



## Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

**1** Es una investigación de mercado que suministra información de:

- ▶ Perfil sociodemográfico
- ▶ Planeación de viaje
- ▶ Satisfacción y lealtad
- ▶ Recordación publicitaria
- ▶ Gasto y estadía

**2** **UTILIDAD** Definir estrategias que atraigan a más visitantes al Estado, que generen impacto social y económico.

**3** **Muestreo aleatorio simple**  
1255 encuestas aplicadas a asistentes turistas y excursionistas y asistentes locales con un nivel de confianza del 95% y error del 2.77%

**660 Locales (53%)**  
**595 Visitantes (47%)**

**4** Estudio realizado por una agencia de investigación de mercados.

La empresa codifica, captura y elabora el reporte de resultados.

**5** **En:**

- ▶ León 22%
- ▶ Silao 22%
- ▶ Celaya 18%
- ▶ San Miguel de Allende 11%
- ▶ Salamanca 9%
- ▶ Irapuato 8%
- ▶ Guanajuato 6%
- ▶ San Francisco del Rincón 4%

**6** **Viajeros**  
mayores de 18 años, que hayan participado en alguna actividad del programa de CIG.

Encuesta personal cara a cara del 08 al 21 de Junio de 2015.

**7** **Festival y Cultura 92%**

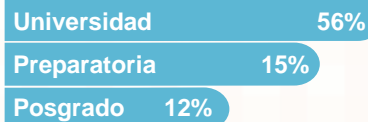
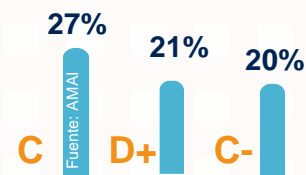
- ▶ 4° Festival Nacional de la Cajeta
- ▶ Noche Porfiriana
- ▶ 3° Festival de la Capital Mundial de las Fresas
- ▶ Concierto Maridaje por los Caminos de Guanajuato
- ▶ Muestra de Identidad Gastronómica y Bebidas Nativas
- ▶ 5° Concurso Cocinero del Año México
- ▶ Gastronómico
- ▶ "Salamanca en la Cazuela"
- ▶ 5° Festival del Cordero y el Mezcal
- ▶ Sabores de San Miguel
- ▶ Encuentro de Cocina Tradicional de México e Iberoamérica
- ▶ Festival del Sombrero y el Sabor

**Restaurantes 8%**

- ▶ De historia, de vida y de comida
- ▶ "Batallas con Sabor a Celaya"
- ▶ "Conventualia"
- ▶ 2° Festival "Los Chiles Rellenos"

# Perfil del Visitante General Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

## Quién nos visita:



**37 años**



## Tipo de asistente



**57,673 asistentes**

## De dónde viene:



León 38%  
Irapuato 16%  
Silao 15%



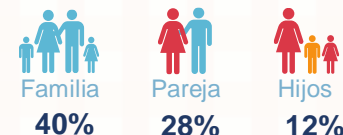
Querétaro 15%  
Cd. De México 14%  
Jalisco 13%



U.S.A 54%  
España 15%  
Francia 15%

## Qué lo motiva:

**SÍ**  
75% Cumbre  
Internacional  
de la  
Gastronomía



## Con quién viaja

## Se hospeda en:



Hotel  
66%



Hostal  
2%



Casa de  
familiares/  
amigos  
33%

## Su experiencia en el evento:



14%  
Mayor difusión/  
publicidad



2%  
Impuntualidad

## Recurrencia Eventos gastronómicos

30%

Eventos Guanajuato  
¡Sí Sabe!  
Otros eventos 12%



98%  
Retorno



Festival y cultura

8.4



Restaurantes

8.6



98%  
Recomendación

## Satisfacción

## Se queda en la ciudad:

## Gasta:

\$1,123.45 \$ 585.75 \$752.02



Hotel

1.39  
días\*



Local



Excursionista

4.57  
horas

\*Dato proporcionado por Datatur

**RESULTADOS**

**GUANAJUATO**<sup>®</sup>

*Sí sabe!*

**CAPITAL IBEROAMERICANA  
2015 DE LA CULTURA  
GASTRONÓMICA**

**Cumbre Internacional  
de la Gastronomía**

**Del 8 al 21 de junio 2015  
[guanajuatosisabe.com](http://guanajuatosisabe.com)**

# Asistentes 8 destinos

2015

Asistentes a los eventos

57 mil 673

Derrama Económica  
generada por los asistentes

\$ 45.6 millones de pesos

Ocupación Hotelera  
promedio de los destinos

46%

31 de mayo al 8 de junio

# Indicadores de la Actividad Turística



Los resultados que se presentan a continuación se refieren a la actividad turística en global del destino y no representan el impacto exclusivo del evento.

Destino	Ocupación 2015	Llegada de Turistas 2015
Celaya	60%	20,428
Guanajuato	36%	24,797
Irapuato	55%	12,005
León	46%	44,023
Salamanca	45%	3,613
San Miguel de Allende	37%	12,817
San Francisco del Rincón	19%	561
Silao	49%	9,298
8 destinos	46%	127,543
Estado	44%	139,517

# Indicadores de la Actividad Turística

## Estado de Guanajuato

**139 mil turistas**

**Ocupación 44%**

*Los resultados se presentan a manera de referencia, ya que no son comparativos por el aumento de días en la 3° Semana Internacional de la Gastronomía 2015.*

### Indicadores de la Actividad Turística Semana Internacional de la Gastronomía Estado de Guanajuato

Indicador	2015 8 al 21 de junio
Llegada de turistas	<b>139,517</b>
Turistas Noche	<b>188,347</b>
Ocupación	<b>43.54%</b>
Estadía	<b>1.35</b>
Densidad	<b>1.68</b>

\*Datos proyectados al total de la oferta 1-5 estrellas con base en los indicadores de la muestra Datatur.

## 8 destinos

- Del 8 al 21 de junio los 8 destinos del Estado en conjunto recibieron a más de **127 mil turistas**.
- La **ocupación** hotelera promedio fue del **46%**.

### Indicadores de la Actividad Turística Semana Internacional de la Gastronomía 8 Destinos

Indicador	2015 8 al 21 de junio
Llegada de turistas	<b>127,543</b>
Turistas Noche	<b>171,835</b>
Ocupación	<b>46%</b>
Estadía	<b>1.35</b>
Densidad	<b>1.70</b>

\*Datos proyectados al total de la oferta 1-5 estrellas con base en los indicadores de la muestra Datatur.

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Datatur

Los resultados se presentan a manera de referencia, ya que no son comparativos por el aumento de días en la 3ª Semana Internacional de la Gastronomía 2015.

# Perfil del Visitante



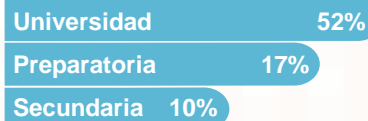
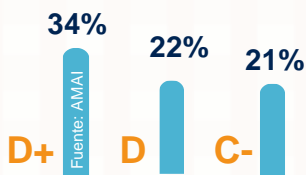
## Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

---

*Destino: Celaya*

# Perfil del Visitante Celaya Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

## Quién nos visita:



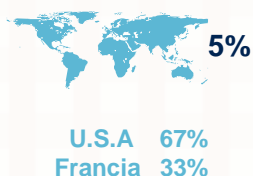
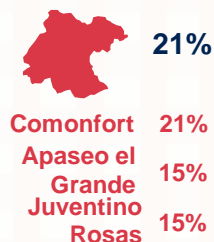
**39 años**



## Tipo de asistente



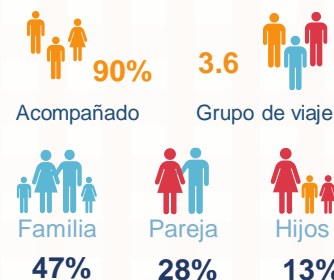
## De dónde viene:



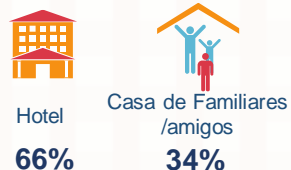
## Qué lo motiva:



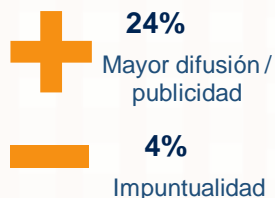
## Con quién viaja



## Se hospeda en:



## Su experiencia en el evento:



## Recurrencia Eventos gastronómicos



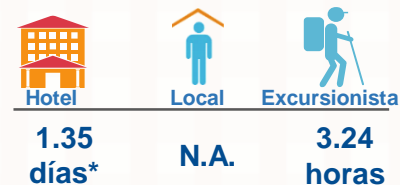
## Satisfacción



## Gasta:



## Se queda en la ciudad:



\*Dato proporcionado por Datatur

# Indicadores de la Actividad Turística

## Celaya

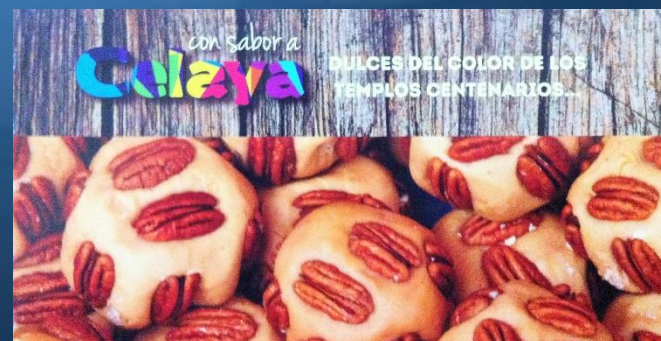
### Indicadores de la Actividad Turística Semana Internacional de la Gastronomía Celaya

Indicador	2015
	8 al 21 de junio
Llegada de turistas	20,428
Turistas Noche	27,578
Ocupación	60%
Estadía	1.35
Densidad	1.63

\*Datos proyectados al total de la oferta 1-5 estrellas con base en los indicadores de la muestra Datatur.

Fuente: Sectur Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Datatur

*Los resultados se presentan a manera de referencia, ya que no son comparativos por el aumento de días en la 3° Semana Internacional de la Gastronomía 2015.*



# Perfil del Visitante



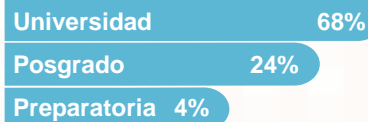
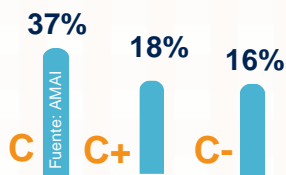
## Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

---

*Destino: Guanajuato*

# Perfil del Visitante Guanajuato Capital Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

## Quién nos visita:



**37 años**



## Tipo de asistente



## De dónde viene:



68%

León 46%  
Irapuato 27%  
Silao 15%



24%

Cd. De México 45%  
Estado de México 22%  
Baja California N. 11%



8%

U.S.A 34%  
España 33%  
Francia 33%

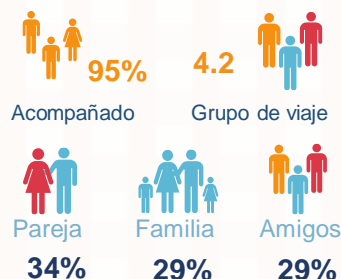
## Qué lo motiva:

**Sí 92%** Cumbre Internacional de la Gastronomía

## Vio publicidad:

Internet 43%

## Con quién viaja



## Se hospeda en:



Hotel 79%



Casa de Familiares / amigos 21%

## Su experiencia en el evento:



10% Más lugares para sentarse (sillas)



3% Fallas técnicas

## Recurrencia Eventos gastronómicos

45%

Eventos Guanajuato ¡Sí Sabe! 90%  
Otros eventos 10%



96% Retorno



## Satisfacción Festival y cultura

8.5



## Restaurantes

8.9



96% Recomendación

## Gasta:

\$1,312.85 \$ 568.76 \$990.14



Hotel

1.28 días\*



Local

N.A.



Excursionista

3.53 horas

## Se queda en la ciudad:

\*Dato proporcionado por Datatur

# Indicadores de la Actividad Turística

# Guanajuato Capital

## Indicadores de la Actividad Turística

### Semana Internacional de la Gastronomía

### Guanajuato Capital

Indicador	2015
	8 al 21 de junio
Llegada de turistas	24,797
Turistas Noche	31,741
Ocupación	36%
Estadía	1.28
Densidad	2.17

\*Datos proyectados al total de la oferta 1-5 estrellas con base en los indicadores de la muestra Datatur.

Fuente: Sectur Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Datatur

*Los resultados se presentan a manera de referencia, ya que no son comparativos por el aumento de días en la 3° Semana Internacional de la Gastronomía 2015.*



LA HISTÓRICA CIUDAD MINERA CUBRE LOS  
CERROS EN UN CALEIDOSCOPIO DE COLOR..  
*Patrimonio Cultural de la Humanidad*

# Perfil del Visitante



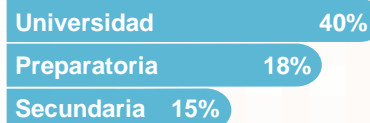
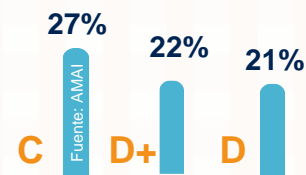
## Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

---

*Destino: Irapuato*

# Perfil del Visitante Irapuato Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

## Quién nos visita:



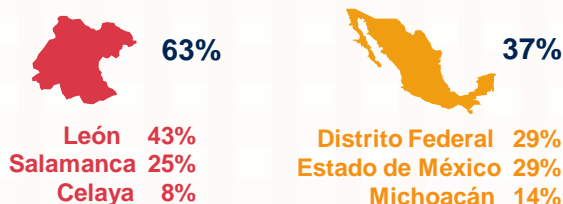
**39 años**



## Tipo de asistente



## De dónde viene:



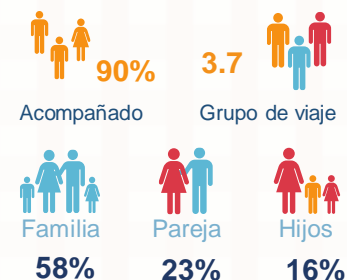
## Qué lo motiva:



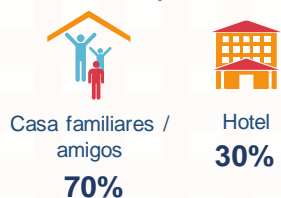
## Vio publicidad:



## Con quién viaja



## Se hospeda en:



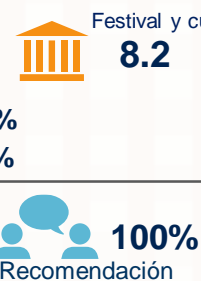
## Su experiencia en el evento:



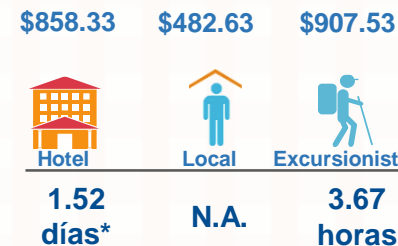
## Recurrencia Eventos gastronómicos



## Satisfacción Festival y cultura



## Gasta:



## Se queda en la ciudad:

\*Dato proporcionado por Datatur

## Indicadores de la Actividad Turística

# Irapuato

### Indicadores de la Actividad Turística Semana Internacional de la Gastronomía Irapuato

Indicador	2015
	8 al 21 de junio
Llegada de turistas	12,005
Turistas Noche	18,248
Ocupación	55%
Estadía	1.52
Densidad	1.40

\*Datos proyectados al total de la oferta 1-5 estrellas con base en los indicadores de la muestra Datatur.

Fuente: Sectur Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Datatur

*Los resultados que se presentan a continuación se presentan a manera de referencia, ya que no son comparativos por el aumento de días en la 3° Semana Internacional de la Gastronomía 2015.*



# Perfil del Visitante



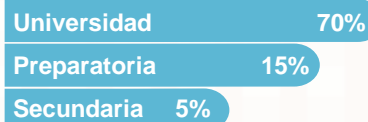
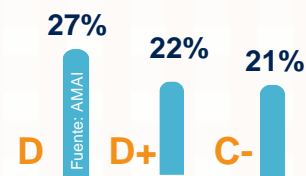
## Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

---

*Destino: León*

# Perfil del Visitante León Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

Quién nos visita:



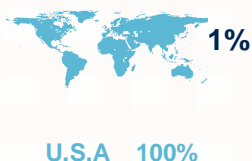
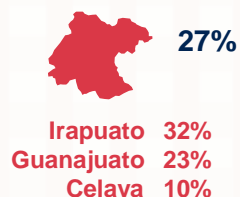
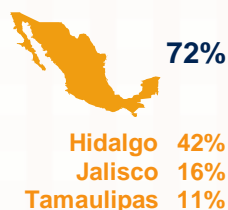
**31 años**



Tipo de asistente



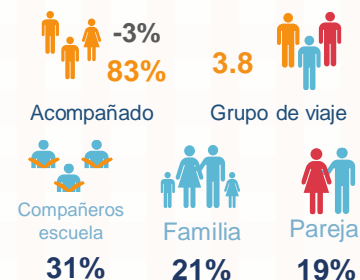
De dónde viene:



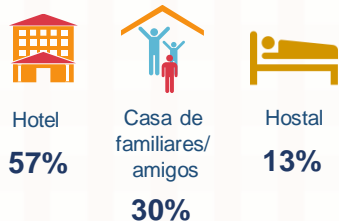
Qué lo motiva:



Con quién viaja



Se hospeda en:



Su experiencia en el evento:



Recurrencia Eventos gastronómicos



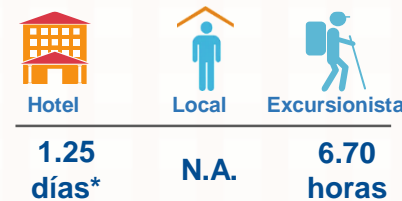
Satisfacción



Gasta:



Se queda en la ciudad:



\*Dato proporcionado por Datatur

# Indicadores de la Actividad Turística

## León

### Indicadores de la Actividad Turística Semana Internacional de la Gastronomía León

Indicador	2015 8 al 21 de junio
Llegada de turistas	44,023
Turistas Noche	55,029
Ocupación	46%
Estadía	1.25
Densidad	1.60

\*Datos proyectados al total de la oferta 1-5 estrellas con base en los indicadores de la muestra Datatur.

Fuente: Sectur Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Datatur

*Los resultados se presentan a manera de referencia, ya que no son comparativos por el aumento de días en la 3° Semana Internacional de la Gastronomía 2015.*



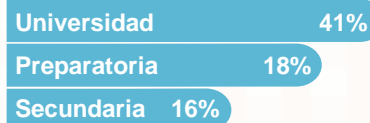
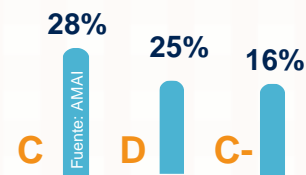


## Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

*Destino: Salamanca*

# Perfil del Visitante Salamanca Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

## Quién nos visita:



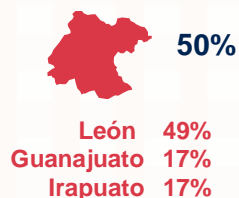
**39 años**



## Tipo de asistente



## De dónde viene:



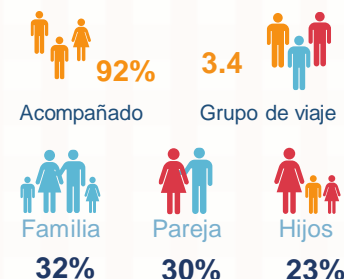
## Qué lo motiva:



## Vio publicidad:



## Con quién viaja



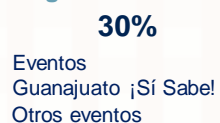
## Se hospeda en:



## Su experiencia en el evento:



## Recurrencia Eventos gastronómicos



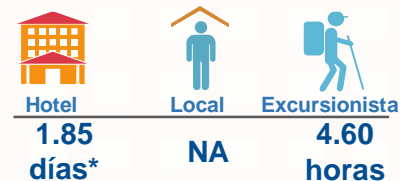
## Satisfacción Festival y cultura



## Gasta:



## Se queda en la ciudad:



\*Dato proporcionado por Datatur

# Indicadores de la Actividad Turística Salamanca

## Indicadores de la Actividad Turística Semana Internacional de la Gastronomía Salamanca

Indicador	2015
	8 al 21 de junio
Llegada de turistas	3,613
Turistas Noche	6,683
Ocupación	45%
Estadía	1.85
Densidad	1.39

\*Datos proyectados al total de la oferta 1-5 estrellas con base en los indicadores de la muestra Datatur.

Fuente: Sectur Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Datatur

*Los resultados que se presentan a continuación se presentan a manera de referencia, ya que no son comparativos por el aumento de días en la 3° Semana Internacional de la Gastronomía 2015.*



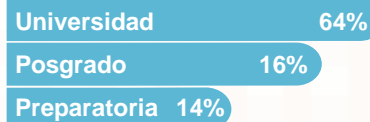
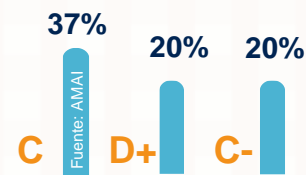


## Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

*Destino: San Miguel de Allende*

# Perfil del Visitante San Miguel de Allende Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

## Quién nos visita:



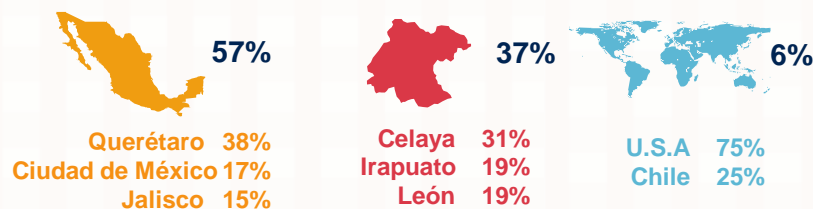
38 años



## Tipo de asistente



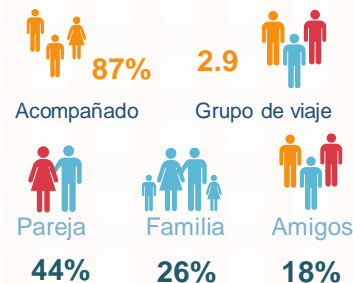
## De dónde viene:



## Qué lo motiva:



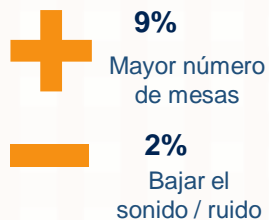
## Con quién viaja



## Se hospeda en:



## Su experiencia en el evento:



## Recurrencia Eventos gastronómicos



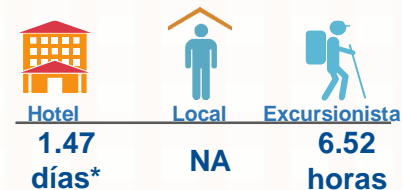
## Satisfacción



## Gasta:



## Se queda en la ciudad:



\*Dato proporcionado por Datatur

# Indicadores de la Actividad Turística

# San Miguel de Allende

## Indicadores de la Actividad Turística

### Semana Internacional de la Gastronomía

### San Miguel de Allende

Indicador	2015
	8 al 21 de junio
Llegada de turistas	12,817
Turistas Noche	18,585
Ocupación	37%
Estadía	1.45
Densidad	2.03

\*Datos proyectados al total de la oferta 1-5 estrellas con base en los indicadores de la muestra Datatur.  
Fuente: Sectur Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Datatur

*Los resultados se presentan a manera de referencia, ya que no son comparativos por el aumento de días en la 3° Semana Internacional de la Gastronomía 2015.*



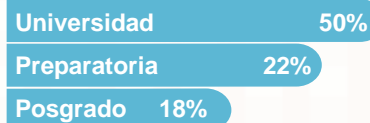
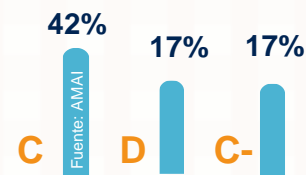


## Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

*Destino: San Francisco del Rincón*

# Perfil del Visitante San Francisco del Rincón Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

## Quién nos visita:



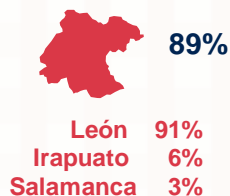
**42 años**



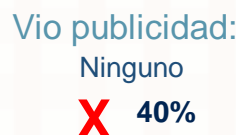
## Tipo de asistente



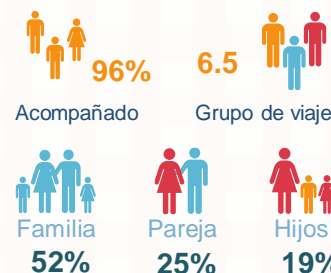
## De dónde viene:



## Qué lo motiva:



## Con quién viaja



## Se hospeda en:



## Su experiencia en el evento:



## Recurrencia Eventos gastronómicos



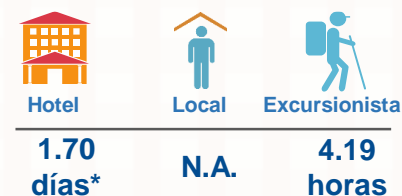
## Satisfacción Festival y cultura



## Gasta:



## Se queda en la ciudad:



\*Dato proporcionado por Datatur

## Indicadores de la Actividad Turística

# San Francisco del Rincón

### Indicadores de la Actividad Turística Semana Internacional de la Gastronomía San Francisco del Rincón

**2015**

8 al 21 de junio

**Indicador**

Llegada de turistas

561

Turistas Noche

953

Ocupación

19%

Estadía

1.70

Densidad

2.17

\*Datos proyectados al total de la oferta 1-5 estrellas con base en los indicadores de la muestra Datatur.

Fuente: Sectur Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Datatur

*Los resultados que se presentan a continuación se presentan a manera de referencia, ya que no son comparativos por el aumento de días en la 3° Semana Internacional de la Gastronomía 2015.*



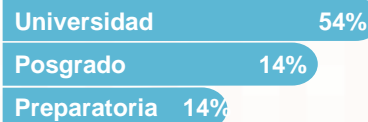
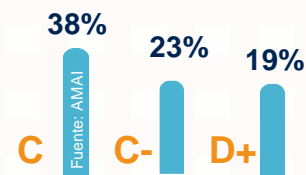


## Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

*Destino: Silao*

# Perfil del Visitante Silao Cumbre Internacional de la Gastronomía 2015

## Quién nos visita:



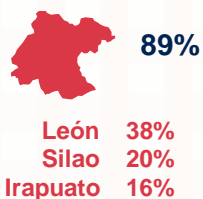
**41 años**



## Tipo de asistente



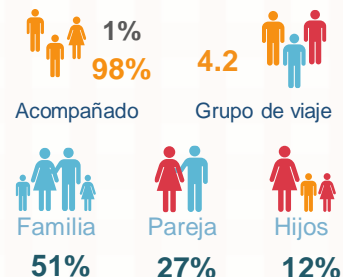
## De dónde viene:



## Qué lo motiva:



## Con quién viaja



## Su experiencia en el evento:



## Recurrencia Eventos gastronómicos



## Satisfacción Festival y cultura



## Gasta:

**\$887.41**

## Se queda en la ciudad:



**5.08 horas**

# Indicadores de la Actividad Turística

## Silao

### Indicadores de la Actividad Turística Semana Internacional de la Gastronomía Silao

Indicador	2015
	8 al 21 de junio
Llegada de turistas	9,298
Turistas Noche	13,018
Ocupación	49%
Estadía	1.40
Densidad	1.70

\*Datos proyectados al total de la oferta 1-5 estrellas con base en los indicadores de la muestra Datatur.

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Datatur

*Los resultados que se presentan a continuación se presentan a manera de referencia, ya que no son comparativos por el aumento de días en la 3° Semana Internacional de la Gastronomía 2015.*





# Cumbre Internacional de la Gastronomía



 i-marketing

 GUANAJUATO  
¡Sí sabe!

 GUANAJUATO  
¡Sí sabe!

CAPITAL IBEROAMERICANA  
2015 DE LA CULTURA  
GASTRONÓMICA

 gto  
orgullo y  
compromiso  
de todos  
Secretaría  
de Turismo

# THE RESTAURANT

cole slaw on flat bread  
Lamb Shawarma  
+ tabbouleh hummus  
+ tahini yogurt  
+ jengibre  
+ goa de  
Wandia + Row

PER  
SONA



# PETITE, COMITÉ



Para ellos estos eventos son una oportunidad de encontrarse con gente de su interés; son "gente bien". Gustan de lo bonito, disfrutan el lujo, lo privado y lo exclusivo, por lo tanto, es un segmento exigente y con altas expectativas.

Aunque su nivel de satisfacción con el evento es alto, **son el grupo con menor nivel de recomendación.**

## SUGERENCIA DEL CHEF



- Conventualia
- Noche Porfiriana
- Batallas con Sabor a Celaya
- De Historia, de Vida y de Comida



38 años



4 personas



43%



36%



Eventos Cumbre 54%

Eventos  
Gastronómicos 24%



Recomendación

33%



De \$14,000 a \$119,999  
(efecto aspiracional)



92%



86%

# Barriga llena contento



Asisten a los eventos para “aprovechar” la ocasión y romper con la rutina diaria. Son espontáneos, curiosos y viven el momento.

La mayoría son locales y de buen comer. Aprecian la tradición y estos eventos les recuerdan el orgullo de ser de su ciudad y, por lo mismo, conocen a los embajadores de la gastronomía de su ciudad.

**El evento le genera nostalgia y lo conecta con lo más profundo de sus emociones.**

## SUGERENCIA DEL CHEF



- Muestra de Identidad Gastronómica
- Festival Nacional de la Cajeta, el Queso y sus Dulces Tradicionales
- Festival de la Capital Mundial de las Fresas



39 años



4 personas



47%



29%



10%



Eventos Cumbre 11%

Eventos  
Gastronómicos 26%



Recomendación 32%

Otro “iba  
pasando” 13%



De \$4,000 a \$49,999



99%

# Bon appetit!

en San Miguel



Valora la cultura y la gastronomía; disfruta del evento solo o con su pareja. La comunidad San Miguelense está al pendiente de los eventos de la ciudad y participa con entusiasmo. Para ellos el evento es la oportunidad de salir de la rutina y tener un espacio de convivencia diferente.

**Es el grupo que participa con mayor frecuencia en otros eventos gastronómicos.** Es un asistente leal y todos piensan asistir el año siguiente. La mitad había asistido en años anteriores a eventos gastronómicos del estado y 1 de cada 3 ya había asistido a Sabores de San Miguel.

## SUGERENCIA DEL CHEF



• Sabores de San Miguel



36 años



2 a 3 personas  
74% sólo adultos



39%



31%



Eventos Cumbre 47%  
Eventos  
Gastronómicos 21%



Recomendación

34%



De \$10,000 a \$52,999



100%



92%

# UN FIN... CON MUCHO SABOR



Asiste en familia; comparten el gusto por la cultura gastronómica popular.

Para ellos un buen día es un día familiar, donde no falte comida "rica" y una buena compañía. Disfrutan conocer cosas nuevas, "turistear", comer antojitos y saborear comida tradicional.

Estos eventos le permiten gozar de un fin de semana en familia.  
**Son leales al evento, con alta intención de recomendarlo y de volver.**

## SUGERENCIA DEL CHEF



- Encuentro de Cocina Tradicional de México e Iberoamérica



41 años



4 personas  
47% sólo adultos  
39% Adultos y menores



67%



33%



Eventos Cumbre 28%  
Eventos Gastronómicos 28%



Recomendación

34%



De \$10,000 a \$52,999



99%



99%



PER  
CEP  
CIÓN



# FACTORES DE INSATISFACCIÓN



**NOTA 1:** Factores de insatisfacción de los entrevistados de acuerdo a estudios cuantitativo y cualitativo.

**NOTA 2:** La imagen se hizo según la clasificación de las palabras (el más citado: más grande) y se repitieron únicamente para dar forma a la imagen.

# FRA SES



# ASÍ SE EXPRESAN

“Que se sepan que en Salamanca tenemos algo más que Refinería”



“Quedé con los ojos abiertos; estuvo mejor de lo que yo esperaba”



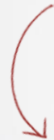
“Los sopranos son una cosa hermosa”



“No es comida tan típica del Estado”



“No nos decepcionamos en nada, esto por el lugar principalmente”



“(El evento) se acabó temprano para ser sábado”



”

# ASÍ SE EXPRESAN

“El Teatro Juárez enaltece todos los eventos”



“No nos enteramos del evento; venimos de espontáneo”



“Cuando llegamos al restaurante aún estaban instalándose. No había cucharones para servirse”



“De no ser porque pasé por aquí ni me entero”



“Esta vez tuvo más difusión y fue en la Calzada. Eso ayudó un poco más”



“Hubo ciertas fallas que no previeron y lo estaban solucionando durante la obra de teatro”





ENTORNO

# ENTORNO NOCHE PORFIRIANA



1



2



3

1. El pendón colocado a las puertas del Teatro Juárez presentaba una mala distribución de sus elementos gráficos. La información de la Cumbre estaba colocada en un punto bastante alto dificultando su visualización.
2. Previo al comienzo del evento tuvo lugar una manifestación en contra del personaje central del evento: Porfirio Díaz.
3. El espacio destinado para la degustación de los alimentos era reducido, Por momentos se vislumbró mucho amontonamiento.

# ENTORNO SABORES DE SAN MIGUEL



1. Los elementos promocionales del evento no lo anunciaban como parte de la Cumbre Internacional de la Gastronomía.
2. Se instaló un módulo de información turística en la sede, el cual contaba con material POP referente al Parque Guanajuato Bicentenario, el evento de Encuentro de Cocina Tradicional y, en menor cantidad, folletos y programas de la Cumbre.
3. Los asistentes al evento tenían que hacer uso de los sanitarios propios del Parque Juárez; no se instalaron extras. Además se presentaron extensas filas para hacer uso de este servicio debido a que el número de baños era insuficiente.
4. Un evento local que tuvo lugar el día domingo propició que el acceso a la ciudad y el arribo a la sede del evento se tornaran complicados.
5. El número de mesas disponibles fue insuficiente.

# ENTORNO CHILES RELLENOS



1. El material publicitario de la Cumbre Internacional de la Gastronomía fue colocado ya horas después de haber iniciado el evento.
2. La poca afluencia al evento provocó que los stands de productores participantes se mantuvieran sin visitantes la mayor parte del tiempo.
3. El evento lució semivacío. Muchas mesas permanecieron sin comensales restándole imagen y formalidad.

# ENTORNO

## MUESTRA / CONCIERTO



1. El número de mesas disponibles para los asistentes (sin pulsera) era insuficiente, de ahí que éstos tuvieran que buscar alguna barda o jardinera para tener un espacio donde sentarse a disfrutar sus alimentos.
2. Los espacios destinados para cada uno de los expositores contaban con una breve descripción del negocio al cual representaban, resaltando con ello su tradición gastronómica en la ciudad de León.
3. Las largas filas estuvieron siempre presentes durante la muestra gastronómica.



# ENTORNO CONVENTUALIA



1. El personal de staff se vistió de acuerdo a la temática del evento haciendo más vistosa su participación y captando la atención del comensal.
2. El espectáculo musical fue de excelente calidad. Así mismo, el espectáculo de luces que enmarcó el evento fue del gusto del público.
3. El número de sanitarios disponibles se vio reducido debido a que uno de ellos se encontraba fuera de servicio.
4. Conventualia fue el evento que presentó adecuaciones en sus instalaciones a favor a las personas con movilidad restringida o discapacitada (baño especial y rampa a la entrada).



# IDENTIDAD

Durazno  
Chabacano  
Arbol Moringa  
Apricot  
Yerba buena  
Fresa strawberry  
Alcachofa  
Archoke

Hueros  
Sustentables San Miguel

El Hueros Sustentables es un proyecto que busca promover la agricultura sostenible y el consumo responsable en San Miguel de Allende, Querétaro. Este proyecto tiene como objetivo principal fomentar la producción de alimentos frescos y saludables, así como educar a la comunidad sobre la importancia de cuidar el medio ambiente y apoyar a los productores locales.

El Hueros Sustentables es un proyecto que busca promover la agricultura sostenible y el consumo responsable en San Miguel de Allende, Querétaro. Este proyecto tiene como objetivo principal fomentar la producción de alimentos frescos y saludables, así como educar a la comunidad sobre la importancia de cuidar el medio ambiente y apoyar a los productores locales.



Hueros Sustentables  
MUNICIPIO DE SAN MIGUEL DE ALLENDE  
CALLE DE LOS REYES 1000  
SAN MIGUEL DE ALLENDE, QRO.  
C.P. 76100  
TEL: 01 (52) 474 461 1111  
WWW.HUEROS.SUSTENTABLES.COM

# IDENTIDAD



**GUANAJUATO**  
*! Sí sabe !*

CAPITAL IBEROAMERICANA  
26.15 DE LA CULTURA  
GASTRONÓMICA

2do. Festival de Alta Cocina Tradicional Mexicana  
Los Chiles Rellenos

**Cumbre**  
Internacional  
de la  
Gastronomía

**gto**  
orgullos  
compromiso  
de todos  
Gobierno del Estado

**OTROS  
EVENTOS**

# FESTIVAL INTERNACIONAL DE SABORES DE JALISCO



## DÓNDE

Guadalajara y Zapopan, Jalisco. Con sede en el Instituto Cultural Cabañas, Plaza Tapatía, Plaza las Américas y Teatro Degollado.



## CUÁNDO (ÚLTIMA EDICIÓN)

Del 12 al 15 de febrero del 2015



## INFORMACIÓN GENERAL

Espectacular fiesta de la gastronomía y la cultura de este estado en su diálogo e interacción con las tradiciones culinarias de otras regiones del país y del mundo: estado invitado: **Yucatán**; país invitado: **Francia**.



## ACTIVIDADES DEL PROGRAMA

- Homenajes
- Catas y talleres sensoriales
- Clases demostrativas
- Conferencias
- Concursos: “Concurso de Meseros” y “Cocina del Estado de Jalisco La Costeña”



## CONTACTO (PÁGINA WEB)

[www.comefest.com](http://www.comefest.com)

COME

# RITMOS, COLORES Y SABORES LOS CABOS



## DÓNDE

Los Cabos, Baja California. Con sede en la Plaza Teniente Antonio Mijares.



## CUÁNDO (ÚLTIMA EDICIÓN)

9 de abril del 2013



## INFORMACIÓN GENERAL

Festival gastronómico-cultural que incluye la participación de 16 restaurantes de la ciudad desplegando una variedad de exquisitos platillos y convirtiendo esta experiencia en una explosión de sabores y exquisitos aromas. Rinde homenaje a la gastronomía de Los Cabos presentando desde una típica comida mexicana hasta irresistibles sabores internacionales.



## ACTIVIDADES DEL PROGRAMA

- Música en vivo
- Exposición de artistas plásticos y artesanos
- Bailes y tradiciones



## PRECIO

Adulto: \$200 pesos (\$20 USD). Niños (2 a 10 años): \$50 pesos (\$5 USD).  
El dinero recaudado sirve de apoyo a asociaciones civiles de la ciudad.



Ritmos, colores y sabores  
*Los Cabos*

# FESTIVAL INTERNACIONAL DE GASTRONOMÍA Y VINO DE MÉXICO



## DÓNDE

Morelia, Michoacán con sede en la Casa de la Cultura de Morelia.



## CUÁNDO (ÚLTIMA EDICIÓN)

29, 30 y 31 de mayo del 2015



## INFORMACIÓN GENERAL

Festival que incluye un programa multidisciplinario en donde se busca integrar en una sola plataforma vanguardia y tradición, productos locales e ideas globales, momentos diseñados para saborear y pensar sobre todo aquello que constituye la experiencia gastronómica: producto, propuesta y técnica.

## ACTIVIDADES DEL PROGRAMA

- Homenaje
- Demostraciones, reflexiones y momentos en Cocina Central Piacere
- Cocineras tradicionales de Michoacán
- Catas y talleres
- Cenas
- Talleres para niños
- Proyección del FICM "Vuelve a la vida"



## CONTACTO (PÁGINA WEB)

[www.moreliaenboca.com](http://www.moreliaenboca.com)



**morelia en boca**  
festival internacional de gastronomía y vino

# FESTIVAL GASTRONÓMICO EL SABER DEL SABOR



## DÓNDE

Oaxaca, Oaxaca. Sus sedes incluyen restaurantes de la ciudad, hoteles y plazas públicas.



## CUÁNDO (PRÓXIMA EDICIÓN)

Del 9 al 14 de octubre del 2015



## INFORMACIÓN GENERAL

Oaxaca se convierte en el centro de la actividad culinaria mexicana. El festival gastronómico El Saber del Sabor: Más Allá del Mito de los Siete Moles es un espacio de creación, divertimento y paz; es un espacio por antonomasia para la reflexión culinaria nacional.



## ACTIVIDADES DEL PROGRAMA

- Recorrido mezcalero
- Muestras gastronómicas
- Talleres
- Catas y degustaciones



## CONTACTO (PÁGINA WEB)

[www.elsaberdelsaborfestivaloaxaca.com](http://www.elsaberdelsaborfestivaloaxaca.com)



# FESTIVAL INTERNACIONAL DE GASTRONOMÍA Y VINO “SABOR A CABO”



## DÓNDE

Morelia, Michoacán con sede en la Casa de la Cultura de Morelia.



## CUÁNDO (ÚLTIMA EDICIÓN)

30 de noviembre; 3, 4, 5 y 6 de diciembre del 2014



## INFORMACIÓN GENERAL

Una selección de primer nivel de los mejores chefs del mundo se reúnen en Los Cabos en la celebración del Festival Internacional de Gastronomía y Vino “Sabor a Cabo”.



## EVENTOS

- Sabor a Cabo Rural
- Festival de Cerveza Artesanal
- Ruta Arte y Vino
- Noche de Chefs Estrellas
- Sabor a Cabo



## CONTACTO (PÁGINA WEB)

[www.saboracabo.mx](http://www.saboracabo.mx)



Del 6 al 21  
junio de 2015

# REDES

guanajuato.com

GUANA  
EL DESTINO CULT

Gobierno del Estado de Guanajuato

ismo



# #GuanajuatoSíSabe

Liliana Aguilera @LilianaAguiler · 22 de jun.  
Cierre de la Cumbre Internacional de Gastronomía #gtoasisabe  
@consaboracelaya



23:17 - 21 de jun. de 2015 · Detalles



Ocultar foto

Desconocida. @ickyvicky\_chip · 14 de jun.  
#NochePorfiriana 🍷



1 3

Ver foto

Rosa Martha Pontón @rmponti · 14 de jun.  
Puras ricuras hoy y mañana @PGBicentenario Cocinas de México e Iberoamérica @gtoasisabe 🍷🍷🍷🍷🍷



7 8

Ver foto



Desconocida. @ickyvicky\_chip · 6 de jun.  
Bebés, VOY A IR A LA NOCHES PORFIRIANA 🍷❤️💯  
#NochePorfiriana #LaMejorNocheDeGuanajuato

Adrian Mori @moo\_ni · 3 de jun.  
Chef Juanxto #Gastronomicon @ Poliforum León  
instagram.com/p/3eNPOLE46M/



Karito @karitoermeza · 3 de jun.  
En el #Gastronomicon Leon 2015, escuchando la conferencia de @marquesdelrio1



La china @dAimYxX · 3 de jun.  
Días morritos... Días de #gastronomicon mi cosa favorita de estas fechas!  
8:40 - 3 de jun. de 2015 · Detalles



MaJo Rocha @MaJoRocha2 · 2 de jun. de 2013  
#Gastronomicon ahí te voy!!!! @gtoasisabe La Mejor Semana Gastronomic !!

FAVORITO

1



NOTA : Faltó contenido para generar estadística del uso del #GuanajuatoSíSabe durante la Cumbre Internacional de la Gastronomía. La herramienta de rastreo de hashtag en tiempo real no arrojó



goretivi SEGUIR

A Luis\_villanueva8, goretivi, noearrellano, fabis\_bm, anto\_ranget, kahlo\_\_\_\_, chef\_lucynoriega, rulaaz1, tererajasgrey y alejandro.r.morales les gusta esto

goretivi La mejor !!!! #gastronomico.  
chef\_lucynoriega Lets fork it my friend !!!  
@goretivi abrazos apretados



**Yo Soy de León** @YoSoyDeLeon · 14 de jun.  
Comida y humo de leña. #GuanajuatoSiSabe #CumbreGastronómica



**Friducha KM** Muy mal organizado, no valió la pena el costo que se realizó, generaron muchas expectativas... Que pena.  
19 de junio a las 21:26

**Guanajuato Si Sabe** Agradecemos tus comentarios, mismos que serán canalizados a los organizadores. Lamentamos que no haya sido de tu agrado ya que la gente está muy contenta. Saludos.  
19 de junio a las 21:33 · Editado



Me gusta Comentar Compartir

A Silvana Garcia, Ma Antonia Garcia Muñoz, Amayrani Trujillo y 44 Más relevantes personas más les gusta esto.

Se ha compartido 2 veces

**Maria Antonieta Payán Picasso** No cabe duda todo un éxito gastronómico y cultural interactuando. Felicidades y q continúen  
👍 1 · 16 de junio a las 22:11

**Ma Antonia Garcia Muñoz** Fué una velada bella !!! Me gustó !!!  
23 de junio a las 0:27



Me gusta Comentar Compartir

A Dulce Franco, Juan Jose Romero y 35 personas más les gusta Más relevantes esto.

**Gloria Tames Trujillo** Orgullo de mujeres!!  
👍 1 · 3 de mayo a las 0:57

**Guanajuato Si Sabe** Sin duda representan al orgullo y sabor de México Gloria Tames Trujillo  
4 de mayo a las 8:01

**Gloria Huertas** excelente, me encantan estos eventos  
👍 1 · 3 de mayo a las 8:23

**Esther Villalpando** peralta se mide en grande  
19 de mayo a las 17:11

**Esther Villalpando** soy cocinera tradicional de gto mexes un honor cocinar lo que nos da la tierra nopal asado coodomnis estilo barbacoa pipian de garbanzo y maiz tortilla de sorgo y agua de tuna  
19 de mayo a las 17:09

**Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,**

Director General de Planeación

[rcardenas@guanajuato.gob.mx](mailto:rcardenas@guanajuato.gob.mx)

**Mtra. Claudia Ávalos Betancourt,**

Directora de Información y Análisis

[cavalosb@guanajuato.gob.mx](mailto:cavalosb@guanajuato.gob.mx)

**Lic. Irazema Álvarez Pérez,**

Coordinadora de Estadística e Información

[ialvarezp@guanajuato.gob.mx](mailto:ialvarezp@guanajuato.gob.mx)

**Mtra. Adriana Jardón Salazar,**

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado

[ajardon@guanajuato.gob.mx](mailto:ajardon@guanajuato.gob.mx)

**Mtra. Rosario Álvarez Macías,**

Auxiliar de Información e Investigación de Mercados

[malvarezm@guanajuato.gob.mx](mailto:malvarezm@guanajuato.gob.mx)

**Lic. Sarahí Martínez Hernández,**

Asistente de Codificación y Captura

[kmartinezh@guanajuato.gob.mx](mailto:kmartinezh@guanajuato.gob.mx)



## Dirección

Blvd. Vasco de Quiroga # 101, Torre Nissan 8º piso  
Col. Los Gavilanes, C.P. 37120, León, Guanajuato  
Tel. (477) 10 41 4 00



# GUANAJUATO

## EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

