



Guanajuato
Gobierno
del Estado

Secretaría
de Desarrollo
Turístico

Contigo Vamos



Compendio de la Actividad Turística

Estado de Guanajuato
2009

Índice

| | |
|---|----|
| Introducción | 3 |
| 1. Secretaría de Desarrollo Turístico | 4 |
| 1. Estructura | 4 |
| 2. Acciones de la Sedetur | 5 |
| 2. Turismo en el mundo | 7 |
| 1. Comportamiento y tendencias | 8 |
| 2. Estadísticas por destino | 9 |
| 3. Proyecciones | 10 |
| 3. La actividad turística en México | 12 |
| 1. Comportamiento y tendencias | 13 |
| 2. Estadísticas del sector | 14 |
| 2.1 Visitantes internacionales y mercados emisores | 14 |
| 2.2 Transportación aérea | 17 |
| 2.3 Actividad turística en hoteles | 19 |
| 2.4 Índice Nacional de Precios al Consumidor Turístico | 20 |
| 2.5 Índice de Confianza del Consumidor | 21 |
| 2.6 Personas ocupadas | 21 |
| 4. Turismo de Guanajuato en México | 23 |
| 1. Efecto de la crisis económica y contingencia sanitaria | 23 |
| 2. Destinos principales del Estado | 25 |
| 3. Posición de Guanajuato en el país | 26 |
| 4. Indicadores de derrama económica | 27 |
| 5. Guanajuato y los tesoros coloniales | 28 |
| 6. Ruta histórica cultural | 29 |
| 7. Ruta de negocios | 30 |
| 8. Ruta de conventos | 30 |
| 5. Estadísticas de Guanajuato | 31 |
| 1. Indicadores socioeconómicos y demográficos | 31 |
| 2. Infraestructura | 33 |
| 2.1 Aeropuerto Internacional de Guanajuato | 33 |
| 2.2 Universidades que imparten turismo | 34 |
| 2.3 Hospedaje | 35 |
| 2.4 Restaurantes | 36 |
| 2.5 Atractivos | 36 |
| 3. Las inversiones | 38 |
| 4. Perfil del visitante | 38 |
| 5. Puentes y temporadas vacacionales | 42 |
| 6. Programas | 44 |
| 1. Impuesto del 2 por ciento sobre el hospedaje y fondos mixtos | 44 |
| 2. Programas de apoyo a la competitividad de las MiPyMes turísticas | 45 |
| 2.1 Profesionalización y modernización | 46 |
| 2.2 Financiamiento competitivo | 50 |
| 2.3 Ventanilla única para gestión de proyectos turísticos | 50 |
| 3. Programa Contingencia Sanitaria "Impulso al Turismo" | 52 |
| 4. Pueblos Mágicos | 54 |

| | | |
|------|--|-----|
| 5. | Ciudades Patrimonio de la Humanidad..... | 55 |
| 6. | Conformación de empresas operadoras en el Estado..... | 55 |
| 7. | Turismo para todos..... | 57 |
| 8. | Programa Gestores de Emoción..... | 58 |
| 9. | Comité de productos turísticos..... | 59 |
| 10. | Comité de evaluación de eventos..... | 62 |
| 11. | Concurso Nacional de Dibujo Infantil..... | 63 |
| 12. | Registro Estatal de Turismo..... | 65 |
| 13. | Programa de investigación..... | 65 |
| 14. | Iniciativas Ixmati y Pochtli..... | 67 |
| 7. | Proyectos..... | 70 |
| 1. | Guanajuato, Ciudad Luz..... | 70 |
| 2. | Proyectos de inversión para el desarrollo de infraestructura básica de servicios al turista..... | 70 |
| 3. | Conmemoración del Bicentenario..... | 71 |
| 8. | Promoción..... | 74 |
| 1. | Festivales y eventos..... | 74 |
| 2. | Evaluación de los principales festivales..... | 77 |
| 2.1 | Rally México..... | 77 |
| 2.2 | Festival Expresión en Corto..... | 78 |
| 2.3 | Festival Internacional Cervantino..... | 78 |
| 2.4 | Expo Agroalimentaria..... | 79 |
| 2.5 | Festival Internacional del Globo..... | 80 |
| 2.6 | Ocupación hotelera durante eventos..... | 80 |
| 3. | Ventanilla única de información y asistencia integral al turista..... | 81 |
| 4. | Página web..... | 83 |
| 5. | Apoyo a festivales, eventos y ferias..... | 84 |
| 6. | Estrategia de comunicación..... | 85 |
| 6.1 | Campaña publicitaria..... | 86 |
| 6.2 | Viajes de familiarización..... | 86 |
| 6.3 | Viajes de promoción..... | 87 |
| 6.4 | Apoyo a congresos y convenciones..... | 88 |
| 6.5 | Publicaciones no pagadas..... | 88 |
| 6.6 | Publicaciones especiales..... | 89 |
| 7. | Planes cooperativos nacionales e internacionales..... | 90 |
| 9. | Acciones del Consejo Consultivo Turístico del Estado..... | 92 |
| 10. | Enlaces..... | 94 |
| 10.1 | Secretarios de turismo del país..... | 94 |
| 10.2 | Funcionarios de Sectur y Fonatur..... | 97 |
| 10.3 | Presidentes municipales del estado de Guanajuato..... | 101 |
| 10.4 | Secretarías y dependencias en el estado de Guanajuato..... | 104 |
| 10.5 | Coordinadores ejes de gobierno..... | 110 |
| 10.6 | Secretaría de Desarrollo Turístico..... | 112 |

Introducción

El 2009 fue un año peculiar para el mundo. La crisis económica que comenzó en 2008 en los Estados Unidos, se expandió al resto del mundo. Contrariamente a otras crisis, ésta no se originó en países emergentes, sino que se originó en un país desarrollado y se extendió rápidamente a otros países desarrollados de todo el mundo.

El turismo no escapó al deterioro económico y debido a su impacto, la demanda de turismo internacional comenzó a decrecer. Para el primer bimestre del 2009 la llegada de turistas internacionales había disminuido en 8%. Al mismo tiempo, el sector turismo en diversos países alrededor del mundo comenzó a sentir los efectos de la Influenza AH1N1.

En México, los efectos no se hicieron esperar. Al inicio del año el desempleo subió. Luego, después de la epidemia de Influenza AH1N1, especialmente el turismo se desplomó: la ocupación hotelera, los vuelos desde y hacia México, los cruceros, las ventas en restaurantes y el empleo.

Al paso de las semanas, el turismo tuvo un respiro. Fueron diversas las estrategias puestas en marcha por el sector público y privado para reactivar el turismo: campañas publicitarias intensas, apoyos económicos a prestadores de servicios turísticos, promociones a viajeros, entre otras.

La actividad turística en los destinos del país fue recuperándose. Sin embargo, al cierre del año, múltiples indicadores resultaron por debajo del cierre 2008.

El turismo trae consigo múltiples beneficios para la sociedad: sociales, económicos, culturales, ambientales, entre otros. Estos beneficios se traducen en generación de empleos, desarrollo de las localidades, derrama económica y aumento de la calidad de vida en los destinos. Por ello la importancia de desarrollar políticas públicas y estrategias públicas y empresariales, para fomentarlo e incrementarlo.

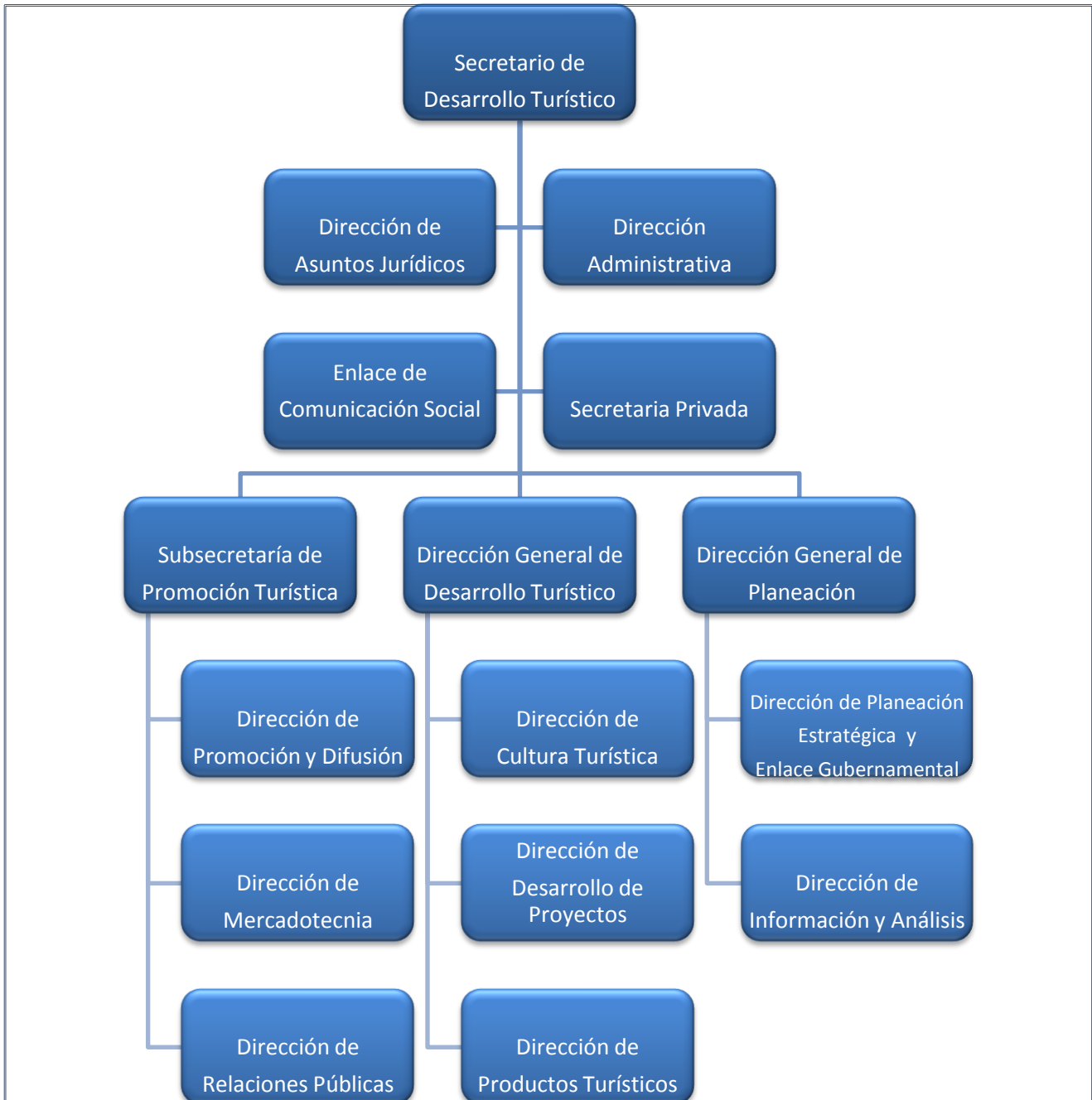
En este compendio le proporcionamos un resumen con las acciones principales de la Secretaría de Desarrollo Turístico y los resultados de la actividad turística durante el 2009, esperando que funcione como una herramienta de información en la toma de decisiones.

Capítulo 1

Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato

1. Estructura

La Secretaría de Desarrollo Turístico, operativamente cuenta con las siguientes áreas:



2. Principales Acciones de la Secretaría

Las diferentes áreas de la Secretaría llevaron a cabo acciones entre las que destacan:

La Sedetur puso a disposición de los prestadores de servicios turísticos del estado de Guanajuato la plataforma electrónica del Registro Estatal de Turismo llamada SIRET, en donde se registraron un total de 200 prestadores de servicios turísticos del Estado.

La capacitación a más de 6 mil personas pertenecientes a empresas del sector.

Noventa y tres empresas del Estado se certificaron con el Distintivo Moderniza y a 12 empresas se otorgó el Distintivo “H”.

Iniciaron operaciones tres nuevos Sistemas de Apertura Rápida de Empresas con Giros de Actividad Turística.

Se llevó a cabo el Séptimo Concurso Nacional de Cultura Turística Infantil con el tema “Turismo para vivir mejor”, con el propósito de fomentar la cultura turística en la niñez del país.

La ciudad de Guanajuato fue sede del X Encuentro de la Red Nacional de un Turismo para Todos con la participación de importantes conferencistas especializados en el sector turístico.

Se realizó la reimpresión de la Guía Turismo para Todos que contiene información sobre diferentes paquetes turísticos en el Estado, con un tiraje de 2 mil ejemplares.

Participaron en el programa de formación de Agencias Operadoras Turísticas (DMCs) 16 empresas y comenzó la primera de las tres etapas del Programa Gestores de Emoción.

Con el objetivo de promover el desarrollo de productos turísticos, se conformó el Comité de Productos realizando reuniones con empresarios y operadores.

Se realizó la publicación del libro “Rincones y Sabores de México” con información de los principales atractivos del Estado con una distribución nacional e internacional.

Continuaron las acciones del plan de iluminación de la capital del Estado, que en su segunda etapa dotó a la calle subterránea, calle Hidalgo, de alumbrado público e iluminación escénica.

En cuanto a proyectos de inversión para el desarrollo de infraestructura básica de servicios al turista se celebraron convenios con 10 municipios, donde se elaboraron 4 proyectos ejecutivos y 11 acciones de infraestructura.

Se otorgó apoyo por más de \$ 32 millones de pesos a 21 eventos especiales llevados a cabo en el interior del Estado. Se otorgó apoyo por parte de la Secretaría a 29 Congresos y Convenciones realizados en las ciudades de Guanajuato, Irapuato y León.

El área de Relaciones Públicas de Sedetur atendió 46 viajes de familiarización recibiendo a personas procedentes de México, Alemania, California, Canadá, España, Houston, Polonia, Rusia, entre otros. La Secretaría participó en 26 eventos de promoción de carácter nacional e internacional. Nuestro Estado también participó en la Feria Internacional del Turismo (Fitur), considerado el evento internacional con mayor proyección.

Acciones Ante la Contingencia Santinaria

En 2009 la Secretaría conjuntó esfuerzos para hacer frente a los efectos de la Contingencia Sanitaria a través del programa de "Impulso al Turismo" realizando acciones de promoción, capacitación y equipamiento.

Se lanzó una campaña publicitaria bajo el lema "Lo tienes que vivir" ofertando paquetes turísticos en diferentes medios de comunicación.

Un total de 884 empresas participaron en el curso denominado "Estrategias Higiénicas para Empresas Turísticas". Se otorgó apoyo a 423 prestadores de servicios turísticos con equipamiento en materia de higiene por un monto hasta de \$13 mil pesos por empresa.

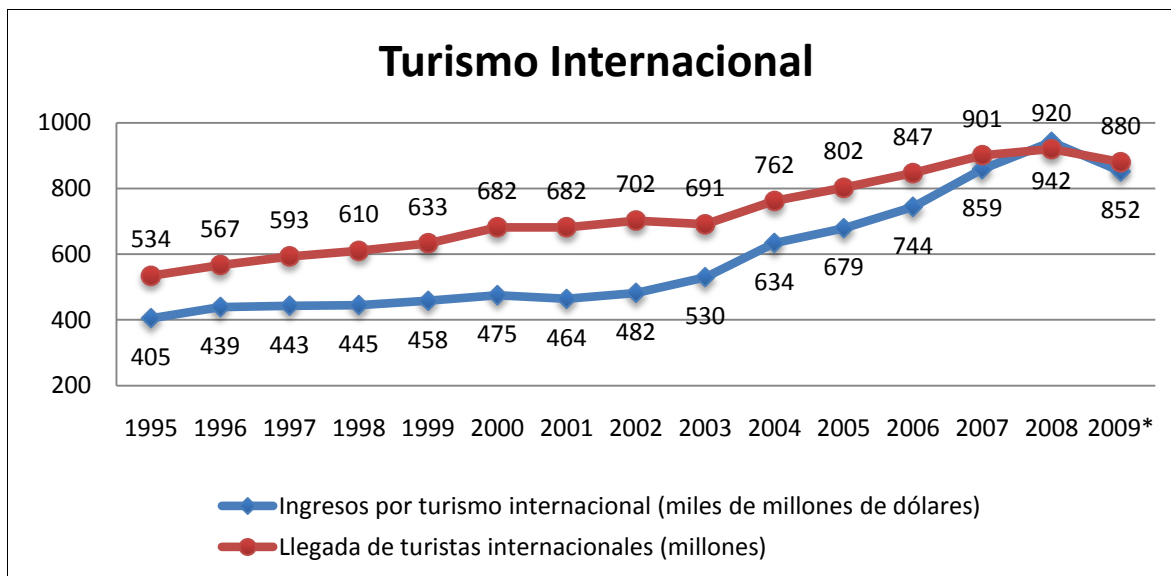
Capítulo 2 Turismo en el Mundo

1. Comportamiento y tendencias

La OMT calificó al 2009 como un año “excepcionalmente desafiante” y es que además de la desaceleración económica en el mundo, el surgimiento del virus de Influenza AH1N1 causó estragos al turismo.

Se estima que las llegadas de turistas internacionales disminuyeron 4 por ciento en todo el mundo, es decir 880 millones de personas comparado con el 2008. Luego de catorce meses de resultados negativos, en el último trimestre de 2009 se presentó un incremento.

Con datos aún preliminares, se estima que los ingresos por turismo internacional disminuyeron alrededor del 6 por ciento, alrededor de \$852 mil millones de dólares.



Fuente: Organización Mundial de Turismo, OMT.

* Datos preliminares, actualización a abril 2010.

Los ingresos por turismo internacional se refieren al gasto realizado en los destinos por los visitantes internacionales e incluye: hospedaje, alimentos y bebidas, transporte local, entretenimiento, compras, entre otros. El gasto realizado por transporte internacional se reporta separadamente y no se incluye en este concepto.

De acuerdo al comportamiento que han tenido en el tiempo, se puede concluir que los ingresos generalmente siguen muy de cerca la actuación de las llegadas de turistas.

Todas las regiones del mundo, con excepción de África, sufrieron decrementos en los ingresos. Asia y el Pacífico -1 por ciento, Oriente Medio -3 por ciento. El mayor impacto lo recibieron América -11 por ciento, con \$22 mil millones de dólares y Europa -7 por ciento que equivale a \$60 mil millones de dólares.

Contrariamente a la disminución mundial, varios destinos lograron crecimiento en los ingresos por turismo, resalta el crecimiento de dos dígitos de Taiwán, Suecia y Australia. Otros países que lograron superar la tendencia negativa fueron Hong Kong, Malasia, Polonia y Hungría.

Al igual que en crisis anteriores, los consumidores tendieron a viajar más cerca de su sitios de residencia durante 2009. Varios destinos comprobaron que el turismo interior soportaba mejor la crisis y que incluso crecía significativamente.

La tendencia a la alza en los últimos meses de año también fue percibida por el transporte aéreo. Según la IATA, el tráfico de pasajeros fue positivo desde septiembre de 2009. Con datos hasta noviembre, el tráfico de pasajeros cayó globalmente un 4 por ciento, mientras que la capacidad (medida en asientos disponibles) decreció en 3 por ciento.¹



2. Estadísticas por destino

En 2009, hubo ligeros cambios en las posiciones que ocupan los países de la lista con mayor turismo internacional.

Los primeros tres lugares en turistas e ingresos nuevamente fueron ocupados por Estados Unidos, España y Francia. Francia se encuentra al frente con llegada de turistas y tercero en ingresos. E.U. es primero en ingresos y segundo en turistas. España continúa como el destino con mayores ingresos en Europa y tercero en turistas.

¹ Barómetro de la Organización Mundial de Turismo, Volumen 8, Número 1 y Actualización Intermedia Abril 2010.

Para completar la lista de las diez primeras posiciones en cuanto a llegada de turistas se encuentra México con 21.5 millones de personas.

Llegada de Turistas Internacionales por País de Destino

| | País | millones | | | | | % |
|----|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------------|
| | | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Variación 09/08 |
| | Total Mundial | 801 | 846 | 900 | 919 | 880 | -4.3 |
| 1 | Francia | 75.0 | 77.9 | 80.9 | 79.2 | 74.2 | -6.3 |
| 2 | Estados Unidos | 49.2 | 51.0 | 56.0 | 57.9 | 54.9 | -5.3 |
| 3 | España | 55.9 | 58.0 | 58.7 | 57.2 | 52.2 | -8.7 |
| 4 | China | 46.8 | 49.9 | 54.7 | 53.0 | 50.9 | -4.1 |
| 5 | Italia | 36.5 | 41.1 | 43.7 | 42.7 | 43.2 | 1.2 |
| 6 | Reino Unido | 28.0 | 30.7 | 30.9 | 30.1 | 28.0 | -7.0 |
| 7 | Turquía | 20.3 | 18.9 | 22.2 | 25.0 | 25.5 | 2.0 |
| 8 | Alemania | 21.5 | 23.6 | 24.4 | 24.9 | 24.2 | -2.7 |
| 9 | Malasia | 16.4 | 17.5 | 21.0 | 22.1 | 23.6 | 7.2 |
| 10 | México | 21.9 | 21.4 | 21.4 | 22.6 | 21.5 | -5.2 |

Fuente: Organización Mundial de Turismo, OMT.

La siguiente tabla muestra los diez destinos con mayores ingresos. La lista completa será publicada por la OMT a finales de junio 2010.

Ingresos por Turismo Internacional por País de Destino

| | País | miles de millones | | | | | % |
|----|----------------------|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|
| | | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Variación 09/08 |
| | Total Mundial | \$679 | \$744 | \$859 | \$942 | \$852 | |
| 1 | Estados Unidos | \$81.8 | \$85.8 | \$97.1 | \$110.1 | \$94.2 | -14.4 |
| 2 | España | \$48.0 | \$51.1 | \$57.6 | \$61.6 | \$53.2 | -13.6 |
| 3 | Francia | \$44.0 | \$46.3 | \$54.3 | \$55.6 | \$48.7 | -12.4 |
| 4 | Italia | \$35.4 | \$38.1 | \$42.7 | \$45.7 | \$40.2 | -12.0 |
| 5 | China | \$29.3 | \$33.9 | \$37.2 | \$40.8 | \$39.7 | -2.7 |
| 6 | Alemania | \$29.2 | \$32.8 | \$36.0 | \$40.0 | \$34.7 | -13.3 |
| 7 | Reino Unido | \$30.7 | \$34.6 | \$38.6 | \$36.0 | \$30.1 | -16.4 |
| 8 | Australia | \$16.8 | \$17.8 | \$22.3 | \$24.8 | \$25.6 | 3.2 |
| 9 | Turquía | \$18.2 | \$16.9 | \$18.5 | \$22.0 | \$21.3 | -3.2 |
| 10 | Austria | \$16.1 | \$16.6 | \$18.9 | \$21.8 | nd | nd |

Fuente: Organización Mundial de Turismo, OMT.

nd: Datos aún no disponibles.

Nota: Variaciones 09/08 calculadas por Sedetur.

Encabezando la lista de los diez países con mayor gasto por turismo internacional se encuentran Alemania con 81 mil millones de dólares y Estados Unidos con 73 mil millones de dólares. Después se ubican el Reino Unido, China, Francia con un gasto de entre 39 mil millones y 49 mil millones de dólares. Le siguen Italia, Japón, Canadá, la Federación Rusa y Holanda que registraron un gasto menor a 28 mil millones de dólares.



3. Proyecciones

En el corto plazo, la OMT prevé un incremento de entre el 3 por ciento y el 4 por ciento en la llegada de turistas internacionales, principalmente por los signos de recuperación mundial.

Por regiones, se estima que el mayor repunte será de Asia. Europa y América tendrán una recuperación a un ritmo moderado. También se espera crecimiento para Oriente Medio y África seguirá su tendencia positiva, debido al impulso por la Copa del Mundo de la FIFA 2010 en Sudáfrica.

| Pronóstico 2010 para el Turismo Internacional | |
|---|----------------------|
| Mundo | entre 3% y 4% |
| Europa | entre 1% y 3% |
| Asia y el Pacífico | entre 5% y 7% |
| América | entre 2% y 4% |
| África | entre 4% y 7% |
| Oriente Medio | entre 5% y 9% |

Fuente: OMT

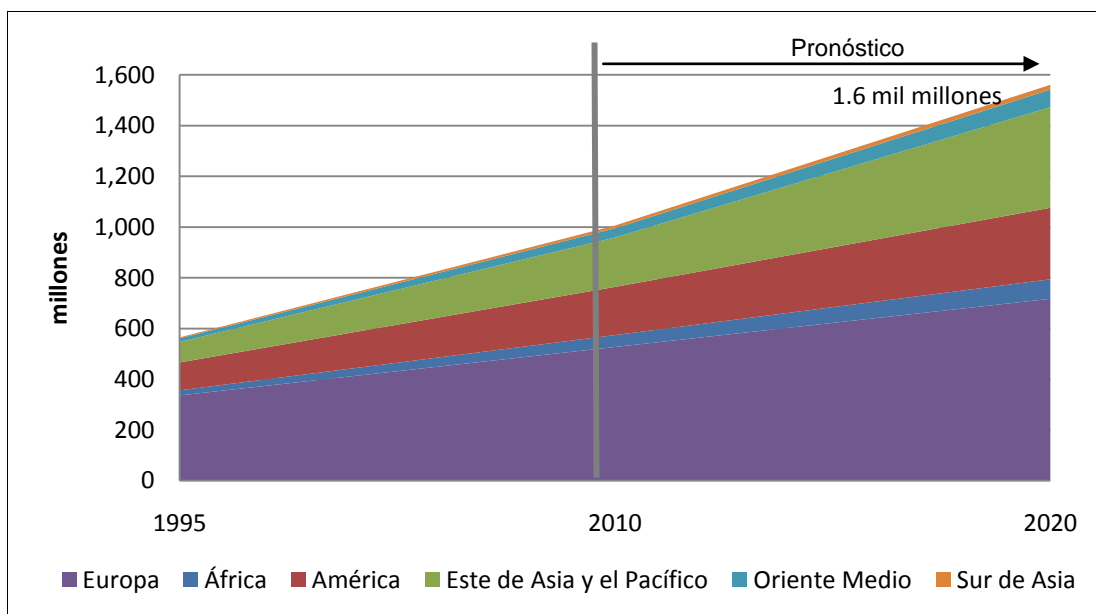
Entre las oportunidades que proporcionará el 2010 se encuentran: el aumento de la confianza de las empresas y los consumidores; se espera que las tasas de interés y la inflación aumenten sólo moderadamente a corto plazo; en el sector turismo la tendencia de la demanda al alza, crea diversas oportunidades. Además habrá eventos para atraer posibles visitantes: en febrero, los Juegos Olímpicos de

Invierno en Vancouver; en junio, la Copa del Mundo de Fútbol de la FIFA en Sudáfrica; entre mayo y octubre, la Exposición Mundial de Shangai.

Como riesgos se menciona principalmente la crisis de empleo en particular en las economías adelantadas. El crecimiento económico en los principales mercados de origen, en particular en Europa y los Estados Unidos sigue siendo frágil. Las medidas de estímulo muy probablemente irán desapareciendo debido a los crecientes déficits públicos en economías adelantadas. Los precios del petróleo siguen siendo volátiles. La posibilidad de que el efecto de la gripe AH1N1 pueda empeorar, debido a la experiencia de pandemias anteriores. Las amenazas a la seguridad serán un gran desafío. Se prevé que los ingresos y los rendimientos se recuperen a un ritmo más lento que los viajes.

En el largo plazo, la OMT continúa con la misma estimación, incluso cuando la evolución del turismo ha sido irregular en los últimos años. Para el 2020, se prevé 1 mil 600 millones de llegada de turistas internacionales, de las cuales 1 mil 200 millones será intrarregional y 378 millones serán viajeros de larga distancia.

Las tres regiones con mayor número de turistas serán Europa con 717 millones, el Este de Asia y el Pacífico con 397 millones y América con 282 millones. Le seguirán África, Oriente Medio y el Sur de Asia.²



Fuente: Organización Mundial de Turismo, OMT

² Barómetro de la Organización Mundial de Turismo, Volumen 8, Número 1 y Actualización Intermedia Abril 2010.

Capítulo 3

La Actividad Turística en México

En México, debido a la alta dependencia de la economía en su comercio exterior con E.U. y la caída de las remesas provenientes de los migrantes -segunda fuente de divisas después del petróleo- hacia la última parte del 2008 se comenzaron a sentir los efectos de una crisis económica. Al inicio del 2009 el desempleo subió. Al pasar los meses las expectativas económicas oficiales fueron más pesimistas. Después de la epidemia de Influenza AH1N1, se comenzó a hablar de una afectación económica y especialmente al turismo, tercera fuente de divisas. La Comisión Económica para América Latina (CEPAL) proyectaba para México una contracción de 7% en su producto interno bruto (PIB), que lo convertiría en el país más afectado por la crisis económica en la región.

En mayo fue inminente el desplome de la ocupación hotelera, de los vuelos desde y hacia México, de los cruceros, de las ventas en restaurantes y del empleo.

Al paso de las semanas, el turismo comenzó su reactivación. El gobierno federal diseñó un plan de acción de inversión basado en tres objetivos: proteger la planta productiva y el empleo; mantener la conectividad aérea y reposicionar a México como destino turístico en los principales mercados emisores.

Se pueden mencionar estrategias orientadas a apoyar la liquidez de empresas turísticas con créditos a través de NAFIN y Bancomext, así como para mantener el empleo, Sectur trabajó con la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) y la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) en un plan de empleos temporales.

Para reposicionar la imagen de México, se formó una bolsa de mil 200 millones de pesos destinada a la campaña promocional nacional e internacional, con recursos de las Secretarías de Hacienda (SCHP), de Turismo (Sectur) y del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM).

En este sentido, el 25 de mayo el Presidente Felipe Calderón Hinojosa presentó la campaña “Vive México” para reactivar el turismo y contrarrestar el efecto generado luego de la contingencia sanitaria.

La campaña fue transmitida por diversos medios de comunicación y contó con la presencia de personalidades, que participaron con mensajes para dar a conocer que México es un lugar seguro y único para viajar. Los empresarios y prestadores de servicio por su parte, también participaron a través de ofertas para incentivar al turismo nacional e internacional.³

³ Sectur. Boletín de prensa 060/2009.

En junio dio inicio la campaña de mercadotecnia “Welcome Back” (Bienvenidos de nuevo) en las ciudades principales de Estados Unidos y Canadá, como parte de las acciones para reposicionar a México como destino turístico a nivel internacional.⁴

1. Comportamiento y tendencias

El turismo es una actividad generadora de ingresos para México. De acuerdo con datos del INEGI, la participación del turismo en el Producto Interno Bruto, PIB, es de 8.7 por ciento.

Se estima que en 2009, tan sólo los servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas aportaron más de \$209 mil millones de pesos al PIB, sin considerar otros rubros como bienes y transporte.

La balanza turística del 2009 registró un saldo positivo de \$4 mil 144 millones de dólares, mientras que la balanza comercial disminuyó 73 por ciento.

El país recibió un total de 86 millones 189 mil visitantes internacionales⁵, de ellos el 21.4 millones corresponden a turistas y 64.7 millones a excursionistas.

Los visitantes internacionales en México realizaron un gasto total de \$11 mil 275 millones de dólares. En particular, el gasto total del **turismo receptivo** (de internación, que llega a las ciudades del interior), fue de \$8 mil 624 millones de dólares. Esta cifra representa el 76 por ciento del total del gasto realizado por visitantes internacionales.

El gasto promedio, del visitante internacional fue de \$130.8 dólares, mientras que el del turista de internación⁶ fue de \$732 dólares.

En cuanto a los turistas hospedados en hotel en el país, se registraron 80.2 millones de personas. La estadía promedio fue de 1.95 noches.

⁴ Sectur. Boletín de prensa 067/2009.

⁵ 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.

⁶ Visitante que permanece al interior de México (no en frontera) una noche por lo menos, en un medio de alojamiento colectivo o privado.

2. Estadísticas del Sector

2.1 Visitantes Internacionales y Mercados Emisores

Durante 2009 el País recibió más de 86 millones de visitantes internacionales, un 25 por ciento corresponde a turistas.

**Reporte de Flujos Turísticos a México
2005-2009**

| Miles de turistas | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|--|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Visitantes Internacionales a México | 103,146 | 97,701 | 92,179 | 91,462 | 86,189 |
| Turistas Internacionales a México | 21,915 | 21,353 | 21,370 | 22,637 | 21,454 |
| Turismo Receptivo (internación) | 12,534 | 12,608 | 12,956 | 13,300 | 11,781 |
| Turismo Fronterizo | 9,381 | 8,745 | 8,414 | 9,338 | 9,673 |
| Excursionistas Internacionales | 81,231 | 76,348 | 70,809 | 68,825 | 64,735 |
| Excursionistas Fronterizos | 74,524 | 69,832 | 63,995 | 62,394 | 59,045 |
| Pasajeros en Crucero | 6,707 | 6,516 | 6,814 | 6,431 | 5,690 |

Fuente: SIIMT, Banco de México

Al cierre de 2009 se presentaron decrementos en comparación con las cifras del año anterior, a excepción de los turistas fronterizos que tuvieron un leve aumento, esto es debido a la contingencia sanitaria y a la crisis económica.

Con respecto a 2008 la disminución de visitantes internacionales fue de -6 por ciento, lo que equivale a 5 millones de personas.



Fuente: Banco de México

En cuanto al turismo receptivo que representa 11.7 millones de personas, América del Norte ocupa el primer lugar de mercado emisor con 78 por ciento, el segundo es Europa con 10 por ciento.

Estados Unidos continúa representando el principal mercado emisor de turistas al país, incluyendo a los mexicanos que residen en esa nación. El segundo mercado emisor es Canadá seguido de Inglaterra, España y Francia.

Los turistas canadienses continúan en aumento. De hecho, en el 2009 son el mercado emisor que se elevó en mayor proporción, en comparación con 2008 la variación fue de +8 por ciento.

Por el contrario, los mercados emisores que presentaron variación negativa fueron Italia -35 por ciento, España -24, Francia -21, Reino Unido -17 por ciento. Estados Unidos, nuestro principal mercado emisor, presentó una baja de -8 por ciento con respecto al año anterior.

En la siguiente tabla se muestran los principales 10 países emisores en el 2009.

| México | | | | |
|---|---------------|---------------|-------------|----------------------------------|
| Nacionalidad de los turistas de internación (miles) | | | | |
| País emisor | 2008 | 2009 | Var 08-09 | Participación en el Mercado 2009 |
| Total | 13,299 | 11,781 | -11% | |
| 1 E.U. | 8,659 | 7,954 | -8.1% | 68% |
| 2 Canadá | 1,136 | 1,222 | 7.6% | 10% |
| 3 Reino Unido | 311 | 257 | -17.4% | 2% |
| 4 España | 285 | 216 | -24.2% | 2% |
| 5 Francia | 208 | 164 | -21.2% | 1% |
| 6 Alemania | 158 | 141 | -10.8% | 1% |
| 7 Argentina | 126 | 127 | 0.8% | 1% |
| 8 Italia | 167 | 109 | -34.7% | 1% |
| 9 Venezuela | 82 | 83 | 1.2% | 1% |
| 10 Colombia | 67 | 69 | 3.0% | 1% |

Fuente: Banco de México con información del Sistema Integral de Operación Migratoria. Instituto Nacional de Migración.

El gasto realizado por los visitantes internacionales presentó un decremento de -15 por ciento en el 2009. El gasto de los turistas internacionales disminuyó en la misma proporción.

| GASTO 2005-2009 | | | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Millones de dólares | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Visitantes Internacionales a México | \$11,803 | \$12,177 | \$12,901 | \$13,289 | \$11,275 |
| Turistas Internacionales a México | \$9,146 | \$9,560 | \$10,389 | \$10,817 | \$9,221 |
| Turismo Receptivo (internación) | \$8,502 | \$8,955 | \$9,766 | \$10,116 | \$8,624 |
| Turismo Fronterizo | \$644 | \$605 | \$624 | \$701 | \$597 |
| Excursionistas Internacionales | \$2,657 | \$2,617 | \$2,512 | \$2,472 | \$2,198 |
| Excursionistas Fronterizos | \$2,204 | \$2,159 | \$2,024 | \$1,994 | \$1,601 |
| Pasajeros en Crucero | \$453 | \$458 | \$488 | \$478 | \$453 |

Fuente: SIIMT, Banco de México



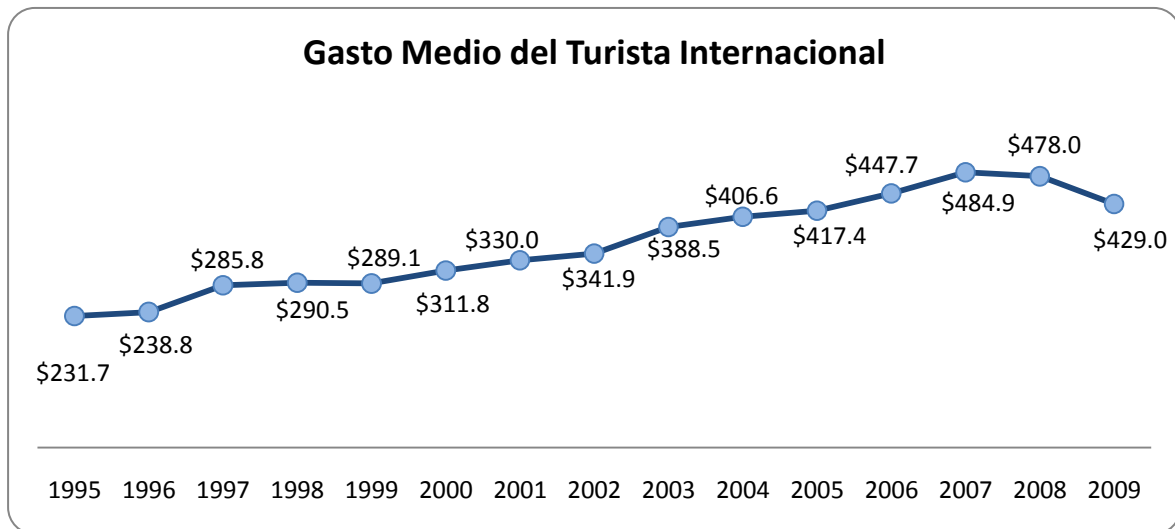
Fuente: SIIMT, Banco de México

En 2009 el gasto medio del visitante tuvo un decremento del -10 por ciento, mientras que el gasto medio del turista de internación disminuyó un -4 por ciento.

El más afectado fue el gasto del turista fronterizo, -18 por ciento fue la disminución.

| GASTO MEDIO | | | | | |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Dólares | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Visitantes Internacionales a México | \$114.4 | \$124.6 | \$139.9 | \$145.0 | \$130.8 |
| Turistas Internacionales | \$417.4 | \$447.7 | \$484.9 | \$478.0 | \$429.0 |
| Turismo Receptivo (internación) | \$678.4 | \$710.3 | \$750.6 | \$761.0 | \$732.0 |
| Turismo Fronterizo | \$68.6 | \$69.2 | \$74.1 | \$75.0 | \$61.8 |
| Excursionistas Internacionales | \$32.7 | \$34.3 | \$35.5 | \$36.0 | \$32.0 |
| Excursionistas Fronterizos | \$29.6 | \$30.9 | \$31.6 | \$32.0 | \$27.1 |
| Pasajeros en Crucero | \$67.5 | \$70.3 | \$71.6 | \$74.0 | \$79.6 |

Fuente: SIIMT, Banco de México

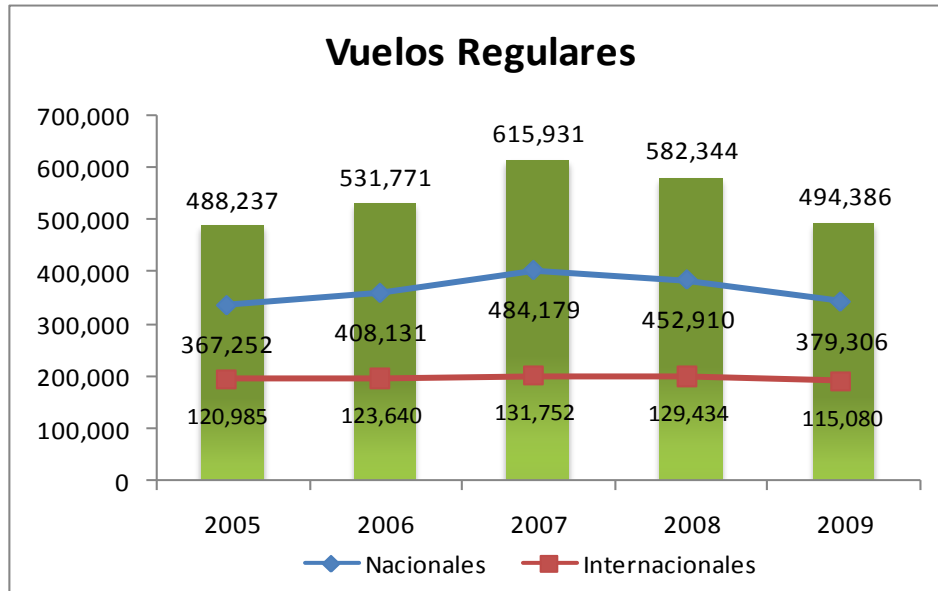


Fuente: SIIMT, Banco de México

2.2 Transportación Aérea

La actividad aérea también se vio afectada en el año, tanto el número de vuelos como de pasajeros presentaron disminuciones.

Los vuelos regulares en el año fueron 494 mil 386, alrededor de 88 mil vuelos menos que en el 2008. El 77 por ciento corresponde a vuelos nacionales y el resto a internacionales.



Fuente: Sector con información de Aeropuertos y Servicios Auxiliares.
*Los datos 2009 son preliminares.

El número de pasajeros en vuelos regulares fue de 36 millones de personas. De éstas, 24.7 millones de personas utilizaron vuelos nacionales y 11.4 millones vuelos internacionales.

El 26 por ciento de los pasajeros utilizó este medio de transporte para los centros de playa mientras que el 74 por ciento lo hizo para ciudades.



Fuente: Sector con información de Aeropuertos y Servicios Auxiliares.
*Los datos 2009 son preliminares.

2.3 Actividad Turística en Hoteles - Sistema Datatur

En el país se registraron 80.2 millones de turistas de acuerdo con el monitoreo de la ocupación hotelera por medio del Sistema Datatur, sistema de información estadística en línea, orientado a proporcionar datos de valor estratégico para el sector turismo y suministrar información para la toma de decisiones.

La cifra presenta un decremento de -9 por ciento en comparación con las llegadas de turistas de 2008.

En cuanto a los estados del interior del país, Guanajuato ocupa la quinta posición por llegada de turistas con 2.5 millones de turistas. Dentro de los primeros cinco estados se encuentran el Distrito Federal, Jalisco, México y Michoacán. La siguiente posición después de Guanajuato la ocupa Nuevo León con 600 mil turistas menos.

Debido a los acontecimientos suscitados en el año, la ocupación hotelera en el país presentó variaciones negativas en comparación con el 2008.

Estados como Chihuahua, Yucatán, Baja California, Aguascalientes e Hidalgo tuvieron decrementos de entre -17 y -20 por ciento en la llegada de turistas.

Guanajuato se ubicó entre los 13 menos afectados con un decremento de -6 por ciento, similar al del Estado de México. Sinaloa, Chiapas, Campeche y Veracruz fueron los únicos con variaciones positivas de entre 3 y 10 por ciento.

| Llegada de Turistas, según variación | | | |
|--------------------------------------|------------------|------------------|------------|
| Destino | 2009 | 2008 | Variación |
| 1 Sinaloa | 2,577,529 | 2,337,470 | 10% |
| 2 Chiapas | 3,106,162 | 2,938,860 | 6% |
| 3 Campeche | 1,074,129 | 1,021,934 | 5% |
| 4 Veracruz | 4,614,970 | 4,487,169 | 3% |
| 5 Michoacán | 2,558,418 | 2,576,330 | -1% |
| 6 Quintana Roo | 8,080,899 | 8,311,761 | -3% |
| 7 Jalisco | 5,471,721 | 5,679,505 | -4% |
| 8 Zacatecas | 912,634 | 952,986 | -4% |
| 9 Colima | 983,104 | 1,034,470 | -5% |
| 10 México | 3,077,089 | 3,257,948 | -6% |
| 11 Coahuila | 1,254,093 | 1,328,056 | -6% |
| 12 Tamaulipas | 2,784,689 | 2,951,970 | -6% |
| 13 Guanajuato | 2,501,582 | 2,655,390 | -6% |
| 14 Morelos | 1,346,394 | 1,457,569 | -8% |
| 15 Puebla | 2,111,407 | 2,311,135 | -9% |
| 16 Querétaro | 1,120,019 | 1,226,629 | -9% |

| Llegada de Turistas, según variación | | | |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|------------|
| Destino | 2009 | 2008 | Variación |
| 17 Sonora | 2,130,303 | 2,378,939 | -10% |
| 18 Oaxaca | 2,431,570 | 2,734,041 | -11% |
| 19 Nayarit | 1,749,617 | 1,989,043 | -12% |
| 20 Durango | 479,351 | 545,800 | -12% |
| 21 Tlaxcala | 260,692 | 301,139 | -13% |
| 22 Guerrero | 6,440,459 | 7,444,348 | -13% |
| 23 San Luis Potosí | 1,138,713 | 1,325,393 | -14% |
| 24 Nuevo León | 1,903,941 | 2,229,964 | -15% |
| 25 Baja California Sur | 1,835,128 | 2,150,095 | -15% |
| 26 Distrito Federal | 9,179,626 | 10,810,638 | -15% |
| 27 Tabasco | 1,016,603 | 1,198,522 | -15% |
| 28 Chihuahua | 3,110,713 | 3,764,189 | -17% |
| 29 Yucatán | 1,395,710 | 1,689,506 | -17% |
| 30 Baja California | 2,346,270 | 2,933,552 | -20% |
| 31 Aguascalientes | 385,646 | 530,170 | -27% |
| 32 Hidalgo | 810,423 | 1,149,461 | -29% |
| Nacional | 80,189,602 | 87,703,982 | -9% |

Fuente: Sectur

Se estima que la ocupación hotelera nacional fue de 45 por ciento promedio, presentando una variación de -7 puntos porcentuales.

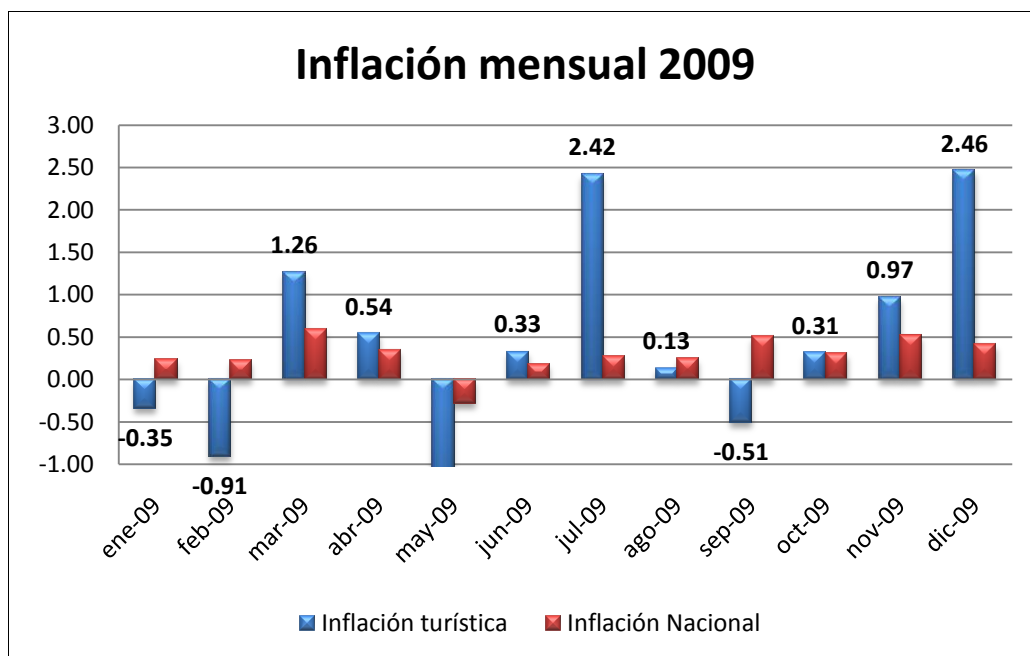
Las ciudades del interior registraron una ocupación promedio del 41 por ciento anual con un decremento de 5 puntos porcentuales respecto de 2008. Los centros de playa tuvieron una ocupación de 49 por ciento promedio anual, 8 puntos menos.

2.4 Índice Nacional de Precios al Consumidor Turístico (INPC)

El Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) es el indicador económico diseñado por el Banco de México, específicamente para medir el cambio promedio de los precios en el tiempo. De éste se seleccionan 15 subíndices para determinar el Índice de Precios al Consumidor Turístico. Este índice muestra la variación de los precios de los bienes y servicio que consumen los turistas.

La inflación turística anual acumulada en el 2009 fue de 5.09 por ciento, superior a la inflación nacional de 3.57 por ciento.

Comparada con la inflación turística de 2008 de 6.07 por ciento, en 2009 ésta es inferior.



Fuente: Sector. Resultados de la Actividad Turística 2009

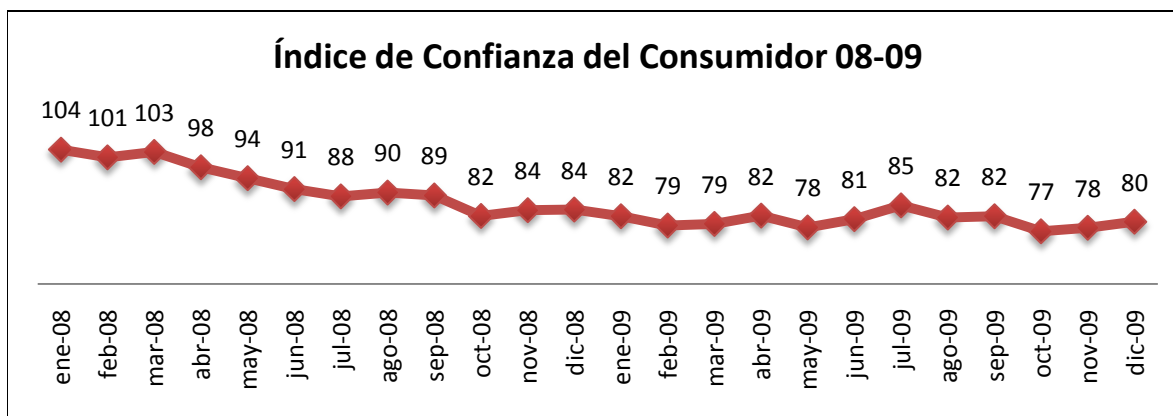
2.5 Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

El Índice de Confianza del Consumidor se calcula con base en los resultados de la Encuesta Nacional sobre la Confianza del Consumidor (ENCO) recabada entre el Instituto Nacional de Estadística y Geografía y el Banco de México en 32 ciudades del país (en la totalidad de entidades federativas).

Este índice se conforma de cinco indicadores parciales que consideran: las opiniones sobre la situación económica actual y esperada del hogar de los entrevistados; las percepciones sobre la situación económica presente y futura del país, y considera la visión de los consumidores acerca de qué tan propicio es el momento actual para la adquisición de bienes de consumo duradero.

Como este índice deja ver con relativa rapidez el "estado de ánimo" de los consumidores, lo que determinará las decisiones de compra a corto y mediano plazo. De esta manera está relacionado con el turismo, ya que los consumidores o turistas decidirán viajar o no.

Durante el año, el ICC se mantuvo por debajo de la puntuación del año anterior, reflejando la disminución de la actividad turística.



Fuente: INEGI, Banco de México

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 2009, 44.5 millones de personas se encontraban ocupadas en el país, 3% más que al cierre de 2008. La mayor concentración de personas ocupadas se encuentra en el Estado de México con 14%, seguida del Distrito Federal con 9%. El estado de Guanajuato se ubica en la sexta posición con el 4% de las personas ocupadas del país, superando a estados como Nuevo León y Michoacán.

Según la división por sectores de la actividad económica del país, en el sector primario, que comprende las actividades de extracción directa de bienes de la naturaleza sin transformaciones –minería, agricultura, ganadería, silvicultura y pesca– estaban ocupadas 6.1 millones de personas en el país.

En el sector secundario estaban ocupadas 10.4 millones de personas. Este sector engloba las actividades de los procesos productivos que transforman los alimentos y las materias primas.

El terciario, que integra las empresas que ofrecen servicios, como el comercio, la hotelería, el turismo, las comunicaciones, y otras, ocupó al mayor número de personas en proporción al total: **27.7 millones de personas que representan el 62% del total.**

| Población ocupada según el sector de actividad Cuarto trimestre del 2009 | | |
|---|-------------------|---------------|
| Sector | Población ocupada | Participación |
| Total | 44,535,314 | 100% |
| Primario | 6,114,192 | 14% |
| Secundario | 10,411,502 | 23% |
| Terciario | 27,695,616 | 62% |
| No especificado | 314,004 | 1% |

3 millones de personas ocupadas en Alojamiento y Alimentos y Bebidas

Fuente: INEGI, Encuesta Nacional de Empleo (ENOE).

Específicamente en el rubro de alojamiento temporal y alimentos y bebidas, el país tenía ocupadas a 3 millones de personas. Esta cifra representa una participación del turismo de al menos 7 por ciento en la población ocupada total del país.

La siguiente tabla muestra el número de personas ocupadas en este rubro en los 15 estados con mayor participación:

| Estado | Alojamiento y Alimentos y Bebidas | Porcentaje de Participación | Estado | Alojamiento y Alimentos y Bebidas | Porcentaje de Participación |
|---------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|
| 1 México | 412,146 | 14% | 9 Quintana Roo | 98,959 | 3% |
| 2 Distrito Federal | 269,527 | 9% | 10 Baja California | 98,514 | 3% |
| 3 Jalisco | 243,311 | 8% | 11 Tamaulipas | 98,364 | 3% |
| 4 Veracruz | 238,488 | 8% | 12 Guerrero | 93,835 | 3% |
| 5 Nuevo León | 135,349 | 4% | 13 Sinaloa | 91,831 | 3% |
| 6 Guanajuato | 131,210 | 4% | 14 Chiapas | 88,939 | 3% |
| 7 Puebla | 112,803 | 4% | 15 Oaxaca | 86,220 | 3% |
| 8 Michoacán | 107,070 | 4% | Total | 3,022,539 | 100% |

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, IV Trimestre de 2009.

Capítulo 4 Turismo de Guanajuato en México

1. Efectos de la Crisis Económica y Contingencia Sanitaria

La actividad turística en el país y en el estado de Guanajuato, primero sufrió el impacto de la crisis económica mundial, y después los efectos de la contingencia sanitaria por el virus de Influenza AH1N1. El efecto de ambos acontecimientos se tradujo en un menor número de visitantes y una reducción de la estadía promedio.

Al cierre del año, el Estado registró un decremento acumulado de -5 por ciento en la llegada de visitantes: turistas y excursionistas.

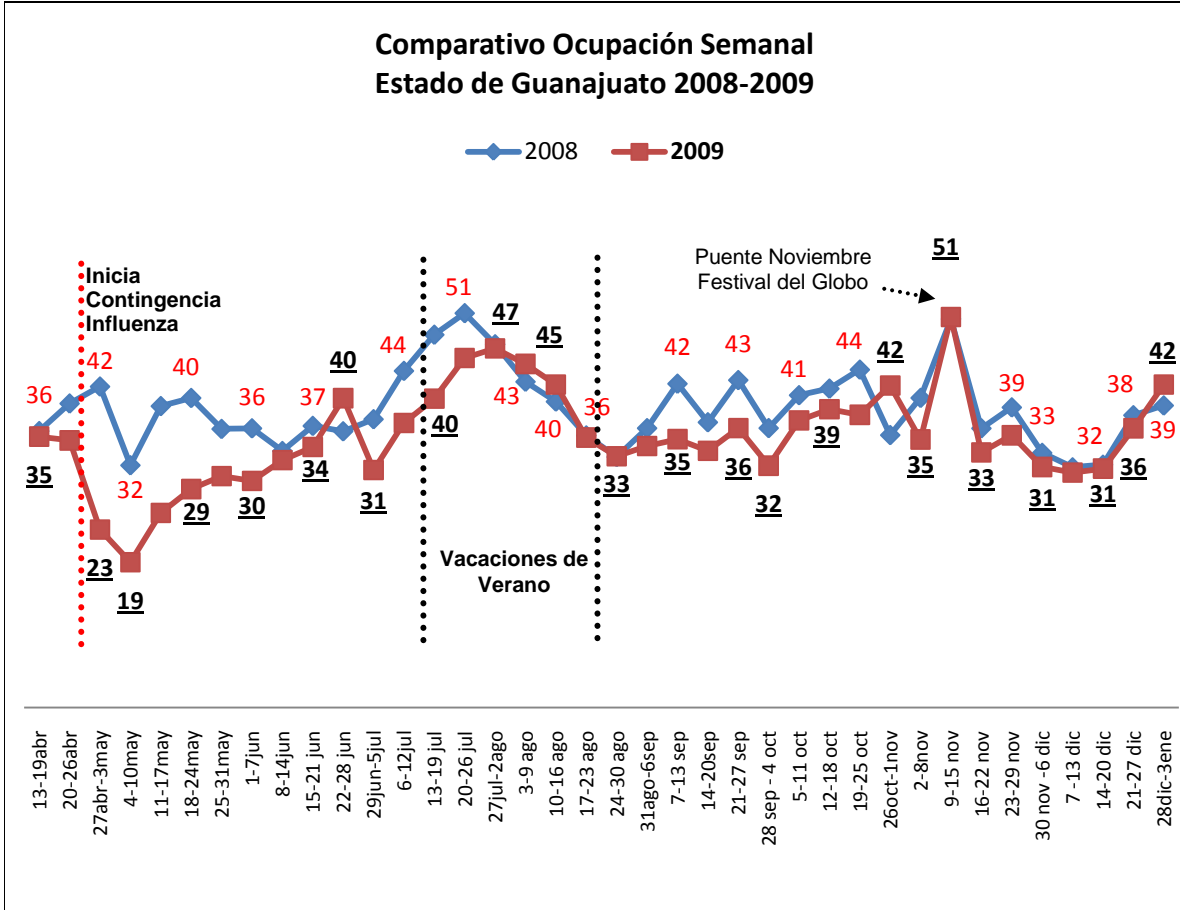
La ocupación hotelera promedio en el año fue de 35%, lo que significa un decremento de -4 puntos porcentuales en comparación con 2008. La llegada de turistas a hoteles disminuyó en 6%.

En el mes de **mayo** se presentó la disminución más drástica en los indicadores turísticos. Tan solo para el Estado se estima una variación negativa de -395 mil visitantes (-29 por ciento) y de -\$648 millones de pesos (-26 por ciento) en la derrama económica con respecto al mismo mes de 2008. El porcentaje de ocupación hotelera disminuyó en 13 puntos porcentuales pasando de 39 por ciento en 2008 a 26 por ciento en 2009.

Paulatinamente se fue dando una recuperación de los indicadores y la variación negativa fue disminuyendo, hasta cerrar el año con solo -1% de variación en derrama económica y -6% en visitantes. En la **ciudad de Guanajuato**, por ejemplo, **los últimos 3 meses del año registraron una ocupación hotelera superior a la de 2008.**

Temporadas y puentes vacacionales, así como festivales y eventos contribuyeron a impulsar la actividad turística en diferentes destinos del Estado.

La gráfica siguiente muestra la tendencia de la ocupación hotelera del Estado en forma semanal después de la contingencia sanitaria:



Fuente: Datatur

En cuanto al empleo en el sector, de acuerdo con cifras del INEGI, la población ocupada en servicios de alojamiento temporal y servicios de alimentos y bebidas, presentó una disminución de 13 mil 330 empleos, del trimestre enero-marzo al trimestre abril-junio.

Al cierre del año, este indicador registró un incremento de más de 24 mil personas ocupadas para cerrar en 131 mil 210.



2. Destinos Principales del Estado

Los mismos efectos de la crisis económica y la contingencia sanitaria se hicieron presentes en los destinos del Estado, a excepción de Salamanca.

La ocupación hotelera en **Celaya** se mantuvo en un rango de 29 a 35%. Los meses con mejor desempeño fueron julio y noviembre. El porcentaje más bajo se registró en mayo y en julio y noviembre los más altos. El total anual de llegada de turistas fue superior a 248 mil turistas.

Guanajuato registró una ocupación promedio anual de 34% y la llegada de más de 436 mil turistas. Junto con San Miguel de Allende, fueron los destinos más afectados en el mes de mayo debido a la contingencia sanitaria, registrando 18% de ocupación. Los meses con mejor desempeño fueron: julio con 47%, principalmente por el periodo vacacional de verano; agosto, octubre y noviembre con 40%, 46% y 40% respectivamente. El Festival Internacional de Cine Expresión en Corto impactó algunos días de julio y agosto; durante su celebración registró 55% de ocupación, 83 mil visitantes y una derrama económica estimada de \$150 millones de pesos. Octubre tuvo un impacto positivo por el Festival Internacional Cervantino con 55% de ocupación y una derrama económica estimada de \$269 millones de pesos generada por 136 mil visitantes. Los últimos 3 meses del año registraron una ocupación hotelera superior a la de los mismos meses de 2008.

Irapuato cerró el año con una ocupación promedio de 39% y la llegada de 231 mil turistas. Julio, octubre y noviembre fueron los meses con la mayor ocupación registrada de 45%. En julio el periodo vacacional de verano impactó de manera positiva. En octubre y noviembre varios eventos incrementaron la actividad turística. El Congreso de Hombre a Hombre en octubre generó una ocupación de 64%. En noviembre durante los días de la Convención Nacional G12 se registró 71% de ocupación; durante la Expo Agroalimentaria la ocupación fue de 76% con una derrama económica estimada de \$29 millones de pesos y un total de 30 mil visitantes. Por último el Festival del Jazz que durante su celebración la ocupación hotelera fue del 59%.

Al cierre del 2009, la ciudad de **León** registró una llegada de turistas de 946 mil 460 personas. La ocupación fue de 39% promedio y se ubicó en un rango de entre 29% y 43%. En mayo se registró el porcentaje más bajo (29%) debido al efecto de la contingencia sanitaria. Los meses de febrero, julio y septiembre tuvieron los promedios más altos. En estos meses se llevaron a cabo numerosos eventos/congresos que tuvieron un impacto positivo en la actividad turística: Anpic, el Congreso Internacional del Tomate, el Congreso Veterinario, Sapica, EQUUS, el Torneo Abierto de Golf y el Examen de Residencias Médicas. Aunado a los eventos, también tuvieron un impacto positivo el puente vacacional de febrero y las vacaciones de verano.

Salamanca cerró con la llegada de más de 128 mil turistas y una ocupación promedio de 51%. Este fue el destino del Estado menos afectado en mayo. La actividad turística mantuvo sus niveles más altos de abril a septiembre (52-60% mensual), primero se benefició por los estudios para la designación de la sede la nueva refinería de Pemex y después por grupos que mantuvieron un hotel ocupado al 100% de su capacidad.

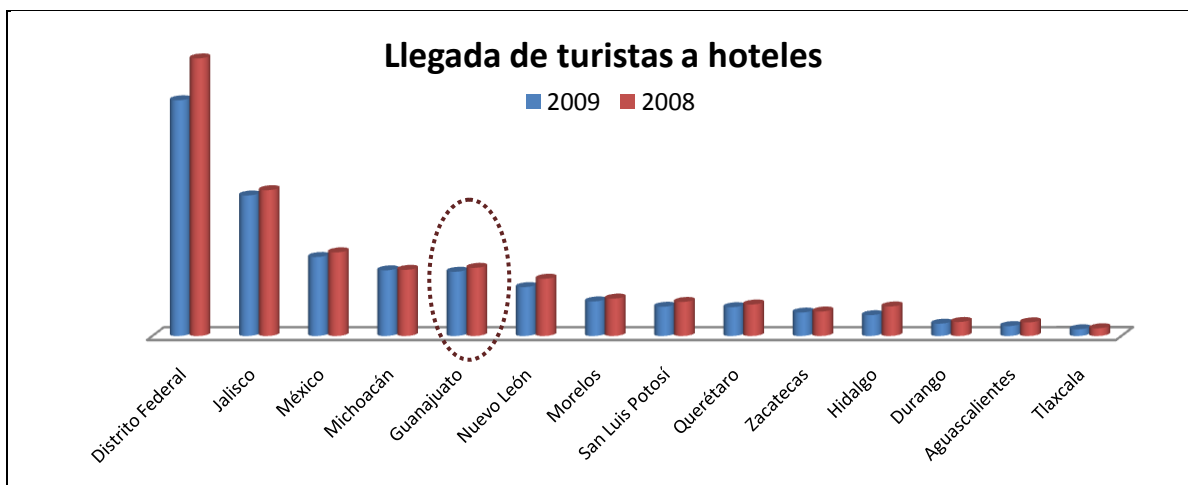
San Miguel de Allende registró un promedio de ocupación de 32% con una llegada de turistas de 181 mil personas. El inicio de año fue positivo para esta ciudad, sin embargo luego de la contingencia sanitaria la ocupación no logró alcanzar el nivel del año anterior. Tan solo en mayo ésta cayó al 17%, luego incrementó en julio a 40% debido al periodo vacacional de verano y al Festival Internacional de Expresión en Corto, éste registró una ocupación de 55%, más de 11 mil visitantes y una derrama económica estimada de \$33.4 millones de pesos. Agosto fue impactado por las vacaciones de verano, incrementó al 35%

Dolores Hidalgo cerró con la llegada de más de 38 mil turistas y una ocupación de 21% promedio, similar a la de 2008. El mejor desempeño fue en julio donde registró un promedio de 28% de ocupación. En diciembre superó la ocupación del mismo mes de 2008 con 3 puntos porcentuales y 13% de incremento en la llegada de turistas.

3. Posición de Guanajuato en el país

De acuerdo con los resultados 2009 generados a partir del monitoreo en el Sistema Datatur, Guanajuato se ubica como el quinto estado en el interior del país en llegada de turistas.

La llegada de turistas fue de 2 millones 501 mil 582 personas. Los meses con mayor afluencia turística fueron julio, agosto, octubre y diciembre.

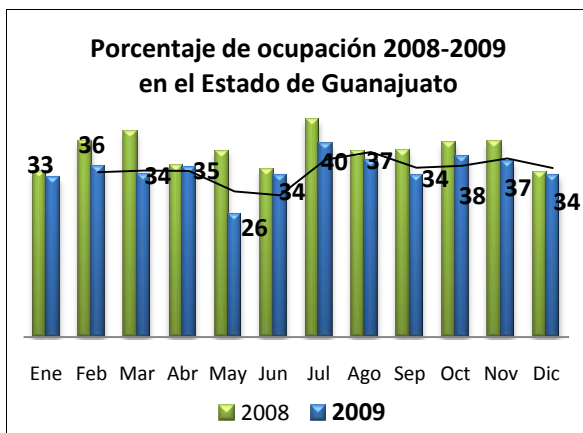


Fuente: Sectur

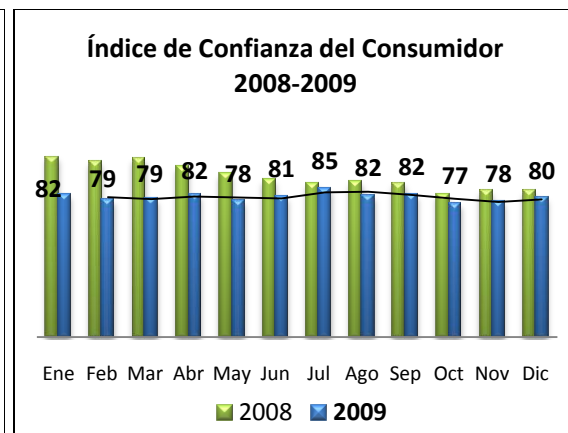
En cuanto a la oferta de habitaciones en las categorías 1 a 5 estrellas, Guanajuato continua siendo de los principales Estados. Al cierre de 2009 contaba con más de 16 mil cuartos.

El porcentaje de ocupación fue de 35 por ciento promedio anual. La ocupación hotelera más alta se registró en julio con 40 por ciento.

El Índice de Confianza del Consumidor que refleja la percepción del consumidor sobre la situación económica del país, también presentó un comportamiento a la baja durante el año, acentuándose en el mes de mayo y luego en octubre.



Fuente: INEGI, Banco de México



Fuente: Datatur-Sectur.

4. Indicadores de derrama económica

Por derrama económica entendemos el total de gastos de consumo efectuados por los visitantes durante su estancia turística en el Estado.

Se estima que la derrama económica anual generada por los visitantes al Estado, fue superior a \$30 mil millones de pesos, de acuerdo con el modelo desarrollado por la Dirección General de Planeación de la Sedetur.

Se estima que el total de visitantes fue de 15.5 millones de personas, entre turistas⁷ y excursionistas⁸, esta cifra presentó un decremento de 5 por ciento en comparación con el año anterior. El decremento se debió principalmente a los efectos de la crisis económica mundial y de la contingencia sanitaria.

⁷ Visitantes que pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.

⁸ Visitantes que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado y su estancia es menor a 24 horas.

Para el visitantes en general se estima un gasto promedio diario de \$726 pesos, mientras que para el turistas hospedado en hoteles de 1 a 5 estrellas fue de \$1 mil 499 pesos.

| Visitantes y Derrama Económica Estimada Estado de Guanajuato 2009 | | |
|--|-------------------|-------------------------|
| Categoría | Total en personas | Derrama Económica |
| Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos | 2,750,186 | \$6,579,248,672 |
| Turistas en otros establecimientos comerciales | 497,209 | \$3,738,548,362 |
| Turistas en establecimientos no comerciales | 3,899,982 | \$17,116,745,120 |
| Excursionistas | 8,390,399 | \$2,939,627,479 |
| Totales | 15,537,776 | \$30,374,169,633 |

Fuente: Datatur-Sectur, Banco de México, Estudio del Perfil del Turista 2007 y 2008, Sedetur
 Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada y Casa rentada. Turistas en establecimientos no comerciales incluye las categorías: Casa propia y Familiares y amigos. Se considera excursionista al visitante que no pernocta en el destino.

5. Guanajuato y los tesoros coloniales

En el Programa de Tesoros Coloniales participan Guanajuato, Aguascalientes, Durango, Michoacán, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas.

La totalidad de los estados que participan en este programa vieron una disminución en 2009 en sus indicadores. Los más afectados por los acontecimientos en el año fueron Aguascalientes, San Luis Potosí y Durango, de acuerdo con información exclusivamente de la actividad hotelera del Sistema de Información Datatur.

Guanajuato ocupó el segundo lugar en llegada de turistas con 2.5 millones de personas. La primera posición la obtuvo Michoacán con tan solo 50 mil turistas más que Guanajuato. Estos dos destinos tienen una participan de 3%, en cada caso, en la llegada de turistas nacional.

| Destino | 2009 | 2008 | Variación |
|-------------------------|-------------------|-------------------|------------|
| Nacional 2009 +/ | 80,189,602 | 87,703,982 | -9% |
| 1 Michoacán | 2,558,418 | 2,576,330 | -1% |
| 2 Guanajuato | 2,501,582 | 2,655,390 | -6% |
| 3 San Luis Potosí | 1,138,713 | 1,325,393 | -14% |
| 4 Querétaro | 1,120,019 | 1,226,629 | -9% |
| 5 Zacatecas | 912,634 | 952,986 | -4% |
| 6 Durango | 479,351 | 545,800 | -12% |
| 7 Aguascalientes | 385,646 | 530,170 | -27% |

Fuente: Sectur

En Guanajuato la oferta de habitaciones tuvo un incremento de 4% en 2009 mientras que en Michoacán solo fue del 1%. Este incremento en el número de habitaciones, aunado a la llegada de turistas, repercutió en la ocupación en Guanajuato (35 por ciento) presentando una baja de 4 puntos porcentuales y de solo 2 puntos para Michoacán (40 por ciento).

6. Ruta histórico cultural

La ruta histórico cultural, reconocida por ser unos de los circuitos turísticos más ricos e interesantes de México, está integrada por *San Miguel de Allende, Guanajuato y Dolores Hidalgo, Cuna de la Independencia Nacional*.

A poco más de un año de que San Miguel de Allende y su Santuario de Atotonilco fueran nombrados Sitio Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, importantes complejos continúan su construcción y se espera su apertura en 2010 y 2012:



Los destinos de esta ruta en conjunto, recibieron un total de más de 650 mil turistas, la ocupación hotelera promedio fue de 32 por ciento y la estadía de 1.68 noches.

El 67 por ciento de las llegadas de turistas se registraron en la ciudad de Guanajuato y en San Miguel de Allende el 28 por ciento.



7. Ruta de negocios

Integrada por *León, Irapuato, Celaya y Salamanca*, esta ruta ofrece los servicios turísticos como recintos, hoteles, establecimientos de alimentos y bebidas, etc., para la realización de congresos, convenciones, ferias, exposiciones y actividades de negocios.

En el 2009 la llegada de turistas fue de 1 millón 500 mil personas. La ocupación hotelera de 38 por ciento y una estadía de 1.36 noches promedio.

En los destinos de León e Irapuato, el porcentaje de ocupación anual promedio fue de 39 por ciento. El de Salamanca fue de 51%.

Iniciaron operaciones en este año los hoteles: Crowne Plaza y Hotel Avenida en León, Holiday Inn Hotel & Suites en Salamanca, y México Plaza en Irapuato, con un total de 500 habitaciones.



8. Ruta de conventos

La ruta está integrada por los municipios de *Acámbaro, Salvatierra y Yuriria*. Este circuito cultural permite a los visitantes admirar testimonios de arquitectura conventual a través de estructuras pertenecientes a los siglos XVI, XVII y XVIII.

La llegada de turistas a los municipios de esta ruta fue superior a 71 mil personas. Las temporadas con actividad turística más alta en hoteles fueron febrero, abril y julio.



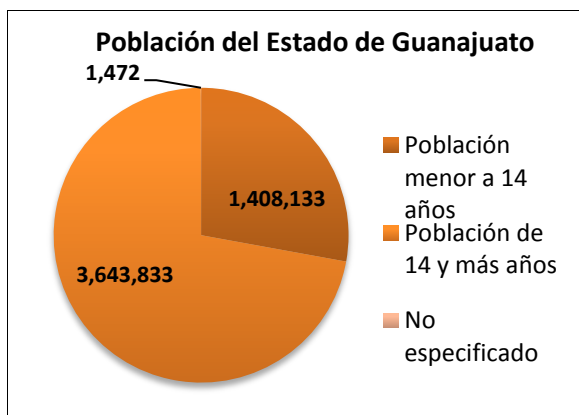
Capítulo 5 Estadísticas de Guanajuato

1. Indicadores económicos y socio demográficos

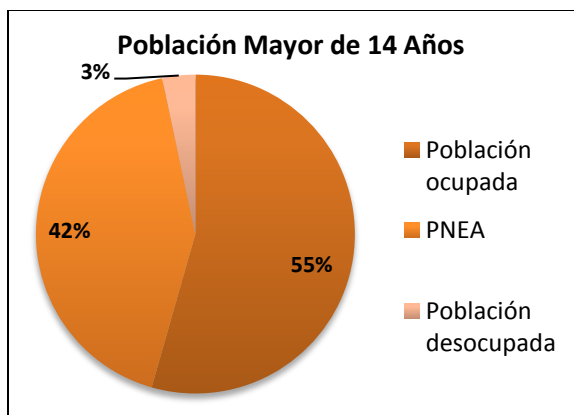
Los servicios de alojamiento temporal y de alimentos y bebidas representan el 2 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) del estado de Guanajuato, de acuerdo con datos del INEGI.

La población del estado de Guanajuato, de acuerdo con estimaciones del INEGI, es de poco más de 5 millones de habitantes. De éstos, 3.6 millones de personas son mayores de 14 años.

Al cierre de 2009, casi 2 millones de personas se encontraban ocupadas, mientras que 1.5 millones de habitantes corresponden a la población no económicamente activa (PNEA) y 121 mil personas corresponden a población desocupada.



Fuente: INEGI. ENOE



Fuente: INEGI. ENOE

Notas:

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.

La población desocupada son las personas que no estando ocupadas en periodo de referencia, buscaron activamente incorporarse a alguna actividad económica en algún momento del último mes transcurrido.

Población no económicamente activa (PNEA) son las personas que durante el periodo de referencia no realizaron ni tuvieron una actividad económica, ni buscaron desempeñar una en algún momento del mes anterior al día de la entrevista.

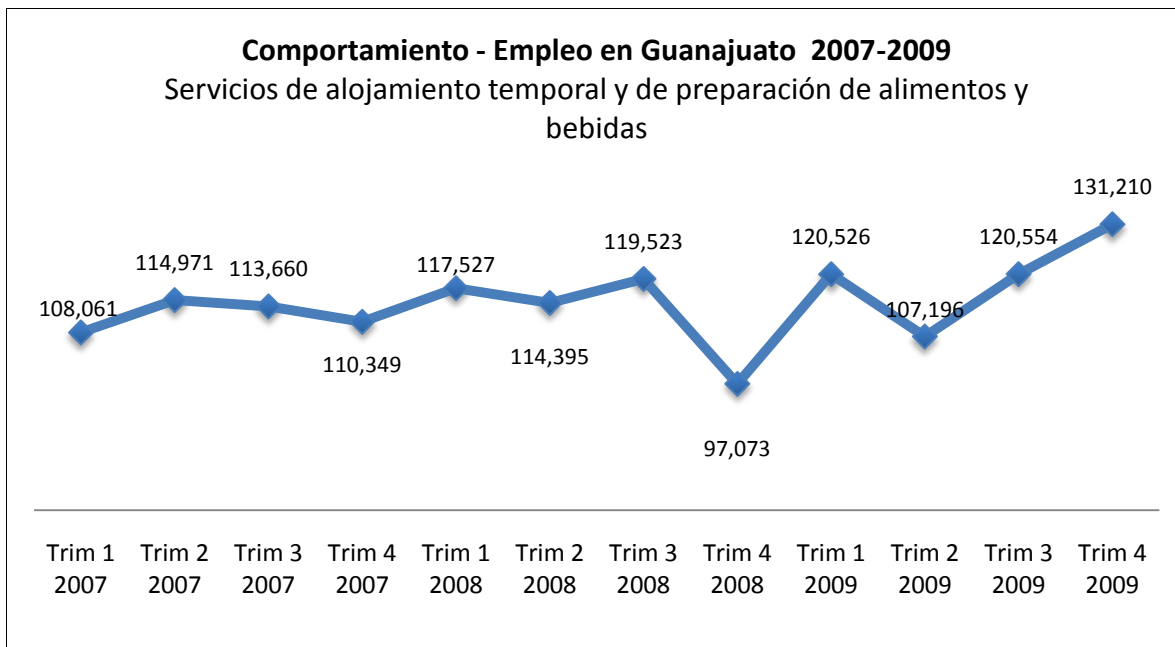
Empleos por Sectores Económicos

De acuerdo con los resultados de la Encuesta de Ocupación y Empleo (ENOE) del INEGI, al cuarto trimestre del 2009, en el estado de Guanajuato se registraron alrededor de 2 millones de personas ocupadas, 4.5 por ciento del total nacional.

Al último trimestre del año en el Estado, el sector terciario empleó a 1.1 millones de personas, y de éste 131 mil 210 personas (12 por ciento) estaban ocupadas en el rubro de alojamiento temporal y servicios de alimentos y bebidas.

Con respecto a la población ocupada en el país en el rubro de alojamiento y servicios de alimentos y bebidas (3 millones de personas), **Guanajuato participa con el 4%** al igual que Michoacán, Nuevo León y Puebla.

La población ocupada en servicios de alojamiento y alimentos y bebidas cerró el año con una recuperación importante, luego de que en el segundo trimestre la cifra descendiera a 107 mil 196 personas ocupadas, luego de las afectaciones al sector turismo por la recesión económica y la contingencia sanitaria.



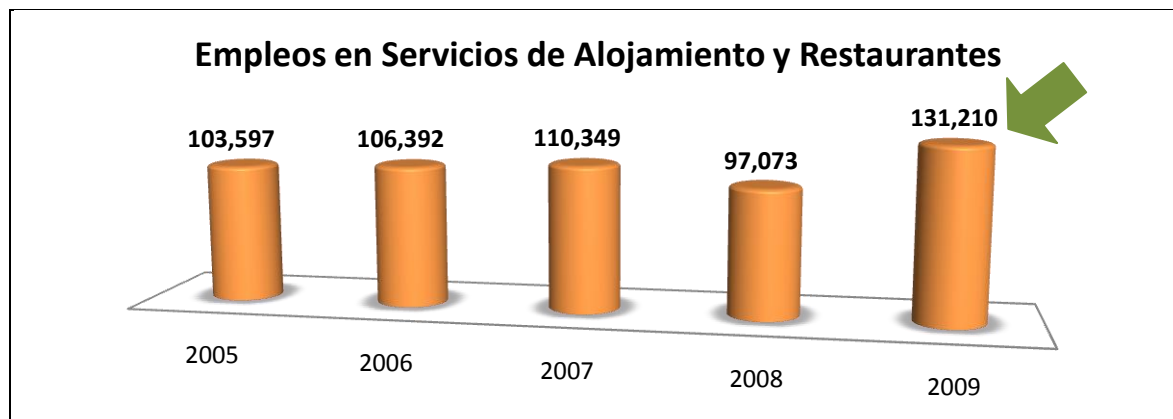
Fuente: INEGI. Con información de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, ENOE.

Las cifras de personas ocupadas en el Estado son las siguientes:

| Población Ocupada Empleo en el Estado de Guanajuato 2005-2009 | | | | |
|--|----------------------------------|---|----------|------------|
| Año | Total de Personas Ocupadas | Servicios de Alojamiento y Restaurantes | Comercio | Transporte |
| 2005 | 1,819,360 | 103,597 | 402,940 | 51,689 |
| 2006 | 1,883,350 | 106,392 | 408,604 | 59,593 |
| 2007 | 1,946,090 | 110,349 | 431,621 | 59,305 |
| 2008 | 1,901,011 | 97,073 | 389,971 | 62,383 |
| 2009 | 1,983,769 | 131,210 | 431,351 | 55,522 |

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. IV Trimestre.

Con respecto al cierre del 2008 afectado principalmente por los primeros signos de la crisis económica mundial, la cifra de 2009 presentó un incremento de 34 mil 137 personas ocupadas (35%).

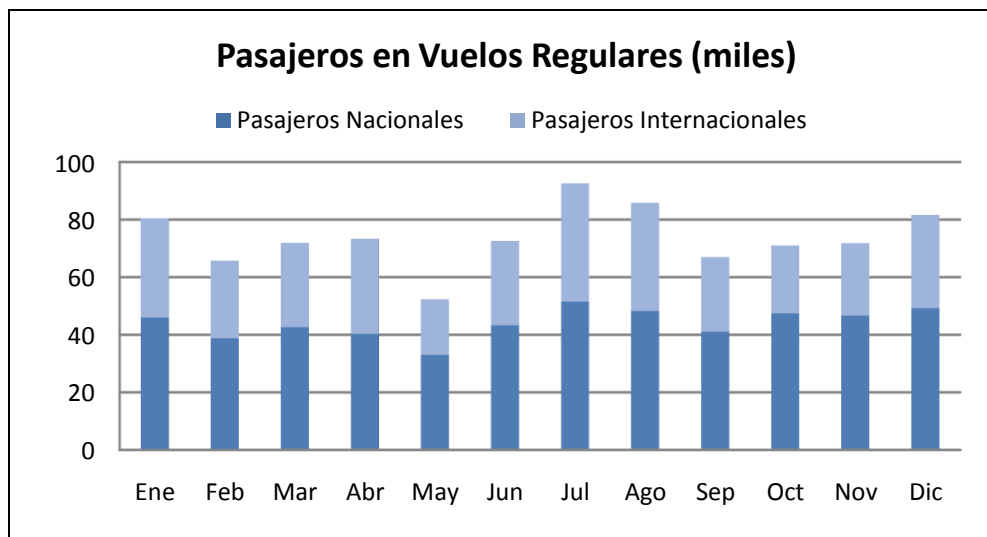


Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. IV Trimestre.

2. Infraestructura

2.1 Aeropuerto Internacional de Guanajuato

En el Aeropuerto Internacional de Guanajuato, se llevaron a cabo poco más de 17 mil vuelos en operaciones comerciales regulares durante el año y se recibieron 866 mil pasajeros, entre vuelos nacionales e internacionales.



Fuente: Grupo Aeroportuario del Pacífico GAP

Las aerolíneas que operaron en este aeropuerto fueron: Continental Airlines, American Eagle, Aeroméxico, Mexicana de Aviación, Volaris, Viva Aerobús, y Magnicharters.

Como destinos nacionales se pueden mencionar: México, D.F.; Monterrey, N.L.; Cd. Juárez, Chih.; Tijuana, B.C. y Cancún, Q. Roo. Y como destinos internacionales: Dallas y Houston, TX; Chicago, IL.; Los Ángeles, San José y Oakland, CA.

Otros destinos ocasionales de temporada alta fueron: Sacramento, California; Aguascalientes y Veracruz.

2.2 Universidades que imparten turismo en el Estado

Son 19 instituciones, entre universidades, institutos y centros, los que ofrecen estudios en materia de turismo.

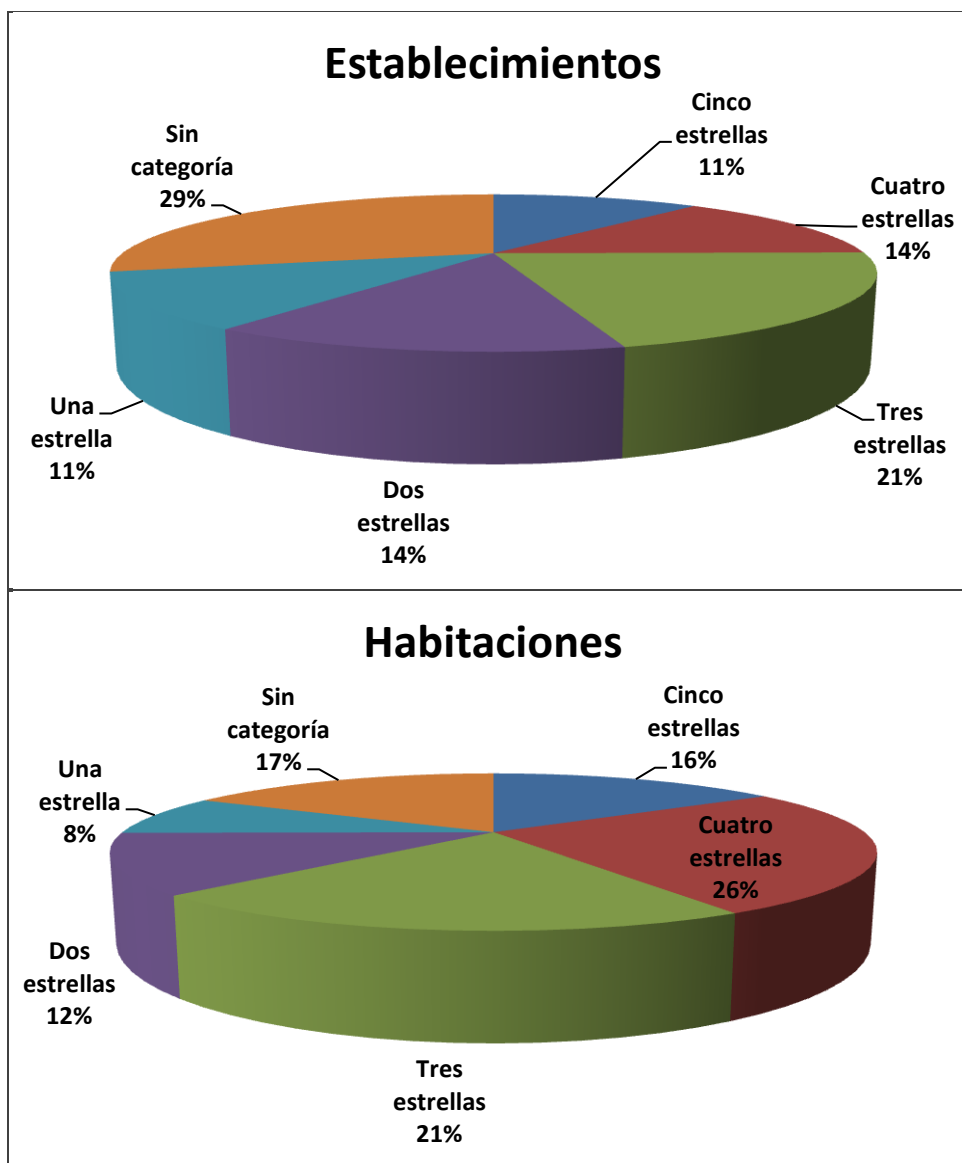
Entre los programas de nivel licenciatura se encuentran: Licenciaturas en Administración Turística, Turismo, Administración de Recursos Turísticos, Hotelería y Sistemas Turísticos, Gastronomía, Logística de Eventos y Servicios, Ciencias de los Alimentos, Desarrollo Turístico y Hospitalidad, Turismo de Negocios y la ciudad donde se imparten.

A nivel técnico superior universitario se ofrece Turismo, Gastronomía, Control de Costos en Servicios Turísticos.

Además, se ofrecen otros programas como diplomados, especialidades, cursos y bachilleratos tecnológicos.

2.3 Hospedaje

Al cierre del año, el estado de Guanajuato contaba con 556 establecimientos y 19 mil 512 cuartos entre categorías 1 a 5 estrellas y sin clasificar. La distribución es la siguiente:



Fuente: Sedetur, 31 diciembre de 2009

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

El 83 por ciento de las habitaciones corresponden a establecimientos de categoría turística.

Municipios como León, Guanajuato, Celaya, Irapuato y San Miguel de Allende concentran la mayoría de la oferta. En conjunto abarcan el 61 por ciento de establecimientos de hospedaje y el 74 por ciento de la oferta de habitaciones.

2.4 Restaurantes

Al cierre del año se tenían registrados 1 mil 652 establecimientos de categoría turística que proporcionan servicios de alimentos en el Estado.

Los restaurantes abarcan la mayor proporción con 823 establecimientos, las cafeterías eran 279. Entre bares, discotecas y centros nocturnos se tenían 279 establecimientos registrados. Establecimientos como cocinas económicas y fondas entre otros se tenían 446 en el inventario.

Este registro comprende los establecimientos ubicados en áreas turísticas definidas por la Secretaría de Turismo y no la totalidad.

2.5 Atractivos

Los atractivos del Estado son tan variados que permiten al visitante crear sus propias historias: desde las de éxito, hasta las de aventura, sin olvidar las culturales.

De éxito al hacer negocios o asistir a grandes eventos. Historias de aventura, practicando el deporte extremo o visitando los pueblos mágicos. Historias culturales: recorriendo las ciudades, edificaciones y vestigios del pasado.

Un ejemplo de ello son las zonas arqueológicas del Estado: Plazuelas, Peralta y próximamente Cañada de la Virgen.

La zona Arqueológica Peralta en el municipio de Abasolo, a un año en funcionamiento, recibió la visita más de 37 mil personas. El mes en que se recibieron más visitantes fue abril con más de 6 mil personas, le siguen enero, marzo y diciembre con más de 4 mil visitantes.

De los 22 centros arqueológicos que están en Peralta, 20 de ellos aún no han sido explorados a profundidad.

El primer basamento explorado es un conjunto de doble templo, un centro ceremonial con un espacio cerrado por sus costados, conocido como “patio hundido”, que mide 30 por 20 metros.

El otro, llamado Templo de los Gobernantes, es quizás el segundo basamento más grande del estado, sólo detrás del encontrado en la comunidad de San Bartolomé de Agua Caliente, municipio de Apaseo el Alto. Tiene una plataforma

circular, similar a las de culturas de occidente que florecieron en Jalisco, además de cuatro patios hundidos, uno de ellos de 160 por 140 metros.

Estos hallazgos nos han permitido saber que, contrario a lo que se pensó tradicionalmente, en el Bajío sí se desarrolló una forma de cultura independiente, misma que tuvo contacto con otras civilizaciones, pero que conservó costumbres y formas de vida propias.



La primer zona arqueológica abierta al público en el estado de Guanajuato, Plazuelas, recibió en el 2009 a 34 mil 293 visitantes. Sus temporadas altas fueron enero, marzo y abril.

Para 2010 se tiene planeada la apertura de la zona arqueológica Cañada de la Virgen

Para apreciar colecciones de arte, documentos históricos, entre otros, el Estado cuenta con más de 130 museos.



Para quien busca el esparcimiento, el Estado ofrece a los turistas más de diez spa's, trece campos de golf, un sin número de balnearios, entre otros.



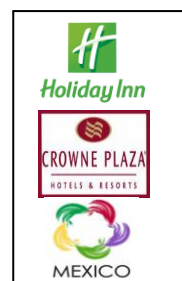
3. Las inversiones

En el año se estima una inversión privada comprometida por más de \$4 mil millones de pesos por la construcción, remodelaciones y apertura de nuevos establecimientos como hoteles, complejos restauraneros y agencias de viaje.

Entre los destinos están: Apaseo el Grande, Celaya, Guanajuato, Irapuato, León, Morelón, Purísima del Rincón, Salamanca, San Francisco del Rincón, San Miguel de Allende, Silao y Uriangato.

| Tipo de Establecimiento | Inversión estimada 2009 |
|---------------------------|----------------------------|
| 31 Agencias de Viaje | \$1,815,500 |
| 2 Complejos Restauraneros | \$86,623,500 |
| 17 Hoteles | \$4,247,656,400 |
| Total Inversión | \$4,336,095,400 |

Fuente: Sedetur; Dirección General de Planeación y Dirección General de Desarrollo Turístico.



4. Perfil del Visitante

Con el objetivo de obtener información cualitativa y cuantitativa del visitante al Estado, la Sedetur realiza el estudio denominado Perfil del Visitante 2008.

Los destinos donde se realizaron las encuestas más recientes fueron: *Acámbaro, Celaya, Corralejo, Dolores Hidalgo, Guanajuato, Irapuato, León, Morelón, Plazuelas, Salamanca, San José Iturbide, San Miguel de Allende, Uriangato y Valle de Santiago.*

El estudio realizado presenta los siguientes resultados:

- El 54 por ciento de los visitantes son excursionistas, mientras que el 46 por ciento se clasifican como turistas.






Fuente: Estudio del Perfil del Visitante 2008

- El 76 por ciento de los visitantes viajan acompañados, el 41 por ciento lo hace con familiares y otro 41 por ciento con su pareja.
- En datos sobre ocupación, el 19 por ciento de los visitantes son empleados y el 16 por ciento comerciantes.



Fuente: Estudio del Perfil del Visitante 2008

- El 55 por ciento de los visitantes tiene procedencia nacional: Distrito Federal, Jalisco, Michoacán, Querétaro, Estado de México, Nuevo León, San Luis Potosí, entre otros. El 39 por ciento es visitante interno, es decir, del mismo Estado

| Origen de los visitantes del Estado | |
|---|-------------------------------------|
|  | Visitantes Nacionales 55% |
|  | Visitantes Estatales 39% |
|  | Visitantes Extranjeros 6% |

Fuente: Estudio del Perfil del Visitante 2008

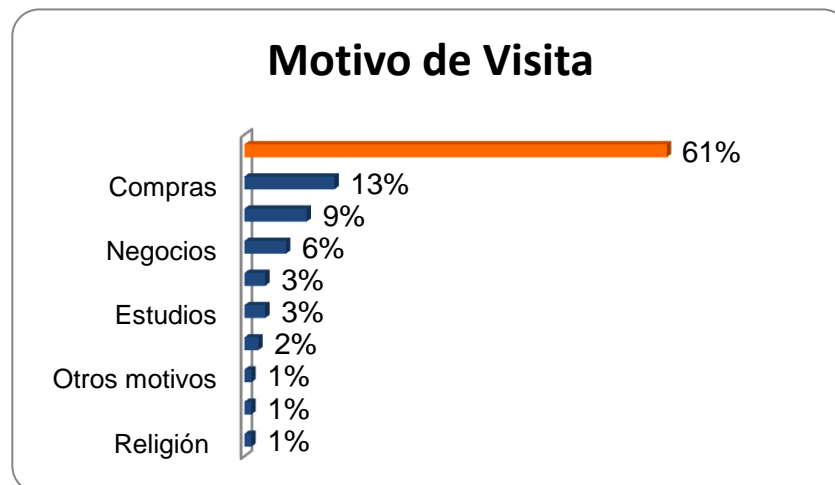
- El 6 por ciento correspondiente al visitante internacional proviene de Estados Unidos principalmente, además de Canadá, España, entre otros.
- El principal medio de transporte para llegar al Estado es el automóvil con un 66 por ciento de preferencia seguido del autobús con un 30 por ciento y avión con 4 por ciento.
- En cuanto a los turistas un 45 por ciento de los visitantes se hospeda con familiares y amigos, la segunda opción es el hospedaje en hotel con un 35 por ciento.

Distribución del Turista en el Estado de Guanajuato



Fuente: Estudio del Perfil del Visitante 2008

- El principal motivo de viaje son las vacaciones con 61 por ciento, seguido de compras 12.5 por ciento, trabajo 9.5 por ciento, negocios 6 por ciento, entre otros.



Fuente: Estudio del Perfil del Visitante 2007-2008

- Para el 29 por ciento de los entrevistados la experiencia de viaje en el Estado superó sus expectativas y para el 68 por ciento la experiencia valió lo que gastó.
- El 68 por ciento de los visitantes afirmaron que sí estarían dispuestos a regresar al Estado en los próximos 12 meses

5. Puentes y temporadas vacacionales

Durante las tres temporadas vacacionales del año, Semana Santa, Verano y Temporada Decembrina, el Estado registró un incremento en la actividad turística. La llegada de turistas a hoteles para las tres temporadas fue superior a las 600 mil personas, lo que representa el 24 por ciento del total en el año.

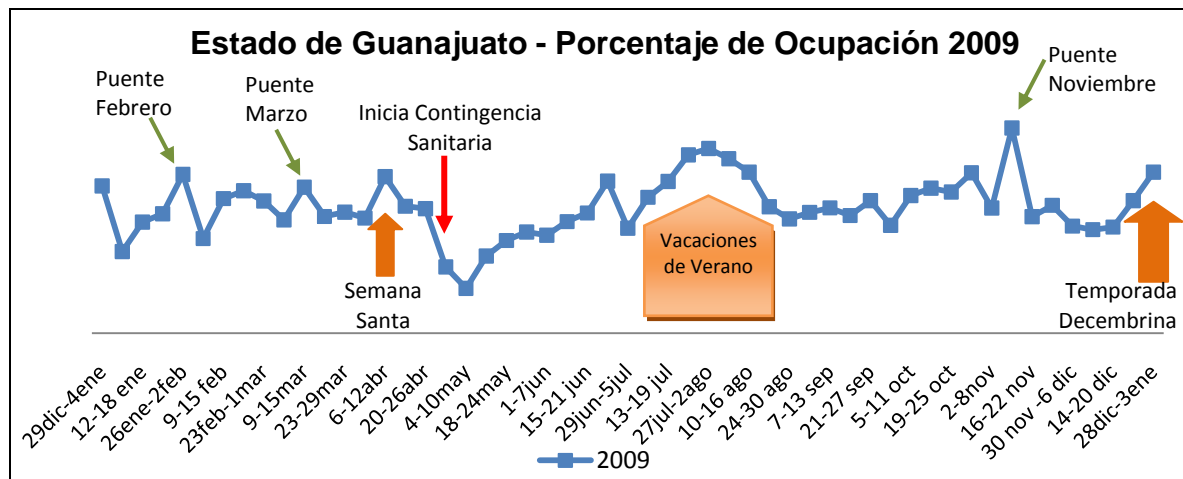
La derrama económica estimada es de \$ 3 mil millones de pesos. El total de visitantes entre turistas y excursionistas, se estima de 2 millones de personas.

| Indicador | Semana Santa | Vacaciones de Verano | Temporada Decembrina | Temporada Alta (incluye los tres periodos) |
|----------------------------|---------------|----------------------|----------------------|--|
| Llegada de turistas | 114,032 | 365,096 | 129,336 | 608,464 |
| Turistas noche | 176,858 | 536,471 | 191,562 | 904,891 |
| Ocupación | 39% | 41% | 39% | 41% |
| Estadía | 1.55 | 1.46 | 1.48 | 1.49 |
| Visitantes totales | 592,374 | 1,039,982 | 398,443 | 2,030,799 |
| Derrama económica estimada | \$356,291,240 | \$1,615,119,904 | \$1,025,487,095 | \$2,996,898,239 |

Fuente: Datatur-Sectur. Estudio del Perfil del Visitante al Estado, Sedetur.

Nota: Proyecciones al total de la oferta con indicadores de la muestra Datatur. Los totales pueden variar debido al redondeo de decimales.

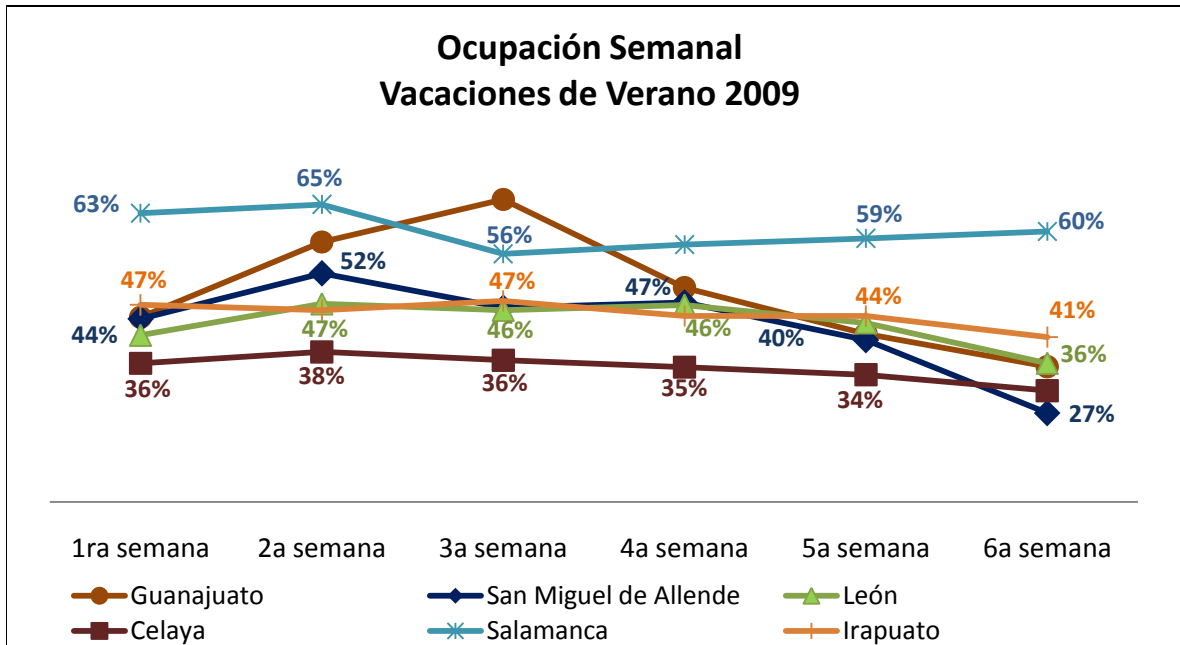
El porcentaje de ocupación hotelera de las temporadas vacacionales, 41 por ciento promedio, se ubica por encima del promedio anual que fue de 35 por ciento.



Fuente: Datatur-Sectur

En Semana Santa, Guanajuato capital y San Miguel de Allende fueron los de mayor afluencia. Registraron ocupaciones de 47 y 45 por ciento respectivamente. Salamanca presentó ocupación de 62 por ciento debido a las peregrinaciones al Cristo Negro y al personal de Pemex que visitó la ciudad con motivos de trabajo.

Durante el periodo vacacional de verano, la ocupación fue teniendo diferente comportamiento. La siguiente gráfica muestra el porcentaje por semana y por destino.



Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

La temporada Decembrina trajo consigo un incremento en la actividad turística principalmente para destinos como Guanajuato, León y San Miguel de Allende, los cuales registraron 60, 40 y 58 por ciento de ocupación promedio respectivamente.

La llegada de turistas a hoteles en estos tres destinos se estima en más de 92 mil personas.

Durante los puentes vacacionales o fines de semana largos, Guanajuato, León y San Miguel de Allende se vieron favorecidos con la afluencia turística. Sus porcentajes de ocupación se ubicaron muy por encima del promedio anual.

| Porcentaje de Ocupación Hotelera | Puente de Febrero | Puente de Marzo | Puente de Noviembre | Promedio Anual |
|----------------------------------|-------------------|-----------------|---------------------|----------------|
| Guanajuato | 62% | 57% | 77% | 34% |
| León | 64% | 51% | 52% | 39% |
| San Miguel de Allende | 73% | 72% | 67% | 32% |

Fuente: Datatur-Sectur. Sedetur.

Capítulo 6 Programas

1. Impuesto del 2 por ciento sobre el hospedaje y Fondos Mixtos

La Secretaría de Finanzas y Administración (SFA) administra y asigna a la Sedetur el recurso del 2 por ciento siguiendo los lineamientos de la Ley de Hacienda para el Estado de Guanajuato.

El monto anual de este programa representa los ingresos obtenidos de la recaudación del Impuesto por Servicio de Hospedaje y es destinado a la promoción y difusión para el turismo del Estado.

El objetivo del programa de Fondos Mixtos es promover y coordinar la participación y concurrencia de aportaciones del sector privado, gobiernos municipales y gobierno estatal a través de la Sedetur, formalizando convenios que permiten la elaboración y aplicación de estrategias para la promoción y el desarrollo turístico de los municipios.

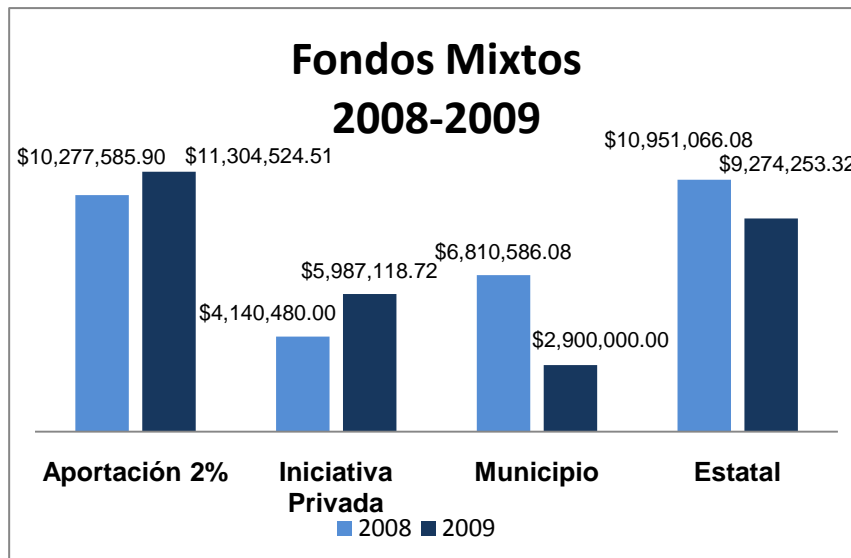
Los siguientes convenios de colaboración fueron comprometidos en 2009, derivados de la recaudación de impuesto del 2 por ciento por servicios de hospedaje y fondos mixtos.

| Programa de Fondos Mixtos | | | | |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|
| Promoción 2009 | | | | |
| Municipio | Aportaciones | | | Total Convenio |
| | Iniciativa Privada | Municipio | Estatal | |
| Celaya | \$130,000.00 | \$650,000.00 | \$898,712.39 | \$1,678,712.39 |
| Dolores Hidalgo | \$150,000.00 | \$1,000,000.00 | \$861,266.04 | \$2,011,266.04 |
| Guanajuato | \$200,000.00 | | \$196,000.00 | \$396,000.00 |
| Irapuato | \$450,000.00 | \$450,000.00 | \$674,034.29 | \$1,574,034.29 |
| León | \$4,280,480.00 | | \$3,205,767.00 | \$7,486,247.00 |
| Salamanca | \$100,000.00 | \$200,000.00 | | \$300,000.00 |
| San José Iturbide | \$120,000.00 | \$600,000.00 | \$674,034.29 | \$1,394,034.29 |
| San Miguel de Allende | \$556,638.72 | | \$2,764,439.31 | \$3,321,078.03 |
| Total | \$5,987,118.72 | \$2,900,000.00 | \$9,274,253.32 | \$18,161,372.04 |

Fuente: Sedetur, Subsecretaría de Promoción Turística

| Impuesto Sobre Hospedaje 2009 | |
|-------------------------------|------------------------|
| Aportación 2% | |
| Municipio | Monto |
| Celaya | \$1,170,214.56 |
| Dolores Hidalgo | \$80,836.37 |
| Guanajuato | \$1,934,190.23 |
| Irapuato | \$1,011,568.50 |
| León | \$4,618,795.75 |
| Salamanca | \$336,703.19 |
| San José Iturbide | \$153,699.14 |
| San Miguel de Allende | \$1,998,516.77 |
| Total | \$11,304,524.51 |

Fuente: Sedetur, Subsecretaría de Promoción Turística



Fuente: Sedetur, Subsecretaría de Promoción Turística

2. Programa de Apoyo a la Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMes) Turísticas del Estado de Guanajuato

El objetivo del programa es ofrecer a las MiPyMes Turísticas herramientas útiles para mejorar su desempeño; incrementar la satisfacción de las necesidades de sus clientes; generar más y mejores empleos; y mejorar sus resultados financieros.

El programa se encuentra integrado por tres estrategias fundamentales:

- Profesionalización y modernización
- Financiamiento competitivo
- Ventanilla única para gestión de proyectos turísticos

2.1 Profesionalización y modernización

Este programa de mejora de productividad se desarrolla como una herramienta basada en los esfuerzos que la Sectur y la Sedetur destinan a estimular la competitividad de las empresas del Estado.

Capacitación

Nivel 1.- Capacitación Básica.

Alternativa que permite a las empresas de menor tamaño adquirir, desarrollar y/o fortalecer habilidades básicas, en vertientes del conocimiento generales que le impulsen a estructurar un plan estratégico de crecimiento de corto plazo y con ello propiciar un mayor dinamismo en su actividad empresarial, en cursos como mesero, camarista, recepcionista y cantinero, entre otros, esto con base en perfiles de competencias ocupacionales.

Nivel 2.- Capacitación Especializada.

Opción de fomentar conocimiento específico o especializado en las empresas, que contribuyan a elevar su productividad y que en el mediano plazo propicien un desarrollo sostenido de la actividad empresarial, mando medio y directivo con cursos como Calidad en el servicio, liderazgo, trabajo en equipo o diplomados especializados.

| 2009 | |
|---------------------------------------|--------------|
| Número de personas Capacitadas | 6,058 |

Fuente: Sedetur; Dirección General de Desarrollo Turístico; Dirección de Cultura Turística.

Programa de Calidad Moderniza (Distintivo “M”)

Es un Sistema de Gestión para el mejoramiento de la calidad, a través del cual, las empresas turísticas podrán estimular a sus colaboradores e incrementar sus índices de rentabilidad y competitividad, con base en una forma moderna de dirigir y administrar una empresa turística, condiciones que le permitirán satisfacer las expectativas de sus clientes.

Permite mejorar los procesos y servicios para garantizar la total satisfacción de las expectativas de los visitantes y representa una herramienta para conducir a las

empresas turísticas hacia la modernización mediante la adopción de estándares de calidad.

La duración del Programa Moderniza es de tres a cuatro meses, período en el cual las empresas logran resolver gran parte de la problemática que enfrentan las MIPyMES Turísticas. Una vez que la empresa implementa el programa y alcanza la puntuación requerida obtiene el Distintivo “M” emitido por SECTUR Federal el cual cuenta con una vigencia de 2 años.

El reconocimiento avala la adopción de las mejores prácticas y distingue al establecimiento como una empresa turística modelo.

Durante 2009 se certificaron con el Distintivo Moderniza 93 empresas en el Estado.

| Programa Distintivo “M” | |
|---|------------------|
| Empresas certificadas por municipio 2009 | |
| Municipio | Núm. de empresas |
| Celaya | 13 |
| Comonfort | 4 |
| Dolores Hidalgo | 3 |
| León | 49 |
| Salvatierra | 7 |
| San Diego de la Unión | 1 |
| San Miguel de Allende | 16 |
| Total | 93 |
| Fuente: Sedetur; Dirección General de Desarrollo Turístico; Dirección de Cultura Turística. | |



| Programa Distintivo “M” | | | |
|---|------------------|---------------------------|------------------|
| Empresas certificadas por giro 2009 | | | |
| Municipio | Núm. de empresas | Municipio | Núm. de empresas |
| Agencias de Viajes | 6 | Hoteles | 23 |
| Arrendadoras de Autos | 2 | Restaurantes y Cafeterías | 46 |
| Banquetes | 5 | Transportadoras | 3 |
| Campamentos | 1 | Otros | 6 |
| Centros Nocturnos | 1 | Total | 93 |
| Fuente: Sedetur; Dirección General de Desarrollo Turístico; Dirección de Cultura Turística. | | | |

Programa “H”

La Secretaría de Turismo y la Secretaría de Salud, otorgan el Distintivo “H” a aquellos establecimientos fijos de alimentos y bebidas: (restaurantes en general, restaurantes de hoteles, cafeterías, fondas etc.), que cumplen con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX 2004.

El objetivo del programa Nacional de Manejo Higiénico de Alimentos, Distintivo "H" es disminuir la incidencia de enfermedades transmitidas por los alimentos en turistas nacionales y extranjeros y mejorar la imagen de México a nivel mundial con respecto a la seguridad alimentaria.

La capacitación se ofrece a través de un consultor que proporciona al personal que labora en los establecimientos fijos de alimentos y bebidas que así lo soliciten, una serie de recomendaciones y técnicas para el lavado, desinfección, limpieza, almacenamiento, congelación, refrigeración, descongelación, higiene personal, etc., para ser implementadas como un proceso de mejora continua.

Los establecimientos que se sujetan a los estándares de programa y los cumplen reciben el reconocimiento Distintivo “H” que otorga la Secretaría de Turismo con vigencia de un año.

En 2009 se otorgó el Distintivo “H” a 12 empresas del Estado.

| Programa Distintivo “H” | |
|---|------------------|
| Empresas certificadas por municipio 2009 | |
| Municipio | Núm. de empresas |
| Celaya | 2 |
| León | 3 |
| San José Iturbide | 1 |
| San Miguel de Allende | 3 |
| Silao | 2 |
| Villagrán | 1 |
| Total | 12 |
| Fuente: Sedetur; Dirección General de Desarrollo Turístico; Dirección de Cultura Turística. | |



Club de Calidad Tesoros de Guanajuato

Los Clubes de Calidad son una fórmula de cooperación entre empresas para facilitar su acceso competitivo al mercado. Representan técnicas de impulso sectorial: bajo la tutela y liderazgo de las dependencias de turismo de cada Estado. El programa ayuda a las PyMes turísticas a elevar y mantener altos

niveles de calidad, mejorar la cualificación de los recursos humanos, fomentar el trabajo en red y poner en marcha políticas de marca y venta exitosas.

Tesoros de México es el fruto de varios años de esfuerzo de los organismos y empresas turísticas de los Estados de Guanajuato, Michoacán, Morelos y Puebla. Hoy la marca Tesoros de México es sinónimo de excelencia en hotelería y gastronomía

El programa reúne lo mejor de la nueva oferta turística, hoteles y restaurantes con excelentes instalaciones y profesionalidad en el servicio, que de forma anual y voluntaria, superan un análisis y control exhaustivo de todas las áreas y funciones del establecimiento.

Resultados obtenidos:

- Consolidación del posicionamiento de los establecimientos dentro de los mercados turísticos fortaleciendo la imagen de los destinos turísticos del interior de México.
- Elevado volumen de inversiones voluntarias de las empresas en mejora de infraestructuras y equipamiento.
- Sensible mejora de los niveles de servicio ofertado a los clientes
- Implementación de herramientas de gestión de calidad
- Mejora en la relación de los recursos humanos y los objetivos de las organizaciones.



En Guanajuato actualmente participan en el programa 14 establecimientos de los municipios de Celaya, Guanajuato, San Luis de la Paz (Mineral de Pozos) y San Miguel de Allende.

En 2009 se certificaron 7 empresas del Estado.

| Programa | Hoteles | Restaurantes | Empresas Certificadas 2009 |
|---------------------------------------|---------|--------------|----------------------------|
| Club de Calidad Tesoros de Guanajuato | 6 | 1 | 7 |

Fuente: Sedetur; Dirección General de Desarrollo Turístico; Dirección de Cultura Turística.

2.2 Financiamiento Competitivo derivado de la contingencia sanitaria del Programa de Fortalecimiento Económico de la Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable.

Tomando en consideración que el acceso al financiamiento es uno de los grandes obstáculos que inhiben el crecimiento y competitividad de las MiPyMes turísticas, la Secretaría de Turismo en forma coordinada con la Secretaría de Economía y Nacional Financiera, han diseñado una oferta integral para impulsar el financiamiento de las empresas turísticas, y en consecuencia favorecer el desarrollo del sector.

Con este Programa las MiPyMes pueden contar con recursos que les ayuden a superar momentos difíciles por falta de liquidez o acceso al financiamiento, en forma ágil y sencilla pueden obtener recursos para capital de trabajo y equipamiento, y acceso a capacitación y asistencia técnica.

Tipos de Créditos:

- Crédito a MiPyMes del Sector: Dirigido a profesionalización y modernización de pequeños hoteles, agencias de viajes, restaurantes y servicios turísticos.
- Apoyo a proveedores: Abriendo líneas de factoraje a empresas medianas del sector, mediante el sistema factoraje electrónico de Nafinsa (Cadenas Productivas).
- Financiamiento a hoteles y proyectos turísticos pequeños: Construcción, ampliación, remodelación, equipamiento y adquisición de hoteles de playa y ciudad, desarrollo de condominios turísticos y proyectos turísticos especiales.

Resultados 2009:

| Giro | Número de empresas | Monto autorizado con vinculación a financiamiento |
|--------------------|--------------------|---|
| Agencias de Viajes | 13 | \$ 1,130,000 |
| Restaurantes | 7 | \$ 660,000 |
| Hoteles | 8 | \$ 800,000 |
| Total | 28 | \$ 2,590,000 |

Fuente: Sedetur; Dirección General de Desarrollo Turístico; Dirección de Cultura Turística.

2.3 Ventanilla única para gestión de proyectos turísticos

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico de Gobierno del Estado y la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER), ha puesto en marcha el Sistema de Apertura Rápida de Empresas Turísticas, SARE Turístico, para Proyectos MiPyMes, el cual actúa bajo la

metodología operativa del Sistema de Apertura Rápida de Empresas (SARE), reduciendo en forma sustancial los tiempos de los diversos trámites que se requieren cumplir para abrir una empresa destinada a la actividad turística.

Este mecanismo tiene cobertura en los principales destinos turísticos, a nivel municipal, facilitando la recepción de documentos, realizando una primera revisión documental.

El SARE Turístico, brinda al empresario una mayor certidumbre jurídica y facilidad para llevar a cabo, en un solo sitio, las gestiones necesarias para abrir una empresa, con los siguientes beneficios:

- Facilitación hacia la ciudadanía
- Productividad y eficiencia gubernamental
- La conformación de cadenas productivas al contemplar la apertura de giros turísticos
- Disminución de giros informales

En coordinación con la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER), y los gobiernos estatales y municipales, a la fecha se encuentran operando en el Estado los SARES Turísticos ubicados en los municipios de Guanajuato y San Miguel de Allende.

Resultados 2009

En 2009 iniciaron operaciones tres nuevos Sistemas de Apertura Rápida de Empresas con Giros de Actividad Turística, en los siguientes Municipios:

| Inversión SARES 2009 | |
|-------------------------|--------------------|
| Municipio | Monto de inversión |
| León | \$40,000 |
| Celaya | \$40,000 |
| Irapuato | \$40,000 |

Fuente: Sedetur; Dirección General de Desarrollo Turístico; Dirección de Cultura Turística.

Es importante señalar que en la instalación de estos SARES se atendió en todo momento a las disposiciones normativas establecidas por la SECTUR, logrando en conjunto con las Administraciones Públicas Municipales las adecuaciones necesarias a sus ordenamientos municipales, las cuales fueron debidamente publicadas en el Periódico Oficial de Gobierno del Estado.

Actualmente se cuenta con 5 SARES consolidados en el Estado con los siguientes resultados:

| Resultados SARES 2009 | | | | | |
|-----------------------|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------------------|
| Municipio | Mes de apertura con modalidad | Trámites | Empresas | Empleos | Inversión |
| Guanajuato | Marzo 2009 - Febrero 2010 | 193 | 193 | 653 | \$ 20,967,500.00 |
| Allende | Junio 2008 - Febrero 2010 | 272 | 272 | 728 | \$ 33,918,670.00 |
| Celaya | Mayo 2009 - Febrero 2010 | 595 | 595 | 1130 | \$ 35,304,692.89 |
| León | Octubre 2009 - Febrero 2010 | 318 | 318 | 1086 | \$ 73,983,952.50 |
| Irapuato | Septiembre 2009 - Febrero 2010 | 58 | 58 | 58 | \$ 1,337,000.00 |
| Total | | 1,436 | 1,436 | 3,655 | \$ 165,511,815.39 |

Fuente: Sedetur; Dirección General de Desarrollo Turístico; Dirección de Cultura Turística.

3. Programa Contingencia Sanitaria "Impulso al Turismo" Estrategias Higiénicas para Empresas

La crisis financiera internacional aunada a la contingencia sanitaria impactó de forma sustancial a los prestadores de servicios turísticos ubicados en el Estado de Guanajuato. Por tal motivo las autoridades federales y estatales emitieron una serie de recomendaciones tendientes a facilitar a los diversos sectores de la sociedad y de los gobiernos Federal, Estatal y Municipal, la identificación e instrumentación de las medidas de promoción, prevención y control de salud.

En virtud de lo anterior, el Gobierno del Estado por conducto de la Secretaría de Desarrollo Turístico en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable y el Instituto Estatal de Capacitación implementó un Programa de Impulso al Sector Turismo atendiendo tres líneas estratégicas: **Promoción, Capacitación y Equipamiento**, con la finalidad de apoyar a los prestadores de servicios turísticos de la entidad que se vieron impactados de forma negativa en su operación.

En materia de promoción más adelante se detallan las acciones.

Capacitación:

Brindar capacitación a mil prestadores de servicios turísticos en materia de las recomendaciones establecidas en la NMX-605-NORMEX y por la Secretaría de Salud, mediante el curso denominado "Estrategias Higiénicas para Empresas Turísticas".

Las empresas participantes cumplieron con los requisitos de las reglas de operación del programa las cuales consistieron básicamente en demostrar que las empresas están legalmente constituidas y territorialmente pertenecen al Estado de Guanajuato.

Este apoyo en materia de capacitación fue atendido a través de 28 Unidades de Capacitación y Certificación para el Trabajo del Instituto Estatal de Capacitación, logrando atender a 45 municipios de la entidad.

| Empresas atendidas con capacitación | |
|-------------------------------------|------------------|
| Empresas por tamaño | Núm. de empresas |
| Micro | 700 |
| Pequeña | 162 |
| Mediana | 22 |
| Total | 884 |

Fuente: Sedetur; Dirección General de Desarrollo Turístico; Dirección de Cultura Turística.

Equipamiento:

Paquete Básico de Higiene

El programa tuvo como meta proveer hasta 854 prestadores de servicios turísticos con Paquetes Básicos de Higiene, el cual consistió en gel antibacterial, despachadores, jabón líquido para manos, cloro, cofias, todos en diferentes cantidades según el tamaño de la empresa.

| Empresas beneficiadas con Paquete Básico de Higiene | |
|---|------------------|
| Empresas por tamaño | Núm. de empresas |
| Micro | 618 |
| Pequeña | 145 |
| Mediana | 21 |
| Total | 784 |

Fuente: Sedetur; Dirección General de Desarrollo Turístico; Dirección de Cultura Turística.

Equipamiento en materia de Higiene

El programa tuvo como meta proveer hasta 732 prestadores de servicios turísticos con equipamiento en materia de higiene por un monto hasta de \$13 mil pesos por empresa.

El avance hasta el 31 de diciembre del 2009 fue el siguiente:

| Empresas beneficiadas con Equipamiento Higiénico | |
|--|------------------|
| Empresas por tamaño | Núm. de empresas |
| Micro | 33 |
| Pequeña | 74 |
| Mediana | 16 |
| Total | 423 |

Fuente: Sedetur; Dirección General de Desarrollo Turístico; Dirección de Cultura Turística.

| Relación de Empresas por Equipar | |
|----------------------------------|------------------|
| Empresas por tamaño | Núm. de empresas |
| Micro | 234 |
| Pequeña | 70 |
| Mediana | 4 |
| Total | 308 |

Fuente: Sedetur; Dirección General de Desarrollo Turístico; Dirección de Cultura Turística, con datos de listas de entrega por parte del proveedor.

4. Pueblos Mágicos

El Programa Pueblos Mágicos contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros.

Por la gran riqueza histórica y cultural que posee, Dolores Hidalgo, Cuna de la Independencia Nacional se encuentra en el Programa Pueblos Mágicos, por ello en 2009 se destinaron recursos por \$26.4 millones de pesos enfocados al mejoramiento de la imagen urbana en el centro histórico, rehabilitación de la plaza principal para ser zona peatonal, la intervención del callejón Casiano Éxiga para crear espacios culturales y el mejoramiento de la calle Guanajuato, como dignificación de acceso al centro histórico.

De esta manera se favorece el turismo y el flujo de visitantes, produciendo resultados sorprendentes en comunidades de gran fuerza cultural con entornos urbanos y naturales de gran impacto.



5. Ciudades Patrimonio de la Humanidad

Actualmente nuestro país cuenta con 29 lugares figurando como sitios Patrimonio de la Humanidad acreditados por la UNESCO, de los cuales 25 sitios son culturales y 4 naturales.

Guanajuato cuenta con 2 sitios culturales declarados como Patrimonio de la Humanidad: la Ciudad Histórica de Guanajuato y Minas Adyacentes desde 1988, y San Miguel de Allende y Su Santuario de Atotonilco a partir de 2008.

En 2009 se destinaron \$20 millones de pesos a la ciudad de Guanajuato para la segunda etapa de construcción del parador turístico urbano en la Ex estación del Ferrocarril, con espacios para la atención al turista, mercado de artesanías, estacionamiento, locales comerciales, foro al aire libre, entre otros; así como la rehabilitación del parque El Cantador.



Para San Miguel de Allende se destinó la cantidad de \$55.7 millones de pesos con el propósito de mejorar la imagen urbana, dignificando accesos, implementando cableado subterráneo en la cabecera municipal y comunidad de Atotonilco, restaurando e iluminando el patrimonio cultural edificado del centro histórico, además de una segunda etapa de restauración de capillas del siglo XVI de la Ruta de Capillas; y dignificación de accesos a la ciudad y libramientos.

6. Conformación de Empresas Operadoras en el Estado

Una agencia local integradora de viajes (Destination Management Companies, DMCs) es una empresa profesional de servicios, que además de un amplio conocimiento y experiencia de las condiciones, servicios y recursos turísticos de una región, se especializa en la planeación, organización y operación de eventos, recorridos, circuitos y toda clase de actividades de gran demanda en segmentos y nichos de mercado de alto valor.

Las DMCs se han convertido en un elemento de fundamental importancia para el funcionamiento del sistema turístico en los destinos, debido al invaluable apoyo que brindan para los organizadores de eventos y otros segmentos especializados de turistas que realizan sus viajes en forma individual o grupal.

La Secretaría de Desarrollo Turístico da seguimiento al proyecto de *Incubadora de Agencias Integradoras Locales de Viaje*, conjuntamente con la Universidad Iberoamericana León.

- Primera Generación de Empresas Turísticas Integradoras DMCs

Los empresas participantes adquirieron conocimientos de qué es y cómo está conformada una DMC para manejarla como empresa efectiva a través de un Plan de Negocios. Además conocieron las características turísticas del estado de Guanajuato para desarrollar apropiadamente productos turísticos, fomentando así el turismo receptivo en el Estado. Consolidándose posteriormente a través de asesorías personalizadas en la ejecución de su plan de negocios.

- Segunda Generación de Empresas Turísticas Integradoras DMCs

Se formaron a nuevas empresas proveedoras de DMCs con un fuerte sustento teórico general, aterrizando en proyectos empresariales alcanzables a través de la realización de planes de negocios y apoyando en la estructuración formal de sus empresas como DMCs.

En la primera generación de DMCs participaron 9 empresas y durante la segunda generación se contó con la participación de 16 empresas del Estado.

| Incubadora de Agencias Integradoras Locales de Viaje | | |
|--|--------------------|--------------------|
| Destino | Primera Generación | Segunda Generación |
| Celaya | - | 1 |
| Dolores Hidalgo | 1 | 1 |
| León | 2 | 6 |
| Guanajuato | 4 | 3 |
| Irapuato | 1 | 2 |
| Jaral del Progreso | - | 1 |
| Salamanca | - | 1 |
| San Miguel de Allende | 1 | 1 |
| Total | 9 | 16 |

Fuente: Sedetur; Dirección General del Desarrollo Turístico y Dirección de Productos Turísticos.

Actualmente no hay un certificado o acreditación para las DMC's, sin embargo, de las 25 empresas se considera que seis empresas cumplen con las características necesarias para operar como DMC.

7. Programa Turismo para Todos

El programa Turismo para Todos se caracteriza por organizar una oferta que integra actividades diversas y accesibles, a precios justos, dirigidas al consumo de un mayor número de personas. Actividades que contemplan el desarrollo de habilidades intelectuales y físicas, que faciliten la adquisición de conocimientos y la interacción con otros, bajo los esquemas de responsabilidad social y trato individualizado, con la tendencia a satisfacer las necesidades y gustos especiales de los clientes. Por todo ello recibe el reconocimiento de ser un turismo de desarrollo; un turismo social y humanista más preocupado por la calidad que por la cantidad.

El programa contempla establecer una oferta de productos turísticos con tarifas accesibles o preferenciales, busca abrir nuevos mercados incorporando a grupos que antes no conocían las diversas opciones para realizar viajes por lo que suma las raíces étnicas y las riqueza gastronómica, cultural y artesanal, para el disfrute de toda la población.

Objetivo del Programa en el Estado:

- Llevar a cabo esfuerzos para fomentar que la población Guanajuatense acceda a los beneficios que el turismo aporta, llevando a cabo funciones que faciliten el acceso a actividades turísticas, dando seguimiento al Programa de Turismo para Todos del Estado de Guanajuato fomentando la coordinación entre las diferentes instancias participantes.

Grupos de trabajos y segmentos específicos del Programa:

- Adultos Mayores: Inapam y Jubilados.
- Jóvenes: Estudiantes
- Familias
- Personas con discapacidad.
- Estudiantes entre otros.
- Asociaciones y Sindicatos con sus miembros activos y retirados.

Acciones 2009

Formación y profesionalización

Actualmente se está conformando el proceso de formación y profesionalización de prestadores de servicios en el segmento de Turismo para Todos, incorporando actores que operen y comercialicen producto turístico en este nicho de mercado.

Eventos

La ciudad de Guanajuato fue sede del X Encuentro de la Red Nacional de un Turismo para Todos, los días 4 y 5 de junio de 2009, contando con la participación de importantes conferencistas especializados en el sector turístico.

Promoción y Difusión

En 2009 se realizó la reimpresión de la Guía Turismo para Todos que contiene información sobre diferentes paquetes turísticos en el Estado, con un tiraje de 2 mil ejemplares, además se realizó la impresión y distribución de flyers con el objetivo de dar a conocer la participación del estado en el programa.



8. Programa Gestores de Emoción

El objetivo del programa es diseñar experiencias turísticas con alto valor añadido, dirigidas a públicos objetivo específicos de elevado nivel de gasto, que realizan sus viajes no sólo en temporadas vacacionales y que muestran motivaciones diferentes a las del turismo masivo.

Los gestores de emoción, juegan en la actualidad un papel determinante en el disfrute de recursos y destinos turísticos así como en asegurar la satisfacción del cliente. Por ello, el programa busca mejorar la competitividad de la oferta

complementaria, integrada por Operadores Turísticos con quien se trabaja en conjunto para fortalecer su capacidad de diseñar y gestionar planes de viaje de alto valor emocional.

La Secretaria de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato se dio a la tarea de dar formación especializada en este tema a los operadores turísticos, contando a la fecha con 9 de una Primera Generación y 16 de una Segunda Generación. De ambas generaciones se seleccionaron 10 empresas turísticas para continuar con el proceso de formación en el Programa Gestores de Emoción.

En 2009 dio inicio la primera de las tres etapas del Programa, este Plan a tres años garantiza la consolidación de un grupo de productos competitivos y de un sistema de creación y validación de planes de viaje que facilitará la venta de los servicios de apoyo básicos (hoteles y restaurantes) y complementarios (transportistas, guías, artesanos, museos, etc.) La puesta en marcha conjunta del Plan será un ejemplo de cooperación y liderazgo entre Estados y entre empresas que marcará el rumbo de la política de producto nacional.

Plan de producto: secuencia temporal

| 1er. Año: Arranque y diseño | 2do. Año: Desarrollo | 3er. Año: Consolidación |
|--|---|---|
| Estudio de demanda | Profesionalización y validación de nuevos gestores de emoción | Profesionalización y validación de nuevos gestores de emoción |
| + | + | + |
| Diseño de productos genéricos | Creación de nuevos productos genéricos | Marketing on line |
| + | + | + |
| Selección y cualificación 1eros. gestores de emoción | Impulso y validación de Planes de viaje | Sitio WEB compartido |
| + | + | + |
| Diseño del Programa de Producto | Soporte off line | Acuerdos con operadores externos |
| + | | |
| Catálogo de producto y Workshop | | |

Sedetur fortalece su política turística para poner en marcha y a la vanguardia, la excelencia en la calidad de los servicios turístico con el Programa de Experiencias Turísticas.

9. Comité de Productos Turísticos del Estado

La Sedetur a través de la Dirección de Productos Turísticos realizó un inventario registrando un total de 92 productos turísticos en el Estado.

Se identifican como productos:

- a) Empresas que poseen un producto o servicio bajo un concepto turístico definido y que cuentan con potencial para desarrollarse en una categoría Premium
- b) Propiedad de la iniciativa privada, identificados como potenciales para detonar turísticamente un destino o región.
- c) Diseñados por un destino o dependencia, que requieren el apoyo de la Sedetur para potencializarlos.
- d) En etapa de ejecución de obra, con alto potencial a mediano o largo plazo.
- e) Ya desarrollados, aún sin ejecutar por problemas operativos o económicos.
- f) Proyectos ecoturísticos de alto potencial, pendientes de iniciar u optimizar su operación por falta de organización comunitaria.

En cada caso fue asignada una clasificación: destino y región, categoría, segmento, horizonte.

En 2009 la Sedetur conformó el Comité de Productos con el objetivo de posicionar la diversidad de la oferta turística del Estado de Guanajuato a través de productos turísticos identificados que cuentan con un gran potencial, mediante estrategias de promoción y comercialización.

Los 5 productos seleccionados en 2009 para ser apoyados por el Comité por sus características de desarrollo y potencial turístico fueron:

| Producto Turístico | Municipio |
|---|-----------------------|
| Hacienda Corralejo | Pénjamo |
| Hotel y Parque Acuático La Caldera | Abasolo |
| Hotel y Parque Ecológico Cañada de Negros | Purísima del Rincón |
| Hotel Vergel de la Sierra | San Felipe |
| Jardín Botánico El Charco del Ingenio | San Miguel de Allende |



La Sedetur se encargará de dirigir el “empaquetamiento”, una estrategia de mercadotecnia que considera diseño, marca, herramientas promocionales y la vinculación con organismos, operadores y socios comerciales.

Participación en el proceso de empaquetamiento de producto

| | |
|-------------------------------------|--|
| Sedetur | <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar y facilitar la integración de productos y/o servicios en el Estado. |
| Organismos Operadores | <ul style="list-style-type: none"> • Dar continuidad y consolidación a los trabajos realizados por el Comité de Productos. |
| Productos Turísticos | <ul style="list-style-type: none"> • Facilitar las acciones que lleven a la integración de la oferta turística que conlleve a proveer de atractivos, actividades y servicios. |
| Operadores Turísticos | <ul style="list-style-type: none"> • Aportar experiencia para el desarrollo de la logística, así como intermediar para la promoción y comercialización de los productos turísticos. |
| Prestadores de Servicios Turísticos | <ul style="list-style-type: none"> • Facilitar su infraestructura, servicios y disposición de integrarse a la oferta turística conjunta a través de paquetes turísticos. |

Beneficios del empaquetamiento de productos

- Formar parte de un plan estratégico de comercialización, promoción y difusión turística en cada uno de sus segmentos.
- Integración en las diferentes herramientas de promoción, difusión y comercialización de la Sedetur.
- Posicionamientos en mercados objetivos.
- Alianzas estratégicas entre operadores que ofrezcan estos productos turísticos.
- Creciente aumento de afluencia de turistas con impacto en la derrama económica.

Acciones 2009

En 2009 se realizaron reuniones con los representantes de cada uno de los 5 productos con el propósito de dar a conocer el programa de empaquetamiento de productos.

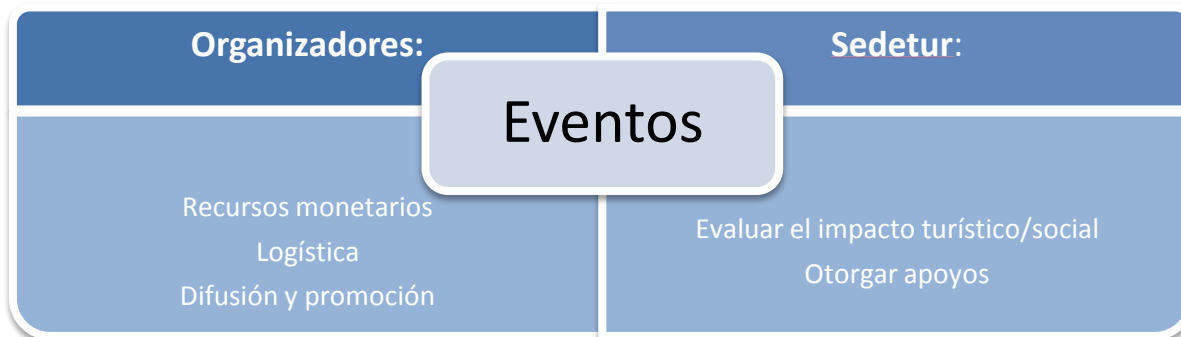
Se realizó el Estudio del Perfil del Visitante de cada producto, con el objetivo de conocer el grado de satisfacción y expectativas del visitante y detectar áreas de oportunidad para elaborar estrategias de desarrollo y empaquetado del producto. Los resultados del Estudio del Perfil del Visitante se presentaron y entregaron a cada producto turístico.

En reunión con operadores turísticos se presentó información de los 5 productos para facilitar la difusión y comercialización.

Además Sedetur incluyó imágenes e información de cada producto en la publicación del libro “Rincones y Sabores de México”.

10. Comité de Apoyo a Productos Turísticos y Eventos

El Comité de Apoyo a Productos Turísticas y Eventos inició sus actividades formales a principios del año y cuenta con la representatividad de las tres áreas de la Secretaría de Desarrollo Turístico: Planeación, Desarrollo y Promoción. Este comité fue creado para responder a las necesidades de Sedetur y de los propios organizadores de eventos.



El Comité evalúa las fortalezas y oportunidades de cada evento. Se revisan aspectos como: el tipo de evento, la sede, la duración y temporalidad, las entidades involucradas en la organización, el impacto turístico en cuanto a asistentes e ingresos esperados, el impacto social, el perfil del evento, el estudio de mercado, el plan de relaciones públicas, el plan publicitario y promocional, entre otros.

En la evaluación se establece un valor para cada uno de los aspectos y se obtiene un puntaje global por evento, que ayudará a emitir el dictamen sobre el apoyo que la Sedetur brindará a la organización del evento.

Durante el año, el Comité evaluó 29 eventos, de los cuales decidió apoyar a 20, con un monto total de más de \$32 millones de pesos.

El apoyo fue diverso, para algunos consistió en recursos monetarios para logística y montaje del propio evento, en otros casos fue en especie como por ejemplo: material publicitario, transporte para invitados especiales, promoción y difusión.

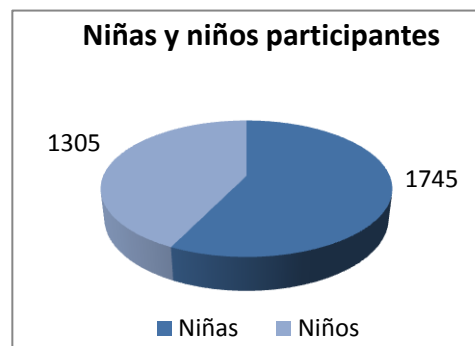
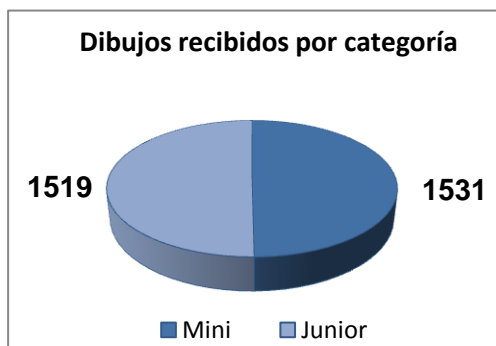
11. Concurso Nacional de Dibujo Infantil

En 2009 se llevó a cabo el Séptimo Concurso Nacional de Cultura Turística Infantil con el tema “Turismo para vivir mejor”, con el propósito de fomentar la cultura turística en la niñez del país.

Con la participación de 156 escuelas, se recibieron un total de 3,050 dibujos procedentes de 20 municipios del Estado, de los cuales 1 mil 519 dibujos fueron en la categoría mini (6 a 9 años) y 1 mil 531 en la categoría junior (10 a 13 años).

| Séptimo Concurso Nacional de Cultura Turística Infantil “Turismo para vivir mejor” Recepción de dibujos por municipio | | | |
|--|-----------------------|-------------------------------|-----------------------|
| Municipio | No. dibujos recibidos | Municipio | No. dibujos recibidos |
| Apaseo el Alto | 1 | Ocampo | 65 |
| Comonfort | 94 | Pénjamo | 259 |
| Coroneo | 82 | Salamanca | 61 |
| Cuerámara | 77 | Salvatierra | 17 |
| Dolores Hidalgo | 134 | San Francisco del Rincón | 137 |
| Guanajuato | 139 | San José Iturbide | 59 |
| Huanímaro | 345 | San Luis de la Paz | 150 |
| Irapuato | 300 | Santa Catarina | 31 |
| Jaral del progreso | 732 | Santa Cruz de Juventino Rosas | 106 |
| Moroleón | 115 | Yuriria | 146 |

Fuente: Sedetur; Dirección General del Desarrollo Turístico y Dirección de Cultura Turística



Ganadores en el Estado del Séptimo Concurso Nacional de Cultura Turística Infantil “Turismo para vivir mejor”



Primer Lugar Categoría Mini
Sofía Berenice Pacheco Morales, 8 años
Irapuato, Gto. Instituto Andes Irapuato.



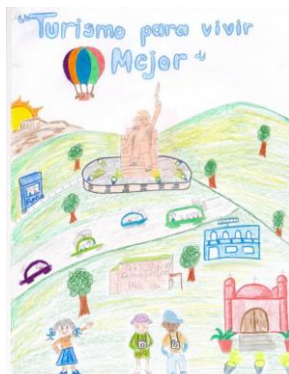
Primer Lugar Categoría Junior
Celia Minerva Pacheco Morales, 12 años
Irapuato, Gto. Instituto Andes Irapuato



Segundo Lugar Categoría Mini
Fátima Noemí Rodríguez Aguilar, 9 años
Juventino Rosas, Gto,
Escuela Enrique Rebsamen



Segundo Lugar Categoría Junior
Erendira Ortiz Elizarraraz, 12 años
Pénjamo, Gto. Escuela Rafael Ramírez



Tercer Lugar Categoría Mini
Velia Andrea Dávila Juárez, 9 años
Guanajuato, Gto. Escuela Moisés Saenz



Tercer Lugar Categoría Junior
Miriam García Richaud, 11 años
Irapuato, Gto. Instituto Andes Irapuato.

12. Registro Estatal de Turismo

Durante el 2009 se puso a disposición de los prestadores de servicios turísticos del estado de Guanajuato la plataforma electrónica o herramienta web del Registro Estatal de Turismo llamada SIRET, dando cumplimiento al artículo 44 fracción I, de la Ley de Turismo para el Estado de Guanajuato y sus Municipios.

Con el objetivo de establecer el procedimiento de inscripción al Registro Estatal de Turismo, como instrumento de información y consulta ciudadana sobre los servicios turísticos y sus prestadores en el Estado

Al 31 de Diciembre se registraron un total de 200 prestadores de servicios turísticos del Estado de Guanajuato, en su gran mayoría se dieron de alta prestadores de los giros de guías de turistas así como promotores, los municipios con registros fueron, Guanajuato, San Miguel de Allende y León.

| Reporte de Prestadores de Servicios Turísticos Registrados SIRET 2009 | |
|---|--------------------|
| Nombre del Giro | Total de registros |
| Hospedaje | 20 |
| Agencias, Sub Agencias y Operadoras de Viaje | 25 |
| Guía de Turistas | 52 |
| Promotores | 75 |
| Restaurantes y cafeterías | 21 |
| Bares y centros nocturnos | 5 |
| Arrendadoras de Automóviles y transportadoras Terrestres | 2 |
| Total | 200 |

Fuente: Sedetur; Dirección General de Desarrollo Turístico; Dirección de Cultura Turística.

13. Programa de Investigación

En 2009 la Secretaría de Desarrollo Turístico realizó diversos estudios de investigación, a continuación se presenta un resumen por área de los proyectos realizados en el transcurso del año.

Dirección General de Planeación:

| Estudio | Objetivo |
|--|---|
| Perfil de Visitantes a los Principales Eventos del Estado. | Evaluar el impacto en la actividad turística y cumplimiento de expectativas de visitantes de los siguientes eventos: Rally de las Naciones, Festival Internacional de Cine Expresión en Corto, Expo Tendencias Gastronómicas, Abierto Mexicano de Golf, Festival Internacional Cervantino, Expo Agroalimentaria, Festival Internacional del Globo. |
| Comparativo del Perfil del Visitante a Eventos & Perfil del Visitante al Estado 2008. (Investigación Cuantitativa) | Realizar un comparativo del comportamiento de los visitantes que acuden al estado de Guanajuato para participar en algún evento y de los que asisten por otros motivos (vacaciones, descanso, trabajo, compras, escuela, entre otros). |
| Tendencias de Establecimientos de Hospedaje | Generar un panorama amplio de las tendencias en hospedaje que se están manifestando a nivel nacional e internacional, documentando la evolución de los tipos de establecimientos de hospedaje estableciendo características de servicios, infraestructura y segmentos de mercado. |
| Estudio del Perfil de Visitantes a otros Eventos del Estado | Conocer el perfil del visitante por evento, determinando variables como distribución del visitante, motivo de viaje, tipo de hospedaje y distribución del gasto para poder determinar la derrama económica generada. Los eventos son los siguientes: Festival Medieval, Festival de la Cata y el Maridaje, Festival del Globo Guanajuato, y la Convención Nacional G12. |
| Actualización de base de datos del inventario turístico en el municipio de León | Actualizar el inventario de servicios turísticos de la ciudad de León. |
| Actualización del Programa Estatal de Turismo de Guanajuato PETG: visión 2012 | Ejercicio de planeación consistente en actualizar el PETG partiendo de la revisión y actualización de metas sectoriales, con la consecuente validación de estrategias, acciones y proyectos que se contienen en el planteamiento estratégico y operativo del Programa Estatal de Turismo: Visión 2012. |
| Análisis de Movilidad del Visitante al Estado de Guanajuato 2008 (Investigación Cuantitativa) | Conocer la movilidad que presentan los visitantes al Estado de Guanajuato tanto antes de llegar a su destino, como después de haberlo visitado. |

Fuente: Sedetur, Dirección General de Planeación.

Subsecretaría de Promoción Turística:

| Estudio | Objetivo |
|---|---|
| Estudio denominado Plan de Seguimiento Guanajuato | Dar seguimiento a la ejecución de los acuerdos y compromisos establecidos en los Planes de Acción, elaborados y liderados por los Directores Ejecutivos de los Consejos Municipales de Turismo y Oficinas de Convenciones y Visitantes con sus respectivos equipos de trabajo, como resultado de la estrategia diseñada para el fortalecimiento del desarrollo de turismo de reuniones en cada entidad. |

Fuente: Sedetur, Dirección General de Planeación.

Dirección General de Desarrollo Turístico:

| Estudio | Objetivo |
|---|---|
| Estudio e investigación para el desarrollo del producto turístico de audio guías de ruta en Guanajuato capital. | Ofrecer a nuestros visitantes un producto turístico que les permita conocer las diferentes historias de la ciudad de Guanajuato, por medio de la reproducción individual de cápsulas de audio y video, así como fotografías y música, a través de sistemas multimedia personales, que cuenten y expliquen historias, leyendas y sucesos de los lugares específicos tales como edificios históricos y emblemáticos, monumentos, calles, callejones y plazas. Además de una selección de música regional, mapas y directorios de hoteles, restaurantes y bares, entre otros atractivos de ruta. |
| "Estudio de prueba piloto del Proyecto Ruta de las Haciendas" | Elaborar un estudio que pruebe la viabilidad y factibilidad del proyecto Ruta de las Haciendas, como proyecto turístico y de desarrollo económico, de rescate cultural, social e histórico, a través de la puesta en marcha de una prueba piloto con rutas de un día alrededor de las Haciendas del Municipio de San Diego de la Unión en el estado de Guanajuato. |
| Estudio para la elaboración de los Macro Programas que conforman el Plan de Negocios del Proyecto de Pueblos del Misterio | Desarrollo del Macro Programa de Productos Turísticos, Macro Programa de Mercadeo y Promoción y Macro Programa de Profesionalización Turística. |

Fuente: Sedetur, Dirección General de Planeación.

14. Iniciativas Ixmati y Pochtli

En 2009 iniciaron los trabajos de las Iniciativa Ixmati y Pochtli bajo la coordinación del Instituto de Planeación del Estado de Guanajuato y la Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato bajo el desarrollo de la empresa consultora Competitiveness.

Objetivo de las iniciativas:

El objetivo principal es que los actores del sector interioricen los retos que presenta el futuro y puedan definir tanto sus opciones estratégicas como las condiciones que debe tener el entorno para favorecer su desarrollo.

Las iniciativas buscan fomentar e incentivar las acciones que refuercen la competitividad de los actores estatales pertenecientes al sector y representa un proceso de evolución con base en acciones y cambios en las decisiones estratégicas de los actores.

Iniciativa Ixmati

La Iniciativa Ixmati para el Refuerzo de la Competitividad del sector turismo cultural en el Estado de Guanajuato está diseñada como un proceso de análisis y reflexión estratégica en el que participan activamente miembros del sector turístico.

Para la iniciativa sobre el turismo cultural se eligió la palabra en náhuatl "ixmati" que significa "conocer".

Las siete líneas de acción de la Iniciativa son las siguientes:

1. Plataforma turística de compra en línea para Guanajuato

Esta acción está enfocada en reforzar el sitio de la Secretaría de Desarrollo Turístico (www.vamosaguanajuato.com) con las herramientas adecuadas que permitan analizar e interpretar la información que el usuario deja a su paso por el sitio.

A la vez, se pretende rediseñar el sitio para ofrecer un sistema de compra eficiente y una interfase amigable para el usuario, en busca de mejorar su experiencia durante su búsqueda o visita.

2. Programa de promoción de la cultura tecnológica

Esta línea pretende reforzar los conocimientos en materia de tecnologías y su uso con aplicaciones enfocadas al negocio o actividad que realizan los diferentes actores. En general, se pretende lograr un cambio en la percepción de la tecnología por todos los actores del sector y hacerlas parte de su uso diario.

3. Red Turística Guanajuato

Esta acción tiene como fin construir una comunidad de negocios, que fomente el "networking" entre los actores involucrados y añada más valor a la cadena de valor del sector turístico cultural en el Estado. Se pretende generar un nuevo canal de información, concentrador de información y aplicaciones que faciliten el acceso a la información y a la oferta turística y cultural en beneficio de todos los actores involucrados.

4. Programa de incentivos para oferta complementaria: Premio Ixmati

El objetivo de este programa es generar apoyos para impulsar proyectos que beneficien o mejoren la oferta turística complementaria del Estado, así como reconocer a aquellas empresas o instituciones que han alcanzado o mantenido un nivel de calidad reconocido entre el sector.

5. Piloto gastronomía

El propósito del programa piloto es el de posicionar a Guanajuato como un destino que sea referencia en el buen comer y de calidad en el servicio.

6. Modelo Educación Patrimonio

Proyecto que busca generar en la sociedad guanajuatense un mayor grado de identificación con el patrimonio cultural e histórico del que es depositaria, a través de procesos sociales y educativos.

7. Comisión para la coherencia urbana

El objetivo de esta acción es generar mecanismos de gran visión e integradores de proyectos que permitan una mayor coordinación institucional. Se busca motivar un mejor desarrollo urbano de las ciudades culturales del Estado coordinando las intervenciones gubernamentales y ciudadanas.



Reuniones Iniciativa Ixmati

Iniciativa Pochtli

La iniciativa Pochtli, cuyo significado en náhuatl es “comercio”, tiene el objetivo de mejorar la competitividad de la industria turística en el segmento de turismo de reuniones en el estado de Guanajuato:

- Logrando que cada empresa de forma individual, innove y mejore de forma continua para satisfacer las necesidades de sus clientes.
- Mejorando el entorno de manera que favorezca y estimule la innovación y el desarrollo de las empresas.

Las cinco líneas de acción a trabajar bajo la iniciativa Pochtli son:

1. Programa integral de capacitación para la industria de reuniones.
2. Especialización de los operadores en la industria de reuniones.
3. Integración eficiente de la cadena por medio de las Oficinas de Convenciones y Visitantes, OCV's.
4. Estrategia de venta del destino a través de las OCV's.
5. Vinculación de los centros de investigación y universidades con la industria de reuniones.



Reuniones Iniciativa Pochtli

Capítulo 7 Proyectos

1. Guanajuato, Ciudad Luz

El proyecto Guanajuato Ciudad Luz fue planeado para garantizar sustentabilidad a largo plazo rescatando los espacios públicos mediante la conservación de la ciudad y el ahorro de energía.

La tecnología empleada por la empresa Phillips permite un ahorro en el consumo energético, además de crear ambientes y cambiar atmósferas en calles, espacios urbanos y monumentos.

En 2009 continuaron las acciones del plan de iluminación de la capital del Estado, que en su segunda etapa dotó a la calle subterránea, calle Hidalgo, de alumbrado público e iluminación escénica. La inversión en esta etapa fue de \$13.5 millones de pesos.



Para 2010 se tiene contemplada una tercera etapa para continuar con la iluminación escénica de edificios públicos que conforman los hitos de la ciudad.

El plan maestro de iluminación para Guanajuato es un ejemplo a seguir en América Latina que llama al cambio y que enseña el camino a la sustentabilidad en iluminación urbana.

2. Proyectos de inversión para el desarrollo de infraestructura básica de servicios al turista

La Secretaría de Desarrollo Turístico en conjunto con los municipios del Estado, celebraron convenios de colaboración con la finalidad de impulsar el desarrollo turístico local y regional con la creación de la infraestructura básica de servicios enfocados al aprovechamiento turístico de los atractivos naturales, culturales y recreativos identificados y reconocidos como centros de interés del visitante.

Se celebraron convenios con 10 municipios, donde se elaboraron 4 proyectos ejecutivos y 11 acciones de infraestructura (obra) durante 2009.

La actividad turística incluye en sus propósitos el desarrollo económico, social y el bienestar de las personas que operan y prestan sus servicios en las zonas desarrolladas y equipadas, derivado de la consolidación de obras de infraestructura básica de servicios que permitan:

- Un uso sostenido y sustentable⁹ del lugar ofreciendo condiciones de seguridad, comodidad e higiene, con el objetivo de cumplir y superar las expectativas del visitante.
- Generar e integrar servicios complementarios de atención al visitante para fomentar la derrama económica, siendo los pobladores y vecinos del lugar los principales beneficiarios de los servicios integrados al desarrollo turístico.

La inversión total realizada en 2009 fue de \$16 millones 321 mil 471 pesos; con una aportación estatal de 83 por ciento y municipal de 17 por ciento.

Los municipios que celebraron convenio de colaboración en el año fueron: Acámbaro, Coroneo, Cortazar, Guanajuato, Huanímaro, San Felipe, Santiago Maravatío, Ocampo, Victoria y Xichú.

3. Conmemoraciones del Bicentenario

El 2010 fue declarado como el año del Bicentenario del inicio del movimiento de Independencia Nacional y del Centenario del inicio de la Revolución Mexicana, mediante Decreto del Honorable Congreso de la Unión de fecha 16 de junio de 2006.

Como parte de las acciones para la conmemoración del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución en el Estado de Guanajuato, cuna de la Independencia, la Secretaría de Desarrollo Turístico tiene los siguientes proyectos:

3.1 Proyecto Ruta de la Independencia

Con la finalidad de revivir los movimientos históricos del inicio de la Independencia de México, se ha elaborado una ruta principal a partir de los atractivos que formaron parte de dichos sucesos.

⁹ Definición contenida en el Informe Brundtland (para la ONU): Satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones.

El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida. OMT

Los municipios ancla que protagonizan esta ruta son Dolores Hidalgo, San Miguel Allende y Guanajuato. Sin embargo se tienen considerados aquellos que complementan la ruta histórica y muestran la majestuosidad de nuestro estado sin perder la esencia del proyecto.

Objetivos del Proyecto

- a. La cuantificación económica necesaria para impulsar circuitos turísticos que tomen como base los municipios con gran contenido histórico como son Guanajuato, Dolores Hidalgo y San Miguel de Allende, y a partir de estos distribuyan a través del Estado a los visitantes que se darán cita para los festejos del bicentenario.
- b. Así mismo lograr un incremento promedio de la estancia de los visitantes en Guanajuato entrelazando la derrama económica a los municipios relacionados con los festejos.



3.2. Desarrollo de Talleres de Planeación Estratégica para la Ruta de la Independencia y Festejos del Bicentenario

Generar una identidad integral en el Estado de Guanajuato que vaya ligada a las próximas celebraciones de Bicentenario de Independencia de México en 2010.

Metodología

- a) Identificación de iniciativas municipales, a través de entrevistas y sesiones de grupo con los funcionarios involucrados.
- b) Identificación de iniciativas proyectos-apoyos vinculados al comité técnico de los festejos para el bicentenario en Guanajuato
- c) Investigación histórica y documental
- d) Integración de prestadores de servicio (hoteles, restaurantes, operadores y escuelas turísticas)

3.3. Desarrollo Creativo de la Imagen rectora para promocionar la Ruta de la Independencia

Objetivo General

Integrar conceptualmente los diferentes esfuerzos turísticos que se preparan con motivo del bicentenario.

Objetivos Particulares

Fortalecer el posicionamiento del producto turístico.
 Impulsar la intención de visita.

Beneficios:

La Ruta de la Independencia es el producto turístico por excelencia que ayuda a revivir el espíritu de libertad que dio origen a nuestra identidad nacional.



Estado de
Guanajuato
lo que vives, hace historia

Ruta
 DE LA
INDEPENDENCIA
GUANAJUATO
 1810-2010

LO TIENES QUE VIVIR

GUANAJUATO · DOLORES HIDALGO · SAN MIGUEL DE ALLENDE

HOJEDAJE EN HOTELS 4 ESTRELLAS EN CADA CIUDAD •
 TRANSPORTE •
 DESAYUNO Y COMIDA •
 VISITAS GUIADAS •
 ASISTENCIA A 2 ESPECTÁCULOS EN CADA CIUDAD •
 CONMEMORATIVOS DEL BICENTENARIO •
 ENTREGA DE KIT TURÍSTICO CON PASAPORTE BICENTENARIO •
 Y DESCUENTOS EN DIVERSOS ESTABLECIMIENTOS •

\$569
 Por persona en ocupación doble

*Aplican restricciones
 *Consultar con la agencia de viajes




 Guanajuato
 Gobierno
 del Estado

Secretaría
 de Desarrollo
 Turístico

www.vamosguanajuato.com 01800 714 10 86



Capítulo 8 Promoción

1. Festivales y eventos

Importantes y grandes festivales y eventos se llevaron a cabo en distintos puntos del Estado. Van desde lo cultural hasta la aventura.

Para mayor información sobre festivales y eventos se puede ingresar a la página www.vamosaguanajuato.com

Calendario

Guanajuato

| Fecha | Evento | Descripción |
|--------------|---|--|
| Semana Santa | Festival Medieval www.hermandadmedieval.com | Torneos de arquería, justas a caballo, espectáculos con los bandereros y duelos de intrépidos caballeros, además de numerosos desfiles carnavalescos, obras de teatro, música y juegos. |
| Mayo | Festival Internacional de Órgano casadelaculturagto@hotmail.com | Festival Internacional de interpretación en órgano antiguo tipo barroco español, que se lleva a cabo durante mayo en los principales templos de la ciudad. |
| Julio | Rally de las Naciones Guanajuato, León y Silao | Carrera de autos a nivel nacional e internacional, en esta edición incorporó una modalidad de competencia con la participación de pilotos representando a sus respectivos países. |
| Julio | Festival Internacional de Cine Expresión en Corto Guanajuato y San Miguel de Allende www.expresionencorto.com | Festival de cortometraje y documental más grande, reconocido y competitivo de Latinoamérica en su género. Es una plataforma para el lanzamiento de nuevos talentos. |
| Octubre | Festival Internacional Cervantino Guanajuato y eventos alternos en diversos municipios. www.festivalcervantino.gob.mx | Evento cultural de gran arraigo y tradición reconocido por su prestigio internacional. Se presentan eventos abarcando una extensa gama de géneros artísticos. Cada año tienen como invitados especiales un país y un estado. |

Dolores Hidalgo

| Fecha | Evento | Descripción |
|------------|---|--|
| Septiembre | Fiestas Patrias Dolores Hidalgo y resto del Estado. | Conmemoración del tradicional Grito de Independencia de nuestro país. Los festejos se desarrollan durante una semana con eventos culturales y folklóricos. |

Irapuato

| Fecha | Evento | Descripción |
|------------|---|--|
| Marzo | Expofresas | Feria de la ciudad. |
| Septiembre | Expigua Expo Pecuaria Internacional de Guanajuato | Es una moderna exposición con una gran variedad de bienes y servicios para la producción primaria, la industria transformadora y productos terminados. |
| Noviembre | Expo Agroalimentaria www.expoagroalimentariagto.com.mx | Dentro de las 10 ferias más importantes del país en su ramo. Da a conocer servicios y nuevos artículos para los productores del campo. |
| Noviembre | Festival de Jazz | Conciertos internacionales de Jazz. |

León

| Fecha | Evento | Descripción |
|--------------------|--|---|
| Enero - febrero | Feria de León www.ferialeon.com.mx | Alberga en sus instalaciones un área especializada para artículos de piel, denominada "La zapatería más grande del Mundo" ofrece exhibición ganadera, pabellones comerciales y artesanales, palenque, restaurantes y juegos mecánicos |
| Febrero | ANPIC www.anpic.com.mx | Exposición de proveeduría y maquinaria para el calzado |
| Abril y Septiembre | SAPICA www.ciceg.org | Exposición y venta de calzado moda otoño-invierno. |
| Mayo | XVIII Feria Nacional del Libro www.guanajuato.gob.mx | Considerada como una de las cinco más importantes a nivel nacional en su género. |
| Junio | Flyers Espectáculo Aéreo | Despliegue de más de 100 aeronaves que engalanan los cielos de la ciudad |
| Julio | Rally de las Naciones León, Guanajuato y Silao | Carrera de autos a nivel nacional e internacional, en esta edición incorporó una modalidad de competencia con la participación de pilotos representando a sus respectivos países. |
| Agosto | Festival Internacional de Arte Contemporáneo (FIAC) | Evento en el que el arte y la tecnología se unen para la construcción de nuevos discursos que rompen con la cotidianidad artística establecida. |
| Agosto | EXPO WESTERN www.expowestern.com | Exposición especializada en artículos de charrería y vaqueros. Se realiza en Poliforum León. |
| Septiembre | EQUUS Fiesta del Hombre y el Caballo www.fica.com.mx | Exhibición de caballos, artículos para el equino y todo lo relacionado con las personas interesadas en caballos. |
| Noviembre | 7o. Festival del Vuelo en Globo www.festivaldelglobo.com.mx | Es el festival más grande de Latinoamérica con la presentación de globos aerostáticos. Participan pilotos de diversas partes del mundo. |

San Miguel de Allende

| Fecha | Evento | Descripción |
|----------------|--|--|
| Enero | Natalicio de Don Ignacio Allende www.sanmigueldeallende.gob.mx | Se conmemora el natalicio del Don Ignacio Allende, héroe de la Independencia Nacional. Año con año se presentan importantes eventos artísticos. |
| Marzo | Jornada de Cultura Cubana | Conferencias, música y conciertos. |
| Abril | 6to. Festival de Títeres www.sanmigueldeallende.gob.mx | Se realizan diversas funciones de títeres para niños y adultos. |
| Mayo | Encuentro Internacional de Convivencia y Hermandad | Participan representaciones de embajadas y consulados de varios países. Se exhiben fotos de estos países. |
| Junio | Desfile de Locos www.sanmigueldeallende.gob.mx | Festividad en honor a San Antonio de Padua en la que se unen la comunidad local y la de los extranjeros que radican en la ciudad. Organizan y participan en el tradicional desfile que tiene por esencia caracterizarse a manera de paródica, presentando una crítica a situaciones sociales y políticas de la vida local y nacional, mediante disfraces y bailes. |
| Julio | Festival Internacional de Cine Expresión en Corto www.expresionencorto.com | Festival de cortometraje y documental más grande, reconocido y competitivo de Latinoamérica en su género. Es una plataforma para el lanzamiento de nuevos talentos. |
| Julio - Agosto | Festival de Música de Cámara www.musicadecamara.org.mx | Programa que ofrece intérpretes musicales de reconocidos autores así como obras inéditas. Participan artistas de Japón, Canadá, Europa y Estados Unidos. |
| Octubre | Muestra Internacional de Cine | Para fomento del séptimo arte, el cine, se presenta una amplia gama de producciones cinematográficas de diversos países, incluido México. |
| Noviembre | Altar Monumental www.sanmigueldeallende.gob.mx | Año con año se realiza un altar monumental afuera de la Parroquia de San Miguel dedicado a personalidades ilustres nacidas en la ciudad, se presenta el recorrido de la luz y danzas chichimecas. |
| Noviembre | Feria de la Lana y el Latón | Es una de la más importantes exposiciones de artesanos quienes ofrecen la extensa gama de productos de primera mano, tales como papel maché, hoja de lata, pewter, madera tallada, cestería. |
| Noviembre | Festival de Jazz www.jazzybluessma.com | Conciertos internacionales de jazz. |
| Diciembre | Festival de San Miguel de Allende www.vamosaguanajuato.com | Conciertos internacionales de música clásica entre otros géneros. |

Otros destinos

| Fecha | Evento | Descripción |
|----------------------|---|---|
| Mayo | Festival de la Trova, la Danza y la Bohemia San José Iturbide | Muestra la diversidad cultural, gastronómica y turística del destino. |
| Septiembre | Evento de Ala Delta y Parapente, San José Iturbide – Tierra Blanca | 100 por ciento adrenalina pura. Se pretende posicionar este segmento para la práctica del turismo alternativo. |
| Diciembre – Enero | Ferias Regionales de Navidad, Salamanca, Celaya y Uriangato, Gto. www.vamosaguanajuato.gob.mx | Con motivo de las fiestas decembrinas, se realizan las tradicionales ferias en las que se encuentran áreas comerciales, de exhibición y juegos mecánicos. |

Fuente: Secretaría de Desarrollo Turístico, Subsecretaría de Promoción Turística; Dirección de Relaciones Públicas.

2. Evaluación de los principales festivales

En su mayoría los festivales y eventos que se realizan en el Estado tienen un impacto positivo en la actividad turística. A continuación se detallan los resultados de las ediciones 2009 de algunos eventos.

2.1 Rally de las Naciones

En 2009 se llevó a cabo el Rally de las Naciones, una versión diferente a los años anteriores. Fue del 9 al 12 de julio en las ciudades de Guanajuato, León y Silao.

Se estima que durante los días del evento los visitantes a los tres destinos generaron una derrama económica de \$93 millones de pesos.

El impacto en derrama económica que generó el 72 por ciento de los visitantes, que acudieron a los tres destinos motivados por el evento, fue \$67 millones de pesos.



La ocupación promedio del periodo fue de 54 por ciento para los tres destinos. De 51 por ciento para Guanajuato Capital, un 56 por ciento en León y un 52 por ciento en Silao. La llegada de turistas a hoteles fue de 17 mil 518 personas.

La ocupación hotelera durante la semana del evento tuvo un incremento de 12 puntos con respecto a la semana anterior.

2.2 Festival Expresión en Corto

Se llevó a cabo del 24 de julio al 2 de agosto, primero en San Miguel de Allende y después en Guanajuato. En ambos destinos incrementó la actividad turística.

El impacto del Festival en derrama económica fue de \$122 millones de pesos, que comparado con el impacto del Festival 2008 presenta un incremento de 87 por ciento. El aumento se observó en Guanajuato capital donde la derrama económica se duplicó. Los visitantes a ambos destinos se estiman en más de 94 mil personas.

El porcentaje de ocupación promedio de las dos ciudades fue de 67 por ciento. Se estima una llegada de turistas de 17 mil personas que se hospedaron en hotel durante los días del evento.

La ocupación en San Miguel de Allende fue de 55 por ciento, en la ciudad de Guanajuato fue de 74 por ciento.

En los días sábado la ocupación fue de más de 90 por ciento.



2.3 Festival Internacional Cervantino

En su edición 37 tuvo como región cultural invitada a Quebec y a Zacatecas como estado invitado. Como ya es tradición se llevó a cabo en el mes de Octubre.

En las tres semanas de duración del Festival, más de 136 mil personas visitaron la ciudad de Guanajuato, generando una derrama económica de \$269 millones de pesos.

El impacto en derrama económica que generó el 93 por ciento de los visitantes que acudieron motivados por el evento, se estima en \$250 millones de pesos.

El porcentaje de ocupación hotelera promedio de las tres semanas completas del FIC fue del 55 por ciento. La llegada de turistas a hoteles fue de 31 mil personas.

La segunda y tercera semanas en lo individual presentaron el mejor comportamiento.



2.4 Expo Agroalimentaria

Se llevó a cabo del 11 al 13 de noviembre en la ciudad de Irapuato.

El total de visitantes se estima de poco más de 30 mil personas que generaron una derrama económica de \$28 millones de pesos.

El número de personas que visitaron la ciudad y que su principal motivo de viaje fue el evento fue de 99 por ciento.



La ocupación hotelera promedio (1 a 5 estrellas) para el periodo fue de 76 por ciento, en comparación con la edición 2008 del evento, se registró un incremento de 6 puntos porcentuales. La llegada de turistas se estima en 3 mil 500 personas.

El evento tuvo una contribución marginal a la ocupación hotelera de más de 20 puntos porcentuales con respecto a la semana anterior.

Entre los países participantes en la expo se encuentran: Australia, Brasil, Canadá, China, Italia, Japón, España, Estados Unidos, Francia, Suiza, Israel, Holanda, Argentina, Taiwán y México.

2.5 Festival Internacional del Globo

La ocupación hotelera en la ciudad de León registró el 71 por ciento durante el periodo del 13 al 15 de noviembre en que se llevó a cabo el Festival. La categoría 5 estrellas tuvo el mayor impacto con un promedio de 88 por ciento.

Se estima que el número de visitantes totales fue de 153 mil 842 personas, de las cuales el 41 por ciento fueron turistas y el 59 por ciento fueron excursionistas (no pernoctaron).

La derrama económica generada por todos los visitantes a la ciudad durante los días del evento se estima alrededor de los \$105 millones de pesos, lo que representa un incremento del 18 por ciento con relación a la edición 2008.

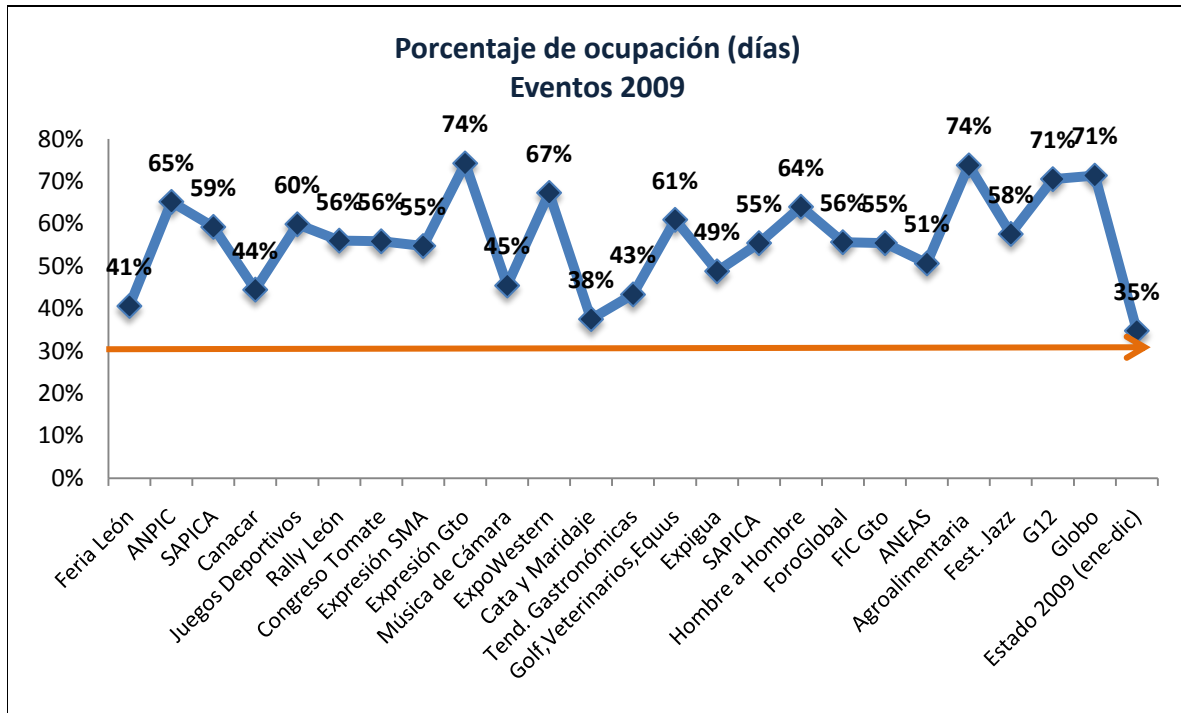
El 93 por ciento de los visitantes tuvieron como principal motivo de viaje el Festival Internacional del Globo, por lo que se estima un impacto de más de 142 mil visitantes con una derrama económica de \$97 millones de pesos.



2.6 Ocupación hotelera durante eventos

Ya sean festivales, congresos o convenciones, los eventos tienen una influencia en la actividad turística, impactan de manera positiva en la ocupación hotelera e incluso en el número de visitantes que no se hospedan: excursionistas. Por consecuencia la derrama económica en el Estado se beneficia.

En la gráfica siguiente se muestra el comportamiento de la ocupación hotelera durante algunos de los eventos del año.



Fuente: Datatur-Sector, Sedetur.

Proyecciones con base en los indicadores de la muestra Datatur. Los resultados de los eventos corresponden al período de días y no a semanas completas.

3. Ventanilla única de información y asistencia integral al turista

La Ventanilla Única de información brinda un servicio integral de atención y asistencia turística, con la finalidad de que el visitante o el visitante potencial acceda en forma rápida y oportuna a información confiable sobre el Estado, festivales y eventos, opciones de servicios turísticos y sus tarifas, servicios de asistencia, promociones y paquetes, entre otros.

El número de prestadores de servicios turísticos incorporados a la Ventanilla Única al cierre del año fue de 231 prestadores de servicios: hoteles, operadores turísticos, compañías transportadoras, restaurantes, guías de turismo, arrendadoras, spas, parques acuáticos, servicios de auxilio, museos, estudiantinas, entre otros.

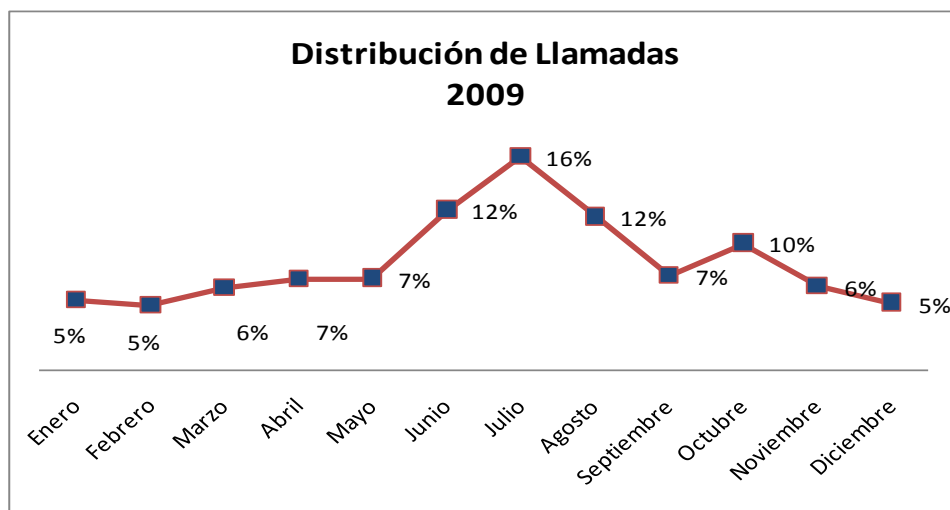
El número de llamadas telefónicas recibidas fue de 4 mil 836 de las cuales el 99 por ciento fue de origen nacional: Distrito Federal, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí, Aguascalientes, Michoacán y

Puebla principalmente. Los países de origen de las personas extranjeras que llamaron son: Estados Unidos, Argentina, Canadá, Francia, Alemania e Italia.

Para el año 2010, la Ventanilla Única cambia su número telefónico, con la finalidad de facilitar su recordación:

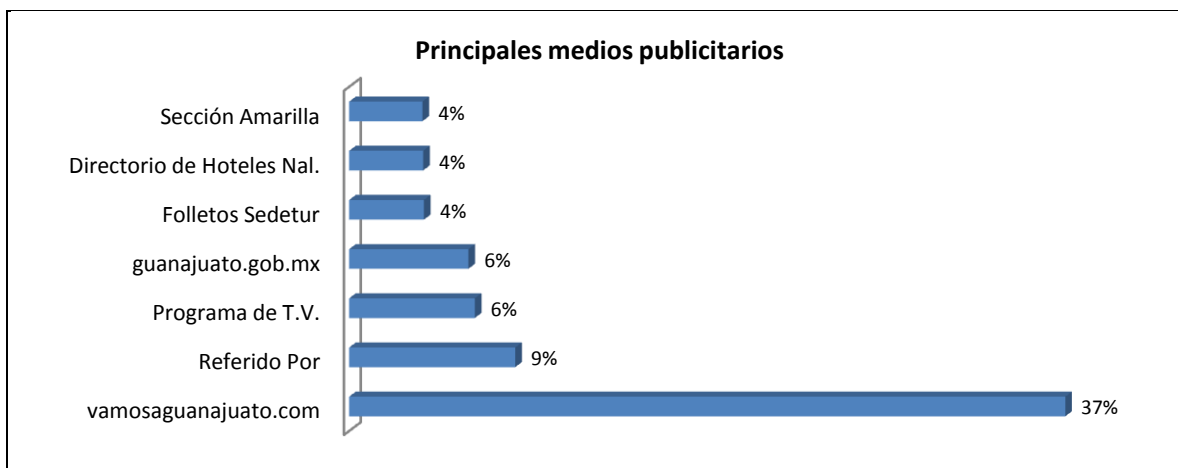
01800-VIVEGTO o 01800-848-3486.

El mes en que se recibió un mayor número de llamadas fue en julio (temporada alta).

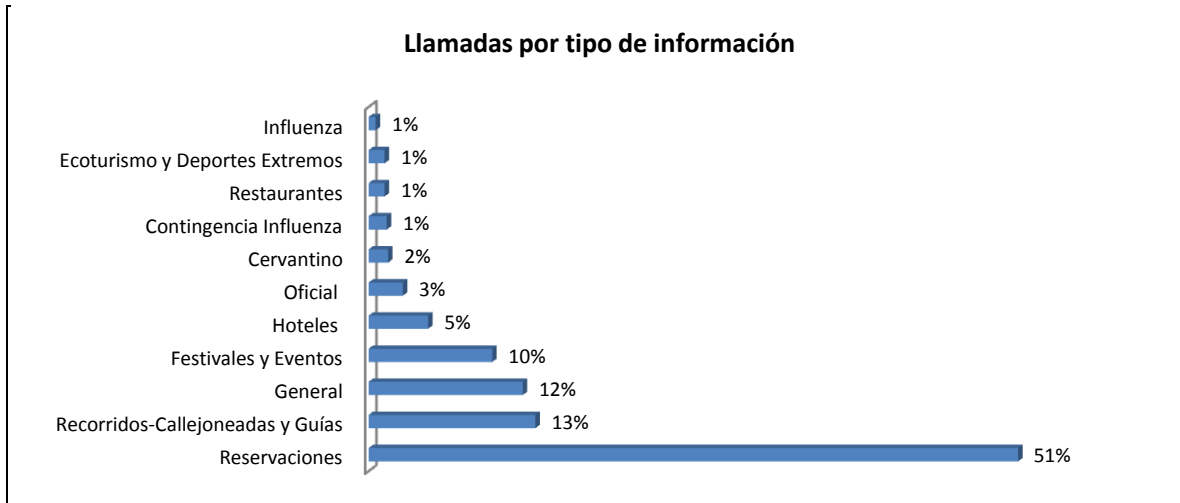


Fuente: Call Center

Las páginas de internet de la Secretaría de Desarrollo Turístico del estado de Guanajuato y de Gobierno del Estado, fueron entre otros, los medios de comunicación que sirvieron en la difusión del Call Center.



Fuente: Call Center



Fuente: Call Center

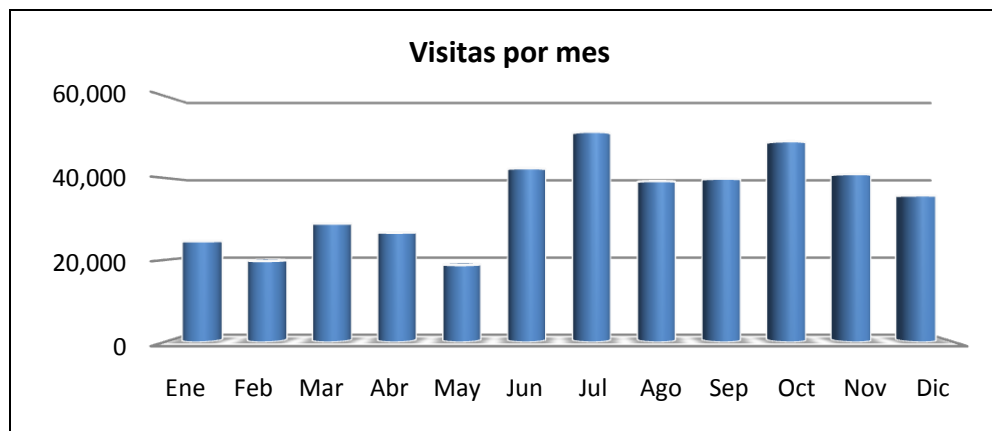
4. Página Web

La página web: www.vamosaguanajuato.com, fue lanzada en el segundo semestre de 2008 como otra herramienta más de promoción y comercialización de la oferta turística del Estado.

En su segundo año de operación, el sitio web recibió 416 mil 407 visitas con una duración promedio de 5 minutos 56 segundos.

El porcentaje de nuevas visitas fue de 78 por ciento, lo que demuestra su penetración en el mercado.

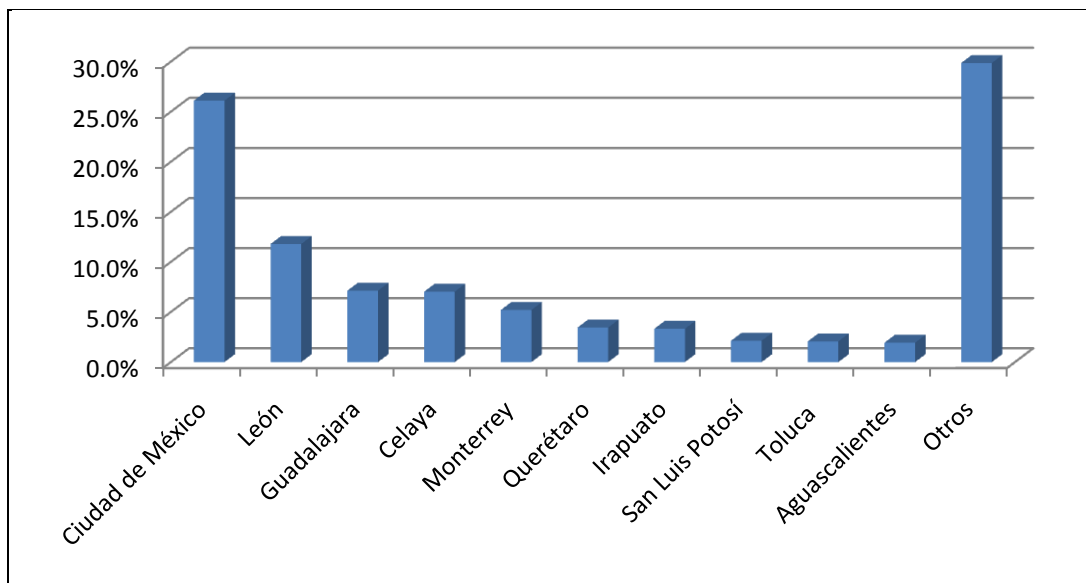
Al igual que la Ventanilla Única, la página web registró el mayor número de visitas en julio.



Fuente: Sedetur; Dirección General de Planeación, Dirección de Información y Análisis.

El 88 por ciento de los usuarios fue nacional, el 8 por ciento de Estados Unidos y el 4 por ciento restante corresponden a usuarios de otros países.

A nivel nacional, el mayor porcentaje de visitas fue de la ciudad de México, seguido por la ciudad de León.



Fuente: Sedetur; Dirección General de Planeación, Dirección de Información y Análisis.

La página web entre otras cosas, brinda al usuario información turística en general, de paquetes, rutas y circuitos, así como de eventos. Cuenta con un directorio de prestadores de servicios turísticos como hoteles, restaurantes, spas, campos de golf, y otros. También tiene la aplicación “traza tu ruta” y el itinerario del Aeropuerto Internacional del Bajío.

5. Apoyo a festivales, eventos y ferias

En 2009 la Sedetur otorgó apoyo por más de \$ 32 millones de pesos a 20 eventos especiales llevados a cabo en el interior del Estado.

Entre los eventos apoyados principalmente en logística del evento, se encuentran los siguientes: Rally HOG Bajío 2009, Campeonato Nacional de Motocross 4ta. etapa Ruta Bicentenario, Flyers 2009, Underwave, Rally de las Naciones, Festival Internacional de Cine “Expresión en Corto”, Festival de Música de Cámara, Expo Tendencias Gastronómicas, Festival de la Cata y el Maridaje, EQUUS, Abierto de Golf México Open, Congreso Veterinario de León, Corridos Cervantinas , 3er. Festival Ciclista, Festival Internacional de Vuelo en Globo, Festival de Jazz de Irapuato, Festival Internacional del Jazz y Blues en San Miguel de Allende, Feria

de la Lana y el Latón, Gran Final Súper Cross, Festival del Globo de Guanajuato, Corridos Cervantinas.

Los Organismos Legalmente Constituidos del Estado de Guanajuato, como Oficinas de Convenciones y Visitantes y Consejos Turísticos Municipales, gestionaron apoyo a eventos, por un monto de \$5 millones 215 mil 635 pesos. El apoyo se otorgó a 109 eventos con el recurso proveniente de los Convenios Únicos de Promoción.

Algunos de los eventos fueron: el Festival Internacional del Globo, la Jornada de Música Cubana, el Micrófono de Oro, Expo fresas, el Festival de Cata y Maridaje, Sapica, el Rally Corona México, el Festival de Música de Cámara, entre muchos otros.

| Organismo | Número de eventos |
|---|-------------------|
| Comité de Turismo, Histórico y Artesanal de Dolores Hidalgo | 3 |
| Consejo Turístico de San José Iturbide | 6 |
| Consejo Turístico de San Miguel de Allende | 13 |
| Oficina de Convenciones y Visitantes de Irapuato | 22 |
| Oficina de Convenciones y Visitantes de Celaya | 18 |
| Oficina de Convenciones y Visitantes de León | 41 |
| Oficina de Convenciones y Visitantes de Guanajuato | 6 |
| Total de eventos | 109 |

Fuente: Secretaría de Desarrollo Turístico; Subsecretaría de Promoción Turística, Dirección de Mercadotecnia.

6. Estrategia de comunicación

En el 2009, la estrategia de comunicación para Turismo del Estado dio un giro inesperado con el fin de responder a la necesidad de contrarrestar los efectos de la Contingencia Sanitaria sobre la actividad turística, y sumarnos como sector a la estrategia de Gobierno del Estado encaminada a promover la reactivación económica de la entidad.

Es así, que se incluye como lema de campaña “Lo tienes que vivir” para hacer énfasis en la oferta turística, única y diversa que nuestro destino ofrece con atractivos paquetes turísticos que se promovieron en diversos medios de comunicación: Internet, prensa, radio y supers en televisión.

La siguiente imagen muestra un ejemplo de su aplicación:



6.1 Campaña publicitaria

Se contrataron diversas publicaciones en medios especializados para promover los segmentos de negocios, histórico-cultural y de aventura del Estado, alcanzando un volumen de 401 mil revistas que circularon en el mercado nacional e internacional para más de 2 millones de personas como público objetivo.

Como estrategia de promoción, difusión y comercialización, nos apoyamos en medios masivos de comunicación obteniendo un tiraje de más de 5 millones 300 mil, llegando así a más de 39.5 millones de turistas potenciales.

En prensa la campaña incluyó medios como: Reforma, El Norte, AM, El Universal, Excélsior, Record, Milenio, El Pulso, El Informador, Hidrocálido, entre otros.



Algunas de las revistas con inserciones contratadas fueron: Caras, National Geographic, Boletín Turístico, Vanidades, TV Novelas, Algarabía, Comer y Viajar, Líderes entre otras.

6.2 Viajes de familiarización

Dentro de los programas de apoyo a eventos e impulso al turismo de congresos, convenciones y exposiciones y de Reactivación Turística en el Estado de Guanajuato se encuentran los viajes de familiarización.

Los viajes de familiarización permiten a los profesionales del sector, medios de comunicación, inversionistas y embajadores, conocer la oferta turística de Guanajuato entre.

El área de Relaciones Públicas de Sedetur atendió 46 viajes de familiarización durante 2009, recibiendo a personas procedentes de México, Alemania, California, Canadá, España, Houston, Polonia, Rusia, entre otros.



6.3 Viajes de promoción

Durante 2009 la Secretaría participó en 26 eventos de promoción de carácter nacional e internacional.

Dentro del país destaca la presencia en los siguientes eventos: Expo Seminario Turístico de la Asociación de Representantes de Líneas Aéreas de Monterrey (ARLAM), Meeting Place México (MPM) en Puerto Vallarta, Reunión de la Asociación de Representantes de Líneas Aéreas de Guadalajara (ARLAG), Expo Viajes y Aventura 2009 en el D.F. Además de la participación en la edición número 34 del Tianguis Turístico en Acapulco, Guerrero.

Se llevaron a cabo 11 conferencias de prensa en las ciudades de México, Querétaro, Guadalajara, León y Guanajuato, para promocionar varios eventos como el Abierto de Golf México Open, el Festival Internacional de Cine “Expresión en Corto”, El Rally de las Naciones, la entrega de Premios Oye!, las Primeras Históricas Corridas Cervantinas y el México International Motorcycle Show.

A nivel internacional se contó con la participación en eventos como: McAllen International Travel Show en Texas, Magic of México primera y segunda etapa en las ciudades de Miami, Atlanta, New York, Chicago, Denver, Phoenix, Conferencia anual Nasco en Canadá, Luxury Travel Expo y Virtuoso Travel Mart en Las Vegas Nevada, el Stand Fiestas de Independencia en Santa Ana California y el Motivation Show 2009 en Chicago Illinois.

En 2009 nuestro Estado también participó en la Feria Internacional del Turismo (Fitur), considerado el evento internacional con mayor proyección.

El Comité Organizador de Fitur 2009 entregó a México el premio al mejor stand en la categoría de “Países”, al reconocer su profesionalismo en la comercialización de cada producto turístico.

En los últimos cuatro años México ha sido galardonado con este premio en tres ocasiones (2005, 2006 y 2009), consolidándose como uno de los mejores destinos y expositores en esta Feria Internacional que reúne a 170 países.

Cabe señalar que para esta edición, México presentó un stand de más de mil metros cuadrados, en el que se representaron los principales destinos del país, con un destacado énfasis en la diversificación de nuestra oferta turística, mostrando nuestro vasto Patrimonio a través del Turismo Cultural, el Turismo de Naturaleza, el Turismo de Negocios y el de Sol y Playa.

La presencia de México y Guanajuato en Fitur permite a los profesionales del turismo definir y consolidar nuevas estrategias, profesionalizar la promoción de destinos, focalizar las acciones de marketing, y llegar rápidamente a todo el canal de distribución.



Participación del estado de Guanajuato en diferentes eventos

6.4 Apoyo a congresos y convenciones

En 2009 se otorgó apoyo por parte de la Secretaría a 29 Congresos y Convenciones realizados en las ciudades de Guanajuato, Irapuato y León. Algunos de estos eventos fueron: 4to. Foro Transparencia y Acceso a la Información, Congreso Mundial "La Educación Inicial del Nuevo Siglo" DIF Estatal, International World Shop on Operator Theory Application, Convención de Supercross, Juegos Nacionales Infantiles CEDAJ 2009, V Encuentro de niños y jóvenes por la paz, Congreso de la Asociación Mexicana de Micología Médica A.C., 1ra. Junta de Consejo de Gobernadores, Foro Global de Energía Renovable, 6ta. Reunión Internacional de Investigación en Productos Nacionales y 1er Foro Internacional de Negocios en Biotecnología, Congreso Aneas, entre otros.

6.5 Publicaciones no pagadas

Durante el 2009 se contó con un total de 71 publicaciones no pagadas, generadas como resultado de viajes de familiarización atendidos a lo largo del año, conferencias de prensa realizadas en la ciudad de México, Guadalajara, Querétaro, León, Monterrey y notas informativas que se envían periódicamente a todos los contactos generados de eventos de promoción y los eventos anteriormente mencionados.



Imágenes correspondientes a publicaciones no pagadas

6.6 Publicaciones especiales

Publicación del libro “Rincones y Sabores de México”

El proyecto, “Rincones y Sabores de México”, es una colección de 32 libros uno por cada estado de la República Mexicana, de donde se desprende el libro “Rincones y Sabores de Guanajuato.”

Es un trabajo liderado por Solaris, Turismo y Comunicación, en conjunto con Simpei, S.L., Océano editorial México y la Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato a través de la Dirección de Mercadotecnia.

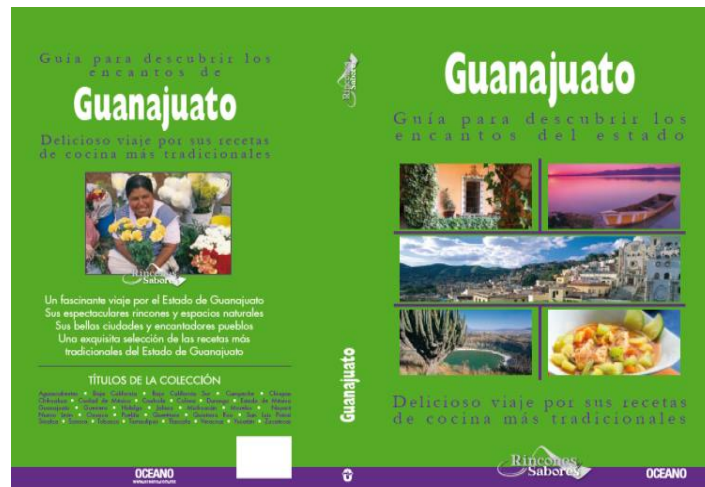
La distribución se realizó a nivel nacional en puntos elegidos de Estados Unidos, España y Latinoamérica a través de Océano Editorial México.

Es un documento aprobado por la Secretaría de Turismo Federal y apoyado por el Consejo de Promoción Turística de México.

Estructura temática de la publicación:

- Arte y Cultura: Arquitectura, pintura, literatura, escultura, diversidad étnica, festivales, ferias y festividades.
- Mirada al pasado: Época Prehispánica, La Conquista y El Virreinato, la Independencia, la Transición, el Porfiriato, revoluciones del Siglo XX, el Presente.
- Atractivos naturales
- Artesanías de Guanajuato
- Ciudades y pueblos

- Datos prácticos
- Deliciosas recetas
- Productos turísticos del Estado de Guanajuato y directorio de operadores



La impresión se organiza en 4 bloques de 8 estados cada uno. El estado de Guanajuato pertenece al segundo bloque y su distribución inició a partir del 25 de Noviembre de 2009.

7. Planes cooperativos nacionales e internacionales

Los planes cooperativos representan el conjunto de recursos tanto de los municipios como del Estado, estos recursos se empatan con los que aporta el Consejo de Promoción Turística de México, CPTM. Se cuenta también con la participación de uno o varios socios comerciales aportando recursos o herramientas promocionales. En los planes cooperativos se trabaja generalmente bajo un esquema de participación en la inversión de peso por peso.

El monto de los recursos en 2009 para planes cooperativos fue por más de \$72 millones de pesos, trabajando en conjunto Estado, destinos turísticos, socios comerciales y CPTM.

Los recursos fueron destinados a planes de promoción y campañas de publicidad donde se comercializa la oferta turística del Estado con el propósito de incentivar la afluencia turística y la derrama económica en beneficio de los destinos.

A continuación se muestra una imagen como ejemplo de los Planes Cooperativos realizados en 2009.

Capítulo 9

Consejo Consultivo Turístico del Estado de Guanajuato

El Consejo Consultivo Turístico del Estado funciona como órgano de consulta, asesoría, gestoría y apoyo técnico en materia turística con la participación de los sectores público, social y privado.

Las atribuciones establecidas para El Consejo Consultivo en el noveno artículo de 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;
- 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 en materia turística; y
- VII. Las demás que le encomienden el Titular del Poder Ejecutivo o el Secretario de Desarrollo Turístico.

Principales Acciones 2009

El Consejo Consultivo Turístico es presidido por el gobernador del Estado, Lic. Juan Manuel Oliva Ramírez; el Consejero por parte de la Secretaría de Desarrollo Turístico es su titular, el Ing. Sergio Enrique Rodríguez Herrera; la Secretaria Técnica es la Lic. Gloria Magaly Cano de la Fuente, Subsecretaria de Desarrollo Turístico.

El Lic. Gerardo Herrera García, prestador de servicios del sector turístico del Estado, es el coordinador ejecutivo de las organizaciones que participan, tales como las Asociaciones de Hoteles y Moteles, las Oficinas de Convenciones y Visitantes, los Comités y Consejos de Turismo, las Cámaras de Comercio, y las Cámaras Restauranteras.



Consejo Consultivo Turístico del Estado de Guanajuato – Toma de Protesta 2009

Durante el año se realizaron dos reuniones ordinarias del Consejo en los meses de febrero y noviembre, donde se trataron temas como:

La Presentación del Proyecto Expo Parque Bicentenario, por parte del Secretario de Desarrollo Turístico, dando a conocer las fuentes y distribución general del presupuesto de promoción para la Expo Parque Bicentenario: Patrocinios, medios masivos, promoción propia de la Expo, promoción especial del Estado.

El Consejo acordó establecer la organización de Expo Parque Bicentenario como un tema a trabajar por tres comisiones del Consejo: Bicentenario, Promoción y Oferta turística, estas comisiones trabajaron en relación a los temas de armado de paquetes, y el diseño y operación del espacio de comercialización dentro de la Expo.

Se estableció el compromiso por parte del Gobierno del estado para llevar a cabo un evento magno en la ciudad de México para la presentación del Proyecto Expo Parque Bicentenario.

El Consejo Consultivo Turístico del Estado, participa activamente en el análisis de propuestas de proyectos de desarrollo, promoción del desarrollo integral de los destinos turísticos en la entidad y en la generación y diagnóstico de los productos y servicios turísticos. La pluralidad en la conformación de este Consejo, es reflejo de la importancia que tiene el turismo para el Estado.

Capítulo 10 Directorio de Enlaces

1. Secretarios de turismo en el país

A continuación se muestran los datos principales de los titulares de las dependencias de turismo en cada estado.

Directorio de Secretarios de Turismo de la República Mexicana

| Estado / Nombre del Secretario | Dirección | Teléfono |
|--|---|---------------------|
| Aguascalientes Ing. José Fernando Pol Pérez | Av. Aguascalientes Norte No. 612, Fracc. Pulgas Pandas, Aguascalientes, Aguascalientes | Tel: (449) 910-2088 |
| Baja California C.P. Oscar Jesús Escobedo Carignan | Edificio Río - Tercer Piso - Zona Río, Calle Juan Ruiz de Alarcón #22320 Tijuana, Baja California, México | Tel. (664) 682-3367 |
| Baja California Sur Lic. Alberto Treviño Angulo | Carr. Norte km 5.5, Fracc. Fidepaz 23090, La Paz, Baja California Sur | Tel: (612) 124-0100 |
| Campeche Lic. Luis Augusto García Rosado | Av. Ruiz Cortines s/n, Plaza Moch Couoh, Centro, Campeche, Campeche | Tel: (981) 811-9229 |
| Coahuila Lic. José Luis Moreno Aguirre | Prolongación Pérez Treviño y Periférico Luis Echeverría s/n, C.P. 25020 Saltillo, Coahuila | Tel: (844) 192-2000 |
| Colima Arq. José Fernando Morán Rodríguez | 1er. Anillo Periférico y Ejército Mexicano Edif. B 28010, Colima, Colima | Tel: (312) 316-2021 |
| Chiapas Lic. Juan Carlos Cal y Mayor Franco | Blvd. Belisario Domínguez No. 950 P.B., Edificio Plaza de las Instituciones, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas | Tel: (961) 617-0550 |
| Chihuahua Lic. Héctor Valles Alveláis | Priv. de Tecnológico No. 1504, Col. Santo Niño, Chihuahua, Chihuahua | Tel: (614) 429-3320 |
| Distrito Federal Lic. Alejandro Rojas Díaz Durán | Nuevo León No. 56 Piso 9, Col. Hipódromo Condesa, Distrito Federal | Tel: (55) 5553-8759 |
| Durango Lic. Susana Elosegui Cross | Florida No. 1106 2o. Piso, Barrio El Calvario, Zona Centro, Durango, Durango | Tel: (618) 811-9677 |

| | | |
|--|---|---------------------|
| Guanajuato Ing. Sergio Enrique Rodríguez Herrera | Carretera Juventino Rosas Km 6.5 Blvd. Euquerio Guerrero, Esq. Calle Jazmín, Col. Arrollo Verde Guanajuato, Guanajuato | Tel: (473) 102-0300 |
| Guerrero Sr. Ernesto Rodríguez Escalona | Av. Costera Miguel Alemán No. 3221 Edificio Santander, piso 2 , C.P. 39850 Acapulco, Guerrero | Tel: (744) 484-2423 |
| Hidalgo Lic. María Oralia Vega Ortiz | Blvd. Everardo Márquez , No. 2020 Col. Cuescos, C.P. 42080 Pachuca, Hidalgo | Tel: (771) 717-6400 |
| Jalisco Sr. Aurelio López Rocha | Morelos No. 102, Plaza Tapatía, Guadalajara, Jalisco | Tel: (33) 366-81602 |
| Estado de México Lic. María Guadalupe Monter Flores | Robert Bosch s/n esq. 1o. de Mayo 2o. Piso, Zona Industrial Toluca, Estado de México | Tel: (722) 275-6881 |
| Michoacán Dr. Jaime Genovevo Figueroa Zamudio | Av. Tata Vasco No. 80, Col. Vasco de Quiroga, Morelia, Michoacán | Tel: (443) 317-8032 |
| Morelos Lic. Hugo Salgado Castañeda | Av. Morelos Sur No. 187, Col. Las Palmas, Cuernavaca, Morelos | Tel: (777) 314-3872 |
| Nayarit Arq. Edwin Hernández Quintero | Av. México y Calz. del Ejercito Nacional, Ex convento de la Cruz, Tepic, Nayarit | Tel: (311) 214-8072 |
| Nuevo León Lic. Luis Treviño Chapa | Washington No. 648 Oriente 2o. Piso, Antiguo Palacio Federal, Centro, Monterrey, Nuevo León | Tel: (81) 202-06767 |
| Oaxaca Lic. Beatriz Rodríguez Casasnovas | Av. Juárez No.703 Centro Oaxaca, Oaxaca | Tel: (951) 502-1200 |
| Puebla Lic. Juan José Bretón Avalos | 5 Oriente No. 3, Centro Histórico, Puebla, Puebla | Tel: (222) 777-1502 |
| Querétaro Lic. Mauricio Salmón Franz | Luis Pasteur Nte. No. 4, Centro Histórico, Querétaro, Querétaro | Tel: (442) 238-5000 |
| Quintana Roo Lic. Sara Latife Ruiz Chávez | Calzada Centenario No. 622, Chetumal, Quintana Roo | Tel: (983) 835-0860 |
| San Luis Potosí Lic. Enrique Abud Dip | Manuel José Othon No. 130, Col. Centro, San Luis Potosí, San Luis Potosí | Tel: (444) 812-9939 |

| | | |
|---|---|---------------------|
| Sinaloa Arq. Francisco de la Vega Aragón | Paseo de las Altas Sur, No. 1501, Centro. Mazatlán, Sinaloa | Tel: (669) 981-8883 |
| Sonora C.P. Eduardo Javier Tapía Camú | Comonfort y Paseo Canal, Centro de Gobierno, Edif. Sonora 3er. Piso Ala Norte, Col. Villa de Seris, Hermosillo, Sonora | Tel: (662) 289-5802 |
| Tabasco Lic. Yolanda Ozuna Huerta | Calle Juan Estrada Torres No. 101, Altos Plaza Estrada, Col. 1ero. de Mayo C.P. 86190 Villahermosa, Tabasco | Tel: (993) 310-9700 |
| Tamaulipas Lic. Javier Villareal Terán | Hernán Cortes No. 136, Edificio El Peñón, Col. Pedro Sosa, Calle 9 Hernán Cortes Victoria, Tamaulipas | Tel: (834) 315-6249 |
| Tlaxcala Lic. Daniel Herrera Murga | Av. Juárez esq. Lardizabal 18, Col. Centro, C.P. 90000 Tlaxcala, Tlaxcala | Tel: (246) 465-0960 |
| Veracruz Lic. Ángel Álvaro Peña | Blvd. Cristóbal Colón No. 5, Edificio Torre Animas Piso 12 Desp. 1214, Jalapa, Veracruz | Tel: (228) 812-7585 |
| Yucatán Sr. Juan José Martín Pacheco | Calle 60 Nte. s/n Interior Altos, Centro de Convenciones Siglo XXI, Col. Revolución Ex-Cordemex, Mérida, Yucatán | Tel: (999) 930-3760 |
| Zacatecas Lic. Javier Suárez del Real | Av. Hidalgo No. 403, Centro Histórico, 2do. Piso, C.P. 98000 Zacatecas, Zacatecas | Tel: (492) 924-0552 |

Fuente: Sedetur, Investigación Directa.

2. Funcionarios de Sector y Fonatur

En la siguiente tabla se especifican los datos principales de funcionarios de la Secretaría de Turismo (Sector)

Fuente: Sedetur, investigación directa.

Directorio de Funcionarios de Sector

Dirección: Presidente Masaryk 172 Piso 11 Col. Chapultepec Morales C.P. 11587, México D.F.

| Cargo | Nombre | Correo electrónico | Teléfono |
|--|--|---|---|
| Secretaría de Turismo | Gloria Rebeca Guevara Manzo | gguevara@sectur.gob.mx | Tel. 01 55 300 26 300 Ext. 2660-2681 |
| Subsecretaría de Operación Turística | Alejandro Moreno Medina Subsecretario de Operación Turística | amorenom@sectur.gob.mx | Tel. 01 55 103 607 95 Ext. 2560 |
| Subsecretaría de Planeación Turística | Jacqueline Arzoz Padrés Subsecretaria de Planeación Turística | jarzoz@sectur.gob.mx | Tel. 01 55 300 263 69 Ext. 1480 |
| Subsecretaría de Innovación y Calidad | Vacante | | Tel. 01 55 300 263 84 |
| Órgano Interno de Control | Vacante | | Tel. 01 55 103 60 84 |
| Dirección General de Asuntos Jurídicos | Vacante | | Tel. 01 55 300 269 00 |
| Dirección General de Comunicación Social | Alberto Petrearse Villalpando | apetrearse@sectur.gob.mx | Tel. 0155 30026312 Ext. 2800 |
| Centro de Estudios Superiores en Turismo | Enrique Domínguez León | <u>edominguez@sectur.gob.mx</u> | Tel. 01 55 103 608 00 Ext. 1900 |

Fuente: www.sectur.gob.mx

El Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) es la institución responsable de la planeación y desarrollo de proyectos turísticos sustentables de impacto nacional, a través del fomento de la inversión y la capacitación del sector.

Directorio del Fondo Nacional de Fomento al Turismo, Fonatur

Dirección: Tecoyotitla No. 100, Colonia Florida, C.P. 01030, México, D.F.

Teléfonos: Conmutador 01 (55) 50-90-42-00 Fax 50- 90- 44- 69 y 50-90-44-70

| Nombre | Función | Área de Adscripción |
|---------------------------------|-----------------------|--|
| Vacante | Director General | Director General FONATUR |
| Mauro Sánchez Canales | Secretario Particular | Secretario Particular |
| Rosa Adriana Pérez Quesnel | Director | Director Adjunto de Administración y Finanzas |
| Isaac García Jiménez | Subdirector | Subdirector de Recursos Financieros |
| José Ramón Busquets Nosti | Subdirector | Subdirector de Tecnología de Información |
| Rosa María Ramírez García | Subdirector | Subdirector de Adquisiciones y Servicios Generales |
| Juan Manuel Galorza Tohen | Director | Director Adjunto de Comercialización |
| Ericka Cristina Musi Chaya | Subdirector | Subdirector de Ventas |
| Alejandro Barbachano Bernal | Subdirector | Subdirector de Seguimiento Contractual |
| Gustavo Eduardo Babatz Torres | Subdirector | Subdirector de Mercadotecnia |
| Luis Gabriel Sanmartín Elizondo | Director | Director adjunto de Desarrollo |
| José Ubaldo Gamaliel Prado | Subdirector | Subdirector de Promoción de Desarrollo |
| Gonzalo Barahona Pérez | Gerente | Subdirector de Obras |
| Karla Beatriz Pagaza Prado | Subdirector | Subdirector de Presupuesto de obras |
| Mario de la Vega Grajales | Director | Director Adjunto de Generación y Proyectos |

| | | |
|---|-------------|--|
| Fernando Humberto Gamboa Roscu | Subdirector | Subdirector de Generación de Proyectos |
| Sergio Varela Rivera | Subdirector | Subdirector de Gestión de reservas |
| Patricia Angélica Flores | Subdirector | Subdirector de Control de Proyectos |
| Alfonso Jesús Espeleta Benítez | Director | Director Ejecutivo de Gestión Estratégica |
| César Ramón Añorve Sánchez | Subdirector | Subdirector de Unidad de Enlace |
| Francisco Mariel González | Subdirector | Subdirector de Evaluación de Proyectos y Coordinación Regional |
| Eduardo Muñiz Urquiza | Subdirector | Delegado Regional Cancún |
| Pedro Arturo Castelan Reyna | Subdirector | Delegado Regional Ixtapa |
| Miguel Mario Blasquez Coppel | Subdirector | Delegado Regional los Cabos |
| Alejandro Carmelo Pérez Arellano Martínez | Subdirector | Delegado Regional Loreto |
| Juan Carlos Hurtado Monreal | Subdirector | Delegado Regional Sinaloa |
| Alejandra Kuri Castro | Subdirector | Delegado Regional Nayarit |
| Bernardo Luis Sada Acuña | Subdirector | Delegado Regional Huatulco |
| María Cruz Martínez Colín | Subdirector | Subdirector de Relaciones Interinstitucionales |
| Jorge Pérez Rivero | Director | Director Adjunto de Inversiones y Proyectos Financieros |
| Juan Ramón Rojas Beltrán | Subdirector | Subdirector de Mecanismos Financieros |
| Alejandro Morones Ochoa | Subdirector | Subdirector de Fomento a la Inversión Turística |
| Rolando Jesús González Flores | Director | Director Adjunto Jurídico |
| Manuel Cervantes y Baca | Subdirector | Subdirector Jurídico Consultivo Corporativo |
| David Hernández Suárez | Subdirector | Subdirector Jurídico Contencioso |

| | | |
|-------------------------------------|-------------|--|
| Adalberto Enrique Fuguemann y López | Director | Director Adjunto de Servicios de Apoyo al Sector Turístico |
| Eduardo Fernández de la Maza | Subdirector | Subdirector de Asistencia Técnica |
| Andrés Hernández Hernández | Subdirector | Subdirector de Asesoría y Calificación de Proyectos |
| Luis Ángel Díaz Caneja Rodríguez | Director | Director General FONATUR Constructora |
| Rafael Julián Garcés Montero | Subdirector | Subdirector de Construcción |
| Juan Manuel Gamiño Hernández | Subdirector | Subdirector de Planeación |
| Jesús Francisco Ávila Jiménez | Director | Director General FONATUR Mantenimiento Turístico |
| Juan Pablo Rodríguez Román | Subdirector | Subdirector de APIS |
| Jorge Sánchez Guerrero | Director | Titular del órgano Interno de Control |

Fuente: www.fonatur.gob.mx

3. Presidentes municipales del estado de Guanajuato

En la siguiente tabla se mencionan los datos generales de los presidentes municipales que se encontraban en funciones durante el 2009 en los cuarenta y seis municipios que conforman el estado de Guanajuato.

Directorio de presidencias municipales del estado de Guanajuato

| Municipio / Presidente | Dirección | Teléfono |
|--|---|-------------------------------------|
| Abasolo C. Juan Páramo Aguilar | Jardín Hidalgo No. 101 C.P.36970 | 01 429 693 17 99 |
| Acámbaro Lic. Gerardo Silva Campos | Av. Juárez No. 280 C.P. 38600 | 01 417 172 00 11, 01 417 172 79 54 |
| Apaseo el Alto C. David Sánchez Malagón | 5 de Mayo No. 101 C.P. 38500 | 01 413 166 00 33 |
| Apaseo el Grande Dr. Ernesto Muñoz Ledo Ontiveros | Jardín Hidalgo No.105 C.P. 38160 | 01 413 15 82 005, 01 413 15 82 475 |
| Atarjea Rigoberto Hurtado Rosales | Plaza Principal s/n C.P. 37940 | 01 469 69 4 21 20, 01 200 12 124 02 |
| Cd. Manuel Doblado Lic. Rodolfo Madrigal Ramírez | Hidalgo y Corona s/n C.P. 36470 | 01 432 744 00 07, 01 432 744 00 26 |
| Celaya C. Rubí Laura López Silva | Portal Independencia No. 101 Centro C.P. 38000 | 01 461 61 87 108 , 01 461 61 87101 |
| Comonfort Ing. Francisco José Ramírez Martínez | M. Arista No. 1 Centro C.P. 38200 | 01 412 156 20 05, 01 412 15 63 242 |
| Coroneo C. José Enrique Velázquez Pérez | H. Colegio Militar No.55 C.P. 38590 | 01 421 473 03 19, 01 421 473 03 57 |
| Cortazar Lic. Elías Ruíz Ramírez | Portal Constitución No. 116 Centro C.P. 38300 | 01 411 155 09 95, 01 411 155 29 76 |
| Cuerámaro Lic. Moisés Felipe Muñoz Cortez | Francisco Venegas No. 111 Centro C.P. 36960 | 01 429 694 00 86, 01 429 694 07 41 |
| Dolores Hidalgo Dr. Pablo González Cansino | Plaza Principal No. 1 Centro C.P. 37800 | 01 418 182 08 01, 01 418 182 01 93 |
| Dr. Mora Dr. David Tomás Galván Parra | Palacio Municipal Centro C.P. 37960 | 01 419 193 00 62, 01 419 193 02 48 |
| Guanajuato Niséforo Guerrero Reynoso | Plaza de La Paz No. 12 Centro C.P. 36000 | 01 473 73 2 83 08, 01 473 732 04 22 |
| Huanímaro Ing. Carlos Aguirre Mosqueda | Plaza Principal s/n C.P. 36990 | 01 429 69 10 050, 01 429 69 10 107 |

| | | |
|--|---|------------------------------------|
| Irapuato Lic. Jorge Estrada Palero | Palacio Municipal s/n Zona Centro C.P. 36500 | 01 462 606 99 99 ext. 1101 y 1001 |
| Jaral del Progreso Lic. José Alfonso Forja Pimentel | Calle Trigo No. 201 Fracc. Presidencia C.P. 38470 | 01 411 661 01 45, 01 411 661 03 70 |
| Jerécuaro Lic. Rogelio Sánchez Galán | Fray Ángel Juárez No. 32 Centro C.P. 38540 | 01 421 476 04 50, 01 421 476 00 57 |
| León Lic. Ricardo Sheffield Padilla | Plaza Principal s/n C.P. 37000, Centro | 01 477 71 32 002, 01 477 78 80 000 |
| Moroleón Prof. J. Jesús Rosiles López | Av. Hidalgo No. 30 Centro C.P. 38800 | 01 445 457 00 01, 01 445 457 19 85 |
| Ocampo C. Raúl Castillo López | Plaza Principal No.208 Centro C.P. 37630 | 01 428 683 00 97, 01 428 683 04 70 |
| Pénjamo Lic. Eduardo Luna Elizarraras | Calle Juárez No. 5 Centro C.P. 36900 | 01 469 692 00 09, 01 469 692 23 02 |
| Pueblo Nuevo Leonardo Solorzano Villanueva | Francisco I. Madero No. 104 Centro C.P. 36890 | 01 429 693 30 30 |
| Purísima del Rincón Ing. Abraham Collazo Dimas | Palacio Municipal, Jardín Principal S/N C.P. 36400 | 01 476 743 55 61, 01 476 743 68 48 |
| Romita C. Juan Antonio Reyes Echeveste | Morelos Esq. Cándido Navarro s/n Centro 36200 | 01 432 745 20 81, 01 432 745 30 85 |
| Salamanca Lic. Antonio Ramírez Vallejo | Portal Octaviano Muñoz Ledo s/n Centro 36700 | 01 464 648 00 21, 01 464 647 68 16 |
| Salvatierra C. Ma. Guadalupe Nava López | Calle Juárez 408. 38900 | 01 466 663 19 90, 01 466 663 26 88 |
| San Francisco del Rincón Lic. Jaime Verdín Saldaña | Plaza Principal s/n Centro 36300 | 01 476 7 43 08 19 |
| San Diego de la Unión Lic. Graciela Pérez Negrete | Plaza Principal Centro No. 1 Esq. Hidalgo Centro 37850 | 01 418 684 01 09, 01 418 684 00 05 |
| San Felipe Ing. Miguel Ángel Flores Solís | Plaza Principal No. 100 37600 | 01 428 685 00 13, 01 428 685 02 75 |
| San José Iturbide Arq. José Jerónimo Robles Gutiérrez | Plaza Principal No. 1 Centro 37980 | 01 419 198 01 87, 01 419 198 05 49 |
| San Luis de la Paz C. J. Refugio Javier Becerra Moya | Morelos No. 102 Centro 37900 | 01 468 688 22 81, 01 468 688 28 77 |
| San Miguel de Allende Luz María Núñez Flores | Plaza Principal No. 8 37700 | 01 415 152 01 16 |
| Santa Catarina Sra. Petra Barrera Barrera | Palacio Municipal s/n 37950 | 01 419 293 70 58, 01 419 293 71 40 |

| | | |
|--|--|------------------------------------|
| Santa Cruz de Juventino Rosas Ing. Pablo Freyre Prieto | Hidalgo No. 106 38240 | 01 412 157 21 55, 01 412 157 23 82 |
| Santiago Maravatio Prof. Rafael López Nava | 5 de Mayo No. 3 Centro 38970 | 01 466 451 00 03, 01 466 451 00 04 |
| Silao C. Juan Roberto Tovar Torres | Melchor Ocampo No. 1 Centro 36100 | 01 472 722 01 10, 01 472 722 00 17 |
| Tarandacuao C. Roberto Juan García Perea | Jardín Hidalgo No. 1 Centro 38790 | 01 421 474 00 04, 01 421 474 06 60 |
| Tarimoro Lic. Enrique Arreola Mandujano | Jardín Principal No.1 Centro 38700 | 01 466 664 02 40, 01 466 664 00 60 |
| Tierra Blanca Ing. Ben Hur Antonio Cabrera Adame | Francisco I. Madero s/n Centro 37970 | 01 419 23 40 095, 01 419 23 40 096 |
| Uriangato Prof. Ramón Pérez García | Morelos No. 1 Centro 38980 | 01 445 457 50 22, 01 445 457 51 22 |
| Valle de Santiago C. José Fernando Manuel Arredondo Franco | Portal Hidalgo No.185 Centro 38400 | 01 456 643 00 02, 01 456 643 29 59 |
| Victoria Prof. Fausto Camacho Cabrera | Palacio Municipal, Zona Centro C.P. 37920 | 01 419 293 90 53, 01 419 293 91 29 |
| Villagrán Ing. Hugo García Carmona | Portal Constitución No. 205 Centro 38260 | 01 411 165 02 88, 01 411 165 03 66 |
| Xichú C. Marcelo Benavidez Benavidez | Palacio Municipal s/n 37930 | 01 419 29410 28 |
| Yuriria C. María de los Ángeles López Bedoya | Jardín Principal s/n Centro 38940 | 01 445 168 22 04, 01 445 168 23 26 |

Fuente: Sedetur, investigación directa.

4. Secretarías y dependencias en el estado de Guanajuato

En la presente sección se incluyen los datos generales del gabinete legal y ampliado del gobierno del estado de Guanajuato, clasificando las dependencias en los siguientes rubros: gubernatura, centralizadas y paraestatales.

Gubernatura

Gobernador del Estado

Lic. Juan Manuel Oliva Ramírez
Tel. (473) 7-35-36-65,
Paseo de la Presa #113

Coordinación General de Comunicación Social(CGCS)

Lic. Juana de la Cruz Martínez, Coordinadora General
Tel: (473) 7-35-36-65, 735-36-66
Paseo de la Presa #113

Coordinación General de Programación y Gestión de la Inversión Pública(Copi)

Ing. Luís Manuel Quiroz Echegaray, Coordinador General.
Tel: (473) 7-35-11-80 al 90 Fax (473) 735-11-80 al 90
Centro de Convenciones, Pueblito de Rocha

Coordinador General de Asesores (CGAG)

Lic. Raúl Monjarás Hernández
Tel. (473) 7-35-35-00 ext. 3852
Paseo de la Presa No. 103 Centro

Coordinador General Jurídico (CGJ)

Lic. Plinio Manuel E. Martínez Tafolla
pmartinez@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7-31-04-72
Privada de San Bernabé No. 1

Instituto de Planeación del Estado de Guanajuato (Iplaneg)

Arq. Horacio de Jesús Guerrero García, Director General
isahagun@guanajuato.gob.mx
Plaza León, Blvd. Adolfo López Mateos Ote. No. 1102 Int.G4, León, Guanajuato.
Tel: (477) 711-9763

Representación de Gobierno del Estado en el D.F. (Rep.)

Lic. José de Jesús Castellanos López
Tel: 01 (555) 2-80-28-70, (555) 2-80-20-33, (555) 2-80-27-45, Fax (555) 2-80-32-61
Arquímedes No. 3 Octavo piso Col. Polanco

Secretaría Particular (SP)

Lic. Román Cifuentes Negrete, Secretario Particular
rcifuentes@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7-35-35- 00 Fax: (473) 7-31-12-41
Paseo de la Presa No. 103 C.P. 3600

Centralizadas

Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato (SDT)

Ing. Sergio Enrique Rodríguez Herrera
Tel. (473) 1020300 ext. 402 Plaza de la Paz #14 Centro Histórico, C.P. 36000

Secretaría de Gobierno (SG)

Lic. Gerardo Mosqueda Martínez, Secretario
Tel. (473) 7-35-36 -36
Paseo de la Presa No. 103

Secretaría de Finanzas y Administración (SFA)

C.P. Gustavo Adolfo González Estrada , Secretario
gagonzalez@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7-35-15-10 y 7-35-15-04
Paseo de la Presa No. 172 Centro C.P. 36000

Secretaría de Educación de Guanajuato (SEG)

Mtro. Alberto De La L. S. Diosdado, Secretario
adiosdado@seg.guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7-32-33-72
Conjunto Administrativo Pozuelos s/n, Pozuelos C.P. 36000

Secretaría de Desarrollo Social y Humano (Sdsh)

Lic. Miguel Márquez Márquez, Secretario
Tel: (473) 7-35-36-30 al 33
Paseo de la Presa No. 99, Centro, C.P. 36000

Secretaría de Salud del Estado de Guanajuato (SSG)

Dr. Jorge Armando Aguirre Torres, Secretario.
jaquirret@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7-35-27-00 y 01 800 6272583
Tamazuca No.4 Centro C.P. 36000

Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable (SDES)

Lic. Héctor López Santillana, Secretario
hlopezs@guanajuato.gob.mx
Tels: (462) 6-26-92-26 ext. 1506 Fax. (462) 6-26-92-37 ext. 1509
Boulevard Solidaridad No. 11189, Fracc. C.F.E. Irapuato, Gto. C.P. 36631.

Secretaría de Desarrollo Agropecuario (SDA)

Ing. José María Anaya Ochoa, Secretario
jmanayao@guanajuato.gob.mx.
Tel: (461) 6-16-02-00 ext. 109
Av. Irrigación s/n, Col. Montecamargo C.P. 38010

Secretaría de Obra Pública (SOP)

Ing. Genaro Carreño Muro, Secretario
gcarrenom@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7-35-23-00 Fax: 7-35-23-93
Circuito Superior 5, Conjunto Administrativo Pozuelos II Vialidad s/n Pozuelos

Secretaría de Seguridad Pública (SSP)

Gral. Miguel Pizarro Arzate, Secretario
bbvilcheshh@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7-35-16-00
Casa Mata #33 Loma de Pozuelos C.P.36000

Secretaría de la Gestión Pública (SGP)

Lic. Luis Ernesto Ayala Torres, Secretario
apadillac@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7-32-52-02
Conjunto Administrativo Pozuelos 1er. Piso

Procuraduría General de Justicia (PGJ)

Lic. Carlos Zamarripa Aguirre
csamarripaal@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7-35-21-00
Alhóndiga # 29, Centro, C.P. 36000

Paraestatales

Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Guanajuato (Cecyteg)

Ing. Juan Manuel Campos Ornelas
jcamposo@gmail.com
Tel: (477) 7-11-80-70 Ext. 127
Mar de Timor # 204 Jardines de la Pradera

Comisión Estatal del Agua de Guanajuato (Ceag)

Ing. Angélica Casillas Martínez, Secretaria Ejecutiva acasillasm@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7-35-18-03 y 7-35-18-02
Autopista Guanajuato-Silao Km 1. Col. Los Alcaldes C.P. 36251

Comisión Estatal del Deporte y Atención a la Juventud (Cedaj)

Dr. Francisco José Díaz Cisneros
Tel: (473) 735 39 00
Paseo de la presa No. 48

Consejo de Ciencia y Tecnología (Concyteg)

Dr. Pedro Luis López de Alba, Director General

plopez@guanajuato.gob.mx

Tel: (473) 7-33-02-36, 7-33-0136, 7-33-04-33

Mineral de Valenciana No. 20

Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior (Cofoce)

Ing. Alejandro Velazco Alvarado

cofoce@cofoce.gob.mx

Tel: (477) 7-63-00-33 01-800221-2423 Fax: (477) 763-00-88

Blvd. Adolfo López Mateos # 1801 Ote. Interior 2

Desarrollo Integral de la Familia (DIF)

Arq. Aida Angélica Silva Castillo

asilva@guanajuato.gob.mx

Tel: (473) 7-35-33-00

Paseo de la presa No. 89-A C.P. 36000

Forum Cultural Guanajuato (Forum)

Arq. Luis Serrano Espinoza, Director General

lserrano@guanajuato.gob.mx

Tel: (477) 7-63-42-50, 7-63-35-34 y 7-63-39-81.

Prolongación Calzada de los Héroes # 308 Colonia La Martinica

Instituto de Alfabetización y Educación Básica para Adultos (Inaeba)

Dra. Luz Verónica Aranda Orozco

larandao@guanajuato.gob.mx

Tel: (473) 732-3201, 732-5025 Fax: (473) 732-1182 Ext. 141

Carr. Pueblito de Rocha s/n Centro de Convenciones.

Instituto de Financiamiento e Información para la Educación (Educafin)

Ing. Jorge Enrique Hernández Meza, Director

Tel: (477) 7-10-34-00 y 01 800 670 08 22

Fray Martín de Valencia No. 102 en el fraccionamiento Santo Domingo

Instituto de la Mujer Guanajuatense (IMUG)

Ing. Luz María Ramírez Villalpando, Directora

imug@guanajuato.gob.mx

Tel: (473) 7-31-23-12 y 7-33-55-23 Fax: (473) 7-31-23-12 y 7-31-24-04

Paseo de la Presa No. 97 Altos Centro C.P. 36000

Instituto de Seguridad Social del Estado (Isseg)

Ing. Miguel Angel Salim Allé, Director General

Tel: (473) 7-35-14-00

Km. 10 Carr. Juventino Rosas

Instituto de Vivienda del Estado de Guanajuato (IVEG)

Ing. Adrián Peña Miranda, Director General
apenam@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 735 -38-04
Conjunto Administrativo Pozuelos S/n V-I, Guanajuato, Gto. Pozuelos. C.P. 36000

Instituto Estatal de Ecología de Guanajuato (IEE)

M. en C. Enrique Kato Miranda
ekato@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7-35-26-00 Fax: (473) 7-35-26-00
Aldana # 12

Instituto Estatal de la Cultura (IEC)

Dr. Juan Alcocer Flores, Director General
Tel: (473) 732 95 20
Plazuela de Cata No. 1

Instituto Tecnológico del Sur de Guanajuato (Itsur)

Ing. Tarsicio Herrera Vega
direccion@itsur.edu.mx
Tel: (445) 4-57-74-68 y 4-57-74-69, Fax: (445) 4-57-74-70 Ext. 127
Av. Educación Superior No. 2000 Col. Benito Juárez

Instituto Tecnológico Superior de Irapuato (Itesi)

Ing. Miriam Ruth Arzate Mosqueda
direccion@itesi.edu.mx
Tel: (462) 6-06-79-00 Ext. 101 y 6-33-20-75 Fax: (462) 6-06-79-00 Ext. 105
Carr. Irapuato-Silao Km. 12.5 El Copal

Procuraduría de Protección al Ambiente del Estado de Guanajuato (Propaeg)

Lic. Miguel Ángel Torrijos Mendoza, Procurador
mtorrijosm@guanajuato.gob.mx
Tel: (464) 6-48-81-42, 6-48-81-52, 6-47-20-60 Fax: 6-47-20-60 ext 112
Av. Revolución # 100 Centro C.P. 36700 Irapuato.

Sistema Avanzado de Bachillerato y Educación Superior (Sabes)

Lic. Verónica López López
Tel: (477) 7-76-90-00 ext. 2104 y 01-800-5602869
Blvd. Guanajuato No.1615 Real Providencia

Sistema Estatal del Financiamiento al Desarrollo (Sefide)

Ing. Fernando Hurtado Cárdenas, Director General
Blvd. Campestre No. 208 Col Jardines del Moral



Unidad de Televisión de Guanajuato (TV4)

Lic. Rafael Alberto Díaz, Director General

rdiaz@guanajuato.gob.mx

Tel: (477) 7-13-48-07, 7-14-01-05

Chiapas #502 León, Gto.

Universidad Tecnológica de León (UTL)

Dr. Jesús María Contreras Esparza

jcontreras@utleon.edu.mx

Tel: (477) 7-10-00-20 Ext. 104 Fax: 7-72-53-40

Edificio "A" Planta Alta Fracc. San Carlos

Universidad Tecnológica del Norte de Guanajuato (UTNG)

Dr. Sofía Ayala Rodríguez Rector

Tel: (418) 1-82-55-00 ext 1201-1202

sayala@utng.edu.mx

Av. Educación Tecnológica No. 34, Fraccionamiento Universidad

Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato (Utsoe)

Dr. Rubén Lara Valdés, Rector

rector_utsoe@hotmail.com

Tel: (456) 6-43-71-80 Ext. 101 y (456) 6-43-71-88 Ext. 102

Fax: (456) 6-43 -62- 65 Ext. 111.

Carr. Valle Huanímaro Km. 1.2 C.P. 38400

5. Coordinadores de ejes de gobierno

El Plan de Gobierno del estado de Guanajuato 2006-2012 integra la visión de actores de todas las regiones y estratos de la sociedad, contempla la visión de largo plazo del Plan Estatal de Desarrollo 2030, así como los planteamientos, los objetivos, las metas y los programas que se desarrollaran desde el gobierno estatal.

El Plan de Gobierno se lleva a cabo a través de los siguientes ejes estratégicos y las dependencias que los integran.

Eje Contigo Vamos, Familia

Secretaría de Desarrollo Social y Humano
Lic. Miguel Márquez Márquez, Coordinador de eje
Secretaría de Salud
Sistema Estatal para el Desarrollo Integral de la Familia
Instituto de Vivienda del Estado de Guanajuato
Instituto de la Mujer Guanajuatense
Comisión Estatal del Deporte y Atención a la Juventud

Eje Contigo Vamos, Comunidad Sustentable

Secretaría de Desarrollo Social y Humano
Lic. Miguel Márquez Márquez, Coordinador de eje
Instituto Estatal de Ecología
Procuraduría de Protección al Ambiente
Comisión Estatal del Agua de Guanajuato
Secretaría de Desarrollo Agropecuario

Eje Contigo Vamos, Escuela

Secretaría de Educación
Mtro. Alberto De La L. S. Diosdado, Coordinador de eje
Coordinadora y Promotora de la Infraestructura Educativa de Guanajuato
Instituto de Alfabetización y Educación Básica para Adultos
CONALEP Guanajuato
Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Guanajuato
Sistema Avanzado de Bachillerato y Educación Superior
Universidad de Guanajuato
Universidad Tecnológica de León
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Instituto Tecnológico Superior del Sur de Guanajuato
Universidad Tecnológica del Norte del Estado de Guanajuato
Instituto de Financiamiento e Información para la Educación
Instituto Tecnológico Superior de Irapuato
Universidad Politécnica de Guanajuato

Comisión Estatal del Deporte y Atención a la Juventud
Instituto Estatal de la Cultura
Museo Iconográfico del Quijote
Forum Cultural

Eje Contigo Vamos, Empresa, Empleo y Competitividad

Secretaría de Desarrollo Económico
Lic. Héctor López Santillana, Coordinador de eje
Secretaría de Desarrollo Turístico
Secretaría de Obra Pública
Secretaría de Desarrollo Agropecuario
Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior
Sistema Estatal de Financiamiento al Desarrollo del Estado de Guanajuato

Eje Contigo Vamos, Seguridad, Justicia, Democracia y Buen Gobierno

Secretaría de Gobierno
Lic. Gerardo Mosqueda Martínez, Coordinador de eje
Secretaría de Finanzas y Administración
Procuraduría General de Justicia
Secretaría de Seguridad Pública
Tribunal de lo Contencioso Administrativo
Comisión Estatal de Arbitraje Médico
Instituto de Seguridad Social del Estado de Guanajuato
Unidad de Planeación e Inversión Estratégica

6. Directorio Secretaría de Desarrollo Turístico del estado de Guanajuato

A continuación se indican los datos de los principales funcionarios de la Sedetur.

Dirección en Guanajuato:

Carretera Juventino Rosas Km 6.5 Blvd. Euquerio Guerrero, Esq. Calle Jazmín, Col. Arrollo Verde.

| Nombre | Función | Ext. |
|----------------------------------|---|------|
| Sergio Enrique Rodríguez Herrera | Secretario de Desarrollo Turístico | 402 |
| Gloria Magaly Cano de la Fuente | Subsecretaria de Promoción Turística | 411 |
| Mónica Cerna Martínez | Directora de Promoción y Difusión Turística | 415 |
| Ángel Manuel Mendoza Garduño | Director de Mercadotecnia | 414 |
| Briseida Gioconda Hernández Ruíz | Director de Relaciones Públicas | 420 |
| J. Jesús Oviedo Herrera | Director General de Desarrollo Turístico | 426 |
| Ernesto Gutiérrez Zarate | Director de Cultura Turística | 431 |
| Israel Alejandro López González | Director de Desarrollo de Proyectos | 428 |
| Guillermo García Martínez | Director de Productos Turísticos | 430 |
| Iliana Alejandra Bernardino Cruz | Directora de Asuntos Jurídicos | 442 |
| Rocío Ethel Cuentas Lozano | Directora Administrativa | 446 |
| Cecilia Cano Hernández | Enlace de Comunicación Social | 440 |

Dirección en León:

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

Teléfono: 01 (477) 1041400

| Nombre | Función | Ext. |
|-------------------------------|--|------|
| Roberto W. Cárdenas Hernández | Director General de Planeación | 113 |
| Claudia Ávalos Betancourt | Directora de Información y Análisis | 105 |
| Gloria Carolina Zubiri Sosa | Directora de Planeación Estratégica y Enlace Gubernamental | 106 |