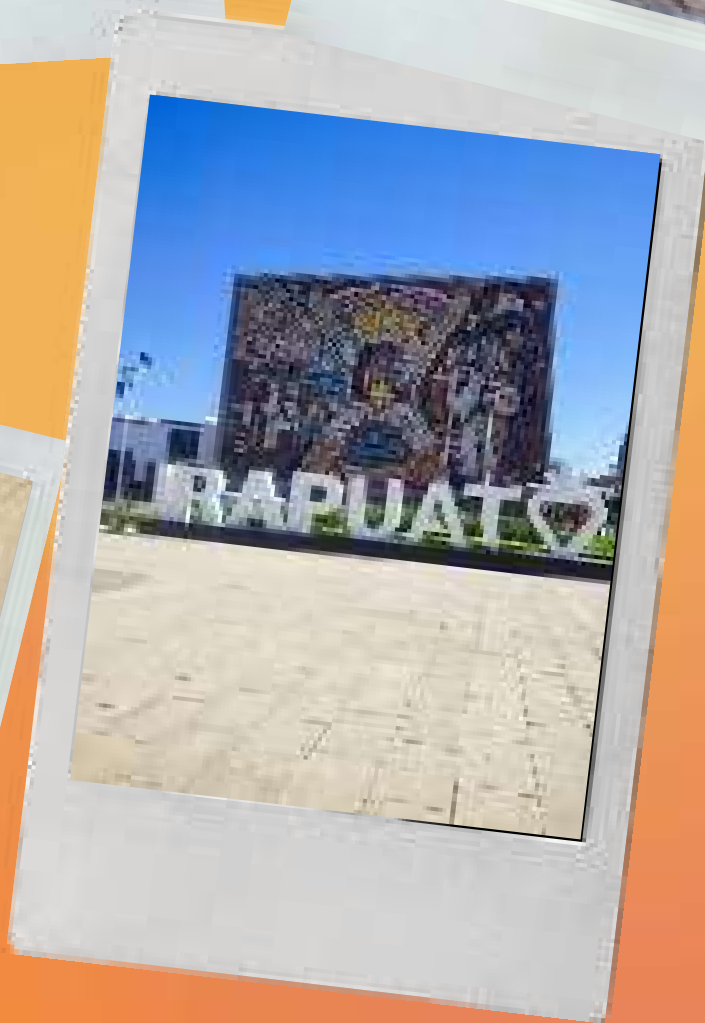
Museo de Almaraz



Museo de Almaraz



Murales de Almaraz



Murales de Almaraz



Presidencia



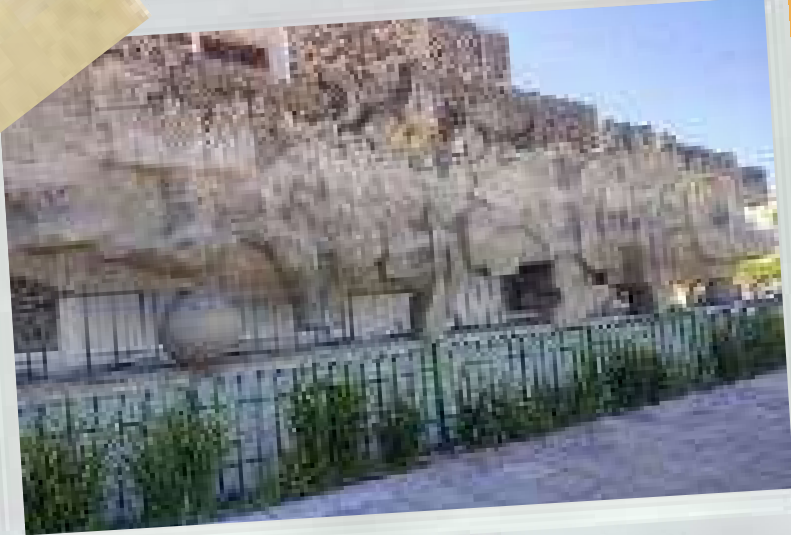
Museo de la cerveza



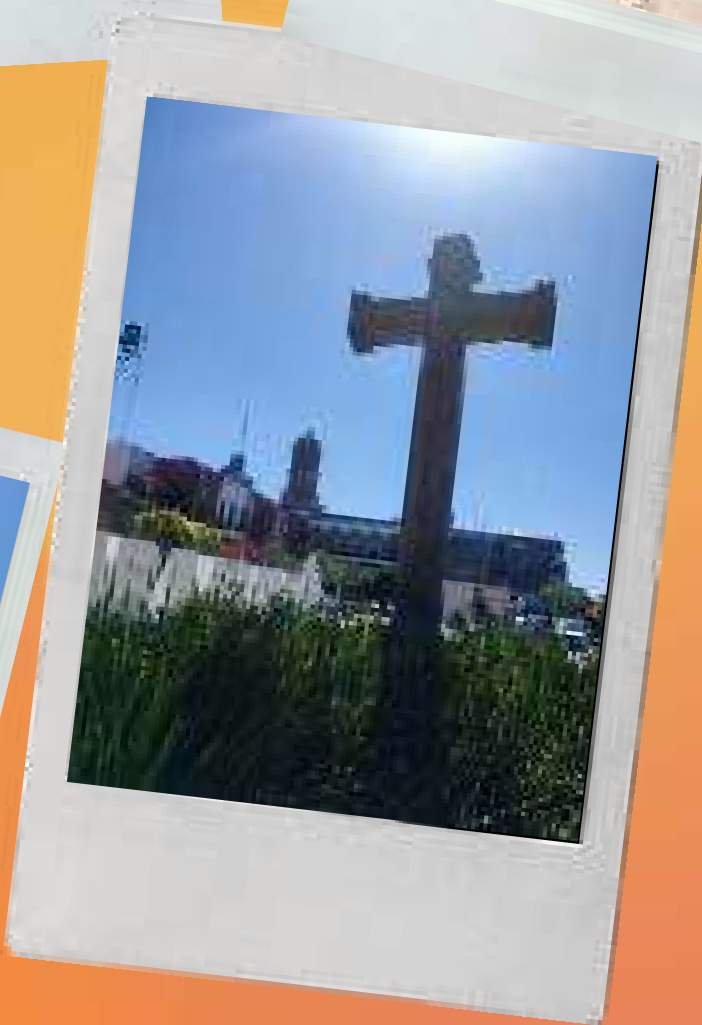
Museo de la cerveza



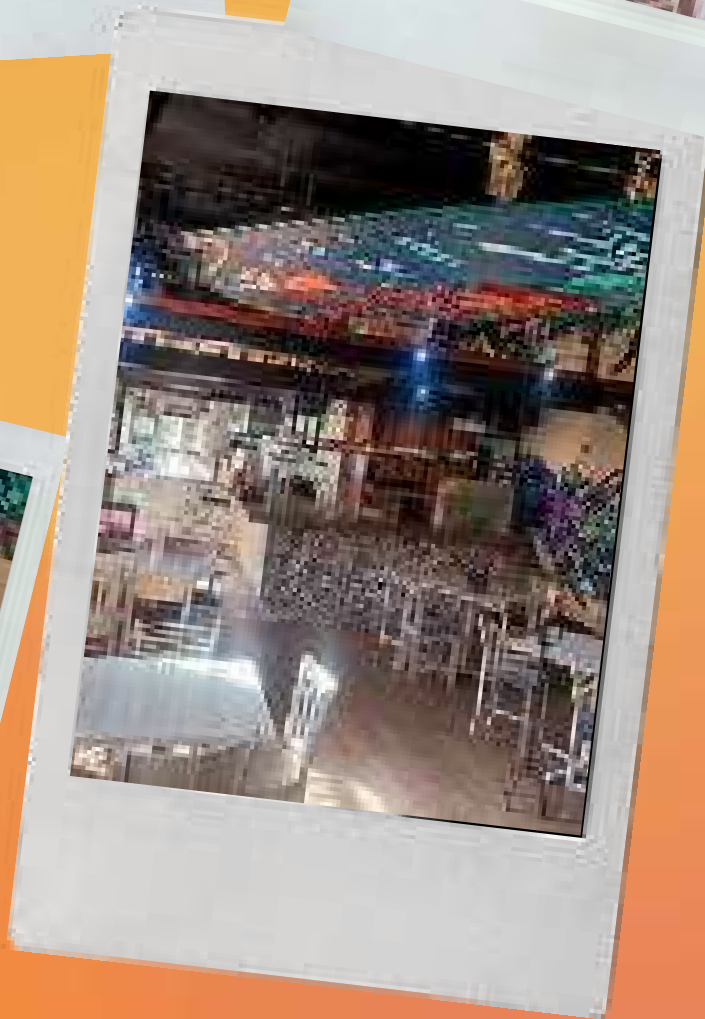
Irapuato centro



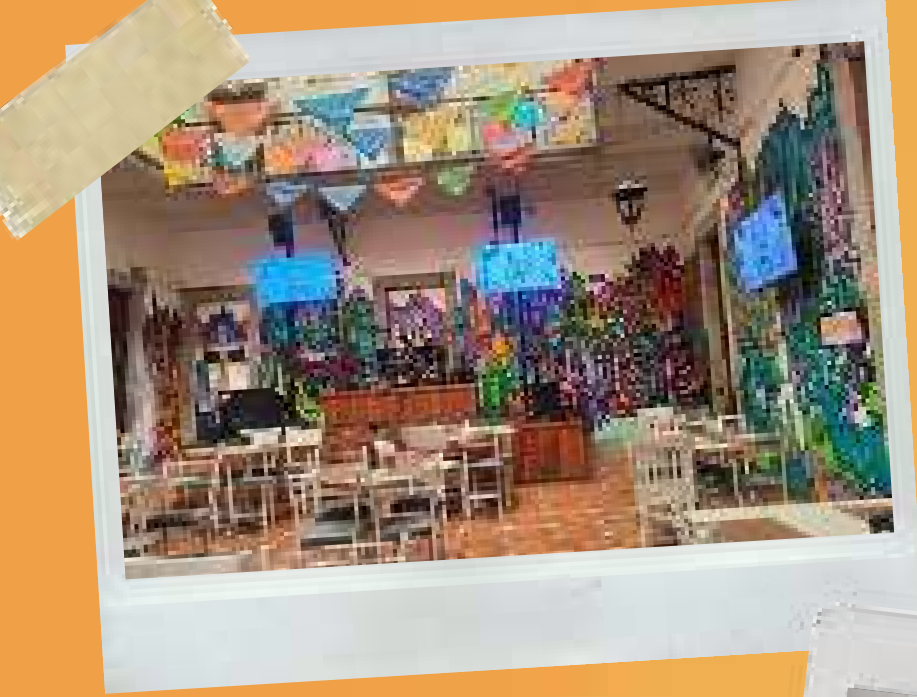
Irapuato centro



Hospitalito



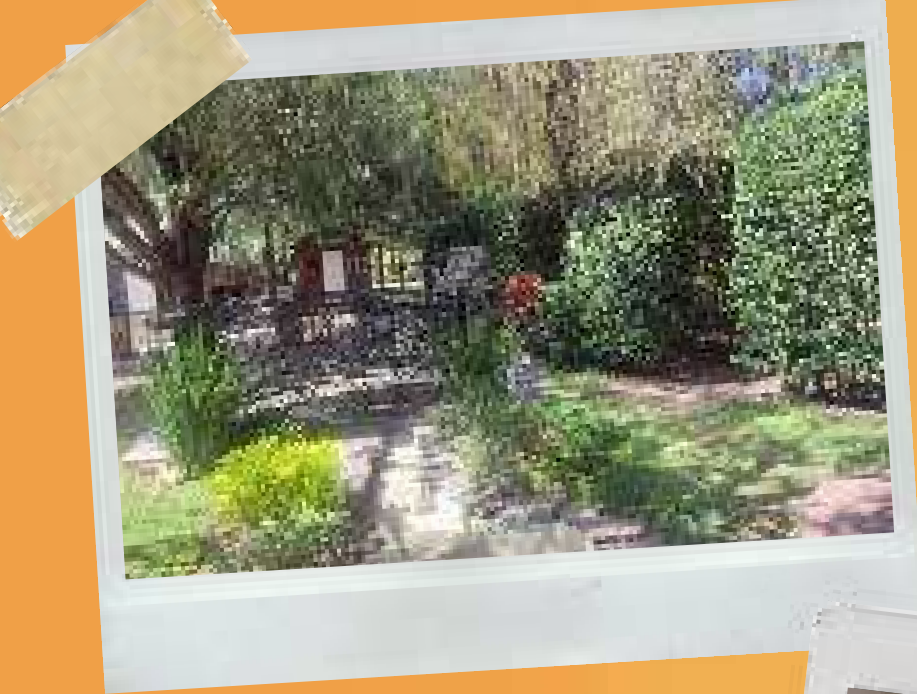
Casa de las diligencias



Casa de las diligencias



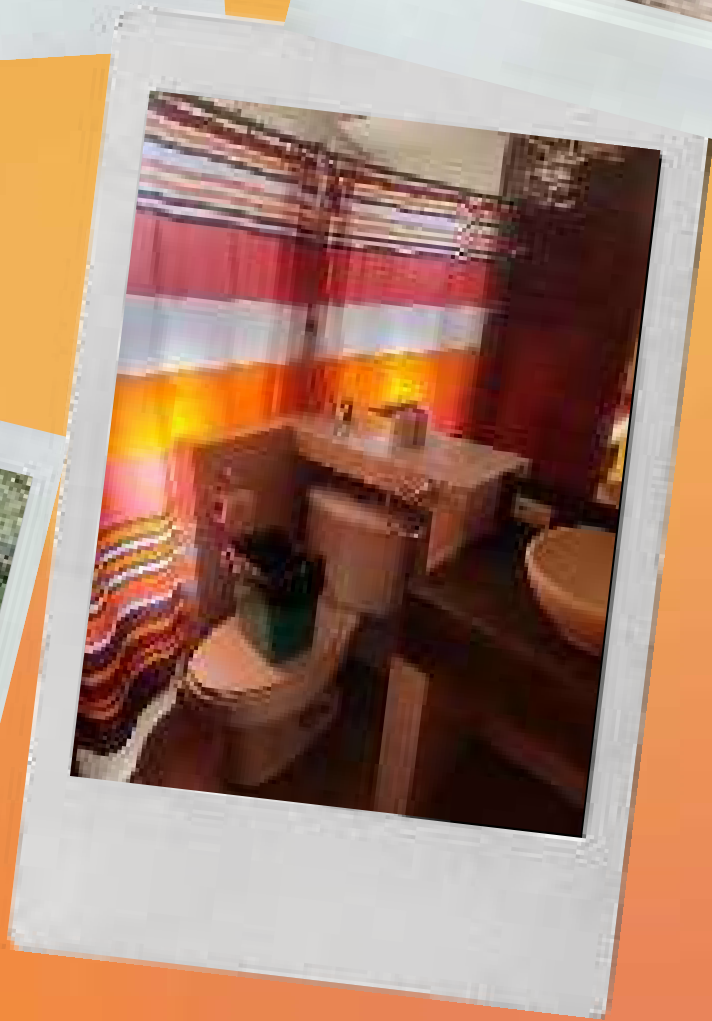
Hacienda Filadelfia



Hacienda Filadelfia



Hacienda Filadelfia



Hacienda Filadelfia



Hacienda Filadelfia



Hacienda Filadelfia



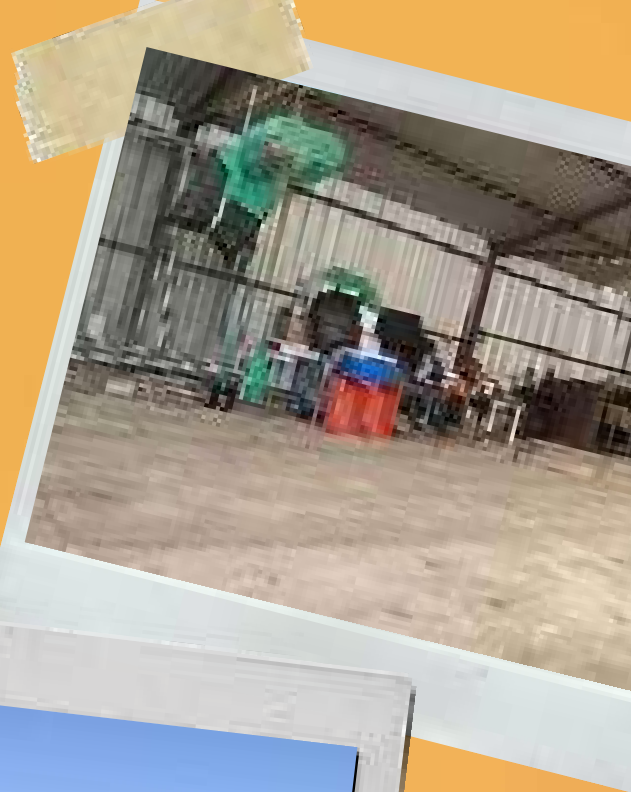
Hacienda Filadelfia



Hacienda Filadelfia



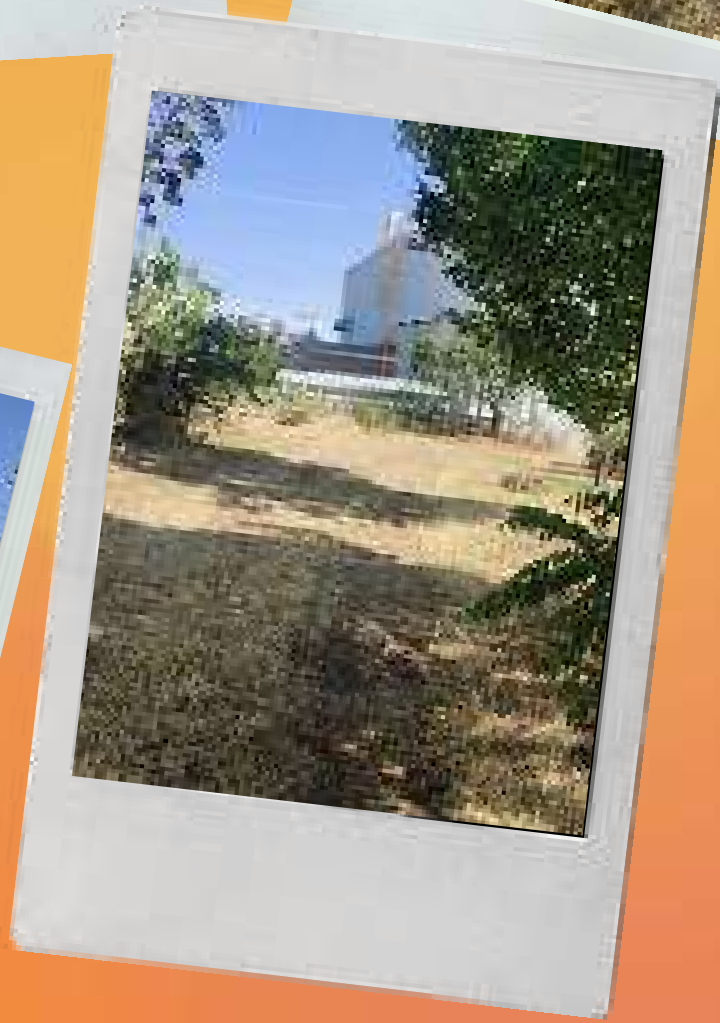
Casa de la Cultura



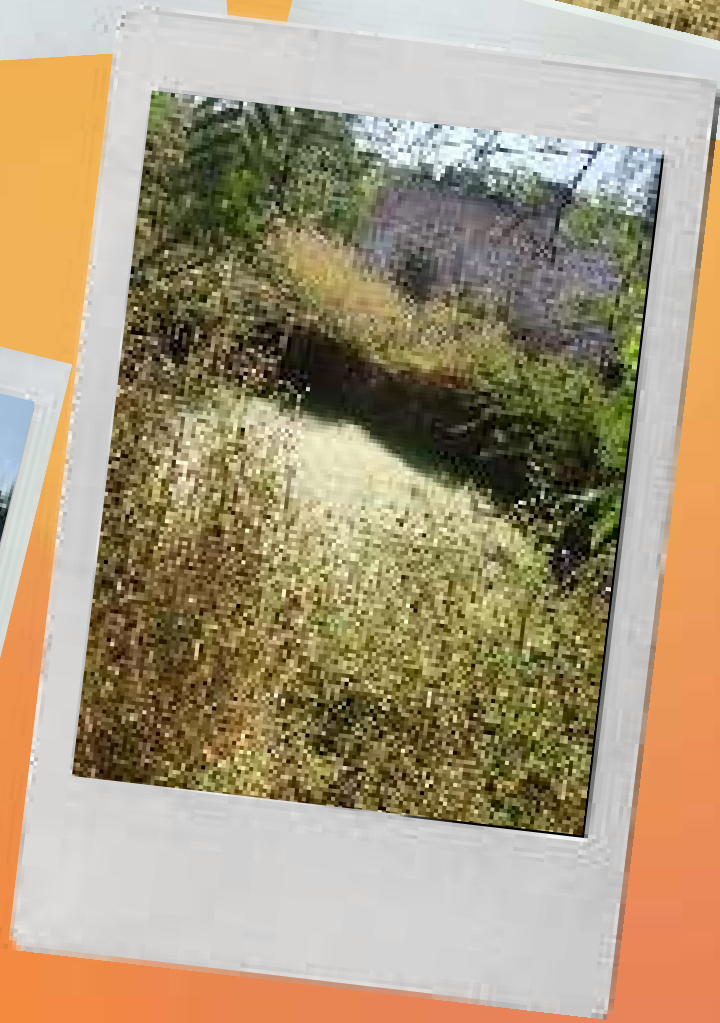
Los Años



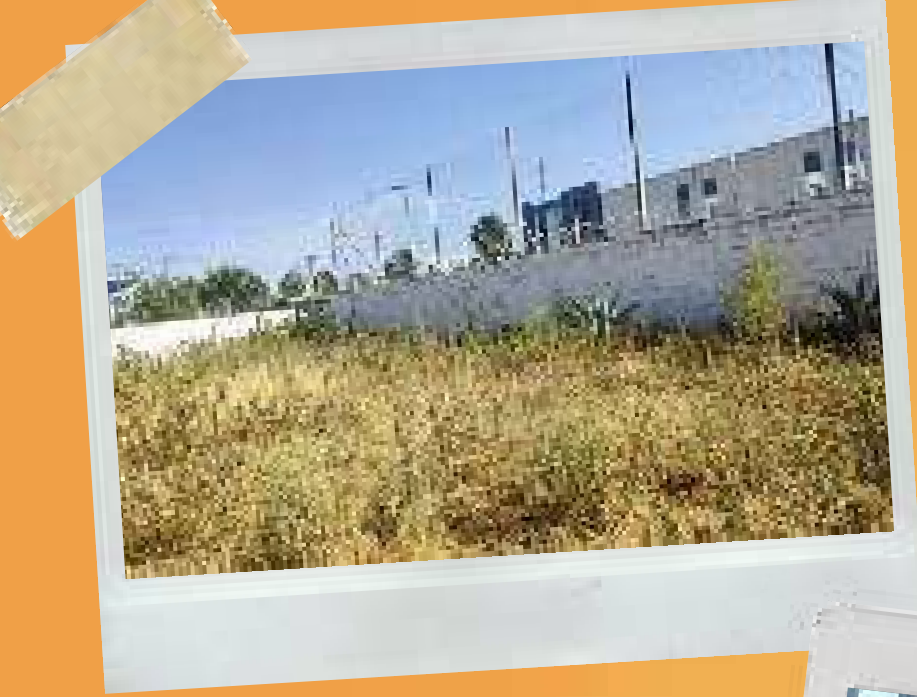
Los Años



Los Añelos



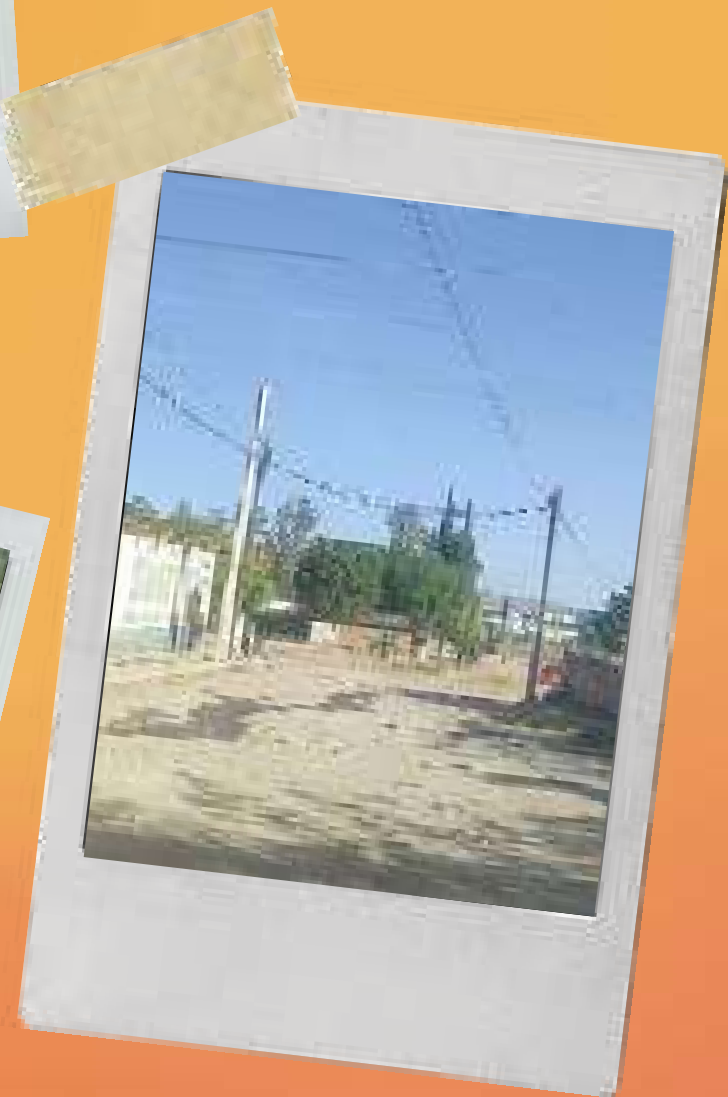
Los Años



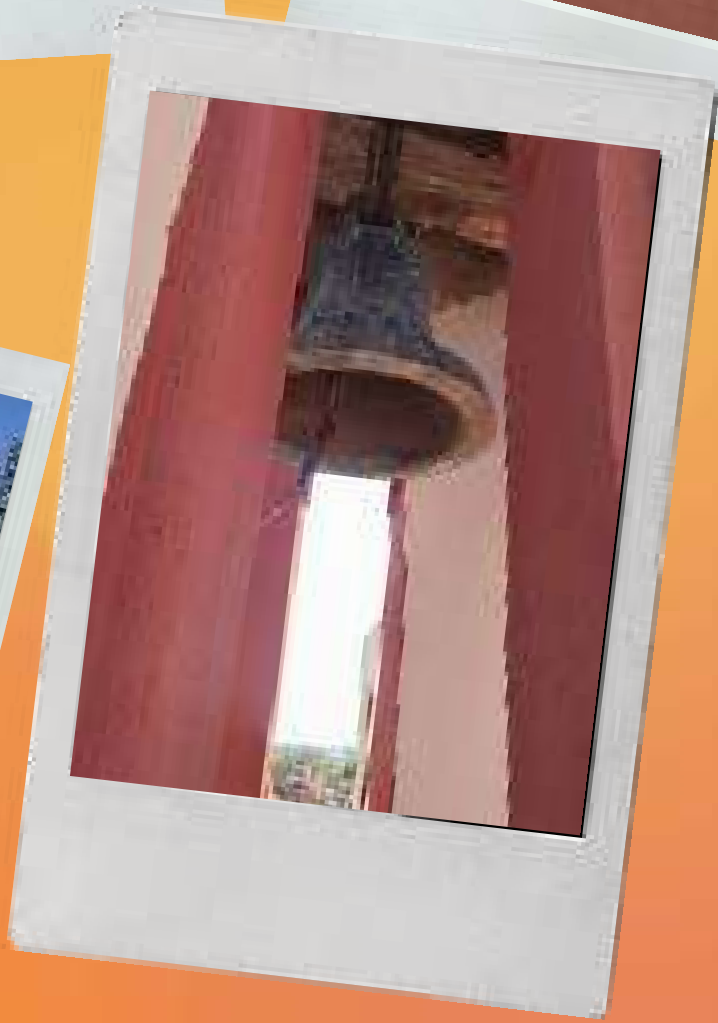
Los Años



Los Años



Los Años



Copalillo Hacienda



Copalillo Hacienda



Rancho La cumbre



Rancho La cumbre



Rancho La cumbre



Rancho La cumbre



Rancho La cumbre



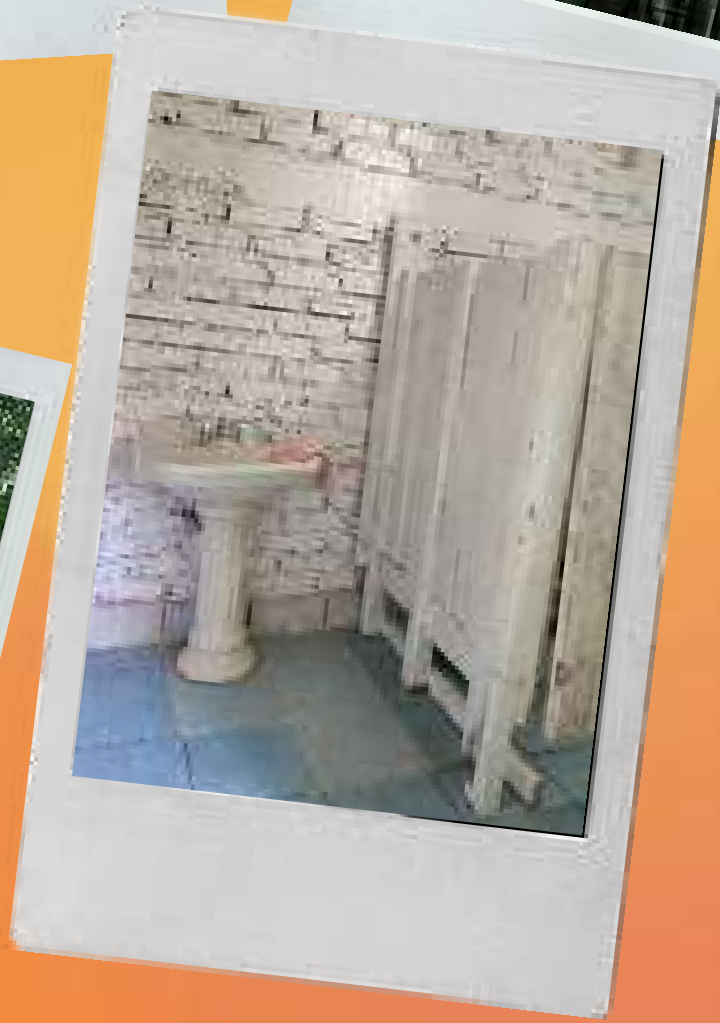
Rancho La cumbre



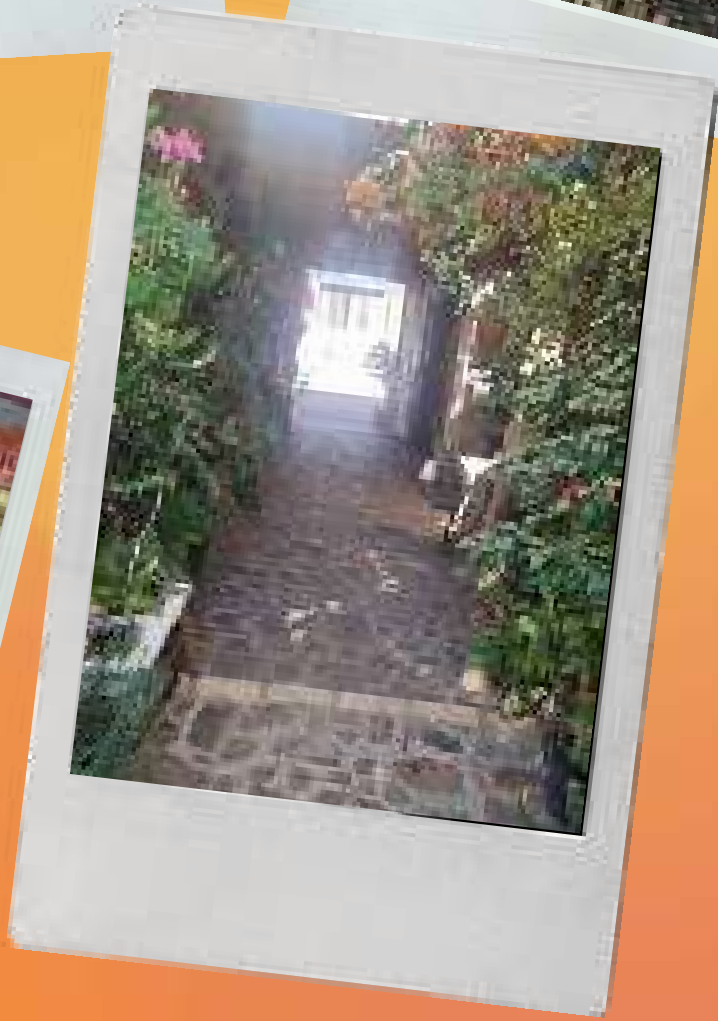
Rancho La cumbre



Rancho La cumbre



Rancho La cumbre



Rancho La cumbre



Rancho La cumbre



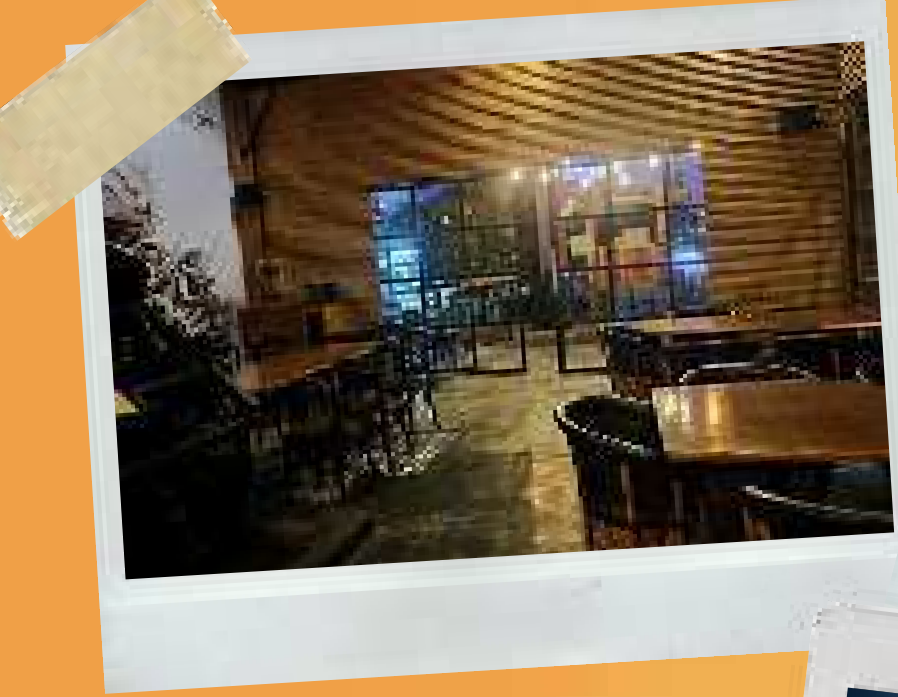
Rancho La cumbre



Rancho La cumbre



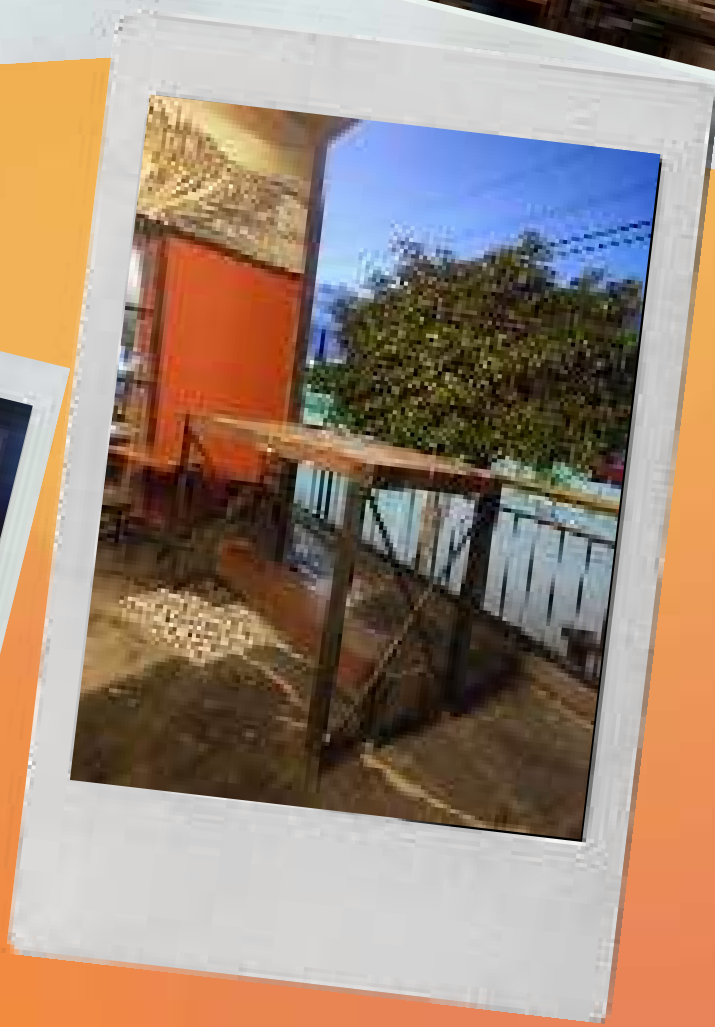
Siete Caudillos



Siete Caudillos



Siete Caudillos



Siete Caudillos



Rancho RZL



Rancho RZL



Rancho RZL



Rancho RZL



Rancho RZL



Rancho RZL



Rancho RZL



Rancho RZL



Rancho la Chicharra



Rancho la Chicharra



Rancho la Chicharra



Rancho la Chicharra



Rancho la Chicharra



Rancho la Chicharra



Acción Purísima



Acción Purísima



Gotcha
Wiking & airsoft



Gotcha Wiking & airsoft



Gotcha
Wiking & airsoft



Gotcha Wiking & airsoft



Gotcha
Wiking & airsoft

ANEXO
PLAN DE TRABAJO

Plan de trabajo "Eskantani"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	*Desarrollo de Marketing digital, *Creación de estrategias de marketing.	1 año
	Infraestructura	Estacionamiento	Identificar un lugar cercano donde pueda adaptarse para un estacionamiento.	5 meses aprox
	Capacitación	Capacitación práctica sobre el manejo de redes sociales, mentoría en incubación y replicar en otros municipios.	Elaborar un esquema de capacitaciones prácticas mensuales y asesoría para incubar el proyecto y replicarlo en otros municipios.	1 año

Plan de trabajo "IRAPUATOURS"



		Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica		Lista de actividades	
	Equipamiento	Bicicletas		Selección y compra de bicicletas turísticas	2 meses
	Capacitación	Certificación y capacitación de Guías Capacitación sobre cómo vender las experiencias.		Elaborar un esquema de capacitaciones prácticas mensuales y asesoría para incubar el proyecto y replicarlo en otros municipios.	1 año
	Infraestructura	Reparación de caminos (Tapar las coladeras en el Cerro del Piloncillo y pavimentación de caminos a los alrededores de donde realizan las actividades).		Elaboración de proyecto ejecutivo para la pavimentación en los caminos de acceso y alrededores a la comunidad e implementación de dicho proyecto.	1-2 años
	Infraestructura	Espacio de estacionamiento en las zonas a donde llegan y de donde parten.		Identificar un lugar cercano donde pueda adaptarse para un estacionamiento.	5 meses
	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción		*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	1 año
	Infraestructura	Punto fijo de encuentro e informativo para las rutas		Construcción de espacio físico como punto de partida e informativo.	5 meses

Plan de trabajo "PARQUE ECO AVENTURA"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura	Pavimentación de caminos de acceso en los alrededores del parque.	Elaboración de proyecto ejecutivo para la pavimentación en los caminos de acceso y alrededores a la comunidad e implementación de dicho proyecto.	2 años
	Estratégico	Activaciones promocionales para darse a conocer.	Elaboración de un plan de patrocinios y colaboraciones para la atracción de nuevos turistas, además de darse a conocer en nuevos mercados.	1 año
	Estratégico	Mejorar la imagen de los promocionales y actualización de página web.	Creación y actualización de una línea gráfica en los diferentes medios digitales. Realizando marketing digital y de contenidos.	6 meses
	Capacitaciones	Capacitaciones de atención al cliente, manejo de alimentos, atracción de nuevos mercados y negociación.	Elaborar un esquema de capacitaciones prácticas mensuales y asesoría para incubar el proyecto y replicarlo en otros municipios.	1 año

Plan de trabajo "IRAPUATO DE MIS RECUERDOS"



		Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades		
	Infraestructura	Estacionamiento.	Búsqueda de un espacio especial para fungir como estacionamiento o resguardo de autos.	6 meses	
	Capacitación	Capacitación y asesoría en la elaboración de un plan de negocios, proyecto de incubación y comercialización de los productos turísticos.	Elaborar un esquema de capacitaciones prácticas mensuales y asesoría para la elaboración de un plan de negocios, incubación y comercialización de productos turísticos.	1 año	
	Estratégico	Apoyo con el manejo de redes sociales difusión de los productos turísticos en diferentes medios.	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	1 año	
	Equipamiento	Vehículos turísticos propios	Búsqueda y selección de vehículo turístico	6 meses	

Plan de trabajo "MUSEO DE LA CERVEZA"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégico	Promoción y difusión para el lanzamiento.	<ul style="list-style-type: none"> *Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas. 	1 año
	Capacitación	Asesoría para elaborar e implementar un plan de negocios, capacitación de atención al cliente, calidad en la preparación de alimentos, manejo de negocios y una capacitación especial en el tema de destilados.	Elaborar una planeación de asesorías para elaborar e implementar un plan de negocios y elaborar un esquema de capacitaciones sobre atención a clientes, preparación de alimentos, manejo de negocios y capacitación especial de destilados.	1 año

Plan de trabajo "HDA. FILADELFIA"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura	2 Cabañas	Proyecto ejecutivo para la construcción de cabañas en el espacio disponible.	1 año y medio
	Equipamiento	Toallas para la alberca y mobiliario para el restaurante	Búsqueda y selección de mobiliario y toallas para alberca.	6 meses
	Infraestructura	Alberca para niños	Proyecto ejecutivo para la construcción de una alberca para niños.	1 año
	Infraestructura	Pavimentación/ empedrado en la entrada y alrededores.	Proyecto ejecutivo para la pavimentación de la entrada al establecimiento.	8 meses
	Capacitación	Capacitación en temas de hotelería, retención de personal, atención a clientes, mixología y cocina.	Elaborar un esquema de capacitaciones relacionadas con temas de hotelería, prevención de la rotación de personal, atención a clientes, mixología y cocina.	1 año

Plan de trabajo "LOS AÑELOS"

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

Fase 1
Levantamiento de necesidades

Fase 2
Actividad

Fase 3
Ejecución

Fase 4
Tiempo

Actividades

Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
Infraestructura	Pavimentación de caminos y accesos al establecimiento.	Elaboración de proyecto ejecutivo para la pavimentación en los caminos de acceso y alrededores a la comunidad e implementación de dicho proyecto.	1 año
Infraestructura	Inversión financiera para las adecuaciones que necesita el espacio para operar.	Elaboración de proyecto ejecutivo	2 años
Estratégico	Manejo de redes sociales y difusión para el lanzamiento y en el servicio de banquetes que tienen actualmente.	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas una vez abierto el establecimiento *Diseño de estrategias para el lanzamiento del establecimiento una vez que esté terminado.	1 año
Equipamiento	Equipo de cocina y de restaurante.	Selección y compra del equipo necesario.	2 meses

Plan de trabajo "RANCHO LA CUMBRE"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura.	Reparación de caminos y pavimentación al entrar a la comunidad.	Elaboración de proyecto ejecutivo para la pavimentación en los caminos de acceso y alrededores a la comunidad e implementación de dicho proyecto.	24 meses
	Estratégico	Difusión y promoción	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	1 año
	Capacitación	Capacitación de atención a clientes, manejo de conflictos, curso de atención al comensal y capacitación sobre eficientar los procesos de cocina.	Elaborar un esquema de capacitaciones prácticas mensuales, curso de atención al comensal y elaborar un plan de eficiencia en procesos de cocina.	1 año
	Equipamiento	Pantallas para el museo de la fresa	Selección y compra de las pantallas.	3 meses

Plan de trabajo "CHARROS Y CAUDILLOS"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégico	Plan de difusión y promoción en diferentes medios.	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Realizar un plan de patrocinios y colaboraciones anuales, con KPI's medibles.	1 año
	Capacitación	Capacitación para el manejo de redes sociales y retención de personal.	Elaborar un esquema de capacitaciones prácticas mensuales. Plan de prevención de rotación de personal.	1 año
	Infraestructura	En el rancho RZL se requiere delimitación de espacios con señalética y terminar la construcción de cabañas.	*Elaboración de señalética para el circuito dentro del rancho. *Planos de construcción e implementación de la obra.	1 año
	Equipamiento	Vehículo propio para realizar los recorridos y más caballos.	*Búsqueda y selección de vehículo turístico con capacidad para 30 personas aprox. *Búsqueda y compra de caballos.	6 meses

Plan de trabajo "RANCHO LA CHICHARRA"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégico	Difusión y promoción.	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Creación de estrategias de marketing.	1 año
	Capacitación	Capacitación y asesoría para el establecimiento de costos, promociones y acompañamiento en el diseño de los productos turísticos.	Elaborar un esquema de capacitaciones prácticas, mensuales. Programación de asesoría de diseño de productos turísticos.	1 año
	Equipamiento	Caballos, iluminación y transporte turístico propio.	*Selección y compra de caballos, instalación de iluminación y transporte turístico con base en la capacidad que necesiten.	5 meses
	Infraestructura	Terreno propio para realizar actividades.	Búsqueda, selección y compra del terreno con base en la capacidad que necesitan.	2 meses

Plan de trabajo "ACCIÓN LA PURÍSIMA"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura	Pavimentación de caminos para el acceso a la comunidad y alrededores.	Elaboración de proyecto ejecutivo para la pavimentación en los caminos de acceso y alrededores a la comunidad e implementación de dicho proyecto.	24 meses
	Infraestructura	Bodega para resguardar material.	Definición de opciones de bodega, dependiendo el tamaño requerido, ubicación y costo.	2 meses
	Equipamiento	Kayaks, remos, chalecos salvavidas, cascos, una carpa de 12x6 mts y otra más pequeña.	Búsqueda de opciones, selección y compra del equipo.	1 mes
	Capacitación	Capacitación de rescate en aguas, kayak.	Elaborar un esquema de capacitaciones prácticas, mensuales.	12 meses
	Estratégico	Promoción y difusión de las experiencias.	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de asociaciones, *Crear un sitio web de destino atractivo, *Atraer personas influyentes, *Creación de estrategias de marketing.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "MÉXICO SANO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	Lista de actividades	
	Estratégico	Proyecto ejecutivo México Sano Irapuato	Implementación de proyecto ejecutivo	5 años
	Capacitaciones	Capacitación sobre el SAT, establecimiento de presupuestos, costos y certificaciones.	Elaborar un esquema de capacitaciones mensuales, en la cual se puedan abordar estos temas, combinando las capacitaciones con práctica de lo aprendido.	Duración 12 meses

Plan de trabajo "WIKING GOTCHA & AIRSOFT"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura	Requiere pavimentación/ empedrado de la entrada del establecimiento.	Proyecto ejecutivo para la pavimentación de la entrada al establecimiento.	1 año y medio
	Estratégica	Publicidad en los diferentes medios	Desarrollo de estrategias digitales, marketing digital, actualización en redes sociales.	6 meses
	Estratégica	Branding del establecimiento	Brandeo del exterior del establecimiento.	2 meses
	Equipamiento	Equipamiento de seguridad para el gotcha.	Selección y compra del equipo para el gotcha.	3 meses

ANEXO

GLOSARIO DE

TÉRMINOS

- **Atractivos turísticos:** Conjunto de elementos materiales e inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión de la persona visitante, provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.
- **Cambio climático:** Variación del estado del clima identificable en las variaciones del valor medio, en la variabilidad de sus propiedades, o en ambos, que persiste durante largos periodos de tiempo, generalmente decenios o periodos más largos. Puede deberse a procesos internos, naturales, a forzamientos externos o a cambios antropogénicos persistentes de la composición de la atmósfera o del uso del suelo.
- **Circuito turístico:** Recorrido que agrupa diversos puntos localizados en una zona geográficamente cercana y accesible dentro de las regiones o zonas turísticas del Estado que cuenta con atractivos, servicios y productos turísticos a lo largo del trayecto.
- **Cultura turística:** Conjunto de valores, manifestaciones o expresiones que integran a los miembros de una sociedad determinada con el turismo;
- **Desarrollo sostenible:** Proceso evaluable mediante criterios e indicadores de carácter ambiental, económico y social que tiende a mejorar la calidad de vida y la productividad de las personas, que se funda en medidas apropiadas de preservación ecológica, protección del ambiente y aprovechamiento de recursos naturales, de manera que no se comprometa la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras.
- **Destino turístico:** Espacio o zona geográfica en que se desarrolla la actividad turística;
- **Imagen urbana:** Conjunto de elementos naturales o materiales que forman parte del marco visual de quienes habitan una ciudad;
- **Instrumentos de planeación turística:** Los programas turísticos, el Registro Estatal de Turismo, el Sistema Estatal de Información Turística y el Inventario Turístico Estatal.
- **Oferta turística:** Conjunto de actividades, destinos, bienes y servicios turísticos, así como los atractivos culturales, históricos, naturales, recreativos y urbanos que se ofrecen a las personas visitantes.
- **Patrimonio turístico:** Conjunto de bienes y recursos naturales, culturales, históricos y de infraestructura turística;

- **Persona anfitriona:** Persona física o moral que brinda servicios de hospedaje en casas, apartamentos o demás modalidades, en forma total o parcialmente, destinados al uso habitacional, de su propiedad, posesión o administración de manera temporal y flexible, ofrecido a través de plataformas digitales.
- **Persona prestadora de servicios turísticos:** Persona física o moral que en forma o eventualmente proporcione, sirva de intermediario o contrate con las personas visitantes la prestación de servicios turísticos.
- **Persona visitante:** Persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a tres meses, con cualquier finalidad principal que no sea la de desempeñar una actividad laboral. Se clasifica como turista cuando pernocta y como excursionista cuando solo visita durante el día;
- **Potencial turístico:** Característica de un destino, municipio, región o zona en función a su patrimonio cultural que representa o puede representar un atractivo turístico, así como su oferta turística instalada, disponible o susceptible de creación para atraer personas visitantes.
- **Producto turístico:** Conjunto de bienes y servicios que se encuentran localizados en un área determinada y se ofrecen a las personas visitantes para satisfacer sus necesidades y deseos.
- **Ruta turística:** Oferta temática que agrupa diversos puntos de localizados en una zona geográficamente cercana y accesible dentro de las regiones o zonas turísticas del Estado, que cuenta con atractivos y productos turísticos a lo largo del trayecto.
- **Secretaría:** Secretaría de Turismo del Estado;
- **Vulnerabilidad al cambio climático:** Nivel al que un sistema es susceptible o no es capaz de soportar los efectos adversos del cambio climático, incluidos la variabilidad climática y los fenómenos extremos. La vulnerabilidad está en función del carácter, magnitud y velocidad de la variación climática a la que se encuentra expuesto un sistema, su sensibilidad y su capacidad adaptativa.
- **Zona de desarrollo turístico sustentable:** Áreas del Estado que, por sus características geográficas, gastronómicas, naturales, históricas, culturales, religiosas o típicas, constituyen un atractivo turístico o representan un potencial para el desarrollo de la actividad en beneficio de sus poblaciones locales. Se establecen mediante declaratoria emitida conforma a la Ley General de Turismo.

- **Registro Estatal de Turismo** El Registro Estatal de Turismo es el instrumento de inscripción y consulta de las personas prestadoras de servicios turísticos y los servicios que ofrecen den el Estado, cuya operación y actualización corresponde a la Secretaría.
- **Inventario Turístico Estatal** La Secretaría integrará el inventario Turístico Estatal, el cual contendrá los recursos naturales, culturales, históricos y monumentales que constituyen un atractivo turístico y el estado que guardan; así como los productos turísticos.