



Compendio Anual 2012

Compendio de la Actividad Turística Estado de Guanajuato 2012

gto
orgullo y
compromiso
de todos

Secretaría
de Turismo

Introducción

1.	Secretaría de Turismo	
1.1	Antecedentes.....	4
1.2	Filosofía.....	5
1.3	Estructura	6
2.	Turismo en el mundo	
2.1	Comportamiento y tendencias.....	7
2.2	Estadísticas por destino.....	9
2.3	Proyecciones	10
3.	La actividad turística en México	
3.1	Comportamiento y tendencias.....	12
3.2	Estadísticas del sector.....	13
3.2.1	Visitantes internacionales y mercados emisores.....	13
3.2.2	Transportación aérea.....	16
3.2.3	Actividad turística en hoteles.....	17
3.2.4	Índice Nacional de Precios al Consumidor Turístico.....	19
3.2.5	Índice de Confianza del Consumidor.....	19
3.2.6	Personas ocupadas	20
4.	Turismo de Guanajuato en México	
4.1	Posición de Guanajuato en el país.....	22
4.2	Destinos principales del Estado.....	23
4.3	Guanajuato y los tesoros coloniales.....	24
4.4	Ruta histórica cultural.....	25
4.5	Ruta de negocios.....	26
5.	Estadísticas de Guanajuato	
5.1	Indicadores económicos y sociodemográficos	27
5.2	Infraestructura.....	28
5.2.1	Aeropuerto Internacional de Guanajuato.....	28
5.2.2	Hospedaje.....	30
5.2.3	Restaurantes.....	32
5.2.4	Zonas Arqueológicas.....	33
5.2.5	Museos.....	34
5.3	Inversiones.....	35
5.4	Observatorio Turístico.....	35
6.	Programas	
6.1	Capacitación Básica	37
6.2	Capacitación a Personas	
6.3	Certificación a Mipymes	
6.3.1	Programa de Calidad Moderniza (Distintivo “M”).....	39
6.3.2	Programa de Calidad Distintivo “H”.....	40
6.3.3	Programa Gran Anfitrión.....	41
6.3.4	Club de Calidad Tesoros de Guanajuato.....	42
6.4	Sistema de Apertura Rápida de Empresas Turísticas.....	42
6.5	Financiamiento Competitivo.....	43
6.6	Empresas Turísticas Rurales.....	45
6.7	Incubación y fortalecimiento empresarial.....	48
6.8	Concurso Nacional de Cultura Turística.....	50
6.9	Cartilla Turística Escolar.....	52

6.10	Registro Estatal de Turismo.....	53
6.11	Pueblos Mágicos.....	54
6.12	Ciudades Patrimonio de la Humanidad.....	55
6.13	Impuesto del 2 por ciento sobre el hospedaje y fondo mixto.....	56
6.14	Programa Gestores de Emoción.....	59
6.15	Fábrica de Productos Turísticos.....	62
6.16	Comité de Evaluación de Eventos.....	64
6.17	Perfil del Visitante.....	66
6.18	Barómetro Turístico.....	70
7.	Proyectos	
7.1	Proyectos de inversión para el desarrollo de infraestructura básica de servicios al turista.....	72
8.	Promoción	
8.1	Festivales y eventos.....	74
8.2	Evaluación de los principales festivales.....	75
8.2.1	Rally México.....	75
8.2.2	Festival Internacional de Cine de Guanajuato.....	76
8.2.3	Festival Internacional Cervantino.....	76
8.2.4	Expo Agroalimentaria.....	76
8.2.5	Festival Internacional del Globo.....	77
8.2.6	Ocupación hotelera durante eventos.....	78
8.3	Ventanilla única de información y asistencia integral al turista.....	78
8.4	Sitio web.....	79
8.5	Estrategia de comunicación.....	82
8.5.1	Campañas Publicitarias.....	
8.5.2	Viajes de familiarización.....	85
8.5.3	Viajes de promoción.....	87
8.5.4	Apoyo a congresos y convenciones.....	88
8.5.5	Publicaciones no pagadas.....	90
8.6	Planes cooperativos nacionales e internacionales.....	92
8.7	Nuevas Rutas Turísticas.....	94
8.8	Logros y Reconocimientos.....	96
8.9	Consejo Consultivo Turístico del Estado	96
9.	Enlaces.	
9.1	Secretarios de turismo del país.....	99
9.2	Funcionarios de Sectur y Fonatur.....	101
9.3	Presidentes municipales del estado de Guanajuato.....	102
9.4	Secretarías y dependencias en el estado de Guanajuato.....	104
9.5	Coordinadores ejes de gobierno.....	109
9.6	Oficinas de Convenciones y Visitantes y Comités Turísticos.....	111
9.7	Secretaría de Turismo del estado de Guanajuato.....	113

Introducción

Actualmente el turismo es una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región.

La actividad turística considera dos ejes principales. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza, el turismo constituye una actividad económica que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre, etc. Por otro lado, el turismo cuenta con otro pilar denominado sociocultural, considerando la importancia de que a través del turismo el ser humano puede conocer de cerca y en vivo otras culturas, otras sociedades, otras formas de vivir y otros ambientes geográficos.

Dada la relevancia de la actividad turística como instrumento de empleo, captación de divisas y motor del desarrollo regional, la Secretaría de Turismo del estado de Guanajuato conjunta esfuerzos con el objetivo de potencializar el crecimiento del sector.

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

Capítulo 1 Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato

1. Antecedentes

Antecedentes Históricos de la Secretaría de Turismo del Estado

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

Filosofía

Misión

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

Visión

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

Visión 2030

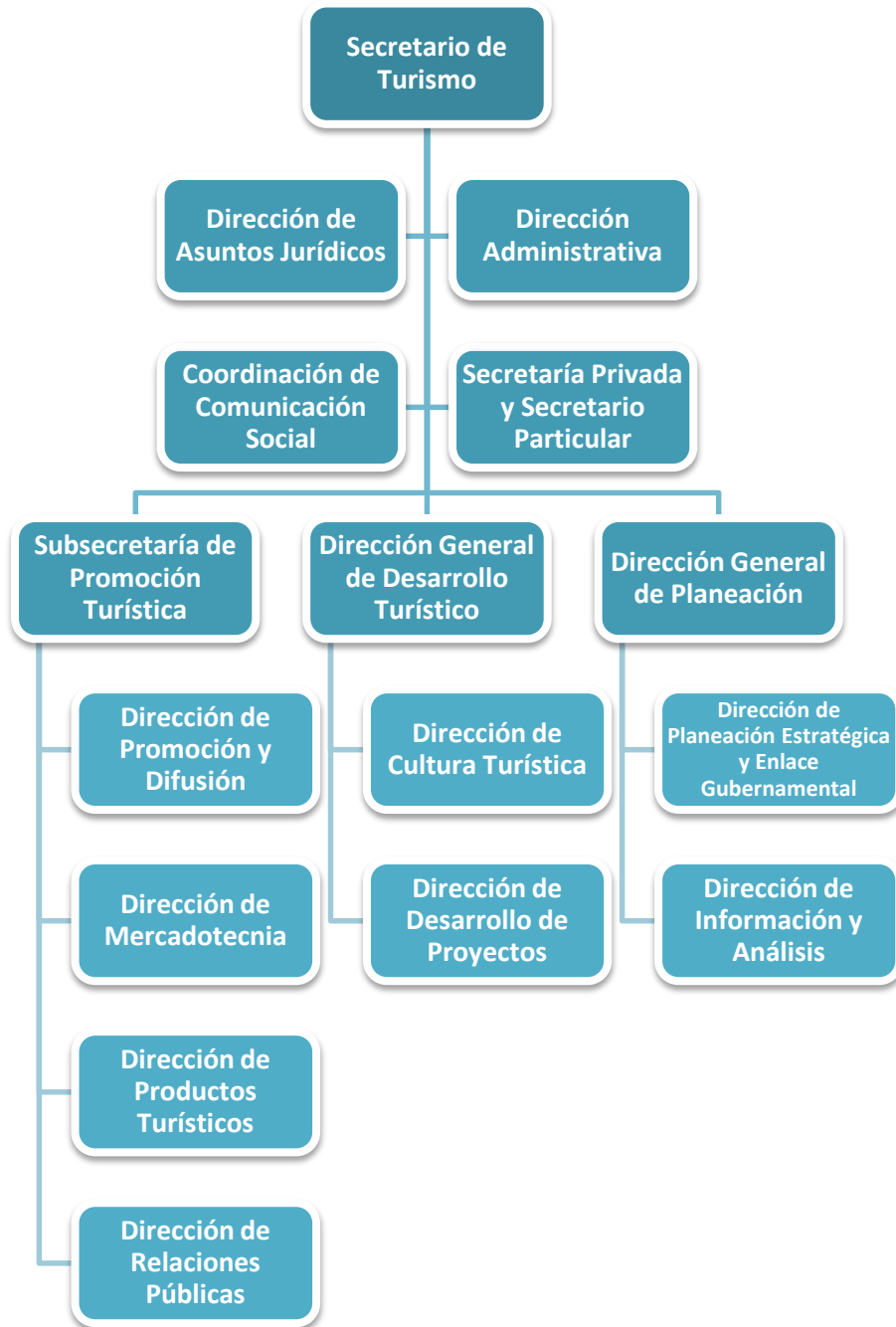
La marca turística "Guanajuato" estará posicionada como un destino competitivo y líder en el mercado turístico nacional, distinguido por la calidad y diversidad de su oferta y por el desarrollo ordenado y sustentable de sus regiones, que habrá logrado atraer e incrementar la demanda e inversión en beneficio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

Valores

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

2. Estructura

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



Capítulo 2 Turismo en el Mundo

2.1 Comportamiento y Tendencias

Como tendencia mundial un número creciente de destinos se han abierto al turismo y han invertido en este sector, convirtiéndolo en un factor clave del progreso socioeconómico a través de la generación de ingresos, la creación de empleo y de empresas y la inversión de infraestructura.

En años recientes, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor magnitud y crecimiento del mundo. Además del surgimiento de una gran cantidad de nuevos destinos adicionales a los tradicionales y favoritos de Europa y América del Norte.

La llegada de turistas internacionales a pesar de ocasionales contingencias, ha registrado un crecimiento prácticamente ininterrumpido – desde los 25 millones en 1950 hasta los 278 millones en 1980, los 528 millones en 1995 y los 1 mil 35 millones en 2012.



Fuente: Barómetro Turístico OMT, agosto 2013.

Las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) en todo el mundo superaron por primera vez en su historia los mil millones en 2012, 1 mil 35 millones de turistas cruzaron fronteras frente a los 995 millones de 2011.

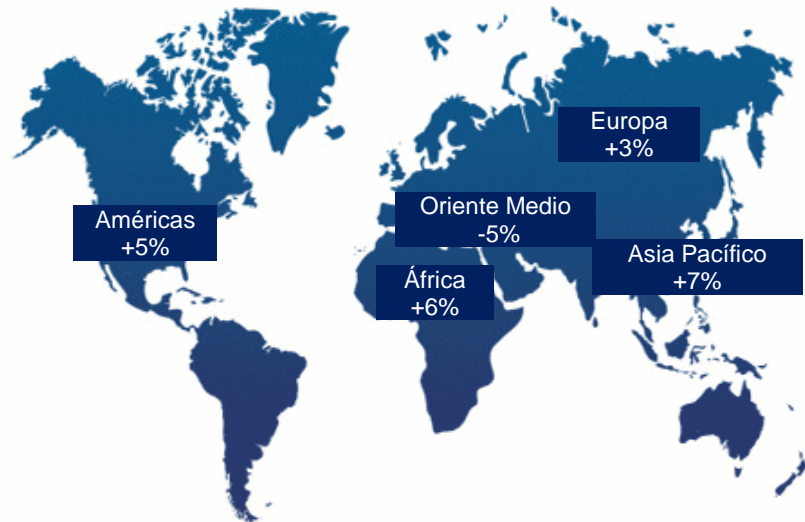
La región de Asia y el Pacífico registró el mayor crecimiento con un aumento del 7% en llegadas, seguida de África (+6%) y las Américas (+5%).

Europa, la región más visitada del mundo, presentó en la llegada de turistas internacionales un aumento del 3%. Por otro lado, Oriente Medio registró un decremento de (-5%), por lo que todavía no ha logrado volver al crecimiento.

El crecimiento de los ingresos por turismo internacional fue del 4% en términos reales, es similar al crecimiento de las llegadas.

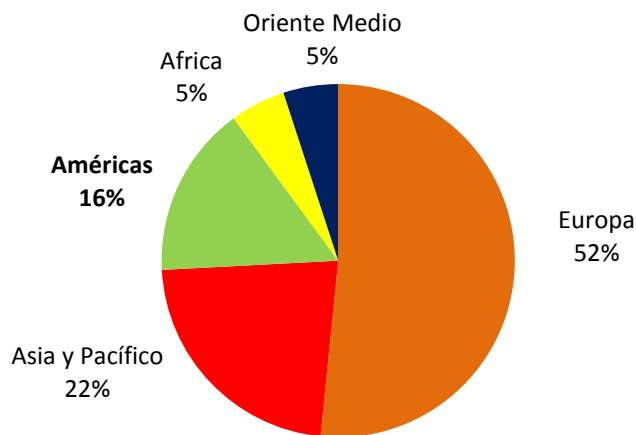
En 2012, los ingresos por turismo internacional alcanzaron 1 mil 75 miles de millones de dólares en todo el mundo, partiendo de los 1 mil 42 miles de millones de dólares en 2011.

China se convirtió en el primer mercado del mundo en gastos por turismo internacional con 102 mil millones de dólares.



Llegada de Turistas mundial = 1 mil 35 millones de personas +4%

Llegada de Turistas Internacionales 2012



La llegada de turistas de la región de las Américas representa el 16% del total a nivel mundial.

Fuente: Barómetro Turístico OMT, agosto 2013.

2.2 Estadísticas por destino

En 2012, conforme a los resultados de la OMT, los tres primeros lugares en llegada de turistas internacionales fueron: Francia, Estados Unidos y China.

México se ubicó en la décima tercera posición, descendiendo 3 lugares, recibiendo a 23.4 millones de turistas.

Alemania logró desbancar al Reino Unido y colocarse en la séptima posición, mientras que Rusia ascendió 3 posiciones y se ubicó en el noveno lugar. Hong Kong escaló un lugar para ubicarse en la posición número 12.

Llegada de Turistas Internacionales							
Posición	País	2000	2005	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
	Total Mundial	677	807	949	995	1,035	4.0%
1	Francia	77.2	75.0	77.6	81.6	83.0	1.8%
2	Estados Unidos	51.2	49.2	60.0	62.7	67.0	6.8%
3	China	31.2	46.8	55.7	57.6	57.7	0.3%
4	España	46.4	55.9	52.7	56.2	57.7	2.7%
5	Italia	41.2	36.5	43.6	46.1	46.4	0.5%
6	Turquía	9.6	24.2	31.4	34.7	35.7	3.0%
7	Alemania	19.0	21.5	26.9	28.4	30.4	7.3%
8	Reino Unido	23.2	28.0	28.3	29.3	29.3	-0.1%
9	Rusia	19.2	19.9	20.3	22.7	25.7	13.4%
10	Malasia	10.2	16.4	24.6	24.7	25.0	1.3%
11	Austria	18.0	20.0	22.0	23.0	24.2	4.9%
12	Hong Kong (China)	8.8	14.8	20.1	22.3	23.8	6.5%
13	México	20.6	21.9	23.3	23.4	23.4	0.0%

Fuente: Barómetro Turístico OMT, agosto 2013.



Los ingresos por turismo internacional en 2012 ascendieron a \$1 mil 75 miles de millones de dólares un 4% más que el año anterior.

México desciende un lugar y se ubica en la posición número 24 captando \$12.7 miles de millones de dólares durante el año.

A continuación se presenta una tabla con los destinos con mayores ingresos en 2012.

Ingresos por Turismo Internacional por País de Destino (miles de millones de dólares)							
Posición	País	2000	2005	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
	Total Mundial	475	680	930	1,042	1,075	3%
1	Estados Unidos	82.9	82.2	103.5	115.6	126.2	9%
2	España	30	48	52.5	59.9	55.9	-7%
3	Francia	33	44	47	54.8	53.6	-2%
4	China	16.2	29.3	45.8	48.5	50	3%
5	Macao (China)	3.2	7.9	27.8	38.5	43.7	14%
6	Italia	27.5	35.4	38.8	43	41.2	-4%
7	Alemania	18.7	29.2	34.7	38.9	38.1	-2%
8	Reino Unido	21.9	30.7	32.4	35.1	36.6	4%
9	Hong Kong (China)	5.9	10.3	22.2	28.5	33.1	16%
10	Australia	9.3	16.8	29.1	31.5	31.5	0%
11	Tailandia	7.5	9.6	20.1	27.2	30.1	11%
12	Turquía	7.6	19.2	22.6	25.1	25.7	2%
24	México	8.3	11.8	12	11.9	12.7	7%

2.3 Proyecciones

Las previsiones presentadas por la OMT indican un crecimiento de las llegadas de turistas internacionales para 2013 de entre un 3% y un 4%, ligeramente por debajo del valor para 2012 y en consonancia con la previsión de la OMT a largo plazo.

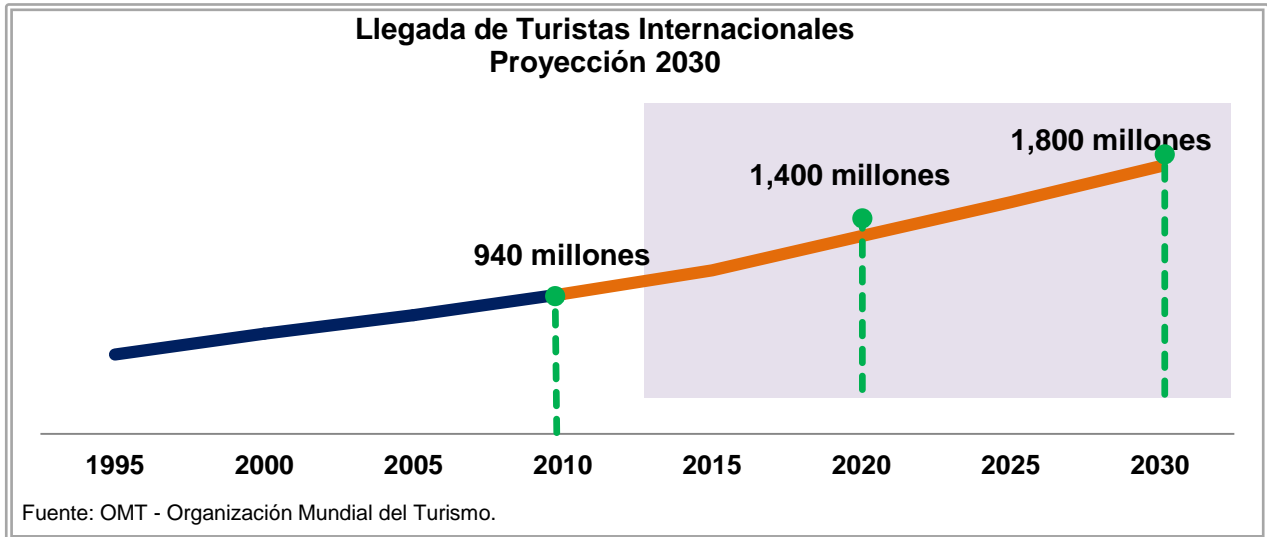
Por regiones de la OMT, las mejores perspectivas en 2013 son para Asia y el Pacífico (entre el 5% y el 6%), seguida de África (entre el 4% y el 6%), las Américas (entre el 3% y el 4%), Europa (entre el 2% y el 3%) y Oriente Medio (entre el 0% y el 5%).

El informe de la OMT "Tourism Towards 2030" (Turismo hacia 2030) ofrece un pronóstico a largo plazo actualizado y una evaluación del desarrollo del turismo para las dos próximas décadas, de 2010 a 2030. Los resultados más importantes de este estudio son las proyecciones cuantitativas de la demanda del turismo internacional durante un periodo de 20 años.

De acuerdo a este mismo informe, se calcula que el número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo crecerá un promedio del 3.3% al año durante el periodo comprendido entre 2010 y 2030. Con el tiempo, la tasa de crecimiento ira

disminuyendo paulatinamente del 3.8% en 2012 al 2.9% en 2030, partiendo de la base de unas cifras cada vez mayores.

Tomando en cuenta el ritmo de crecimiento previsto, las llegadas de turistas internacionales en el mundo superaran la cifra de 1,400 millones en 2020 y 1,800 millones de turistas internacionales en 2030.



Capítulo 3 La Actividad Turística en México

3.1 Comportamiento y tendencias

México en 2012 recibió cerca de 76 millones de visitantes internacionales¹, de ellos el 30 por ciento que equivale a más de 23 millones de personas se refieren a turistas.

El turismo internacional a México observó un ligero incremento, sustentado por los aumentos del 3 por ciento en turismo fronterizo y del 2 por ciento en los excursionistas fronterizos.

Los visitantes internacionales a México realizaron en 2012 un gasto total de \$12 mil 739 millones de dólares presentando un incremento del 7% con relación a 2011.

En comparación con 2011, los ingresos captados por el turismo de internación mostraron un crecimiento del 8 por ciento

El gasto medio del visitante internacional en 2012 fue de \$166 dólares, presentando una variación positiva del 6 por ciento, mientras que el del turista internacional en específico fue de \$460 dólares con un aumento del 8 por ciento.

Durante 2012 los turistas hospedados en hoteles del País presentaron un comportamiento positivo con la llegada de 90.4 millones de turistas, que constituye un aumento del 5% en comparación con el año anterior.

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

3.2 Estadísticas del Sector

3.2.1 Visitantes internacionales y mercados emisores

El País recibió en 2012 a más de 76.7 millones de visitantes internacionales, mostrando un ligero incremento en comparación con el año anterior.

El 30 por ciento de los visitantes recibidos correspondió a turistas internacionales.

El turismo de internación mostró un aumento del 3 por ciento, mientras que los excursionistas fronterizos presentaron una variación de 2 por ciento.

Reporte de Flujos Turísticos a México 2008-2012						
Miles de personas	2008	2009	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Visitantes Internacionales a México	92,948	88,044	81,953	75,732	76,749	1.34%
Turistas Internacionales a México	22,931	22,346	23,290	23,403	23,403	0.00%
Turismo Receptivo (internación)	13,425	12,501	13,327	13,237	13,665	3.23%
Turismo Fronterizo	9,505	9,845	9,962	10,166	9,738	-4.21%
Excursionistas Internacionales	70,017	65,698	58,664	52,329	53,347	1.95%
Excursionistas Fronterizos	63,526	59,997	52,615	47,039	48,148	2.36%
Pasajeros en Crucero	6,491	5,701	6,048	5,289	5,199	-1.71%

Fuente: SIIMT, Banco de México. Incluye la revisión y ajuste de cifras por parte de Banxico 2012.

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



Fuente: Banco de México

Respecto a los mercados emisores, los datos del SIOM (Sistema de Operación Migratoria) señalan que en 2012 el País recibió la llegada de más de 10 millones de pasajeros aéreos internacionales lo que representa un incremento del 6.5 por ciento en comparación con el año anterior.

América del Norte ocupa el primer lugar en mercados emisores con 70 por ciento.

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

A continuación se enlistan los principales países emisores durante 2012

México				
Llegadas de pasajeros aéreos internacionales				
(miles de personas)				
País emisor	2011	2012	Var 11-12	Participación en el Mercado 2012
Total General	10,143,220	10,804,767	6.50%	100%
1 Estados Unidos	5,728,166	5,941,914	3.70%	55%
2 Canadá	1,563,150	1,571,544	0.50%	15%
3 Reino Unido	330,072	363,142	10.00%	3%
4 España	279,531	278,811	-0.30%	3%
5 Argentina	200,694	251,221	25.20%	2%
6 Brasil	196,267	248,900	26.80%	2%
7 Francia	186,780	202,855	8.60%	2%
8 Alemania	165,136	172,841	4.70%	2%
9 Colombia	125,882	163,725	30.10%	2%
10 Italia	150,691	156,533	3.90%	1%
Resto de países	1,216,854	1,453,281	19%	13%

Fuente: SIOM Sistema Integral de Operación Migratoria, Instituto Nacional de Migración.
Cifras preliminares sujetas a revisión por parte del SIOM

En 2012 el total de ingresos por turismo internacional en México asciende a más de \$12.7 mil millones de dólares, un incremento del 7% con relación a 2011.

Gasto						
Ingresos por Turismo Internacional						
Millones de dólares	2008	2009	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Visitantes Internacionales a México	\$13,370	\$11,513	\$11,992	\$11,869	\$12,739	7%
Turistas Internacionales a México	\$10,861	\$9,431	\$9,991	\$10,006	\$10,766	8%
Turismo Receptivo (internación)	\$10,152	\$8,827	\$9,443	\$9,448	\$10,199	8%
Turismo Fronterizo	\$708	\$604	\$548	\$558	\$568	2%
Excursionistas Internacionales	\$2,509	\$2,082	\$2,001	\$1,862	\$1,973	6%
Excursionistas Fronterizos	\$2,026	\$1,628	\$1,472	\$1,384	\$1,533	11%
Pasajeros en Crucero	\$483	\$454	\$529	\$479	\$440	-8%

Fuente: SIIMT, Banco de México, incluye la revisión y ajuste de cifras por parte de Banxico 2012.



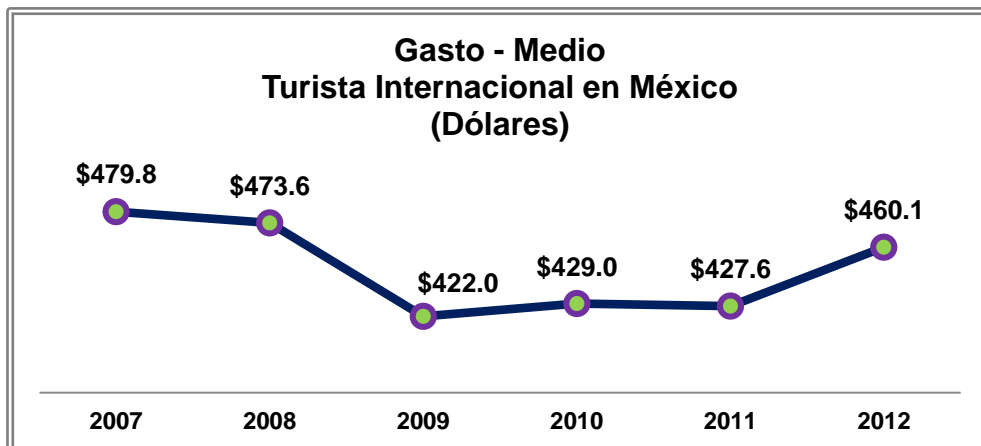
Fuente: SIIMT, Banco de México, incluye la revisión y ajuste de cifras por parte de Banxico 2012.

En 2012 el gasto medio del visitante presentó un incremento del 6% en comparación con el año anterior.

Por su parte el gasto medio del turista de internación mostró una variación positiva del 5%.

Gasto Medio						
Dólares	2008	2009	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Visitantes Internacionales a México	\$143.8	\$130.8	\$146.3	\$156.7	\$166	6%
Turistas Internacionales	\$473.6	\$422.0	\$429.0	\$427.6	\$460.1	8%
Turismo Receptivo (internación)	\$756.2	\$706.1	\$708.5	\$713.8	\$746.3	5%
Turismo Fronterizo	\$74.5	\$61.3	\$55.0	\$54.9	\$58.3	6%
Excursionistas Internacionales	\$35.8	\$31.7	\$34.1	\$35.6	\$37.0	4%
Excursionistas Fronterizos	\$31.9	\$27.1	\$28.0	\$29.4	\$31.8	8%
Pasajeros en Crucero	\$74.4	\$79.6	\$87.4	\$90.5	\$84.5	-7%

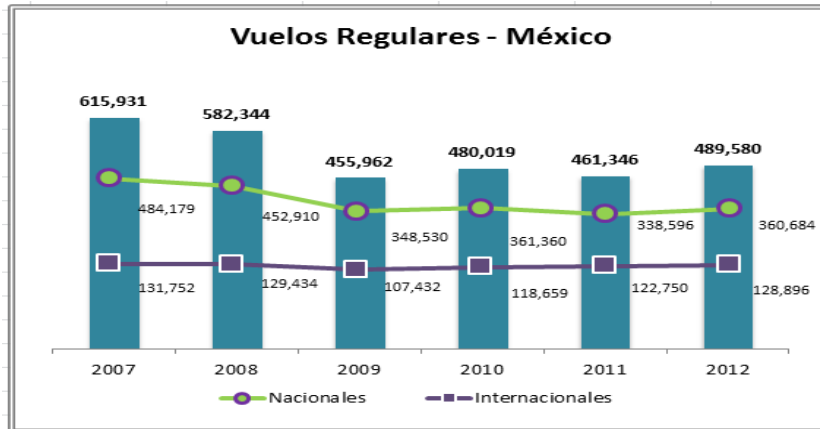
Fuente: SIIMT, Banco de México



Fuente: SIIMT, Banco de México

3.2.2 Transportación Aérea

Durante 2012, en los aeropuertos del País se registraron más de 489 mil vuelos regulares durante 2012. El 74 por ciento correspondió a vuelos nacionales y 26 por ciento a internacionales.



Fuente: Sector con información de Aeropuertos y Servicios Auxiliares.

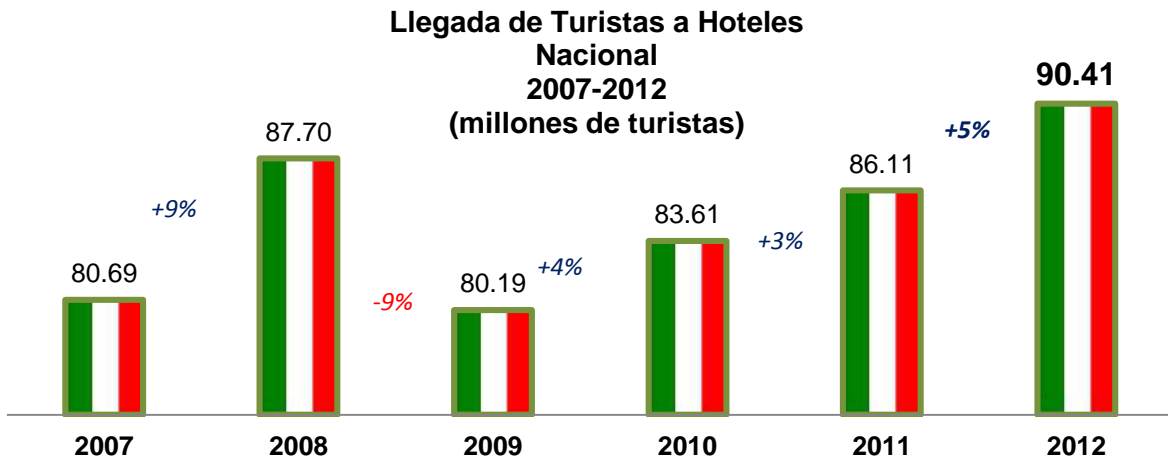
El número de pasajeros nacionales en 2012 fue de 27.8 millones de personas, mientras que la cantidad de pasajeros internacionales fue de 13.8 millones de personas. En global la llegada de pasajeros en vuelos regulares anual fue de 41.6 millones de personas, presentando un incremento del 9 por ciento en comparación con el año anterior.



Fuente: Sector con información de Aeropuertos y Servicios Auxiliares.

3.2.3 Actividad turística en hoteles

La **llegada de turistas nacional** en 2012 fue de **90.4 millones** de personas, con un aumento del **5%** en comparación con 2011 en el que la llegada de turistas fue de 86.1 millones.



Fuente: Sector.

Cabe señalar que la llegada de turistas depende en gran medida de factores económicos del país y del exterior, así como de la oferta hotelera de los diferentes destinos.

En el estado de **Guanajuato** la **llegada de turistas en 2012** fue de **3.3 millones** de personas, mostrando un **incremento** del **12%** en comparación con 2011 en el que la llegada de turistas fue de 2.9 millones.



Fuente: Datatur, Sector

Ranking - Actividad Hotelera 2012

Al cierre del año, 27 Entidades del país presentaron incrementos en la actividad turística en hoteles

Por **llegada de turistas**, **Guanajuato** se ubicó por primera vez en la **posición número 8**, con la **llegada de 3.3 millones de turistas** y una **variación positiva del 12%** con respecto a 2011. El Estado escaló nuevamente una posición y se colocó en un lugar histórico.



Fuente: Sectur, Sector Guanajuato.

Llegada de Turistas 2012

	Destino	Llegada de Turistas Ranking 2012		
		2011	2012	Variación
1	Distrito Federal	11,206,116	11,859,457	6%
2	Quintana Roo	8,679,586	9,416,635	8%
3	Jalisco	6,144,571	6,603,530	7%
4	Guerrero	5,045,896	5,709,307	13%
5	Veracruz	4,682,443	5,151,131	10%
6	Chiapas	3,466,521	3,615,889	4%
7	Chihuahua	3,417,028	3,566,384	4%
8	Guanajuato	2,976,899	3,328,089	12%
9	Baja California	2,837,575	3,102,041	9%
10	Puebla	2,480,977	2,854,943	15%
11	Sinaloa	2,739,788	2,750,865	0%
12	Michoacán	2,614,067	2,705,285	3%
13	México	3,153,503	2,606,734	-17%
14	Tamaulipas	2,871,847	2,578,411	-10%
15	Oaxaca	2,672,394	2,524,345	-6%
16	Sonora	2,108,227	2,162,037	3%

Fuente: Sectur.

	Destino	Llegada de Turistas Ranking 2012		
		2011	2012	Variación
17	Baja California Sur	1,742,295	1,875,947	8%
18	Hidalgo	1,795,890	1,798,323	0.1%
19	Yucatán	1,746,061	1,748,252	0.1%
20	Nuevo León	1,621,573	1,744,074	8%
21	Nayarit	1,935,260	1,564,374	-19%
22	Querétaro	1,361,402	1,513,352	11%
23	Coahuila	1,210,719	1,442,043	19%
24	Morelos	1,255,671	1,304,322	4%
25	Campeche	1,171,507	1,241,355	6%
26	Tabasco	999,075	1,228,170	23%
27	San Luis Potosí	1,045,677	1,082,065	3%
28	Colima	987,647	1,043,999	6%
29	Zacatecas	815,367	912,713	12%
30	Durango	571,946	586,575	3%
31	Aguascalientes	506,569	498,627	-2%
32	Tlaxcala	250,190	291,730	17%
	Nacional	86,114,287	90,411,004	5%

3.2.4 Índice Nacional de Precios al Consumidor Turístico (INPC)

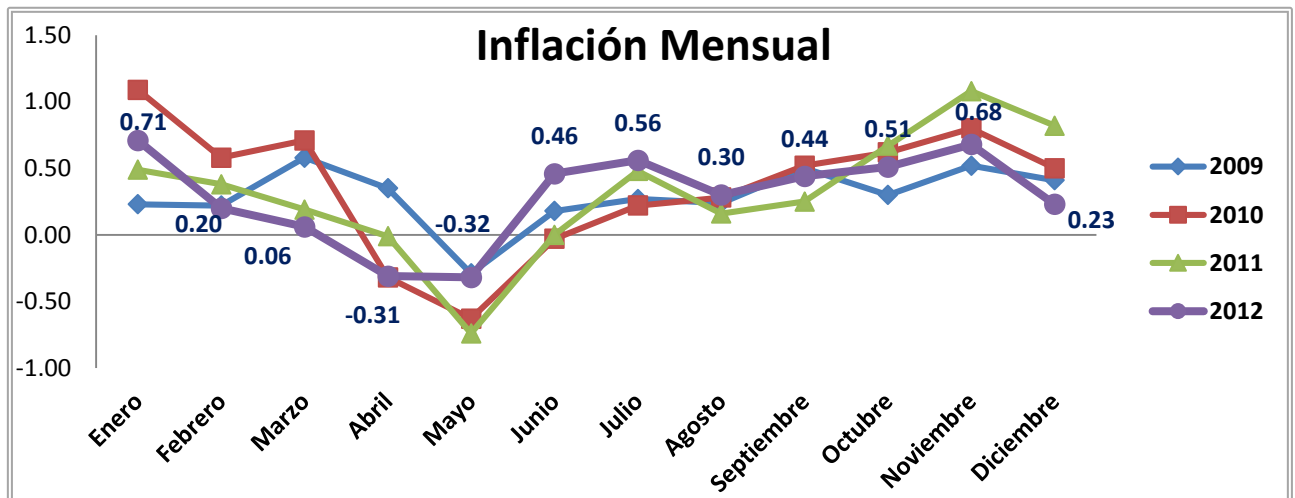
El Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) es un indicador económico que se emplea recurrentemente, cuya finalidad es la de medir a través del tiempo la variación de los precios de una canasta fija de bienes y servicios representativa del consumo de los hogares.

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

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

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

En 2012, la inflación anual fue de 3.57 por ciento, mostrando una variación de -7 por ciento con respecto a 2011.



Fuente: Banco de México.

Índice Nacional de Precios al Consumidor Inflación Anual 2007-2012						
Año	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Inflación	3.76%	6.53%	3.57%	4.40%	3.82%	3.57%

Fuente: Banco de México.

3.2.5 Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

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

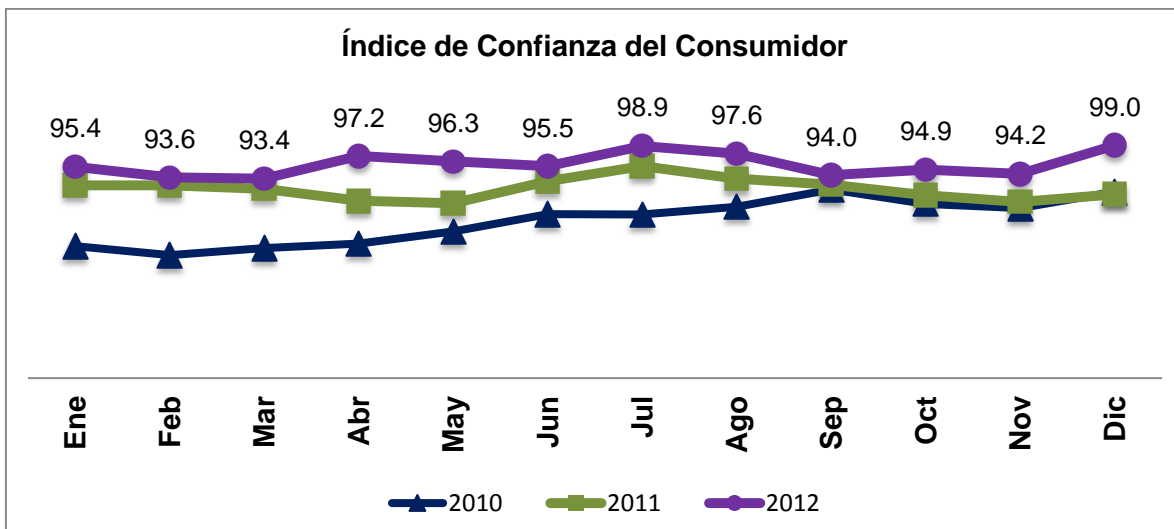
tienen acerca del estado actual y la situación esperada de la economía de los propios hogares, así como del país en general.

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

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

La confianza de los consumidores mexicanos alcanzó el nivel máximo de 2012 en el mes de diciembre con 99 puntos.

Durante 2012, el ICC mostró en todos los meses puntuaciones superiores a las registradas en años anteriores.



Fuente: Inegi.

Índice de Confianza del Consumidor 2007-2012						
Año	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Índice de Confianza del Consumidor	104.86	92.21	80.48	86.31	91.71	95.83

Fuente: Inegi.

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

3.2.6 Personas Ocupadas por Sectores

De acuerdo con los resultados de la Encuesta de Ocupación y Empleo (ENOE) del Inegi, al cuarto trimestre del 2012, 48.2 millones de personas se encontraban ocupadas en el país, lo que significa un 1% más que en el mismo periodo de 2011.

La mayor concentración de personas ocupadas se encuentra en el Estado de México con 12%, seguida del Distrito Federal con 10%. El estado de Guanajuato se ubica en la quinta posición con el 5% de las personas ocupadas del país, superando a estados como Nuevo León, Puebla y Quintana Roo.

Las empresas que ofrecen servicios, como el comercio, la hotelería, el turismo, las comunicaciones, y otras, corresponden al sector terciario, en 2012 este sector empleó al mayor número de personas en proporción al total: 29.6 millones de personas que representan el 61% del total.

Población Nacional Ocupada según el Sector de Actividad Cuarto Trimestre 2012		
Sector	Población Ocupada	Participación
Total	48,203,851	100%
Primario	6,893,742	14%
Secundario	11,378,089	24%
Terciario	29,614,050	61%

Fuente: Inegi. Encuesta Nacional de Ocupación y empleo IV Trimestre 2012.

A nivel nacional específicamente en el sector de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, en el país se registraron 3.2 millones de personas. Esta cifra representa una participación de al menos 11.1 por ciento de la población ocupada del sector terciario a nivel nacional

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

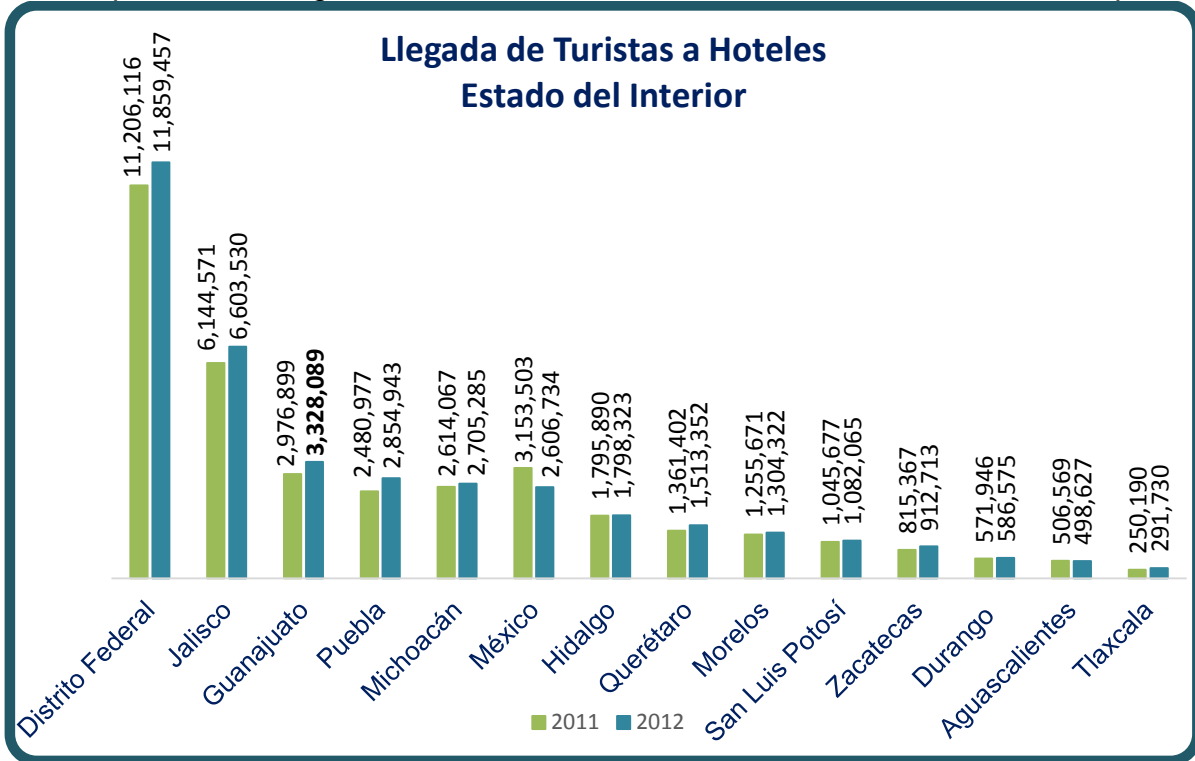
Sector de Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas					
Estado	Personas Ocupadas	Participación	Estado	Personas Ocupadas	Participación
1 México	401,360	12%	9 Chihuahua	109,774	3%
2 Distrito Federal	315,474	10%	10 Oaxaca	106,594	3%
3 Jalisco	270,023	8%	11 Michoacán	106,236	3%
4 Veracruz	203,464	6%	12 Baja California	102,818	3%
5 Guanajuato	167,322	5%	13 Guerrero	91,331	3%
6 Nuevo León	131,744	4%	14 Chiapas	88,092	3%
7 Puebla	119,952	4%	15 Tamaulipas	86,415	3%
8 Quintana Roo	110,405	3%	Total	3,287,074	100%

Fuente: Inegi, Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, IV Trimestre de 2012.

Capítulo 4 Turismo de Guanajuato en México

4.1 Posición de Guanajuato en el país

De acuerdo a la Secretaría de Turismo Federal, el estado de Guanajuato ocupa la tercera posición en llegada de turistas considerando los Estados del interior del país.



Fuente: Sector Guanajuato.

En el estado de **Guanajuato** la **llegada de turistas en 2012** fue de **3.3 millones** de personas, mostrando un **incremento** del **12%** en comparación con 2011 en el que la llegada de turistas fue de 2.9 millones.

4.2 Destinos Principales del Estado

En el año 2012 **Celaya** cerró con una ocupación hotelera del **44** por ciento, representando un 18 por ciento con respecto al año anterior. Los meses con mayor impacto fueron **julio** y **agosto** con **45** por ciento, **septiembre** con **47** por ciento, **octubre** con **49** por ciento y **noviembre** con **56** por ciento. La ciudad recibió una llegada cercana a los **346 mil** turistas, es decir un crecimiento de 18 por ciento en comparación con 2011.

La ocupación promedio anual que registró Guanajuato Capital fue de **43%**, es decir un crecimiento de 15%, y una llegada de turistas anual superior a los **533 mil turistas** con un crecimiento de 9% o bien 45 mil turistas más con lo que respecta a 2011. Durante los meses de **abril, junio** y **octubre** la ocupación fue de **50** por ciento y el mes de **julio** con **53** por ciento, se considera que los eventos que se llevaron a cabo en el destino durante dicho año impactaron positivamente en todos los indicadores del destino, por citar algunos eventos y su comportamiento: **Guanajuato International Film Festival** registró **68** por ciento de ocupación en Guanajuato y en el mes de octubre se celebró el **Festival Internacional Cervantino** con una ocupación del **57** por ciento.

Con un **49** por ciento en su ocupación promedio la ciudad de **Irapuato** cerró el año 2012, presentando un incremento de 5 por ciento respecto al año anterior y registrando la llegada de más de **297 mil turistas** con un aumento de 22 mil turistas más, con respecto al año anterior. Los meses con la ocupación más sobresaliente fueron **marzo, julio** y **noviembre** con **54%**. En marzo se llevó a cabo Expo Fresas del 2 al 20 de marzo. En julio se observó impacto positivo derivado de las vacaciones de verano y en noviembre varios eventos incrementaron la actividad turística. En el mes de octubre se realizó el **Congreso Hombre a Hombre** el cual generó una ocupación de **73** por ciento, es decir 12% más que la edición 2011. Durante los días que se llevó a cabo la **Convención Nacional G12** se registró una ocupación de **81** por ciento con una derrama de **5.4 millones de pesos**; uno de los eventos fuertes de la ciudad es la **Expo Agroalimentaria** que durante su realización la ocupación hotelera se registró en **89** por ciento, un crecimiento de 9% con respecto al año anterior.

La ciudad de **León** durante 2012, registró una llegada de turistas de **1 millón 244 mil personas** mostrando un incremento cercano a los 98 mil turistas. La ocupación promedio fue de **49** por ciento con un incremento de 9 por ciento respecto al año anterior. La ciudad es sede de grandes eventos itinerantes y permanentes los cuales benefician a los indicadores turísticos de la ciudad. La **X Edición del Festival Internacional del Globo, el Puente Festivo de la Revolución y el Buen Fin** se realizaron durante el mismo período del **16 al 19 de noviembre**, lo cual impactó de una manera positiva la ciudad, con un porcentaje de ocupación del **90%**, es decir un 4% más que el año anterior.

Salamanca recibió una llegada cercana a los **98 mil turistas** y una ocupación promedio de **53** por ciento promedio en 2012, lo que representa un incremento de

27%. La actividad turística presentó los niveles más altos del año en **mayo** con **66** por ciento, **octubre** con **62** por ciento y **noviembre** con **64** por ciento. En el año 2011 se establecieron algunas industrias del sector automotriz, las cuales han generado desde su inicio de actividades un impacto positivo en los principales indicadores turísticos de la ciudad, además cabe mencionar que algunos eventos importantes se realizaron en la ciudad como la **Olimpiada y Paralimpiada 2012**, dicho evento se realizó el mes de Mayo.

Se registró un **35%** de ocupación promedio en la ciudad de **San Miguel de Allende** mostrando un comportamiento similar que el año pasado. En el año 2012 la llegada fue de **275 mil personas**, un aumento de casi 32 mil turistas. En **abril** se registró la mayor ocupación del año con **44** por ciento, seguido por el mes de **julio** con **41** por ciento debido al periodo vacacional de verano.

Dolores Hidalgo registró en 2012 la llegada de **66 mil turistas** lo que representa un aumento casi 13 mil turistas más respecto al año anterior. La ocupación promedio fue de **29** por ciento, es decir 18 por ciento de crecimiento. Uno de los eventos de mayor impacto en la ciudad son las **Fiestas Patrias** que comprendieron el período del **14 al 17 de septiembre** en 2012 y durante estas fechas se registró una ocupación de **73** por ciento; durante el mes de **noviembre** el **Festival de José Alfredo Jiménez** en la edición 2012 se realizó del 22 al 25 de noviembre alcanzó una ocupación de **53** por ciento y **3 más de mil visitantes**.

Durante 2012, **Silao** registró una llegada de turistas superior a las **186 mil personas** mostrando un incremento en comparación con 2011 de casi 20 mil turistas. La ocupación promedio fue de **65** por ciento, 10 por ciento más que el año anterior. Uno de los eventos de mayor impacto en la ciudad fue Enduro que en el año 2012 se realizó el 26 y 27 de mayo y mostró una ocupación de 63 por ciento.

4.3 Guanajuato y los tesoros coloniales

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

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

Las entidades del programa **Tesoros Coloniales** que registraron en 2012 incrementos en la llegada de turistas fueron: **Guanajuato** y **Zacatecas** con **12** por ciento y **Querétaro** con **11** por ciento.

Los estados que mostraron un leve crecimiento en la llegada de turistas fueron: **Durango** y **Zacatecas** con **3** por ciento y **Michoacán** con **.05** por ciento, mientras que **Aguascalientes** mostró un decremento del **2** por ciento.

El estado de **Guanajuato** se encuentra en la primera posición con la llegada de **3.3 millones de turistas**, conservando la primera posición desde años anteriores.

Llegada de Turistas a Hotel Tesoros Coloniales			
Destino	2011	2012	Variación
Nacional	86,114,287	90,411,004	5%
1 Guanajuato	2,976,899	3,328,089	12%
2 Michoacán	2,614,067	2,750,865	.05%
3 Querétaro	1,361,402	1,513,352	11%
4 San Luis Potosí	1,045,677	1,082,065	3%
5 Zacatecas	815,367	912,713	12%
6 Aguascalientes	506,569	498,627	-2%
7 Durango	571,946	586,575	3%

Fuente: Sectur Guanajuato.

4.4 Ruta histórico cultural

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

Estos destinos recibieron más de **874 mil turistas**, lo que representa un incremento del **14** por ciento en comparación con 2011. La ocupación hotelera promedio fue de **39** por ciento y la estadía de **1.64 noches**.

4.5 Ruta de negocios

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

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

En la **Ruta de Negocios** la llegada de turistas en 2012 fue de más de **1 millón 941 mil personas**, mostrando un incremento del 11 por ciento con relación al 2011. La estadía fue de **1.39 noches** promedio y el porcentaje de ocupación promedio fue de 48 por ciento, mostrando un incremento del 11 por ciento en comparación con el año anterior.

Las ciudades de **Celaya** y **Salamanca** presentaron un porcentaje anual de ocupación promedio de **44** y **53** por ciento correspondientemente.

El porcentaje de ocupación anual promedio en los destinos de **León** e **Irapuato**, fue de **49** por ciento en ambos destinos.

Capítulo 5 Estadísticas de Guanajuato

5.1 Indicadores económicos y socio demográficos

En 2010 se realizó el Censo de Población y Vivienda mostrando para el Estado de Guanajuato los siguientes resultados:

La población del Estado es de 5 millones 486 mil 372 personas, lo que representa el 5 por ciento del total nacional.

La distribución municipal de los habitantes es la siguiente: el 26 por ciento reside en León (1 millón 436 mil 480 habitantes); 10 por ciento en Irapuato (529 mil 440 habitantes); 9 por ciento en Celaya (468 mil 469 habitantes); 5 por ciento en Salamanca (260 mil 732 habitantes); 3 por ciento en Silao (173 mil 024 habitantes); 3 por ciento en Guanajuato (171 mil 709 habitantes). En consecuencia, el 56 por ciento de la población total estatal reside sólo en 6 municipios, mientras que el 44 por ciento se encuentra distribuido en los otros cuarenta municipios que integran el estado.

De acuerdo a la proyección de CONAPO, al cierre del 2012 y del 2030, la población en el Estado mantiene la misma distribución de población, comparados con el Censo de Población Inegi 2010.

De 2010 a 2012, la población muestra una tasa media anual de crecimiento del 2%, mientras que en el 2030, la tasa de crecimiento será de 1%.

Población Estado de Guanajuato								
Municipio	Censo Inegi 2010	Participación	Proyección CONAPO 2012	Participación	Proyección CONAPO 2030	Participación	TMAC 2010 2012	TMAC 2012 2030
León	1,436,480	26%	1,485,490	26%	1,678,746	26%	2%	1%
Irapuato	529,440	10%	550,151	10%	620,096	10%	2%	1%
Celaya	468,469	9%	485,248	9%	542,279	9%	2%	1%
Salamanca	260,732	5%	269,520	5%	294,889	5%	2%	1%
Silao	173,024	3%	180,444	3%	209,056	3%	2%	1%
Guanajuato	171,709	3%	177,869	3%	199,868	3%	2%	1%
Resto de los municipios	2,446,518	44%	2,519,459	44%	2,816,467	44%	1%	1%
Estado	5,486,372	100%	5,668,181	100%	6,361,401	100%	2%	1%

Fuente: Inegi, Censo de Población y Vivienda 2010.

CONAPO. Consejo Nacional de Población. Proyecciones CONAPO 2012 Y 2030.

TMAC. Tasa Media Anual de Crecimiento.

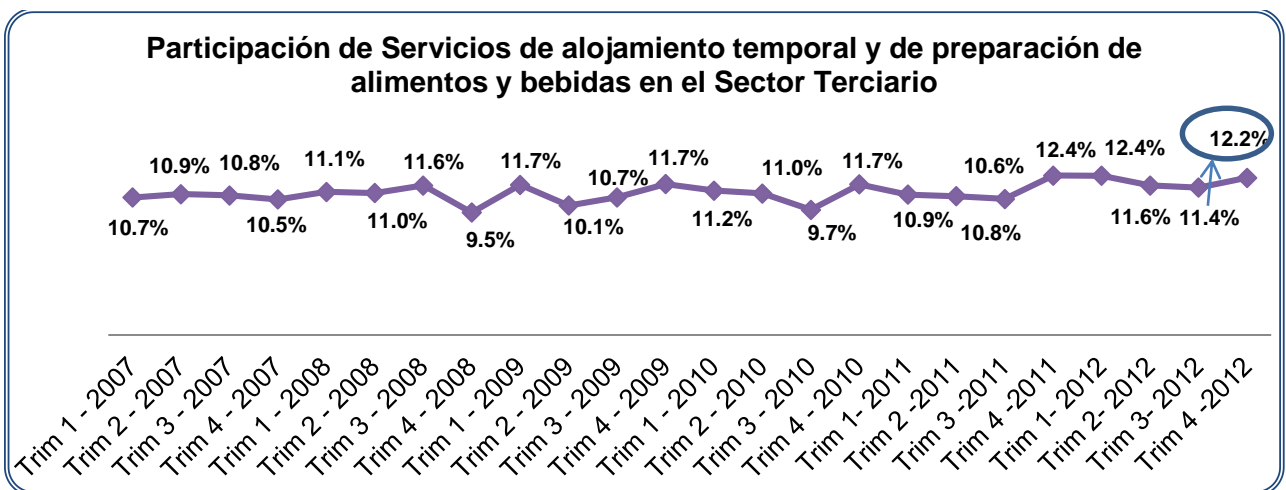
Empleos por Sectores Económicos

Los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del Inegi, indican que en el cuarto trimestre de 2012, en el estado de Guanajuato el 94 por ciento de la población económicamente activa (PEA) se encontraba ocupada.

El sector terciario empleó al 59 por ciento de la población ocupada en el cuarto trimestre de 2012.

En el último trimestre del año, el rubro de Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas mostró un crecimiento sobresaliente en la participación (12.2 por ciento) dentro del sector terciario, es decir, 7 por ciento de incremento con relación al trimestre anterior del mismo año.

En ese mismo rubro, la distribución de personas ocupadas por género en el estado de Guanajuato fue 36% Hombres y 64% Mujeres.



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

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

Se entiende por población ocupada a las personas que el periodo de referencia realizaron algún tipo de actividad económica.

5.2 Infraestructura

5.2.1 Aeropuerto Internacional de Guanajuato

El reporte generado por Sectur a través del sistema Datatur señala que el Aeropuerto Internacional de Guanajuato durante 2012 registró la llegada de 7 mil 593 vuelos regulares de los cuales 4 mil 283 (56 por ciento) fueron vuelos nacionales y 3 mil 310 vuelos internacionales.

En 2012 los vuelos internacionales representaron el 44 por ciento de los vuelos regulares al Aeropuerto Internacional de Guanajuato.

Durante el mismo año, el número de vuelos aumentó 2% con relación al 2011, lo que representa 115 vuelos más.



Fuente: Sectur, con base en información generada a través del Sistema Nacional de Información Turística (SNIT)

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

La llegada de pasajeros registrada durante 2012 al Aeropuerto Internacional de Guanajuato fue de 464 mil 925 pasajeros, 283 mil 518 nacionales (61 por ciento), mientras que 184 mil 407 fueron internacionales (39 por ciento).

En 2012 los pasajeros internacionales representan el 39 por ciento de los pasajeros totales al Aeropuerto Internacional de Guanajuato. Durante el mismo año, el número de pasajeros aumentó 11% con relación al 2011, lo que representa más de 45 mil pasajeros.



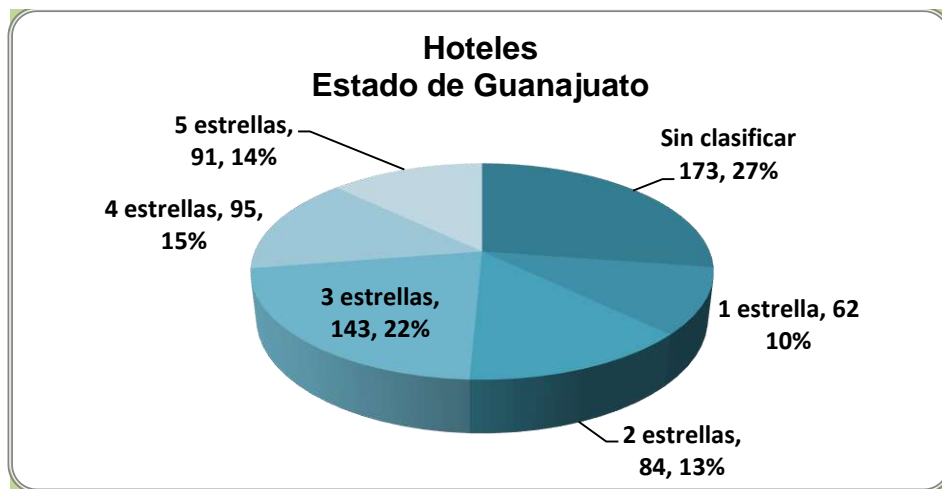
Fuente: Sectur, con base en información generada a través del Sistema Nacional de Información Turística (SNIT)

Las aerolíneas que operaron en el aeropuerto fueron: Aeroméxico, Connect Aeroliteral LTO, American Airlines, United Airlines, United Airlines, Magnicharter GMT, Viva Aerobus, y Volaris, American Eagle INC,

Entre los destinos nacionales se encuentran: México, D.F.; Monterrey, N.L.; Tijuana, B.C., y Cancún, Quintana Roo, y como destinos internacionales: Dallas y Houston, TX; Chicago, IL.; y Los Ángeles.

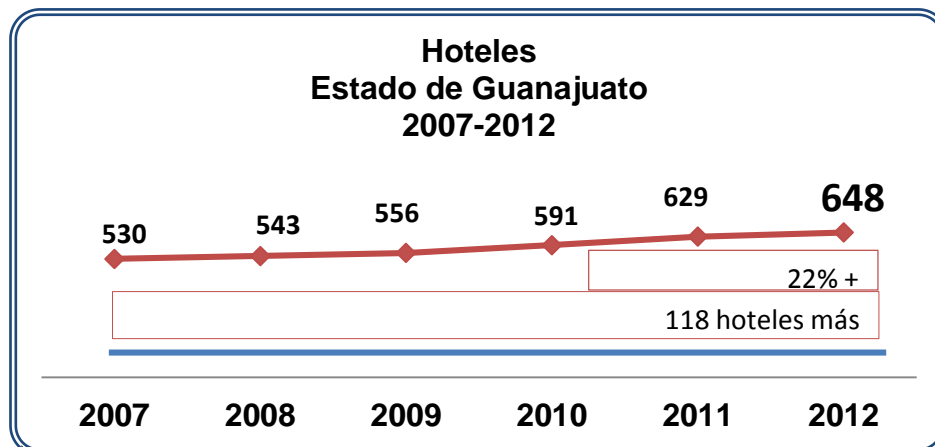
5.2.2 Hospedaje

El estado de Guanajuato al cierre del 2012, contaba con 648 establecimientos de hospedaje 1 a 5 estrellas más sin clasificar, bajo la siguiente distribución.



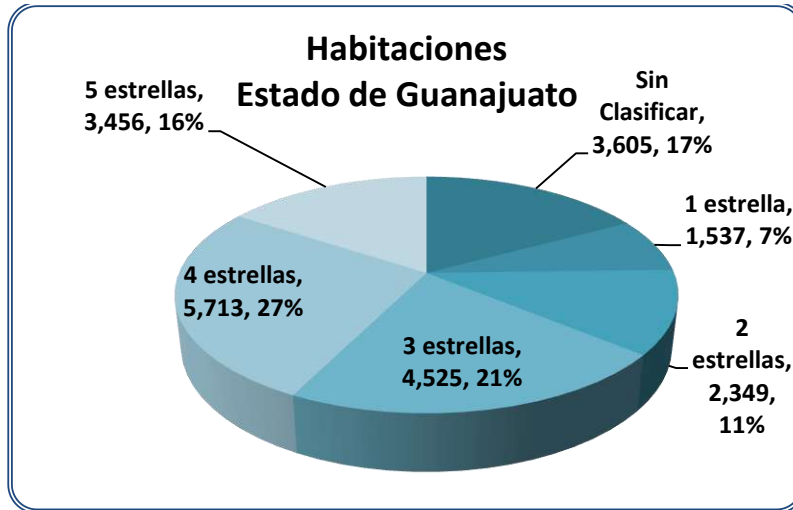
Fuente: Anuarios Inegi 2012
 Notas: 1 a 5 estrellas incluye los hoteles de categoría turística.
 Sin clasificar comprende los hoteles no familiares.

De 2007 a 2012 el estado de Guanajuato ha tenido un incremento del 22 por ciento en apertura de hoteles, es decir, 118 hoteles más, concluyendo el 2012 con 648 establecimientos de hospedaje 1 a 5 estrellas más sin clasificar.



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

Al cierre del 2012 el Estado contaba con 21 mil 185 habitaciones de categorías 1 a 5 estrellas y sin clasificar, de acuerdo a la siguiente relación:



Fuente: Anuario Inegi 2012
 Notas: 1 a 5 estrellas incluye los hoteles de categoría turística.
 Sin clasificar comprende los hoteles no familiares

De 2007 a 2012 el estado de Guanajuato registró un crecimiento del 13 por ciento en habitaciones, lo que representa 2 mil 432 habitaciones más, cerrando el 2012 con 21 mil 185 cuartos.



Fuente: Anuarios Inegi 2007-2012
 Notas: 1 a 5 estrellas incluye los hoteles de categoría turística.
 Sin clasificar comprende los hoteles no familiares.

Las habitaciones del Estado de establecimientos considerados de categoría turística corresponden al 83 por ciento.

La mayor concentración de la oferta de habitaciones 1 a 5 estrellas más sin clasificar se ubica en los municipios de León, Guanajuato, Celaya, Irapuato y San Miguel de Allende, en conjunto abarcan el 62 por ciento de los establecimientos de hospedaje y el 73 por ciento de la oferta de habitaciones.

5.2.3 Restaurantes

Al finalizar el 2012 se tenían registrados 1 mil 918 establecimientos de categoría turística que proporcionan servicios de alimentos en el Estado, considerando los establecimientos ubicados en áreas turísticas.

La mayor proporción la presentan los restaurantes con 952 establecimientos.



5.2.4 Zonas Arqueológicas

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

Plazuelas se encuentra en el municipio de Pénjamo, abriendo sus puertas al público a partir de marzo de 2006, durante el 2012 recibió a más de 22 mil personas. Los meses en que se recibieron más visitantes fueron marzo, abril y julio.

La zona Arqueológica Peralta ubicada en el municipio de Abasolo inició operaciones a partir de diciembre de 2008, recibiendo durante 2012 la visita de más de 22 mil personas. El mes en que se recibieron más visitantes fue abril con la llegada cercana a las 3 mil personas y julio con más de 2 mil visitantes.

En el mes de Febrero de 2011 abrió la zona arqueológica Cañada de la Virgen que se ubica en la ciudad de San Miguel de Allende. Durante 2012 recibió 22 mil 541 visitantes en el año. Sus temporadas altas fueron en marzo y abril.

El Cópore, se ubica en el municipio de San Felipe, abrió sus puertas al público a partir de agosto de 2012, recibiendo a 12 mil 727 visitantes. El mes de su apertura recibió la llegada más alta de visitantes, con una llegada cercana a las 7 mil personas.

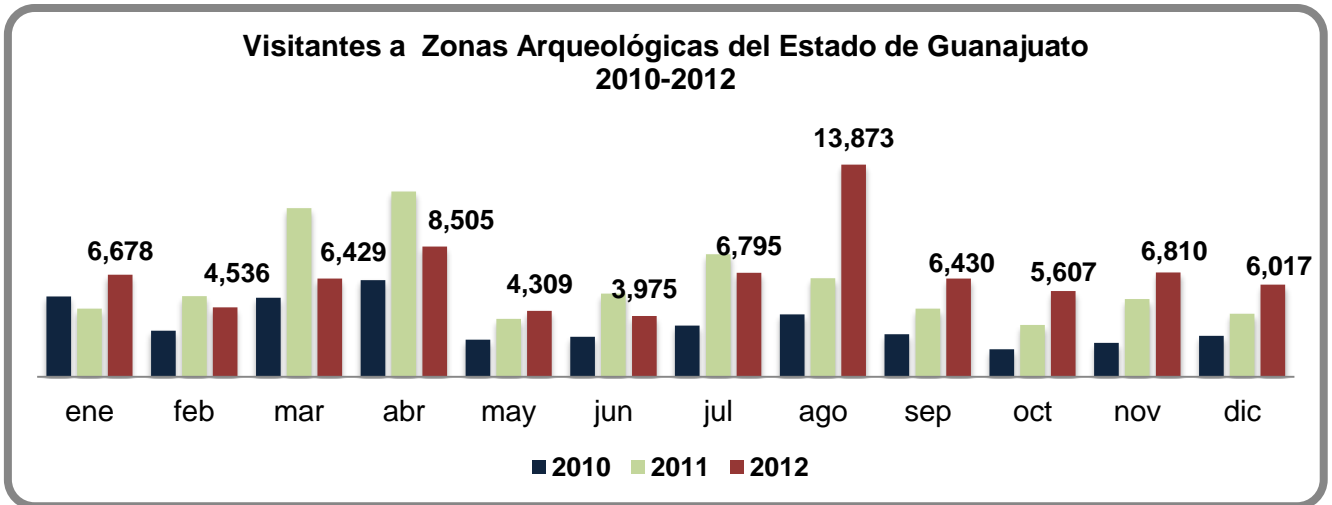


Visitantes por Zona Arqueológica

Visitantes Zonas Arqueológicas Estado de Guanajuato								
Zona Arqueológica	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado
Plazuelas	31,693	31,911	31,918	34,293	21,790	21,820	22,279	173,425
Peralta	NA	NA	NA	20,002	19,891	21,121	22,417	61,014
Cañada	NA	NA	NA	NA	NA	30,660	22,541	30,660
El Cópore	NA	NA	NA	NA	NA	NA	12,727	12,727
Total	31,693	31,911	31,918	54,295	41,681	73,601	79,964	277,826

Fuente: Instituto Nacional de Antropología e Historia de Guanajuato

Visitantes mensuales en Zonas Arqueológicas



Visitantes Zonas Arqueológicas Estado de Guanajuato													
Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Acumulado
2010	5,245	3,007	5,168	6,312	2,417	2,611	3,352	4,083	2,773	1,809	2,227	2,677	41,681
2011	4,458	5,267	11,016	12,117	3,782	5,446	8,003	6,451	4,451	3,394	5,091	4,125	73,601
2012	6,678	4,536	6,429	8,505	4,309	3,975	6,795	13,873*	6,430	5,607	6,810	6,017	79,964

Fuente: Datatur-Sectur, INAH Guanajuato, Instituto Estatal de la Cultura del Estado.

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

5.2.5 Museos

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

Los museos del Estado recibieron la visita de más de 428 mil personas durante el 2012.

Visitantes Museos Estado de Guanajuato							
Museos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado
Total	384,093	270,294	324,052	453,571	403,424	428,020	2,263,454

Fuente: Instituto Nacional de Antropología e Historia de Guanajuato.

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



Fuente: Instituto Nacional de Antropología e Historia de Guanajuato.

Visitantes a Museos Estado de Guanajuato													
Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Acumulado
2010	35,488	28,251	50,325	43,835	42,151	40,098	27,428	19,837	49,083	37,063	47,765	32,247	453,571
2011	31,315	30,068	35,095	48,953	23,931	33,727	41,975	39,787	29,754	28,251	39,430	21,138	403,424
2012	34,396	30,243	31,114	45,168	32,128	32,468	44,189	39,692	27,669	39,545	41,230	30,178	428,020

Fuente: Datatur-Sector, INAH Guanajuato.



5.3 Inversiones

- De 2007 a 2012 en el estado de Guanajuato se invirtieron más de \$ 6 mil 985 millones de pesos en proyectos turísticos privados de varios municipios del estado, destacando la inversión realizada en San Miguel de Allende, Guanajuato Capital y León, con la apertura de Hoteles, Restaurantes, Agencias de viajes así como empresas de servicios complementarios.

Inversión Turística Privada Estado de Guanajuato							
Indicador	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2007-2012
Inversión Privada	\$583,866,000	\$752,752,770	\$4,065,402,150	\$614,789,390	\$630,597,614	\$337,939,428	\$6,985,347,352

Fuente: Sector Reportes de Inversión 2007-2012.

5.4 Observatorio Turístico

El Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato es un mecanismo para la planeación turística, consistente en un espacio para la **investigación, análisis, evaluación y consulta de la actividad turística** en sus diversas modalidades, mediante un trabajo intersectorial y multidisciplinario que permitirá medirla y monitorearla, así como determinar las variables que le afectan.

Objetivos Principales

Generar información adecuada y consensuada, que permita definir el actuar del sector, promover mecanismos e instrumentos dirigidos a conocer las demandas de los ciudadanos y generar conocimiento útil a través de estudios e investigaciones del sector turístico. Además, pone al alcance de la sociedad la información relativa al fenómeno en estudio, atendiendo a criterios metodológicos, técnicos y de transparencia.

5.4.1 Principales Resultados 2012

- Participación como ponentes en el **Congreso de Investigación Turística CESTUR/SECTUR** en la ciudad de Campeche.
- Generación del Estudio **“Inventario Turístico de la Región Laja-Bajío”** a cargo de la Red de Investigadores.
- Integración de **2 nuevos indicadores** de Atractivos en el Tablero de Control.
- Actualización de **indicadores con información por municipios** (de acuerdo a disponibilidad de información).
- Presentación del Observatorio Turístico** ante Consejos de Turismo, Universidades, Cámaras y Asociaciones del Estado de Guanajuato:

- ✓ **Universidad De La Salle Bajío**
- ✓ **Consejo Turístico de San Miguel de Allende**
- ✓ **Consejo Histórico y cultural de Dolores Hidalgo**
- ✓ **Consejo Turístico de la Región Laja-Bajío**
- ✓ **Consejo Turístico de San José Iturbide**
- ✓ **OCV León**
- ✓ **OCV Celaya**
- ✓ **OCV Irapuato**
- ✓ **Turismo Municipal de Guanajuato**
- ✓ **Turismo Municipal de Salamanca**
- ✓ **Turismo Municipal de San Luis de la Paz**
- **Presentación del Observatorio Turístico** frente a Líderes de opinión del Estado de Guanajuato.
- **Vinculación con el Gobierno de Tucumán** (Argentina) para el asesoramiento de creación de su propio Observatorio Turístico.
- **Integración de gráficos dinámicos** en el portal de internet, que ayudan al mejor uso y entendimiento de la información para el usuario.
- **Posicionamiento del portal** como herramienta de consulta en Consejos de Turismo y OCV del Estado y otras entidades.
- **Más de 10,800 visitas en 2012.** Se duplicó el número de visitas al portal a partir del mes de mayo.
- **Integración en Redes sociales** con la cuenta en Twitter **@ObservaTur_GTO**
- **Integración de un glosario de términos** de la actividad turística.
- **Realización de boletines electrónicos** con información resumida de los resultados de la actividad turística en el Estado. **(3 ediciones)**
- **Participación del experto y líder de opinión en Turismo de Reuniones** Eduardo Yarto, con la publicación: “El Turismo de Reuniones a 10 años de su ordenamiento”.

5.4.2 Principales Acciones y Resultados de la Página Web 2012

El principal mercado de usuarios al portal de internet del Observatorio Turístico es el **Nacional**, enfocándose principalmente en el estado de **Guanajuato** y la **Ciudad de México**, sin embargo algunos países han estado también pendientes de la información publicada en este portal, entre los principales son **España** con **278**, **Colombia** con **265** y **Perú** con **250 visitas**, quienes cuentan también con sistemas de medición de la actividad turística.

Ranking Visitas Internacionales				
Posición	Origen	Visitas 2011	Visitas 2012	Acumulado 2011-2012
	México	1,649	9,485	11,134
1.	España	34	278	312
2.	Colombia	10	265	275
3.	Perú	22	250	272
4.	Argentina	33	211	244
5.	Ecuador	7	186	193

Fuente: Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato- Sector Guanajuato.

Ranking Visitas Nacionales				
Posición	Origen	Visitas 2011	Visitas 2012	Acumulado 2011-2012
1.	León	1,080	4,324	5,404
2.	Ciudad de México	145	1,064	1,209
3.	Celaya	90	531	621
4.	Irapuato	37	378	415
5.	Guadalajara	24	309	333

Fuente: Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato- Sector Guanajuato.

6. Profesionalización y Modernización

6.1 Capacitación Básica

La capacitación tiene como finalidad contribuir al desarrollo de la competitividad empresarial, la conservación y mejora de empleos, así como la formación permanente del capital humano.

Principales acciones y resultados del año 2012

- ✓ Capacitación general a 2 mil 231 personas.
- ✓ Para el desarrollo del Producto **Pueblos del Misterio** se capacitó a **110 personas**.
- ✓ Diplomado para la formación de **46 guías de turistas**.
- ✓ Actualización a **31 guías acreditados**.
- ✓ Se proporcionó un curso gerencial a **157 personas**.
- ✓ De la **Fábrica de Productos** de la Sector se brindó capacitación turística a **146 personas**.
- ✓ En las Zona Arqueológica que se encuentran abiertas en el Estado como atractivo turístico se apoyó a 148 personas a través de capacitación.

En total se capacitó a **2 mil 869** personas en el estado de Guanajuato, es decir más de 2 mil personas más que en 2011.

Programa de Capacitación Estado de Guanajuato							
Año	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2007-2012
Personas Capacitadas	4,008	3,165	573	2,613	852	2,869	14,080

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sectur Guanajuato.

6.2 Certificación a Personas

Se brindó de manera pública reconocimientos formales a los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes, demostrados por un individuo, mediante un proceso de evaluación y con base en el perfil ocupacional

Estándares en Competencia Laboral: Principales Acciones 2012

Se certificaron **242 personas** en Estándares de Competencia Laboral, en los siguientes rubros:

- ❖ Recibieron 163 personas certificados en el área de Atención a Comensales.
- ❖ 9 personas se certificaron en el área de Alimentos y Bebidas.
- ❖ En el área de Preparación de Habitaciones para Alojamiento Temporal, 55 personas se certificaron.
- ❖ Se certificó a 15 personas por Prestación del Servicio de Recepción para Alojamiento Temporal.

Estándares en Competencia Laboral 2012 Personas Certificadas Estado de Guanajuato				
Municipio	2010	2011	2012	Acumulado 2010-2012
Acámbaro		12		12
Celaya			21	21
Dolores Hidalgo			12	12
Guanajuato	13	42	10	65
Irapuato	39	41	52	132
León	60	86	71	217
Salamanca	19	0	17	36
Salvatierra			18	18
San Francisco del Rincón	4	0	15	19
San Miguel de Allende	0	64	26	90
Total	135	245	242	622

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sectur Guanajuato.

6.3 Certificación a Mipymes

Objetivo

El objetivo de la certificación de MIPYMES es incorporar en las Mipymes turísticas prácticas administrativas modernas, enfocadas a aspectos como: Calidad Humana, Satisfacción del Cliente, Control de Procesos y Direccionamiento de la Empresa; a fin de aumentar su grado de competitividad.

6.3.1 Distintivo M

El sistema de gestión Moderniza tiene como objetivo fundamental el implementar la metodología de un programa de consultoría, capacitación, asesoría y acompañamiento que facilita a las PYMES Turísticas el incorporar a su forma de operar herramientas efectivas y prácticas administrativas modernas que permiten a este tipo de empresas elevar la calidad de sus servicios, mejorar la rentabilidad de sus negocios y crear un entorno de trabajo más participativo y humano.

Principales Acciones 2012: Programa de Calidad Moderniza (Distintivo “M”)

- ❖ Se atendieron 61 prestadores de servicios turísticos en el estado de Guanajuato.

Programa de Calidad Modernizada (Distintivo (“M”) 2012)							
Empresas Certificadas Por Municipio							
Estado de Guanajuato							
Municipio	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2007-2012
Abasolo					2		2
Acámbaro		1					1
Allende	1						1
Apaseo el Grande					1		1
Celaya	15	7	8	6	6	6	48
Comonfort		3	2		1		6
Cortazar					1		1
Dolores Hidalgo		5	5				10
Guanajuato	11	4	3	8	7		33
Irapuato	1	3	2	18	14		38
Jaral de Progreso	1						1
Juventino Rosas					1		1
León	50	40	39	21	39		189
Pénjamo					6		6
Purísima del Rincón					1		1
Salamanca					1	12	13
Salvatierra	8	6				10	24

San Diego de la Unión	1						1
San Francisco del Rincón			5	3	7		15
San José Iturbide	10	1					11
San Miguel de Allende	22	11	8	11	2	12	66
Moroleón						14	14
Silao	4	1		12	5		17
Total	123	89	67	81	90	61	511

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.



6.3.2 Programa Distintivo “H”

El Distintivo H tiene la finalidad de dar cumplimiento a la **Norma mexicana NMX-F605 NORMEX 2004**, mediante un reconocimiento otorgado por la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Salud, a aquellos establecimientos fijos de alimentos y bebidas que cuenten con buenas prácticas de higiene.

Principales Acciones 2012: Distintivo “H”

- ❖ Se atendieron a **15 prestadores de servicios turísticos** en el estado de Guanajuato.

Apoyo Federal 2012	
Municipio	Distintivo H
Celaya	11
Guanajuato	8
Irapuato	10
León	51
Purísima del Rincón	1
Salamanca	2
San José Iturbide	2
San Miguel de Allende	14
Silao	1
Total	100

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

Apoyo Estatal 2012		
2011	2012	Acumulado 2011-2012
20	15	35

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

Nota: El total general de 100 empresas atendidas corresponde a la fuente de SECTUR federal. Las 35 acumuladas entre 2011 – 2012 son las que se han dado con apoyo del Estado, federación y beneficiarios.

6.3.3 Programa Gran Anfitrión

Incorporar en las Mipymes turísticas prácticas efectivas de direccionamiento empresarial y atención al cliente; por medio de cuatro estrategias que son: definición del negocio, despliegue, alineación de recursos y cultura de ejecución; a fin de incrementar el número de visitantes, la derrama económica y la creación de empleos.

Principales Acciones 2012: Gran Anfitrión

- ❖ Se atendieron y certificaron a **10 prestadores de servicios turísticos** en el estado de Guanajuato.

Programa Gran Anfitrión 2012 Empresas Certificadas Estado de Guanajuato				
Municipio	2010	2011	2012	Acumulado 2010-2012
Apaseo el Grande			1	1
Celaya	4	3		7
Cortázar	1		1	2
Dolores Hidalgo	6			6
Guanajuato	10	1		11
Irapuato	1	1		2
León	2	8		10
Pénjamo			7	7
San Francisco del Rincón	1	2		3
San Miguel de Allende	3	4		7
Silao		1		1
Villagrán			1	1
Total	28	20	10	58

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

6.3.4 Programa Tesoros de México

El Programa Tesoros de México impulsa la excelencia en la gestión de hoteles y restaurantes, cuyos altos estándares de servicio y características arquitectónicas y gastronómicas reflejan y promueven la riqueza de la cultura mexicana.

Principales Acciones 2012: Tesoros Coloniales

- ❖ Se capacitó, asesoró y verificó a **16 empresas (11 miembros y 6 prospectos)**.



Tesoros de México 2012 Empresas con Certificación Estado de Guanajuato								
Municipios	Establecimientos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2007-2012
San Miguel de Allende	Hoteles	7	7	12	10	11	9	63
Guanajuato							5	
San Luis de la Paz							2	
Celaya	Restaurantes	0	0	2	2	0	0	4
San Miguel de Allende								
Total		7	7	14	12	11	16	67

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

6.4 Sistema de Apertura Rápida de Empresas Turísticas (SARE)

El sistema de Apertura Rápida de Empresas Turísticas actúa bajo el propósito de dar una respuesta eficaz y eficiente, en forma expedita, al trámite de uso de suelo municipal para que una empresa pueda iniciar operaciones; es decir, abrir micro, pequeñas y medianas empresas de bajo impacto en un tiempo máximo de 48 horas.

Principales Acciones 2012: SARE

- ❖ En el 2012 se atendieron en el Sistema a 1 mil 483 empresas generando 4 mil 292 nuevos empleos en total para el cierre del año.

SARE 2012						
Empleos Generados						
Estado de Guanajuato						
Municipio	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2008-2012
San Miguel de Allende	146	179	221	336	435	1,317
Guanajuato		235	316	607	673	1,831
Celaya		73	985	1,025	905	2,988
León		352	912	1,742	1,926	4,932
Irapuato		41	166	336	315	858
Dolores Hidalgo					13	13
San José Iturbide					25	25
Total	146	880	2,600	4,046	4,292	11,964

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

SARE 2012						
Suma de Empresas						
Estado de Guanajuato						
Municipio	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2008-2012
San Miguel de Allende	58	85	84	137	139	503
Guanajuato		44	50	92	137	323
Celaya		28	596	582	459	1,665
León		137	408	584	656	1,785
Irapuato		41	76	121	73	311
Dolores Hidalgo					13	13
San José Iturbide					6	6
Total	58	335	1,214	1,516	1,483	4,606

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

6.5 Financiamiento Competitivo

A través del Programa de Financiamiento Competitivo se apoya a las MiPyMEs que sean sujetas de crédito, para que tengan acceso al financiamiento más adecuado de acuerdo a sus características y necesidades. El principal objetivo es contar con un canal de vinculación efectiva entre las MiPyMEs y la oferta de productos financieros.

Principales Acciones 2012

- ❖ En el 2012 se otorgó un apoyo por un monto superior a los **\$14 millones 504 mil pesos** a **20 empresas atendidas**, lo que representó un total de **63 empleos generados** y **44 conservados** durante el año.

Financiamiento Competitivo 2012 Estado de Guanajuato Empresas Atendidas								
Municipio	2009		2011		2012		Acumulado 2009-2012	
	Monto	Emp	Monto	Emp	Monto	Emp	Monto	Emp
Acámbaro	\$ 30,000	1					\$ 30,000	1
Celaya	\$ 1,405,000	18			\$ 550,000	1	\$ 1,955,000	19
Cortázar			\$ 640,000	1			\$ 640,000	1
Cuerámara	\$ 100,000	1					\$ 100,000	1
Dolores Hidalgo			\$ 1,300,000	2	\$ 297,963	1	\$ 1,597,962	3
Guanajuato	\$ 1,990,000	21			\$ 550,000	1	\$ 2,540,000	22
Huanímara	\$ 40,000	1					\$ 40,000	1
Irapuato	\$ 1,126,250	15			\$ 300,000	1	\$ 1,426,250	16
Juventino Rosas	\$ 100,000	1					\$ 100,000	1
León	\$ 3,370,000	36	\$ 500,000	1	\$ 3,150,000	5	\$ 7,020,000	42
Pénjamo	\$ 50,000	1					\$ 50,000	1
Salvatierra	\$ 200,000	2					\$ 200,000	2
San Diego de la Unión	\$ 70,000	2					\$ 70,000	2
San Francisco del Rincón					\$ 569,000	1	\$ 569,000	1
San Luis de la Paz	\$ 60,000	1					\$ 60,000	1
San Miguel de Allende	\$ 150,000	2	\$ 7,057,000	6	\$ 9,088,000	10	\$ 16,295,000	18
Silao	\$ 1,200,000	13					\$ 1,200,000	13
Uriangato	\$ 50,000	1					\$ 50,000	1
Valle de Santiago	\$ 81,500	1					\$ 81,500	1
Villagrán	\$ 100,000	2					\$ 100,000	2
Yuriria	\$ 145,000	3					\$ 145,000	3
Total	\$ 10,267,750	122	\$ 9,497,000	10	\$ 14,504,963	20	\$ 34,269,713	152

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

6.6 Empresas Turísticas Rurales

Con el fin de impulsar a las empresas turísticas rurales, la Secretaría realiza acciones articuladas para integrar a las personas de las comunidades al desarrollo de proyectos rentables, con un enfoque integral que va desde crear sentido de pertenencia hasta un espíritu emprendedor. La importancia de las empresas turísticas rurales radica en crear fuentes de empleo utilizando de manera consciente los recursos naturales, culturales de la zona para que de esta manera se evite la migración y lograr potencializar la comunidad.

Objetivo

Impulsar, fortalecer, diseñar, operar y promover proyectos sustentables a través de una metodología que abarca desde la aplicación de diagnósticos, en donde se detectan las necesidades de la empresa así como su factibilidad, viabilidad económica.

Principales Acciones 2012: Empresas Turísticas Rurales

Empresas Turísticas Rurales 2012 Estado de Guanajuato						
Municipio	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2008-2012
Guanajuato	2			1	7	10
Pénjamo		1		6		7
Coroneo			1			1
Juventino Rosas			1			1
Santiago Maravatío			1			1
Acámbaro				1		1
Apaseo el Alto				2		2
Comonfort				1		1
Córtazar				1		1
Dolores Hidalgo				1		1
Jerécuaro				1		1
León				1		1
San Diego de la Unión				1		1
San Felipe				2		2
San José Iturbide				2		2
San Miguel de Allende				7		7
Tarimoro				1		1
Ocampo					13	6
Total						47

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

Incubación Rural

La incubación rural sigue una metodología que permite impulsar proyectos mediante el desarrollo de un plan de negocios que determina la viabilidad comercial, técnica y económica del negocio. Dicha metodología consiste en capacitación en temas como administración, contabilidad, y mercadotecnia, en este proceso, se desarrolla la imagen comercial de las empresas. A través del plan de negocios se vinculan los proyectos a programas estatales o federales para la obtención de equipamiento, mobiliario o infraestructura.

Principales Acciones 2012: Incubación Rural

- ❖ En el 2012 se incubaron **35** proyectos en los municipios de Guanajuato teniendo como resultado el otorgamiento de equipamiento y mobiliario de **13 empresas turísticas rurales** en la comunidad de **La Luz** y en **Mineral de Pozos** un total de **3 empresas turísticas**.

A continuación se muestra las aportaciones de la vinculación interinstitucional, los giros y número de empresas apoyadas, así como evidencias del desarrollo de la imagen comercial y aplicaciones.

Empresas de Incubación Rural 2012 Estado de Guanajuato	
Giro	Número
Restaurante	4
Hostal	9
Recorridos Turísticos	2
Tienda de Souvenirs	1
Carrito de Elotes	1
Agencia de Viajes	1
Fondas	2
Nieves Tradicionales	2
Ciudad de Oficios	4
SPA	2
Carnicería	1
Mini Súper	1
Productos de Miel	1
Lonchería	2
Cafetería	1
Lavandería	1
Total	35

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato

➤ **Imagen comercial de La Luz y Pozos**



Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

➤ **Evidencia fotográfica de la entrega de aplicaciones de imagen comercial equipamiento y mobiliario en la comunidad de la Luz**



Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.



Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

6.7 Incubación y Fortalecimiento Empresarial

Programa de apoyo enfocado a la creación y consolidación de Mipymes Turísticas en el Estado de Guanajuato, por medio de servicios de consultoría encaminados a la solución de sus principales problemas y aprovechamiento de fortalezas; generando así, las estrategias necesarias para su crecimiento.

Objetivo

Contribuir a la consolidación de las Mipymes Turísticas en el Estado de Guanajuato, logrando que sean capaces de satisfacer las necesidades de oferta turística en la región y la demanda del visitante; así como oportunidades de empleo para la zona.

Principales Acciones 2012: Incubación y Fortalecimiento Empresarial

En 2012 se apoyó la incubación y el fortalecimiento de 28 empresas, invirtiendo un monto total de más \$923 mil pesos.

Incubación y Fortalecimiento Empresarial 2012 Estado de Guanajuato					
Municipios	2008	2009	2010	2011	2012
Abasolo	1	1			
Acámbaro			1		
Apaseo el Alto			1		
Celaya	1		2		2
Comonfort	1			1	
Cortazar			1	2	1
Dolores Hidalgo			1		1
Guanajuato	8		3	2	4
Irapuato	4	1	2	1	1
León	3	1	12		2
Manuel Doblado			1	2	1

Moroleón			2		
Pénjamo			1		1
Purísima del Rincón	1		7		
Salamanca	1		1		2
San Francisco del Rincón			3		1
Salvatierra	1				
San Felipe					1
San José Iturbide	1				
San Luis de la Paz	1	2		9	1
San Miguel de Allende	27	6	11	3	4
Santa Catarina				1	1
Santa Cruz de Juventino Rosas			1	5	1
Silao	2				
Tarandacua		1			1
Uriangato					1
Valle de Santiago	1		1		1
Villagrán				1	1
Xichú				1	
Total	51	14	51	28	28

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

Incubación y Fortalecimiento Empresarial 2012			
Estado de Guanajuato			
Total de proyectos	Aportación SECTUR	Aportación Emprendedor	Total
28	\$ 839, 230	\$83, 793	\$ 923, 023

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

Incubación y Fortalecimiento Empresarial 2012	
Estado de Guanajuato	
Giro	Cantidad
Hospedaje y Eventos	2
Centro Recreativo	2
Hospedaje	9
Espectáculos Turísticos	3
Actividades Ecoturísticas	2
Tour Operadora	6
Alimentación	2
Parque Acuático	1
Guía Turística Interactiva	1
Total	28

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

6.8 Concurso Nacional de Cultura Turística

El Concurso Nacional de Cultura Turística Infantil (**CNCTI**) es organizado por la Secretaría de Turismo Federal en coordinación con los Estados y Municipios del país. Consiste en la elaboración de un dibujo relacionando el turismo con diferentes temáticas. En cada una de las ediciones del concurso se elige un tema diferente con el cual se pretende hacer frente a diferentes problemáticas socio-culturales. El Tema para el año 2012 fue: **Conservar nuestros destinos turísticos, para las generaciones futuras.**

Principales Acciones 2012: Concurso Nacional de Cultura Turística

- ❖ En 2012 el estado de Guanajuato contó con la participación de **75 escuelas**, recibiendo un total **de 2 mil 640 dibujos** procedentes de **20 municipios** del Estado, de los **cuales 1 mil 484 dibujos** fueron de **categoría mini (6 a 9 años)** y **1 mil 156 dibujos** correspondieron a la **categoría junior (10 a 13 años)**.

Décimo Concurso Nacional de Cultura Turística Infantil 2012			
Recepción de Dibujos por Municipio			
Estado de Guanajuato			
Municipio	No. dibujos recibidos	Municipio	No. dibujos recibidos
Abasolo	21	Moroleón	246
Acámbaro	8	Pénjamo	80
Atarjea	14	Salamanca	213
Celaya	6	Salvatierra	69
Comonfort	120	San José Iturbide	43
Guanajuato	57	San Luis de la Paz	271
Jaral del Progreso	110	Silao	234
Irapuato	371	Valle de Santiago	11
León	573	Villagrán	80
Manuel Doblado	63	Xichú	50
Total			2,640

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

3er. Lugar Junior
Omar Viveros Secín
Irapuato, Gto



3er. Lugar Mini
Andrés Eduardo Zanabria Pito
Uriangato, Gto.



6.9 Cartilla Turística Escolar

La cartilla turística escolar es una herramienta que se utiliza para la sensibilización turística de la población infantil del estado de Guanajuato. Es un folleto que con actividades, información y de forma dinámica fomenta la cultura turística y promoción de los principales destinos turísticos del Estado.

- ❖ En 2012 se distribuyeron **10 mil 590 cartillas** en **10 municipios** del estado de Guanajuato como parte de las acciones de sensibilización en Cultura Turística.

Distribución de la Cartilla Turística Escolar 2012			
Estado de Guanajuato			
Municipio	No. De Cartillas	Municipio	No. De Cartillas
Guanajuato	1,380	San Luis de la Paz	1,450
Irapuato	1,400	San Miguel de Allende	1080
Jaral del Progreso	230	Silao	230
León	3,640	Villagrán	360
Morolón	200	Xichú	620
Total			10,590

Fuente: Dirección de Cultura Turística- Sector Guanajuato.

6.10 Registro Estatal de Turismo

Reporte de Servicios Registrados Prestadores de Servicios Turísticos SIRET 2011-2012		
Giro	Nombre Giro	Registros
1	I. Establecimiento de Hospedaje.	291
2	II. Agencias, sub-agencias y Operadoras de Viajes.	285
3	III. Guías de turistas locales y generales.	194
4	IV. Personas que intermedien en la contratación de algún servicio	200
5	V. Restaurantes, cafeterías, bares, cantinas, centros nocturnos y similares	375
6	VI. Empresas de sistemas de intercambio.	3
7	VII. Establecimientos de arte popular y productos típicos.	30
8	VIII. Sitios donde se realicen actividades educativas y culturales.	14
9	IX. Arrendadoras de automóviles y transportadoras turística.	17
10	X. Empresas operadoras de parques temáticos.	3
11	XI. Auxilio Turístico	1
12	XII. Balnearios y/o Parques acuáticos.	11
13	XIII. Campos de Golf	0
14	XIV. Capacitación Turística.(Escuelas, colegios y Universidades)	2
15	XV. De Deporte y Recreación.	2
16	XVI. Spas	3
17	XVII. Recintos, auditorios, conservatorios y salones para eventos	8
18	XVIII. Empresas Turísticas Rurales.	10
Totales		1,449

Fuente: RET, Registro Estatal de Turismo

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

Al 31 de Diciembre de 2012, se registraron un total de **1 mil 449 prestadores** de servicios turísticos del estado de Guanajuato, incrementado el número de giros a los cuales se pueden registrar los prestadores de servicios turísticos con respecto al año anterior. Para el año 2012, el mayor porcentaje de alta prestadores se observó en los siguientes giros: **restaurantes y cafeterías (375), hospedaje (291),**

agencias de viajes (285), guías de turistas (194), estos registros operan principalmente en los municipios de: Guanajuato y León.

6.11 Pueblos Mágicos

El Programa Federal de Pueblos Mágicos es desarrollado por la Secretaría de Turismo en colaboración con diversas instancias gubernamentales y gobiernos estatales y municipales.

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.

Es un reconocimiento a quienes habitan esos hermosos lugares de la geografía mexicana y han sabido guardar para todos, la riqueza cultural e histórica que encierran.

Objetivos:

- Resaltar el Valor Turístico de las localidades.
- Estructurar una estrategia Turística, Innovadora y Original.
- Despertar el interés por la Cultura, Tradición, Aventura y Actividades a realizar en el destino Mágico.
- Aprovechar la singularidad de la localidad para la generación de otros productos turísticos.
- Que el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable de las localidades que forman parte del programa (Creación y Modernización).
- Que la comunidad receptora se beneficie del turismo como una actividad redituable.

Actualmente son 83 los pueblos registrados en dicho programa, de los cuales el estado de Guanajuato cuenta con cinco.

En 2012, cuatro destinos del estado de Guanajuato fueron reconocidos como Pueblos Mágicos.



2002

DOLORÉS HIDALGO
PUEBLO MÁGICO



MINERAL DE POZOS
PUEBLO MÁGICO



16 de Febrero de 2012



JALPA DE CÁNovas
PUEBLO MÁGICO



20 de diciembre 2012



SALVATIERRA
PUEBLO MÁGICO



20 de diciembre 2012



YURIRIA
PUEBLO MÁGICO



20 de diciembre 2012

6.12 Ciudades Patrimonio de la Humanidad

Esta declaratoria es otorgada por La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés). Tras la necesidad de identificar parte de los bienes inestimables e irremplazables de las

naciones, que de la cual, en la pérdida de cualquiera de dichos bienes representaría una pérdida invaluable para la humanidad.

La Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO es un legado de monumentos y sitios de una gran riqueza natural y cultural.

Actualmente, la Lista de Patrimonio Mundial cuenta con 936 sitios inscritos, de los cuales 725 son bienes culturales, 183 bienes naturales y 28 bienes mixtos, situados en 153 Estados Partes.

Hablando específicamente de nuestro país, cuenta con 31 Sitios inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial, de los cuales, 4 bienes son naturales y 27 bienes son culturales. Ocupando el 6º lugar después de Italia, España, China, Francia y Alemania.

El estado de Guanajuato cuenta con 2 declaratorias:

- **Ciudad Histórica de Guanajuato y Minas Adyacentes - Bien Cultural**
Inscrita en la Lista del Patrimonio Mundial el 9 de diciembre de 1988.
- **Ciudad Protectora de San Miguel y Santuario de Jesús Nazareno de Atotonilco - Bien Cultural**
Declarada el 7 de julio del 2008, se nombró a San Miguel de Allende, y el aledaño Santuario de Jesús de Atotonilco, Patrimonio Cultural de la Humanidad

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

El Fondo 2% está compuesto de los recursos que por concepto de la recaudación del impuesto por servicios de hospedaje transfiere la Secretaría de Finanzas y Administración a la Secretaría de Desarrollo Turístico para su administración en los términos de la Ley de Hacienda para el Estado de Guanajuato, estos recursos son de naturaleza pública estatal, por lo que su aplicación y control se sujetarán en todo momento a la normatividad que rige el ejercicio del gasto público para el Estado de Guanajuato, y los mismos deberán ser destinados a los siguientes conceptos: difusión y promoción turística.

Por tratarse de recursos procedentes del impuesto por servicios de hospedaje, el Programa de Promoción y Difusión Turística del destino turístico se establece con metas alineadas con Campañas de promoción y difusión a través de medios especializados e internet, herramientas impresas de promoción y planes cooperativos y/o alianzas estratégicas con socios comerciales.

Requisitos

Desde 2007 a la fecha se han suscrito alrededor de 46 convenios del dos por ciento que suman un monto mayor a los \$70 millones de pesos, con los siguientes organismos: Consejo Turístico de San Miguel de Allende, Oficina de Convenciones y Visitantes de Guanajuato, Oficina de Convenciones y Visitantes de Irapuato, Oficina de Convenciones y Visitantes de León, Impulso Turístico de Salamanca, Oficina de Convenciones y Visitantes de Celaya, Consejo Turístico de San José Iturbide y Comité de Turismo Histórico y Artesanal de Dolores Hidalgo.

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

Recaudación del Impuesto sobre Hospedaje Estado de Guanajuato Convenios con Organismo Legalmente Constituidos							
Municipio	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2007-2012
León	\$4,401,115	4\$,333,708	\$4,618,796	\$5,470,449	\$4,797,919	\$5,483,903	\$29,105,891
San Miguel de Allende	\$2,067,234	\$1,703,417	\$1,998,517	\$1,893,918	\$1,738,467	\$2,531,947	\$11,933,501
Guanajuato	\$1,859,539	\$1,616,011	\$1,934,190	\$2,124,797	\$2,666,569	\$3,363,576	\$13,564,682
Celaya	\$1,205,252	\$1,220,714	\$1,170,215	\$1,089,351	\$1,245,175	\$1,411,311	\$7,342,018
Irapuato	\$978,222	\$902,265	\$1,011,569	\$941,679	-	\$1,467,805	\$5,301,540
Dolores Hidalgo	\$96,489	\$73,637	\$80,836	\$69,556	\$91,488	\$60,692	\$472,698
Salamanca	\$304,800	\$284,990	\$336,703	-	-	-	\$926,493
San José Iturbide	-	\$142,844	\$153,699	\$332,729	\$128,160	\$166,540	\$923,972
Silao	-	-	-	-	\$278,272	\$323,841	\$602,113
Total	\$10,912,651	\$10,277,586	\$11,304,525	\$11,922,479	\$10,946,050	\$14,809,615	\$70,172,906

Fuente: Convenios Firmados

Las reglas de operación que se establecen para el ejercicio de este recurso, tienen por objeto establecer los criterios y la mecánica que se debe atender para la aplicación, seguimiento, evaluación, rendición de cuentas y transparencia del fondo de promoción y difusión para el turismo del estado de Guanajuato que se constituye con recursos que por concepto de la recaudación del impuesto por servicios de hospedaje transfiere la Secretaría de Finanzas y Administración a la Secretaría de Desarrollo Turístico en los términos de la Ley de Hacienda para el estado de Guanajuato, con el objeto de ser destinados a la promoción y difusión turística.

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

Este programa está dirigido a las oficinas de congresos y convenciones, comités, consejos y demás organismos legalmente constituidos conforme a la Legislación Mexicana. El Programa Fondos Mixtos tiene por objeto la realización de acciones

de promoción turística para un destino turístico, acordes a sus necesidades, capacidades y vocación, en complemento y coordinación con los programas institucionales que con el mismo propósito realice la Secretaría de Desarrollo Turístico. Es un programa que opera a través de aportaciones de carácter bipartita (Gobierno del Estado por conducto de la Secretaría e Iniciativa privada organizada), o bien tripartita en caso de que el Gobierno Municipal tenga interés de participar.

Los recursos del Fondo Mixto se destinan a la Difusión turística, Promoción turística, Relaciones públicas, Viajes de familiarización, apoyo a ferias, exposiciones, congresos, convenciones, seminarios y en eventos relacionados con la actividad turística; así como el desarrollo de relaciones con operadores turísticos, líneas aéreas, empresas turísticas y similares, aquellos otros rubros que en materia de promoción y difusión turística se acuerden entre la Secretaría y el Comité de Promoción, en el marco de las Reglas de Operación.

Dentro de los objetivos de sus acciones se encuentra una promoción del destino nacional e internacional, difundiendo la riqueza turística del Estado, estableciendo campañas de publicidad y promoción de acuerdo a la temporalidad, fortaleciendo los eventos ya existentes y los vínculos con empresarios e instituciones para la generación de nuevas fuentes potenciales de turismo y lograr un posicionamiento del destino a través de los medios electrónicos con campañas permanentes en medios de promoción y difusión.

Desde 2007 a 2012 se han suscrito más de 45 convenios de Fondos Mixtos, que suman un monto mayor a los \$113 millones de pesos (de los cuales la Sedetur ha participado con el 50 por ciento) con los siguientes organismos: Consejo Turístico de San Miguel de Allende, Oficina de Convenciones y Visitantes de Guanajuato, Oficina de Convenciones y Visitantes de Irapuato, Oficina de Convenciones y Visitantes de León, Impulso Turístico de Salamanca, Oficina de Convenciones y Visitantes de Celaya, Consejo Turístico de San José Iturbide y Comité de Turismo Histórico y Artesanal de Dolores Hidalgo.

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

Programa de Fondo Mixto Promoción 2007-2012 Estado de Guanajuato							
Municipio	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2007-2012
Aportación Estatal	\$5,748,000	\$10,651,066	\$9,274,253	\$8,411,880	\$8,258,300	\$10,541,000	\$52,884,499
Iniciativa Privada	\$1,288,000	\$4,090,480	\$6,045,680	\$6,462,400	\$6,105,000	\$6,015,000	\$30,006,560
Municipio	\$4,460,000	\$6,560,586	\$2,900,000	\$5,100,000	\$5,482,500	\$6,235,000	\$30,738,086
Total	\$11,496,000	\$21,302,132	\$18,219,933	\$19,974,280	\$19,845,800	\$22,791,000	\$113,629,145

Fuente: Convenios Celebrados

Dentro de los objetivos se encuentra una promoción del destino nacional e internacional, difundiendo la riqueza cultural del Estado, estableciendo campañas de publicidad y promoción de acuerdo a la temporalidad, fortaleciendo los eventos ya existentes y los vínculos con empresarios e instituciones para la generación de nuevas fuentes potenciales de turismo y lograr un posicionamiento del destino a través de los medios electrónicos con campañas permanentes en medios de promoción y difusión.

Las Reglas de Operación para el ejercicio del Fondo Mixto, tienen por objeto establecer los criterios y mecanismos para la constitución, asignación, aplicación y evaluación de los recursos destinados en el presupuesto de egresos de la Secretaría de Turismo.

6.14 Programa Gestores de Emoción

Descripción del Programa

Los gestores de emoción, juegan en la actualidad un papel determinante en el disfrute de recursos y destinos turístico 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.

Diseñar una batería de productos turísticos capaces de brindar experiencias satisfactorias a públicos objetivo específico, atractivos por su nivel de gasto, hábitos viajeros desestacionalizados y motivaciones diferentes a las del turista masivo.

Objetivos del Programa

Consolidación de un grupo de operadores turísticos de alto nivel, ya profesionalizados para diseñar una cartera de productos y paquetes capaces de brindar experiencias satisfactorias, mediante la creación y validación de planes de viaje que supone un valor añadido al viaje convencional y que permite acceder a mercados de alto nivel de exigencia.

Principales acciones desde la creación del programa

- La formación de 6 operadores turísticos con el grado Gestores de Emoción con viajes “Premium”
- La formación de 13 operadores turísticos con propuestas de viajes “Tours”

Empresas Turísticas Participando

Categoría Premium				
Operador	Clasificación	Municipio	Destinos de impacto	Actividades
Grupo Turístico Minero	Turismo Cultural, Negocios y Naturaleza	Guanajuato	San Luis de la Paz, León, Guanajuato, Dolores Hidalgo, Pénjamo, Abasolo, Salamanca, Yuriria, Salvatierra, Acámbaro	Transportación turística y de negocios, recorridos turísticos con transporte y cobertura de agencia de negocios
Ecoturismo y Aventuras de México DMC	Turismo de Naturaleza y Ecuestre	León	Guanajuato, León y San Felipe, Guanajuato, San Miguel de Allende	Ecoturismo, turismo de aventura, turismo ecuestre y turismo rural.
HQM Gestor de Emociones	Turismo de Negocios y Naturaleza	San Miguel de Allende	San Miguel Allende	Organización de eventos, bodas, hospedaje, alimentos, actividades deportivas, culturales, artesanías, transportación, espectáculos, paracaidismo y montaje
Travel Today	Eventos Especiales	León y Guanajuato	León y Guanajuato	Paquetes turísticos, transportes y renta de autos
Bicentenario Todo Terreno	Histórico/Cultural/Aventura	San Miguel de Allende	San Miguel Allende	Paquetes de aventura y naturaleza en cuatrimotos.

Fuente: Dirección de Productos Turísticos

Grupo Tour				
Operador	Clasificación	Municipio	Destinos de impacto	Actividades
Zooper Bike	Turismo de naturaleza	Irapuato	Irapuato, Pénjamo, Abasolo, Cuerámaro, Valle de Santiago	Ecoturismo y aventura, paquetes de integración empresas
Emotions Travel	Turismo Cultural y Recreativo	Salamanca	Guanajuato, Salamanca, Irapuato, Pénjamo y Abasolo	Transportación, guías, alimentos, hospedaje, recorridos culturales y recreativos y organización de eventos
Anfitriones Turísticos	Turismo Cultural y Naturaleza	León	León	Turismo Cultural en todas su modalidades, turismo de naturaleza, talleres de conservación y reciclaje, transportes turísticos , restaurantes, guías especializados y atención a V.I.P.
Cacomixtle	Turismo de Naturaleza	Guanajuato	Guanajuato Capital, comunidad de Santa Rosa	Senderismo, ciclismo de montaña, observación de flora y fauna.
Códice	Turismo Cultural y de Negocios	Guanajuato	León, Guanajuato, León, Pénjamo y Abasolo	Transportación , alimentos, recorridos, eventos culturales, servicios especializados para todo tipo de eventos
Oliver Tours	Naturaleza	San José Iturbide	San José Iturbide, Tierra Blanca, Mineral de Pozos	Vuelo en globo, tours de naturaleza.
Coyote Canyon Adventures	Turismo de Aventura y Ecoturismo	San Miguel de Allende	San Miguel de Allende	Excursiones y paseos a caballo, visitas a las pirámides, aventuras y eventos únicos
Solei y Experience	Organizador de Bodas, Congresos, Experiencias Circuito del Vino	San Miguel de Allende	San Miguel de Allende	Operadora Circuito del Vino, Organizadores de eventos
Gupo Ryo San Cristóbal	Turismo Cultural, Negocios y Arte Sacro	Guanajuato	Guanajuato Capital y comunidad Mineral de la Luz, Salvatierra	Turismo religioso, negocios, cultural, grupos con discapacidad, recorridos guiados y transportación
Xanharati	Rural/Naturaleza/Arqueológico	Pénjamo	Pénjamo	Operador Circuito del Tequila, tours de aventura y arqueológico

Operador	Clasificación	Municipio	Destinos de impacto	Actividades
Cide Operadores	Cultural/Negocios	Celaya	Celaya	Tours Históricos, Organizador de Congresos
Infinita	Turismo Cultural	Celaya	Celaya	Recorridos culturales, históricos, aventura, salud, congresos y convenciones

Fuente: Dirección de Productos Turísticos.



Acciones 2012 en conjunto con operadores turísticos

Diversificación de la oferta Turística del Estado con:

- 28 planes de viajes Premium validados y publicados en el sitio web www.gtoexperience.com.
- 75 tours validados y publicados en el sitio web www.gtoexperience.com.

6.15. Fábrica de Productos

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

Objetivos del Programa

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

Principales Acciones y Resultados del año 2012

La Secretaría cuenta con una Plataforma de medición en línea ubicada en www.fabricadeproductosturisticos.com bajo un modelo interactivo en donde el operador de la misma y el consultor podrán analizar el **nivel de desarrollo** de un producto en las principales áreas empresariales de la metodología de la fábrica de productos: estructura administrativa y legal, operativa, mercadotecnia y comercial, financiera y alianzas estratégicas.

A través de porcentajes y semaforizaciones se podrá tener claridad del grado de avance del producto registrado y asesorado, así como las áreas donde requiere un refuerzo o apoyo. Asimismo le brindará al producto las herramientas necesarias para el avance en el área requerida a través de los formatos de la metodología de la fábrica de productos turísticos.

- Metodología para medir el nivel de desarrollo de los productos turísticos
- Diagnóstico, coaching y recomendaciones para los productos turísticos participantes en cada etapa.
- Plataforma online para la evaluación de los productos turísticos.
- Registro de la marca “fábrica de productos turísticos”
- Registro del dominio www.fabricadeproductosturisticos.com
- Desarrollo de logotipo, slogan y manual de identidad.
- Asesoría permanente a los Productos Turísticos del estado.
- Seguimiento Comercial en: Estrategia en redes sociales, construcción de página web, asistencia a ferias especializadas.

Región	Número de productos participantes (FPT)	Consolidados	Impulsados	Creados
Norte I	6	Bicentenario Todo Terreno, Festival Hecho en San Miguel	Capilla de Indios, Circuito del Vino, Villa Katara.	Ruta de la Plata
Noreste II	2	Festividad de la Toltequidad	El Salto	
León III	3		Estruendo, el Festival del Aire	Proyecto José Alfredo Jiménez, Ruta de Cantinas

Región	Número de productos participantes (FPT)	Consolidados	Impulsados	Creados
Centro Oeste IV	6	Catar México	Festival Medieval, Guanajuato en Bicicleta, Xúmu, Luz Después de la Muerte	Ruta de la Plata
Este V	1		Tauro Tour	
Suroeste VI	1		Circuito del tequila	
Centro sur VII	1		Tapetes de Aserrín	

Fuente: Dirección de Productos Turísticos.

6.16 Comité de Evaluación de Eventos

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

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

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

Reglas de Operación para el Otorgamiento de Apoyos a Eventos Especiales

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

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

- V. El Titular de la Dirección de Información y Análisis, quien fungirá como vocal.

Integrantes del Comité

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

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

El Comité tiene las siguientes atribuciones

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

Eventos apoyados 2008-2012

Eventos Apoyados Estado de Guanajuato						
Municipio	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2008-2012
Numero eventos	20	19	17	36	39	131
Total	\$ 11,493,201	\$ 32,351,750	\$ 40,048,862	\$ 44,976,554	\$ 46,925,827	\$ 175,796,194

Fuente: Dirección de Productos Turísticos.

Principales eventos apoyados

- Rally Guanajuato México
- Festival Internacional de Cine Guanajuato
- Festival Internacional del Globo
- Festival Internacional de José Alfredo Jiménez
- Festival San Miguel Cantador
- Abierto Mexicano de Golf México Open

6.17 Perfil del Visitante

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

El estudio realizado presenta los siguientes resultados globales:

- **Procedencia del Visitante (Estatad, Nacional e Internacional)**
 - Tabla comparativa que muestra la procedencia del visitante estatal, en los 6 años comparativos predomina el visitante nacional:

Procedencia	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Estatad	44%	39%	39%	43%	40%	37%
Nacional	50%	55%	56%	49%	56%	59%
Internacional	6%	6%	5%	8%	4%	4%

Fuente: Estudio del Perfil del Visitante 2007-2012

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

Hospedaje	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Hotel	35%	35%	35%	35%	52%	17%
Hostal Posada	7%	1%	1%	1%	2%	2%
Casa Rentada	6%	6%	6%	6%	2%	2%
Casa Propia	4%	4%	4%	4%	2%	1%
Familiares y Amigos	45%	51%	51%	51%	40%	26%
Campamento	0%	0%	0%	0%	2%	1%
Otros	3%	3%	3%	3%	0%	1%

Fuente: Estudio del Perfil del Visitante 2007-2012

-¿Cómo se enteró del destino?

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

Medio	2007	2008	2010	2011	2012
Folletos	26%	12%	12%	4%	3%
Televisión	22%	49%	55%	2%	60%
Internet	20%	30%	26%	18%	15%
Familia / Amigos	14%	30%	15%	44%	7%
Radio	9%	19%	8%	1%	8%
Espectaculares	5%	11%	12%	1%	5%
Revistas	-	-	10%	1%	2%

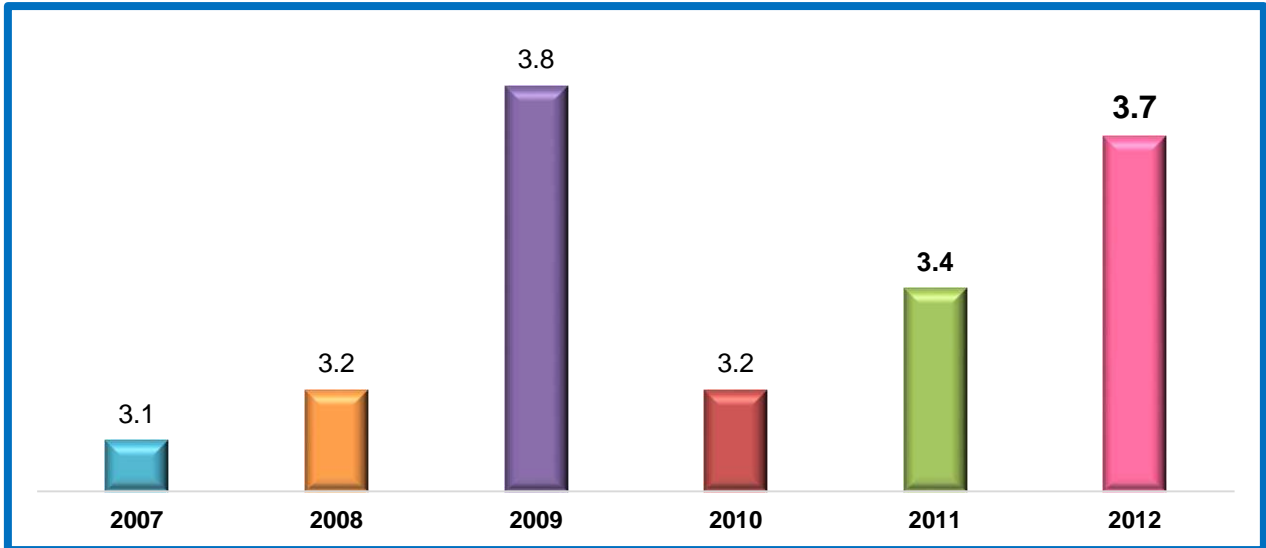
Fuente: Perfil del Visitante al Estado 2007-2012

(Solo se integran las principales menciones, por lo que puede no sumar el 100%) En 2009 no se consideró esta pregunta.

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

-Grupo de Viaje Promedio

- En esta gráfica se presenta el promedio de personas en el grupo de viaje:



Fuente: Estudio del Perfil del Visitante 2007-2012

-Propósito de Visita

Propósito	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Descanso-Vacaciones	44%	61%	52%	52%	45%	47%
Visita a Familiares y Amigos	27%	-	23%	15%	22%	18%
Negocios	10%	15%	10%	9%	12%	10%
Compras	5%	13%	-	9%	2%	8%
Historia/Cultura	3%	-	1%	1%	3%	3%
Ecoturismo/Aventura	3%	-	-	-	-	-
Eventos deportivos	1%	1%	2%	1%	1%	3%
Religión	1%	1%	1%	1%	2%	2%
Estudios (escolar)	3%	3%	-	1%	2%	2%
Investigaciones	1%	-	-	-	-	-
Salud	1%	2%	1%	1%	1%	1%
Congresos y Convenciones	1%	-	1%	1%	1%	2%
Evento Social	-	3%	4%	2%	5%	2%
Luna de Miel	-	-	1%	1%	1%	1%
Bicentenario	-	-	-	4%	-	-
Otro	-	1%	4%	3%	3%	1%

Fuente: Estudio del Perfil del Visitante 2007-2012.

-Gasto Promedio del Visitante, Turista y Excursionista

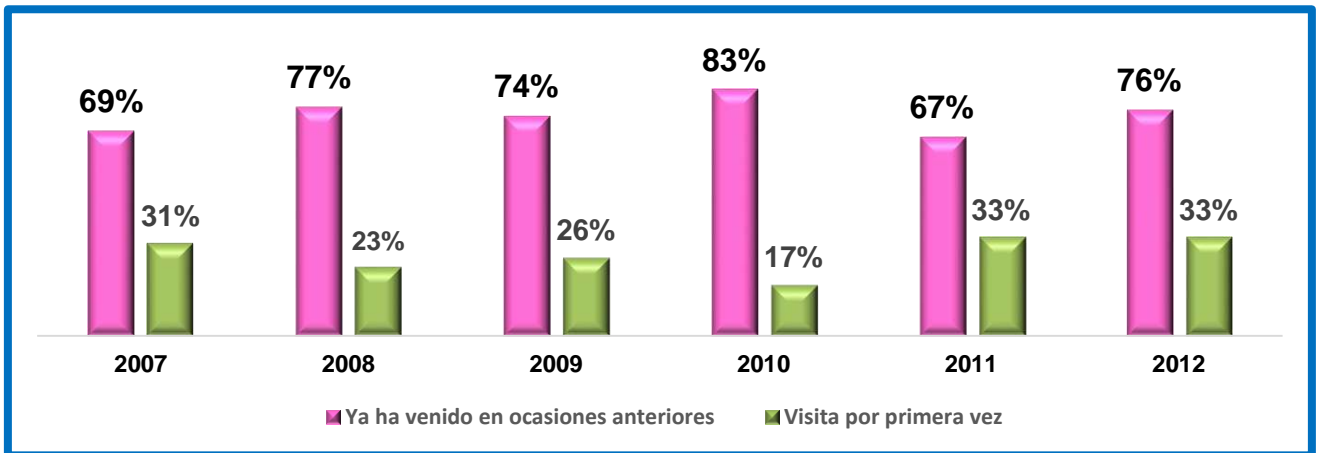
- Es el gasto en promedio que realiza el visitante en el destino de acuerdo a su lugar de hospedaje:

Establecimiento	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Hotel	\$ 1,383	\$ 1,423	\$ 1,499	\$ 1,351	\$2,154	\$1,830
Hostal Posada	\$ 971	\$ 999	\$ 1,053	\$ 717	\$1,081	\$1,403
Casa Rentada	\$ 693	\$ 713	\$ 751	\$ 551	\$2,099	\$ 875
Casa Propia	\$ 737	\$ 759	\$ 799	\$ 633	\$1,320	\$ 938
Familiares y Amigos	\$ 669	\$ 688	\$ 725	\$ 652	\$1,125	\$ 852
Campamento						\$ 790
Otros	\$ 648	\$ 333	\$ 703	\$ 514	\$ 447	\$1,161

Fuente: Estudio del Perfil del Visitante 2007-2012.

-Lealtad del Visitante

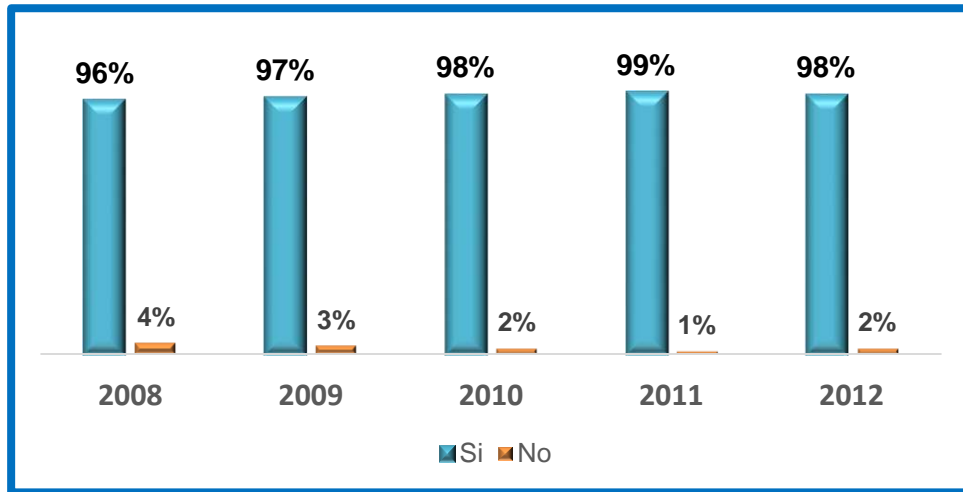
- Aquí se menciona si visita por primera vez o si ya había estado en otras ocasiones en el destino:



Fuente: Estudio del Perfil del Visitante 2007-2012.

-Recomendación del Destino

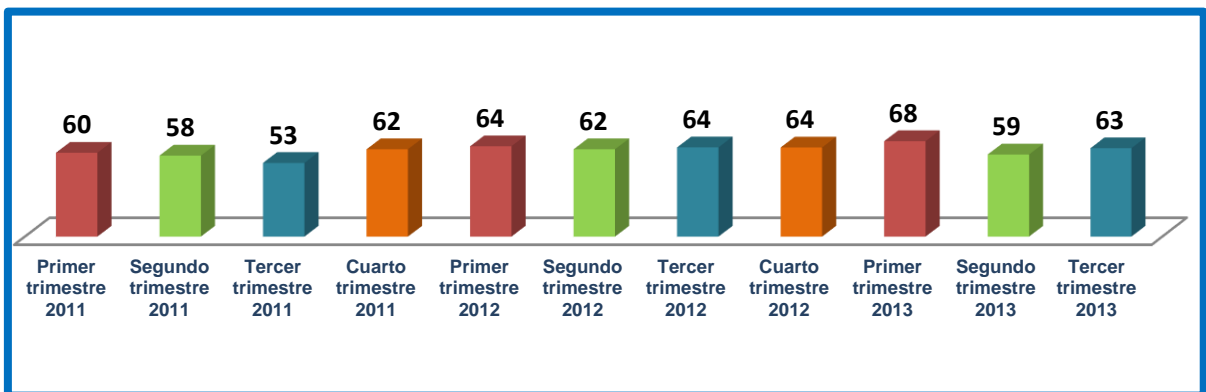
- Menciona si recomendaría al destino o no:



Fuente: Estudio del Perfil del Visitante 2008-2012.

Barómetro Turístico

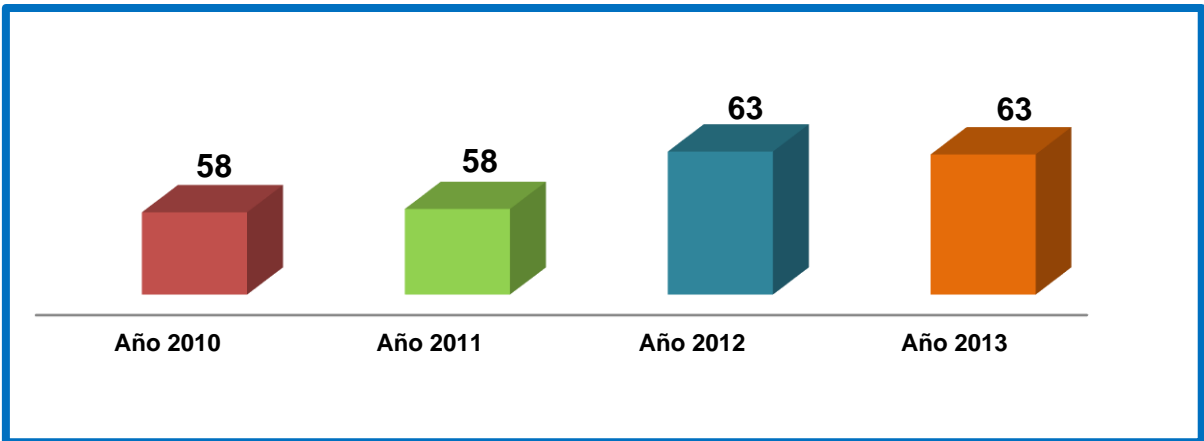
El objetivo de este estudio es identificar la percepción que los integrantes del sector tienen de ciertos aspectos pasados, presentes y futuros de la actividad turística y económica en el estado de Guanajuato como ocupación hotelera, llegada de turistas, inversión en el sector turístico, empleo, inflación, consumo de productos y servicios, ventas y reservaciones, expectativas y posicionamiento de productos turísticos. A continuación se muestran los índices obtenidos en las encuestas realizadas trimestralmente durante 2011, 2012 y 2013



Fuente: Sectur, Resultados del Barómetro Turístico 2011-2012.

Los resultados aquí mostrados son las variaciones en las opiniones de líderes de opinión y prestadores de servicios en 2012 y parte de 2013.

En la medición del Barómetro Turístico el índice anual 2010 fue de 57.74 puntos, en 2011 de 58.06 puntos, 2012 de 63.43 puntos y en lo que va de 2013 63.17 puntos registrando una percepción positiva (Favorable).



Fuente: Sectur, Resultados del Barómetro Turístico 2010-2012.

Para interpretar los índices se integra la siguiente tabla de parámetros de medición:

0-25-----	NADA FAVORABLE
26-50-----	POCA FAVORABLE
51-60-----	IGUAL
61-80-----	FAVORABLE
81-100-----	MUY FAVORABLE

Capítulo 7 Proyectos

1. Proyectos de Inversión para el desarrollo de la Infraestructura básica de Servicios al Turista

La actividad turística contempla el desarrollo económico, social y el bienestar de las personas que operan y prestan sus servicios en las zonas desarrolladas y equipadas.

La Secretaría de Turismo del Estado desarrolla proyectos de infraestructura turística con el objetivo de:

- Satisfacer y superar las expectativas del visitante, mediante el uso sostenido y sustentable del lugar dando condiciones de seguridad, comodidad e higiene.
- Crear e integrar servicios adicionales de atención al visitante para incrementar la derrama económica, siendo los ciudadanos y vecinos del lugar los principales beneficiarios de los servicios integrados al desarrollo turístico.

Pueblos Mágicos

Durante 2012 se llevaron a cabo proyectos de Recreación, Servicios básicos, Infraestructura Turística y Conservación del Patrimonio en Mineral de Pozos con una inversión superior a los \$40 millones de pesos

Principales Acciones

- Segunda etapa obra de infraestructura Hidráulica Sanitaria.
- Proyecto ejecutivo Escuela Modelo.
- 2da Etapa de rehabilitación y equipamiento de la Plaza Melchor Ocampo.
- 2da Etapa de Rehabilitación de imagen urbana de Mineral de Pozos.
- 2da Etapa de construcción y equipamiento del Centro de Atención a Visitantes (estacionamiento y equipamiento)
- 1a Etapa de rehabilitación de la Antigua escuela Modelo de Mineral de Pozos.
- Ruta de la Plata 1a Etapa de Construcción del Circuito Turístico de Bicicleta de Montaña.

Ciudades Patrimonio

Guanajuato Capital

El proyecto Pueblos Mineros desarrollado en la Ciudad de Guanajuato registró en 2012 una inversión de \$37.2 millones de pesos considerando las siguientes acciones:

- 2da Etapa de Vialidades Sangre de Cristo y Mineral de la Luz.
- 2da Etapa de construcción del Centro de Atención a Visitantes de Sangre de Cristo.
- Proyecto ejecutivo iluminación de monumentos históricos.

San Miguel de Allende

En San Miguel de Allende se realizaron en 2012 proyectos de Recreación, Cultura, Conservación del Patrimonio y Accesibilidad por un monto de más de \$26 millones de pesos que incluyeron las siguientes acciones:

- Aeródromo San Miguel de Allende.
- Centro de las Artes Contemporáneas
- Adecuación Torre de Proyección 2da Etapa de construcción del Foro San Carlos (Concha Acústica) 2da. Etapa de Mejoramiento de la Imagen Urbana de Atotonilco.
- Rehabilitación de la Glorieta del Blvd. de la Conspiración.
- Equipamiento y Museografía del Museo de la Ciudad.
- Rehabilitación Centro Cultural "El Nigromante".

Además en 2012 se invirtieron en varios destinos del Estado más de \$28.6 millones en los proyectos: Ruta del Tequila, Conservación del Patrimonio, Recreación e Infraestructura Turística con las siguientes acciones:

- Plan de negocios, Corralejo. Pénjamo.
- Señalización circuito del Tequila, Pénjamo.
- 2da Etapa de construcción, equipamiento y adaptación del CIH. Pénjamo.
- Construcción del Centro de Atención a Visitantes del Cópore, Ocampo.
- Fuentes artísticas en Manuel Doblado.
- Parque Ecoturístico El Galán, Tarimoro.
- Museo Nacional de la Piel y del Calzado. (MUNPIC), León
- Remodelación de la Alameda Hidalgo, Celaya.

Capítulo 8 Promoción

8.1 Festivales y eventos

Importantes y grandes festivales y eventos se llevaron a cabo en diferentes municipios del Estado.

Para mayor información sobre festivales y eventos consulte el sitio:

www.guanajuatoexperience.mx.

CALENDARIO DE FESTIVIDADES Y EVENTOS		
MES	DESTINO	EVENTO
Enero	León	Feria Estatal de León 2013
Marzo	San Miguel de Allende	Festival de Música Barroca
Marzo	San Miguel de Allende	Cuba Fes
Marzo	Irapuato	Torneo Internacional Guanajuato Open Toyota Irapuato
Marzo	San Miguel de Allende	Moto Tour BMW
Marzo	Guanajuato - Silao - León	Rally Guanajuato México
Abril	San Miguel de Allende	Festival Internacional de Títeres
Abril	León	Torneo Nacional Grado 1
Abril	Guanajuato	Festival Medieval Guanajuato
Abril	Pozos - San Luís de la Paz	Festival del Mariachi
Abril	León	Estruendo
Mayo	León	Expo tendencias Gastronómicas
Mayo	Guanajuato	Festival Estudiantinas y Tunas
Mayo	Guanajuato	Festival Internacional del Órgano
Mayo	San José Iturbide	Festival de la Danza, la Trova, La Bohemia y Algo más...
Mayo	San Miguel de Allende	Encuentro Internacional de Convivencia y Hermandad
Junio	Guanajuato	Madrid Fusión México Guanajuato
Junio	León	54 México Open
Junio	Celaya	Festival de la Cajeta, el queso y sus dulces tradicionales
Junio	León	Rally Hog Bajío
Julio	San Miguel de Allende - Guanajuato	Festival Internacional de Cine (GIFF)
Julio	Guanajuato	Catar México
Agosto	Guanajuato	Festival de Teatro Aéreo
Agosto	San Miguel de Allende	Festival del Mezcal y el Cordero
Septiembre	León	EQUUS, La fiesta del Hombre y el Caballo
Septiembre	San Miguel de Allende	Torneo Bicentenario del Golf Las Ventanas
Octubre	San Miguel de Allende	Festival Internacional Cervantino Extensión SMA
Octubre	León	Moto fiesta
Octubre	Dolores Hidalgo	Festival de la Vendimia
Octubre	San Miguel de Allende	Festival de Música de Cámara
Octubre	Guanajuato	La Carrera Panamericana Guanajuato
Noviembre	León	Festival Internacional del Globo
Noviembre	San Miguel de Allende	Festival San Miguel Cantador (Vibra San Miguel)
Noviembre	San Miguel de Allende	Festival Internacional de Jazz y Blues
Noviembre	Dolores Hidalgo	Festival Internacional de José Alfredo Jiménez
Noviembre	Celaya	Festival de los Sabores
Noviembre	San Miguel de Allende	Hecho en San Miguel
Diciembre	San José Iturbide	Festival del Aire San José Iturbide
Diciembre	Guanajuato	Festival del Vino Mexicano y la Gastronomía en Guanajuato

Fuente: Dirección de Productos Turísticos.

8.2 Evaluación de los principales festivales

Los festivales y eventos que se realizan en el Estado de Guanajuato tienen un impacto positivo en la actividad turística. A continuación se detallan los resultados de las ediciones 2012 de algunos eventos.

8.2.1 Rally México

Del 8 al 11 de marzo de 2012 se llevó a cabo el Corona Rally México WRC, competencia automovilística de resistencia realizada por etapas en los municipios de Guanajuato, León y Silao, este evento deportivo es sin duda uno de los eventos lleno de adrenalina y emoción.

Los visitantes a la edición 2012 fueron más de 75 mil personas generando una derrama económica total estimada superior a los \$163 millones de pesos.



La ocupación promedio del periodo fue de 68 por ciento para los tres destinos en conjunto, con la llegada de más de 20 mil turistas. La ciudad de Guanajuato presentó una ocupación promedio de 50 por ciento, Silao registró la ocupación más alta con 83 por ciento mientras que León registró una ocupación promedio de 76 por ciento.

8.2.2 Festival Internacional de Cine de Guanajuato GIFF

El Festival Internacional de Cine de Guanajuato se llevó a cabo del 20 al 25 de julio en la ciudad Guanajuato Capital.

El Festival generó una derrama económica estimada superior a los \$103 millones de pesos. Los visitantes a la ciudad de Guanajuato Capital se estiman en más de 25 mil personas. El porcentaje de ocupación promedio fue de 68 por ciento. Se estima una llegada de turistas superior a las 15 mil personas que se hospedaron en hoteles 1 a 5 estrellas durante los días del evento.



8.2.3 Festival Internacional Cervantino

La XL edición del festival Internacional Cervantino tuvo como invitados de honor al estado de Nayarit y a los países de Austria, Polonia, Suiza y Sinaloa.

El Festival Internacional Cervantino es el encuentro cultural y artístico de mayor importancia y tradición en México y Latinoamérica. Se presenta desde hace 40 años en la bella ciudad de Guanajuato. En esta ocasión el evento se realizó del 3 al 21 de Octubre.

El porcentaje de ocupación hotelera promedio de las tres semanas completas del FIC fue del 57 por ciento, recibiendo la llegada de más de 34 mil turistas en hoteles de 1 a 5 estrellas.

Durante las semanas de duración del Festival, más de 140 mil personas visitaron la ciudad de Guanajuato, generando una derrama económica superior a los \$326 millones de pesos



8.2.4 Expo Agroalimentaria

Del 7 al 10 de noviembre se llevó a cabo en la ciudad de Irapuato la Expo Agroalimentaria 2012

La ocupación hotelera promedio en establecimientos de 1 a 5 estrellas durante los días del evento fue de 89 por ciento. La llegada de turistas fue cercana a las 4 mil personas.

El evento tuvo una contribución marginal a la ocupación hotelera de más de 6 puntos porcentuales con respecto a la misma semana del 2011.

Es la exposición más importante en el sector que reúne a todos los integrantes de la cadena productiva.



8.2.5 Festival Internacional del Globo

El XI Festival Internacional del Globo se llevó a cabo del 16 al 19 de noviembre en la ciudad de León, el más importante festival aerostático en toda latinoamérica y el tercero en el continente americano, ofrece al mundo uno de los espectáculos más bellos y admirados de México: el vuelo en pleno de fascinantes y coloridos globos aerostáticos con la presencia de más de 200 globos aerostáticos provenientes de diferentes países.

La ocupación hotelera promedio en la ciudad de León durante los días del evento fue de 90 por ciento.

Se registró una llegada de 210 mil visitantes, lo que representa un incremento del 11 por ciento con relación a la edición anterior.

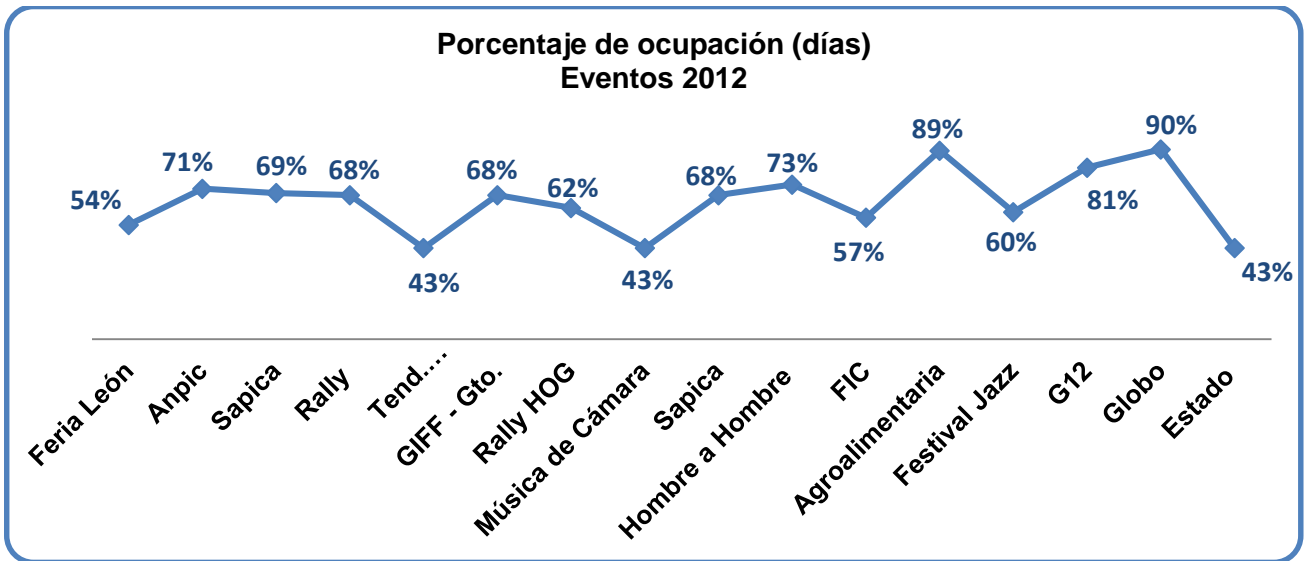
La derrama económica generada por todos los visitantes a la ciudad durante los días del evento se estima superior a los \$201 millones de pesos, lo que representa un incremento del 9 por ciento con relación a la edición 2011.



8.2.6 Ocupación hotelera durante eventos

Eventos, festivales, congresos o convenciones que se llevan a cabo en el estado de Guanajuato representan un impacto positivo en la ocupación hotelera, en el número de visitantes y por consecuencia la derrama económica en el Estado resulta beneficiada.

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



Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur.

Los resultados de los eventos corresponden al periodo de días y no a semanas completas.

8.3 Ventanilla única de información y asistencia integral al turista

Servicio Integral Institucional de Atención y Asistencia Turística, Vía Telefónica.

Objetivos

Que el Turista pueda acceder en forma ágil, confiable y oportuna a:

1. Información turística y general del Estado.
2. Opciones de servicios turísticos y tarifas (hoteles, restaurantes, transporte, guías, etc.).
3. Servicios de Asistencia al turista.
4. Festivales y Eventos.
5. Promociones (hoteles y/o paquetes).
6. Presentación y compra de todo el viaje.

Principales acciones desde su creación

- **Atención al Turista.** El Call Center brinda información Turística a los usuarios sobre, Atractivos turísticos, servicios de emergencia, eventos, Hoteles, Restaurantes, etc. La Atención a usuarios la brindan vía telefónica, Chat en Vivo y correo electrónico.
- **Nuevas estrategias.** El Call Center ha utilizado redes sociales propias, específicamente Twitter para promover y potencializar sus servicios.
- **La versión móvil** de Guanajuato experience cuenta con llamada directa al call center.

Recepción de Llamadas Telefónicas – Call Center Estado de Guanajuato						
Origen	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2008-2012
Nacionales	2,846	4,788	2,203	1,654	2,048	13,539
Internacionales	58	48	22	0	0	128
Total	2,904	4,836	2,225	1,654	2,048	13,667

Fuente: Dirección de Mercadotecnia



8.4 Sitio Web

Descripción del Proyecto

Guanajuato Experience es un portal web turístico de carácter experiencial basado en componentes de negocio y participación. Sus contenidos reflejan el conjunto de posibilidades turísticas vivenciales que Guanajuato ofrece, ordenadas de acuerdo a criterios motivacionales. Asimismo, se invita constantemente al usuario a la participación, de modo que la vivencia no sea contemplativa sino en primera persona, incentivando la compra de los productos y servicio locales más representativos.

Principales acciones y resultados del año 2012

1. Desarrollo de una versión móvil.
2. Traducción al Inglés de la interface y contenidos estratégicos.
3. Desarrollo de Landings Pages y Micrositios
4. Actualización de Imagen Guanajuato Experience
5. Inclusión de establecimientos de servicio y atractivos.

Innovaciones

Desarrollo de la versión móvil con:

1. Georeferenciación de contenidos.
2. Interrelación con el perfil de Facebook del usuario.
3. Conexión directa con el Call Center.

▪ Temas del contenido actual

Destinos

Muestra los destinos turísticos del Estado, los valores que los hacen únicos, que les dan una identidad, los hacen apetecibles a los ojos del turista, incitan a visitar, a participar, a vivirlos.

El Estado se ha zonificado en once destinos, ciudades en su mayoría (ciudades históricas y las mayores urbes integradas en el cinturón industrial del centro del Estado), y los territorios de carácter rural y natural al norte y sur. Cada destino despierta el interés del usuario mediante propuestas de disfrute, presentando sus atractivos, sus eventos, sus productos, sus servicios.

Experiencias

Creación de una conexión entre los usuarios y los principales motivos de turismo y ocio en el Estado.

La cartera de experiencias de Guanajuato está organizada de acuerdo a las principales motivaciones o estilos de consumo del viajero: turismo activo, turismo en familia, turismo cultural, compras y ocio nocturno, así como a la imprescindible gastronomía vinculando estas propuestas tanto a los destinos como a los eventos.

Eventos

Razones para ir a Guanajuato en cualquier momento.

Se cuenta con un directorio de eventos culturales, deportivos y gastronómicos de todo el estado, así como de las fiestas y tradiciones más relevantes que dan identidad a Guanajuato.

Planes de viaje

Experiencias hechas a la medida, para viajeros que desean tenerlo todo organizado.

Una selección de turoperadores receptivos de todo el Estado, han trabajado en conjunto con la Secretaría de forma constante, dando como resultado paquetes turísticos comerciales con un alto componente vivencial. Son operadores especializados capaces de brindar la mejor experiencia en turismo activo, turismo cultural, grupos de incentivo, etc.

Momentos

La conexión definitiva del viajero con el destino. Sugerencias para vivir un momento especial, especificando lugar y hora.

Los “Momentos” de cada destino, recogen la esencia de este enfoque: la visión vital de un lugar y tiempo determinado que brinda una experiencia mágica.

Paseos

Recorridos temáticos singulares por el destino. Sugerencias para una mañana, una tarde o un día.

En cada destino se han diseñado recorridos o “Paseos” asociados a las líneas motivacionales que presiden el portal. Los paseos no sólo enlazan recursos sino que proponen el descubrimiento de rincones especiales, sugerencias para un descanso, consumo y recreación.

Dormir y Comer

Hoteles y restaurantes que representan de la oferta turística del Estado.

En cada uno de los destinos cuenta con un directorio de establecimientos de alimentos y hospedaje brindado al visitante una amplia gama de opciones acorde a sus expectativas.

Se cuenta también con una selección de hoteles boutique y restaurantes de alto nivel, en los que dormir o comer se considera una vivencia única y exclusiva.

#gtojam

Conexión con los visitantes Jóvenes.

Esta sección tiene un espíritu similar a Ideas, pero está dirigida exclusivamente al público joven, con información sobre, puntos de encuentro, antros, actividades, etc.

Turismo de negocio (MICE)

Suma de fuerzas de las OCV y los destinos para la mejor atracción de eventos.

El portal debe una herramienta para las siete OCV del estado de Guanajuato, a través de micrositiros específicos que facilitan su función comercial y la exposición de los insumos necesarios para los organizadores de eventos.

Secciones más vistas	
2012	
	Página de Inicio
	Destinos
	Destinos/ Guanajuato
	Dormir y comer/ hoteles
	Planes de viaje/ tours
	Paseos/ Guanajuato
	Destinos/ León
	Parque Bicentenario
	Es/ Guanajuato
	Hoteles/ Guanajuato
	Hoteles/ 3 Estrellas
	Momentos/ Guanajuato
	Hoteles/ 4 Estrellas

Visitas Sitio Web				
Estado de Guanajuato				
Visitas	2010	2011	2012	Acumulado 2010-2012
Nacionales	178,547	262,957	356,943	798,447
Internacionales	15,873	30,061	36,160	82,094
Total	194,420	293,018	393,103	880,541

Fuente: Dirección de Mercadotecnia

8.5 Estrategia de comunicación

8.5.1 Campañas publicitarias

Objetivos de las campañas

El objetivo principal de las campañas publicitarias de la oferta turística es incrementar la visita de turistas al destino, y debe dirigirse de manera adecuada hacia un mercado meta o grupo de personas con características socioeconómicas específicas, teniendo presencia en los espacios de comunicación correctos en tiempo oportuno.

Descripción de la campaña publicitaria en 2012

Se inició el 2012 con una campaña de 36 espectaculares (26 en DF, 5 en Guadalajara y 5 en Monterrey) además de 60 publiparkings en el DF con 4 artes diferentes



- Con el fin de reforzar y refrescar la marca, se recomendó y autorizó la evolución a Guanajuato Experience.mx Vas a Vibrar:



Se apoyó con difusión de eventos especiales con espectaculares a:

- Campaña Semana Santa
- Campaña Giff: Festival Internacional de Cine
- Campaña de Verano
- Campaña Marquesada
- Campaña FI Cervantino
- Parque Guanajuato Bicentenario
- Campaña Festival del Aire
- Campaña Hecho en San Miguel
- Festival Internacional de José Alfredo Jiménez





Estos mismos eventos así como otros de menor impacto se reforzaron con campañas de spot en radio nacional.

- Con la designación de 3 nuevos Pueblos Mágicos en el Estado, se lanzó la Campaña estatal: Descubre los Pueblos Mágicos de Guanajuato que tuvo lugar en 10 diferentes municipios con dovelas y medallones de autobús.



- Se desarrolló el video de promoción turística “ Guanajuato el Destino Cultural de México”

Herramientas Impresas

Se diseñaron y elaboraron herramientas de promoción con el objetivo de reforzar las campañas publicitarias así como promover la oferta turística del Estado.



Principales Campañas 2007-2012							
Campañas	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2007-2012
Número de Campañas	3	3	3	3	4	5	21
Inversión en Campañas	\$16,496,817	\$35,692,174	\$57,431,003	\$172,241,993	\$212,843,953	\$129,844,054	\$624,549,994

Fuente: Dirección de Promoción y Difusión.

8.5.2 Viajes de Familiarización

Los viajes de familiarización son una manera de obtener publicidad y promoción de los destinos que conforman el Estado de Guanajuato de forma gratuita a un bajo costo con previo conocimiento del participante. La dinámica consiste, invitando a grupos de personas principalmente periodistas (Local, Nacional e Internacional), tour operadores, agentes de viajes y prensa especializada, en donde les ofrecemos la atención durante una visita a nuestro estado llevándolos a conocer los diferentes lugares y productos turísticos que ofrece el estado de Guanajuato como atractivo.

La finalidad es presentar al Estado como un destino turístico muy especial por toda la diversidad de cultura que tenemos, gastronomía y arquitectura, así como mostrar a un estado competitivo dentro de los diversos segmentos de turismo, a cambio de la publicidad en diferentes espacios como en revistas, periódicos, mención en

programas de televisión, radio, recomendación de destino con diferentes agencias de viajes, así como publicidad de boca en boca con líderes de opinión reconocidos a nivel nacional e internacional. Los viajes de familiarización se clasifican de la siguiente manera:

Grupo de Medios Nacionales: Es el grupo de prensa proveniente del interior del país y que visitan el Estado de Guanajuato con la intención de cubrir y publicar notas de eventos y festivales que se realizan en el Estado.

Grupo de Medios Internacionales: Es el grupo de prensa proveniente del extranjero y que visitan el Estado de Guanajuato con la intención de cubrir y publicar notas de eventos y festivales que se realizan en el Estado.

Grupo de Agentes de Viajes y/o Tour operadores: Este grupo está conformado por agencias de viaje, ya sean nacionales o extranjeras, cuya función es comercializar paquetes.

Los principales medios y grupos que se han atendido para la promoción del Estado son los siguientes:

Internacionales: Univisión, HBO, revista El Viajero, revista Marie Claire, revista Elle, periódico La Razón, Onda Cero,

Nacionales: México Desconocido, Grupo Fórmula, Reforma, Once TV, TV Azteca, Milenio, TeleHit, Grupo Imagen, revista Donde Ir de Viaje, Efecto TV, revista Interjet, revista Cuatro Vientos, revista México a la Carta, Canal 22, Excélsior, W Radio, El Universal, entre otros.

Los viajes de familiarización han logrado mejorar el posicionamiento del Estado como uno de los principales destinos en el interior de la República Mexicana, generado publicaciones no pagadas en más de 30 países como Colombia, China, España, Italia, Estados Unidos, Brasil, El Salvador, Canadá, etc.

Viajes de Familiarización Estado de Guanajuato							
Medios	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2007-2012
Medios Nacionales	19	24	25	83	68	44	263
Medios Internacionales	32	23	21	22	21	11	130
Total de Viajes de Familiarización	51	47	46	105	89	55	393

Fuente: Dirección de Relaciones Públicas



8.5.3 Viajes de promoción

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

Objetivos y beneficios

Comercialización de oferta turística y la Promoción del Destino.

Participación en 2012

FITUR 2012, Madrid España
 ITB Berlín, Alemania.
 Tianguis Turístico de Puebla 2012
 ARLAG, en Guadalajara
 Meeting Place México, Puerto Vallarta, México.
 Encuentro de la Red de un Turismo para Todos
 Virtuoso Travel Mart, en las Vegas Nevada
 Imex America, en las Vegas Nevada
 Feria Mundial de Turismo Cultura
 Word Bussines Idea

Viajes de Promoción Turística Estado de Guanajuato							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2007-2012
Nacionales	14	48	9	18	46	4	139
Internacionales	9	10	8	9	10	6	52
Total	23	58	17	27	56	10	191

Fuente: Dirección de Relaciones Públicas

Imágenes de la participación en eventos 2012



8.5.4 Apoyo a Congresos y Convenciones

Importancia del apoyo a Congresos y Convenciones

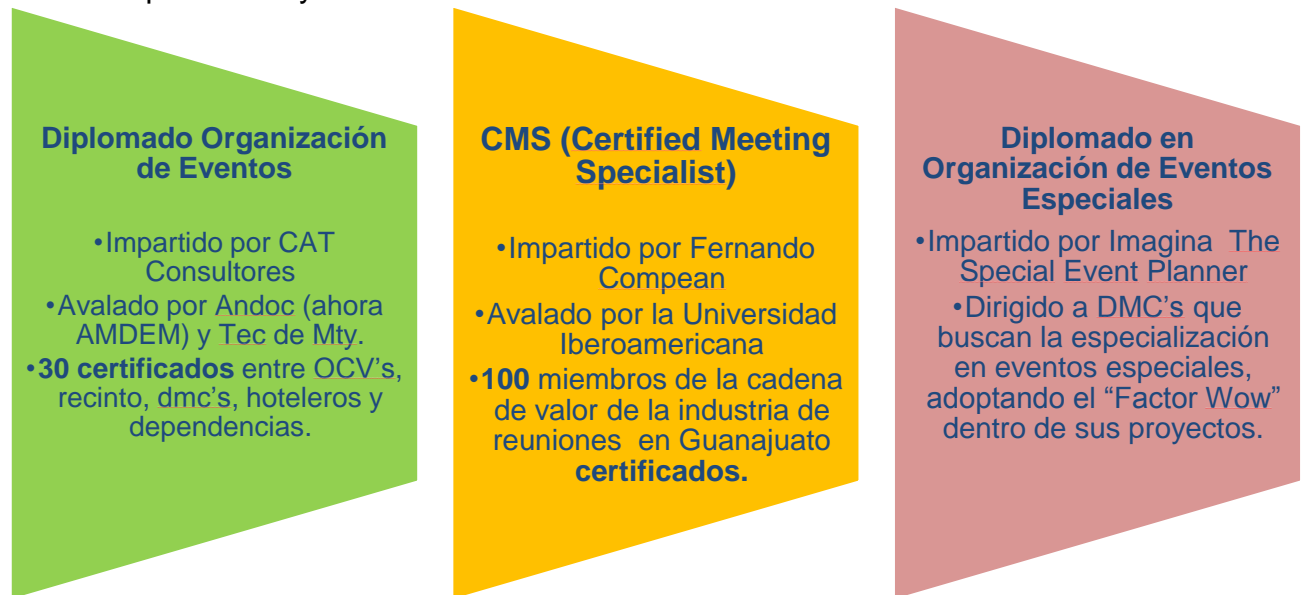
Entre los beneficios generados por el Turismo de Reuniones, se pueden mencionar; mejorar la ocupación en temporadas bajas, impulsar la creación y desarrollo de micro-pequeñas y medianas empresas en las localidades, apoyar la generación y distribución del ingreso por turismo en las localidades, elevar la estadía promedio en el país, contribuir a elevar el gasto promedio de los visitantes, regular la estacionalidad de la demanda turística y generar una imagen positiva del destino.

Descripción de los Apoyos proporcionados Congresos y Convenciones

Eventos sociales, callejoneadas, transporte, hospedaje, obsequios, entre otros.

Principales Acciones y Resultados del año 2012.

- Capacitación y Certificaciones en Turismo de Reuniones



- Captación de Eventos Nacionales e Internacionales
- Más de 40 congresos y convenciones itinerantes confirmados para realizarse en el periodo 2010-2013, en los que en coordinación con las OCV's, Recintos y PCO's desarrollamos una estrategia conjunta para ganar la sede en el Estado.

Las acciones que se realizaron para lograr este objetivo han sido las siguientes:

- Acompañamiento a OCV's en blitz, visitas de inspección y peticiones de sede
- Participación en eventos del segmento de reuniones.



Apoyo a Congresos y Convenciones confirmados

Con la finalidad de otorgar una atención personal y especializada a los eventos MICE ganados, se diseñó un programa de apoyo integral en coordinación con OCV's DMC's, Recintos y otras dependencias gubernamentales.



Nombres de los principales eventos apoyados en 2012

1. XXVI Seminario Endo
2. Congreso Nacional de Medicina de Urgencias y Trauma
3. Encuentro de Negocios de HONDA
4. Encuentro de Juventud y Familia
5. Junta del Consejo de la AMHyM
6. 3th. International Super Computing Conference in Mexico
7. Congreso Estatal de Pediatría
8. XXXVI Congreso Anual del Colegio Mexicano de Urología Nacional AC
9. Curso Internacional de Bioinformática
10. World Innovation Forum
11. Reunión Dental de Provincia
12. Expo Salud y Deporte

13. Conferencia Nac. ANFEI (Institutos Tecnológicos)
14. Congreso Nac. de Urgenciólogos Pediatras
15. Convención Asamblea de Dios
16. 13a. Convención Internacional de Liderazgo Internacional AC
17. 2° Congreso de Contralores Municipales
18. Congreso Nacional de Cirugía Gástrica
19. México Bio 2012
20. Idea Youth Forum
21. Reunión Anual la de la Academia Mexicana de Pediatría
22. Congreso Nacional de Turismo de Reuniones
23. Seminario de Cine
24. Reunión "Comunalia"
25. Congreso Internacional de Medicina y Ciencias Aplicadas al Deporte
26. X Congreso de Odontología
27. Congreso Internacional de Entrenadores de Tenis (ITF)
28. Convención ANIPAC (Asoc. Nacional del Plástico)
29. 1er. Seminario Internacional de Fotografía
30. Olimpiada Mexicana de Matemáticas
31. Congreso de Veterinarios
32. Congreso de Medicina Crítica y Terapia Intensiva
33. Congreso de la Federación Mexicana de Psicólogos
34. Convención Hombre a Hombre
35. Congreso Nacional de Psiquiatría Infantil
36. Congreso Internacional de Facilitadores
37. Reunión BCD Travel México
38. Taller- Seminario Photoexperience
39. Congreso Nacional de Nutrición y Endocrinología
40. Congreso Mujer del Milenio



8.5.5 Publicaciones no pagadas

Se refiere a las publicaciones generadas como resultado de los eventos que se realizaron a lo largo del año, conferencias de prensa realizadas fuera y dentro del Estado, notas informativas que se envían periódicamente a todos los contactos y que estos generan gracias a la información enviada, así como las notas que cada

uno de los medios pública por cuenta propia en la internet, en revistas y en periódicos.

Importancia y beneficios de las publicaciones no pagadas

Las publicaciones no pagadas ayudan a dar promoción a un destino, festival o evento, invitando a la sociedad a formar parte de él y descubrir las actividades que lo hacen importante.

Como parte de los beneficios que generan las publicaciones no pagadas está darnos a conocer como destino turístico, posicionarnos como uno de los Estados de la República con mayor cantidad de atractivos gracias a nuestra cultura, bellezas naturales y arquitectónicas, infraestructura ideal para realizar eventos internacionales y excelente conectividad para establecer negocios ya que contamos con un corredor industrial de gran prestigio.

De igual forma, otros beneficios son lograr mayor alcance entre los lectores, creación de enlaces directos con las páginas de los eventos para encontrar mayor información y crecimiento de la afluencia turística gracias a la promoción y difusión de los eventos, todo esto sin generar algún costo directo para la Secretaría de Desarrollo Turístico.

Principales medios en donde aparecieron publicaciones no pagadas

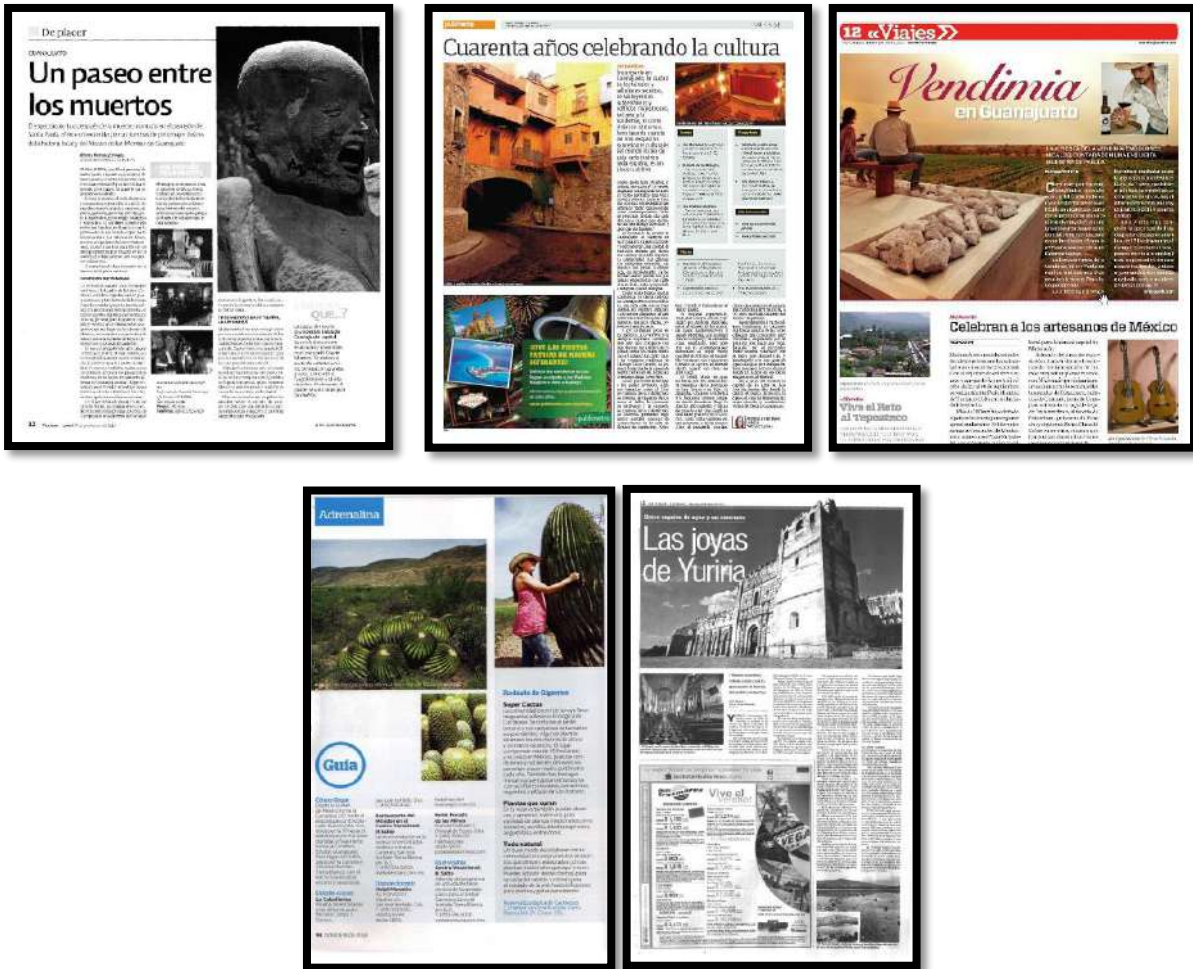
MVS, Milenio, El Universal, Terra, Ruta MXO, El Herald de Toluca, Publímetro, El Economista, Global Media, Diario Imagen, México Desconocido, El Financiero, El Sol de México, El Siglo de Torreón, TV Azteca, CNN México, Yahoo, Banda Max, Grupo Fórmula, W Radio, La Jornada, etc.

Publicidad No Pagada Estado de Guanajuato							
Total	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Acumulado 2007-2012
Numero de Publicaciones	50	63	75	143	532	645	1,508

Fuente: Dirección de Relaciones Públicas

I

Imágenes sobresalientes de publicaciones no pagadas 2012



8.6 Planes cooperativos nacionales e internacionales

Los Programas Cooperativos que ha establecido el Consejo de Promoción Turística de México ha permitido ampliar los programas de publicidad, los cuales conlleva a la participación de los diversos actores del sector turístico, como destinos, líneas aéreas, cadenas hoteleras, tour-operadores, oficinas de convenciones y visitantes y otros socios comerciales del sector privado.

Objetivos

- Incrementar la presencia de la oferta turística de los diversos actores en los medios de comunicación.
- Complementar el plan de medios, por una parte el destino y/o socio invierte y el Consejo duplica la inversión en diferentes medios de comunicación.

- Estimular la intención de viaje en México y hacia México, propiciando la óptima utilización de la oferta de productos y servicios turísticos.
- Incentivar la comercialización continua de la oferta turística mediante acciones dirigidas a los mercados, segmentos, nichos y canales de distribución más rentables.

Principales acciones 2007-2012

Mediante los Cooperativos con el Consejo de Promoción Turística de México, y para posicionar al Estado de Guanajuato a nivel nacional en otros Estados de la República en conjunto con la marca México, se realizaron campañas a favor del turismo de Reuniones, Cultural y Aventura, se obtuvo presencia en:

- **Prensa:** Nacional y local en los periódicos El Universal, Periódico Excelsior, El Informador, Milenio, etc.
- **Radio:** Radiorama, Comercializadora de Servicios e Imagen, Stereo Rey, entre otras radiodifusoras a nivel nacional.
- **Televisión:** Se obtuvieron pautas en Televisa y Tv Azteca, a nivel nacional y local con plazas como Guadalajara, Querétaro, San Luis Potosí y México, D. F.

Se realizaron campaña de exteriores y se tuvo presencia en revistas como Cosmopolitan, todo esto por un monto aproximado de 7 millones de pesos.

Se contó con apoyos a eventos especiales como lo son el Festival Internacional del Globo y Rally 2012, un aproximado de \$1.5 millones de pesos.

- **Presencia Internacional:** Se obtuvo el apoyo en internet y en revistas como New York Magazine, que es una guía especializada en Moda, Restaurantes, Estilo de vida, Bodas y Viajes.

El monto de los recursos en 2012 que el Consejo de Promoción Turística destinó para el Estado de Guanajuato fue mayor a los \$15 millones los cuales fueron distribuidos de la siguiente manera:

Monto de Recursos del CPTM Estado de Guanajuato						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nacional	\$ 5,450,000	\$12,465,205	\$27,785,415	\$14,300,490	\$13,540,000	\$13,178,000
Internacional	\$ 2,850,000	\$ 2,834,795	\$ 2,998,985	\$ 621,000	\$ 1,640,000	\$2,002,000
Total	\$ 8,300,000	\$15,300,000	\$30,784,400	\$14,921,490	\$15,180,000	\$15,180,000

Fuente: Dirección de Promoción y Difusión.

8.7 Nuevas Rutas Turísticas del Estado

Descripción del Programa

Bajo los enfoques de aplicación regional e integral, atendiendo a los principios de sustentabilidad y competitividad; el equilibrio regional y la corresponsabilidad, desarrollamos Rutas y Circuitos Turísticos procurando las condiciones que permitan elevar el nivel de vida económico, social y cultural de los habitantes de los municipios con afluencia turística.

Siendo **una ruta** un camino hacia fines diversos, un recorrido de interés turístico que integra temáticamente una relación de recursos tangibles e intangibles muy relacionado a la vocación de los municipios. Actualmente las 7 rutas, son más conceptuales y de referencia por segmentos, con criterios de regionalización o de operatividad logística.

Un circuito turístico son viajes o recorridos completos caracterizados por tener contenido e interés turístico, ser permanentes, tener itinerarios previamente establecidos, incluyendo horarios fijos de salida y llegada, así como también paradas en determinados sitios para comidas, alojamiento, diversiones, recreación en general y visitas a lugares o monumentos nacionales. El punto de origen es común al punto de llegada y tiene una duración a 24 horas.

Objetivos del Programa:

En una ruta:

- Integrar temáticamente una relación de recursos (tangibles e intangibles) relacionados a la vocación de los municipios (cultura, arqueología, etc.).
- Proponer un recorrido por varios destinos.
- Sugerir un mapa de ruta.
- Reforzar las rutas ya existentes con circuitos y eventos que aumenten la derrama económica.
- Vincular a operadores turísticos.

En un circuito:

- Proponer un recorrido que inicia y termina en un destino y sitio específico.
- Contemplar un itinerario con un orden definido que se sigue de inicio a fin.
- Reforzar los circuitos con eventos y herramientas que aumenten la derrama económica.
- Vincular a operadores turísticos.

Nuevas rutas turísticas 2007-2012:

- Ruta de Aventura, entre los municipios de San Luis de la Paz, San José Iturbide, San Felipe y Silao.
- Ruta Histórico- Cultural, entre los municipios de Guanajuato, San Miguel de Allende y Dolores Hidalgo CIN.
- Ruta de Negocios, entre los municipios de Celaya, Irapuato, León y Salamanca.
- Ruta Artesanal, entre los municipios de Apaseo el Alto y Apaseo el Grande, Coroneo y Tarandacua.
- Ruta de Conventos, entre los municipios de Acámbaro, Salvatierra y Yuriria.
- Ruta Textil entre los municipios de Uriangato y Moroleón.
- Ruta Arqueológica, entre los municipios de Abasolo, Huanímaro, Cuerámara y Pénjamo.



Lanzamiento de nuevas rutas turísticas 2009 - 2012

Con el objetivo de reforzar las Rutas existentes en el estado de Guanajuato por medio de la creación de 7 Circuitos turísticos Operando:

1. Circuito Arqueológico, entre los municipios de Abasolo, Pénjamo, San Miguel de Allende y Ocampo.
2. Circuito de Arte Sacro, entre San Miguel de Allende y Guanajuato.
3. Circuito de Haciendas en el municipio de San Diego de la Unión.
4. Circuito de la Ruta de la Independencia en los municipios de Dolores Hidalgo, San Miguel de Allende, Celaya, Salamanca, Irapuato, Guanajuato, León, Pénjamo, Acámbaro y Silao.
5. Circuito del Tequila en los municipios de Pénjamo y Cuerámara.
6. Circuito del Vino en los municipios de San Miguel de Allende y Dolores Hidalgo.
7. Circuito de Capilla de Indios en el municipio de San Miguel de Allende.



8.8 Logros y reconocimientos

- ✓ Parte del Top Ten Destinos de México 2010, 2011, 2012 según la revista Mercado de Convenciones (MDC).
- ✓ León, la cuarta ciudad más competitiva para Turismo de Reuniones 2012 publicada en la revista Poder y Negocios.
- ✓ San Miguel de Allende fue nombrado el 1er destino en Latinoamérica y 4to mjr destino posicionado a nivel internacional por Lonely Planet y Travel Leisure.

8.9 Consejo Consultivo Turístico del Estado de Guanajuato

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

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

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

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

- VII. Las demás que le encomienden el Titular del Poder Ejecutivo del Estado o el Secretario de Desarrollo Turístico.

Consejo Consultivo del Estado de Guanajuato		
Miembros		
Sector al que representa	Cargo	Nombre
Congreso del Estado	Presidente de la Comisión de Turismo del Congreso del Estado	Diputado Adrián Camacho Trejo Luna
Iniciativa Privada	Coordinador Ejecutivo	Lic. Gerardo Herrera García
Oficina de Convenciones y Visitantes del Municipio de Celaya	Consejero Propietario	Lic. Ana Elvira Aguilera Herrera
Oficina de Convenciones y Visitantes de Guanajuato, A.C.	Consejero Propietario	T.A. Edmundo Almanza Moreno
Oficina de Convenciones y Visitantes de Irapuato, A.C.	Consejero Propietario	Sr. Enrique Zavala Muñoz
Comité de Turismo, Histórico y Artesanal de Dolores Hidalgo, Guanajuato, A.C.	Consejero Propietario	Sra. Virginia Barajas Monjaras
León, Oficina de Convenciones y Visitantes, A.C.	Consejero Propietario	C.P. Eduardo Gómez Navarro
Consejo Turístico de San Miguel de Allende	Consejero Propietario	Ing. Ricardo Antonio Garrido Sánchez
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Dolores Hidalgo, C.I.N., Gto.	Consejero Propietario	Dr. Everardo Guerrero Rivas
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Guanajuato, Gto.	Consejero Propietario	Lic. Armando López Ramírez
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Irapuato, Gto.	Consejero Propietario	Sr. Sergio Martín Anguiano
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de León, Gto.	Consejero Propietario	Lic. Oscar Abraham Rocha Moreno
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de San Miguel de Allende, Gto.	Consejero Propietario	Lic. Javier Salas González

Sector al que representa	Cargo	Nombre
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de la Región Laja Bajío	Consejero Propietario	Arq. Adrian Caracheo Jair Nara
Cámara de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados del Estado de Guanajuato (CANIRAC)	Consejero Propietario	Lic. María de Lourdes Elena Anaya Sanromán
Federación de Cámaras Nacionales de Comercio del Estado de Guanajuato (FECANACO)	Consejero Propietario	Lic. Francisco Javier Martínez Rascón
Secretaría de Desarrollo Turístico	Secretaria Técnica	Lic. Gloria Magaly Cano de la Fuente

Fuente: Dirección de Información y Análisis

Capítulo 9 Enlaces

9. Secretarios del Turismo en el País

Secretarios de Turismo de la República Mexicana			
Estado/ Nombre del Secretario	Dirección	Teléfono	Correo Electrónico
Aguascalientes Lic. Alejandro Ponce Larrinua (Encargado de Despacho)	Av. Aguascalientes Norte # 612. Fracc. Pulgas Pandas, C.P. 2038. Aguascalientes, Ags,	Tel. (449) 910 2088	alejandro.poncel@aguascalientes.gob.mx sandra.rodriguezq@aguascalientes.gob.mx
Baja California Lic. Juan Benjamín Tintos Funcke	Edificio Río - 3er Piso - Zona Río. Calle Juan Ruíz de Alarcón #22320 Tijuana, Bc.	Tel. (664) 682 3367	jtintos@baja.gob.mx
Baja California Sur Lic. Rubén Reachí Lugo	Carr. Norte Km 5.5, Fracc. Fidepaz #23090. La Paz, Bcs.	Tel. (612) 124 0100 Ext. 103	rreachi@visitbajasur.travel
Campeche Lic. Vania Kelleher Hernández	Av. Luis Cortines s/n, Plaza MochCauh, Centro Campeche, Camp.	Tel. (981) 127 3300 Ext.124	secretaria@campechetraavel.com.mx spsefotur@gmail.com
Coahuila Lic. Claudia Eliza Morales Salazar	Centro de Gobierno 2° piso Blvd. Fundadores y Blvd. Centenario de Torreón s/n C.P.25294 Saltillo ,Coah.	Tel. (844) 698 1000 Ext. 5560	mlopez.sedetur@hotmail.com
Colima C. Héctor Sandoval Fierros	1er Anillo Periférico y Ejército Mexicano Edificio B #28010, Colima, Col.	Tel. (312) 316 2021	hectorsandoval@col.gob.mx
Chiapas Lic. German Lievano	Blvd. Belisario Domínguez #950. Colonia: Xamaipak. Tuxtla Gutiérrez, Chis.	Tel. (961) 617 0550	germanlievano@turismochiapas.gob.mx
Chihuahua Lic. Alma Rosa Cuesta Pérez	Priv. De Tecnológico #1504, Col. Santo Niño Chihuahua, Chih.	Tel. (614) 429 3469	alma.cuesta@chihuahua.com.mx
Distrito Federal Lic. Miguel Torruco Marqués	Nuevo León #56 Piso 9, Col. Hipódromo México, D. F.	Tel. (55) 5286 7011	secretario.turismo@mexicocity.gob.mx
Durango Lic. Christian Tohmé Hernández	Florida No. 1106 2° Piso Barrio el Calvario, Zona Centro Durango, Dgo.	Tel. (618) 811 1107	christian.thome@durango.gob.mx
Estado de México M.D.F. Rosalinda Elizabeth Benítez González	Av. Roberto Bosch esq. 1 de Mayo. Piso 2. Edificio José Ma. Morelos y Pavón. Col. Zona Industrial. C.P. 50071 Toluca, Edo. de Méx.	Tel. (722) 275 6892	turismo@edomex.gob.mx

Estado/ Nombre del Secretario	Dirección	Teléfono	Correo Electrónico
Guanajuato Lic. Fernando Olivera Rocha	Blvd. Euquerio Guerrero, Esq. Calle Jazmín, Col. Arrollo Verde Gto., Guanajuato Blvd. Vasco de Quiroga #101 Col. Los Gavilanes Octavo Piso, León Gto.	Tel. (473) 10 20 300 Tel. (477) 10 41 400	foliverar@guanajuato.gob.mx
Guerrero Lic. Javier Aluni Montes	Av. Costera Miguel Alemán #3221 Edificio Santander, 2° piso C.P. 39850 Acapulco, Gro.	Tel. (744) 435 1981	spsefotur@gmail.com
Hidalgo Prof. Juan Renato Olivares Chávez	Blvd. Everardo Márquez #202 Col. Cuesco, C.P. 42080 Pachuca, Hgo.	Tel: (771) 717 6400 Ext. 1916	irenato.olivares@hidalgo.gob.mx
Jalisco Lic. Enrique Ramos Flores	Morelos #102 Col. Plaza Tapatía, Guadalajara, Jal.	Tel. (33) 366 81602	enrique.ramos@jalisco.gob.mx
Michoacán C. Roberto Monroy García	Av. Tata Vasco #80 Esq. Hospitales Col. Vasco de Quiroga C.P.58230 Morelia, Mich.	Tel. (443) 317 8088	rmonroy@michoacan.gob.mx
Morelos C. Perla Gabriela Dauguet Ortega	Hidalgo #5 Col. Centro C.P. 6200 Cuernavaca, Mor.	Tel. (777) 314 3654	jaime.alvares@morelostravel.com.mx
Nayarit Lic. Raúl Rodrigo Pérez Hernández	Av. México y Calzada del Ejercito Nacional, Ex Convento de la Cruz Tepic, Nay.	Tel. (311) 214 8071	rodrigosecturnay@gmail.com
Nuevo León Lic. Patricia Aguirre González	Washington #648 Oriente 2° Piso, Antiguo Palacio Federal; Centro Monterey, NL.	Tel. (81) 203 38400	patricia.aguirre@nuevoleon.com.mx
Oaxaca Lic. José Zorrilla de San Martín Diego	Av. Juárez, #703 Centro Oaxaca, Oax,	Tel. (951) 502 1200 Ext. 1565 y 1512	sria.particular.styde@oaxaca.gob.mx josezorrilla@oaxaca.gob.mx
Puebla Lic. Robert Antonio Trauwitz	5 Oriente No. 3, Centro Histórico, Puebla, Pue.	Tel. (222) 122 1100 Ext. 1	oberto.trauwitz@puebla.gob.mx
Quintana Roo Lic. Juan Carlos González Hernández	Calzada del Centenario #622 Col. Del Bosque Chetumal, Qr.	Tel. (983) 835 0860	jgonzalez@groo.gob.mx
San Luis Potosí Lic. Enrique Abud Dip	Manuel José Othon #130, Col. Centro San Luis Potosí, Slp.	Tel. (444) 812 9939 Ext.	eabud@turismoslp.com.mx msauceda@urismoslp.com.mx
Sinaloa Dr. Francisco Manuel Córdova Celaya	Paseo Olas Altas #1501, Centro Histórico C.P. 82000 Mazatlán, Sin.	Tel: (669) 981 8883 al 87	francisco.cordova@sinaloa.gob.mx
Sonora C.P. Eduardo Javier Tapia Camú	Comonfort y Paseo Canal, Centro de Gobierno, Edif. Sonora 3er. Piso Ala Norte, Col. Villa de Seris Hermosillo, Son.	Tel: (662) 289 5802	jcabrera@sonoraturismo.gob.mx

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

9.1 Funcionarios de la SECTUR y FONATUR

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

Secretaría de Turismo Federal			
Cargo	Nombre	Correo Electrónico	Teléfono
Secretaría de Turismo	Lic. Claudia Ruiz Massieu Salinas	secretaria@sectur.gob.mx	Tel. 01 55 300 263 00 Ext. 2660-2681
Subsecretaría de Operación Turística	C.P. Carlos Manuel Joaquín González	cjoaquin@sectur.gob.mx	Tel. 01 55 300 263 50
Subsecretaría de Planeación Turística	Lic. José Salvador Sánchez Estrada	jssanchez@sectur.gob.mx	Tel. 01 55 300 263 00
Subsecretaría de Innovación y Calidad	Lic. Francisco Maass Peña	fmaass@sectur.gob.mx	Tel. 01 55 300 263 00 Ext. 2320
Órgano Interno de Control	Mtro. Oscar Gómez Bravo	ogomez@sectur.gob.mx	Tel. 01 55 300316 00 Ext. 4060
Dirección General de Asuntos Jurídicos	Lic. José Antonio Anaya Gallardo	jaanayag@sectur.gob.mx	Tel. 01 55 300269 00 Ext. 5220

9.2 Fondo Nacional del Fomento al Turismo, FONATUR

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

Fondo Nacional del Fomento al Turismo		
Nombre	Función	Área de adscripción
Lic. Héctor Martín Gómez Barraza	Director General	fonatur-dg@fonatur.gob.mx
Lic. Sergio Holguín Román	Coordinador General de Asesores	fonatur-dege@fonatur.gob.mx
Lic. Sylvan Beltrones Sánchez	Dirección Ejecutiva de Gestión Estratégica	fonatur_daj@fonatur.gob.mx
Lic. Roberto López Vides	Dirección Jurídica	fonatur_-daj@fonatur.gob.mx
Lic. Samuel León Saez	Gerente de Seguimiento de Acuerdos	fonatur-dgsp@fonatur.gob.mx
Lic. Guillermo Javier Haro Bélchez	Dirección DE Administración y Finanzas	fonatur-daaf@fonatur.gob.mx
Lic. Franco Juan Carreño Osorio	Dirección de Desarrollo	fonatur-dad@fonatur.gob.mx
Lic. Jorge Ortega Chávez	Director de Servicios de Apoyo al Sector Turismo	fonatur-dasast@fonatur.gob.mx

9.2 Presidentes Municipales, estado de Guanajuato

Presidentes Municipales del estado de Guanajuato		
Municipio/Presidente	Dirección	Teléfono
Abasolo C.P. Abel Gallardo Morales	Jardín Hidalgo No. 101 C.P.36970, Col. Centro	01 (429) 693 00 76
Acámbaro Lic. René Mandujano Tinajero	Andador Juárez #280 C.P. 3600, Col. Centro	01 (417) 118 03 00
Apaseo el Alto Dr. Jaime Hernández Centeno	5 de Mayo No. 101 C.P. 38500, Col. Centro	01 (413) 166 00 33
Apaseo el Grande Ing. Lorenzo Licea Rojas	Jardín Hidalgo No.105 C.P. 38160, Col. Centro	01 (413) 15 82 005 01 (413) 15 82 475
Atarjea C. José Noé García Zúñiga	Plaza Principal s/n C.P. 37940, Col. Centro	01 (469) 69 4 21 20
Cd. Manuel Doblado Manuel Pedrosa Ramírez	Hidalgo y Corona s/n C.P. 36470, Col. Centro	01 (432) 744 00 07 01 (432) 744 00 26
Celaya Arq. Ismael Pérez Ordaz	Portal Independencia No. 101 C.P. 38000, Col. Centro	01 (461) 61 871 00
Comonfort C. Pablo Martín López Portillo	M. Arista No. 1 C.P. 38200 Col. Centro	01 (412) 156 2005
Coroneo C. Tarsicio Granados Mendoza	H. Colegio Militar #55 C.P. 38590, Col. Centro	01 (421) 473 03 19 01 (421) 473 03 57
Cortázar C. Juan Aboytes Vera	Portal Constitución #116 C.P. 38300 Col. Centro	01 (411) 155 09 95 01 (411) 160 38 01
Cuerámbaro Dr. Gerardo Elizarrarás Vela	Francisco Venegas #111 C.P. 36960, Col. Centro	01 (429) 69 40742 01 (429) 694 07 41
Doctor Mora C. César Emilio Zarazua Reyes	Palacio Municipal S/N C.P. 37960, Col. Centro	01 (419) 193 00 62 01 (419) 193 02 46
Dolores Hidalgo C. Adrián Hernández Alejandri	Plaza Principall #1 Col. Centro	01 (418) 1820193 01 (418) 182 08 01
Guanajuato Lic. Luis Fernando Gutiérrez Márquez	Plaza de La Paz #12 C.P. 36000 Col. Centro	01 (473) 73 21213
Huanímbaro C. Gustavo Rodríguez Rangel	Plaza Principal s/n C.P. 36990, Col. Centro	01 (429) 69 10 107

Irapuato Lic. Sixto Zetina Soto	Palacio Municipal s/n C.P. 36500 Col. Centro	01 (462) 606 99 99 ext. 1101 y 1001
Jaral del Progreso Ing. Jaime Enrique Soto Mosqueda	Calle Trigo #201 C.P. 38470, Fracc. Presidencia	01 (411) 661 01 45, 01 (411) 66 1 18 18
Jerécuaro C. Jaime García Cardona	Fray Ángel Juárez No. 32 C.P. 38540, Col. Centro	01 (421) 476 04 01 01 (421) 476 00 57
Moroleón C. Juan Guzmán Ramírez	Av. Hidalgo #30 C.P. 38800 Col. Centro	01 (445) 457 00 01 01 (445) 457 19 85
Ocampo C. Francisco Pedroza Torres	Plaza Principal #208 C.P. 37630, Col. Centro	01 (428) 683 00 65 01 (428) 683 03 04
Pénjamo C. Jacobo Manríquez Romero	Juárez # 5 C.P. 36900, Col. Centro	01 (469) 692 00 09 01 (469) 692 23 02
Pueblo Nuevo C. Adriana Solórzano Villanueva	Francisco I. Madero No. 104 C.P. 36890, Col. Centro	01 (429) 693 30 30
Purísima del Rincón Javier Casillas Saldaña	Palacio Municipal, Jardín Principal s/n C.P. 36400, Col. Centro	01 (476) 744 78 00
Romita C. Rogelio López López	Morelos Esq. Cándido Navarro s/n C.P. 36200, Col. Centro	01 (432) 745 20 81
Salamanca Lic. Justino Arriaga Rojas	Portal Octaviano Muñoz Ledo C.P. 36700, Col. Centro	01 (464) 64 800 21
Salvatierra Ing. Rito Vargas Varela	Juárez #408 C.P. 38900, Col. Centro	01 (466) 663 19 90 01 (466) 663 26 88
San Francisco del Rincón C. Javier Casillas Saldaña	Plaza Principal #100 C.P. 36300, Col. Centro	01 (476) 744 78 00
San Diego de la Unión C. Diego Alberto Leyva Merino	Plaza Principal #1 C.P. 37850, Col. Centro	01 (418) 684 01 09 01 (418) 684 00 05
San Felipe Federico Ezequiel Velázquez Juárez	Plaza Principal #100 Col. Centro	01 (428) 685 00 13 01 (428) 685 02 75
San José Iturbide C. Filiberto López Plaza	Plaza Principal #1 C.P. 37980, Col. Centro	01 (419) 198 80 50
San Luis de la Paz C. Timoteo Villa Ramírez	Morelos No. 102 C.P. 37900, Col. Centro	01 (468) 688 22 81 01 (468) 688 28 77
San Miguel de Allende Lic. Mauricio Trejo Pureco	Bvld. De la Conspiración #130, salida a Querétaro	01 (415) 152 01 16 01 (415) 152 96 00
Santa Catarina C. Filogonio Jiménez Moral	Torre Administrativa 1er piso Librado García #211, Col. Centro	01 (419) 293 70 54 01 (419) 293 71 40
Santa Cruz de Juventino Rosas Juan Antonio Acosta Cano	Hidalgo #106 C.P. 38240, Col. Centro	01 (412) 157 20 70 01 (412) 157 23 53
Santiago Maravatío Lic. Leonel Flores Hurtado	5 de Mayo # 3 C.P. 38970, Col. Centro	01 (466) 451 00 03 01 (466) 451 00 04
Silao Lic. Enrique Benjamín Solís Arzola	Melchor Ocampo #1 C.P. 36100, Col. Centro	01 (472) 722 01 10 01 (472) 722 00 17
Tarandacuao C. Tarsicio Pineda Martínez	Jardín Hidalgo #1 C.P. 38790, Col. Centro	01 (421) 474 00 04 01 (421) 474 06 60
Tarimoro C. Marco Antonio Retiz López	Jardín Principal #1 C.P. 38700, Col. Centro	01 (466) 663 95 00 01 (466) 664 00 60
Tierra Blanca C. Esteban Duarte Ramírez	Francisco I. Madero s/n C.P. 37970, Col. Centro	01 (419) 23 40 095 01 (419) 23 40 096
Uriangato Lic. Luis Ignacio Rosiles del Barrio	Morelos #1 C.P. 38980, Col. Centro	01 (445) 457 50 22 01 (445) 457 51 22
Valle de Santiago Lic. Leopoldo Torres Guevara	Portal Hidalgo #185 C.P. 38400, Col. Centro	01 (456) 643 00 02 01 (456) 643 29 59
Victoria C. Víctor Velázquez Chavero	Palacio Municipal C.P. 37920, Col. Centro	01 (419) 293 90 53 01 (419) 293 91 29
Villagrán C. Rubén Villafuerte Gasca	Portal Constitución #205 C.P. 38260, Col. Centro	01 (411) 165 02 88 01 (411) 165 03 66
Xichú C. Perfecto González Carvajal	Palacio Municipal s/n C.P. 37930, Col. Centro	01 (419) 294 10 17
Yuriria C. César Calderón González	Jardín Principal s/n C.P. 38940, Col. Centro	01 (445) 168 22 04, 01 445 168 23 26

9.3 Secretarías y Dependencias en el Estado de Guanajuato

Gobernador del Estado

Lic. Miguel Márquez Márquez
mmarquezm@guanajuato.gob.mx
miguelmarquez@guanajuato.gob.mx
Tel. (473) 7 35 36 65
Paseo de la Presa N.-103
Guanajuato, Gto

Coordinación General de Comunicación Social (CGCS)

Lic. Juan Aguilera Cid
jaguilera@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7 35 36 65, 7 35 36 66
Paseo de la Presa N.-3860
Guanajuato, Gto

Dirección General de Coordinación y Seguimiento a la Inversión Pública

C.P Teresa Huerta Olivares, Coordinador General.
anathuerta@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7 35 11 00
Centro de Convenciones, Pueblito de Rocha S/N
Guanajuato, Gto.
Paseo de la Presa N-103
Guanajuato, Guanajuato.

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

Lic. Antonio Ramirez Vallejo
aramirezv@guanajuato.gob.mx
Arquimedes N.- 3 Octavo Piso Col. Polanco
Tel. 52 80 26 20, 52 80 28 70, 52 80 29 95, 52 80 20 33
México D.F.

Secretaría de Gobierno (SG)

Lic. Antonio Salvador García López, Secretario Particular
antonio.salvador@guanajuato.gob.mx
Tel. (473) 7 35 36 36
Paseo de la Presa N.- 103 Zona Centro
Guanajuato, Gto.

Centralizadas

Secretarío de Turismo del Estado de Guanajuato (SDT)

Mtro. Fernando Olivera Rocha
foliverar@guanajuato.gob.mx
Blvd. Euquerio Guerrero Esq. Calle Jazmín Col. Arrollo Verde, C.P. 36000
Tel. (473) 102 03 00
Guanajuato, Gto.
Blvd. Vasco de Quiroga N.- 101 Octavo Piso, Col. Los Gavilanes
Tel. (477) 104 14 00
León, Gto.

Secretaría de Gobierno (SG)

Lic. Antonio Salvador García López
antonio.salvador@guanajuato.gob.mx
Tel. (473) 7 35 36 36
hlopezs@guanajuato.gob
Paseo de la Presa N.- 103 Zona Centro
Guanajuato, Gto.
Tel: (473) 7-32-33-72
Conjunto Administrativo Pozuelos s/n, Pozuelos C.P. 36000
Guanajuato, Gto.

Secretaría de Desarrollo Social y Humano (SDSH)

Dr. Éctor Jaime Ramírez Barba, Secretario
ramirezbarba@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7 35 36 30 al 33
Paseo de la Presa N.- 99-101, Centro, C.P. 36000
Guanajuato, Gto.

Secretaría de Salud del Estado de Guanajuato (SSG)

Dr. Francisco Ignacio Ortíz Aldana, Secretario
flortiza@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7 35 27 00 ext. 105
Tamazuca No.4 Centro C.P. 36000
Guanajuato, Gto.

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
Irapuato, Gto.

Secretaría de Desarrollo Agropecuario (SDA)

Lic. Javier Bernardo Usabiaga Arroyo, Secretario
jusabiaga@guanajuato.gob.mx
Tel: (461) 6 16 02 00 ext. 8109
Av. Irrigación s/n, Col. Montecamargo C.P. 38010
Celaya, Gto.

Secretaría de Obra Pública (SOP)

José Arturo Duran Miranda, Secretario
jduran@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
Guanajuato, Gto.

Secretaría de Seguridad Pública (SSP)

Lic. Alvaro Cabeza de Vaca Appendini, Secretario
Tel: (473) 7 35 16 00
Casa Mata #33 Loma de Pozuelos C.P. 36000
Guanajuato, Gto.

Secretaría de la Transparencia y Rendición de Cuentas (SGP)

Lic. María Isabel Tinoco Torres, Secretario
mtinoco@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7 32 45 63
Conjunto Administrativo Pozuelos 1er. Piso
Guanajuato, Gto.

Procuraduría General de Justicia (PGJ)

Lic. Carlos Zamarripa Aguirre
czamarripaa@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7 35 21 00
Complejo Miguel Hidalgo, Camino a San José #140 C.P. 36260
Guanajuato, Gto.

Paraestatales

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

Ing. Mauricio Mokarzel. Dirección General.
Tel: (477) 7 11 80 70 Ext. 127
Mar de Timor N.- 204 Jardines de la Pradera
León, Gto.

Comisión Estatal del Agua de Guanajuato (CEAG)

Ing. Angélica Casillas Martínez, Secretaria Ejecutiva
acasillasm@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7 35 18 00 ext. 1803
Autopista Guanajuato-Silao Km 1. Col. Los Alcaldes C.P. 36251
Guanajuato, Gto.

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

Lic. Ángel Alberto Robles Ávalos
aroblesa@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7 35 39 00
Paseo de la Presa N.- 48
Guanajuato, Gto.

Consejo de Ciencia y Tecnología (CONCYTEG)

Dr. Antonio Vega Corona. Director General
avegac@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 73 3 15 34
Mineral de Valenciana N.- 20 Marfil C.P. 35250
Guanajuato, Gto.

Coordinador de Fomento al Comercio Exterior (Cofoce)

Lic. María Montserrat Ramírez Fuentes, Directora General
cofoce@cofoce.gob.mx
Tel: (477) 7 63 00 33/ 01 800 221 24 23 Fax: (477) 763 00 88
Blvd. Adolfo López Mateos N.- 1801 Ote. Interior 2
León, Gto.

Desarrollo Integral de la Familia (DIF)

Sra. María Eugenia Carreño de Márquez, Presidenta
mpachecor@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7 35 33 00
Paseo de la presa N.- 89-A C.P. 36000
Guanajuato, Gto.

Forum Cultural Guanajuato (Forum)

Arq. Arturo Joel Padilla Córdova, Director General
apadillaco@guanajuato.gob.mx
Tel: (477) 104 11 05 y 104 11 03
Prolongación Calzada de los Héroes N.- 308 Col. La Martinica
León, Gto.

Instituto de Alfabetización y Educación Básica para Adultos (INAEBA)

Mtro. Tomás Gutiérrez Ramírez
tomas.gutierrez@guanajuato.gob.mx
Tel: (477) 7 17 95 20 ext. 102
Calle Lambda # 312 – Fracc. Industrial Delta C. P. 37545
León, Gto.

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 N.- 102 Fracc. Santo Domingo
León, Gto.

Instituto de la Mujer Guanajuatense (IMUG)

C. Adriana Rodríguez Vizacaria Velázquez, Directora General
lramirezv@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7 33 55 23
Olivo s/n Arroyo Verde C. P. 36250
Guanajuato, Gto.

Instituto de Seguridad Social del Estado (ISSEG)

Dr. Héctor Salgado Banda
Tel: (473) 7 35 14 00 ext. 1411
Carr. Guanajuato. Juventino Rosas Km. 10
Guanajuato, Gto.

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, C.P. 36000
Guanajuato, Gto.

Instituto Estatal de Ecología de Guanajuato (IEE)

Mtra. Ana Carmen Aguiler Higareda
aaguilarh@guanajuato.gob.mx
Tel: (473) 7 35 26 00 Fax: (473) 7 35 26 00
Aldana N.- 12
Guanajuato, Gto.

Instituto Estatal de la Cultura (IEC)

Dr. Juan Alcocer Flores, Director General
Tel: (473) 102 27 00 Ext. 118
jalcocerf@guanajuato.gob.mx
Plazuela de Cata N.-1. Excavado Mex CP. 36010
Guanajuato, Gto.

Instituto Tecnológico del Sur de Guanajuato (ITSUR)

Lic. Antonio Ramírez Valeljo
direccion@itsur.edu.mx
Tel: (445) 4 57 74 68 y (445) 4 57 74 69 ext 106, Fax: (445) 4 57 74 70 Ext. 127
Av. Educación Superior N.- 2000 Col. Benito Juárez.

Instituto Tecnológico Superior de Irapuato (ITESI)

Dr. Rúben Lara Valdez
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)

Arq. Juan Pablo Luna Mercado, Procurador
plunam@guanajuato.gob.mx
Tel: (464) 64 8 81 42, 64 8 81 52, 64 7 20 60 Fax: 64 7 2060 ext 112
Av. Revolución N.- 100 Centro C.P. 36700
Salamanca, Salamanca

Sistema Avanzado de Bachillerato y Educación Superior (SABES)

Ing. Alejandro Carretero Carretero, Dirección General.
direccion.general@central.sabes.ed.mx
Tel: (477) 7 88 55 00 ext. 2104
Blvd. Guanajuato N.-1615 Real Providencia
León, Gto.

Sistema Estatal del Financiamiento al Desarrollo (SEFIDE)

Ing. Fernando Hurtado Cárdenas, Director General
Blvd. Campestre N.- 208 Col Jardines del Moral
Tel: (477) 7 18 40 75 o 7 13 10 56
León, Gto.

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 N.- 502 Col. Arbide
León, Gto.

Universidad Tecnológica de León (UTL)

Dr. Jesús María Contreras Esparza. Rector
jcontreras@utleon.edu.mx
Tel: (477) 7 10 00 20 Ext. 104 Fax: 7 72 53 40
Edificio "Rectoría" Planta Alta Fracc. San Carlos

Universidad Tecnológica del Norte de Guanajuato (UTNG)

Dr. Fernando Gutiérrez Godínez, Rector

sayala@utng.edu.mx

Tel: (418) 18 2 55 00 ext. 1201-1202

Av. Educación Tecnológica N.- 34, Fraccionamiento Universidad

Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato (UTSOE)

Dr. Virginia Aguilera Santollo, Rectora

vaguilera@utsoe.edu.mx

Tel: (456) 64 3 71 80 Ext. 101 y (456) 64 3 71 88 Ext. 102

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

Fuente: Sector Guanajuato, Investigación Directa, actualización a noviembre 2013.

9.5 Coordinadores de ejes de gobierno

El Plan de Gobierno del estado de Guanajuato 2012-2016 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.

Calidad de Vida

- **Secretaría de Desarrollo Social y Humano**
Lic. Éctor Jaime Ramírez Barba
- Secretaría de Obra Pública
- Secretaría de Salud
- Instituto de Salud Pública del estado de Guanajuato
- Comisión Estatal de Arbitraje Médico
- Procuraduría Ambiental y de Ordenamiento Territorial del estado de Guanajuato
- Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del estado de Guanajuato
- Comisión Estatal del Agua de Guanajuato
- Instituto del Estado de Guanajuato
- Instituto de la Mujer Guanajuatense
- Comisión de la Vivienda del estado de Guanajuato
- Instituto de la Juventud Guanajuatense
- Instituto Estatal de Atención al Migrante Guanajuatense y sus Familias
- Instituto Guanajuatense para las Personas con Discapacidad

Economía para las Personas

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

Guanajuato Educado

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

Guanajuato Seguro

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

9.6 Oficinas de Convenciones y Visitantes y Comités Turísticos

Municipio	Dependencia	Cargo	Contacto	Teléfono
Celaya	Oficina de Convenciones y Visitantes	Presidente	Lic. Flor Elena Ortiz Saldaña	01 (461) 61 2 32 07
Dolores Hidalgo	Comité de Turismo, Histórico y Artesanal de Dolores Hidalgo	Presidenta	C. Virginia Barajas Monjaras	01 (418) 18 2 11 64
Irapuato	Oficina de Convenciones y Visitantes	Presidente	Enrique Zavala Muñoz	01 (462) 62 4 55 00
Guanajuato	Oficina de Convenciones y Visitantes	Presidente	Edmundo Almanza Moreno	01 (473) 7 32 03 69
León	Oficina de Convenciones y Visitantes	Presidente	Eduardo Gómez Navarro	01 (477) 7 63 44 00
Salamanca	Impulso Turístico de Salamanca	Presidente	Lic. Igor Alejandro Rodríguez	01 (464) 64 7 05 10 64 8 93 78
	Detursa Desarrollo Turístico de Salamanca	Presidente	Lic. René Jaime Rivas	01 (464) 57 97 74
San José Iturbide	Consejo Turístico de San José Iturbide	Presidenta	Lic. Lucía Viviana Zarazúa Rosales	01-(419)-1-98-14-41
San Miguel de Allende	Consejo Turístico de San Miguel de Allende	Presidente	Ing. Ricardo Antonio Garrido Sánchez	01-(415)-15-2-09-00

9.7 Consejo Consultivo Turístico del Estado de Guanajuato

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

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

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

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

Consejo Consultivo del Estado de Guanajuato		
Miembros		
Sector al que representa	Cargo	Nombre
Propietario	Presidente	Gobernador Lic. Miguel Márquez Márquez
Congreso del Estado	Presidente de la Comisión de Turismo del Congreso del Estado	Diputado Adrián Camacho Trejo Luna Punte
Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato	Consejero Propietario	Lic. Fernando Olivera Rocha
Iniciativa Privada	Coordinador Ejecutivo	Lic. Gerardo Herrera García
Oficina de Convenciones y Visitantes del Municipio de Celaya	Consejero Propietario	Lic. Flor Elena Ortíz Saldaña
Comité de Turismo, Histórico y Artesanal de Dolores Hidalgo, Guanajuato, A.C.	Consejero Propietario	C. Virginia Barajas Monjaras
Oficina de Convenciones y Visitantes de Guanajuato, A.C.	Consejero Propietario	T.A. Edmundo Almanza Moreno
Oficina de Convenciones y Visitantes de Irapuato, A.C.	Consejero Propietario	Sr. Enrique Zavala Muñoz
León, Oficina de Convenciones y Visitantes, A.C.	Consejero Propietario	C.P. Eduardo Gómez Navarro
Consejo Turístico de San Miguel de Allende	Consejero Propietario	Ing. Ricardo Antonio Garrido Sánchez
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Dolores Hidalgo, C.I.N., Gto.	Consejero Propietario	Dr. Everardo Guerrero Rivas
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Guanajuato, Gto.	Consejero Propietario	Lic. Armando López Ramírez
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Irapuato, Gto.	Consejero Propietario	Sr. Sergio Martín Anguiano
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de León, Gto.	Consejero Propietario	Lic. Oscar Abraham Rocha Moreno
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de San Miguel de Allende, Gto.	Consejero Propietario	Lic. Laura Torres Septien
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de la Región Laja Bajío	Consejero Propietario	Arq. Adrian Caracheo Jair Nara
Cámara de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados del Estado de Guanajuato (CANIRAC)	Consejero Propietario	Lic. Maria de Lourdes Elena Anaya Sanroman
Federación de Cámaras Nacionales de Comercio del Estado de Guanajuato (FECANACO)	Consejero Propietario	Lic. Francisco Javier Martínez Rascón
Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato	Secretaría Técnica	Lic. Gloria Magaly Cano de la Fuente

Fuente: Dirección de Información y Análisis.

9.8 Directorio Secretaría de Turismo del estado de Guanajuato

Dirección en Guanajuato:

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

Teléfono: 01 (473) 1020300

Nombre	Cargo	Extensión
Mtro. Fernando Olivera Rocha	Secretario de Turismo	402
Lic. Gloria Magaly Cano de la Fuente	Subsecretaria de Promoción Turística	411
Lic. Ricardo Vázquez López	Director de Promoción y Difusión Turística	415
Lic. Lorenzo Campos Maurer	Director de Mercadotecnia	414
Lic. Enrique Arturo Aviléz Pérez	Director de Relaciones Públicas	420
Lic. Omar Murillo Núñez	Director General de Desarrollo Turístico	426
Lic. Frida Ximena Huett López	Director de Cultura Turística	431
Lic. Manuel Camacho Pichardo	Director de Desarrollo de Proyectos	428
Lic. Guillermo García Martínez	Director de Productos Turísticos	430
Lic. Iliana Alejandra Bernardino Cruz	Directora de Asuntos Jurídicos	442
Lic. Rocío Ethel Cuentas Lozano	Directora Administrativa	446
Ma. de Lourdes Celia Mendoza García	Coordinadora de Comunicación Social	457

Fuente: Sector Guanajuato, Investigación y Análisis.

Dirección en León:

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

Teléfono: 01 (477) 1041400

Nombre	Cargo	Extensión
Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández	Director General de Planeación	113
Lic. Claudia Ávalos Betancourt	Directora de Información y Análisis	105
Lic. Adriana Collazo Valadez	Directora de Planeación Estratégica y Enlace Gubernamental	106

Fuente: Sector Guanajuato, Investigación Directa.