

# EL ROL DE LA CULTURA EN LOS CLUSTERS TURISTICOS: EL CASO DEL ESTADO DE GUANAJUATO

*Iniciativa Ixmati de Refuerzo de la  
Competitividad del turismo cultural en el  
Estado de Guanajuato*

Punta Cana

9 de abril, 2010

# Iniciativa Ixmati de Turismo Cultural

## Agenda

- Datos generales del Estado de Guanajuato
- El proceso de la iniciativa ixmati

# Iniciativa Ixmati de Turismo Cultural

## Agenda

- Datos generales del Estado de Guanajuato
- El proceso de la iniciativa ixmati

# Datos generales del Estado de Guanajuato

## Ubicación geográfica del Estado de Guanajuato, México



Es un punto de encuentro entre las distintas regiones del país y uno de los principales destinos culturales por su gran valor colonial, cultural e histórico.

# Datos generales del Estado de Guanajuato

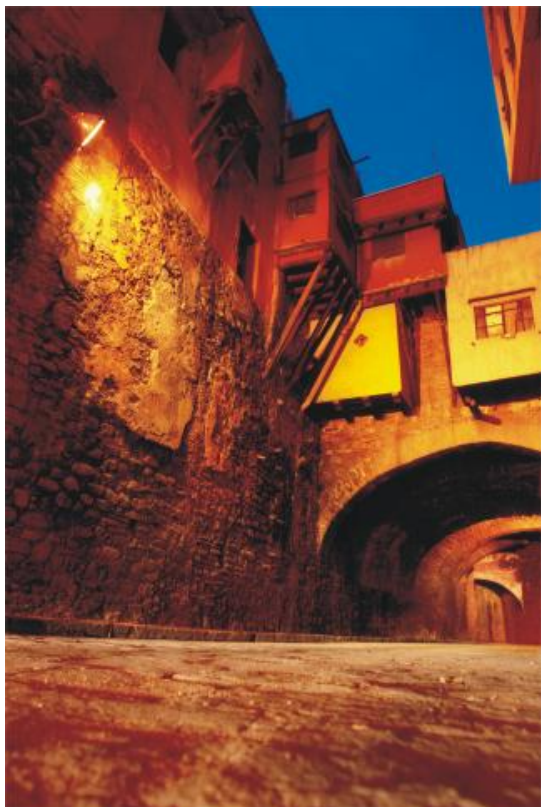
## Ciudades emblemáticas para el turismo cultural



- Guanajuato es la única entidad federativa que cuenta con dos ciudades patrimonio de la humanidad.
- Diversidad de actividades relacionadas con turismo cultural

# Datos generales del Estado de Guanajuato

## Ciudad de Guanajuato

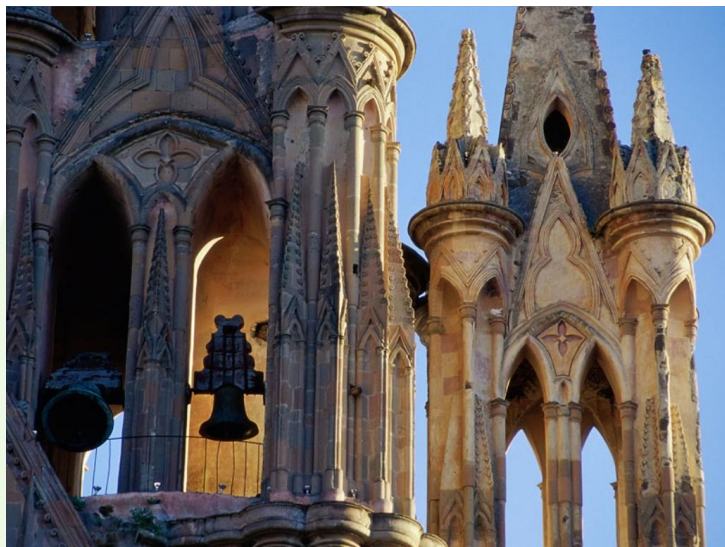


- Patrimonio Cultural de la Humanidad (1988)
- Fundada en 1546
- Rica ciudad minera singular por la difícil topografía sobre la que se estableció
- Edificios históricos que recorren la historia de México, desde el Virreinato, los primeros gobiernos independientes (Universidad de Guanajuato) y pasando por el Porfiriato de finales del siglo XIX

# Datos generales del Estado de Guanajuato

## San Miguel de Allende

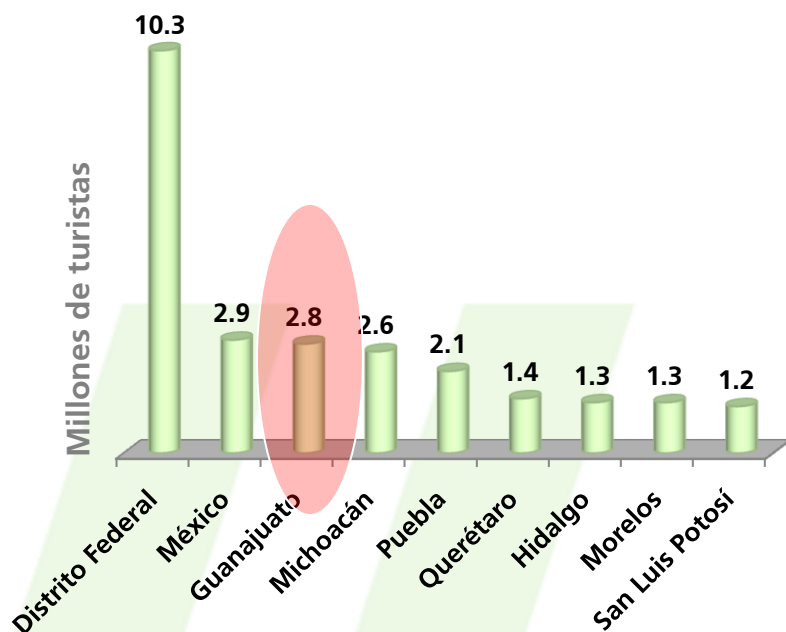
- Patrimonio Cultural de la Humanidad (2008)
- Fundada en 1542, como punto de paso de la antigua ruta de la plata que conectaba a las minas de Guanajuato con Zacatecas.
- Intensa vida cultural
- Una singular parroquia neogótica y calles empedradas



# Datos generales del Estado de Guanajuato

“Guanajuato se ubica en la tercera posición de llegada de turistas a nivel nacional y cuarto lugar en visitantes a museos y monumentos”

SECTUR-SEDETUR Guanajuato



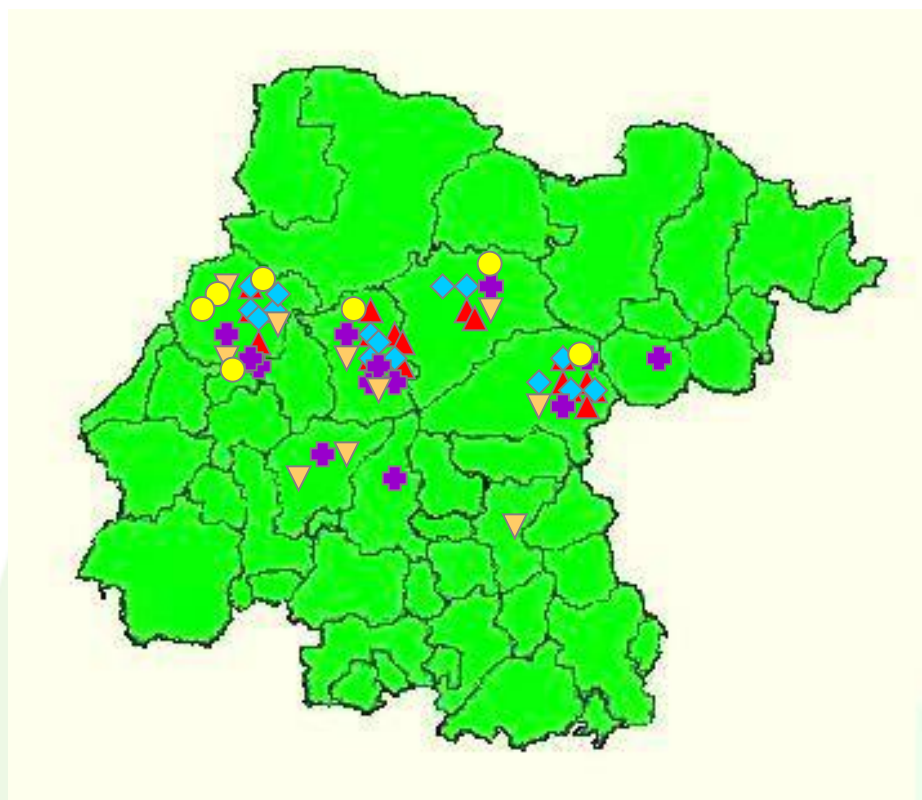
Fuente: SECTUR- SEDETUR Guanajuato

México	
Visitantes a Museos y Monumentos Históricos Por estado	
Concepto	2007
Distrito Federal	4,361,367
México	426,806
Morelos	399,798
<b>Guanajuato</b>	<b>384,128</b>
Veracruz - Llave	351,933
Jalisco	349,281
Total	8,169,622

Fuente: Datatur - I.N.A.H

# Datos generales del Estado de Guanajuato

## La cadena del sector turismo cultural en Guanajuato



- ▲ Hoteles
- ◆ Restaurantes
- Tour Operadores y agencias de viajes
- ▽ Asociaciones, cámaras y comités
- Universidades y Centros de capacitación

# Datos generales del Estado de Guanajuato

## Problemáticas iniciales

- Insuficiente integración de los actores relevantes para las actividades culturales con los actores tradicionales del turismo
- Propuestas aisladas y sin estrategia
- No satisfacción de los deseos del turista
- Pérdida de oportunidades de negocio para el turismo cultural

# Iniciativa Ixmati de Turismo Cultural

## Agenda

- Datos generales del Estado de Guanajuato
- El proceso de la iniciativa ixmati

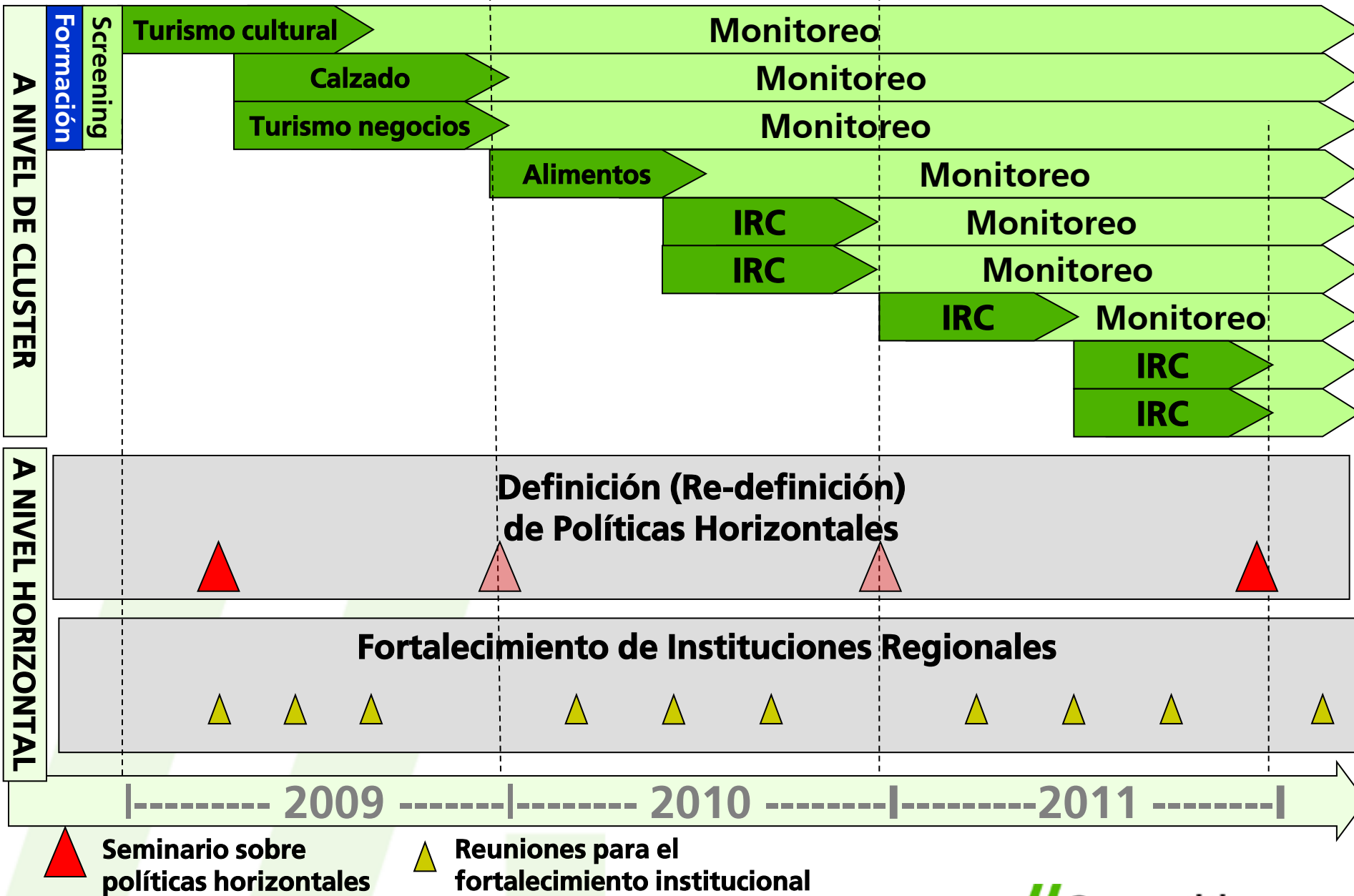
# Iniciativa Ixmati de Turismo Cultural

**Instituto de Planeación del Estado de Guanajuato  
(IPLANEG)**



- **Interviene en los procesos de planeación a largo plazo mediante el impulso de la competitividad e innovación, integrando a los sectores social, privado y público.**
- **Usa la metodología de Competitiveness para poner en marcha su Programa de Refuerzo de la Competitividad del Estado de Guanajuato.**

# Programa de Refuerzo Integral a la Competitividad



# Objetivos de la iniciativa y proceso



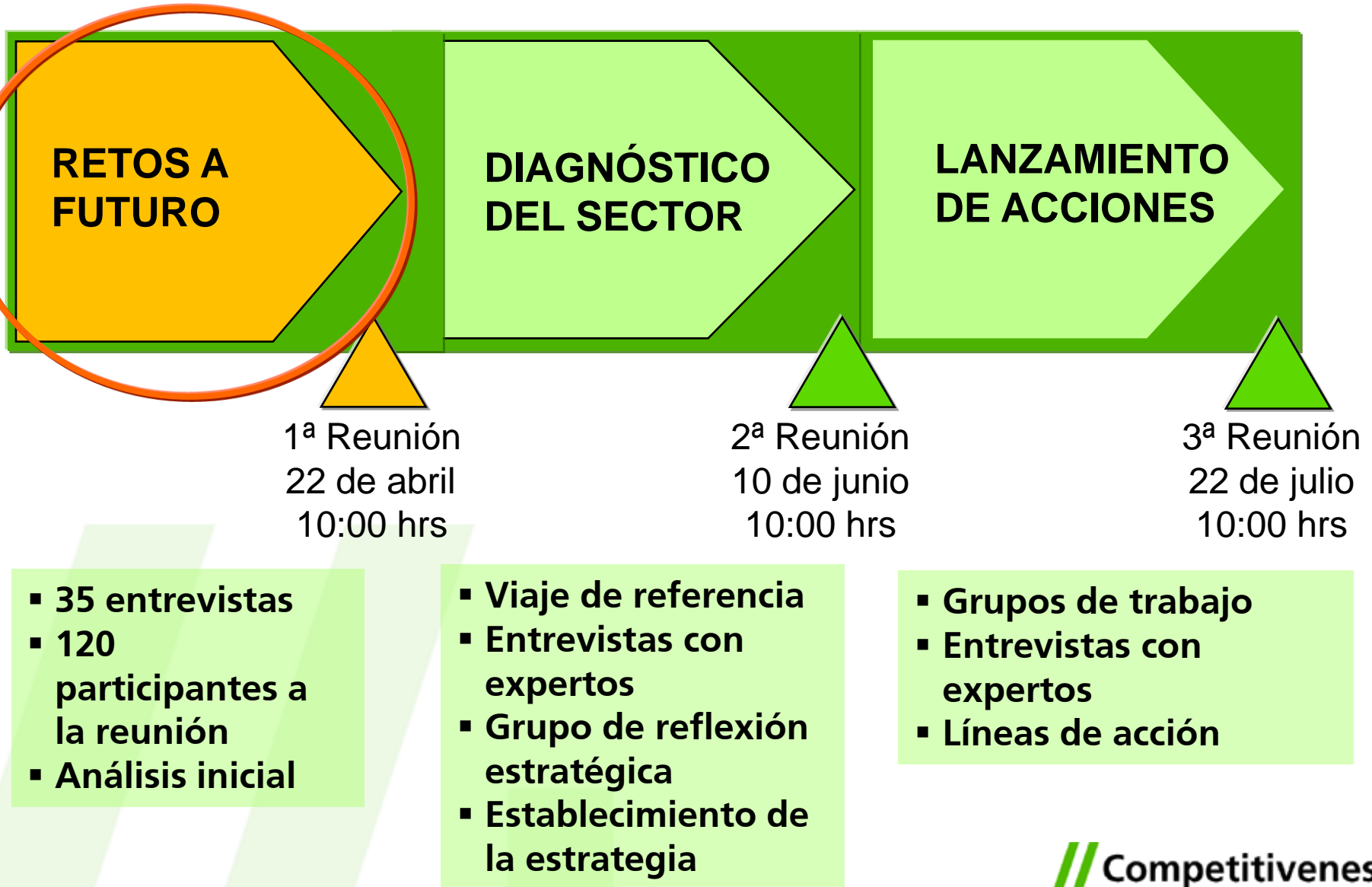
# Objetivos de la iniciativa y proceso

## Calendario de la iniciativa



**Coordinación del seguimiento:**  
**SEDETUR , Gloria Cano**  
**IPLANEG, Gerardo Jiménez**

# Objetivos de la iniciativa y proceso



# Los retos del futuro

**¿Cuales son los retos estratégicos a los que se enfrenta el sector de Turismo Cultural en Guanajuato?**

# Los retos del futuro

**¿Cómo se puede responder mejor a las tendencias del sector?**

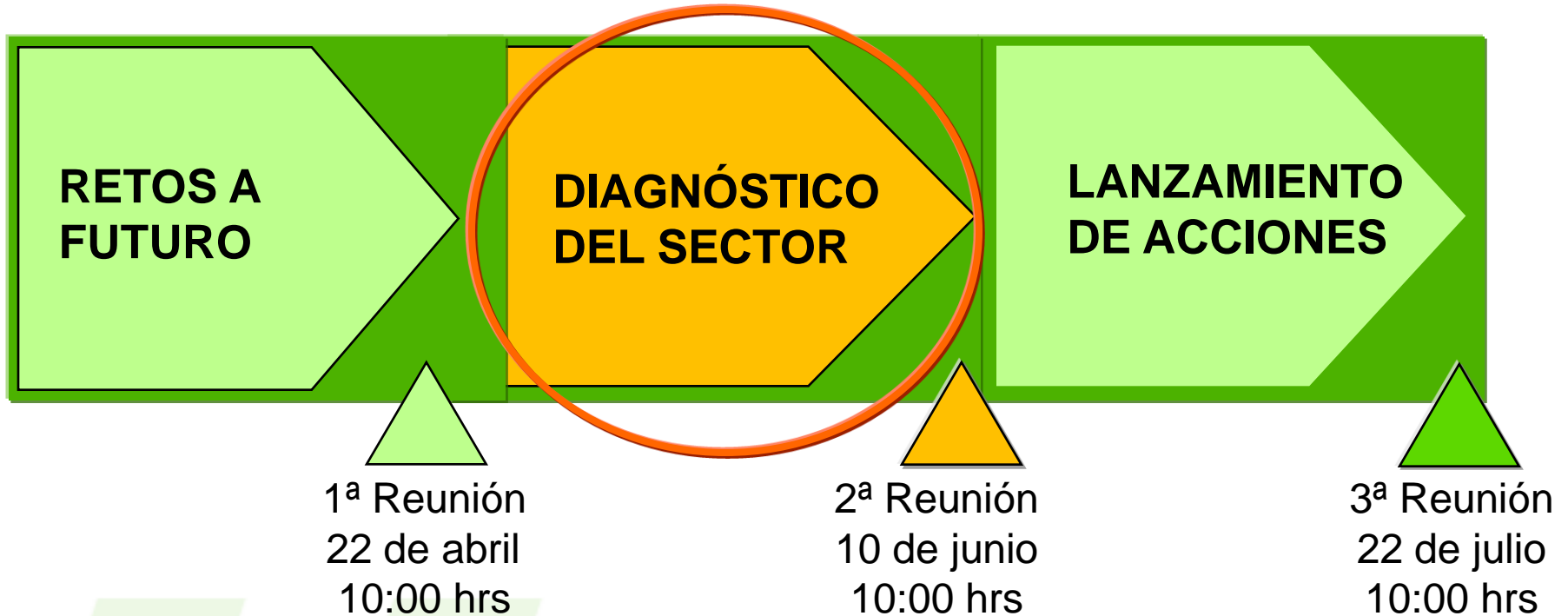
**¿Cómo pueden innovar las empresas guanajuatenses para ofrecer una mayor diversidad de productos?**

# Los retos del futuro

**¿Qué combinación de oferta de actividades busca el turista cultural?**

**¿Qué herramientas requiere el turista cultural previo a su llegada?**

# Objetivos de la iniciativa y proceso



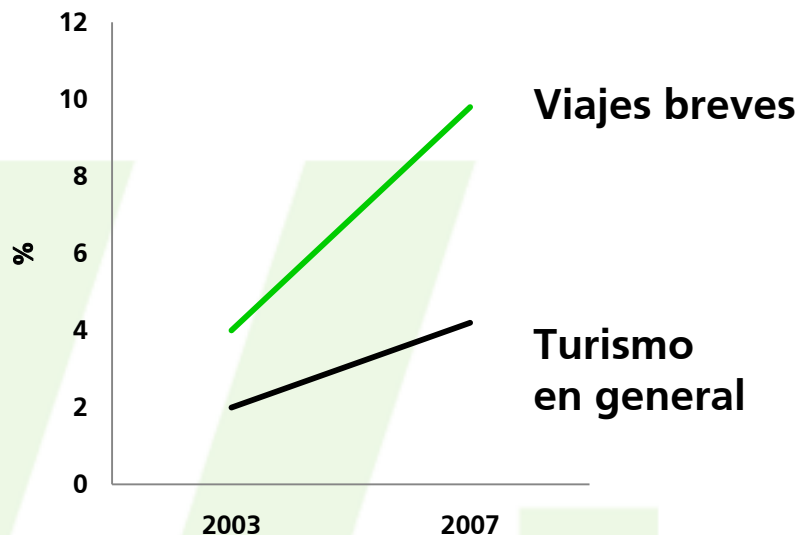
- 35 entrevistas
- 120 participantes a la reunión
- Descripción del cluster y de la industria

- Viaje de referencia
- Entrevistas con expertos
- Grupo de reflexión estratégica
- 145 participantes a la reunión

- Grupos de trabajo
- Entrevistas con expertos

# Tendencias en turismo

**“Las nuevas tendencias de mercado mundial indican que el turista realiza una mayor cantidad de viajes y de menor duración a lo largo del año” (Organización Mundial de Turismo 2008)**



- En los últimos 5 años estos viajes han crecido a una tasa promedio del 9.8%, comparado con el crecimiento del sector en su totalidad

# Tendencias en turismo

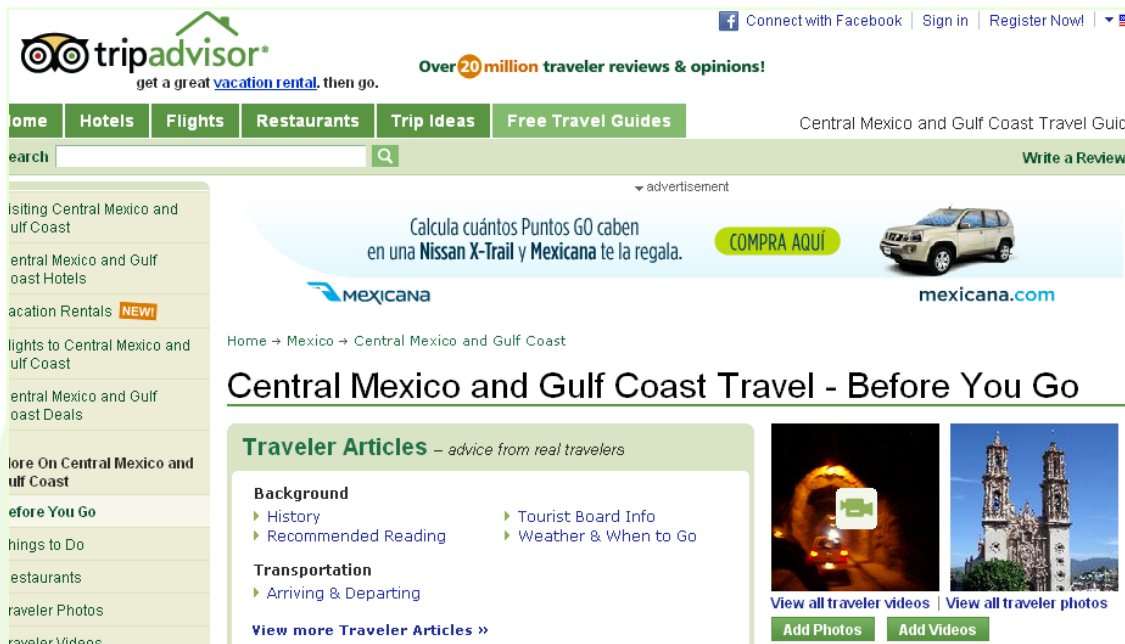
**Y en México también SECTUR confirma la tendencia:**

- **Los viajes breves son relativamente frecuentes: se realizan en promedio uno al mes, ya sea aprovechando puentes o en fines de semana cortos.**
- **En la toma de decisión sobre el viaje influyen: la cercanía y salir de la rutina.**

Fuente: Resultados del Segundo Estudio de Opinión Pública sobre Temas de Coyuntura Turística: Viajes de Placer de Corta Duración Ciudades de México, Guadalajara y Monterrey , SECTUR

# Tendencias en turismo

- A nivel mundial, los contenidos generados por los viajeros, tales como videos, fotos, reviews, blogs o recomendaciones en tiempo real juegan cada vez un papel mayor



The screenshot shows the TripAdvisor website interface. At the top, there's a navigation bar with links for 'Home', 'Hotels', 'Flights', 'Restaurants', 'Trip Ideas', and 'Free Travel Guides'. A search bar is visible on the left. The main content area features an advertisement for Mexicana, with the text 'Calcula cuántos Puntos GO caben en una Nissan X-Trail y Mexicana te la regala.' and a 'COMPRAR AQUÍ' button. Below the ad, there's a section titled 'Central Mexico and Gulf Coast Travel - Before You Go' with a 'Traveler Articles' section listing background information, transportation tips, and links to add photos and videos.

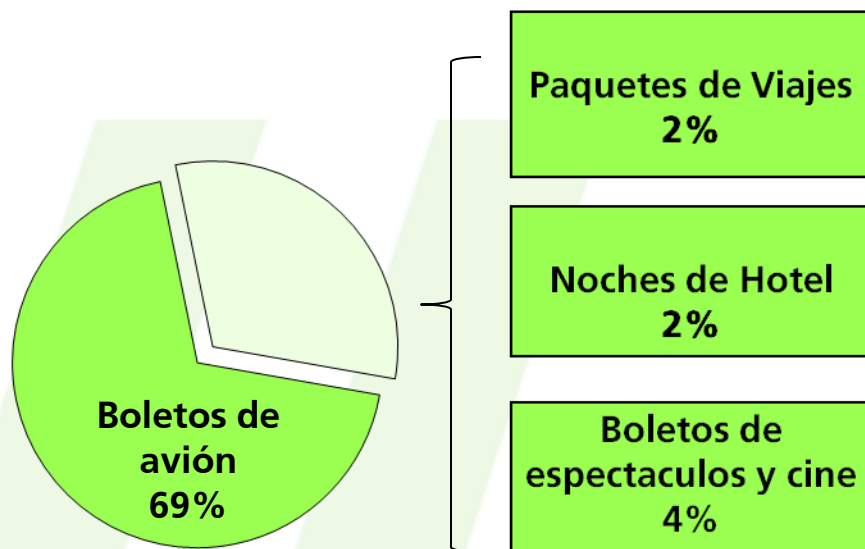


Las herramientas tecnológicas son inseparables del proceso de decisión de compra de los turistas.

# Tendencias en turismo

- En México, esta tendencia también es una realidad :
  - Se comerciaron a través de internet 1,621 MDD en 2008
  - La compra-venta a través de este medio presentó una tasa de crecimiento del 78% de 2007 a 2008.

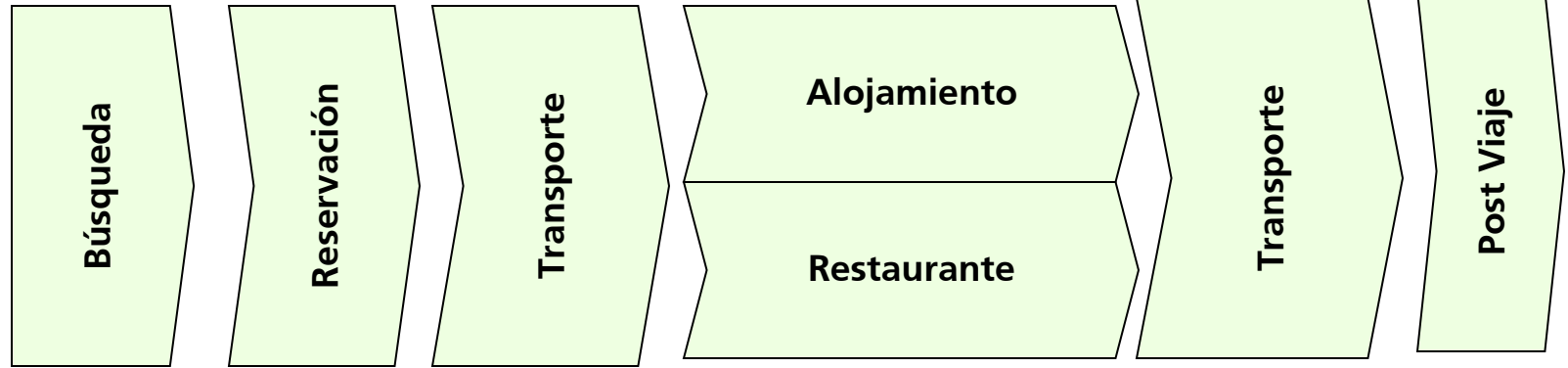
Productos más vendidos a través de Internet en México:



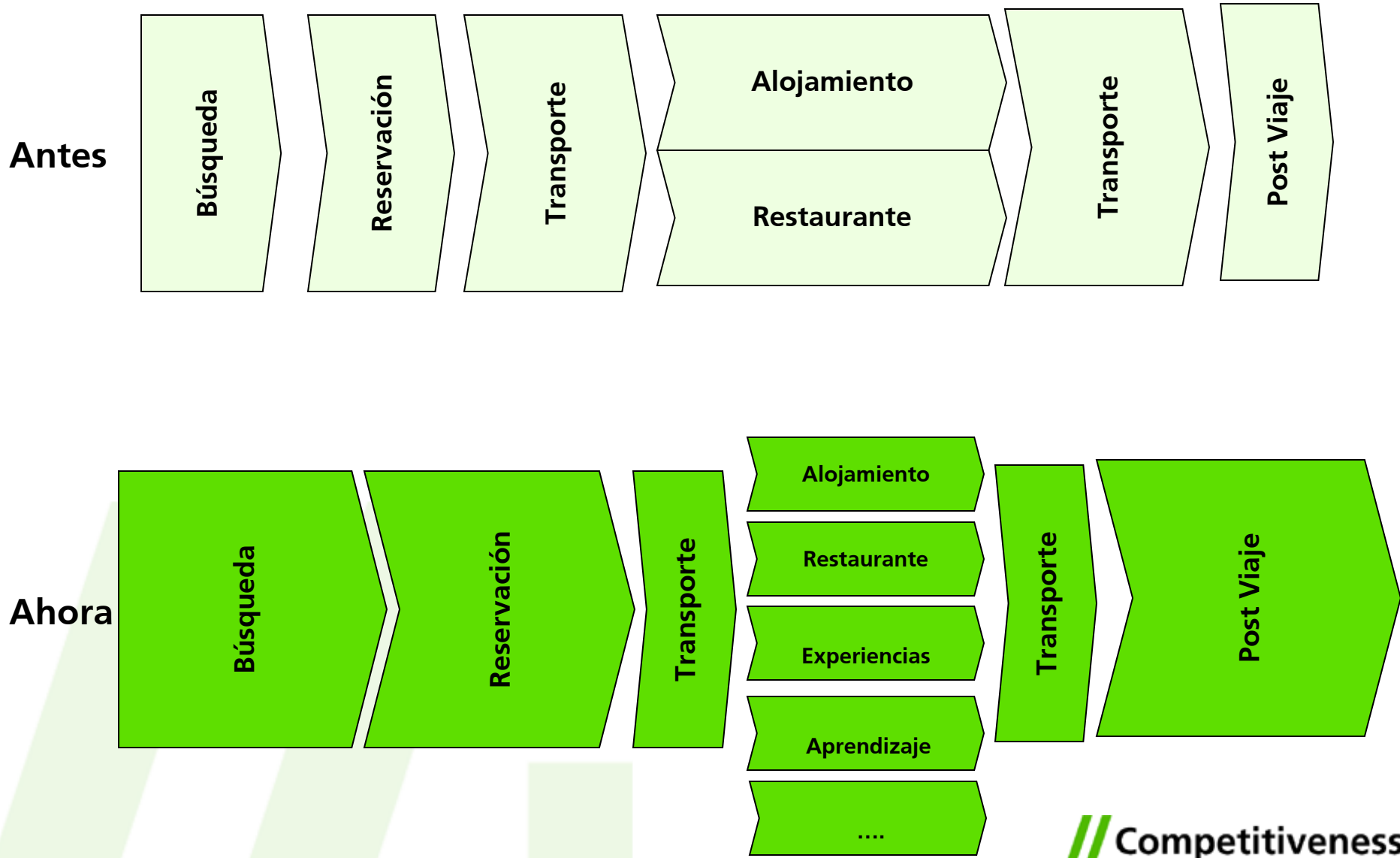
Los consumidores mexicanos confían cada vez más en las herramientas electrónicas para pagar servicios turísticos

# Nuevos requerimientos en la cadena de valor

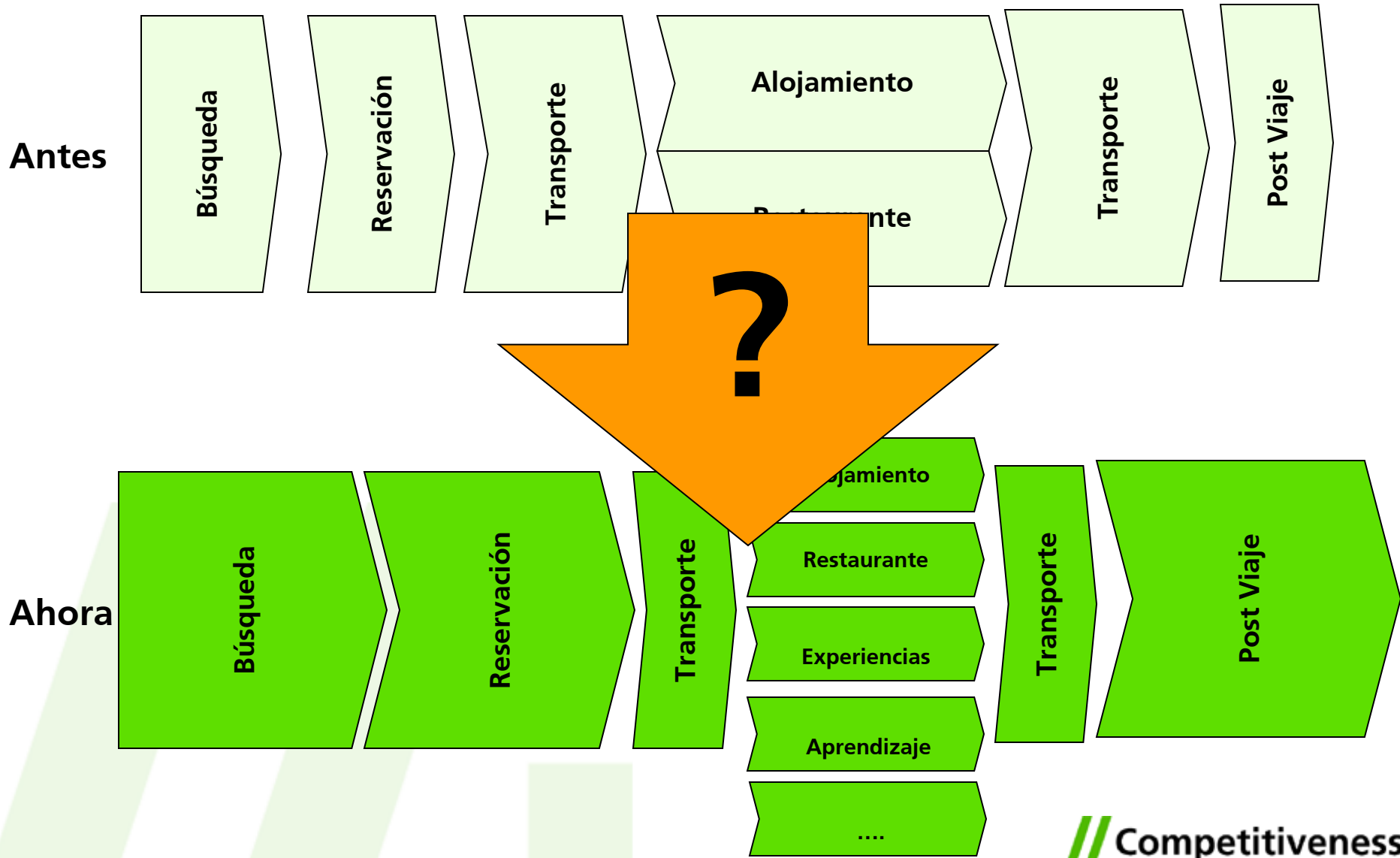
Antes



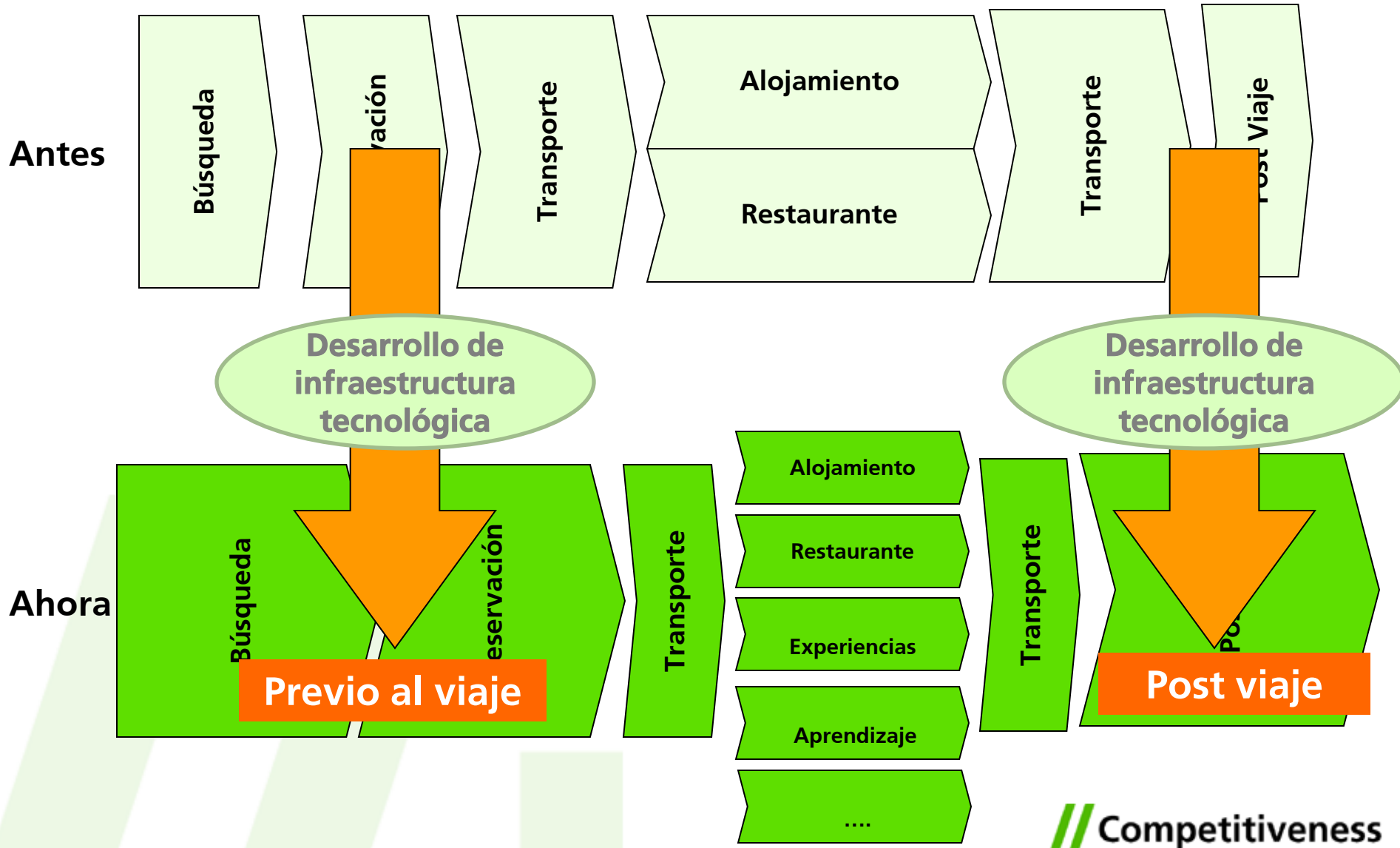
# Nuevos requerimientos en la cadena de valor



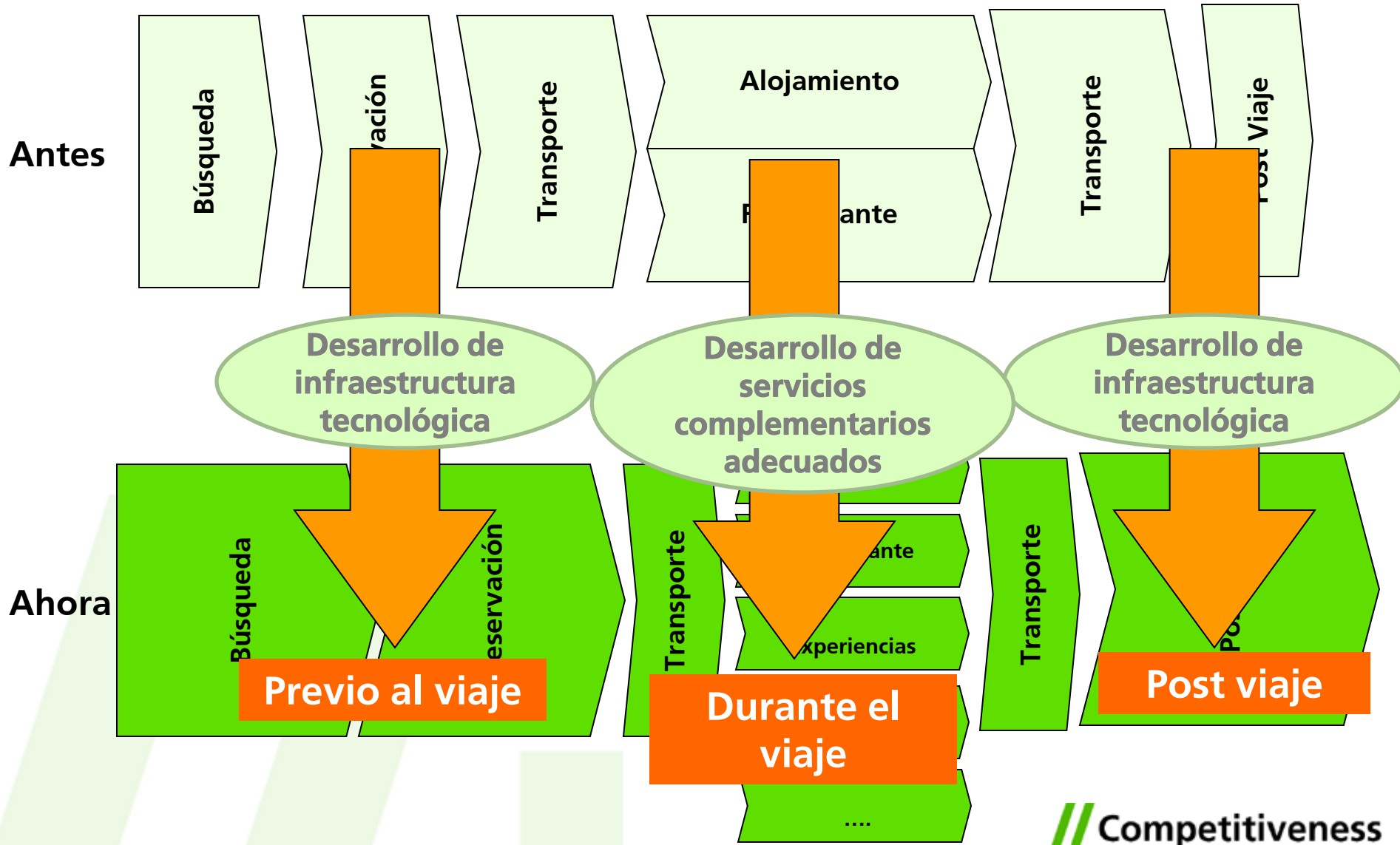
# Nuevos requerimientos en la cadena de valor



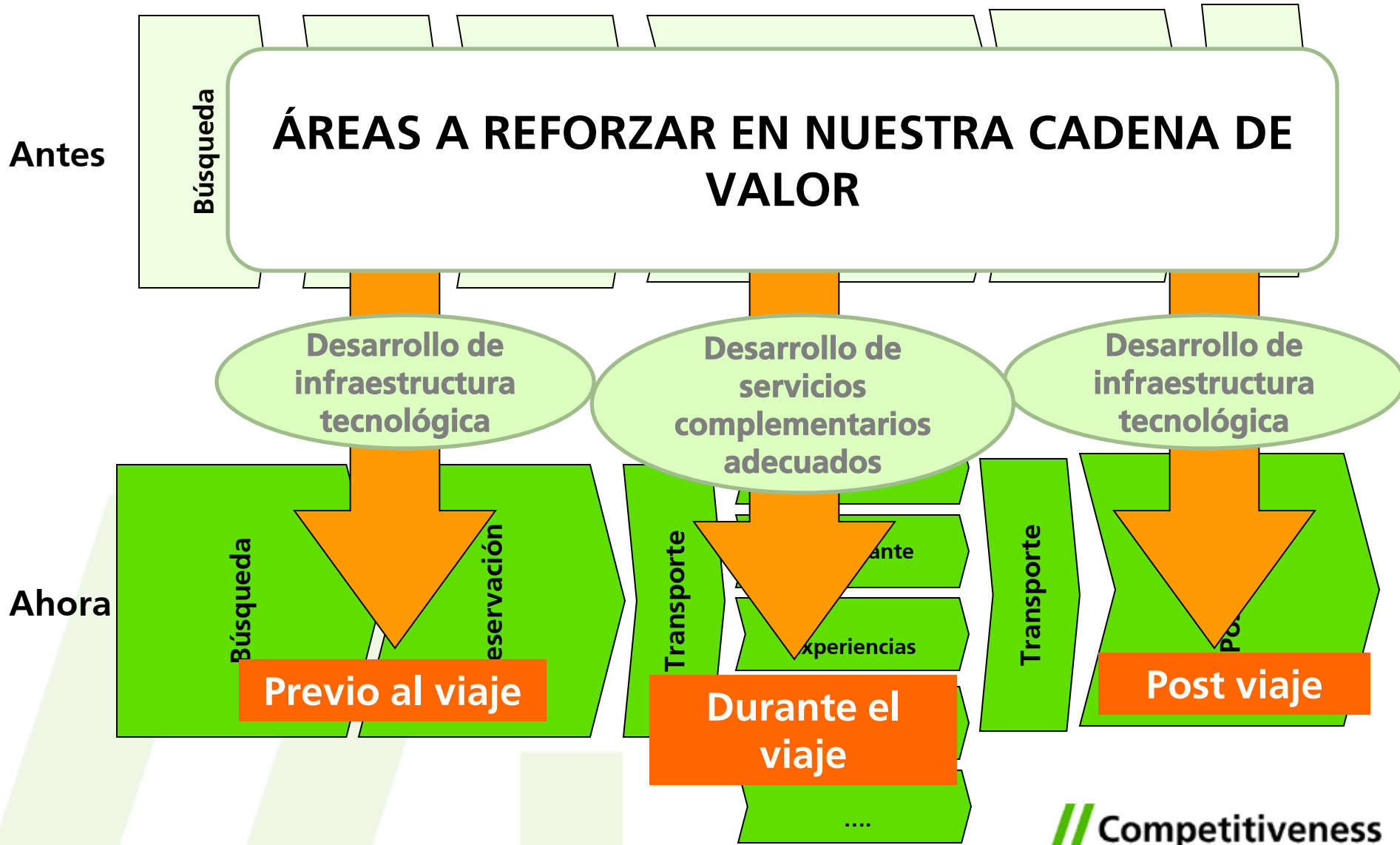
# Nuevos requerimientos en la cadena de valor



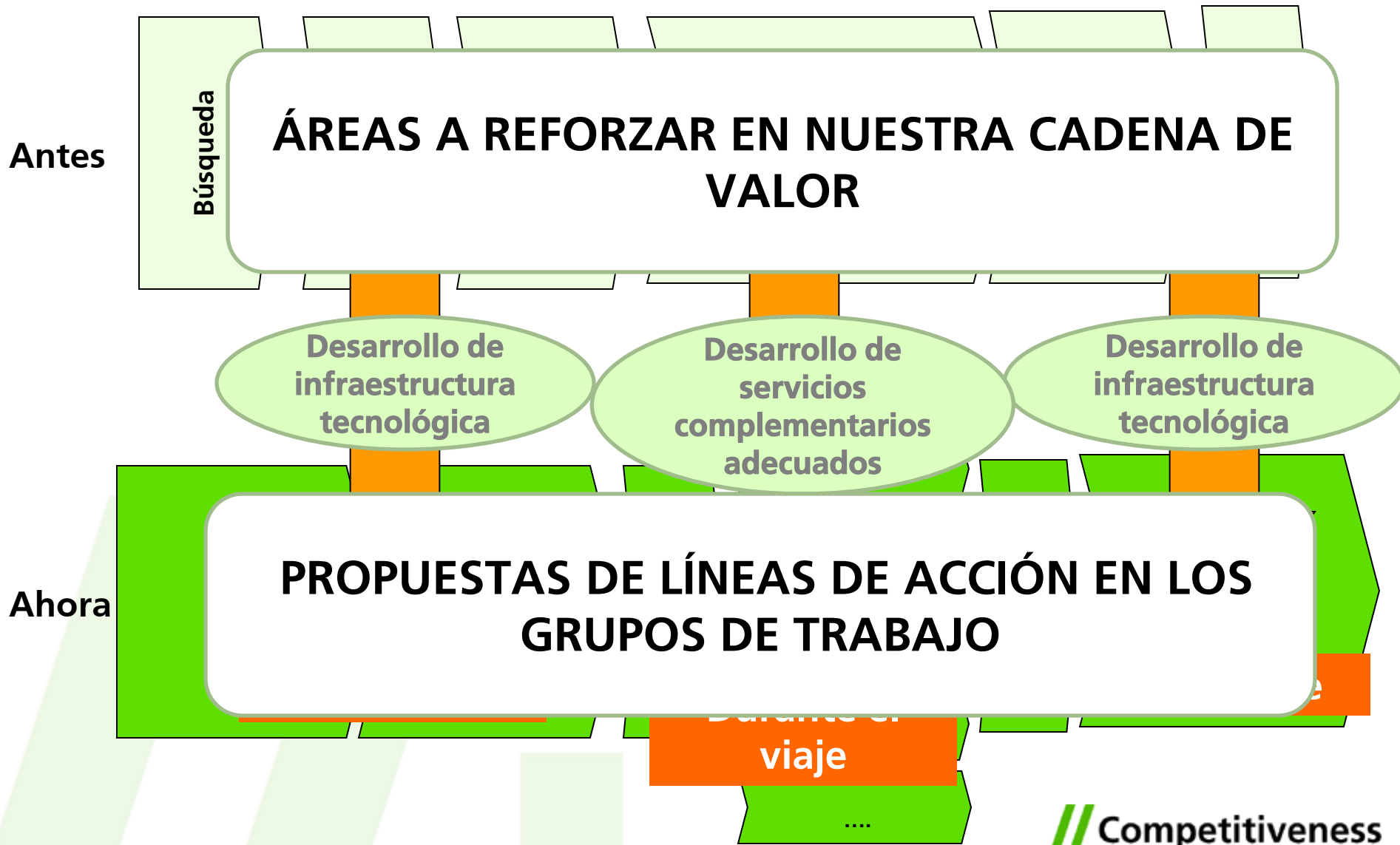
# Nuevos requerimientos en la cadena de valor



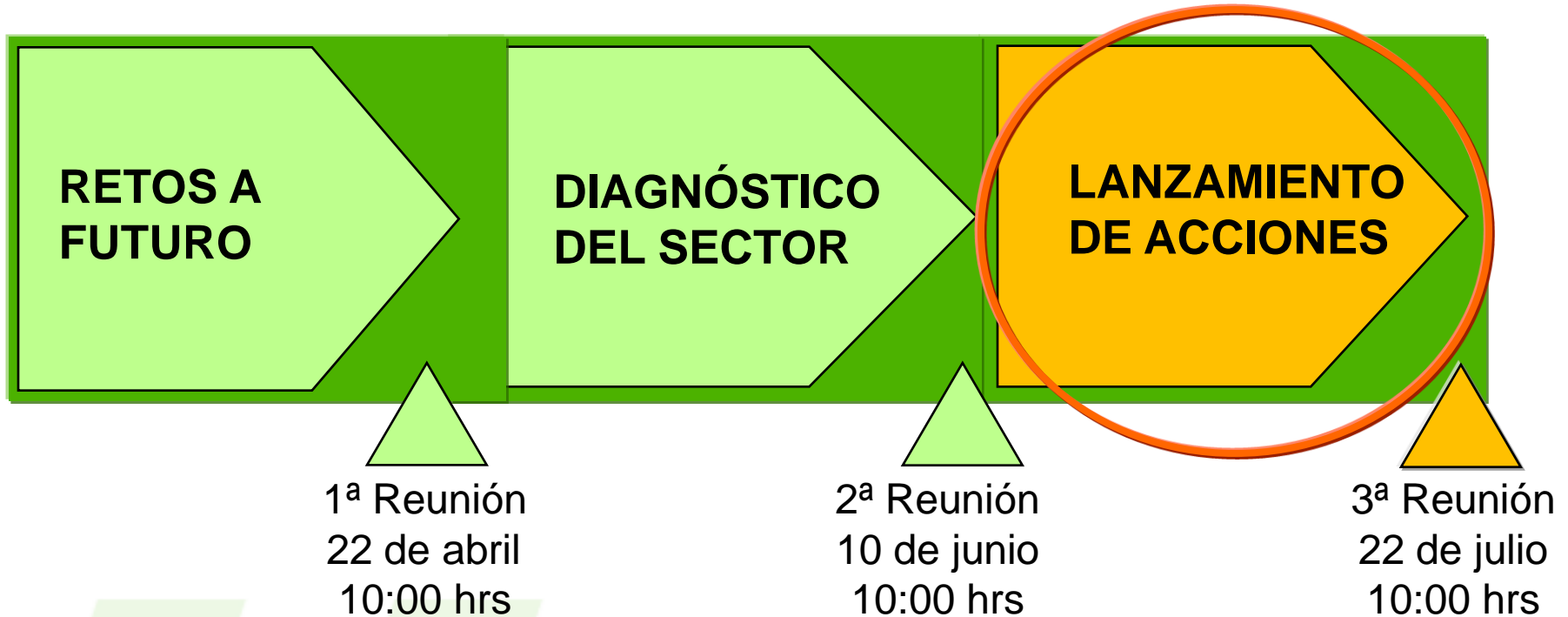
# Nuevos requerimientos en la cadena de valor



# Nuevos requerimientos en la cadena de valor



# Objetivos de la iniciativa y proceso



- 35 entrevistas
- 120 participantes a la reunión
- Descripción del cluster y de la industria

- Viaje de referencia
- Entrevistas con expertos
- Grupo de reflexión estratégica
- 145 participantes a la reunión

- 3 grupos de trabajo
- 7 líneas de acción
- 180 participantes a la reunión

# Líneas de Acción

## Grupo de Trabajo 1: infraestructura tecnológica

### PARTICIPANTES:

- José de Jesús Gonzalo García Pérez, *Cicerone*
- Verónica Marmolejo, Creadora de [www.guanajuatocapital.com](http://www.guanajuatocapital.com)
- Rodolfo Fernández Martínez Harris, *Fundación de Arte Enrique Fernández Martínez Harris*
- Lourdes Sáenz, *Festival Internacional de Cine Expresión en Corto*
- Francisco Martín Pérez Orozco, *Grupo Evolución en Turismo y Tecnología*
- Fabio Dávila Ojeda, *Centro de Investigación en Matemáticas, A.C. (CIMAT)*
- Jesús Cervantes, *Centro de Investigación en Matemáticas, A.C. (CIMAT)*
- Octavio Jiménez, *Global Event*
- Claudia Avalos Betancourt, *Secretaría de Desarrollo Turístico (SEDETUR)*
- Ilse De la Peña, *SEDETUR*
- Gilberto Arreola, *Phoko Production*

# Líneas de Acción

## Plataforma turística de compra en línea para Guanajuato

### ■ Objetivo:

Facilitar el proceso de decisión de compra a los turistas a través de un único portal que integre de forma dinámica y actualizada todos los servicios turísticos y la oferta cultural presentes en el estado de Guanajuato.

1. Refuerzo de [www.vamosaguanajuato.com](http://www.vamosaguanajuato.com)
2. Aprovechamiento del conocimiento de los usuarios generado por este portal

# Líneas de Acción

## Programa de promoción de la cultura tecnológica

- **Objetivo:**

**Ayudar a los actores turísticos y culturales a reforzar su comunicación electrónica con el cliente (email, sitio web) a través de opciones de capacitación existentes en el Estado.**

**Generar un cambio de mentalidad ante la tecnología**

# Líneas de Acción

## Red Turística Guanajuato

- **Objetivo:**

**Sacar provecho de la oferta existente en el Estado, construyendo una comunidad donde los proveedores turísticos y culturales se conozcan y articulen mejor sus servicios.**

**Espacio virtual en el cual los actores estructuran la oferta turística de la entidad... un *facebook* exclusivo del sector**

# Líneas de Acción

## Grupo de Trabajo 2: desarrollo de la oferta complementaria

### PARTICIPANTES

- Pilar Villa Sierra, *Hotel Antiguo Vapor*
- José A. Laborde, *El Kiosco Verde*
- Juan Manuel Rendón, *Grupo Turístico Minero*
- José de Jesús Rosas, *Dulcería La Catrina*
- Luis Emmanuel Fernández Aguilar, *Zooper Bike*
- Guillermo García Martínez, *Secretaría de Desarrollo Turístico (SEDETUR)*
- Bricio Domínguez, *El Jardín de los Milagros*
- Rodolfo Mujica, *Politécnico de Guanajuato*
- Alberto Hernández, *Hacienda Jesús María*
- Eduardo Jiménez, *Sistema Estatal de Financiamiento para el Desarrollo (SEFIDE)*
- Gastón Peña, *Sistema Estatal de Financiamiento para el Desarrollo (SEFIDE)*
- Adriana Martínez, *Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Guanajuato (CONCYTEG)*

# Líneas de Acción

## Programa de incentivos para oferta complementaria: Premio Ixmati

- **Objetivo:**

**Establecer un programa de apoyo y reconocimiento para impulsar proyectos que contribuyan al desarrollo de nuevos servicios que fortalezcan la oferta del sector turístico cultural.**

**Crear incentivos que impulsen la oferta turística**

# Líneas de Acción

## Piloto gastronomía

- **Objetivo:**

**Posicionar a Guanajuato como destino gastronómico reconocido por su calidad, servicio de excelencia autenticidad y originalidad**

**Referencia del buen comer y calidad en el servicio...**

# Líneas de Acción

## Grupo de Trabajo 3: Coherencia urbana

### PARTICIPANTES

- Bertha Leticia Hernández Araujo, *Guanajuato Patrimonio de la Humanidad, A.C.*
- Florentina Lona Vargas, *Guanajuato Patrimonio de la Humanidad, A.C.*
- Héctor Ulloa Aguilar, *Instituto Allende*
- Gerardo Jiménez Belmonte, *Instituto de Planeación del Estado de Guanajuato (IPLANEG)*
- Ángel Soto Martínez, *Instituto de Planeación del Estado de Guanajuato (IPLANEG)*
- Ángel Mendoza Garduño, *Secretaría de Desarrollo Turístico (SEDETUR)*
- Ramón González Flores, *Desarrollo Urbano del Municipio de Guanajuato*
- Renand Lona Lara, *Planeación Urbana y Ecología del Municipio de Guanajuato*

# Líneas de Acción

## Modelo Educación Patrimonio

### Objetivo:

- Generar en la sociedad del Estado de Guanajuato un mayor grado de sensibilización al patrimonio cultural, que fomente involucramiento en su conservación.

En todas las entidades del Estado, acciones sociales que generen pertenencia en los depositarios de este patrimonio

# Líneas de Acción

## Comisión para la coherencia urbana

### Objetivo:

- Generar mecanismos que permitan mayor coordinación institucional en el desarrollo urbano y turístico, velando por la coherencia de todas las intervenciones gubernamentales y ciudadanas.

Gran visión que integre y priorice los proyectos de desarrollo urbano en las ciudades culturales del Estado

# Líneas de Acción

**Acción 1: Plataforma turística de compra en línea para Guanajuato**

**Acción 2: Programa de promoción de la cultura tecnológica**

**Acción 3: Red Turística Guanajuato**

**Acción 4: Programa de incentivos para la oferta complementaria**

**Acción 5: Piloto gastronomía**

**Acción 6: Modelo Educación Patrimonio**

**Acción 7: Comisión para la coherencia urbana**

# Objetivos de la iniciativa y proceso

## Calendario de la iniciativa



**Coordinación del seguimiento:  
SEDETUR , Gloria Cano  
IPLANEG, Gerardo Jiménez**

# www.iniciativaixmati.com



## Iniciativa Ixmati

**INFORMACIÓN SOBRE LA INICIATIVA**

- Sobre la iniciativa
- Objetivo
- Calendario
- Contáctenos

---

**ADMINISTRADOR**

- Contraseña

Bienvenido al sitio de la Iniciativa Ixmati para el Refuerzo de la Competitividad del Turismo Cultural en Guanajuato

La Iniciativa Ixmati es un esfuerzo por promover la competitividad de las empresas del Turismo Cultural en el Estado de Guanajuato, es promovida por el Instituto de Planeación del Estado de Guanajuato (IPLANEG) y la Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato (SEDETUR) y su desarrollo está a cargo de la empresa consultora Competitiveness.

Este espacio virtual fue creado para promover el intercambio entre los diferentes actores del sector (empresas e instituciones). Aquí se podrán encontrar los documentos y presentaciones creados a lo largo de la Iniciativa Ixmati, así como otras informaciones de utilidad para el desarrollo del sector.

Comentarios y dudas: [ufernandez@competitiveness.com](mailto:ufernandez@competitiveness.com)

# Iniciativa Ixmati

## Principales logros de la Iniciativa Ixmati hasta hoy:

- **Creación de herramientas que refuerzan una visión estratégica de largo plazo para todos los actores del cluster**
- **Canal de comunicación sostenido entre los dos pilares del turismo cultural (cultura y turismo)**
- **Intervención más atinada y precisa de parte de los actores públicos**

**Muchas gracias!**

**Saskia Bonnefoi**

**[saskia.bonnefoi@competitiveness.com](mailto:saskia.bonnefoi@competitiveness.com)**

**[www.competitiveness.com](http://www.competitiveness.com)**