

**COORDINADORA DE TURISMO  
DEL ESTADO DE GUANAJUATO**

El trabajo realizado durante el periodo que se informa se enfoca principalmente a consolidar el sector el programa de trabajo denominado Competitividad para el Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato, a fin de posicionar al estado a través de estrategias de marketing modernas y enfocadas a mercados potenciales.

Fue el liderazgo, la participación y la congruencia lo que determinó el sentido y personalidad a los programas, con lo que se dio rumbo claro a las expectativas de los empresarios.

Se involucró y vinculó a la sociedad con la actividad turística, como elemento fundamental para mejorar la calidad física y de vida de los habitantes de las regiones turísticas, con lo que se incidió en su desarrollo.

**Información y auxilio turístico**

Las seis delegaciones regionales y la oficina de información en la Ciudad de México son el contacto directo con el turista, proporcionan servicio gratuito de información y auxilio y vinculan la oficina central con los diferentes municipios turísticos. Durante este período proporcionaron información a casi 75 mil turistas en los diferentes municipios.

Se consolidó en todas las delegaciones el sistema de Buzones donde el visitante deposita la queja, sugerencia o felicitación de los servicios turísticos que consumió,

se elaboró el Manual de Operaciones de cada delegación con los lineamientos de operación y criterios de folletería mínima requerida para su entrega, se remodeló la delegación de Celaya, y se instaló equipo de computo, Internet y correo electrónico en todas las delegaciones para mejorar y facilitar la comunicación y se capacitó al personal con el fin de actualizarlos y concientizarlos sobre la mejora del servicio.



A dos años y medio de operación de la oficina de información en el aeropuerto se ha logrado integrar como uno de los servicios de mayor demanda por parte de los visitantes que llegan por avión. En él se ofrecen servicios de información, orientación y folletería en forma gratuita de todas las ciudades turísticas del estado durante 13 horas continuas al día.

A través de la cooperación y coordinación entre instancias estatales y federales, se estableció un modulo de PROFECO en la ciudad de Guanajuato durante temporadas de alta afluencia de turistas para la atención y resolución de quejas, así mismo durante el período que se informa se



participó en el programa Bienvenido Paisano, a través del cual se asistió a 5 mil 896 personas con información u orientación con la instalación de un modulo ubicado en el aeropuerto internacional de Guanajuato, atendido por estudiantes becarios de la entidad.

### **Promoción de alto nivel**

Gracias a la participación de los empresarios turísticos, se posicionó una nueva campaña de promoción que se presentó al público al sector turismo de la entidad y representantes de los gobiernos estatales de Guanajuato, Querétaro, Zacatecas, San Luis Potosí y SECTUR federal, donde se registró una asistencia de 450 personas.

Se terminaron de elaborar los productos faltantes de la campaña de promoción turística del Estado: carpeta ejecutiva de la campaña en español e inglés, un vídeo que fue transmitido sin ningún costo en 18 estados de la República, un folleto mapa elaborado en español e inglés y un folleto general en español e inglés con un tiraje de 24 mil ejemplares.

Las publicaciones y revistas contratadas fueron 22, con un tiraje superior 3.3 millones y un alcance de casi 12.5 millones de personas en las siguientes publicaciones: México Desconocido, Word Travel Drive, Catalogo de Operadores de Viajes Marsans y Kinch Koyol, Vuelo, Scala, Destinos y Convenciones, Huesped, Travelers Guide to Mexico, Reforma, El Norte, Mural, Financiero y La Jornada.

Gracias a los apoyos y viajes de familiarización de prensa se publicitó a Guanajuato en las publicaciones Dorada, Publitur, American Airlines Vacations Mexico, Bazar, VSD, Vuelo, Kris, Publitur, Diversión, Sta. Fean, Casa Woman y Escala. Se cubrió el mercado de congresos y convenciones, operadores mayoristas de viajes, segmento de jubilados y público en general, con un valor promocional de 2 millones de pesos.

Se renovaron los folletos por municipio en español e inglés. Este programa permite la unificación de la imagen turística del estado de Guanajuato y la integración de todos los municipios bajo un mismo concepto e identificación de los segmentos del mercado, que permiten posicionar al Estado de Guanajuato como un destino único, diferente e importante a nivel nacional.

Hoy en día la pagina en Internet de Guanajuato Turístico es una de las mas visitadas de su tipo, con un promedio de 49 mil visitas en el periodo reportado, lo que permite acercar los atractivos, servicios, información en contacto directo con el mundo. Para aumentar el número de consultas estamos en la etapa de contar con un dominio propio.

La difusión de la línea 01-800 en la folletería y publicaciones permitió que la demanda por este servicio se incrementara. En este año de trabajo se recibieron mas de mil 400 llamadas, con lo que ahora contamos con una herramienta sólida para atender solicitudes de información turística a visitantes potenciales nacionales en cualquier parte de la república.



Se realizó un banco de imágenes de primera calidad con mil 100 transparencias con fotografías aéreas, monumentos históricos, museos, festividades, el Festival Cervantino, artesanías, paisajes, gente, entre otros. En este momento están en proceso cuatro cd's turísticos con la selección de las mejores fotografías que serán utilizadas a nivel nacional e internacional en prensa, catálogos, revistas especializadas, artículos y folletería, entre otros.

Se promovió a Guanajuato a través de la asistencia directa a nueve eventos en el ámbito nacional en las ciudades de Monterrey, México D.F., Acapulco, Hermosillo, Guadalajara, Cd. Juárez, y Cancún, y se participó en 18 eventos de promoción internacional en las ciudades de Houston, Londres, Amsterdam, Copenhague, Estocolmo, Oslo, Argentina, Japon, Chicago, Mc. Allen, Utrech Holanda, Madrid, Washington D.C. El Paso Tx, Berlín, Gotenburgo, San Antonio y Singapur.

### **Congresos, convenciones y filmaciones**

Se apoyaron 127 eventos de congresos, convenciones y exposiciones que generaron una derrama económica superior a los 178 millones de pesos, un con una participación total de casi de 70 mil personas.

En el rubro de ferias se apoyaron siete eventos con una asistencia de 6.3 millones de visitantes nacionales y extranjeros, que generaron una derrama económica durante su estancia de mas de 634 millones de pesos.

Como parte de la venta del destino e integrada a la estrategia de relaciones públicas se atendieron 36 viajes de familiarización y de prensa de medios impresos y electrónicos tanto nacionales e internacionales con la participación de 374 personas, lo que permite difundir y promocionar los atractivos y ciudades turísticas a un costo muy bajo pero con un alto impacto publicitario. Adicionalmente, se contrató a una agencia en Estados Unidos para focalizar la campaña de relaciones publicas en ese mercado.

Es importante mencionar que durante este período se realizo el 2do. Festival de Cortometraje "Expresión en Corto '99" que se difundió a nivel nacional e internacional con el apoyo de patrocinadores con un monto de 260 mil pesos.

Se viajo a los Angeles California, para reforzar la relación con casas productoras de cine y que hoy reconocen a nivel nacional e internacional la función de la oficina de atención especializado al segmento de filmaciones, que captó 50 filmaciones y grabaciones en su modalidad de cortos y largometrajes, anuncios, documentales y novelas, una derrama económica de 463 mil dólares para nuestra entidad. Esto se tradujo en una publicidad no pagada con valor promocional estimado en 2 millones dólares que generaron 525 empleos directos e indirectos, se realizaron seis conferencias y talleres sobre la industria audiovisual donde se capacitó a 470 personas.



## **Guanajuato competitivo**

**E**n la realización de cursos de capacitación, seminarios, conferencias y semana de cultura turística a prestadores de servicios turísticos se desarrollaron 175 cursos con una asistencia de 8 mil 3 personas. Con base en una detección de necesidades coordinada con el propio sector empresarial, estos eventos se dirigieron a mandos medios, personal operativo, directivos y nivel gerencial.

Se realizaron asesorías a petición expresa de cuatro hoteles en Programa H, ocho cursos de capacitación con la asistencia de 155 personas. Otro aspecto importante fue la coordinación y vinculación que con la SECTUR, para integrar al estado en la Cruzada Nacional por la Calidad Turística.

Con el fin de reforzar la actividad de capacitación que realiza esta Coordinadora ante los prestadores de servicios turísticos, se obtuvo el registro ante la Secretaría de Trabajo y Previsión Social de Agente Capacitador; con esta acción los empresarios cumplirán con la capacitación a través de los cursos ofrecidos por esta dependencia.

Como parte de las facultades federales con las que cuenta esta dependencia durante este periodo se realizaron 409 verificaciones a establecimientos de hospedaje, alimentos y bebidas y agencias de viaje en las ciudades de Guanajuato, León, Morelón, San Miguel de Allende, Uriangato y Yuriria.

Se han inscrito al registro nacional de turismo 34 establecimientos, y se ha dado trámite a 29 quejas ante prestadores de servicios turísticos donde sobresale que la

solución se ha dado a través de la conciliación entre las partes.

## **Atracción de inversiones turísticas**

**D**urante este período se atendió a ocho desarrolladores turísticos nacionales y extranjeros y se detectaron y dio seguimiento a 12 nuevos proyectos turísticos que se integraron a una cartera estatal de proyectos.

Con el fin de establecer una política clara para atracción de inversiones turísticas al estado se trabaja en coordinación y con la asesoría de organismos estatales y federales como SEFIDE y FONATUR para la gestión de créditos. En la parte de difusión, promoción y atracción de inversiones se tuvo la presencia y participación de Guanajuato en la III Bolsa Mexicana de Inversión en Cancún, el Seminario de Turismo Rural y Haciendas de Jalisco, el Pabellón de Inversiones en el Tianguis Turístico de Acapulco y Convención anual de AMDETUR.

Es importante destacar que durante este período se estima una inversión privada de más de 390 millones de pesos, que se destinaron a la apertura y remodelación de establecimientos turísticos, que generaron cerca de mil 426 nuevos empleos directos, además se cuenta con una inversión comprometida por 620 millones de pesos.

Dentro del proyecto Posadas Familiares, como parte del seguimiento al convenio de colaboración y apoyo con propietarios de casas de Dolores Hidalgo y el convenio con colonos de la zona de Marfil, se realizan los estudios arquitectónicos y de



rescate de 11 casas de Dolores Hidalgo y de siete haciendas de Guanajuato, a fin de convertir estos inmuebles en establecimientos de servicios turísticos.

Para ofrecer servicios integrales de asesoría, se asistió al seminario de integración de plan de negocios organizado por el área de fomento a la inversión de esta coordinadora de turismo, en coordinación con el ITESM Campus Irapuato, esto nos permite ofrecer asistencia técnica para la integración del análisis de factibilidad financiera y de operación de los proyectos turísticos.

Se realizó el estudio de factibilidad del rescate y aprovechamiento del distrito minero de Guanajuato para uso turístico con la habilitación de espacios para museo temático, cafetería, restaurante, teatro al aire libre y otros atractivos.

Se desarrollaron y están trabajando los productos alternativos de exhibición de murciélagos y vampiros vivos, visitas guiadas al observatorio astronómico de la Luz, Espejo de Jade, talleres de arte, Charco del Ingenio y recorridos turísticos en bicicleta en San Miguel de Allende; desarrollo de material promocional del Parque Metropolitano en León y al área protegida de Sierra de Lobos.

Se desarrollarán nuevos productos como campamentos ecológicos infantiles y manuales de turismo alternativos específicos para rapel y escalada de roca, ciclismo de montaña y senderismo.

## **Desarrollo turístico**

Con Codereg se retomó la participación en las reuniones generales de las seis zonas que comprende este organismo, se logró la aplicación de recursos para el desarrollo del proyecto de rescate del Lago Cráter en el municipio de Yuriria, aplicación de recursos para el rescate y aprovechamiento comunitario de la Presa de Neutla en el municipio de Comonfort, museos regionales en la ciudades de Acámbaro, Jerécuaro, Coroneo y Yuriria, el proyecto de las fiestas de la Toltequidad de pozos San Luis de la paz y desarrollo del proyecto de Turismo de la Naturaleza en el norte del estado, acondicionamiento del camino de acceso a la Presa la Purísima, reparación del patio central de la estación del ferrocarril y reparación del camino de acceso al Mineral de la Luz.

## **Imagen turística**

Con la colaboración de las delegaciones de las Secretarías de Turismo y Comunicaciones y Transporte y la iniciativa privada del estado, se concluyeron dos etapas del programa de señalización carretera, que trabaja ya en la instalación de señales en carreteras en diferentes municipios.

Con la participación de SDUOP, INAH y Ecología, se establecieron las bases para la realización del 1er. Premio Anual de Limpieza y Conservación de la Imagen Urbana en el que se inscribieron 187 participantes de 30 municipios, donde se premió a 42 con un monto de 700 mil pesos.



Para este año fue lanzada la convocatoria para el segundo premio que será calificado en agosto, se la inscripción de los 46 municipios y ello ha permitido involucrar a la ciudadanía en la conservación, mantenimiento y limpieza de inmuebles históricos pero sobre todo ha despertado el orgullo por su monumentos y municipios.

En la ciudad de San Miguel de Allende se trabaja con el comité de participación ciudadana en materia de seguridad publica, se apoyaron los programas de policía turística, rescate ecológico de la presa de Allende y señalización turística de los atractivos y servicios turísticos del municipio.

### **Tesoros coloniales**

**E**n el programa de Tesoros Coloniales cabe resaltar la integración de los estados participantes del centro de México, esto ha permitido generar un programa de promoción conjunto para la participación en eventos de carácter internacional y se hizo la primera publicación del catalogo regional por producto, que buscan fomentar e impulsar la vocación turística de los estados participantes.

### **Fideicomiso de impuesto al hospedaje**

**E**l comité técnico del fideicomiso público de inversión y administración del impuesto por servicios de hospedaje núm. 1754, trabajó en proyectos turísticos prioritarios por municipio como promoción en radio, televisión, revistas especializadas, eventos y caravanas

turísticas de carácter nacional e internacional, apertura de oficinas de atención, organización y servicio, así como restauración de atractivos históricos y naturales, entre otros. Los recursos recaudados en estos últimos 12 meses, son 11.16 millones de pesos.

### **Fondos de colaboración**

**A**través del fomento a la municipalización, el gobierno del Estado, el sector privado, las autoridades municipales y federales, integraron fondos concurrentes que son administrados a través de los Comités Municipales de Turismo para gastos de publicidad en medios impresos y electrónicos, así como para participar en eventos nacionales e internacional de promoción. Durante este período el fondo integrado en forma tripartita es 5.36 millones de pesos.

### **Planeación turística**

**D**urante el presente periodo se realizaron los estudios de Calidad en los Servicios Turísticos y Ocupación Hotelera en 15 municipios del estado, de Evaluación de los Servicios para Congresos y Convenciones, sobre Empresas de Proveduría de Servicios para el Segmento de Congresos y Convenciones, Inventario Turístico para 16 municipios del estado y estudios sobre la Demanda Turística Potencial.

En Coordinación con la Secretaría de Turismo se trabaja para mejorar, validar e integra la información contenida en el Sistema de Información Turística Estatal (SITE), que permite tener información de



mercado para la toma de decisiones, generación de estrategias y evaluación de proyectos de inversión.

Como una forma de informar sobre los servicios, logros y eventos que desarrolla esta dependencia se elaboraron y distribuyeron tres ediciones con un tiraje de 500 ejemplares del INFOTUR, que funde como contacto estrecho entre la dependencia y sus clientes.

Se captaron 4.4 millones de turistas de los cuales el casi 295 mil fueron extranjeros, con una derrama económica superior a los 3.5mil millones de pesos.

## **Turismo con calidad**

Una característica única y que nos hace diferentes a otras dependencias de turismo en otros estados, es la estrategia de calidad que sé ha integrado fuertemente a los procesos, productos y servicios que da esta dependencia. Se participó en el premio Guanajuato a la Calidad donde esta Coordinadora quedó como finalista, en IntraGob se obtuvo un reconocimiento por el avance y logros alcanzados, actualmente se trabaja por obtener la certificación ISO 9002 para el Sistema de Información Turística Estatal.