


**Vive
Grandes
Historias**



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. LAGO CRÁTER “LA JOYA”	19
2. VIRGEN DEL PEÑASCO	20
3. TEMPLO DE LA PRECIOSA SANGRE DE CRISTO	21
4. PARROQUIA DE NUESTRA SEÑORA DEL SOCORRO Y SAN PABLO	22
5. MUSEO EX CONVENTO AGUSTINO DE SAN PABLO	23
6. LAGUNA Y MALECÓN DE YURIRIA	24
7. PARQUE MUNICIPAL.....	25
8. PARADOR TURISTICO CENTRO GASTRO ARTESANAL	26
9. HOTEL CASA LOS OLIVOS.....	27
10. VIÑEDO ZENDA MEZQUITES.....	28
11. HOTEL POSADA YURIRIAPUNDARO.....	29
12. CASA YURIRIAPUNDARO CENTRO ARTESANAL.....	30
6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO.....	31
7. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO.....	35
8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO.....	38
8.1 PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO	39

9. HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES.....41

 9.1 ESTRATÉGICAS41

 9.2 DETONADORAS.....44

10. CONCLUSIONES.....47

11. ANEXOS.....49

 11.1 FOTOGRÁFICO49

 11.2 PLAN DE TRABAJO49

 11.3 GLOSARIO49

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.

2. MARCO GENERAL



*Lago cráter, Yuriria,
Guanajuato.*

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.

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.



*Virgen del Peñasco, Yuriria,
Guanajuato.*

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS



*Templo de la preciosa, sangre de Cristo,
Yuriria,
, 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.



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 Touroperadores.

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

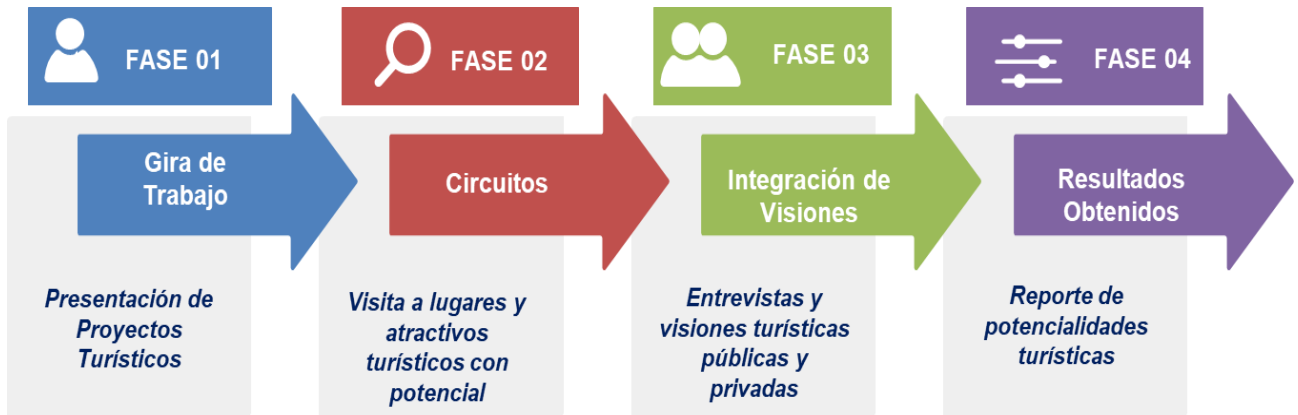
- Fuente Propia

- Los atractivos turísticos del destino consideran** todos aquellos sitios naturales, folklore, museos, festividades culturales e históricas, artesanías, eventos, lugares históricos, centro de esparcimiento, etc.
- 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.
- 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.
- 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



*Laguna de Yuriria,
Guanajuato*



5. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

5.2 MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO



Fuente: Instituto de Planeación, Estadística y Geográfica 2015

REGIONES

1. Nordeste
2. Norte
3. Centro
4. Sur

SUBREGIONES

- Sierra Gorda
- Chichimeca
- Sierra de Guanajuato
- Bicentenario
- Metropolitana de León
- Metropolitana Irapuato/
- Salamanca Metropolitana
- Laja Bajío
- Agave Azul
- Lacustre
- Sierra de los Agustinos

Con una población de 68, 741 habitantes, el municipio de Yuriria, Guanajuato, es uno de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, ubicado en la Región Centro, Subregión Lacustre.

Las localidades con mayor representación son:

Las localidades con mayor representación son:

- Cerano.
- Parangarico.
- San Pablo Casacuarán.
- La Calera.
- Loma de Zempola.
- Santa Mónica Ozumbilla.
- San Francisco de la Cruz.
- Tecojote de Calera.
- La Angostura.
- San Andrés Enguaro.

El municipio del Yuriria representa el 2.19 % de la superficie del estado.

La ciudad fue fundada por el misionero agustino Fray Pedro de Olmos en 1540; sin embargo, según la constancia de la Cédula Real, fue en 1560 que se erige como San Pablo Yuririhapúndaro. Yuriria es un nombre de origen purépecha, derivado de “Yurirapúndaro”, vocablo que significa “Lago de sangre”.

El municipio de Yuriria colinda al norte con los municipios de Valle de Santiago y Jaral del

Progreso; al este con los municipios de Salvatierra y Santiago Maravatio, al sur con el estado de Michoacán de Ocampo y los municipios de Uriangato y Moroleón; al oeste con el estado de Michoacán de Ocampo.

Fiestas y festividades

- Fiesta de la Preciosa Sangre de Cristo, 4 de enero.
- Señor de la Preciosa Sangre, 31 de agosto.

Turismo

- Templo y Ex Convento Agustino de San Pablo
- Laguna de Yuriria
- Convento de San Pedro y San Pablo.

Artesanías

Yuriria se destaca por sus artesanías de hojas de maíz y los tejidos con tule; así como sus rebozos de telar y artículos de vidrio. Actualmente, existe un innovador y sustentable taller que produce papel a base del lirio de laguna y de otras fibras vegetales.

Gastronomía

Su ubicación favorece naturalmente el consumo de productos de la laguna, como los charales, con los que se elaboran unos originales tamales; carpas fritas y mojarras; el caldo michi de pescado es común, al igual que las chofitas y el queso son populares para cenar.

5.2 DATOS TURÍSTICOS GENERALES



*Parque municipal,
Yuriria, Guanajuato*

Actualmente, en el municipio de **Yuriria**, Guanajuato, se cuenta con un registro de **41** sitios turísticos, entre los cuales se puede mencionar: *Ex convento de San Agustín, Isla de San Pedro, Templo del hospital, Templo del Señor de La Salud, Santuario de Nuestra Señora de Guadalupe*, entre otros.

Atendiendo la estrategia de **Segmentos Turísticos** de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, en el municipio de Yuriria, 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.



• Fuente Propia



Parador Turístico, Centro Gastro Artesanal, Yuriria, 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 Yuriria, 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. Lago Cráter “La joya”;
2. Virgen del Peñasco;
3. Templo de la preciosa sangre de Cristo;
4. Parroquia de Nuestra Señora del Socorro y San Pablo;
5. Museo Ex convento Agustino de San Pablo;
6. Laguna y Malecón de Yuriria;
7. Parque Municipal;
8. Parador Turístico Centro Gastro Artesanal;
9. Hotel Casa los Olivos;
10. Viñedo Zenda Mesquites;
11. Hotel Posada Yuririapundaro;
12. Casa Yuririapundaro Centro Artesanal.

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.



1. LAGO CRÁTER “LA JOYA”

El lago cráter, mejor conocido como “La joya” es un volcán extinto que cuenta con un lago artificial sobre el mismo y área natural alrededor, así como, un andador que las personas utilizan para caminar, correr, andar en bici y otras actividades. También cuenta con palapas y asadores alrededor y es muy concurrido los fines de semana donde las personas van a pasar un rato agradable en familia.



Necesidades específicas

1. Mantenimiento a áreas verdes.
2. El sitio cuenta con baños recién construidos, pero en ocasiones se encuentran cerrados.
3. Mantenimiento de palapas y juegos.
4. Promoción y difusión del sitio
5. Señalética.



2. VIRGEN DEL PEÑASCO

La capilla de la Virgen del Peñasco está ubicada en la orilla del corredor del lago Cráter, la leyenda cuenta que hizo una aparición en el peñasco y posteriormente su imagen fue retocada. Su fiesta es celebrada cada año el día 12 de noviembre, en el cual se realiza una novena con venta de comida, peregrinaciones, música y otras actividades. Actualmente, la capilla se encuentra muy deteriorada y es necesario tomar acción en varios aspectos, los cuales se muestran a continuación.

Necesidades específicas

1. Reestructuración de escalinatas para acceder a la virgen.
2. Renovación del altar de la virgen.
3. Mantenimiento a las áreas de alrededor ya que se deja abandonada mucho tiempo.
4. Mantenimiento a los baños que se encuentran cerca de la capilla.
5. Determinar una zona gastronómica.
6. Promoción y difusión del sitio.
7. Señalética.



3. TEMPLO DE LA PRECIOSA SANGRE DE CRISTO

El Cristo de la Preciosa Sangre podríamos decir que es el Santo Patrón del municipio de Yuriria, el cual Cuenta con un hermoso templo ubicado en el centro de la ciudad, el 28 de diciembre se inicia una novena en su honor y su principal fiesta es celebrada el día 4 de enero con un desfile de carros alegóricos con representaciones de la biblia y danzas tradicionales, música y otros.

Necesidades específicas

1. Promoción y difusión.
2. Mantenimiento en la parte exterior del templo.
3. Señalética.



4. PARROQUIA DE NUESTRA SEÑORA DEL SOCORRO Y SAN PABLO

La parroquia de Nuestra Señora del Socorro es también conocida como el antiguo convento de San Agustín. El monumental edificio fue comenzado en el año 1550 y se terminó de construir en el 1599.

Es uno de los símbolos más icónicos de los yurirenses y uno de los mayores atractivos en Yuriria. Constantemente es visitado por turistas que se detienen a admirar su impresionante arquitectura.

Actualmente, además de misas, también se han llevado a cabo eventos como conciertos de ópera.

Necesidades específicas

1. Este templo siempre cuenta con la necesidad de restauración, ya que es una obra bastante antigua y constantemente se le debe dar mantenimiento.
2. Promoción y difusión.
3. Realización de eventos.
4. Señalética.



5. MUSEO EX CONVENTO AGUSTINO DE SAN PABLO

El Museo Ex Convento Agustino de San Pablo se encuentra ubicado en el centro del municipio de Yuriria, ubicado justo a un costado de la parroquia de Nuestra Señora del Socorro. Emblemático por toda la historia que guarda entre sus paredes, sin lugar a duda, un lugar mágico, además de poseer una gran arquitectura.

Necesidades específicas

1. La disponibilidad de horario es limitada.
2. En ocasiones se encuentra fuera de servicio.
3. Existe mucha falta de información y señalética.
4. Promoción y difusión.



6. LAGUNA Y MALECÓN DE YURIRIA

El malecón de Yuriria se ha ido construyendo en diferentes etapas y está ubicado a la orilla de la laguna de Yuriria, la cual fue la primera obra hidráulica creada por el hombre en todo Latinoamérica. Sus aguas han sido un recurso básico para desarrollar diversas actividades agrícolas, pesqueras y de turismo y una importante fuente de alimento.

Es un área natural muy agradable donde se pueden realizar diversas actividades como caminatas y atletismo, tomar un descanso, visitar con familia o simplemente contemplar el paisaje. Por las tardes y noches se ha convertido en un sitio muy popular para la convivencia social.

La laguna cuenta con un muelle donde anteriormente se ofrecía el servicio de paseo en lancha, pero en la actualidad existe una

problemática que no se ha podido solucionar y es la plaga de lirio, la cual no permite el tránsito de vehículos acuáticos.

En ocasiones se organizan eventos como exhibiciones, festivales, carreras, entre otras actividades. La principal festividad es el festival de "Las carpas", el cual se lleva a cabo en los días de semana santa.

Necesidades específicas

1. Botes de basura.
2. Organización de más eventos.
3. Apoyo para lograr erradicar la plaga de lirio.
4. Señalética.
5. Instalación de baños públicos.
6. Promoción y difusión.



7. PARQUE MUNICIPAL

El parque municipal es un parque que cuenta con palapas, asadores y juegos para niños, el cual está ubicado frente a la laguna, casi al inicio del malecón, por lo cual tiene una excelente ubicación, es muy frecuentado por familias que disfrutan y realizan diferentes eventos como convivios, fiestas de cumpleaños, etc. El acceso al parque tiene un costo significativo de 8 pesos para adultos y 5 pesos para niños.

Necesidades específicas

1. Mantenimiento a áreas verdes.
2. Restauración de baños.
3. Restauración de palapas.
4. Restauración de juegos.
5. Promoción y difusión.
6. Señalética.



8. PARADOR TURISTICO CENTRO GASTRO ARTESANAL

El parador turístico mejor conocido como Centro Gastro Artesanal, es un recinto que cuenta con dos plantas; en la planta baja podemos encontrar artesanías del municipio y gran variedad de detalles para los turistas, en la planta alta podemos encontrar diferentes tipos de comida como lo son comida típica, mariscos, comida rápida, carnes asadas y mucho más.

El lugar cuenta con una excelente ubicación ya que se encuentra a la orilla de la laguna de Yuriria, también cabe destacar que tiene buenas instalaciones que cuentan con un amplio comedor, baños y una extraordinaria vista.

Necesidades específicas

1. Mobiliario de sillas y mesas para comensales.
2. Mobiliario y equipo para restauranteros.
3. Bocinas para áreas comunes.
4. Restauración de baños.
5. Colocación de pantallas en áreas comunes.
6. Lámparas para alumbrado de áreas comunes.
7. Área de descanso en el primer piso (bancas y mesas).



9. HOTEL CASA LOS OLIVOS

La casa de los olivos es un pequeño hotel de 3 habitaciones, ubicado en el centro de la ciudad en donde la propietaria se ha encargado de cuidar cada detalle al paso que va remodelando cada uno de sus rincones, en el futuro se pretende que se convierta en el primer hotel boutique del municipio, actualmente se toma en cuenta la calidad de sus camas y amenidades para que los visitantes tengan la mejor experiencia posible.



Necesidades específicas

1. Formalización de la empresa para poder ofrecer el servicio de facturación, lograr integrarse al RET, certificaciones, entre otras.
2. Aparecer en diferentes plataformas de reservación de hoteles.
3. Promoción y difusión.
4. Capacitación.



10. VIÑEDO ZENDA MEZQUITES

Viñedo “Senda mezquites”, es un viñedo que se encuentra a solo unos minutos del centro de la ciudad, es un viñedo en proceso de crecimiento. Actualmente los propietarios se encuentran trabajando arduamente en el proceso que lleva el crecimiento de la uva, para en el futuro poder maquilar su propio vino.

La intención principal a mediano plazo es convertirlo en un sitio turístico donde los visitantes puedan venir a conocer el procesamiento del vino y que lo puedan venir a degustar, y brindarle así al turista una grata experiencia en Yuriria Pueblo Mágico.

En la actualidad este espacio ha sido utilizado para llevar a cabo variedad de eventos, incluso bodas

civiles y se pretende seguir realizando diferentes actividades y eventos sociales.

Necesidades específicas:

1. Asesoría agronómica acerca del crecimiento de la uva.
2. Infraestructura para construir un sitio de venta de vinos y alimentos.
3. El estacionamiento es reducido.
4. Asesoría para realizar un modelo de negocio.
5. Asesoría para la realización de eventos.
6. Promoción y difusión.
7. Señalética.



11. HOTEL POSADA YURIRIAPÚNDARO

El Hotel Posada Yuririapúndaro es una empresa familiar de giro de hospedaje, está ubicado en el corazón de la ciudad en la calle José María Morelos #7, en plena zona centro, frente a la emblemática parroquia de Nuestra Señora del Socorro y San Pablo. Fue iniciado hace más de 45 años como posada. Funcionó por muchos años bajo el concepto de posada, hasta que se decidió dar un giro en su servicio, apostando a ser renovado como “Hotel Boutique”.

El hotel cuenta con un diseño tradicional tipo “casona” donde puedes encontrar un patio central y habitaciones a su alrededor. Actualmente el sitio se encuentra en completa remodelación, desde su patio central hasta baños y cada una de las habitaciones. La familia ha decidido innovar e implementar diversas acciones aprovechando los espacios con los que ya se cuenta y por supuesto su excelente ubicación.

En las instalaciones del hotel podemos encontrar un patio común en el centro, 14 habitaciones en total, 5 de ellas con baño propio, 11 sin baño y 3 baños compartidos. Cuenta con una capacidad máxima para 45

personas. Sus principales visitantes son de Ciudad de México, León, Querétaro y Michoacán.

La empresa pretende ofrecer servicio de alimentos para los huéspedes y al mismo tiempo poder aprovechar la hermosa vista de su azotea, mediante la creación de una terraza que se convierta en restaurante o bar.

Necesidades Específicas:

1. Financiamiento para continuar con la remodelación.
2. Apoyo con mobiliario y equipamiento para restaurante
3. Apoyo con mobiliario y equipamiento para habitaciones.
4. Apoyo de materia prima para remodelación como pisos y pinturas.
5. Apoyo con modelo de negocio.
6. Apoyo de imagen publicitaria y mercadotecnia.
7. Promoción y difusión.



12.CASA YURIRIAPÚNDARO CENTRO ARTESANAL

Casa Yuririapúndaro Centro Histórico, es una casona la cual fue adecuada como parador turístico, en ella puedes encontrar comida tradicional en el restaurante - café “La casona” el cual ofrece desde gorditas de diferentes guisos, tortillas hechas a mano, enchiladas, molcajetes, carnes asadas, y mucho más. Está ubicada en el centro histórico en el portal Iturbide #1.

En ella puedes encontrar variedad de artesanías, souvenirs, ropa tradicional bordada a mano,

juguets, así como artesanos dedicados a la elaboración de cestería hechos a base de tule y otros productos tradicionales de la región y de México.

Necesidades Específicas:

1. Promoción y difusión
2. Mobiliario y equipamiento de exhibición
3. Señalética



6.2 REPORTE FINANCIERO DEL DESTINO TURÍSTICO

PLAN DE NECESIDADES		Yuriria ,Guanajuato			
PROYECTO	No.	FASE 1 Tipo de Necesidad	FASE 2 Necesidad Especifica	Fase 3 Presupuesto Estimado	Inversión total estimada
1. LAGO CRÁTER "LA JOYA"	1	Infraestructura	Mantenimiento a áreas verdes	\$50,000.00	
	2	Infraestructura	Mantenimiento de palapas	\$100,000.00	
	3	Infraestructura	Mantenimiento de juegos	\$100,000.00	
	4	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
					Inversión total
2. VIRGEN DEL PEÑASCO	1	Infraestructura	Reestructuración de escalinatas	\$150,000.00	
	2	Infraestructura	Renovación del altar	\$100,000.00	
	3	Infraestructura	Mantenimiento de áreas verde	\$50,000.00	
	4	Infraestructura	Mantenimiento de los baños	\$50,000.00	
	5	Infraestructura	Construcción de una zona gastronómica	\$300,000.00	
	6	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
				Inversión total	\$ 750,000.00
3. TEMPLO DE LA PRECIOSA SANGRE DE CRISTO	1	Estratégico	Proyecto de restauración del templo	\$500,000.00	
	2	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
				Inversión total	\$ 600,000.00
4. PARROQUIA DE NUESTRA SEÑORA DEL SOCORRO Y SAN PABLO	1	Estratégico	Proyecto para acciones de mantenimiento preventivo del inmueble	\$150,000.00	
	2	Estratégico	Plan de trabajo para la realización de eventos	\$50,000.00	
	3	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
				Inversión total	\$ 300,000.00

5. MUSEO EX CONVENTO AGUSTINO DE SAN PABLO	1	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 100,000.00
6. LAGUNA DE YURIRIA	1	Estratégico	Plan estratégico para erradicar o disminuir la plaga de lirio	\$1,000,000.00	
	Inversión total				\$ 1,000,000.00
7. MALECÓN DE LA LAGUNA DE YURIRIA	1	Equipamiento	Colocación de botes de basura	\$70,000.00	
	2	Infraestructura	Construcción de zona de baños	\$270,000.00	
	3	Estratégico	Plan de trabajo para la realización de eventos	\$100,000.00	
	4	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 540,000.00
8. PARQUE MUNICIPAL	1	Infraestructura	Mantenimiento en áreas verdes	\$50,000.00	
	2	Infraestructura	Mantenimiento a los baños públicos	\$100,000.00	
	3	Infraestructura	Mantenimiento a las palapas	\$150,000.00	
	4	Infraestructura	Cambio de juegos infantiles		
	5	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
Inversión total				\$ 400,000.00	
9. PARADOR TURÍSTICO GASTRO ARTESANAL	1	Equipamiento	Mobiliario de mesas y sillas	\$50,000.00	
	2	Equipamiento	Mobiliario de restaurantes para locatarios	\$200,000.00	
	3	Equipamiento	Bocinas para áreas comunes	\$40,000.00	
	4	Equipamiento	Pantallas para áreas comunes	\$90,000.00	
	5	Equipamiento	Iluminación en áreas comunes	\$30,000.00	
	6	Equipamiento	Áreas de descanso en primer piso (Zona artesanal)	\$150,000.00	
	7	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
Inversión total				\$ 660,000.00	

10. CASA DE LOS OLIVOS	1	Capacitación	Capacitación en manejo de plataformas de hospedaje	\$30,000.00	
	2	Capacitación	Temas administrativos del manejo del hotel	\$30,000.00	
	3	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
	Inversión total				\$ 160,000.00
11. VIÑEDO SENDA MEZQUITES	1	Estratégico	Elaboración de un modelo de negocios	\$150,000.00	
	2	Estratégico	Asesoría para el para el desarrollo de la uva	\$200,000.00	
	3	Estratégico	Plan de trabajo para la realización de eventos	\$50,000.00	
	4	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
Inversión total				\$ 500,000.00	
12. HOTEL POSADA YURIRIAPUNDARO	1	Estratégico	Elaboración para modelo de negocios Hotel-Restaurante	\$150,000.00	
	2	Equipamiento	Mobiliario y equipamiento para restaurante	\$500,000.00	
	3	Infraestructura	Mobiliario y equipamiento para hotel	\$750,000.00	
	4	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
Inversión total				\$ 1,500,000.00	
13. CASA YURIRIAPUNDARO	1	Equipamiento	Equipamiento para exhibición de mercancía	\$150,000.00	
	4	Estratégico	Estrategia de comunicación y promoción	\$100,000.00	
Inversión total				\$ 250,000.00	
14. ESTRATÉGICO MUNICIPIO	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		
	* Detección de necesidades				
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 \$10,110,000.00



*Parroquia, Yuriria,
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 *Yuriria se ubica en una fase de desarrollo* porque el destino tiene más *promoción*, el número de turistas va en aumento, las actividades turísticas en el destino están mucho *más formalizadas*, ya existen empresas promotoras de viajes y turismo, el sector se está organizando y cuenta con mejor infraestructura para llevar a cabo proyectos turísticos.

Los atractivos *naturales, históricos, culturales y la gastronomía* están mejor posicionados, al disponer de información sobre el comportamiento de los visitantes, la atención al cliente y el seguimiento de los servicios, los propios proveedores de productos y servicios turísticos están bien establecidos y *plenamente inmersos en la dinámica del turismo*, haciendo de esta actividad su *principal fuente de ingresos*.



- Fuente Propia



Templo de la Preciosa Sangre de Cristo, Yuriria, Guanajuato.

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

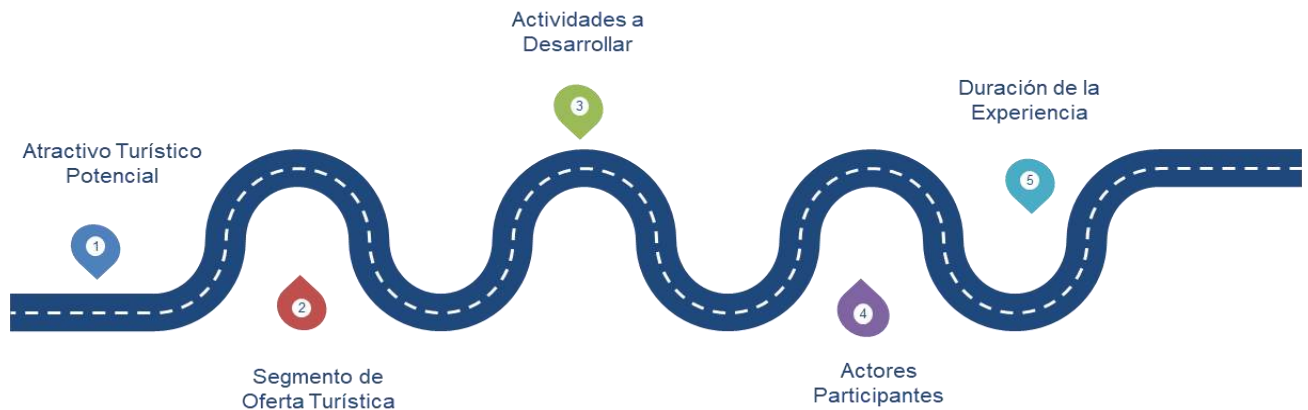
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

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

GTO **G** **Guanajuato**
Vive Grandes Historias

CIRCUITO 1

Zona Centro, Yuriria

- ✓ **Desayuno en parador turístico, centro gastro artesanal.**
- ✓ Recorrido de templos y parroquias
 - Templo de la preciosa sangre de cristo.
 - Parroquia de nuestra señora del Socorro y San Pablo
 - Museo Ex convento
- ✓ **Comida en Casa Yuririapúndaro centro artesanal**
- ✓ **Recorrido en la laguna y malecón de Yuriria.**

- ✓ **Visita al parque municipal**
- ✓ **Cena en los alrededores de cabecera municipal**
- ✓ **Hospedaje en Casa Los Olivos/ Hotel posada Yuririapúndaro**
- ✓ **Desayuno en parador turístico, centro gastro artesanal/ Casa Yuririapúndaro centro artesanal**

9:00 a.m – 11:30 a.m (2da día)

Viñedo Zenda Mezquites

- ✓ **Recorrido y experiencia en el viñedo.**

12:00 p.m – 4:00 .m

GUANAJUATO.MX

Crece

Segmento de oferta turística

1. Cultural- religioso
2. Histórico;
3. Gastronómico;
4. Enológico.

Actividades a desarrollar

1. Recorrido en atractivos turísticos en cabecera municipal;
2. Tour de compras;
3. Recorrido en Pueblo Mágico Jalpa de Cánovas;
4. Degustación de licores y cajeta.

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

1. Dos días (Pernoctar 1 noche) en Hotel Posada Yuririapúndaro/Hotel Casa Los Olivos.

*Terraza Hotel Posada
Yuririapúndaro, Yuriria,
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 38%** 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 **Yuriria** solamente un **1%** 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 debe 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

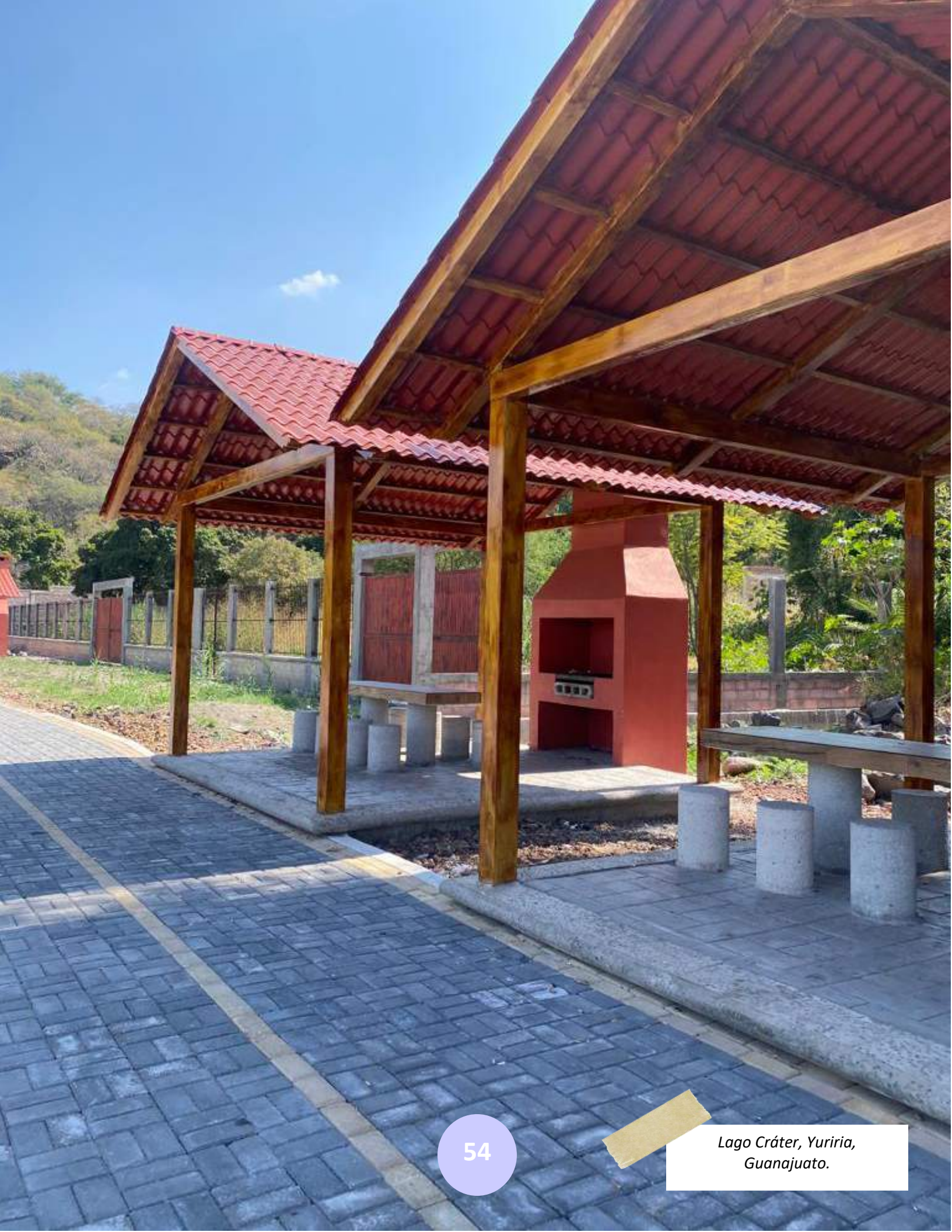
1. Promover la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible en establecimientos del sector turístico, eventos y en todas aquellas actividades propias del turismo en el destino, preservando los recursos naturales, culturales e históricos que sean parte fundamental del atractivo turístico.

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.



10. CONCLUSIONES

- Tras el análisis llevado a cabo, se pueden destacar las **grandes potencialidades turísticas** que se han visitado en el municipio de **Yuriria, Guanajuato**. Este municipio cuenta con una **amplia gama de atractivos turísticos**, folklore, museos, festividades culturales e históricas, así como centros de esparcimiento con atractivos naturales.
- Se puede considerar que el municipio de **Yuriria** como destino turístico se encuentra en una **fase de desarrollo**, por lo que deberán generarse diferentes acciones de planificación, gestión, comunicación y promoción atendiendo la etapa de desarrollo en la que se encuentra el municipio.
- 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**. 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.
- Prevalecer 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 **desarrollo de imagen y marca 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

Yuriria





Centro Histórico

Museo Ex Convento y Malecón



Centro Histórico

Museo Ex Convento y Malecón



Centro Histórico

Museo Ex Convento y Malecón



Centro Histórico

Museo Ex Convento y Malecón



Centro Histórico

Museo Ex Convento y Malecón



Interior

Museo Ex Convento



Salida a Malecón



Parador Gastronómico



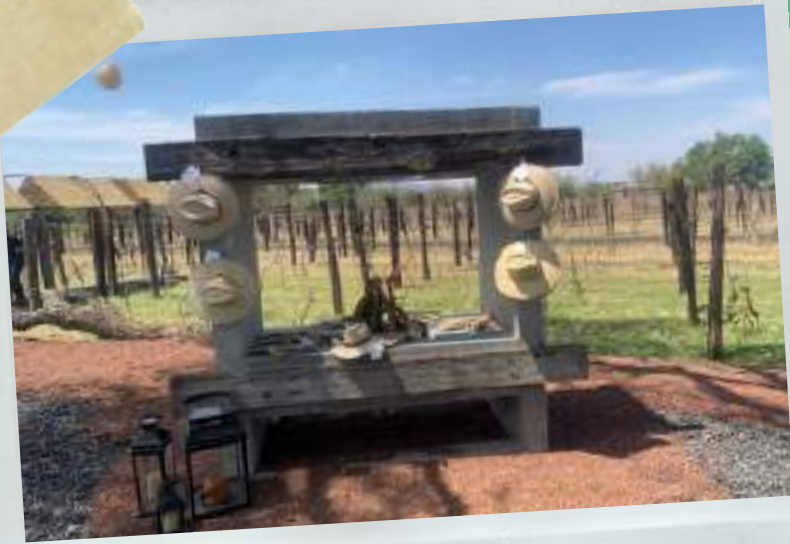
Viñedo “Senda Mezquites”



Viñedo “Senda Mezquites”



Viñedo “Senda Mezquites”



Viñedo “Senda Mezquites”



Viñedo “Senda Mezquites”



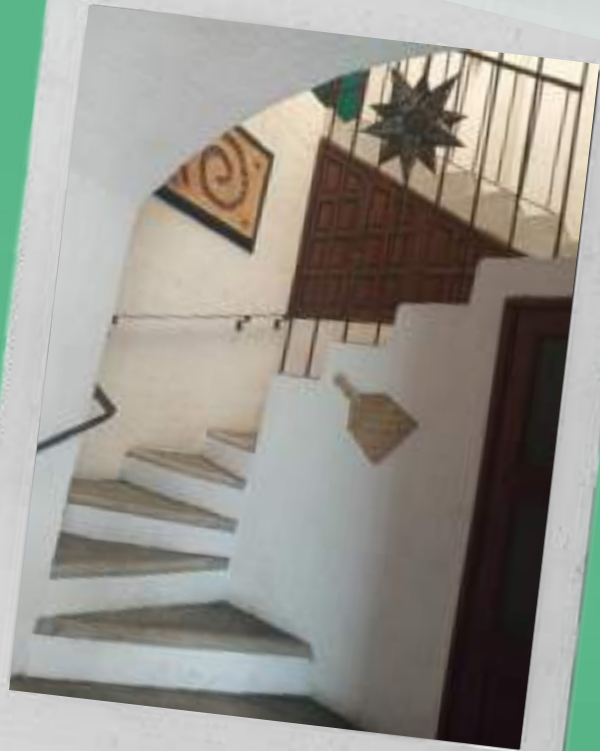
Viñedo “Senda Mezquites”



Viñedo “Senda Mezquites”



Portal Corregidora



La Casa de los Olivos



La Casa de los Olivos



La Casa de los Olivos



La Casa de los Olivos



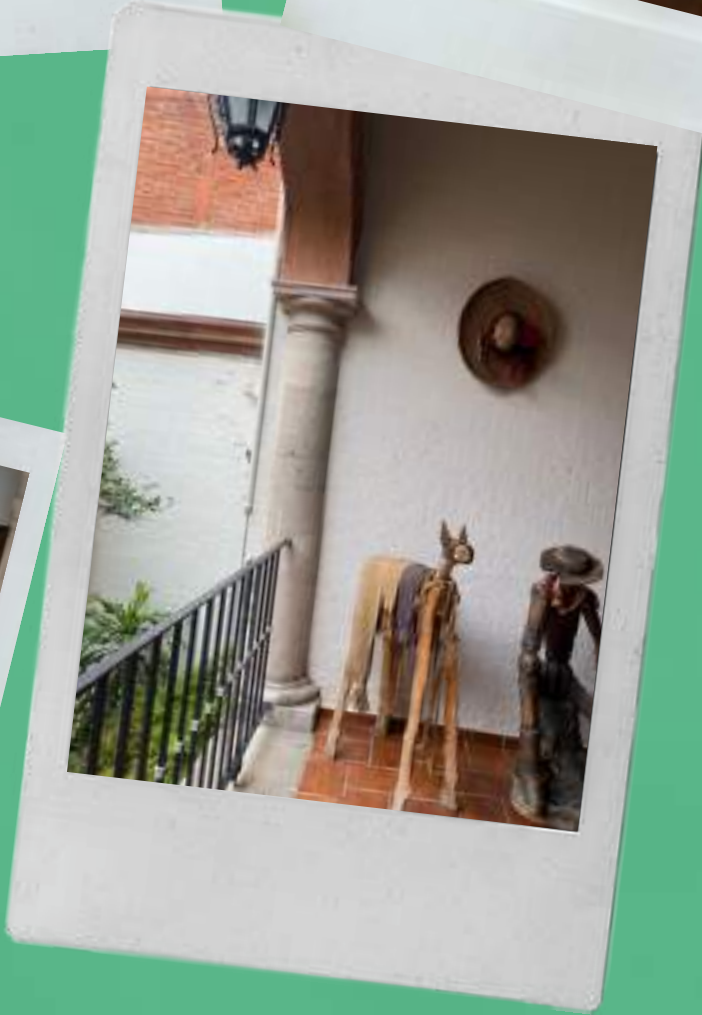
La Casa de los Olivos



La Casa de los Olivos



La Casa de los Olivos



La Casa de los Olivos



La Casa de los Olivos



Lago Cráter



Lago Cráter



Lago Cráter



Lago Cráter



Virgen del Peñasco



Virgen del Peñasco



Templo de la
preciosa sangre de
cristo



Templo de la
preciosa sangre
de cristo



Laguna y Malecón



Laguna y Malecón



Laguna y Malecón



Parque Municipal



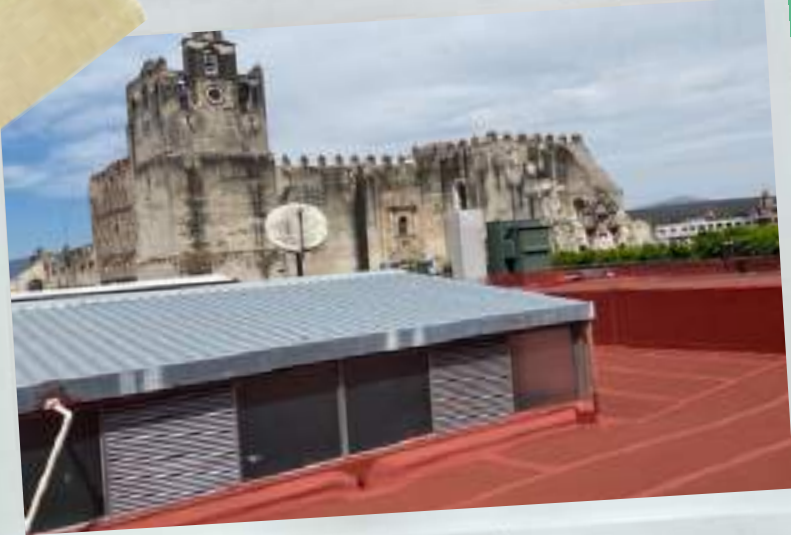
Parque Municipal



Parque Municipal



Casona Casa Magaña



Casona Casa Magaña



Parroquia



Parroquia

ANEXO
PLAN DE TRABAJO

Plan de trabajo "LAGO CRÁTER LA JOYA"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura	Mantenimiento de palapas	Plan de limpieza y mantenimiento	12 meses
	Estratégico	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de colaboraciones, *Sitio web de destino atractivo, *Creación de estrategias de marketing.	12 meses

Plan de trabajo "VIRGEN DEL PEÑASCO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura	Reestructuración de escalinatas	Proyecto ejecutivo de reestructuración	12 meses
	Infraestructura	Renovación del altar	Proyecto ejecutivo	6 meses
	Infraestructura	Mantenimiento a los alrededores de la virgen del peñasco	Proyecto ejecutivo para mantenimiento	12 meses
	Infraestructura	Mantenimiento a los baños	Plan de mantenimiento	6 meses
	Infraestructura	Determinar zona gastronómica	Proyecto ejecutivo	6-8 meses
	Estratégico	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de colaboraciones, *Sitio web de destino atractivo, *Creación de estrategias de marketing.	12 meses

Plan de trabajo "TEMPLO DE LA PRECIOSA SANGRE DE CRISTO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Desarrollo y búsqueda de colaboraciones, *Creación de estrategias de marketing.	12 meses
	Infraestructura	Mantenimiento en la parte exterior del templo	Proyecto ejecutivo	6 meses

Plan de trabajo "PARROQUIA DE NUESTRA SEÑORA DEL SOCORRO Y SAN PABLO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura	Restauración y mantenimiento	Proyecto ejecutivo de restauración y plan de mantenimiento mensual	1 año
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	1 año
	Estratégica	Realización de eventos	Plan y calendarización de eventos.	1 año

Plan de trabajo "MUSEO EX CONVENTO AGUSTINO SAN PABLO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégica	Falta de información	Recopilación de información detallada sobre el museo y exposición de dicha información al turista.	12 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	12 meses

Plan de trabajo "LAGUNA Y MALECÓN DE YURIRIA"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Equipamiento	Botes de basura	Selección y compra	2 meses
	Estratégico	Organización de eventos	Planeación y calendarización de eventos	12 meses
	Infraestructura	Instalación de baños públicos	Proyecto ejecutivo	6 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	1 año

Plan de trabajo "PARQUE MUNICIPAL"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura	Restauración de baños	Proyecto ejecutivo	6 meses
	Infraestructura	Restauración de palapas	Proyecto ejecutivo	6 meses
	Infraestructura	Restauración de juegos	Proyecto ejecutivo	6 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	1 año

Plan de trabajo "PARADOR TURÍSTICO CENTRO GASTRO ARTESANAL"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Equipamiento	Mobiliario de sillas y mesas	Selección y compra de mobiliario	3 meses
	Equipamiento	Mobiliario y equipo para restauranteros	Selección y compra de equipo y mobiliario	3 meses
	Equipamiento	Bocinas	Compra e instalación de bocinas para áreas comunes	3 meses
	Infraestructura	Restauración de baños	Proyecto ejecutivo	6 meses
	Equipamiento	Pantallas	Compra e instalación de pantallas para áreas comunes	3 meses
	Equipamiento	Lámparas para alumbrado	Instalación de alumbrado en áreas comunes	3 meses
	Infraestructura/ equipamiento	Áreas de descanso (banacas y mesas)	Proyecto ejecutivo	6 meses

Plan de trabajo "HOTEL CASA LOS OLIVOS"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégica	Formalización de empresa, registro y certificaciones	Plan de negocios	12-18 meses
	Estratégica	Registro en plataformas digitales de reservaciones de hotel	Activación en las plataformas con reservas online	3 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	12 meses
	Capacitación	Capacitación	Plan anual de capacitación	12 meses

Plan de trabajo "VIÑEDO ZENDA MEZQUITES"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Capacitación	Asesoría agronómica acerca del crecimiento de la uva	Plan de asesorías	6 meses
	Infraestructura	Construcción de sitio para venta de vinos y alimentos	Proyecto ejecutivo	12 meses
	Capacitación	Asesoría para realizar el modelo de negocios	Plan de asesoría	6-8 meses
	Infraestructura	Ampliación de estacionamiento	Proyecto ejecutivo	6 meses
	Estratégica	Realización de eventos	Plan y calendarización de eventos	12 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	12 meses

Plan de trabajo "HOTEL POSADA YURIRIAPUNDARO"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Infraestructura	Financiamiento para la remodelación	Recurso financiero	6-8 meses
	Equipamiento	Mobiliario y equipamiento para restaurante	Selección y compra	3 meses
	Equipamiento	Mobiliario y equipamiento para habitaciones	Selección y compra	3 meses
	Infraestructura	Materia prima para remodelación como pisos y pinturas	Selección y compra	3 meses
	Estratégica	Apoyo con modelo de negocios	Plan de negocios	12 meses
	Estratégica	Imagen publicitaria y mercadotecnia	Plan de mercadotecnia e imagen	12 meses
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	12 meses

Plan de trabajo "CASA YURIRIAPUNDARO CENTRO ARTESANAL"



	Fase 1 Levantamiento de necesidades	Fase 2 Actividad	Fase 3 Ejecución	Fase 4 Tiempo
Actividades	Tipo de necesidad	Necesidad específica	Lista de actividades	
	Estratégica	Promoción y difusión	*Desarrollo de Marketing digital, *Resaltar las principales atracciones, *Creación de estrategias de marketing. *Búsqueda de relaciones comerciales para la atracción de turistas.	12 meses
	Equipamiento	Mobiliario y equipamiento de exhibición	Selección y compra	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 en 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.