

COMPENDIO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA



GUANAJUATO 2014



guanajuato.mx



IMPULSO
Guanajuato

GUANAJUATO
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

Índice

1. Secretaría de Turismo	
1.1. Antecedentes.....	4
1.2. Filosofía.....	5
1.3. Estructura.....	6
2. Turismo en el mundo	
3. Turismo en México	
4. Turismo de Guanajuato en México	
4.1 Posición de Guanajuato en el país.....	23
4.2 Destinos principales del Estado.....	23
4.3 Guanajuato y los tesoros coloniales.....	25
4.4 Ruta histórica cultural.....	25
4.5 Ruta de negocios.....	26
5. Estadísticas de Guanajuato	
5.1 Indicadores económicos y socio demográficos.....	27
5.2 Infraestructura.....	29
5.2.1 Aeropuerto Internacional de Guanajuato.....	29
5.2.2 Hospedaje.....	31
5.2.3 Alimentos y Bebidas.....	34
5.2.4 Zonas Arqueológicas.....	34
5.2.5 Museos.....	36
5.3 Observatorio Turístico.....	38
5.3.1 Principales Resultados 2014.....	38
5.3.2 Encuentro Nacional e Internacional de Observatorios turísticos.....	39
5.3.3 Principales resultados del ENIOT 2014.....	40
5.4 Inversiones.....	42
6. Programas	
6.1 Registro Estatal de Turismo.....	44
6.2 Pueblos Mágicos.....	45
6.3 Ciudades Patrimonio de la Humanidad.....	48
6.4 Proyectos de inversión para el desarrollo de infraestructura básica de servicios al turista.....	50
6.5 Impuesto del 2 por ciento sobre el hospedaje y fondo mixto.....	55
6.5.1 Impuesto del 2 por ciento sobre el hospedaje.....	55
6.5.2 Recurso denominado Fondo Mixto destinado a la Promoción del estado de Guanajuato.....	56
6.6 Fábrica de Productos Turísticos.....	56
6.7 Comité de Evaluación de Eventos.....	63
6.8 Perfil del Visitante.....	82
6.9 Barómetro Turístico.....	85
7. Promoción Turística	
7.1 Viajes de Familiarización.....	87
7.2 Publicaciones No Pagadas.....	88
7.3 Proyectos Cinematográficos y Audiovisuales.....	88
7.4 Módulo de Información en el AIB.....	90
7.5 Sitio Web.....	93
7.6 Redes Sociales.....	94
7.7 Campañas Publicitarias.....	95
7.8 Monto de Recursos del CPTM.....	104

8. Enlace	
8.1 Secretarios de turismo del país.....	105
8.2 Funcionarios de la SECTUR.....	108
8.3 Fondo Nacional del Fomento al turismo FONATUR.....	109
8.4 Presidentes municipales del estado de Guanajuato.....	110
8.5 Secretarías y Dependencias en el Estado de Guanajuato.....	114
8.6 Oficinas de Convenciones y Visitantes y Comités Turísticos.....	117
8.7 Consejo Consultivo Turístico del estado de Guanajuato.....	118
8.8 Directorio Secretaría de Turismo del estado de Guanajuato.....	120

Introducción

Actualmente el turismo es una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. La actividad turística considera dos ejes principales. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza, el turismo constituye una actividad económica que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre, etc.

Por otro lado, el turismo cuenta con otro pilar denominado sociocultural, considerando la importancia de que a través del turismo el ser humano puede conocer de cerca y en vivo otras culturas, otras sociedades, otras formas de vivir y otros ambientes geográficos. Dada la relevancia de la actividad turística como instrumento de empleo, captación de divisas y motor del desarrollo regional, la Secretaría de Turismo del estado de Guanajuato conjunta esfuerzos con el objetivo de potencializar el crecimiento del sector.

En este documento, dada la importancia que representa el sector turístico en la economía del Estado de Guanajuato, se hace un recuento de los principales logros y resultados en materia turística, realizados e impulsados por la Secretaría de Turismo estatal.

Capítulo 1

Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato

1.1 Antecedentes

Antecedentes Históricos de la Secretaría de Turismo del Estado

- I. Comisión de Turismo hasta el año 1967;
- II. Departamento de Turismo hasta el año 1970;
- III. Dirección del Turismo hasta el año 1974;
- IV. Dirección General de Turismo hasta el año 1992;
- V. Subsecretaría de Turismo hasta el año 1997;
- VI. Coordinadora de Turismo del Estado hasta el año 2005;
- VII. Subsecretaría de Desarrollo Turístico de la Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable hasta el año 2007;
- VIII. Secretaría de Desarrollo Turístico, mediante Decreto Legislativo número 62, publicado en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Guanajuato de fecha 18 de mayo de 2007.
- IX. A partir del 21 de mayo de 2013 la Secretaría de Desarrollo Turístico cambió su denominación a **Secretaría de Turismo (SECTUR)**. Publicado en el Periódico Oficial de Gobierno del Estado de Guanajuato número 81, en el que se publica el Decreto Legislativo Número 73.

1.2 Filosofía

Misión

Dirigir y fomentar la actividad turística de Guanajuato con una visión estratégica y corresponsable a través de su planeación, desarrollo y promoción para su posicionamiento en mercados nacionales e internacionales, que fortalezcan la competitividad del sector en su industria expresado en mayores empleos y calidad de vida para los guanajuatenses.

Visión

Posicionar a Guanajuato como un destino turístico competitivo y líder en el mercado turístico nacional, distinguido por la calidad y diversidad de su oferta y por el desarrollo ordenado y sustentable de sus regiones, que habrán logrado atraer e incrementar la demanda e inversión en beneficio de la economía estatal y su población.

Visión 2030

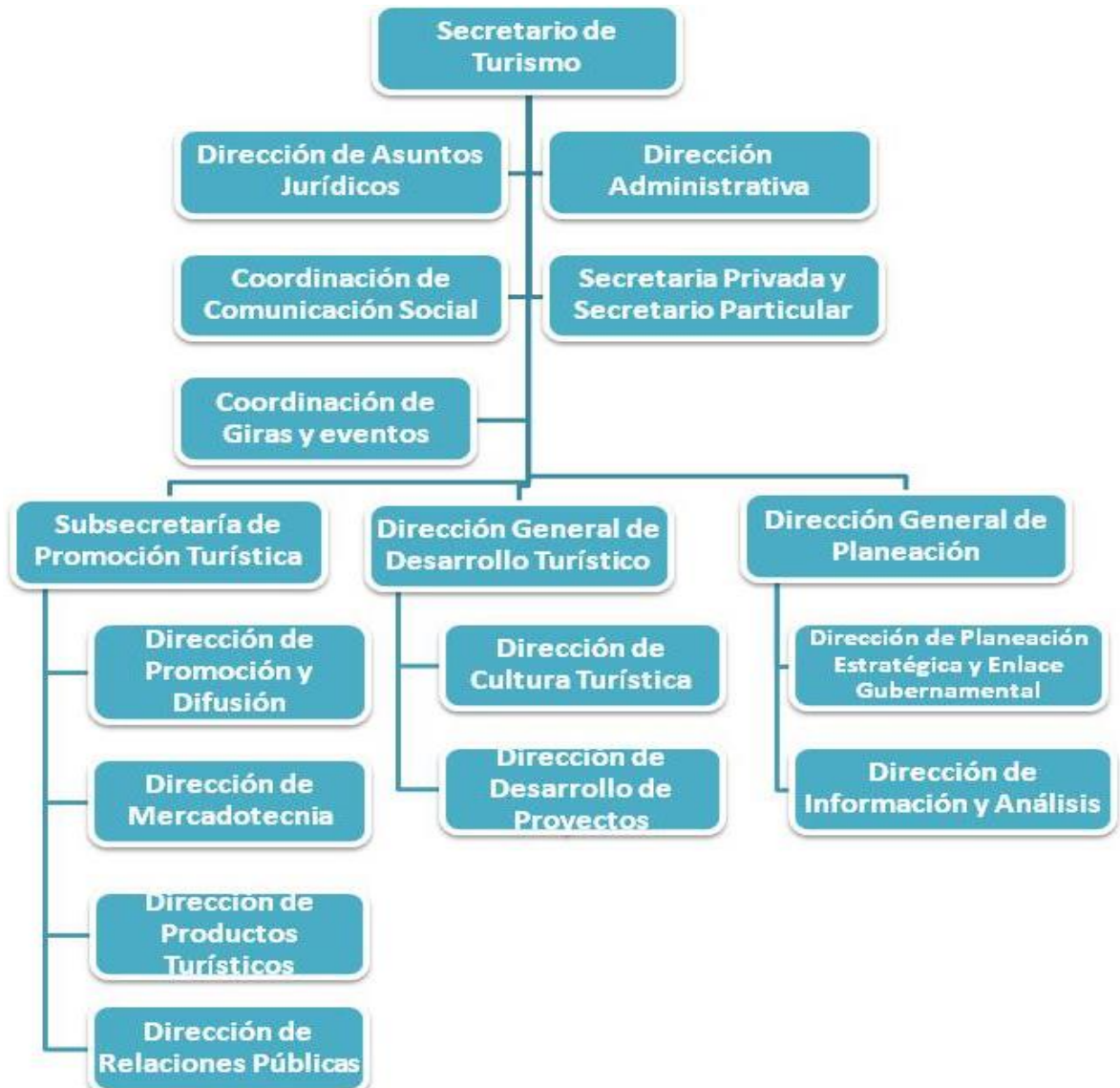
La marca turística "Guanajuato" estará posicionada como un destino competitivo y líder en el mercado turístico nacional, distinguido por la calidad y diversidad de su oferta y por el desarrollo ordenado y sustentable de sus regiones, que habrá logrado atraer e incrementar la demanda e inversión en beneficio de la economía estatal y su población.

Valores

- I. **Honestidad:** Mantener la compostura y expresarse con coherencia y sinceridad.
- II. **Lealtad:** Corresponder el compromiso de fidelidad que tenemos, para entablar una relación profunda con la secretaría y con la sociedad.
- III. **Trabajo en equipo:** Aportar y sumar capacidades y esfuerzos, en beneficio de la sociedad.
- IV. **Espíritu de Servicio:** Hacer propias las necesidades ajenas y buscar una solución conjunta.
- V. **Respeto:** Consideración hacia los demás personas, tolerar las ideas y costumbres así como valorar los intereses y necesidades de los demás individuos.
- VI. **Disciplina:** Alinear ordenada y perseverantemente la voluntad, el tiempo y los recursos, en la consecución de un objetivo.
- VII. **Eficiencia:** Alinear ordenada y perseverantemente la voluntad, el tiempo y los recursos, en la consecución de un objetivo.
- VIII. **Eficacia:** Obtener el resultado deseado, con el mínimo de recursos y por medios éticos y adecuados.
- IX. **Equidad:** Búsqueda constante de la justicia social, la que asegura a todas las personas condiciones de vida como de trabajos dignos y equivalentes.
- X. **Compromiso:** Ir más allá de cumplir con una obligación, es poner en juego nuestras capacidades para sacar adelante todo aquello que se nos ha confiado.
- XI. **Fortaleza:** Capacidad de soportar o vencer los obstáculos que se oponen al bien y a nuestro progreso.
- XII. **Prudencia:** La reflexión y consideración de los efectos que pueden producir nuestras palabras y acciones, teniendo como resultado un actuar correcto en cualquier circunstancia.
- XIII. **Solidaridad:** Colaborar de manera desinteresada por el bien común y una mejor organización social.

1.3 Estructura

La Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, actualmente cuenta con las siguientes áreas:



Fuente: Organigrama SECTUR Guanajuato 2014.

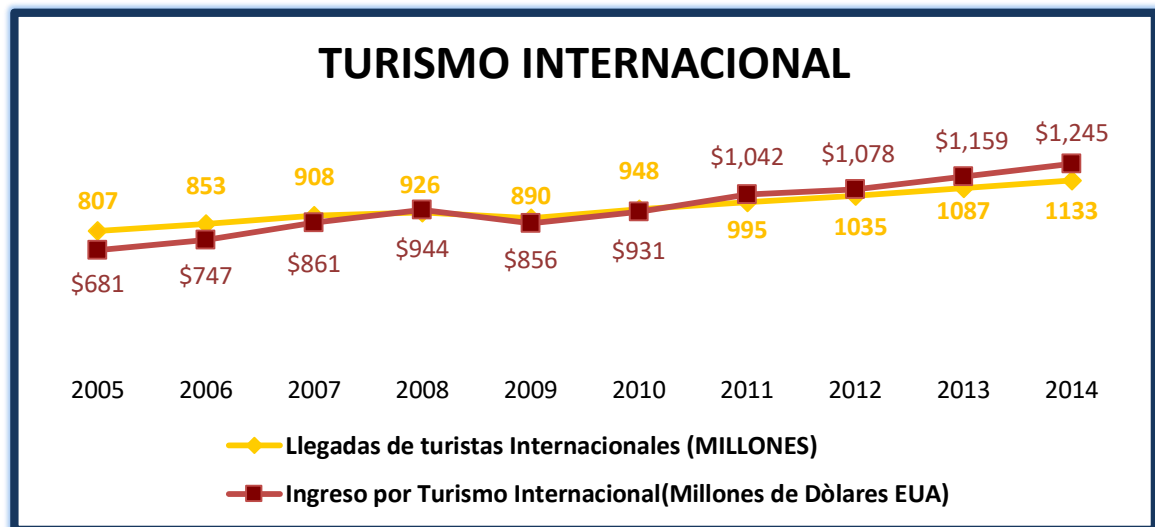
Capítulo 2

Turismo en el Mundo

2.1 Comportamiento y Tendencias

2014 fue un año que marcó un parteaguas para el turismo internacional. El sector turístico mostró una inminente mejoría superando las expectativas esperadas comparadas con el año anterior, así como el impulso de ofertas turísticas que marcaron un crecimiento en el ámbito laboral a nivel mundial, a pesar de los retos económicos y geopolíticos que persisten. Asimismo, el turismo ha sido uno de los pocos sectores que ha aportado los mejores rendimientos económicos a nivel mundial.

Los resultados positivos obtenidos, propician un entorno favorable para otro año de buenos indicadores para el turismo internacional. Para continuar con éste desarrollo global, la OMT incita a los gobiernos nacionales a que continúen forjando estrategias de apoyo al sector, así como a cumplir sus compromisos para un crecimiento justo y sostenible.



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. OMT, Barómetro Turístico.

En 2014 se registró la llegada de 1 mil 133 millones de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) mostrando una variación positiva del 4 por ciento con relación al año anterior.

Los ingresos por turismo internacional en 2014 ascienden a \$1 mil 245 millones de dólares presentando una variación del 4 por ciento en comparación con 2013 a precios constantes.

2.2 Estadísticas por destino

Considerando los datos de la OMT para 2014, no hubo ninguna modificación en la posición de los primeros tres lugares en relación a 2013 quienes se ubicaron al inicio en llegada de turistas internacionales fueron: Francia, Estados Unidos y España.

El año 2014 marcó el inicio de una tendencia en el turismo en México, siendo éste el año con la mejor posición ubicándose en el décimo lugar escalando cinco posiciones en comparación a 2013, desplazando a países como Tailandia, Malasia, Austria y Hong Kong (China).

México se ubicó en la décima posición, recibiendo a 29.1 millones de turistas equivalente a una variación del 20.5 por ciento comparado con 2013.

Adentrándonos al ámbito internacional, Francia lidera la lista de posiciones con un total de 83.7 millones de turistas obteniendo un ligero aumento en relación a 2013, mientras que Tailandia sale del ranking de los diez primeros lugares, desplazando también a Hong Kong que se ubica en la onceava posición.

Asimismo, México se ubicó en el lugar 22 en ingreso de divisas por turismo internacional.

Llegadas de Turistas Internacionales (millones de personas)				
Ranking 2014	2012	2013	2014	Var % 14/13
Mundial	1,038	1,087	1,135	4.4%
1 Francia	82.0	83.6	83.7	0.1%
2 EE. UU.	66.7	69.9	74.7	6.9%
3 España	57.5	60.7	65.0	7.1%
4 China	57.7	55.7	55.6	-0.1%
5 Italia	46.4	47.7	48.6	1.8%
6 Turquía	35.7	37.8	39.8	5.3%
7 Alemania	30.4	31.5	33.0	4.6%
8 Reino Unido	29.3	31.2	N.D	-
9 Rusia	25.7	28.4	29.8	5.3%
10 México	23.4	24.2	29.1	20.5%
11 Hong Kong	23.8	25.7	27.8	8.2%

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. OMT, Barómetro Turístico. INEGI, 2014.

Cifras preliminares de acuerdo con el Barómetro del Turismo Mundial, publicado en abril de 2015

En 2014, los ingresos por turismo internacional ascendieron a \$1 mil 245 millones de dólares registrando un 4 por ciento más que el año anterior, lo que representa un crecimiento del 5 por ciento a precios constantes.

México asciende una posición, ubicándose en el lugar número 22 captando \$16.3 miles de millones de dólares durante el año, mostrando una variación positiva del 16.6 por ciento con respecto a 2012 lo que da por resultado uno de los mejores años en la captación de divisas por turismo internacional.

Divisas por Turismo Internacional (miles de millones de dólares)				
Ranking 2014	2012	2013	2014	Var % 14/13
Mundial	1,115	1,197	1,245	4.0%
1 EE. UU.	161.2	173.1	177.0	2.3%
2 España	58.2	62.6	65.2	4.2%
3 China	50.0	51.7	56.9	10.1%
4 Francia	53.7	56.7	55.4	-2.3%
5 Macao	43.9	51.8	50.8	-1.9%
6 Italia	41.2	43.9	45.5	3.6%
7 Reino Unido	36.6	41.0	45.3	10.5%
8 Alemania	38.1	41.3	43.3	4.8%
9 Tailandia	33.9	41.8	38.4	-8.1%
10 Hong Kong	33.1	38.9	38.4	-1.3%
22 México	12.7	13.9	16.3	16.6%

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. OMT, Barómetro Turístico. INEGI, 2014.

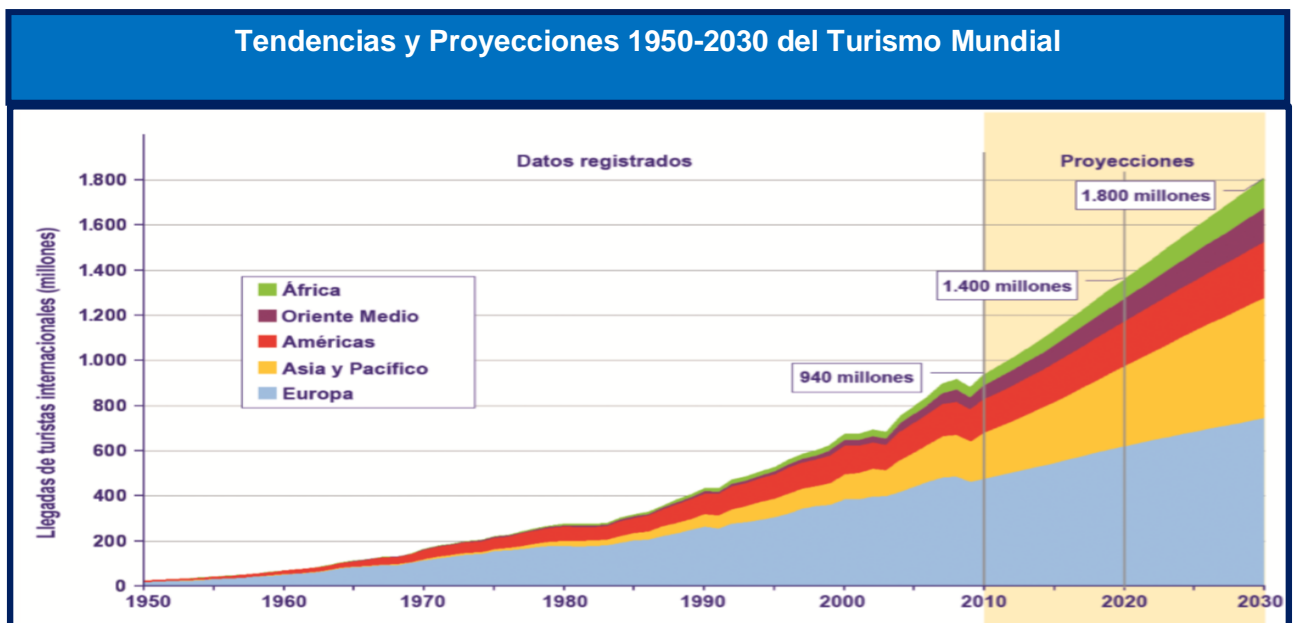


2.3 Proyecciones

Por parte de la OMT se realiza el estudio “Tourism Towards 2030” (Turismo hacia 2030) el cual ofrece un pronóstico a largo plazo actualizado y una evaluación del desarrollo del turismo para las dos próximas décadas, de 2010 a 2030. El nuevo estudio sustituye al anterior “Turismo: Panorama 2020”, que se ha convertido en referencia mundial para las previsiones sobre turismo internacional.

De acuerdo con este informe, se calcula que el número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo crecerá un promedio del 3.3 por ciento al año durante el periodo comprendido entre 2010 y 2030. Con el tiempo, la tasa de crecimiento irá disminuyendo paulatinamente del 3.8 por ciento en 2012 al 2.9 por ciento en 2030, partiendo de la base de unas cifras cada vez mayores.

En términos absolutos, las llegadas de turistas internacionales aumentarán en unos 43 millones al año, frente a un incremento medio de 28 millones anuales registrado en el periodo comprendido entre 1995 y 2010. De acuerdo al ritmo de crecimiento previsto, las llegadas de turistas internacionales en el mundo superarán la cifra de 1,400 millones en 2020 y 1,800 millones en 2030.



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. OMT, Barómetro Turístico, 2014.

Capítulo 3

La Actividad Turística en México

3.1 Comportamiento y tendencias

México en 2014 recibió cerca de 81 millones de visitantes internacionales¹, de ellos el 20 por ciento que equivale a más de 29 millones de personas se refieren a turistas.

El turismo internacional a México observó un incremento, sustentado por los aumentos del 37 por ciento en turismo fronterizo y disminuyó 7 por ciento en los excursionistas fronterizos.

Los visitantes internacionales a México realizaron en 2014 un gasto total de \$16 mil 258 millones de dólares presentando un incremento del 16% con relación a 2013.

En comparación con 2014, el turismo de internación mostró un crecimiento del 10 por ciento.

El gasto medio del visitante internacional en 2014 fue de \$201 dólares, presentando una variación positiva del 11 por ciento, mientras que el del turista internacional en específico fue de \$492 dólares en comparación con datos de 2013.

Durante 2014, los turistas hospedados en hoteles del País presentaron un comportamiento positivo con la llegada de 99.6 millones de turistas, que constituye un aumento del 4% en comparación con el año anterior.

¹ Toda persona que viaja por un periodo no superior a 12 meses, a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

3.2 Estadísticas del Sector

3.2.1 Visitantes internacionales y mercados emisores

El País recibió en 2014 a más de 80 millones de visitantes internacionales, mostrando un ligero incremento en comparación con el año anterior.

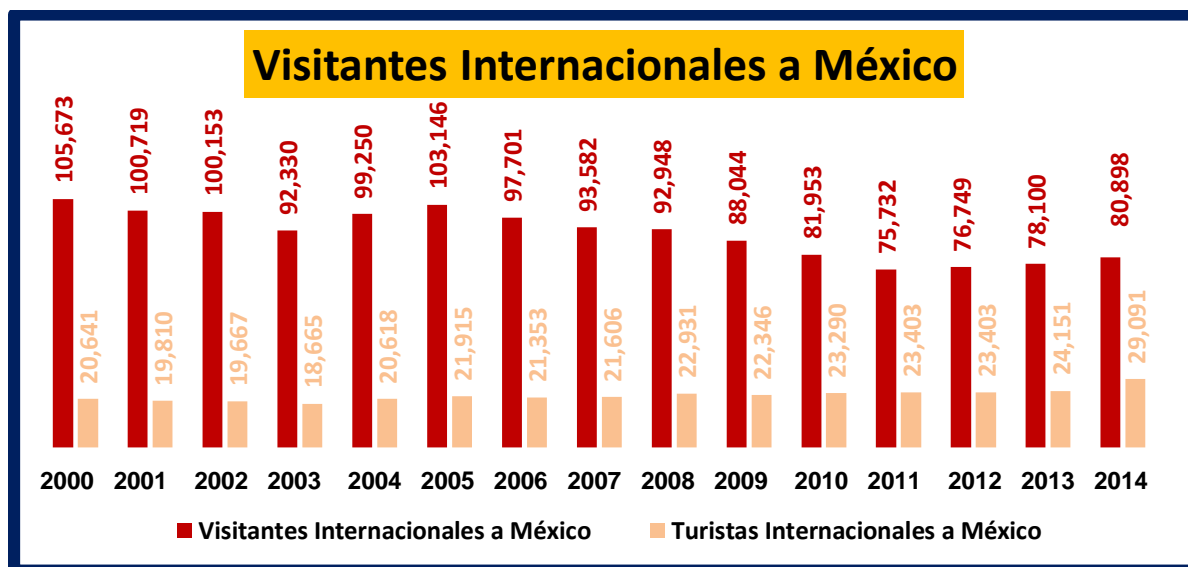
El 20 por ciento de los visitantes recibidos correspondió a turistas internacionales.

El turismo de internación mostró un aumento del 10 por ciento, mientras que los excursionistas fronterizos presentaron una disminución del 7 por ciento.

Reporte de Flujos Turísticos a México 2010-2014						
Miles de personas	2010	2011	2012	2013	2014	Variación 2013-2014
Visitantes Internacionales a México	81,953	75,732	76,749	78,100	80,898	4%
Turistas Internacionales a México	23,290	23,403	23,403	24,151	29,091	20%
Turismo Receptivo (internación)	13,327	13,237	13,665	14,562	15,959	10%
Turismo Fronterizo	9,962	10,166	9,738	9,589	13,132	37%
Excursionistas Internacionales	58,664	52,329	53,347	53,950	51,808	-4%
Excursionistas Fronterizos	52,615	47,039	48,148	49,394	46,024	-7%
Pasajeros en Crucero	6,048	5,289	5,199	4,555	5,784	27%

Fuente: SIIMT, Banco de México. Incluye la revisión y ajuste de cifras por parte de Banxico 2014.

Los turistas internacionales a México presentaron un aumento favorecido principalmente por el crecimiento del turismo de internación y de los excursionistas fronterizo. Sin embargo el turismo fronterizo y los pasajeros en crucero mostraron decrementos.



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. Banco de México, 2014

Respecto a los mercados emisores, los datos del SIOM (Sistema de Operación Migratoria) señalan que en 2014 el País recibió la llegada de más de 12 millones de pasajeros aéreos internacionales lo que representa un incremento del 9.7 por ciento en comparación con el año anterior.



Estados Unidos es el principal mercado emisor de turistas para México, incluyendo a los compatriotas residentes en ese país. Canadá es el segundo mercado emisor seguido de Inglaterra, España y Argentina.

A continuación se enlistan los principales países emisores desde 2014.

Ranking		2012	2013	2014	Var. 14/12	Var. 14/13
		Anual	Anual	Anual		
Total General		10,804,749	11,774,184	12,919,217	19.6%	9.7%
1	Estados Unidos	5,941,911	6,479,040	7,164,374	20.6%	10.6%
2	Canadá	1,571,543	1,599,425	1,676,681	6.7%	4.8%
3	Reino Unido	363,142	414,039	458,932	26.4%	10.8%
4	Colombia	163,725	262,653	328,213	100.5%	25.0%
5	España	278,812	282,255	310,123	11.2%	9.9%
6	Brasil	248,899	267,507	309,696	24.4%	15.8%
7	Argentina	251,221	257,820	246,404	-1.9%	-4.4%
8	Francia	202,855	199,866	213,863	5.4%	7.0%
9	Alemania	172,841	187,141	207,031	19.8%	10.6%
10	Venezuela	129,331	164,968	176,535	36.5%	7.0%
11	Italia	156,532	154,325	170,990	9.2%	10.8%
12	Perú	90,892	126,327	136,361	50.0%	7.9%
13	Chile	88,148	94,647	107,455	21.9%	13.5%
14	Japón	85,687	97,226	107,366	25.3%	10.4%
15	Rusia	77,034	107,770	85,006	10.3%	-21.1%
16	China	47,810	60,538	75,665	58.3%	25.0%
17	Corea del Sur	47,615	59,249	75,090	57.7%	26.7%
18	Australia	53,698	63,398	67,918	26.5%	7.1%
19	Guatemala	59,091	66,894	67,136	13.6%	0.4%
20	Costa Rica	59,361	62,507	66,356	11.8%	6.2%
21	Holanda	63,159	57,700	58,499	-7.4%	1.4%
22	Cuba	44,881	48,887	56,253	25.3%	15.1%
23	Ecuador	33,531	36,641	52,586	56.8%	43.5%
24	Suecia	36,867	43,156	44,568	20.9%	3.3%

25	India	28,534	33,860	42,683	49.6%	26.1%
	Otros	507,629	546,345	613,433	20.8%	12.3%

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. SIOM, Instituto Nacional de Migración, 2014

En 2014, el total de ingresos por turismo internacional en México asciende a más de \$16.2 mil millones de dólares, un incremento del 14% con relación a 2013.

Gasto						
Ingresos por Turismo Internacional						
Millones de dólares	2010	2011	2012	2013	2014	Variación 2013-2014
Visitantes Internacionales a México	\$11,992	\$11,869	\$12,739	\$13,949	\$16,258	14%
Turistas Internacionales a México	\$9,991	\$10,006	\$10,766	\$11,854	\$14,315	17%
Turismo Receptivo (internación)	\$9,443	\$9,448	\$10,199	\$11,312	\$13,564	16%
Turismo Fronterizo	\$548	\$558	\$568	\$542	\$751	28%
Excursionistas Internacionales	\$2,001	\$1,862	\$1,973	\$2,095	\$1,943	-16%
Excursionistas Fronterizos	\$1,472	\$1,384	\$1,533	\$1,737	\$1,524	-14%
Pasajeros en Crucero	\$529	\$479	\$440	\$358	\$418	14%

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. SIIMT, Banco de México, incluye la revisión y ajuste de cifras por parte de Banxico 2014.



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. SIIMT, Banco de México, incluye la revisión y ajuste de cifras por parte de Banxico 2014.

En 2014, el gasto medio del visitante presentó un incremento del 11% en comparación con el año anterior.

Gasto Medio						
Dólares	2010	2011	2012	2013	2014	Variación 2013-2014
Visitantes Internacionales a México	\$146.3	\$156.7	\$166	\$178.6	\$201	11%
Turistas Internacionales	\$429.0	\$427.6	\$460.1	\$490.8	\$492.1	0.2%
Turismo Receptivo (internación)	\$708.5	\$713.8	\$746.3	\$776.8	\$850	8%
Turismo Fronterizo	\$55.0	\$54.9	\$58.3	\$56.6	\$57.2	12%
Excursionistas Internacionales	\$34.1	\$35.6	\$37.0	\$38.8	\$37.5	-4%
Excursionistas Fronterizos	\$28.0	\$29.4	\$31.8	\$35.2	\$33.1	-6%
Pasajeros en Crucero	\$87.4	\$90.5	\$84.7	\$78.6	\$72.4	-7%

Fuente: Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. SIIMT, Banco de México, 2014.

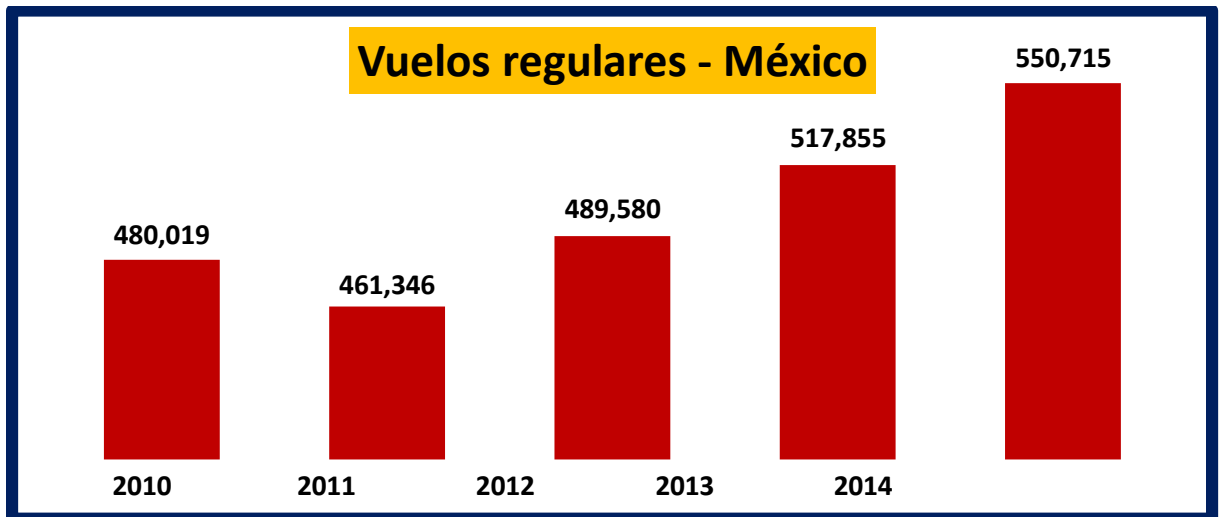
Por su parte, el gasto medio del turista de internación mostró una variación positiva del 8 por ciento.



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. SIIMT, Banco de México, 2014.

3.2.2 Transportación Aérea

Durante 2014, en los aeropuertos del País se registraron más de 550 mil vuelos regulares durante 2012. El 73 por ciento correspondió a vuelos nacionales y 27 por ciento a internacionales.



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información con información de Aeropuertos y Servicios Auxiliares, 2014.

El número de pasajeros nacionales en 2014 fue cerca de 33 millones de personas, mientras que la cantidad de pasajeros internacionales fue de 17.1 millones de personas.

En global, la llegada de pasajeros en vuelos regulares anual fue de 49.9 millones de personas, presentando un incremento del 9 por ciento en comparación con el año anterior.

3.2.4 Índice Nacional de Precios al Consumidor Turístico (INPC)

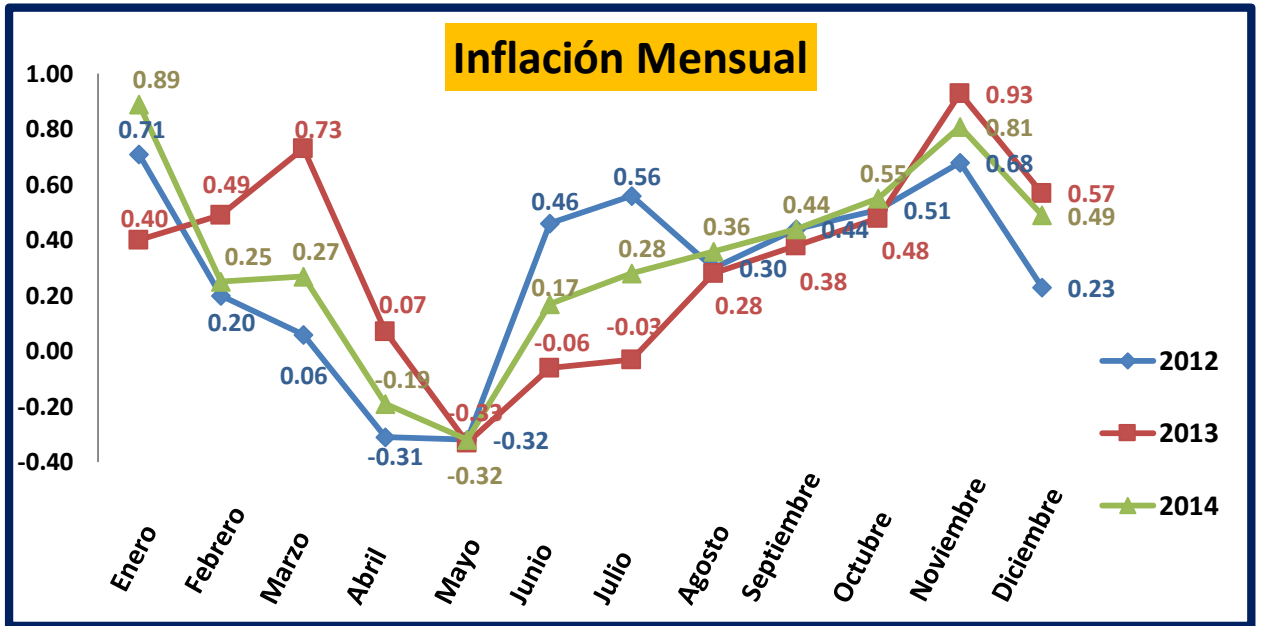
El Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) es un indicador económico que se emplea recurrentemente, cuya finalidad es la de medir a través del tiempo la variación de los precios de una canasta fija de bienes y servicios representativa del consumo de los hogares.

El INPC es el instrumento estadístico por medio del cual se mide el fenómeno económico que se conoce como inflación.

Se entiende por inflación, el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios que se expenden en una economía.

Dada la gran importancia que tiene el gasto familiar en el gasto de la economía, las variaciones del INPC consideran una buena aproximación de las variaciones de los precios de los bienes y servicios consumidos en el país.

En 2014, la inflación anual fue de 4.08 por ciento, mostrando una variación de +.11 por ciento con respecto a 2013.



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. Banco de México, 2014.

Índice Nacional de Precios al Consumidor						
Inflación Anual 2007-2012						
Año	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Inflación	3.57%	4.40%	3.82%	3.57%	3.97%	4.08%

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. Banco de México, 2014.

3.2.5 Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) proviene de la Encuesta Nacional sobre la Confianza del Consumidor (ENCO) elaborada conjuntamente por el INEGI y Banco de México, y refleja la percepción que los hogares urbanos de México tienen

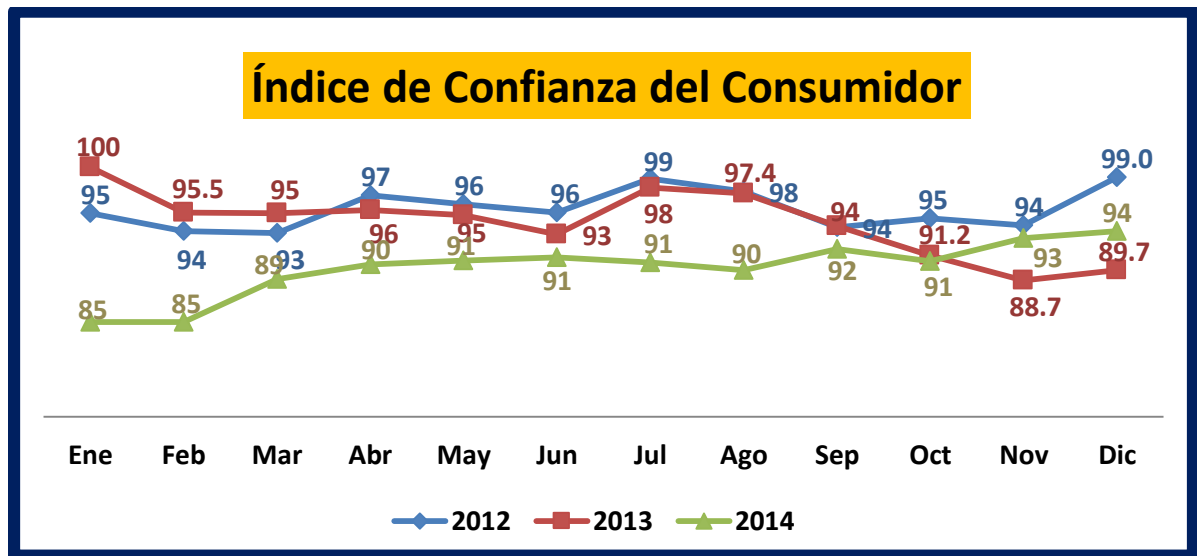
acerca del estado actual y la situación esperada de la economía de los propios hogares, así como del país en general.

La información se expresa en forma de índice con base en Enero de 2003=100, el cual resulta de promediar cinco índices parciales, de los cuales dos hacen referencia a la situación económica actual y esperada del hogar entrevistado, otros dos atienden a la situación económica actual y esperada del país y el quinto índice refleja qué tan propicio es el momento actual para la compra de bienes de consumo durable.

La relación del índice con el turismo radica en que un incremento en la confianza del consumidor favorece la intención de realizar un viaje.

La confianza de los consumidores mexicanos en 2014 alcanzó en el mes de diciembre un nivel de 99 puntos.

Durante 2014, el ICC mostró en la mayoría de los meses puntuaciones inferiores a las registradas en años anteriores.



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. INEGI, 2014.

Índice de Confianza del Consumidor 2009-2014						
Año	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Índice de Confianza del Consumidor	80.48	86.31	91.71	95.83	94.52	89.91

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. INEGI, 2014.

Nota: Los datos anuales corresponde al promedio de los datos mensuales.

3.2.6 Personas Ocupadas por Sectores

De acuerdo con los resultados de la Encuesta de Ocupación y Empleo (ENOE) del INEGI, al cuarto trimestre del 2014, 49.8 millones de personas se encontraban ocupadas en el país, lo que significa un 0.25 por ciento más que en el mismo periodo de 2013.

Las empresas que ofrecen servicios, como el comercio, la hotelería, el turismo, las comunicaciones, y otras, corresponden al sector terciario, en 2014 este sector empleó al mayor número de personas en proporción al total: 30.5 millones de personas que representan el 61% del total.

Población Nacional Ocupada según el Sector de Actividad		
Cuarto Trimestre 2014		
Sector	Población Ocupada	Participación
Total	49,823,798	100%
Primario	6,862,835	14%
Secundario	12,730,771	24%
Terciario	30,517,620	61%

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información. INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y empleo IV Trimestre 2014.

A nivel nacional específicamente en el sector de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, en el país se registraron 3.4 millones de personas. Esta cifra representa una participación de al menos 11.4 por ciento de la población ocupada del sector terciario a nivel nacional.

A continuación se presentan los 15 estados con mayor número de personas ocupadas en el sector de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas:

Sector de Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas					
Estado	Personas Ocupadas	Participación	Estado	Personas Ocupadas	Participación
1 Edomex	421,735	12%	9 Michoacan	120,524	3%
2 Distrito Federal	346,391	10%	10 Guerrero	120,272	3%
3 Jalisco	244,679	7%	11 Tamaulipas	110,245	3%
4 Veracruz	217,399	6%	12 Baja California	102,584	3%
5 Guanajuato	155,386	4%	13 Oaxaca	100,584	3%
6 Nuevo León	155,305	4%	14 Chiapas	85,293	2%
7 Puebla	146,614	4%	15 Chihuahua	66,643	2%
8 Quintana Roo	143,429	4%	Total	3,478,911	100%

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, INEGI, Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, IV Trimestre de 2014.

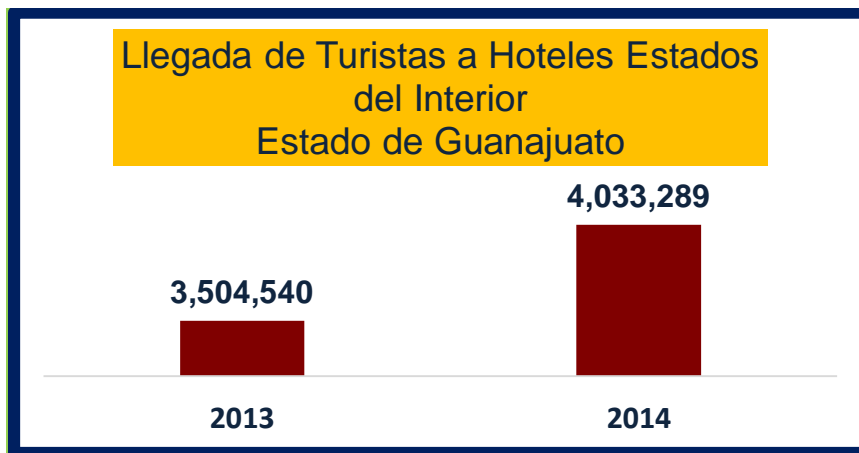
Capítulo 4

Turismo de Guanajuato en México

4.1 Posición de Guanajuato con relación a destinos del interior

De acuerdo a la Secretaría de Turismo Federal, el estado de Guanajuato ocupa la sexta posición en llegada de turistas considerando los Estados del interior del país, estando por debajo de estado como lo son: Distrito Federal, Jalisco, Quintana Roo, Oaxaca y Veracruz

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, 2014.



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, 2014.

En el estado de **Guanajuato** la **llegada de turistas a hotel en 2014** fue de **4 millones** de personas, mostrando un **incremento** del **15%** en comparación con 2013 en el que la llegada de turistas fue de 3.5 millones.

4.2 Destinos Principales del Estado

En el año 2014 **Celaya** cerró con una ocupación hotelera del 59 por ciento, representando un 3 por ciento con respecto al año anterior. Los meses con mayor impacto fueron julio y octubre con 65 por ciento y noviembre con 64 por ciento. La ciudad recibió de incremento la llegada de 466 mil turistas, es decir un crecimiento de 11 por ciento en comparación con 2013.

La ocupación promedio anual que registró **Guanajuato Capital** fue de 39 por ciento. Los meses con mayor impacto fueron: julio con 52 por ciento y octubre con 51 por ciento. Se considera que los eventos que se llevaron a

cabo en el destino durante dicho año impactaron positivamente en los indicadores turísticos del destino, por citar algunos eventos y su comportamiento: La edición **17° Guanajuato International Film Festival**, presentó **67** por ciento de ocupación en Guanajuato y en el mes de octubre se celebró el **42° Festival Internacional Cervantino** con una ocupación del **60** por ciento.

Irapuato celebró en el mes de marzo **La Feria de las Fresas** del 14 al 31 de marzo, con una ocupación de 59 por ciento. En el mes de octubre se realizó el **Congreso Hombre a Hombre** el cual generó una ocupación de **72** por ciento, y finalmente uno de los eventos sobresalientes de la ciudad es la **Expo Agroalimentaria** que durante su realización registró una ocupación de **78** por ciento.

La ciudad de **Irapuato** registro una ocupación promedio anual de 54 por ciento, con un aumento de 5 por ciento en comparación con el año 2013, registrando la llegada de 374 mil turistas. Los meses con mayor porcentaje en ocupación fueron: marzo con 61 por ciento, julio y octubre con 57 por ciento y noviembre con 58 por ciento.

La ciudad de **León** durante 2014, mostró una llegada de turistas de **1 millón 315 mil personas** mostrando un incremento cercano a los 24 mil turistas. La ocupación promedio fue de **50** por ciento. La ciudad es sede de grandes eventos itinerantes y permanentes los cuales benefician la actividad turística. La **13° Edición del Festival Internacional del Globo, el Puente Festivo de la Revolución y el Buen Fin** se realizaron durante el mismo período del **16 al 19 de noviembre**, lo cual impactó de una manera positiva la ciudad, con un porcentaje de ocupación del **90%**. Los meses sobresalientes fueron: noviembre con 60 por ciento y octubre con 57 por ciento.

Salamanca al cierre de 2014 recibió una llegada de 94 mil personas, un incremento del 10 por ciento, con una ocupación de 54 por ciento promedio. La actividad turística presentó los niveles más altos, en los meses de: marzo con 57 por ciento, y abril y noviembre con 60 por ciento.

Se presentó durante el 2014 en **San Miguel de Allende**, una ocupación de 38 por ciento promedio, con la llegada de cerca de 328 mil personas, comparado con el año pasado, representan 34 mil personas más. Los meses con mayor porcentaje en ocupación, son: marzo con 43 por ciento y abril y julio con 42 por ciento respectivamente.

Dolores Hidalgo obtuvo una llegada de más de 68 mil turistas y una ocupación promedio de 30 por ciento anual. Los meses representativos son; abril con 35 por ciento, julio y agosto con 37 y 36 por ciento respectivamente.

En el año 2014, **Silao** registró una llegada de turistas superiores a las 223 mil personas, es decir, un incremento de 35 por ciento más con relación al 2013, presentando el 56 por ciento anual en ocupación hotelera. Los meses con mayor ocupación fueron: marzo con 62 por ciento, abril con 69 por ciento y octubre con 71 por ciento.

4.3 Guanajuato y los tesoros coloniales

Los estados de: Aguascalientes, Durango, Guanajuato, Michoacán, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas integran el Programa Tesoros Coloniales.

La riqueza patrimonial e histórica de dichos estados crean un escenario perfecto dónde son protagonistas las maravillas naturales y arquitectónicas, que en conjunto con el desarrollo económico de algunas de sus ciudades, son idóneas para ser un gran atractivo para el turista por su oferta e infraestructura turística.

Las entidades del programa **Tesoros Coloniales** que registraron en 2014 incrementos en la llegada de turistas fueron: **Guanajuato** con **5%**, **Zacatecas** con 10 por ciento y **Querétaro** con 15 por ciento.

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, 2014.

4.4 Ruta histórico - cultural

La ruta histórica cultural está integrada por **San Miguel de Allende, Guanajuato** y **Dolores Hidalgo**, Cuna de la Independencia Nacional C.I.N y es uno de los atractivos más emblemáticos no sólo del estado de Guanajuato, sino de la República Mexicana, por ser los destinos culturales de México.

Estos destinos recibieron más de **1 millón de turistas**, lo que representa un incremento del 20 por ciento con relación al 2013, con una ocupación hotelera promedio de **39** por ciento y la estadía de **1.43 noches**.

4.5 Ruta de negocios

Los destinos de **León, Irapuato, Celaya y Salamanca**, conforman a la ruta de negocios; en conjunto y de manera individual cuentan con una amplia oferta de servicios turísticos para la realización de congresos, convenciones, ferias, exposiciones y actividades de negocios.

El Turismo de Reuniones se ha posicionado cada vez más en el estado durante los últimos años por la apertura de empresas tales como Honda, Mazda, Volkswagen, entre otras; lo anterior ha beneficiado considerablemente la actividad turística en los destinos en los principales indicadores: llegada de turistas y porcentaje de ocupación hotelera.

En la **Ruta de Negocios** la llegada de turistas en 2014 fue de más de **2 millones 242 mil personas**, mostrando un incremento del **11 por ciento** con relación al 2013. La estadía fue de **1.36 noches** promedio y el porcentaje de ocupación fue de **54 por ciento**, mostrando un incremento del 2 por ciento en comparación con el año anterior.

Las ciudades de **Celaya y Salamanca** presentaron un porcentaje anual de ocupación promedio de **59 y 54** por ciento respectivamente.

El porcentaje de ocupación anual promedio en los destinos de **León** fue de **51** por ciento e **Irapuato**, fue de **54** por ciento.

Capítulo 5

Estadísticas de Guanajuato

5.1 Indicadores económicos y socio demográficos

De acuerdo a las proyecciones de CONAPO, la población del estado en 2014 es de 5 millones 486 mil 372 personas, lo que representa el 5 por ciento del total nacional.

La distribución municipal de los habitantes es la siguiente: el 26 por ciento reside en León (1 millón 514 mil 077 habitantes); 10 por ciento en Irapuato (561 mil 681 habitantes); 9 por ciento en Celaya (494 mil 792 habitantes); 5 por ciento en Salamanca (274 mil 132 habitantes); 3 por ciento en Silao (184 mil 812 habitantes); 3 por ciento en Guanajuato (181 mil 354 habitantes). En consecuencia, el 56 por ciento de la población total estatal reside sólo en 6 municipios, mientras que el 44 por ciento se encuentra distribuido en los otros cuarenta municipios que integran el estado.

De acuerdo a la proyección de CONAPO, al cierre del 2014 y del 2030, la población en el Estado mantiene la misma distribución de población, comparados con el Censo de Población INEGI 2010.

De 2010 a 2014, la población estatal muestra una tasa media anual de crecimiento del 1%, al igual que en el 2030, la tasa de crecimiento será de 1%.

Fuente: INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010. CONAPO. Consejo Nacional de Población. Proyecciones CONAPO, 2014. Consejo Nacional de Población. Proyecciones CONAPO 2014 Y 2030. TMAC. Tasa Media Anual de Crecimiento

Población Estado de Guanajuato								
Municipio	Censo Inegi 2010	Participación	Proyección CONAPO 2014	Participación	Proyección CONAPO 2030	Participación	TMAC 2010 2014	TMAC 2014 2030
León	1,436,480	26%	1,514,077	26%	1,678,746	26%	1%	1%
Irapuato	529,440	10%	561,681	10%	620,096	10%	2%	1%
Celaya	468,469	9%	494,792	9%	542,279	9%	2%	1%
Salamanca	260,732	5%	274,132	5%	294,889	5%	1%	0%
Silao	173,024	3%	184,812	3%	209,056	3%	2%	1%
Guanajuato	171,709	3%	181,354	3%	199,868	3%	2%	1%
Resto de los municipios	2,446,518	44%	2,549,676	44%	2,816,467	44%	1%	1%
Estado	5,486,372	100%	5 769 524	100%	6,361,401	100%	1%	1%

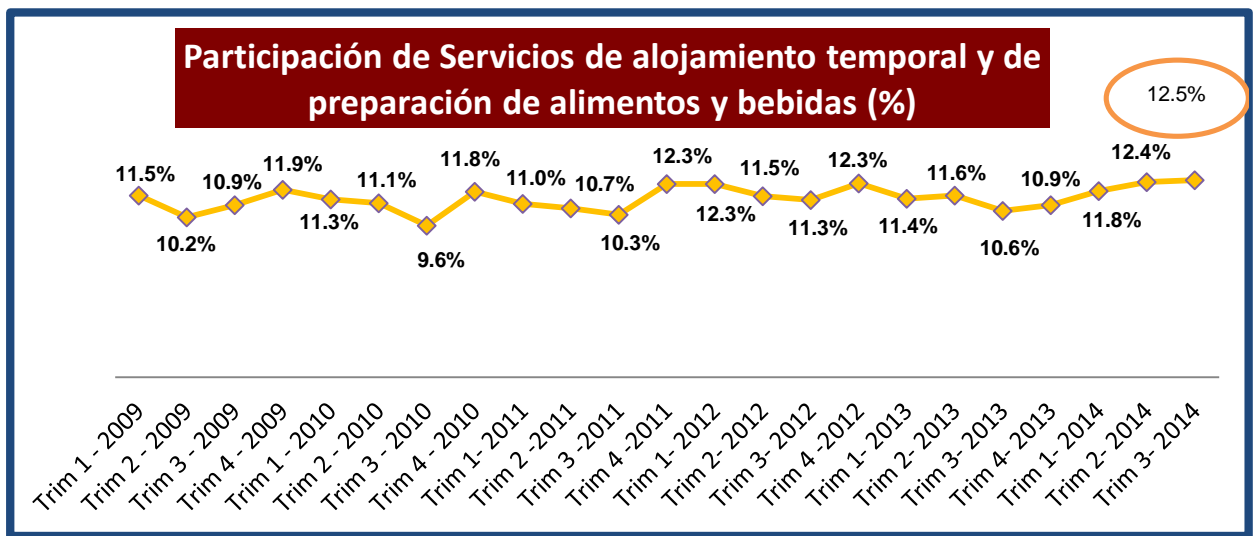
5.1.1. Empleos por Sectores Económicos

Los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del INEGI, indican que en el cuarto trimestre de 2014, en el estado de Guanajuato el 96 por ciento de la población económicamente activa (PEA) se encontraba ocupada, mismo porcentaje en relación al año anterior.

El sector terciario empleó al 56 por ciento de la población ocupada en el cuarto trimestre de 2014 lo que representa un aumento del 1% en comparación al último trimestre del año anterior.

En el último trimestre del año, el rubro de Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas mostró un crecimiento en la participación dentro del sector terciario.

En ese mismo rubro, la distribución de personas ocupadas por género en el estado de Guanajuato fue 37% Hombres y 63% Mujeres.



Fuente: INEGI. Con información de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, ENOE.

Población económicamente activa (PEA) son las personas que durante el periodo de referencia realizaron o tuvieron una actividad económica (población ocupada) o buscaron activamente realizar una en algún momento del mes anterior al día de la entrevista (población desocupada). Se entiende por población ocupada a las personas que el periodo de referencia realizaron algún tipo de actividad económica.

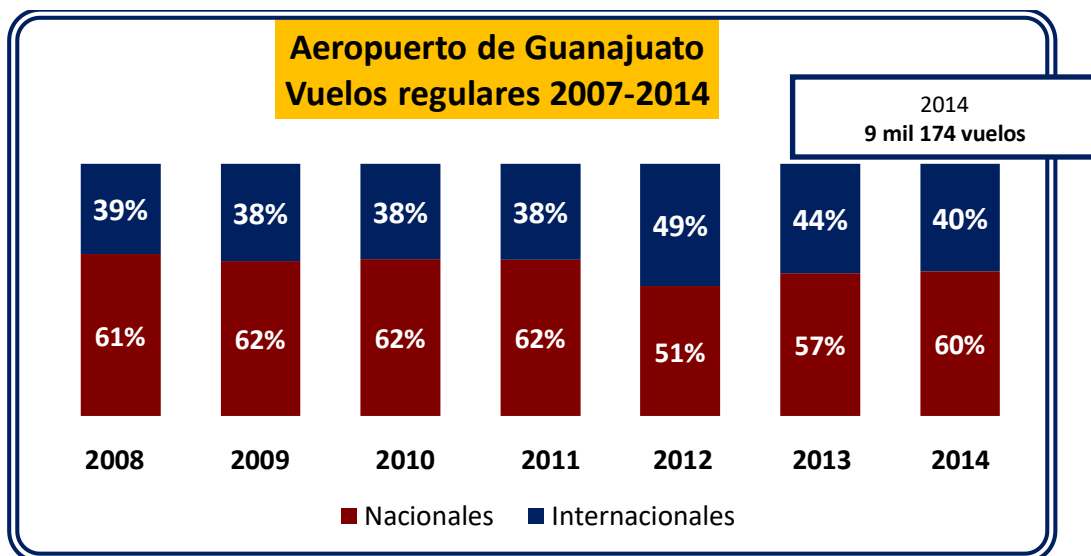
5.2 Infraestructura

5.2.1 Aeropuerto Internacional de Guanajuato

El reporte generado por Sectur a través del sistema Datatur señala que el Aeropuerto Internacional de Guanajuato durante 2014 registró la llegada de **9 mil 174 vuelos regulares** de los cuales 5 mil 475 (60 por ciento) fueron vuelos nacionales y 3 mil 699 vuelos internacionales.

En 2014 los vuelos internacionales representaron el 40 por ciento de los vuelos regulares al Aeropuerto Internacional de Guanajuato.

Durante el mismo año, el número de vuelos aumentó un 17% con relación al 2013, lo que representa 1 mil 538 vuelos más.



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, 2014.con base en información generada a través del Sistema Nacional de Información Turística (SNIT)

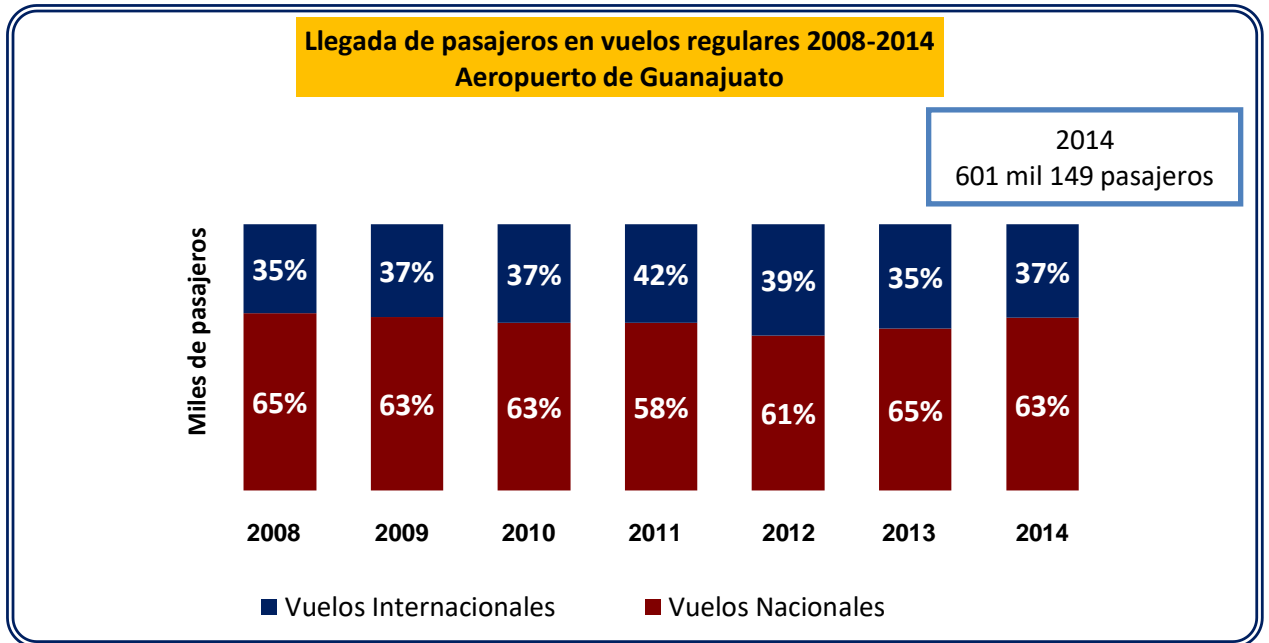
Llegada de pasajeros en el Aeropuerto Internacional de Guanajuato (Bajío)

La llegada de pasajeros registrada durante 2014 al Aeropuerto Internacional de Guanajuato fue de **601 mil 149 pasajeros**, 378 mil 850 nacionales (63 por ciento), mientras que 222 mil 299 fueron internacionales.

En 2014, los pasajeros internacionales representan el 37 por ciento de los pasajeros totales al Aeropuerto Internacional de Guanajuato.

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, 2014.con base en información generada a través del Sistema Nacional de Información Turística (SNIT)

Durante el mismo año, el número de pasajeros aumentó 19% con relación al 2013, lo que representa una diferencia de 112 mil 167 pasajeros más.



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, 2014. con base en información generada a través del Sistema Nacional de Información Turística (SNIT)

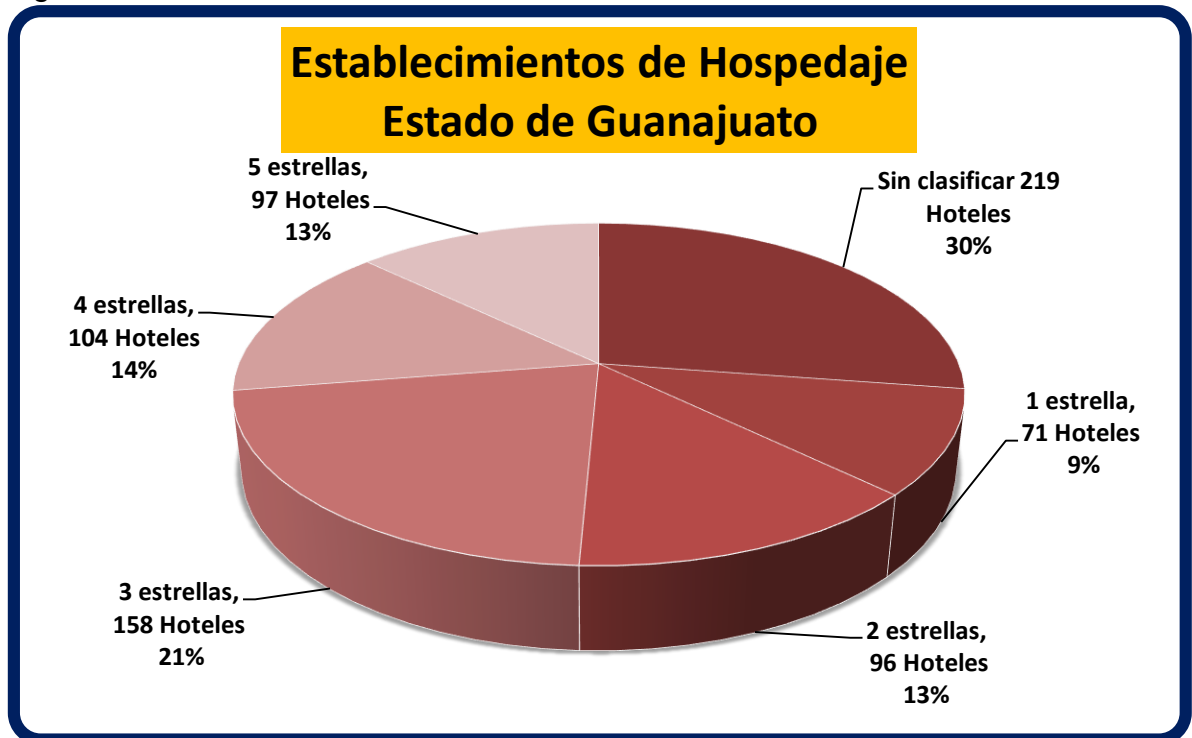
Aerolíneas	Destinos Nacionales	Destinos Internacionales
Aeroméxico	México, D.F.	Dallas
Connect Aerolitoral LTO	Monterrey, N.L.	Houston
American Airlines	Tijuana, B.C	Chicago
United Airlines	Cancún, Q Roo.	Los Ángeles
Delta	Cd. Juárez	Atlanta (nuevo) *
Magnicharter GMT		San Francisco (Nuevo)*
Volaris		
American Eagle INC		

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, Módulo del Aeropuerto Internacional del Bajío, 2014.

*Destino Nuevo desde 2013.

5.2.2 Hospedaje

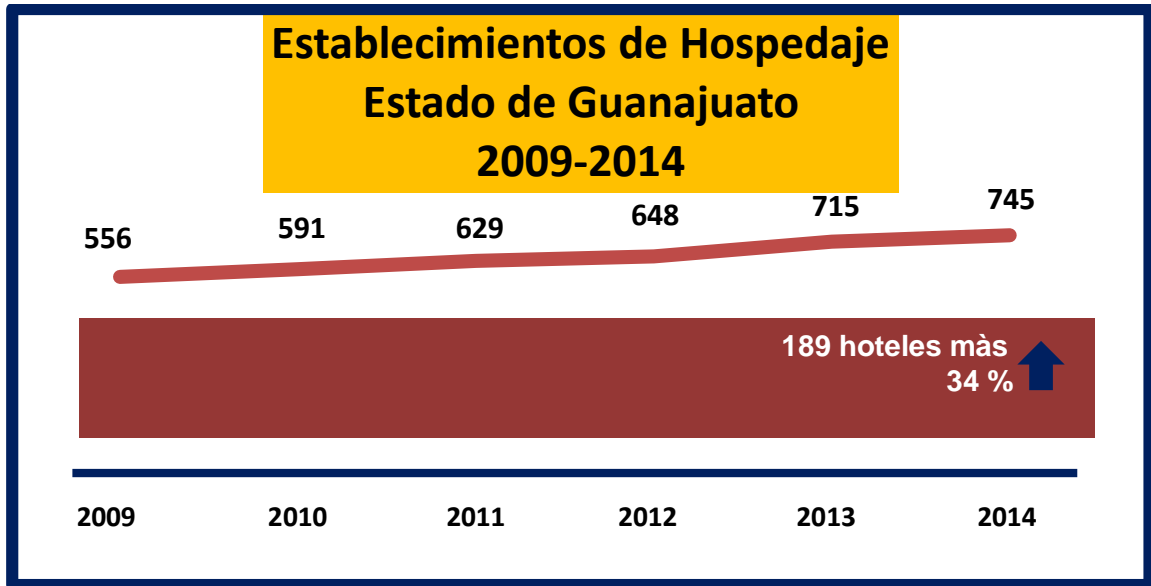
El estado de Guanajuato al cierre del 2014, contaba con 745 establecimientos de hospedaje 1 a 5 estrellas más sin clasificar, bajo la siguiente distribución.



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, Anuarios Inegi 2014

Notas: 1 a 5 estrellas incluye los hoteles de categoría turística.
Sin clasificar comprende los hoteles no familiares.

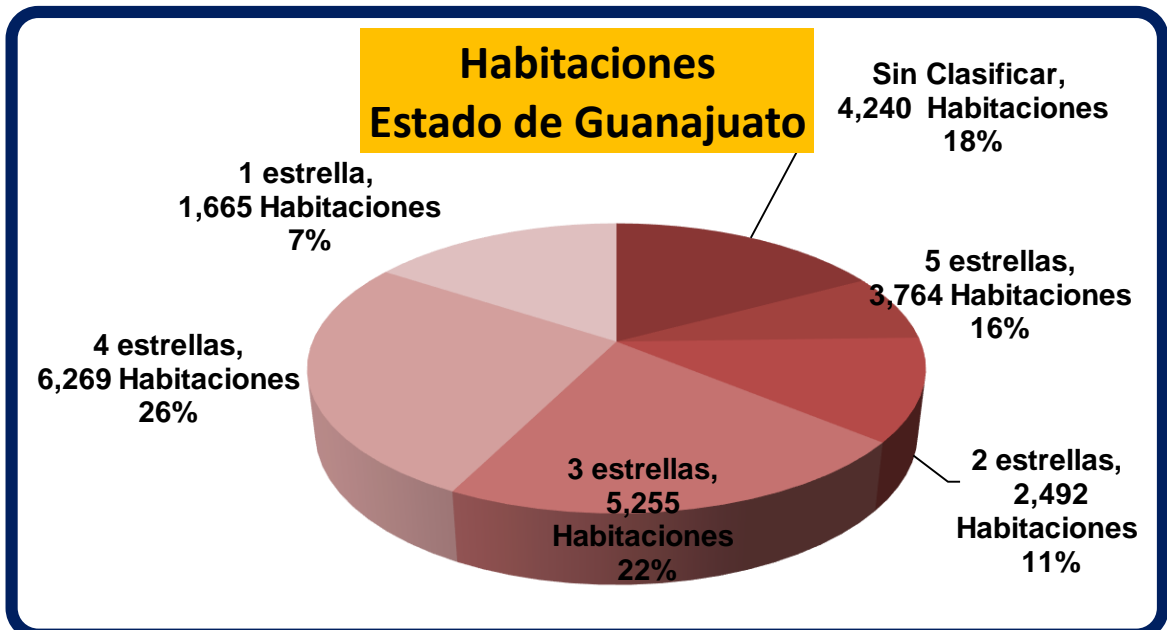
De 2009 a 2014 el estado de Guanajuato ha tenido un incremento del 34 por ciento en apertura de hoteles, es decir, 189 hoteles más, concluyendo el 2014 con 745 establecimientos de hospedaje de 1 a 5 estrellas incluyendo sin clasificar, teniendo en 2014 una diferencia de 30 hoteles nuevos en comparación a las cifras reflejadas el año anterior.



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, Anuarios Inegi 2009-2014

Notas: 1 a 5 estrellas incluye los hoteles de categoría turística.
Sin clasificar comprende los hoteles no familiares.

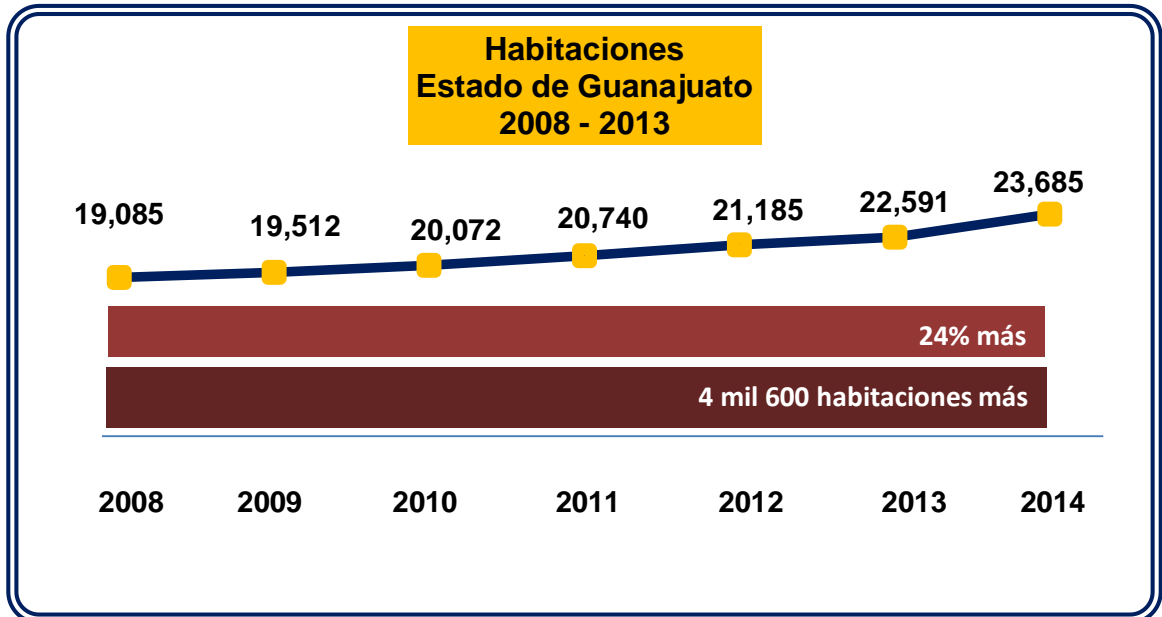
Al cierre del 2014, el estado de Guanajuato contaba con 23 mil 685 habitaciones de categorías 1 a 5 estrellas y sin clasificar, de acuerdo a la siguiente relación:



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, Anuario INEGI, 2014

Notas: 1 a 5 estrellas incluye los hoteles de categoría turística.
Sin clasificar comprende los hoteles no familiares

De 2008 a 2014 el estado de Guanajuato registró un crecimiento del 24 por ciento en habitaciones, lo que representa 4 mil 600 habitaciones más, cerrando el 2013 con 23 mil 685 cuartos.



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, Anuarios INEGI 2008-2014

Notas: 1 a 5 estrellas incluye los hoteles de categoría turística.

Sin clasificar comprende los hoteles no familiares.

Las habitaciones del Estado de establecimientos considerados de categoría turística (1 a 5 estrellas) corresponden al 82 por ciento.

La mayor concentración de la oferta de habitaciones 1 a 5 estrellas más sin clasificar se ubica en los municipios de León, Guanajuato, Celaya, Irapuato y San Miguel de Allende, en conjunto abarcan el 61 por ciento de los establecimientos de hospedaje y el 72 por ciento de la oferta de habitaciones.

5.2.3 Alimentos y Bebidas

Al finalizar el 2014 se tenían registrados 2 mil 171 establecimientos de categoría turística que proporcionan servicios de alimentos y bebidas en el Estado, considerando los establecimientos ubicados en áreas turísticas.



5.2.4 Zonas Arqueológicas

Las zonas arqueológicas abiertas al público en el Estado de Guanajuato son: Plazuelas, Peralta, Cañada de la Virgen y El Cópore.

Zonas Arqueológicas – Guanajuato	Ubicación	Año de Apertura	Visitantes 2014
Plazuelas	Pénjamo	Marzo 2006	17,611
Peralta	Abasolo	Diciembre 2008	17,938
Cañada de la Virgen	San Miguel de Allende	Febrero 2011	21,865
El Cópore	Ocampo	Agosto 2012	10,945

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, ; INAH Instituto Nacional de Antropología e Historia.



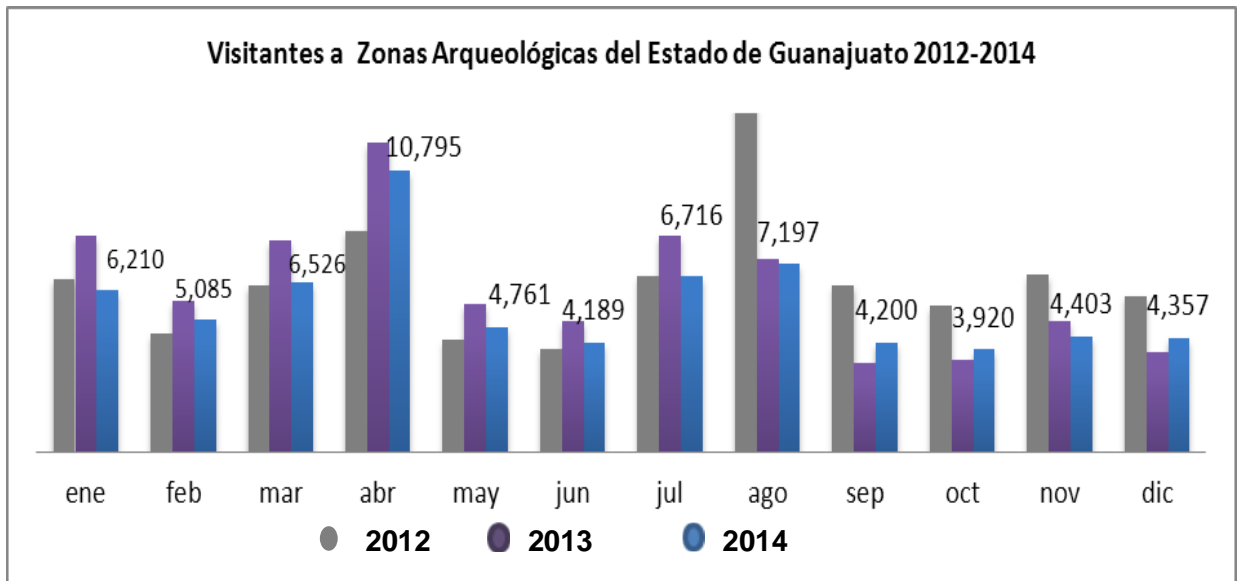
Plazuelas se encuentra en el municipio de Pénjamo, abriendo sus puertas al público a partir de marzo de 2006, durante 2014 recibió a cerca de 18 mil visitantes. Los meses en que se recibieron más visitantes fueron enero, marzo, abril y agosto.

La zona Arqueológica Peralta ubicada en el municipio de Abasolo inició operaciones a partir de diciembre de 2008, recibiendo durante 2014 la visita de casi 18 mil personas. Los meses en que se recibieron más visitantes fueron abril y julio, siendo el primero, el mes con mayor número de visitantes en el año con poco más de 3,000 personas.

En Febrero de 2011 abrió la zona arqueológica Cañada de la Virgen que se encuentra ubicado en San Miguel de Allende. Durante 2014 recibió cerca de 22 mil visitantes en el año. Sus temporadas altas fueron en abril, julio y agosto. Dando como resultado ser la zona arqueológica más visitada del estado en 2014.

El Cóporo, se ubica en el municipio de San Felipe, abrió sus puertas al público a partir de agosto de 2012. En el año 2014 recibió la llegada de 10 mil 945 visitantes. Los meses con mayor afluencia fueron abril y agosto.

Visitantes por Zona Arqueológica



Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, Instituto Nacional de Antropología e Historia, 2014.

Visitantes Zonas Arqueológicas									
Estado de Guanajuato									
Zona Arqueológica	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Acumulado
Plazuelas	31,911	31,918	34,293	21,790	21,820	22,279	19,830	17,611	179,662
Peralta	NA	NA	20,002	19,891	21,121	22,417	22,198	17,938	123,567
Cañada	NA	NA	NA	NA	30,660	22,541	21,214	21,865	96,280
El Cópore	NA	NA	NA	NA	NA	12,727	12,999	10,945	36,671
Total	31,911	31,918	54,295	41,681	73,601	79,964	76,241	68,359	436,180

Fuente SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, Instituto Nacional de Antropología e Historia, 2014.

Visitantes Zonas Arqueológicas por mes

Estado de Guanajuato

VISITANTES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ACUMULADO
2010	5,245	3,007	5,168	6,312	2,417	2,611	3,352	4,083	2,773	1,809	2,227	2,677	41,681
2011	4,458	5,267	11,016	12,117	3,782	5,446	8,003	6,451	4,451	3,394	5,091	4,125	73,601
2012	6,678	4,536	6,429	8,505	4,309	3,975	6,795	13,873*	6,430	5,607	6,810	6,017	79,964
2013	8,287	5,817	8,108	11,878	5,644	5,032	8,323	7,373	3,430	3,534	5,018	3,797	76,241
2014	6,210	5,085	6,526	10,795	4,761	4,189	6,716	7,197	4,200	3,920	4,403	4,357	68,359

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, Instituto Nacional de Antropología e Historia, 2014.

*Se considera El Cópore a partir del mes agosto de 2012.

5.2.5 Museos

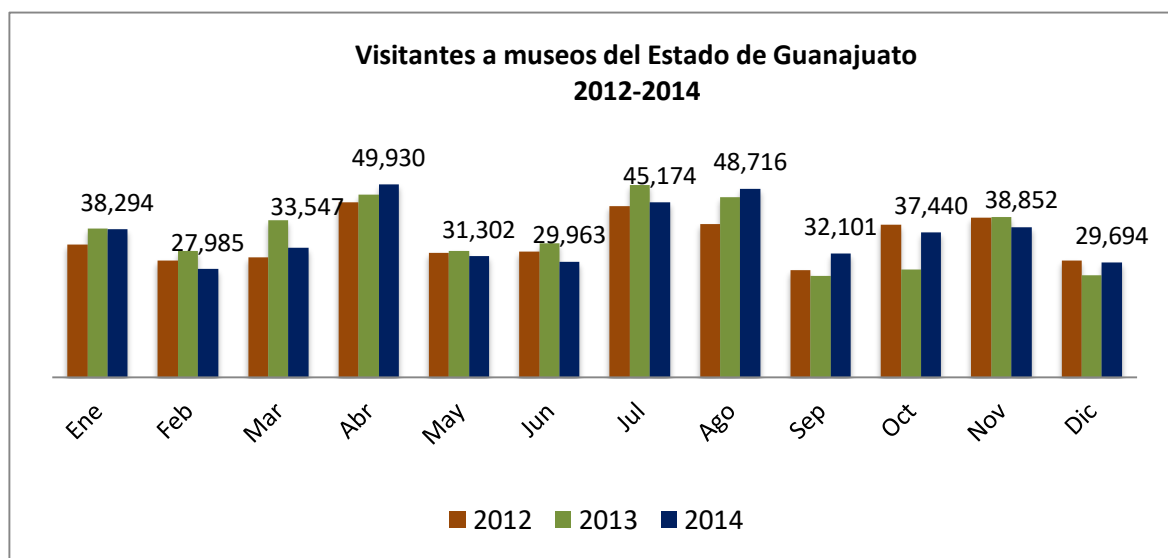
Los museos del Estado conservan una vasta e invaluable muestra de la historia de nuestro país con importantes colecciones de arte, piezas y documentos históricos.

Los museos del Estado recibieron la visita de cerca de 443 mil personas durante el 2014.

Visitantes Museos Estado de Guanajuato								
Museos	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Acumulado
Total	270,294	324,052	453,571	403,424	428,020	444,666	442,998	2,767,025

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, INAH, 2014

Entre los principales museos del Estado se encuentran el Museo Regional de Guanajuato “Alhóndiga de Granaditas”, Museo Local Casa del Dr. Mora, Museo Local “Ex Convento Agustino de San Pablo” en Yuriria, el Museo Local Casa de Hidalgo “La Francia Chiquita”, Museo Local del Valle de Santiago, Museo Local Histórico de San Miguel de Allende y Museo de Sitio Casa de Hidalgo.



Fuente: Instituto Nacional de Antropología e Historia, 2014

Visitantes a Museos Estado de Guanajuato													
Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Acumulado
2011	31,315	30,068	35,095	48,953	23,931	33,727	41,975	39,787	29,754	28,251	39,430	21,138	403,424
2012	34,396	30,243	31,114	45,168	32,128	32,468	44,189	39,692	27,669	39,545	41,230	30,178	428,020
2013	38,553	32,629	40,633	47,215	32,772	34,629	49,741	46,511	26,267	27,850	41,422	26,444	444,666
2014	38,294	27,985	33,547	49,930	31,302	29,963	45,174	48,716	32,101	37,440	38,852	29,694	442,998

Fuente: Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, Datatur, INAH Guanajuato, 2014.

5.3. Observatorio Turístico

A cinco años de su creación, el Observatorio Turístico del estado de Guanajuato (OTEG) cuenta con mecanismos determinantes para dar a conocer los resultados de la actividad turística del estado de Guanajuato: una oficina de gestión con un equipo permanente que realiza actividades única y exclusivamente para el observatorio; un portal de internet, que ofrece información actualizada a través de un sistema de indicadores y un tablero de control; un Encuentro de Observatorios Turísticos que se realiza de manera anual, a nivel nacional e internacional que permite compartir experiencias y conocimiento con otros observatorios turísticos; un centro documental que concentra investigaciones, estudios de mercado, compendios entre otros documentos relevantes, además de ser Miembro Afiliado a la organización Mundial del Turismo.

Para lograr su objetivo, la clave principal de un observatorio debe ser un sistema de información verídica y confiable que permita medir el resultado de la actividad turística, mediante su análisis y evaluación al cabo de un período determinado, recogiendo información estadística y de estudios de mercado, determinando si la misma ha producido o no los resultados esperados, y al mismo tiempo ponerla a disposición para la consulta de cualquier ciudadano. El OTEG tiene como principal fuente de generación de información la Dirección de Información y Análisis de la Sector Guanajuato, quien mediante técnicas cualitativas y/o cuantitativas en materia turística ha nutrido al Observatorio en la integración de su estructura informativa, permitiendo generar de manera oportuna indicadores que orientan la toma de decisiones tanto al sector público como al privado, ya fuese para la realización de inversiones o la implementación de distintas acciones de política pública. Esta acción le ha permitido al OTEG consolidarse como el único Observatorio Turístico vigente en México, y ser referencia obligada para quienes están en el desarrollo de un Observatorio Turístico en el país y en el extranjero.

5.3.1. Principales Resultados 2014

- Participación de 19 organismos del sector público, privado y educativo en las comisiones de trabajo del OTEG.
- Realización de un taller de periodismo turístico en colaboración con Políforum León.
- Realización de 11 Boletines turísticos enviados vía correo electrónico a una base de datos de más de 3500 lectores.
- Presentaciones del OTEG en distintas presentaciones del estado de Guanajuato.

- Participación en 4 sesiones especiales para el desarrollo del estudio del Modelo de Sustentabilidad Turística para el estado de Guanajuato.
- Integración de Indicadores de Sustentabilidad para destinos de turismo cultural.
- 38 indicadores de medición, con análisis y actualización periódica en las comisiones de trabajo.
- Portal de internet con más de 80,000 visitas en 2014, 15% visitas internacionales.
- Llegamos a 548 publicaciones de turismo en el portal web.
- Se lograron 1514 seguidores en Twitter con 3682 tuits publicados.
- Realización de la segunda edición del Encuentro Nacional e Internacional de Observatorios Turísticos con participación de los países: Perú, España y México.
- Integración al programa Miembros Afiliados de la Organización Mundial del Turismo.
- Formalización de la solicitud para integrar al OTEG a la Red de Observatorios Turísticos Sostenibles auspiciados por la OMT.
- Rediseño de la página web del OTEG.

5.3.2. Encuentro Nacional e Internacional de Observatorios Turísticos (ENIOT) 2014

Con la finalidad de impulsar la innovación en la gestión de información dentro del Sector Turístico se realizó el Segundo Encuentro Nacional e Internacional de Observatorios Turísticos con la participación y el esfuerzo de los diferentes actores, mediante el tema “Turismo, desarrollo comunitario, sustentabilidad y generación de indicadores”.

Este evento se llevó a cabo los días 26, 27 y 28 de junio del 2014 en Casa de Europa de la ciudad de San Miguel de Allende, con una participación de 103 personas provenientes de 15 estados de la república y dos países internacionales que se desarrollan en el sector público, privado y educativo, destacando la participación del Sr. Luigi Cabrini, Presidente del Consejo Global de Turismo Sostenible y Consejero del Secretario General de la Organización Mundial del Turismo quien impartió la conferencia magistral “Sustentabilidad y desarrollo comunitario en el Turismo, un compromiso de todos”, mostrándonos los avances del turismo sostenible en el mundo.

5.3.3 Principales resultados del ENIOT 2014

103 Asistentes:

- 42 Mujeres
- 61 Hombres
- **Representantes de:**
 - Organización Mundial del Turismo
 - Observatorios Turísticos
 - Dependencias de Gobierno
 - Universidades
 - Empresarios y consultores
 - Recintos
 - Medios de comunicación
 - Asociaciones y Cámaras
 - Centros de Investigación
- **Procedencia de los participantes:**

Nacionales

- Aguascalientes
- Baja California
- Chiapas
- Distrito Federal
- Estado de México
- Oaxaca
- Puebla
- Guanajuato
- Querétaro
- Sinaloa
- Tlaxcala
- Yucatán
- Jalisco

Internacionales

- España
- Guatemala

▪ **Rediseño de la página web del OTEG**

Con el fin de divulgar las acciones y la información generada por el Observatorio se tiene habilitada desde 2009 una página web, en la que se integra y actualiza información de manera permanente: www.observatorioturistico.org

En esta dirección electrónica se encuentra el sistema de indicadores nacionales y estatales, el tablero de control, un centro documental con publicaciones de estudios de mercado e investigaciones propias y de colaboradores externos, un glosario, un calendario de eventos turísticos, entre otros. Dados a la tarea de ordenar y sistematizar la presentación de éste cúmulo de información, se realizó un rediseño facilitando la navegación de los más de 50 mil usuarios, agilizando la búsqueda y descarga de documentos, así como mejorando la imagen visual de la página, haciéndola más atractiva y amigable en su presentación.

▪ **Integración de indicadores de Sustentabilidad para destinos de turismo cultural**

Desde su creación, las dimensiones desde las que se observa cada una de las partes del sistema turístico aportan al monitoreo de sustentabilidad, sin embargo en 2014 la comisión de Indicadores y Tablero de Control del OTEG se dio a la tarea de crear una dimensión específica para los destinos culturales que mide el nivel de integración en búsqueda de los beneficios sociales, económicos y ecológicos de los destinos culturales del estado, sumando de esta 5 indicadores propios de sustentabilidad en destinos culturales, con los que se suma un total de 39 indicadores dentro del tablero de control del OTEG.

▪ **Indicadores de sustentabilidad en destinos culturales del OTEG:**

- Variación porcentual de la llegada de turistas en temporadas bajas a los destinos culturales del estado de Guanajuato.
- Índice de satisfacción del Visitante en los destinos culturales del estado de Guanajuato.
- Variación del gasto promedio por visitante en los destinos turísticos culturales.
- Variación porcentual de la inversión privada en los destinos turísticos culturales del estado de Guanajuato.
- Variación porcentual de las acciones de sensibilización turística en los destinos culturales del estado de Guanajuato.

5.4 Inversiones

Principales Acciones

- Al cierre de 2014 la inversión privada turística en el Estado fue de \$1 mil 852 millones de pesos.
- La variación en inversión privada durante el 2014 fue de 39% respecto al año anterior.
- En este mismo periodo Se identificaron 9 proyectos hoteleros nuevos en los siguientes destinos: Celaya, Guanajuato Capital, León, San Luis de la Paz (Mineral de Pozos) y Silao.
- De enero a diciembre de 2014, iniciaron operaciones 789 habitaciones considerando los nuevos hoteles y ampliaciones de hoteles ya existentes.
- Integración del área de Atracción de Inversiones para dar soporte a los empresarios interesados en desarrollar proyectos turísticos en el Estado de Guanajuato.
- Desarrollo del estudio “Detección de Necesidades, Atracción y Fomento de la Inversión Privada Turística en el Estado de Guanajuato 2014” para identificar las áreas de oportunidad existentes en diferentes destinos del Estado.
- Conformación de un portafolio de inversiones turísticas que contempla las áreas de oportunidad detectadas en los principales destinos del Estado para contribuir a fortalecer la oferta de servicios turísticos.

Inversión Turística Privada Estado de Guanajuato		
2012	2013	2014
\$337,939,428	\$1,328,840,815	\$1,852,449,770

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, Coordinación de Atracción de Inversiones, 2014.

- Cabe destacar la apertura del recinto “La Casona” en el municipio de San Miguel de Allende que permite afianzar la propuesta en el segmento de turismo de negocios y convenciones.



CAPÍTULO 6 Programas

6.1 Registro Estatal de Turismo

Reporte de Servicios Registrados Prestadores de Servicios Turísticos SIRET 2014		
Giro	Nombre Giro	Registros
1	I. Establecimiento de Hospedaje.	82
2	II. Agencias, sub-agencias y Operadoras de Viajes.	95
3	III. Guías de turistas locales y generales.	26
4	IV. Personas que intermedien en la contratación de algún servicio	1
5	V. Restaurantes, cafeterías, bares, cantinas, centros nocturnos y similares	161
6	VI. Empresas de sistemas de intercambio.	3
7	VII. Establecimientos de arte popular y productos típicos.	16
8	VIII. Sitios donde se realicen actividades educativas y culturales.	6
9	IX. Arrendadoras de automóviles y transportadoras turística.	9
10	X. Empresas operadoras de parques temáticos.	0
11	XI. Auxilio Turístico	1
12	XII. Balnearios y/o Parques acuáticos.	4
13	XIII. Campos de Golf	1
14	XIV. Capacitación Turística.(Escuelas, Colegios y Universidades)	4
15	XV. De Deporte y Recreación.	8
16	XVI. Spas	4
17	XVII. Recintos, auditorios, conservatorios y salones para eventos	5
18	XVIII. Empresas Turísticas Rurales.	22
Totales		448

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de estadística e Información, RET, Registro Estatal de Turismo, 2014.

Dando cumplimiento a la Ley de Turismo para el Estado de Guanajuato y sus Municipios, la Secretaría de Turismo puso en marcha el sistema para el Registro Estatal de Turismo como instrumento de inscripción y consulta de los servicios turísticos y sus prestadores en el Estado.

Al 31 de Diciembre de 2014, se registraron un total de **448 prestadores** de servicios turísticos del estado de Guanajuato. Para el año 2014, el mayor porcentaje de alta de prestadores se observó en los siguientes giros: **restaurantes y cafeterías (161)**, **agencias de viajes (95)**, **hospedaje (82)**, estos registros operan principalmente en los municipios de: Celaya, León, Guanajuato y Salamanca.

6.2 Pueblos Mágicos

Programa desarrollado por la Secretaría de Turismo (SECTUR) de México, en conjunto con diversas instancias gubernamentales, y reconoce a quienes habitan estas ciudades y el esfuerzo que cada localidad ha desarrollado para proteger y salvaguardar su riqueza cultural tangible e intangible. Este programa fue creado en el año 2001.

Cabe destacar, que a lo largo de este tiempo la SECTUR ha nombrado Pueblo Mágico a varias poblaciones en todo el territorio mexicano. El entorno de cada uno de ellos varía desde la fuerte influencia del pasado indígena, el gran legado del antiguo imperio colonial español, la preservación de tradiciones seculares y ancestrales, e importantes lugares de acontecimientos históricos en la vida de México.

Actualmente en el Estado de Guanajuato se cuenta con cinco Pueblos Mágicos:

- Dolores Hidalgo
- Mineral de Pozos, (Ciudad Porfirio Díaz), San Luis de La Paz
- Yuriria
- Salvatierra
- Jalpa de Cánovas, Purísima del Rincón

Objetivos

- Estructurar una oferta turística complementaria y diversificada, cuyos singulares sitios tienen grandes atributos histórico-culturales.
- Generar y promocionar las artesanías, festividades, tradiciones y gastronomía del lugar.
- Generar productos turísticos como la aventura, deporte extremo, ecoturismo, pesca deportiva.
- Revalorar, consolidar y reforzar los atractivos turísticos de este conjunto de poblaciones del país, las cuales representan alternativas frescas y diferentes para atender a la creciente demanda de visitantes nacionales y extranjeros.
- Reconocer la labor de sus habitantes quienes han sabido guardar para todos, la riqueza cultural e histórica de su hogar.

Principales Acciones y Resultados del año 2014.

Acciones

- Colaboración entre instituciones y gobierno del sector público Federal, Estatal y Municipal.
- Conservación de Patrimonio tangible e intangible por medio de la conservación de edificios históricos y la difusión de tradiciones, gastronomía, costumbres y más.

Resultados

- Ampliación de la oferta turística en la localidad por medio de difusión en televisión, redes sociales, internet y propaganda de la SECTUR.
- Se realizó el rescate de Patrimonio cultural edificado, zonas patrimoniales y centros históricos, en su totalidad se ejecutaron.



DOLORÉS HIDALGO
PUEBLO MÁGICO

2002



MINERAL DE POZOS
PUEBLO MÁGICO

16 de Febrero de 2012



JALPA DE
CÁNOVAS
PUEBLO MÁGICO

20 de diciembre 2012



SALVATIERRA
PUEBLO MÁGICO

20 de diciembre 2012



YURIRIA
PUEBLO MÁGICO

20 de diciembre 2012

Pueblos Mágicos Estado de Guanajuato	
Pueblos Mágicos/ Recursos Destinados	2014
Dolores Hidalgo	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de andador en la Av. José Alfredo Jiménez (2a etapa). • Remodelación del inmueble histórico del Centro de Dolores Hidalgo, 2da etapa • Supervisión externa para la Remodelación del inmueble histórico del Centro de Dolores Hidalgo • Proyecto ejecutivo de la Museografía del Museo del Vino de imagen urbana de la Calle Hidalgo, Dolores Hidalgo C.I.N. • Parador turístico "José Alfredo Jiménez" 3a Etapa, Dolores Hidalgo C.I.N. • Mejoramiento de imagen urbana de la calle Querétaro en Dolores Hidalgo C.I.N.
Mineral de Pozos	<ul style="list-style-type: none"> • 3ra etapa de construcción del complejo Escuela Modelo (restauración de la antigua escuela modelo, plaza comercial, estacionamiento, áreas de servicios y conjunto estudiantil) • Desarrollo de infraestructura hidráulica para extracción de agua en Mineral de Pozos • "4ta etapa de mejoramiento de imagen urbana en el centro histórico de Mineral de Pozos" • Proyecto ejecutivo Entronque Carretero- Mineral de Pozos
Jalpa de Cánovas	<ul style="list-style-type: none"> • 2a Etapa de imagen urbana en Jalpa de Cánovas del mpio. De Purísima del Rincón
Salvatierra	<ul style="list-style-type: none"> • Rehabilitación de imagen urbana en el municipio de Salvatierra 2ª Etapa
Yuriria	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción del centro Gastro artesanal en el malecón de la Laguna de Yuriria, 2da etapa • Rehabilitación del centro histórico de Yuriria • Dignificación del Ex Convento de San Agustín, Yuriria.

Fuente: Sectur, Guanajuato. Dirección de Proyectos.

Se ejerció una inversión tripartita de **\$120 millones de pesos** en Proyectos Turísticos en Pueblos Mágicos.

6.3 Ciudades Patrimonio de la Humanidad

El programa Patrimonio de la Humanidad o Patrimonio Mundial es el título conferido por la UNESCO a sitios específicos del planeta sean bosque, montaña, lago, cueva, desierto, edificación, complejo arquitectónico, ruta cultural, paisaje cultural o ciudad. El objetivo del programa es catalogar, preservar y dar a conocer sitios de importancia cultural o natural excepcional para la herencia común de la humanidad. Bajo ciertas condiciones, los sitios mencionados pueden obtener financiación para su conservación del Fondo para la conservación del Patrimonio de la Humanidad.

Este programa fue fundado por la Convención para la cooperación internacional en la protección de la herencia cultural y natural de la humanidad, que posteriormente fue adoptada por la conferencia general de la Unesco el 16 de noviembre de 1972. Desde entonces, 190 países y los Territorios Palestinos han ratificado la convención.

Al año 2014, el catálogo consta de un total de 1007 Patrimonios de la Humanidad, de los cuales 779 son culturales, 197 naturales y 31 mixtos, distribuidos en 161 países.

México es el tercer país con el mayor número de ciudades inscritas en la Lista del Patrimonio: tiene actualmente diez ciudades, tan sólo seis menos que Italia (16) y cinco menos que España (14).

En el Estado de Guanajuato cuenta con **2** sitios: ***La ciudad de Guanajuato Capital y San Miguel de Allende y su Santuario de Jesús Nazareno en Atotonilco.***



▪ **Principales Acciones**

Se ejecutó una inversión de **\$100.6 millones de pesos** en infraestructura turística en el año 2014 lo que permitió que se realizaran:

- Rehabilitación del Centro Histórico de Guanajuato 2da Etapa
- Habilitación del museo minero y adaptación del hostel parador peregrino en el CAV Sangre de Cristo
- En la ciudad de San Miguel de Allende se rehabilitó el mirador real a Querétaro y la glorieta patrimonio, además se ejecutaron trabajo de cableado subterráneo en la salida a Celaya y Calzada de la Estación.
- Dignificación de la Parroquia del Templo de San Francisco en San Miguel de Allende.

Ciudades Patrimonio de la Humanidad	
Estado de Guanajuato	
Ciudad Patrimonio	Acciones 2014
Guanajuato Capital	Habilitación para el Museo Minero (CAV Sangre de Cristo).
	Rehabilitar el Centro Histórico de Guanajuato, 2da etapa
	Adaptación de espacios del Hostel Parador Peregrino.
	Proyecto ejecutivo de la Museografía del Centro de Atención a Visitantes en Sangre de Cristo
San Miguel de Allende	Cableado salida a Celaya, San Miguel de Allende, Gto.
	Cableado Calzada de la Estación. San Miguel de Allende, Gto
	Rehabilitación Mirador Real a Querétaro, San Miguel de Allende, Gto.
	Dignificación de la Parroquia del Templo de San Francisco

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Inversiones, 2014.

6.4 Proyectos de inversión para el desarrollo de infraestructura básica de servicios al turista

Desarrollar y consolidar la infraestructura de los diferentes destinos turísticos en el Estado, para impulsar los elementos generadores del turismo.

Principales Acciones Anuales 2014	
Estudios y Proyectos Ejecutivos	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto ejecutivo de la Museografía del Museo del Vino • Proyecto Integral del Desarrollo de Museografía para el Centro de Atención a Visitantes de Corralejo • Estudios de factibilidad para proyecto Teleférico (Guanajuato-Silao) • Proyecto ejecutivo para la Señalización turística en el Estado (2da etapa) • Proyecto ejecutivo de la Museografía del Centro de Atención a Visitantes en Sangre de Cristo • Proyecto ejecutivo Entronque Carretero- Mineral de Pozos • Proyecto ejecutivo del desarrollo eco turístico del ANP "Las Fuentes"
Acciones de infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Dignificación de la Parroquia de la Virgen Santísima de la Luz, Abasolo • Imagen Urbana y Rehabilitación de Acámbaro • Rehabilitación de imagen urbana del centro histórico de Celaya, Paseo Guadalupe • Rehabilitación de Imagen Urbana de centro histórico • Dignificación de la Parroquia de San Francisco de Asís, Comonfort • Intervención de imagen urbana en fachadas, nomenclatura de calles y señalética en centro histórico y señalética en accesos, Coroneo • Dignificación del Templo Parroquial de San José, Cortázar • REHABILITACIÓN DEL TORIL 2da etapa, CUERÁMARO. • Construcción del Andador Turístico en la comunidad de Platanar • Dignificación de la Parroquia de El Divino Salvador, Doctor Mora • Creación de andador en la Av. José Alfredo Jiménez (2a etapa) en Dolores Hidalgo • Remodelación del inmueble histórico del Centro de Dolores Hidalgo, 2da etapa • Rehabilitación de imagen urbana de la Calle Hidalgo, Dolores Hidalgo C.I.N. • Parador turístico "José Alfredo Jiménez" 3a Etapa, Dolores Hidalgo C.I.N. • Mejoramiento de imagen urbana de la calle Querétaro en Dolores Hidalgo C.I.N. • Señalización turística en el Estado (2da etapa) • Proyecciones multimedia en sitios Históricos del Estado • Habilidad para el Museo Minero (CAV Sangre de Cristo). • Rehabilitar el Centro Histórico de Guanajuato, 2da etapa • Adaptación de espacios del Hostal Parador Peregrino. • Rehabilitación del centro histórico de Irapuato

- Construcción de una granja en el zoológico de Irapuato
- Acceso al zoológico de Irapuato, 2da etapa
- Dignificación de la Parroquia de San Nicolás Tolentino, Jaral del Progreso
- Ruta del Peatón de León - Imagen Urbana
- Adecuación de pista para Motocross y construcción de base para carpa en el Parque Metropolitano
- Construcción del Teatro del Pueblo en la Feria de León
- Intervención de fachadas e imagen urbana del centro histórico. Manuel Doblado
- Restauración de portales y jardín principal de Moroleón
- Restauración de portales y jardín principal (5ta etapa)
- Museo de la Zona Arqueológica del Cóporo - Construcción
- Mejoramiento de Imagen Urbana de la calle Mina y Manuel Doblado. Pénjamo
- Imagen Urbana del Centro Histórico de Purísima del Rincón
- Centro Histórico de Purísima del Rincón - Mejoramiento de Imagen Urbana
- 2a Etapa de imagen urbana en Jalpa de Cánovas del mpio. De Purísima del Rincón
- Dignificación del Santuario de Nuestra Señora de Guadalupe
- Imagen urbana y regeneración del Centro Histórico 2a etapa en Salamanca
- Dignificación del Templo de San Agustín y ex Convento de San Juan de Sahagún, Salamanca
- Rehabilitación de imagen urbana en el municipio de Salvatierra 2ª Etapa
- Restauración y dignificación de la Plaza Juárez (Jardín Chiquito), 1ra etapa
- Dignificación del Santuario de Guadalupe
- Restauración y rehabilitación del conjunto de la antigua capilla de San Diego del Biscocho
- Restauración del Camarín del Carmen del Rosario de la Parroquia de San Diego de Alcalá
- Dignificación de la Parroquia de San Felipe Apóstol, San Felipe
- Dignificación de la Parroquia de San Francisco de Asís, San Francisco del Rincón
- Dignificación de la Parroquia de San José, San José Iturbide
- 3ra etapa de construcción del complejo Escuela Modelo (restauración de la antigua escuela modelo, plaza comercial, estacionamiento, áreas de servicios y conjunto estudiantil)
- Desarrollo de infraestructura hidráulica para extracción de agua en Mineral de Pozos
- “Mejoramiento de imagen urbana del centro histórico de San Luis de la Paz.”
- “4ta etapa de mejoramiento de imagen urbana en el centro histórico de Mineral de Pozos”
- Cableado salida a Celaya, San Miguel de Allende, Gto.
- Cableado Calzada de la Estación. San Miguel de Allende, Gto.
- Glorieta Patrimonio. San Miguel de Allende, Gto.
- Rehabilitación Mirador Real a Querétaro, San Miguel de Allende, Gto.
- Dignificación de la Parroquia del Templo de San Francisco
- Construcción de parque recreativo en la localidad El Tablón en el Municipio de Santa Catarina
- Dignificación de la Parroquia de la Santa Cruz, Santa Cruz de Juventino Rosas
- Rehabilitación de imagen urbana de Silao
- Rehabilitación e Imagen Urbana de Plaza Hidalgo en cabecera municipal de Tierra Blanca

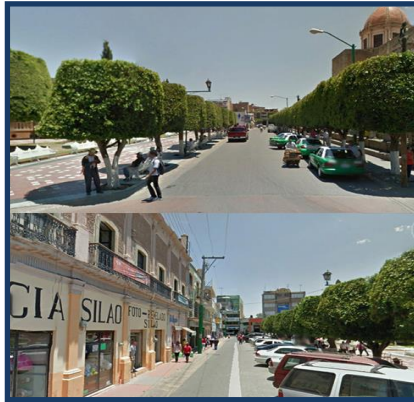
- Dignificación de la Iglesia de San Miguel Arcángel, Uriangato
- Dignificación de la Parroquia de Santiago, Valle de Santiago Apostol
- Dignificación de la Iglesia de la Purísima Concepción, Villagrán
- Construcción del centro Gastro artesanal en el malecón de la Laguna de Yuriria, 2da etapa
- Rehabilitación del centro histórico de Yuriria
- Dignificación del Ex Convento de San Agustín, Yuriria

Fuente: SECTUR Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Inversiones, 2014.

- **Principales Acciones**

- Se dignificaron 17 templos en los municipios de Abasolo, Comonfort, Cortázar, Doctor Mora, Jaral del Progreso, Romita, Salamanca, San Diego de la Unión, San Felipe, San Francisco del Rincón, San José Iturbide, San Miguel de Allende, Santa Cruz de Juventino Rosas, Uriangato, Valle de Santiago, Villagrán y Yuriria.
- Se rehabilitó la imagen urbana en los municipios de: Acámbaro, Celaya, Coroneo, Cuerámara, Dolores Hidalgo, Irapuato, Manuel Doblado, Moroleón, Pénjamo, Purísima del Rincón, Salvatierra, San Luis de la Paz, Silao, Tierra Blanca y Yuriria
- Incremento histórico del Presupuesto Federal.
- Desarrollo de Infraestructura en 5 Pueblos Mágicos
- Desarrollo turístico de la Laguna de Yuriria
- Consolidación de la Infraestructura del Desarrollo Turístico Pueblos del Misterio.
- Señalización de Atractivos Turísticos.
- Proyecciones multimedia el Edificios Históricos.

- Principales Acciones



Silao



Hotel del vino



Salvatierra



Irapuato



Purísima del Rincón



Acámbaro



León



Iluminación de Edificios emblemáticos

6.5 Impuesto sobre Hospedaje 2 por ciento y Fondo Mixto Fondo de promoción y difusión para el turismo del estado de Guanajuato, constituido con recursos del impuesto por servicios de hospedaje (2%)

6.5.1 Impuesto del 2 por ciento sobre hospedaje

Recursos que por concepto de la recaudación del impuesto por servicios de hospedaje transfiere la Secretaria de Finanzas, Inversión y Administración a la Secretaria de Turismo para su administración, en los términos de la Ley de Hacienda para el Estado de Guanajuato y que se encuentran contemplados en el proyecto estratégico P02930002 Impuesto al Hospedaje (2%) autorizado por la LXII Legislatura del Estado para el ejercicio fiscal 2014.

- **Principales acciones y resultados del año 2014**

Se presentan programas de trabajo en los que incluyen herramientas de promoción y pautas por diversos medios como televisión, radio, periódicos, revistas, espectaculares, a través de los cuales se genera la difusión de los destinos y sus principales actividades y productos turísticos.

Recaudación del Impuesto sobre Hospedaje Estado de Guanajuato Convenios con Organismos Legalmente Constituidos		
Municipio	2013	2014
León	\$6,404,881.80	\$7,803,275.21
San Miguel de Allende	\$3,867,110.70	\$3,510,459.64
Guanajuato	\$3,666,509.62	\$4,160,464.53
Celaya	\$1,834,500.00	\$2,572,447.67
Irapuato	\$1,480,400.00	\$2,212,289.21
Dolores Hidalgo	\$297,000.00	\$450,908.89
San José Iturbide	\$387,800.19	\$316,860.60
Silao	\$513,800.00	\$726,506.95
Total	\$18,452,002	\$21,753,213

Fuente: Dirección de Mercadotecnia. Convenios Firmados 2014.

6.5.2 Recurso denominado Fondos Mixtos destinados a la promoción turística del estado de Guanajuato

Programa a cargo de la Secretaría de Turismo cuyo objeto es promover la integración y concurrencia de aportaciones económicas y en especie provenientes de la iniciativa privada, del Municipio y del Gobierno del Estado para aplicarlos a la promoción y difusión turística de los destinos turísticos que participen; cuyo techo presupuestal está contemplado dentro del proyecto estratégico Q0380 **Fondos Mixtos para el Fortalecimiento de los Destinos Turísticos del Estado** que fue autorizado por la LXII Legislatura del Estado para el ejercicio fiscal 2014.

- **Principales Acciones y Resultados del año 2014**

Los organismos legalmente constituidos elaboran un programa de trabajo que incluye un plan de medios para promocionar al destino, apoyo a eventos locales, asistencia a eventos de promoción nacional e internacional, viajes de familiarización, peticiones de sede, blitz, entre otros. Dichas acciones logran difundir los principales atractivos turísticos de cada destino, atraer eventos, congresos, convenciones, y posicionarlo en el segmento que le corresponda.

Programa de Fondo Mixto Promoción 2013-2014 Estado de Guanajuato		
Origen	2013	2014
Aportación Estatal	\$12,851,400	\$15,000,000
Iniciativa Privada	\$8,596,500	\$9,817,292
Municipio	\$5,936,500	\$5,849,800
Total	\$27,384,400	\$30,667,092

Fuente: Dirección de Mercadotecnia. Convenios Celebrados 2014.

6.6 Fábrica de Productos Turísticos

Metodología de trabajo especializada en el desarrollo de productos turísticos soportada a través de una plataforma en línea que genera el diagnóstico inicial del producto turístico, almacena el expediente de los participantes y permite evaluar e impulsar el desarrollo de los productos turísticos de Guanajuato con acciones de alto impacto.

Objetivos del Programa

- Sentar las bases para una práctica común en el impulso y consolidación de los Productos Turísticos.
- Generar una cartera distintiva de Productos Turísticos.
- Diversificar la actividad turística del estado.
- Desarrollo social y económico de las comunidades.
- Proyección de Productos a nivel nacional e internacional.

Principales Acciones y Resultados del año 2014

- Durante el 2014 se trabajó de manera interna en hacer un análisis de la Metodología del programa con el fin de impulsar, desarrollar y CONSOLIDAR Productos Turísticos que anteriormente los alcances del Programa impedían que se lograran al 100% este objetivo.
- De la misma manera se trabajó en la OPTIMIZACION de la Plataforma de la Fábrica de Productos con el fin de contar con una plataforma digital que permitiera tener una mejor atención y seguimiento en la administración de los productos turísticos que formen parte del Programa. Logrando un sistema gestor que arroje los indicadores necesarios para brindar atención eficiente y brinde un acompañamiento que permita influir en el crecimiento de los **productos turísticos** inscritos.

Desarrollo de Productos en Pueblos Mágicos

Se desarrollaron los Talleres de Desarrollo de Productos Turísticos en los Pueblos Mágicos de Dolores Hidalgo y Mineral de Pozos mediante las siguientes acciones:

- Fortalecimiento, desarrollo y conceptualización de productos turísticos en Pueblos Mágicos.
- Solventar las tendencias y exigencias del consumidor turístico al incorporar valores agregados: innovación, calidad, diversificación y especialización.
- Diseño de un planeador de viaje para favorecer la comercialización de los productos turísticos.

Destino	Núm. de asistentes en los talleres	Productos	Monto
Dolores Hidalgo	20	<ul style="list-style-type: none"> • Ideales Cristeros • Vive la Libertad • Mi Pueblo Adorado • Aires de Libertad • Vive Dolores Hidalgo en el Rincón de una Cantina 	\$ 232,000.00
Mineral de Pozos	20	<ul style="list-style-type: none"> • El Porfiriato • Movimiento Cristero • Nación Chichimeca • Mineral de Pozos Pueblo Magico "Experiencias Naturales y Culturales" • Rodando entre Minas. 	\$ 232,000.00
Totales	40	10	\$ 464,000.00

Fuente: Dirección de Productos Turísticos, 2014.

- **Plan Maestro de fortalecimiento de rutas y circuitos del estado e interestatales del Turismo Gastronómico Sostenible.**

Objetivos:

Elaborar un diagnóstico para diversificar el producto turístico del Estado de Guanajuato, integrando de manera planificada y sostenible al turismo gastronómico, a través de la identificación, valorización, preservación y salvaguarda del patrimonio cultural gastronómico del Estado, sea este inmaterial, material, paisajístico, mixto... mediante el análisis de servicios gastronómicos y turísticos, con objeto de generar beneficios cuantitativos y cualitativos que se traduzcan en un desarrollo regional.

- Principales Acciones y Resultados del año 2014:

Diagnóstico de situación actual



Fortalezas:

- Buena gama de patrimonio gastronómico inmaterial, material, mixto
- Liderazgo político y plan sectorial al 2018 para desarrollar el turismo gastronómico sostenible del estado de Guanajuato por SECTUR.
- Productos diversificadores y novedosos.
- Integración cultura y gastronomía.
- Inversiones importantes.
- Inician resultados económicos tangibles a prestadores (Cuna de Tierra).
- Importantes reconocimientos, distintivos y nombramientos como “Capital Iberoamérica de la Cultura Gastronómica”.
- Dinamismo y presencia nacional e internacional
- Diversificación de eventos relacionados con cultura cuyos segmentos de mercado de alto poder adquisitivo valoran mucho las “experiencias gastronómicas únicas”.
- Gran potencial para incrementar el porcentaje de excursionistas y turistas que se desplazan al destino por diversos motivos gastronómicos.
- Situación estratégica para recibir a diversos mercados nacionales.

Oportunidades:

- Posicionar al estado en el año 2018 entre los primeros 5 destinos gastronómicos de México como “Destino Cultural y Gastronómico de México”.
- Que la gastronomía sea patrimonio inmaterial del estado y otros posibles UNESCO.
- Complementar, innovar o crear productos gastronómicos y turísticos.
- Incrementar satisfacción, lealtad y cheque promedio por medio de la capacitación.
- Innovar platillos tradicionales o crear nuevos con productos del estado.
- Crear centro de investigación y formación nivel técnico, técnico superior, nano y mediana empresa y extensión académica empresarial.
- Crear carnet de seguridad higiénica a colaboradores de establecimientos obligatorio.
- Convertir al estado en un “destino inteligente y conectado con free WiFi” en puntos clave.
- Agresiva campaña en redes sociales: Twitter, Tripadvisor, Instagram, Foursquare, facebook.
- Herramienta web inteligente y Apps
- Incremento ingresos por turismo gastronómico a prestadores-productores.
- Crear y consolidar marcas gastronómicas y denominaciones de origen (DO) estatales.
- Crear sección de la cocina guanajuatense en menús de establecimientos (apoyos a cambio)
- Crear “Marca Guanajuato” (caso Chiapas).
- Crear paradores gastronómicos y turísticos “Marca Guanajuato” inteligentes con conectividad y servicios para el turismo (baños, wifi, souvenirs, información turística del estado de Guanajuato...).
- Crear fondas y plazas tradicionales con servicios compartidos, museos, centros interpretativos e interactivos y otros puntos de venta y promoción gastronómica y turística.
- Crear pictogramas gastronómicos del estado para sus diversos productos actuales y futuros
- DAFO del estado y otros varios a definir al término de la tercera etapa de este estudio.

Debilidades:

- Falta de identidad gastronómica a nivel estatal.
- No es considerado un destino gastronómico.
- Los mercados turísticos estatales y nacionales lo consideran “regular” en su gastronomía.
- Pocos establecimientos de cocina del estado en diversas interpretaciones (tradicional a contemporánea y otras tendencias mundiales: funcional, orgánica, comercio justo...) .
- El consumo de alimentos y bebidas en establecimientos es muy bajo por falta de capacitación.
- Falta innovación y creación en atractivos gastronómicos con tendencias mundiales.
- Faltan distintivos de higiene como el “H” y calidad como Tesoros y mas internacionales
- Mala conectividad en puntos turísticos (WiFi).
- Los prestadores perciben cierto favoritismo hacia ciertos cocineros (Mónica Solís y Bricio Domínguez quien además tiene una pésima imagen con las cocineras tradicionales) .
- Crear marca gastronómica estatal y submarcas de cada producto.
- Falta integración de los diversos municipios en ocasiones por diferencias partidistas políticas.
- Poco posicionamiento en medios especializados digitales (tripadvisor) y redes sociales (foursquare).
- El estado de Guanajuato está en un nivel de RESCATE y EVOLUCIÓN de su gastronomía

Amenazas:

- Crecimiento desordenado y desorganizado.
- No cumplir las altas expectativas creadas a prestadores, residentes, excursionistas y turistas.
- No se integra a la comunidad local en varios eventos y se pueden convertir en detractores.
- Definir productos prioritarios, reingeniería de los actuales y crear nuevos con tendencias mundiales.
- Ubicación incorrecta de señalética por lo que no son autorrecorribles ni turísticos varios de los productos actuales (principalmente los circuitos del vino y el mezcal).

Noches Mágicas

Las noches mágicas es un evento donde en los Pueblos Mágicos de Jalpa de Cánovas, Salvatierra, Yuriria, Dolores Hidalgo y Mineral de pozos, al igual que en las zonas arqueológicas de Peralta y Plazuelas se llevaron globos aerostáticos integrando espectáculos culturales durante un espectáculo único en el que los globos en los Pueblos Mágicos quedaron anclados en tierra iluminándose en armonía con la música y en las zonas arqueológicas se realizaron sobrevuelo por las mañanas.

El evento se llevó a cabo del 7 al 29 de noviembre de 2014 en los 5 Pueblos Mágicos y en 2 Zonas Arqueológicas del Estado.

En la edición 2014 la asistencia fue de 42 mil personas, generando una derrama económica superior a los \$5 millones de pesos.

Noches Mágicas 2014		
Destino	Día	Asistentes
Dolores Hidalgo	9 de Noviembre	8,000
San Luis de la Paz	12 de Noviembre	3,000
Jalpa de Cánovas	7 de Noviembre	8,000
Yuriria	29 de Noviembre	20,000
Salvatierra	11 de Noviembre	500
Pueblos Mágicos		39,500
Abasolo	9 de Noviembre	1,500
Pénjamo	8 de Noviembre	1,000
Zonas Arqueológicas		2,500
Total Noches Mágicas		42,000

6.7 Comité de Evaluación de Eventos

El Comité de Apoyo a Eventos Especiales constituido en los términos de los Lineamientos cuya función será resolver sobre los apoyos que la Secretaría otorgará a los eventos especiales a realizarse en el Estado de Guanajuato.

El otorgamiento de apoyo a eventos especiales por parte de la Secretaría, tiene como objetivos específicos los siguientes:

- I. Incentivar la inversión de los sectores público, privado y social, en la organización de eventos especiales en el Estado de Guanajuato.
- II. Diversificar la oferta turística, consolidando eventos especiales en el Estado de Guanajuato;
- III. Incrementar la estadía de turistas y flujo de visitantes a los distintos destinos turísticos de la entidad; y
- IV. Garantizar la actividad turística durante todo el año en beneficio del sector Turístico y de la sociedad en general del estado de Guanajuato.

Reglas de Operación para el Otorgamiento de Apoyos a Eventos Especiales

El Comité de Apoyo a Eventos Especiales a realizarse en el Estado de Guanajuato, en adelante, el Comité, está integrado de la siguiente manera:

- I. Un Presidente, que será el Titular de la Subsecretaría de Promoción Turística;
- II. Un Secretario de Actas, que será el Titular de la Dirección de Productos Turísticos;
- III. El Titular de la Dirección de Promoción y Difusión, quien fungirá como vocal;
- IV. El Titular de la Dirección de Relaciones Públicas, quien fungirá como vocal;
- V. El Titular de la Dirección de Información y Análisis, quien fungirá como vocal.

Integrantes del Comité

Artículo 9. Los integrantes del Comité tendrán derecho a voz y voto, podrán designar en sus ausencias y previo acuerdo con el Secretario de Turismo, a sus respectivos suplentes, los cuales tendrán las mismas atribuciones y compromisos adquiridos por los titulares.

Artículo 10. Cuando el Secretario de Turismo asista a las sesiones del Comité fungirá como Presidente del mismo y el Titular de la Subsecretaría de Promoción Turística será un integrante más. En este caso, ambos contarán con derecho a voz y voto.

El Comité tiene las siguientes atribuciones

- I. Fungir como instancia para la revisión y análisis de las solicitudes de apoyo que se dirijan al Secretario de Desarrollo Turístico, asegurándose que las mismas cumplan con los requisitos establecidos en el artículo 6, utilizando las herramientas y mecanismos que permitan tomar una decisión fundada con base a los objetivos que establece el artículo 4, emitiendo el dictamen correspondiente a la propuesta de apoyo solicitado, así como dar la respuesta por escrito al solicitante;
- II. Emitir al solicitante las opiniones o en su caso observaciones que resulten necesarias para llevar a cabo el análisis y dictamen de cada solicitud;
- III. Proponer auditorías y evaluaciones externas a los eventos especiales apoyados por la Secretaría, en lo referente al recurso público estatal que se le otorgó, y en general para verificar el cumplimiento de las obligaciones plasmadas en el Convenio suscrito para tales efectos con el solicitante;
- IV. Presentar al Secretario de Desarrollo Turístico un informe semestral de los apoyos otorgados de conformidad con las presentes Reglas de Operación, así como a la Dirección de Asuntos Jurídicos para los efectos de la Ley de Acceso a la Información Pública;
- V. Vigilar el cumplimiento de las presentes Reglas de Operación; y
- VI. Las demás que le encomiende el Titular de la Secretaría de Desarrollo Turístico.

Eventos apoyados 2014

	Nombre del Evento	Sede del evento	Asistentes E/	Apoyo otorgado (Pesos)	Derrama Económica Estimada E/
1	Rally Guanajuato México	Guanajuato, León, Silao	495,600	\$ 18,700,000.00	\$ 593,277,950.00
2	Mesa Abierta	San Miguel de Allende	1,600	\$ 500,000.00	\$ 8,000,000.00
3	Concierto de Equinoccio de Primavera 15va. Edición	San Miguel de Allende	845	\$ 50,000.00	\$ 630,000.00
4	Torneo Internacional Challenger 2014	León	6,800	\$ 200,000.00	\$ 6,200,000.00
5	San Miguel Sound	San Miguel de Allende	3,100	\$ 250,000.00	\$ 4,670,000.00
6	México Championship	León	3,000	\$ 2,600,000.00	\$ 4,500,000.00
7	Globo Fest Acámbaro	Acámbaro	40,000	\$ 375,000.00	\$ 10,000,000.00
8	Festival del In Mixcoacalli. 4ta. Edición	Mineral de Pozos, San Luis de la Paz	1,700	\$ 25,000.00	\$ 1,399,127.00
9	17° Festival del Mariachi	Mineral de Pozos, San Luis de la Paz	3,500	\$ 100,000.00	\$ 3,131,000.00
10	Campeonatos Estatales Charros	Irapuato	12,000	\$ 200,000.00	\$ 8,000,000.00

	2014				
11	Rally HOG bajío	León	362	\$ 50,000.00	\$ 3,608,600.00
12	Homenaje a "Pedro Vargas" en La Habana, Cuba.	La Habana, Cuba		\$ 250,000.00	
13	XXVII Festival Cultural de la Toltequidad	Mineral de Pozos / San Luis de la Paz	6,000	\$ 100,000.00	\$ 4,604,218.00
14	Festival Internacional de Cine de Guanajuato (GIFF)	San Miguel de Allende / Guanajuato	135,000	\$ 5,000,000.00	\$ 200,000,000.00
15	Festival Internacional de Música de Cámara de San Miguel de Allende	San Miguel de Allende	5,000	\$ 100,000.00	\$ 4,500,000.00
16	5° Salvablues Jazz Festival Internacional	Salvatierra	6,000	\$ 150,000.00	\$ 7,000,000.00
17	Torneo Bicentenario Ventanas	San Miguel de Allende	500	\$ 200,000.00	\$ 4,500,000.00
18	Festival de la Tierra y el Huapango en la Sierra Gorda de Guanajuato	San Luis de la Paz	330	\$ 50,000.00	\$ 17,193.15
19	La Marquesada	Salvatierra	71,500	\$ 300,000.00	\$ 10,000,000.00
20	3era. Muestra Gastronómica Holbox 2014	Isla de Holbox, Cancún	1,500	\$ 300,000.00	\$ 10,800,000.00
21	Motofiesta León	León	25,000	\$ 150,000.00	\$ 60,000,000.00

22	Festival del Buen Beber	León	820	\$ 168,420.80	\$ 600,000.00
23	La Carrera Panamericana	Guanajuato	10,600	\$ 100,000.00	\$ 1,700,000.00
24	La Calaca	San Miguel de Allende	6,000	\$ 50,000.00	\$ 40,000,000.00
25	¡La Catrina Vive! Fiesta de Muerte y Color	Guanajuato	3,000	\$ 50,000.00	\$ 6,000,000.00
26	XX Festival de Jazz y Blues de San Miguel de Allende	San Miguel de Allende	7,000	\$ 50,000.00	\$ 46,900,000.00
27	Festival Internacional del Globo	León	405,000	\$ 3,850,000.00	\$ 430,000,000.00
28	Festival del Mariachi y la Banda	Comunidad El Llanito	3,000	\$ 29,000.00	\$ 600,000.00
29	5° Festival Internacional José Alfredo Jiménez	Dolores Hidalgo	15,500	\$ 400,000.00	\$ 7,500,000.00
30	Festival de Cine Independiente de Pozos	Mineral de Pozos / San Luis de la Paz	3,000	\$ 50,000.00	\$ 450,000.00
31	Música de Nuestras Raíces	Valle de Santiago	800	\$ 75,000.00	\$ 350,000.00
32	2do. Festival del Molcajete, la Salsa y las Tortillas Ceremoniales	Comonfort	3,000	\$ 150,000.00	\$ 1,500,000.00
33	Copa Golf Latino 2014	San Miguel de Allende	5,000	\$ 2,700,000.00	\$ 500,000.00

34	Gastro Beer Fest Celaya 2014	Celaya	1,000	\$ 100,000.00	\$ 500,000.00
35	Cabalgata de Reyes Magos de Irapuato	Irapuato	400,000	\$ 200,000.00	\$ 6,000,000.00
36	2a. Edición de Noches Mágicas y Sobrevuelos de globos aerostáticos	Dolores Hidalgo	39,500	\$ 1,200,000.00	\$ 5,000,000.00
37	2a. Edición de Noches Mágicas y Sobrevuelos de globos aerostáticos	San Luis de la Paz			
38	2a. Edición de Noches Mágicas y Sobrevuelos de globos aerostáticos	Jalpa de Cánovas			
39	2a. Edición de Noches Mágicas y Sobrevuelos de globos aerostáticos	Yuriria			
40	2a. Edición de Noches Mágicas y Sobrevuelos de globos aerostáticos	Salvatierra			
41	2a. Edición de Noches Mágicas y Sobrevuelos de globos aerostáticos	Abasolo			
42	2a. Edición de Noches Mágicas y Sobrevuelos de	Pénjamo			

globos aerostáticos				
TOTAL		1,722,557	38,822,421	1,492,438,088

Fuente: Dirección de Productos Turísticos, 2014.

- **Guanajuato ¡Si Sabe!**

2a. Semana Internacional de la Gastronomía

Del 31 de mayo al 8 de junio de 2014.

Un sueño por integrar talento, experiencia y pasión gastronómica única en nuestro país.

Encuentro que contribuye y fortalece la identidad gastronómica de nuestro Estado, convirtiéndose en referente para expertos y aficionados en todas las vertientes del sabor:

Festivales, Proveeduría, Academia, Manifestaciones Culturales y mucho más.

Pasión, talento y experiencia fluyendo a lo largo de nueve días en **8 espléndidos** destinos.

- | | |
|--------------|----------------------------|
| ❖ Celaya | ❖ Salamanca |
| ❖ Guanajuato | ❖ San Francisco del Rincón |
| ❖ Irapuato | ❖ San Miguel de Allende |
| ❖ León | ❖ Silao |

3 Países Invitados

- ❖ Estados Unidos
- ❖ España
- ❖ Japón

- **16 Chefs Internacionales**

Entre los que destacan: Kisko Garcia (Córdoba), Oscar Velazco (Segovia), Miguel Sierra (Avilés, Esp), Kiyoyuki Ichimaida y Hideki Hiratsuka (Japón).

15 Chefs Nacionales.

- Alfredo Oropeza
- Mikel Alonso
- Javier Plascencia
- Sylvia Kurzcyn
- Mauricio Montiel
- Genovevo Figueroa
- Gloria Morales
- Yuri de Gortari
- Ricardo Muñoz Zurita
- Armando Prats
- Silvia Kunz
- Pablo San Román

- **Chefs Estatales:**

Entre los que destacan: Gustavo Palma, Mónica Solís, Bricio Domínguez

- **31 Chefs Residentes**

Todos ellos integrando un extenso y enriquecedor programa a través **de 40 eventos simultáneos** de gastronomía, cultura, concursos y entretenimiento en **60 sedes.**

▪ **5 eventos culturales**

- Concierto Ensamble Maridaje Musical por los caminos de Guanajuato en Teatro del Bicentenario. León.
- Ópera "Nuestro Tresguerras" 1 concierto en Auditorio Francisco E. Tresguerras. Celaya
- Muestra Cinematográfica: 3 matinées en Casa de la Cultura, Sala del Refectorio. Salamanca

▪ **6 Festivales**

- 4° Festival Andar del Paella en Plaza Allende. Guanajuato
- Festival del Cordero y el Mezcal en Real de Minas. San Miguel de Allende
- 3er. Festival Nacional de la cajeta, el queso y sus dulces tradicionales en Auditorio Francisco E. Tresguerras. Celaya
- 2° Festival de la Capital Mundial de las Fresas en Presidencia Municipal. Irapuato
- 1er. Festival de alta cocina tradicional Mexicana: Los chiles rellenos. San Francisco del Rincón
- 2° Festival de alta cocina Internacional: Fusión México / India. San Francisco del Rincón

▪ **35 Actividades académicas**

- Ciclos de Conferencias
- Talleres pedagógicos
- Exposiciones de proveeduría
- Congreso Gastronomicón
- Paneles y presentaciones
- Curso Básico de Cocina Regional

▪ **Rutas gastronómicas**, integradas por más de **25 restaurantes** como:

- Chao Bella, Tasca de la Paz, Virgen de la cueva, Las mercedes, Casa Valadez, Casa Ofelia, La Trattoria de Elena, Capellina, Van Gogh, Campo Viejo, Bagel Cafetin, El Tres Restaurante Cantina, Samborn's, Robinson's Crash, Brick, El Jardín, Bixa, Bull Steak, Sitio, Victoria, El Torito steak, El Caserío, Robinson's Crash, San Telmo, Grotto, Baudin, La Esquina Gaucha, El Invernadero y Carnevino.

▪ **7 Muestras gastronómicas**

- Andar de la Paella en Guanajuato
- Muestra de Identidad Gastronómica en León
- Muestra de Platos elaborados con Cajeta Celayense en Celaya
- Degustación gastronómica 2do. Festival de la capital mundial de las fresas en Irapuato
- Salamanca en la cazuela (Verbena Popular) en Salamanca
- Encuentro de Cocineras Tradicionales en Silao
- Expo Productores de queso y pan de San Miguel de Allende

Una combinación mágica de comidas y cenas UNICAS, en lugares y escenarios inigualables, con más de **30 sedes distribuidos en los 8 destinos**; intercambiando sabores y aromas entre **8 Chefs internacionales, 9 nacionales, 27 estatales, 40 cocineras tradicionales del estado y 15 invitadas de la República Mexicana.**

- **8 Chefs Estrellas Michelin.** (3 Córdoba, España, 2 Estados Unidos y 3 Japón)
- **40 Cocineras Tradicionales:** Suroeste (Pénjamo, Abasolo), Norte (Ocampo y San Felipe Torres Mochas), Sureste (Salvatierra, Tarimoro, Coroneo), Centro – Sur (Salamanca), Noreste (Tierra Blanca), Centro – Oeste (Purísima de Rincón), Este (Comonfort)
- **15 Cocineras tradicionales invitadas** de la República Mexicana Querétaro, Michoacán y Estado de México.

▪ **5 Concursos gastronómicos**

- Concurso de Paella
- Concurso de Platos Celayenses
- Concurso de platos con toque de fresa
- Concurso Innovación Gastronómica Salmantina
- Concurso de Cocina Tradicional Guanajuatense

A lo largo de 9 días, se tiene una **afluencia esperada de 57,799 asistentes** y la **participación de 2 mil estudiantes** en diversas actividades.



▪ **VENDIMIA GUANAJUATO**

Valle de la Independencia (Agosto 2014)

El vino guanajuatense es la representación más sensible y exquisita de su territorio y su gente; degustar es **viajar**, **descubrir** la tierra y **conocer** la personalidad de un lugar. Es precisamente en torno a sus municipios donde podemos disfrutar de un medio natural privilegiado, del mundo del vino y de su Patrimonio Cultural.

▪ **2 Destinos:**

- Dolores Hidalgo C.I.N
- San Miguel de Allende

- **4 Sedes:**

- **Dolores Hidalgo:**
 - 1.- Desarrollo Inmobiliario La Santísima Trinidad
 - 2.- Bodegas Vega – Manchón

- **San Miguel de Allende:**
 - 3.- Rancho Toyán
 - 4.- Bodega Don Búhos

- **6 EVENTOS**

- **San Miguel de Allende**

En un entorno natural de árboles frutales y campos fecundos se llevará a cabo un gran fiesta de la vendimia, Rancho Toyán certificado por más de 2 años SERES (certificación alemana) como empresa de productos 100% orgánicos. Ahí podrás disfrutar de una tarde diferente en la **2a. Fiesta de la Vendimia “Tierra, Vino y Arte”**; teniendo como cierre el concierto de una de las mejores voces de México “Guadalupe Pineda”. Sábado 02 de Agosto / 17:00 horas.

En este mismo lugar a 14 metros de profundidad se encuentra una espléndida cava subterránea custodiada por 25 monjes, que te llevará a un misticismo y deleite de un concierto de **Piano, Ópera & Vino** con el pianista sanmiguelense Mauro Ledesma. Viernes 22 de Agosto / 19.00 horas.

Un espacio sin igual enmarcado por viñedos abundantes y olivos se encuentra Bodega Dos Búhos, en donde la tradición familiar se basa en el arte, cultura y arquitectura. Dos interesantes eventos, uno dirigido a jóvenes aventureros y gustosos de introducirse al mundo del buen vino guanajuatense, **La Petite Vendimia**. Sábado 09 de agosto / 11:00 horas y otro engalanado por una exposición arte y una

excelente degustación de bocadillos a cargo del Chef Victor Palma digno representante de uno de los mejores hoteles en San Miguel de Allende Rosewood; esto y mucho más se ofrecerá en el **1er. Festival de la Vendimia**. Sábado 16 de agosto / 17:30 horas.

- **Dolores Hidalgo C.I.N.**

En un desarrollo de extensos campos de lavanda y de nuevos viñedos, además de un lugar lleno de tranquilidad en donde visitantes podrán pernoctar en un espacio campirano y de muchos detalles selectos; ahí se llevará a cabo la **2a. Fiesta de la Vendimia de la Santísima Trinidad.** Paseos en carretas jaladas por caballos percherones, catas de vinos y un gran escenario natural para disfrutar por primera vez en el estado de Guanajuato de uno de los deportes más nobles la final de la “1er. Copa de Polo”, con equipos de Argentina y un grupo selecto de deportistas de toda la República Mexicana. Sábado 23 de Agosto / 13:00 horas.

Extenso territorio de abundantes viñedos y una arquitectura premiada con medalla de oro por Mejor Arquitectura Pública 2013, además de cinco etiquetas premiadas de once; entre ellas medalla de oro con la etiqueta Clos la Mar 2011 y medalla de plata con Torre de Tierra 2011. En Cuna de Tierra vivirás un día lleno de diversas actividades como catas, talleres, recorridos en bicicleta, diligencias jaladas por caballos percherones, área de exposición artesanal de la región, una interesante exposición de arte y sin dejar a un lado una exquisita área gastronómica liderada por los chefs invitados Susanna y Eduardo Palazuelos y por primera vez intercambio de platillos a cargo de cocineras tradicionales de nuestro estado esto y más en la **4a. Fiesta de la Vendimia “Aire de vino y Arte”**. Sábado 30 de Agosto / 13:00 horas.

Como **actividades complementarias** una gama de interesantes **recorridos guiados en Viñedos Toyán, Bodegas Dos Búhos y Cuna de Tierra.**

Previa reservación durante todo el mes.

- **5 Chefs**

Una excelente gama culinaria de corte nacional, tradicional y orgánica serán las que acompañarán a los vino guanajuatenses en las diferentes vendimias, interesante gastronomía elaborada por chefs reconocidos como:

- **Susanna Palazuelos.** Incansable promotora de la gastronomía mexicana; a lo largo de 3 décadas ha logrado llevar los sabores de nuestra patria a rincones del orbe más remoto. Seúl, Vancouver, Miami, Londres y Madrid son algunos lugares donde Susanna ha realizado festivales gastronómicos.

Participando en Vinícola Cuna de Tierra

- **Eduardo Palazuelos.** Egresado de la “Centre International de Glión Siza”, iniciando los pasos de su madre Susanna Palazuelos y gran empresario restaurantero de “Zibú” en Acapulco y “Mar del Zur” en la ciudad de México.

Participando en Vinícola Cuna de Tierra

- **Joan y Joel Casas.** Originario de España, digno representante de elaboración de paellas, ha colaborado con sus originales recetas como el arroz a la cazadora y arroz con conejo en el libro La Cocina Española en México.

Participando en Vinícola Toyan

- **Fabiola Guzmán.** Creadora de experiencias gastronómicas y maridajes que deleiten paladares nacionales y extranjeros como chef ejecutiva de hoteles, restaurantes y eventos especiales.

Participando en Vinícola Toyan

- **Víctor Palma.** Celebra los auténticos sabores mexicanos y su menú destaca los más frescos ingredientes de temporada, así como la utilización de los productos adquiridos diariamente en granjas cercanas y en los coloridos mercados locales. Es Chef del Hotel Rosewood San Miguel de Allende, Gto.

Participando en Bodega Dos Búhos

▪ 3 Sommeliers

Expertos en maridajes de un buen vino guanajuatense y una buena degustación culinaria, es lo que nos enseñarán a través de catas de gran interés entre los que destacan: **Pilar Mere, Víctor Giles y Alejandra Álvarez Ramírez.**

▪ 4 Enólogos

Una actividad muy importante es conocer ese producto honesto que nace de tierras fértiles en nuestro Estado de Guanajuato “La uva”, es por ello que de

manos de expertos quienes supervisan en las bodegas tanto la elaboración, el almacenaje, análisis, conservación y embotellado; nos demostraran en interesantes talleres de como procesan y cuidan el vino guanajuatense a través de reconocidos enólogos como: **Juan José Manchón, Horacio Reyner, Alfredo García y Juan José Gómez.**

- **8 Catas de vinos y 2 Talleres**

- 1 Cata de vinos “Viñedos de Vinícola Toyán”
- 1 Cata de Vinos y Quesos en Bodega Dos Búhos
- 2 Cata de Vinos en Hacienda La Santísima Trinidad
- 4 Catas de uvas, aceites de olivo, vino musical en Vinícola Cuna de Tierra
- 2 talleres: Quesos mexicanos y Haz tu propio vino. Vinícola Cuna de Tierra

- **40 Expositores**

Productos 100% guanajuatenses como:

- Artesanía fina
- Quesos y pan gourmet
- Aceites de oliva
- Productos en conserva
- Joyería
- Muebles de diseño

- **2 Conciertos**

- Piano, Ópera & Vino. / 22 de agosto, pianista Mauro Ledesma, originario de San Miguel de Allende
- Concierto de una de las mejores voces de México “Guadalupe Pineda” en Rancho Toyán / 2 de agosto

- **2 Exposiciones de Arte**

- **Bodega Dos Búhos.**

Exposición de arte por el artista Peter Leventhal y Subasta de Arte por Noyola Anticuarios

- **Vinícola Cuna de Tierra**

Exposición colectiva por 7 artista plásticos: Mario Cabrera, Michael Wiabach, Malcolm

Cuello, Adriana Urquiza, Jeffrey Brown y Julián Goldstone



- **2º FESTIVAL DEL TEQUILA, EL MEZCAL Y DESTILADOS DE AGAVE DE GUANAJUATO**

Fecha: 8 de noviembre de 2014.

Hora: 13:00 a 21:00 horas

Destino: Pénjamo

Afluencia: 450 visitantes

Inversión sector Gto: \$1,089,000.00

Sede: Glorieta de los Agaves

Tipo de evento: Gastronómico, Cultural y Musical.

El sabor de un buen TEQUILA Mexicano nace en tierras Guanajuatenses, en donde se puede apreciar extensos campos de agave azulados. Es por ello que se busca dar a conocer la gran diversidad de productos de tequila así como de mezcal y destilados que se tienen en el Estado.

▪ **Perfil del Asistente:**

Nivel Socioeconómico: C a C+

Edad: 18 a 65 años

Procedencia: Local y Estatal

▪ **Tequileros:**

- Tequila Real de Pénjamo
- Tequila Orgullo de Pénjamo
- Tequila Corralejo
- Tequila Artesanal Magallanes Tres Joyas
- Tequilería Regional Guanajuatense
- Tequila Dorado del Bajío
- Tequila Huani

▪ **Mezcaleros:**

- Jaral de Berrio
- Cuanax
- El Carretón

▪ **Destilados de Agave:**

- La Destilería María de la Paz
- Real de Tarimoro
- Vértigo
- Lusitano

▪ **Costo del evento:**

Adulto: \$300.00

Menor: \$100.00

*Promoción: 15% de descuento a trabajadores de Gobierno del Estado

▪ **Actividades:**

- Jima de Agave.
- Área de Exposición. 14 expositores ofrecerán degustación además de venta sus productos.
- Programa de Catas. 73 asistentes en 5 catas con duración de 35 minutos.
- Degustación Gastronómica por cocineras tradicionales de Pénjamo, Gto. 21 cocineras ofrecerán 42 platillos entre salados y dulces en 4 cuadrantes.
- Mariachi Real de México. Integrado por 10 músicos amenizando por 2 horas durante la degustación gastronómica.
- Juegos de Destreza. Tiro con rifle, tiro al globo, tiro de canicas, tiro con rifle, duración: 8hrs.
- Demostración “Mixología con Tequila y Mezcal”, Demostración: EtnoMixología con Tequila y Mezcal y servicio de 600 cocteles elaborados con tequila, mezcal y destilados de agave.
- Charlotada. Concurso de carreras en burritos y vaquillas
- Caballos Bailadores. Espectáculo de 6 caballos
- Espectáculo musical de Alejandra Orozco “La Guadalupeña”, duración 1 hora 15 minutos.

▪ **Medios de Comunicación**

- Gto Viaja!
- Av. Digital 3.0
- As Sport
- L@s Reporter@s
- Travel & Living
- Periódico Correo, corresponsal de Pénjamo



▪ Principales Eventos

Evento	Fecha	Inversión D. Productos	Destinos
2da. Semana Internacional de la Gastronomía	31 de mayo al 8 de junio	\$ 4,216,792.40	Guanajuato, San Miguel de Allende, Celaya, León, Silao, San Francisco del Rincón, Irapuato y Salamanca
Vendimias Guanajuato 2014 Valle de la Independencia	1 al 31 de ago	\$ 1,020,000.00	San Miguel de Allende y Dolores Hidalgo
2do. Festival del tequila, el mezcal y destilados de agave de Guanajuato	8 de nov	\$ 714,000.00	Pénjamo (Glorieta del Agave)

Fuente: Dirección de Productos Turísticos, 2014.

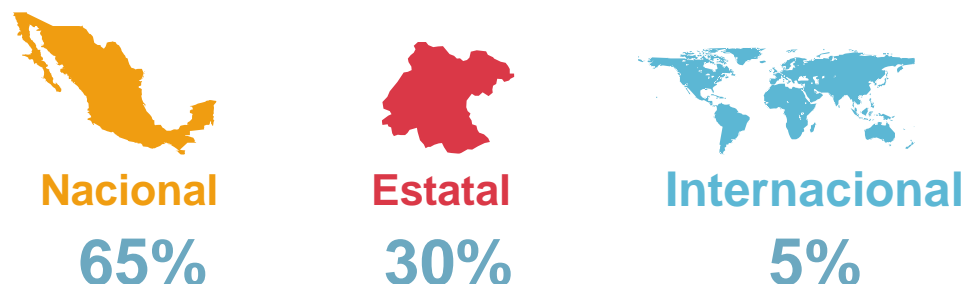
6.8 Perfil del Visitante

Con el objetivo de obtener información cualitativa y cuantitativa del visitante al Estado, la SECTUR realiza el estudio denominado *Perfil y Grado de Satisfacción del Visitante*. Para su edición **2014** el estudio se realizó en los siguientes destinos:



El estudio realizado presenta los siguientes resultados globales:

- Procedencia del Visitante (Estatad, Nacional e Internacional)



Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Jefatura de Investigación y Análisis. Estudio del Perfil del Visitante 2014.

- **Distribución del turista por tipo de Hospedaje**

- En este análisis se muestra la distribución del turista por tipo de hospedaje.



Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Jefatura de Investigación y Análisis. Estudio del Perfil del Visitante al Estado 2014

-¿Cómo se enteró del destino?

- Se refiere al medio publicitario por el cual se enteró del destino:

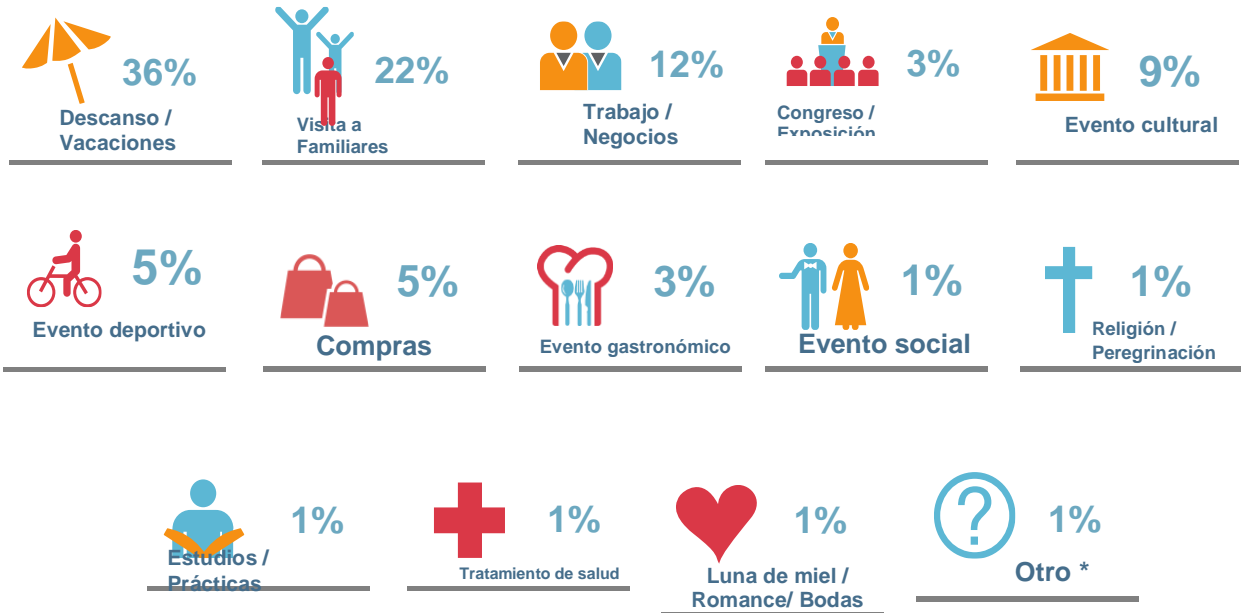


*Otro: 2014: Autobuses/ Avión / Expo/ evento / Teléfono / Celular
 Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Jefatura de investigación y análisis. Estudio del perfil del visitante al Estado 2014

(Nota: Suma de menciones por lo que el total puede superar el 100%)

A través de esta pregunta, es posible conocer la penetración de medios que impacta directamente en el número de visitantes que llegan al Estado; de esta forma se puede trabajar en la mezcla de medios idónea para lograr mayor impacto en la atracción de más visitantes.

-Propósito de Visita



* Otro 2014: Feria, para conocer, buscar casa para rentar y concierto.

Fuente: Sectur Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Jefatura de investigación y análisis. Estudio del perfil del visitante al Estado 2014

-Gasto Promedio del Visitante, Turista y Excursionista

- Es el gasto en promedio que realiza el visitante en el destino de acuerdo a su lugar de hospedaje:



* Otro 2014: Camión/auto. Alberaue. Casa Parroquial.

Fuente: Sectur Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Jefatura de investigación y análisis. Estudio del perfil del visitante al Estado 2014

6.10. Barómetro Turístico

Estudio que concentra la **opinión y valoración pasada, presente y futura** de la actividad turística y económica del estado de Guanajuato, su principal objetivo es conocer la opinión que **prestadores de servicios y líderes de opinión** tienen respecto a la **evolución y tendencias** de aspectos como ocupación hotelera, llegada de turistas, inversión en el sector turístico, empleo, inflación, consumo de productos y servicios, ventas, expectativas y posicionamiento de productos turísticos.

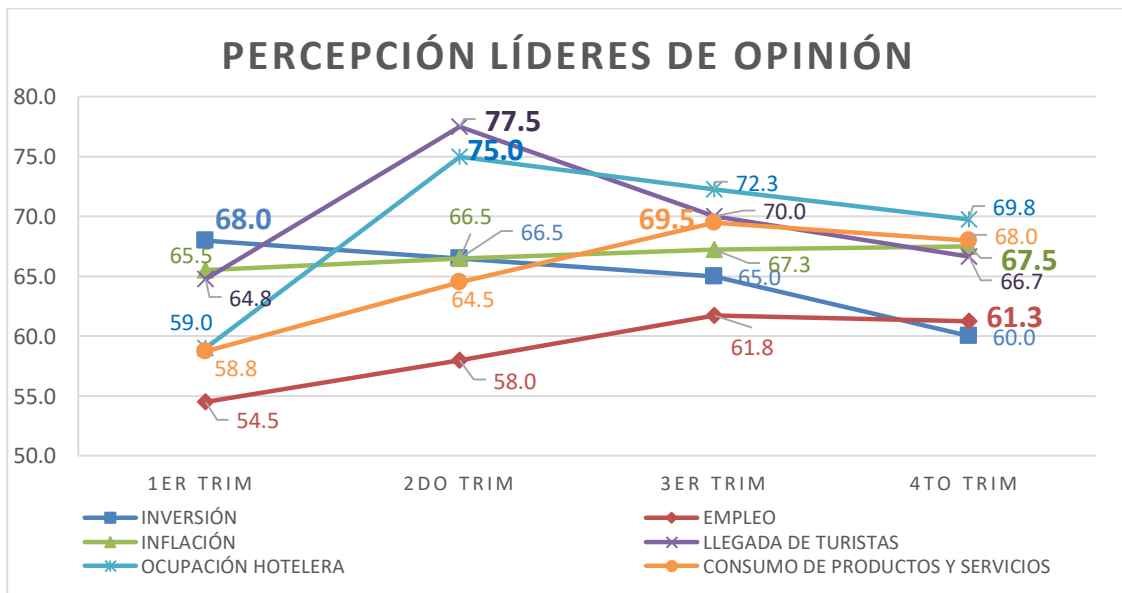


Durante el 2014 se realizaron **4 ediciones trimestrales** del Barómetro Turístico considerando la opinión y percepción de **304 prestadores de servicios** y **120 líderes de opinión** logrando una muestra de **424 encuestas** realizadas telefónicamente.

Los resultados mostrados corresponden a la evolución de algunos de los rubros evaluados en el Barómetro Turístico 2014, según la percepción de los **Líderes de Opinión** en cada una de las ediciones. Para la interpretación de dichos índices se presenta la siguiente escala en la que se establecen los parámetros de medición de la percepción actual en cada uno de los trimestres respecto al trimestre anterior.

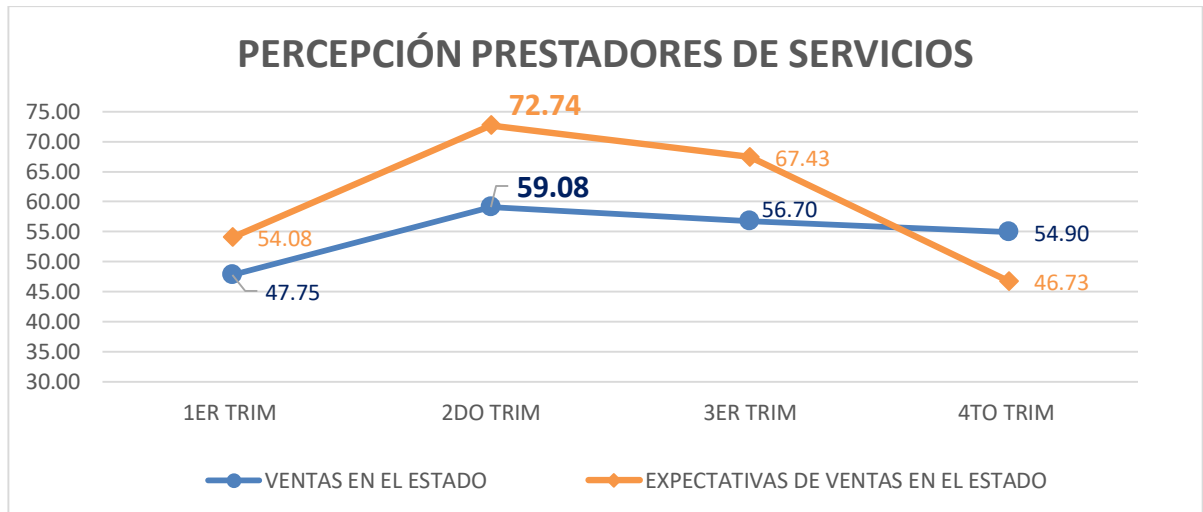
Mucho menor	0 - 25 puntos
Menor	26 - 50 puntos
Igual	51 - 60 puntos
Mayor	61 - 80 puntos
Mucho mayor	81 - 100 puntos

Fuente: SECTUR Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Jefatura de Investigación y Análisis. Evaluación Barómetro Turístico 2014



Fuente: SECTUR Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Barómetro Turístico 2014

Los resultados muestran la evaluación de 6 indicadores que impactan en la actividad turística del Estado, donde según la percepción de los líderes, durante el 2º trimestre la **llegada de turistas** y la **ocupación hotelera**, fueron los 2 rubros que impactaron más en todo el año con un índice **mayor** con respecto al trimestre anterior.



Fuente: SECTUR Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Barómetro Turístico 2014

Bajo la misma escala, se presentan las ventas y expectativas de ventas de cada uno de los trimestres, conforme a la opinión de los 304 prestadores de servicios participantes en el 2014. Como se puede observar, en el 2º trimestre del 2014 es donde las **expectativas y las ventas en el Estado** reflejaron un índice mucho mayor que el trimestre anterior; sin embargo, cabe señalar que únicamente en el último trimestre del año, las ventas en el Estado superaron las expectativas que vislumbraron los prestadores para este período.

Asimismo, de acuerdo a la percepción que **Prestadores de Servicios** tuvieron sobre los principales aspectos que motivaron las ventas del 2014, el principal **motivador** fue la *publicidad y promoción del Estado* mientras que el principal **aspecto que consideraron frenó** las ventas durante el 2014 fue la *situación económica* que atravesaba el país en el mismo periodo.

CAPÍTULO 7

Promoción Turística

7.1 Viajes de Familiarización

Viajes de cortesía que se ofrecen a periodistas, gente VIP, operadores turísticos, agencias de viajes o blogueros para que puedan vivir la experiencia de un destino turístico en primera persona.

El objetivo de estos viajes es lograr que el visitante conozca de una manera profunda el producto o destino visitado, permitiendo promocionar al estado de Guanajuato en diversos medios, incrementando la afluencia turística, generando mayor derrama económica y posicionando al estado de Guanajuato como el destino cultural de México.

- **Principales Acciones y Resultados**

En 2014, se atendieron ciento cuarenta y un viajes de familiarización con los que se atendieron a dos mil quinientas cuarenta y seis personas entre medios de comunicación masiva y especializada nacional, estatal e internacional, tour operadores, personalidades e invitados especiales, dando como resultado aproximado de 341 publicaciones totales, de las cuales 120 fueron internacionales y 221 fueron nacionales, obteniendo un ahorro de \$37, 114,564 de pesos por estas publicaciones.

Viajes de Familiarización Estado de Guanajuato			
Fam's	2013	2014	Var.
Medios Nacionales	51	81	58%
Medios Internacionales	22	40	81%
Medios Estatales	0*	20	100%
Total Fam's	73	141	93%

Fuente: Sectur, Guanajuato. Dirección de Relaciones Públicas, 2014.*En 2013 no se contabilizaban los fam's

7.2 Publicaciones No Pagadas

Se refiere a las publicaciones generadas como resultado de los eventos que se realizaron a lo largo del año, conferencias de prensa realizadas fuera y dentro del Estado, notas informativas que se envían periódicamente a todos los contactos y que estos generan gracias a la información enviada, así como las notas que cada uno de los medios publica por cuenta propia en la internet, en revistas y en periódicos.

En el año 2014 el monto referente a publicaciones no pagadas se lograron monitorear 9,229 notas de Enero a Diciembre lo que representó un ahorro aproximado de \$184 millones de pesos.

COMPARATIVO DE PUBLICACIONES NO PAGADAS		
2013	2014	VARIABLE
3,133	9,229	196%

Fuente: Sectur, Guanajuato. Dirección de Relaciones Públicas.

7.3 Proyectos cinematográficos y audiovisuales

Derivado de la nueva de Ley de Cinematografía en el Estado de Guanajuato, por primera vez en la historia de la Secretaria de Turismo se aprobó presupuesto para el apoyo directo al cine y a los proyectos audiovisuales que se realizaran dentro de nuestro Estado.

Durante el año 2014 se apoyaron diferentes proyectos fílmicos entre los que destacan 4 películas, 3 cortometrajes, 2 Festivales de Cine, 3 scoutings para películas, 1 documental, 1 video clip, 1 DVD de un concierto en vivo; lo cual generó un impacto económico estimado de \$95.6 millones de pesos donde estos proyectos lograron llegar directamente a más de 20 millones de personas alrededor del mundo.

PROYECTOS CINEMATOGRAFICOS Y AUDIOVISUALES EN EL ESTADO DE GUANAJUATO		
Nombre	Casa Productora	Apoyo económico
Película "Eisenstein en Guanajuato"	Paloma Negra Films	\$ 1,102,200.00
Videoclip Samo	Sony Música	\$ 447,760.00
Cortometraje "México Bárbaro"	Independiente	\$ 50,000.00
Cortometraje "Las Leyendas de Guanajuato"	La Victoria Films	\$ 2,464,000.00
Película "La Leyenda de las Momias de Guanajuato"	Anima Estudios	\$ 1,162,907.00
Película "En el Último Trago"	Avanti Pictures	\$ 1,000,000.00
DVD Concierto en vivo "SAMO"	Hyperlab Studios	\$ 2,000,000.00
Cortometraje "El Retrato de David"	Polansky Films	\$ 25,000.00
Scouting "La Niña de la Mina"	Leow Studios	\$ 451,400.00
Película "San Nicolás"	Independiente	\$ 66,000.00
Scouting GIFF	N/A	\$ 279,789.85
Scouting Alameda Films	Alameda Films	\$ 42,996.00
Documental de Samo	Hyperlab Studios	\$ 90,911.22
Scouting película "El Destierro"	Sky Studios	\$ 106,332.00
7mo Festival de Cine de Campo	Independiente	\$ 14,285.00

7.4 Módulo de Información en el Aeropuerto Internacional del Bajío

La Secretaría de Turismo cuenta con un Módulo de Atención directa dentro del Aeropuerto Internacional del Bajío, donde diariamente se atiende a diferentes turistas y visitantes procedentes de distintas nacionalidades que vienen vía aérea a nuestro Estado en este módulo se da la atención las 24 hrs, a los visitantes a través de pantallas informativas y se proporciona información sobre los destinos, eventos y servicios turísticos que hay en el Estado de Guanajuato

Este año en el Módulo de Atención a Visitantes atendió a más de 6,000 personas provenientes de Estados Unidos, Japón, España y México principalmente.

Viajes de promoción

Conjunto de actividades turísticas enfocadas a promover y comercializar un destino turístico, así como sus actividades y/o producto turístico del destino.

Objetivos y beneficios

Participar en los eventos y/o ferias de promoción turística nacionales e internacionales para posicionar a Guanajuato como “Destino Cultural de México”, a través de la promoción, difusión y comercialización de los productos y servicios turísticos del estado de Guanajuato.

Beneficios:

- Posicionamiento de marca,
- Muestra de productos y servicios turísticos
- Promoción de eventos y festivales del estado
- Alianzas estratégicas con turoperadores mayoristas nacionales e internacionales
- Alianzas de Promoción difusión y comercialización así como con otros estados

Participación en 2014

- FITUR 2014, Madrid España
- Tianguis Turístico de Cancún 2012
- ARLAG, en Guadalajara
- Outlet Viaja y Vuela
- Exporestaurantes
- KULTUR
- Foro Nacional de Turismo
- JATA
- ABAV
- FIT
- FITA
- ATMEX
- Encuentro de la Red de un Turismo para Todos
- Virtuoso Travel Mart, en las Vegas Nevada
- Feria Mundial de Turismo Cultura
- Feria de León
- Rally México
- ANATO
- Congreso Internacional del Calzado
- Semana de la Juventud
- HOLBOX
- ICOMEX
- Día Mundial del Turismo.

Viajes de Promoción Turística	
Estado de Guanajuato	
Tipo	2014
Nacionales	22
Internacionales	12
Locales	19
Total	53

Fuente: Dirección de Relaciones Públicas

Imágenes de la participación en eventos 2014



7.5 Sitio Web

Guanajuato.Mx es un portal web turístico de escritorio y móvil de carácter experiencial. Sus contenidos reflejan el conjunto de experiencias turísticas que Guanajuato ofrece, ordenadas de acuerdo a criterios motivacionales.

Asimismo, se invita constantemente al usuario a la participación, de modo que la vivencia no sea contemplativa sino en primera persona, incentivando la visita de los productos y servicios locales más representativos.

Principales acciones y resultados

- Promoción de eventos de gran formato.
- Promoción de paquetes, recorridos y experiencias.
- Actualización de imagen.
- Inclusión y actualización de establecimientos de servicio y atractivos.

Innovaciones

- Desde la creación de la página gastronómica www.guanajuatosisabe.com se han creado sitios acordes a cada evento gastronómico de gran relevancia, potencializando sus alcances y navegación.
Eje: Semana Internacional de Gastronomía, Vendimias y Festival del Tequila y el Mezcal.

Visitas Sitio Web Estado de Guanajuato			
Tipo	2013	2014	Var
Nacionales	381,427	270,209	-30%
Internacionales	62,044	47,044	-24%
Total	443,471	317,893	-29%

Fuente: Dirección de Mercadotecnia.

- Acorde a las tendencias globales, se distingue una disminución en las visitas a las páginas web para dar paso a un crecimiento mucho mayor en Redes Sociales.

7.6 Redes Sociales

Las redes sociales en las que Guanajuato tuvo presencia en 2014 fueron facebook y twitter. Al cierre de este mismo año se contaba con 211 mil 851 Fans en facebook y 12 mil 369 seguidores en twitter.

Teniendo un incremento en Facebook de 514% en comparación con los 41,193 Fans de 2013.

Y un incremento en Twitter de 129% en comparación con los 9,562 Seguidores de 2013.



Fuente: Sectur, Guanajuato. Dirección de Mercadotecnia.

7.7 Campañas Publicitarias

Los objetivos de las campañas publicitarias en 2014 fueron posicionar la marca GTO, informar sobre la oferta turística de la entidad y comercializar productos turísticos, estimulando al viajero a buscar más información.

- Incrementar la estancia promedio
- Incrementar el gasto promedio
- Incrementar la derrama económica
- Integración, promoción y comercialización de productos
- Integración de los prestadores de servicios como co-responsables de los esfuerzos de promoción a través de la distribución de los productos

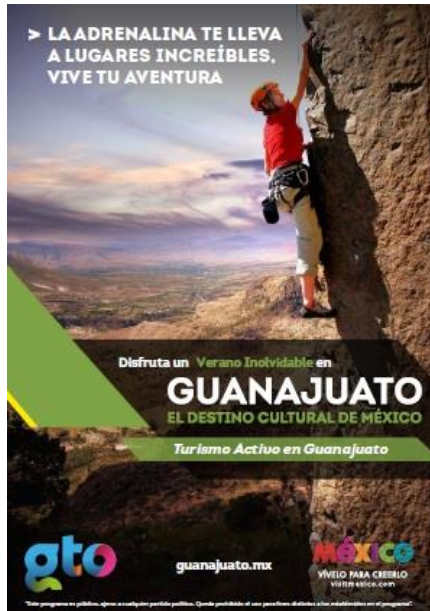
Campaña Guanajuato ¡Sí Sabe!



Campaña Semana Santa



Campaña de verano



Campaña Vendimias



La Leyenda de las Momias de Guanajuato





Campaña Internacional

Estados Unidos – Los Ángeles, Houston, Dallas, Chicago y Atlanta.

> ADRENALINE TAKES YOU TO UNBELIEVABLE PLACES, LIVE YOUR ADVENTURE!

Enjoy an unforgettable journey in
GUANAJUATO
MEXICO'S CULTURAL DESTINATION!

Active Travel in Guanajuato

gto guanajuato.mx MÉXICO LIVE IT TO BELIEVE IT VISITMEXICO.COM

> THE SUBLIME FRAGRANCE AND FLAVOR OF MEXICO GO BEYOND BORDERS.

Enjoy an unforgettable journey in
GUANAJUATO
MEXICO'S CULTURAL DESTINATION!

Tequila Circuit

gto guanajuato.mx MÉXICO LIVE IT TO BELIEVE IT VISITMEXICO.COM

> THE SUBLIME FRAGRANCE AND FLAVOR OF MEXICO GO BEYOND BORDERS.

Enjoy an unforgettable journey in
GUANAJUATO
MEXICO'S CULTURAL DESTINATION!

Wine Circuit

gto guanajuato.mx MÉXICO LIVE IT TO BELIEVE IT VISITMEXICO.COM

> THE PAST IS ALWAYS REVERED, TO LIVE IT IS UNFORGETTABLE.

Enjoy an unforgettable journey in
GUANAJUATO
MEXICO'S CULTURAL DESTINATION!

Archaeological sites in Guanajuato

gto guanajuato.mx MÉXICO LIVE IT TO BELIEVE IT VISITMEXICO.COM

Argentina



CINEMINUTOS

Con el objetivo de crear una ventaja competitiva en la promoción de los destinos turísticos del estado de Guanajuato, se realizaron 3 cineminutos con una narrativa original, la cual, provoca sentimientos y emociones para generar empatía y así crear un vínculo emocional con la audiencia.

Las historias utilizan elementos de leyendas arraigadas en cada región y se traen al presente mostrándose con calidad cinematográfica mundial, exaltando la belleza de cada destino.

Tras una extensa investigación histórica se formó un reconocido equipo creativo de para su realización, dando como resultado 3 piezas cinematográficas originales que incrementarán la recordación de dichos destinos afectando positivamente la decisión de destino de viaje de su audiencia.

En los cineminutos “*Leyendas de Guanajuato*”, se reconoce el valor cultural de las historias que se han transmitido de generación en generación entre los habitantes de los bellísimos destinos del estado de Guanajuato.

Estas piezas se realizaron en español e inglés para incrementar su alcance y así impactar al mercado mundial con efectividad.



LA LEYENDA DE LA CAMA DE CUARZO

Al ser San Miguel de Allende, el hogar de muchos que han llegado para quedarse seducidos por su encanto. Una hermosa mujer llega a esta mágica ciudad en 1924 donde descubre su verdadero amor. Un amor enmarcado por el corazón de cristal, símbolo de este lugar. Ese amor puro se ha quedado ahí por siempre, repitiéndose en las almas de las nuevas generaciones que lo visitan.



LA LEYENDA DE LA LLORONA

En época antigua, de forma mágica y sublime vemos a la misteriosa y bella mujer que llaman *Llorona* caminando por las calles de Dolores Hidalgo. Por siglos, todo el mundo ha temido escuchar su llanto, sin preguntarse *¿Por qué llora realmente la Llorona?* Historia que sigue repitiéndose en la actualidad con las lágrimas de una mujer incomprensida.



LA LEYENDA DE REMIGIO LEROY

Vemos en vida al Doctor francés Remigio Leroy, quien nunca imaginó que sería el primer cuerpo momificado en ser exhibido en el panteón de Santa Paula en 1865. De ahí en adelante este mágico y misterioso panteón ha venido momificando solo a algunos de sus residentes.

▪ Principales acciones y resultados en 2014

- Se realizó una inversión de más de 90 millones de pesos en medios especializados, con herramientas como espectaculares, revista, radio, prensa, internet, cineminutos.
- Por primera vez se alcanzaron mercados internacionales con estas campañas, tocando los mercados de Chicago, Dallas, Houston, Los Ángeles, y Atlanta para Norteamérica y Argentina en Sudamérica.

Con estas acciones se lograron más de 2,100 millones de impactos.

Principales Campañas	
Total de Campañas	8
Inversión en Campañas	+90,000,000

7.8 Monto de Recursos del CPTM

En 2014 el Consejo de Promoción Turística de México destino \$15, 180,000 pesos como parte del Convenio de Colaboración y Coordinación para la ejecución de programas Cooperativos en Materia de Promoción y Publicidad Turística.

Campañas CPTM	
Nacional	\$13,663,300
Internacional	\$1,516,700
Total de Empate en Cooperativos	\$15,180.000

Capítulo 8

Enlaces

8.1 Secretarios del Turismo en el País

Secretarios de Turismo de la República Mexicana			
Estado/ Nombre del Secretario	Dirección	Teléfono	Correo Electrónico
Aguascalientes Lic. Alejandro Ponce Larrinua	Av. Aguascalientes Norte # 606. Fracc. Pulgas Pandas, C.P. 20138. Aguascalientes, Aguascalientes.	(449) 910 2088	alejandro.poncel@aguascalientes.gob.mx sandra.rodriguez@aguascalientes.gob.mx
Baja California CP Oscar Jesús Escobedo Carignan	Av Revolución #868-1 Segundo nivel, Centro Comercial galerías Revolución Entre calle 2ª y 3ª Zona Centro 22000	(664) 682 3367	oescobedo@baja.gob.mx
Baja California Sur Lic. Rubén Reachí Lugo	Carr. Norte Km 5.5, Fracc. Fidepaz CP23090. La Paz, Bcs.	(612) 124 0100 Ext. 103	rreachi@visitbajasur.travel
Campeche Lic. Vania María Kelleher Hernández	Av. Luis Cortines s/n, Plaza MochCouch, Centro Campeche, Camp.	(981) 127 3300 Ext.124	secretaria@campechetravel.com.mx
Coahuila C. Jose Antonio Gutierrez Jardón	Centro de Gobierno 2º piso, Blvd. Fundadores y Blvd. Centenario de Torreón s/n C.P.25294 Saltillo, Coah.	(844) 698 1000 Ext. 5560	joseantonio.gutierrez@coahuila.gob.mx
Colima C. Héctor Sandoval Fierros	Pasea Miguel de la Madrid Esq. Libramiento Ejercito mexicano. Complejo administrativo del Gobierno del Estado Edificio B piso 1Col. El Diezmo CP 28010, Colima, Col.	(312) 316 2021	hectorsandoval@col.gob.mx
Chiapas Lic. Mario Uvence Rojas	Torres Chiapas Nivel 5 Blvd. Andrés Ferra Rojas #1090 Colonia Paso Limón Tuxtla Gutiérrez, Chis.	(961) 617 0550	germanlievano@turismochiapas.gob.mx
Chihuahua Lic. Ivonne Barriga Márquez	León Tolstoi #166, Col. Complejo Ind. chihuahua CP 31136 Chihuahua, Chih.	(614) 442 33 42	Ivonne.barriga@chihuahua.com.mx
Distrito Federal Lic. Miguel Torruco Marqués	Nuevo León #56 Piso 9, Col. Hipódromo México, D. F.	(55) 5286 7011	secretario.turismo@mexicocity.gob.mx
Durango Lic. José Ángel Reinosá Gonzales	Florida No. 1106 2º Piso Barrio el Calvario, Zona Centro CP34000 Durango, Dgo.	(618) 137 43 86	joseangel.reinosa@durango.gob.mx
	Av. Robert Bosch esq. Av. 1 de	(722) 275 6892	turismo@edomex.gob.mx

Estado de México M.D.F. Rosalinda Elizabeth Benítez González	Mayo. Edificio José Ma. Morelos y Pavón, 2° piso. Col. Zona Industrial. C.P. 50071 Toluca, Edo.de Méx.	Ext. 6901
---	--	-----------

Estado/ Nombre del Secretario	Dirección	Teléfono	Correo Electrónico
Guanajuato Lic. Fernando Olivera Rocha	- Carretera de cuota Silao-Guanajuato Km. 3.8 (dentro de las instalaciones del Parque Guanajuato Bicentenario), C.P. 36270, Silao, Gto. - Blvd. Vasco de Quiroga #101 Col. Los Gavilanes 8° piso, Torre Nissan León, Gto.	(473) 10 20 300 (477) 10 41 400	foliverar@guanajuato.gob.mx
Guerrero Lic. Javier Aluni Montes	Av. Costera Miguel Alemán #3221 Edificio Santander, 2° piso C.P. 39850 Acapulco, Gro.	(744) 435 1981	spsefotur@gmail.com
Hidalgo C.D. Alfredo Bejos Nicolás	Blvd. Everardo Márquez #202 Col. Cuesco, C.P. 42080 Pachuca, Hgo.	(771) 717 6400 Ext. 1916	alfredo.bejos@hidalgo.gob.mx
Jalisco Lic. Enrique Ramos Flores	Morelos #102 Col. Plaza Tapatía, Guadalajara, Jal.	(33) 366 81602	enrique.ramos@jalisco.gob.mx
Michoacán Mtro. Carlos Javier Ávila Pedraza	Av. Tata Vasco #80 Esq. Hospitales Col. Vasco de Quiroga C.P.58230 Morelia, Mich.	(443) 317 8088	cavilap@gmail.com
Morelos Lic. Mónica Patricia Reyes Fuchs	Av. Morelos Sur # 187 Col. Las Palmas Cuernavaca, Mor.	(777) 312 76 47 314 38 81 3143790/09 ext.109	jaime.alvares@morelostravel.com.mx
Nayarit Lic. Raúl Rodrigo Pérez Hernández	Av. México y Calzada del Ejército Nacional, Ex Convento de la Cruz Tepic, Nay.	(311) 214 8071	rodrigosecturnay@gmail.com
Nuevo León Lic. Patricia Aguirre González	Washington #648 Oriente 2° Piso, Antiguo Palacio Federal; Centro Monterey, NL.	(81) 203 38400	patricia.aguirre@nuevoleon.com.mx
Oaxaca Lic. José Zorrilla de San Martín Diego	Av. Juárez, #703 Centro Oaxaca, Oax,	(951) 502 1200 Ext. 1565 y 1512	sria.particular.styde@oaxaca.gob.mx josezorrilla@oaxaca.gob.mx
Puebla Lic. Robert Antonio Trauwitz	5 Oriente No. 3, Centro Histórico, Puebla, Pue.	(222) 122 1100 Ext. 1	roberto.trauwitz@puebla.gob.mx

<p>Quintana Roo Lic. Laura Fernández Piña</p> <p>San Luis Potosí Lic. Enrique Abud Dip</p> <p>Sinaloa Dr. Francisco Manuel Córdova Celaya</p> <p>Sonora C.P. Eduardo Javier Tapia Camú</p>	<p>Calzada del Centenario #622 Col. Del Bosque Chetumal, Qr.</p>	(983) 835 0860	lgonzalez@groo.gob.mx
	<p>Manuel José Othon #130, Col. Centro San Luis Potosí, SLP.</p>	(444) 812 9939	eabud@turismoslp.com.mx msauceda@urismoslp.com.mx
	<p>Paseo Olas Altas #1501, Centro Histórico C.P. 82000 Mazatlán, Sin.</p>	(669) 981 8883 o con terminación 84/85/86/87	francisco.cordova@sinaloa.gob.mx
	<p>Comonfort y Paseo Canal, Centro de Gobierno, Edif. Sonora 3er. Piso Ala Norte, Col. Villa de Seris Hermosillo, Son.</p>	(662) 289 5802	jcabrera@sonoraturismo.gob.mx

Estado/ Nombre del Secretario	Dirección	Teléfono	Correo Electrónico
<p>Tabasco Lic. David Gustavo Rodríguez Rosario</p>	<p>Calle Juan Estrada Torres # 101, Altos, Plaza Estrada, Col. 1 de Mayo, C.P. 86190 Villahermosa, Tab.</p>	(993) 310 9700	sdet.tabasco@gmail.com
<p>Tamaulipas C.P. Mónica González García</p>	<p>Torre Gubernamental Piso 10 Blvd. Taxedisbalboa, Col. Obrera C.P. 87090 Victoria, Tamps.</p>	(834) 318 9500 Ext. 41500	monica.gonzalez@tamaulipas.gob.mx
<p>Tlaxcala Lic. Adriana Moreno Durán</p>	<p>Av. Juárez 18 Esq. Lardizábal, Col. Centro, C.P. 90000 Tlaxcala, Tlax.</p>	(246) 465 0961	moreno@sectyde.gob.mx
<p>Veracruz Lic. Harry Grappa Guzmán</p>	<p>Bld. Cristóbal Colón # 5, Torre Ánimas Planta Baja Fracc. Jardines de las Ánimas C.P. 9119 Xalapa, Ver.</p>	(228) 812 7585	hgrappa@secturveracruz.gob.mx
<p>Yucatán C. Saúl Martín Ancona Salazar</p>	<p>Calle 60 Norte s/n interior Altos, Centro de Convenciones Siglo XXI, Col. Revolución Ex – Cordemex Mérida, Yuc.</p>	(999) 930 3760	saul.ancona@yucatan.gob.mx
<p>Zacatecas TAET. Pedro Inguanzo González</p>	<p>Av. Hidalgo #403, 2º piso Centro Histórico Zacatecas, Zac.</p>	(492) 924 0552	secretariodeturismo@zacatecas.gob.mx x

8.2 Funcionarios de la SECTUR

Dirección: Av. Presidente Masaryk 172, Col. Bosques de Chapultepec, Delegación Miguel Hidalgo, México Distrito Federal CP. 11580

Teléfono: (55) 3002 6300

Secretaría de Turismo Federal			
Cargo	Nombre	Correo Electrónico	Extensión
Secretaría de Turismo	Lic. Claudia Ruiz Massieu Salinas	secretaria@sectur.gob.mx	2677
Subsecretaría de Innovación y Desarrollo Turística	C.P. Carlos Manuel Joaquín González	cjoaquin@sectur.gob.mx	2572
Subsecretaría de Planeación y Política Turística	Lic. José Salvador Sánchez Estrada	jssanchez@sectur.gob.mx	1487
Subsecretaría de Calidad y Regulación	Lic. Francisco Maass Peña	fmaass@sectur.gob.mx	2326
Órgano Interno de Control	Mtro. Oscar Gómez Bravo	ogomez@sectur.gob.mx	4078
Dirección General de Asuntos Jurídicos	Lic. José Antonio Anaya Gallardo	jaanayag@sectur.gob.mx	4845

8.3. Fondo Nacional del Fomento al Turismo, FONATUR

Dirección: Tecoyotitla No. 100, Colonia Florida Delegación Álvaro Obregón

C.P. 01030, México, Distrito Federal.

Teléfono: 01 55 5090 4200

Fondo Nacional del Fomento al Turismo			
Cargo	Nombre	Correo electrónico	Extensión
Director General	Lic. Héctor Martín Gómez Barraza	hgomezb@fonatur.gob.mx	50904212
Coordinador General de Asesores	Lic. Jesús Ángel Duarte Téllez	sholguin@fonatur.gob.mx	50904280
Dirección Ejecutiva de Gestión Estratégica	Lic. Sergio Holguín Román	fonatur_dege@fonatur.gob.mx	50904280
Dirección Jurídica	Lic. Roberto López Vides	rlvides@fonatur.gob.mx	50904221
Gerente de Seguimiento de Acuerdos	Lic. Juan Abdo Feles	jbechara@fonatur.gob.mx	10350916
Dirección De Administración y Finanzas	Lic. Alejandro Gosain Sayun	agosain@fonatur.gob.mx	50904275
Dirección de Desarrollo	Lic. Franco Juan Carreño Osorio	fjcarreño@fonatur.gob.mx	50904291
Director de Servicios de Apoyo al Sector Turismo	Ing. Jorge Ortega Chávez	jortegach@fonatur.gob.mx	50904286
Dirección de Comercialización	Lic. Héctor Navoa López	hnovoa@fonatur.gob.mx	50904254

8.4 Presidentes Municipales, Estado de Guanajuato

Presidentes Municipales del estado de Guanajuato		
Municipio/Presidente	Dirección	Teléfono
Abasolo Samuel Amezola Ceballos	Jardín Hidalgo No. 101 C.P.36970, Col. Centro	01 (429) 693 00 76
Acámbaro Gerardo Javier Alcántar Saucedo	Andador Juárez #280 C.P. 3600, Col. Centro	01 (417) 118 03 00
Apaseo el Alto Miguel Àngel Sànchez Escutia	5 de Mayo No. 101 C.P. 38500, Col. Centro	01 (413) 166 00 33
Apaseo el Grande Gonzalo Gonzàlez Centeno	Jardín Hidalgo No.105 C.P. 38160, Col. Centro	01 (413) 15 82 005 01 (413) 15 82 475
Atarjea Jose Luis Rivas Loyola	Plaza Principal s/n C.P. 37940, Col. Centro	01 (469) 69 4 21 20
Cd. Manuel Doblado Juan Artemio león Zàrate	Hidalgo y Corona s/n C.P. 36470, Col. Centro	01 (432) 744 00 07 01 (432) 744 00 26
Celaya Ramòn Ignacio Lemus Muñoz Ledo	Portal Independencia No. 101 C.P. 38000, Col. Centro	01 (461) 61 871 00
Comonfort Josè Alberto Mendez Pèrez	M. Arista No. 1 C.P. 38200 Col. Centro	01 (412) 156 2005
Coroneo Israel morales Bermudez	H. Colegio Militar #55 C.P. 38590, Col. Centro	01 (421) 473 03 19 01 (421) 473 03 57
Cortàzar Hugo Estefania Monroy	Portal Constitución #116 C.P. 38300 Col. Centro	01 (411) 155 09 95 01 (411) 160 38 01
Cueràmara Moises Felipe Muñoz C.	Francisco Venegas #111 C.P. 36960, Col. Centro	01 (429) 694 07 42 01 (429) 694 07 41
Doctor Mora Christian Flavio Rìos Galicia	Palacio Municipal S/N C.P. 37960, Col. Centro	01 (419) 193 00 62 01 (419) 193 02 46
Dolores Hidalgo	Plaza Principal #1 Col. Centro	01 (418) 182 01 93 01 (418) 182 08 01

Juan Rendòn Lòpez		
Guanajuato Edgar Castro Cerrillo	Plaza de La Paz #12 C.P. 36000 Col. Centro	01 (473) 73 21213
Huanímaro Oscar Chacòn Vargas	Plaza Principal s/n C.P. 36990, Col. Centro	01 (429) 69 10 107
Irapuato Josè Ricardo Ortiz Gutierrez	Palacio Municipal s/n C.P. 36500 Col. Centro	01 (462) 606 99 99 Ext. 1101 y 1001
Jaral del Progreso Josè Alberto Vargas Franco	Calle Trigo #201 Fraccionamiento Presidencia C.P. 38470,	01 (411) 661 01 45 01 (411) 66 1 18 18
Jerécuaro Rogelio Sanchez Galan	Fray Àngel Juárez No. 32 C.P. 38540, Col. Centro	01 (421) 476 04 01 01 (421) 476 00 57
Moroleón Jorge Ortiz Ortega	Av. Hidalgo #30 C.P. 38800 Col. Centro	01 (445) 457 00 01 01 (445) 457 19 85
Ocampo Erick Silvano Montemayor	Plaza Principal #208 C.P. 37630, Col. Centro	01 (428) 683 00 65 01 (428) 683 03 04
Pénjamo Juan Josè Garcia Lòpez	Juárez # 5 C.P. 36900, Col. Centro	01 (469) 692 00 09 01 (469) 692 23 02
Pueblo Nuevo C. Larisa Solórzano Villanueva	Francisco I. Madero No. 104 C.P. 36890, Col. Centro	01 (429) 693 30 30
Purísima del Rincón Josè Juventino Lòpez Ayala	Palacio Municipal, Jardín Principal s/n C.P. 36400, Col Centro	01 (476) 744 78 00
Romita Luis Ernesto Ramìrez Rodriguez	Morelos Esq. Cándido Navarro s/n C.P. 36200, Col. Centro	01 (432) 745 20 81
Salamanca Antonio Arredondo Muñoz	Portal Octaviano Muñoz Ledo C.P. 36700, Col. Centro	01 (464) 64 800 21
Salvatierra J. Herlindo Velàzquez Fernàndez.	Juárez #408 C.P.38900, Col. Centro	01 (466) 663 19 90 01 (466) 663 26 88

San Francisco del Rincón Ysmael Lòpez García	Plaza Principal #100 C.P. 36300, Col. Centro	01 (476) 744 78 00
San Diego de la Unión Juan Carlos CastilloCantero	Plaza Principal #1 C.P. 37850, Col. Centro	01 (418) 684 01 09 01 (418) 684 00 05
San Felipe Mauro Javier Gutièrrez	Plaza Principal #100 Col. Centro	01 (428) 685 00 13 01 (428) 685 02 75
San José Iturbide Julio Cèsar Rodríguez Zarazúa	Plaza Principal #1 C.P. 37980, Col. Centro	01 (419) 198 80 50
San Luis de la Paz Guillermo Rodríguez Contreras	Morelos No.102 C.P. 37900, Col. Centro	01 (468) 688 22 81 01 (468) 688 28 77
San Miguel de Allende Ricardo Villareal García Santa Catarina Lázaro cárdenas Cabrera	Bldv. De la Conspiración #130, salida a Querétaro Torre Administrativa 1er piso Librado García #211, Col. Centro	01 (415) 152 01 16 01 (415) 152 96 00 01 (419) 293 70 54 01 (419) 293 71 40
Santa Cruz de Juventino Rosas Serafìn Prieto Àlvarez	Hidalgo #106 C.P. 38240, Col. Centro	01 (412) 157 20 70 01 (412) 157 23 53
Santiago Maravatio Laura Chàvez Lòpez	5 de Mayo # 3 C.P. 38970, Col. Centro	01 (466) 451 00 03 01 (466) 451 00 04
Silao Juan Antonio Morales Maciel	Melchor Ocampo #1 C.P. 36100, Col. Centro	01 (472) 722 01 10 01 (472) 722 00 17
Tarandacua Josè Villagràn García	Jardín Hidalgo #1 C.P.38790, Col Centro	01 (421) 474 00 04 01 (421) 474 06 60
Tarimoro C. Rafael Ramirez Tirado	Jardín Principal #1 C.P. 38700, Col. Centro	01 (466) 663 95 00 01 (466) 664 00 60
Tierra Blanca C. Ramiro Gonzàlez Colín	Francisco I. Madero s/n C.P. 37970, Col. Centro	01 (419) 23 40 095 01 (419) 23 40 096
Uriangato Carlos Guzmàn Camarena	Morelos #1 C.P. 38980, Col. Centro	01 (445) 457 50 22 01 (445) 457 51 22

<p>Valle de Santiago Manuel Granados Guzmàn</p>	<p>Portal Hidalgo #185 C.P. 38400, Col. Centro</p>	<p>01 (456) 643 00 02 01 (456) 643 29 59</p>
<p>Victoria C. Hèctor Teodoro Montes Estrada</p>	<p>Palacio Municipal C.P. 37920, Col. Centro</p>	<p>01 (419) 293 90 53 01 (419) 293 91 29</p>
<p>Villagràn C. Antonio Acosta Guerrero</p>	<p>Portal Constitución #205 C.P. 38260, Col Centro</p>	<p>01 (411) 165 02 88 01 (411) 165 03 66</p>
<p>Xichú C. Eloy Leal Resèndiz</p>	<p>Palacio Municipal s/n C.P. 37930, Col. Centro</p>	<p>01 (419) 294 10 17</p>
<p>Yuriria C. Luis Gerardo Gaviña Gonzàlez</p>	<p>Jardín Principal s/n C.P. 38940, Col Centro</p>	<p>01 (445) 168 22 04, 01 (445) 168 23 26</p>

8.5 Secretarías y Dependencias en el Estado de Guanajuato

Nombre/Responsable	Dirección	Teléfono	Correo
Gobernador del Estado Lic. Miguel Márquez Márquez	Paseo de la Presa N.-103 Guanajuato, Gto.	(473) 7 35 36 65	mmarquezm@guanajuato.gob.mx miguelmarquez@guanajuato.gob.mx
Coordinación General de Comunicación Social (CGCS) Lic. Juan Aguilera Cid	Paseo de la Presa N.-3860 Guanajuato, Gto.	(473) 7 35 36 65 (473) 7 35 36 66	jaguilera@guanajuato.gob.mx
Dirección General de Coordinación y Seguimiento a la Inversión Pública C.P Teresa Huerta Olivares	Centro de Convenciones, Pueblito de Rocha S/N Paseo de la Presa N-103 Guanajuato, Gto.	(473) 7 35 11 00	anathuerta@guanajuato.gob.mx
Representación de Gobierno del Estado en el D.F. Lic. Antonio Ramírez Vallejo	Arquimedes N.- 3 Octavo Piso Col. Polanco México D.F.	52 80 26 20 52 80 28 70 52 80 29 95 52 80 20 33	aramirezv@guanajuato.gob.mx
Secretaría de Gobierno (SG) Lic. Antonio Salvador García López	Paseo de la Presa N.- 103 Zona Centro Guanajuato, Gto.	(473) 7 35 36 36	antonio.salvador@guanajuato.gob.mx
Centralizadas			
Secretario de Turismo del Estado de Guanajuato Mtro. Fernando Olivera Rocha	Carretera de cuota Silao- Guanajuato Km. 3.8 (dentro de las instalaciones del Parque Guanajuato Bicentenario), C.P. 36270, Silao, Gto. Blvd. Vasco de Quiroga N.- 101 Octavo Piso, Col. Los Gavilanes León, Gto.	(473) 102 03 00 (477) 104 14 00	foliverar@guanajuato.gob.mx
Secretaría de Gobierno (SG) Lic. Antonio Salvador García López	Paseo de la Presa N.- 103 Zona Centro Guanajuato, Gto. Conjunto Administrativo Pozuelos s/n, Pozuelos C.P. 36000 Guanajuato, Gto.	(473) 7 35 36 36 (473) 7 32 33 72	antonio.salvador@guanajuato.gob.mx
Secretaría de Desarrollo Social y Humano (SDSH) Diego Sinhué Ramirez Vallejo	San Sebastián # 78 col. Centro C.P. 36000 Guanajuato, Gto.	(473) 7 35 36 26 ext. 3874	dsinhue@guanajuato.gob.mx

<p>Secretaría de Salud del Estado de Guanajuato (SSG) Dr. Francisco Ignacio Ortiz Aldana</p>	<p>Tamazuca No.4 Centro C.P. 36000 Guanajuato, Gto.</p>	<p>(473) 7 35 27 00 Ext. 105</p>	<p>flortiza@guanajuato.gob.mx</p>
<p>Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable (SDES) Lic. Guillermo Romero Pacheco</p>	<p>Blvd. Solidaridad no. 11189 Fraccionamiento C.F.E. C.P. 36631 Irapuato, Gto.</p>	<p>(462) 6 26 92 26 Ext. 1506 Fax. 6 26 92 37 Ext. 1509</p>	<p>gromerop@guanajuato.gob.mx</p>
<p>Secretaría de Desarrollo Agropecuario (SDA) Lic. Javier Bernardo Usabiaga Arroyo</p>	<p>Av. Irrigación s/n, Col. Montecamargo C.P. 38010 Celaya, Gto.</p>	<p>(461) 6 16 02 00 Ext. 8109</p>	<p>jusabiaga@guanajuato.gob.mx</p>
<p>Secretaría de Obra Pública (SOP) José Arturo Duran Miranda</p>	<p>Circuito Superior 5, Conjunto Administrativo Pozuelos II Vialidad s/n Pozuelos Guanajuato, Gto.</p>	<p>(473) 7 35 23 00 Fax: 7-35-23-93</p>	<p>jduran@guanajuato.gob.mx</p>
<p>Secretaría de Seguridad Pública (SSP) Lic. Álvaro Cabeza de Vaca Appendini</p>	<p>Casa Mata #33 Loma de Pozuelos C.P.36000 Guanajuato, Gto.</p>	<p>(473) 7 35 16 00</p>	<p>acadezadev@guanajuato.gob.mx</p>
<p>Secretaría de la Transparencia y Rendición de Cuentas (SGP) Lic. María Isabel Tinoco Torres</p>	<p>Conjunto Administrativo Pozuelos 1er. Piso Guanajuato, Gto.</p>	<p>(473) 7 32 45 63</p>	<p>mtinoco@guanajuato.gob.mx</p>
<p>Procuraduría General de Justicia (PGJ) Lic. Carlos Zamarripa Aguirre</p>	<p>Complejo Miguel Hidalgo, Camino a San José #140 C.P. 36260 Guanajuato, Gto.</p>	<p>(473) 7 35 21 00</p>	<p>czamarripaa@guanajuato.gob.mx</p>

Economía para las Personas

- **Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable**
Lic. Guillermo Romero Pacheco
- Secretaría de Turismo
- Secretaría de Desarrollo Agropecuario
- Consejo de Ciencia y Tecnología del estado de Guanajuato
- Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado
- Guanajuato Puerto Interior

Guanajuato Educado

- **Secretaría de Educación**
Lic. Eusebio Vega Pérez
- Instituto Estatal de la Cultura
- Instituto de Infraestructura Física Educativa del estado de Guanajuato
- Instituto Estatal de Capacitación
- Colegio de Educación Profesional Técnica del estado de Guanajuato
- Forum Cultural de Guanajuato
- Museo Iconográfico el Quijote
- Comisión Estatal de Cultura Física y Deporte
- Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Guanajuato
- Escuela Preparatoria Regional del Rincón
- Instituto de Alfabetización y Educación Básica para Adultos del estado de Guanajuato
- Instituto de Financiamiento e Información para la Educación
- Sistema Avanzado de Bachillerato y Educación Superior en el estado de Guanajuato
- Institutos Tecnológicos, Universidades Tecnológicas Universidades Politécnicas y la Universidad Virtual del estado de Guanajuato.

Guanajuato Seguro

- **Secretaría de Gobierno**
Lic. Antonio Salvador García López
- Secretaría de Seguridad Pública
- Secretaría de la Transparencia y Rendición de Cuentas
- Procuraduría General de Justicia del estado de Guanajuato
- Centro de Evaluación y Control de Confianza del estado de Guanajuato
- Unidad de Televisión de Guanajuato

8.6 Oficinas de Convenciones y Visitantes y Comités Turísticos

Municipio	Dependencia	Cargo	Enlace	Teléfono
Celaya	Oficina de Convenciones y Visitantes	Presidente	Lic. Flor Elena Ortiz Saldaña	01 (461) 61 2 32 07
Dolores Hidalgo	Comité de Turismo, Histórico y Artesanal de Dolores Hidalgo	Presidenta	C. Virginia Barajas Mojaras	01 (418) 18 2 11 64
Irapuato	Oficina de Convenciones y Visitantes	Presidente	Enrique Zavala Muñoz	01 (462) 62 4 55 00
Guanajuato	Oficina de Convenciones y Visitantes	Presidente	Edmundo Almanza Moreno	01 (473) 7 32 03 69
León	Oficina de Convenciones y Visitantes	Presidente	Eduardo Gómez Navarro	01 (477) 7 63 44 00
Salamanca	Impulso Turístico de Salamanca	Presidente	Lic. Igor Alejandro Rodríguez	01 (464) 64 7 05 10 01 (477) 64 8 93 78
	Desarrollo Turístico de Salamanca (Detursa)	Presidente	Lic. René Jaime Rivas	01 (464) 57 97 74
San José Iturbide	Consejo Turístico de San José Iturbide	Presidenta	Lic. Lucia Viviana Zarazúa Rosales	01 (419) 198 1441
San Miguel de Allende	Consejo Turístico de San Miguel de Allende	Presidente	Ing. Ricardo Antonio Garrido Sánchez	01 (415) 152 0900

8.7 Consejo Consultivo Turístico del Estado de Guanajuato

El Consejo Consultivo Turístico del Estado de Guanajuato funge como un órgano de consulta, asesoría, gestoría y apoyo técnico en materia turística, asegurando la participación de los sectores público, social y privado; así como la representación de la Comisión de Turismo del Congreso del Estado.

El COTUEG ha fungido como órgano incluyente y representativo integrado por los organismos legalmente constituidos: Asociaciones de Hoteles y Moteles, representantes de las regiones que conforman el Estado de Guanajuato, cámaras estatales e iniciativa privada.

Las atribuciones establecidas para El Consejo Consultivo en la Ley de Turismo para el Estado de Guanajuato y sus Municipios son las siguientes:

- I. Analizar y canalizar propuestas sobre asuntos de materia turística;
- II. Impulsar y promover el desarrollo integral de los destinos turísticos del Estado;
- III. Proponer el desarrollo integral de las regiones turísticas del Estado, así como coadyuvar en la generación de los instrumentos de planeación que prevé esta Ley y demás normativa aplicable;
- IV. Sugerir la vocación turística de las regiones del Estado;
- V. Fomentar la calidad de los servicios turísticos que se ofrecen en la Entidad;
- VI. Participar en la elaboración y evaluación de los proyectos, políticas y programas de promoción turística; y
- VII. Las demás que le encomienden el Titular del Poder Ejecutivo del Estado o el Secretario de Desarrollo Turístico.

Consejo Consultivo del Estado de Guanajuato		
Miembros		
Sector al que representa	Cargo	Nombre
Propietario	Presidente	Gobernador Lic. Miguel Márquez Márquez
Congreso del Estado	Presidente de la Comisión de Turismo del Congreso del Estado	Diputado Adrián Camacho Trejo Luna Puente
Secretario de Turismo del Estado de Guanajuato	Consejero Propietario	Lic. Fernando Olivera Rocha
Iniciativa Privada	Coordinador Ejecutivo	Lic. Gerardo Herrera García
Oficina de Convenciones y Visitantes del Municipio de Celaya	Consejero Propietario	Lic. Flor Elena Ortiz Saldaña

Comité de Turismo, Histórico y Artesanal de Dolores Hidalgo, Guanajuato, A.C.	Consejero Propietario	C. Virginia Barajas Mojaras
Oficina de Convenciones y Visitantes de Guanajuato, A.C.	Consejero Propietario	T.A. Edmundo Almanza Moreno
Oficina de Convenciones y Visitantes de Irapuato, A.C.	Consejero Propietario	Sr. Enrique Zavala Muñoz
León, Oficina de Convenciones y Visitantes, A.C.	Consejero Propietario	C.P. Eduardo Gómez Navarro
Consejo Turístico de San Miguel de Allende	Consejero Propietario	Ing. Ricardo Antonio Garrido Sánchez
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Dolores Hidalgo, C.I.N. Gto.	Consejero Propietario	Dr. Everardo Guerrero Rivas
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Guanajuato, Gto.	Consejero Propietario	Lic. Armando López Ramírez
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Irapuato, Gto.	Consejero Propietario	Sr. Sergio Martín Anguiano
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de León, Gto.	Consejero Propietario	Lic. Oscar Abraham Rocha Moreno
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de San Miguel de Allende, Gto.	Consejero Propietario	Lic. Laura Torres Septien
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de la Región Laja Bajo	Consejero Propietario	Arq. Adrián Caracheo Jair Nara
Cámara de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados del Estado de Guanajuato (CANIRAC)	Consejero Propietario	Lic. María de Lourdes Elena Anaya Sanromán
Federación de Cámaras Nacionales de Comercio del Estado de Guanajuato (FECANACO)	Consejero Propietario	Lic. Francisco Javier Martínez Rascón
Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato	Secretaria Técnica	Lic. Gloria Magaly Cano de la Fuente

Fuente: Dirección de Información y Análisis, Dirección de Estadística e Información, 2014.

8.8 Directorio Secretaría de Turismo del estado de Guanajuato

Dirección en Silao (Oficina central):

Carretera de cuota Silao-Guanajuato Km. 3.8 (dentro de las instalaciones del Parque Guanajuato Bicentenario), C.P. 36270, Silao, Guanajuato.

Teléfono: 01 (472) 103 99 00

Nombre	Cargo	Extensión
Mtro. Fernando Olivera Rocha	Secretario de Turismo	101
Lic. Gloria Magaly Cano de la Fuente	Subsecretaria de Promoción Turística	301
Lic. Ricardo Vázquez López	Director de Promoción y Difusión Turística	331
Lic. Gabriela Reyes Alegría	Directora de Mercadotecnia	351
Lic. Enrique Arturo Avilés Pérez	Director de Relaciones Públicas	311
Lic. Omar Murillo Núñez	Director General de Desarrollo Turístico	201
Lic. Frida Ximena Huett López	Directora de Competitividad y Cultura Turística	211
Lic. Manuel Camacho Pichardo	Director de Desarrollo de Proyectos	231
Lic. Guillermo García Martínez	Director de Productos Turísticos	341
Lic. Iliana Alejandra Bernardino Cruz	Directora de Asuntos Jurídicos	131
Lic. Rocío Ethel Cuentas Lozano	Directora Administrativa	110
Lic. Ma. de Lourdes Celia Mendoza García	Coordinadora de Comunicación Social	321

Fuente: Sectur Guanajuato, Investigación y Análisis.

Dirección en León:

Blvd. Vasco de Quiroga No.101, Torre Nissan: 8vo. piso, Colonia Los Gavilanes, C.P. 37210.

Teléfono: 01 (477) 1041400

Nombre	Cargo	Extensión
Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández	Director General de Planeación	113
Lic. Claudia Ávalos Betancourt	Directora de Información y Análisis	105
Lic. Adriana Collazo Valadez	Directora de Planeación Estratégica y Enlace Gubernamental	108

Fuente: Sector Guanajuato, Investigación Directa.