

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

*Iniciativa Ixmatti 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

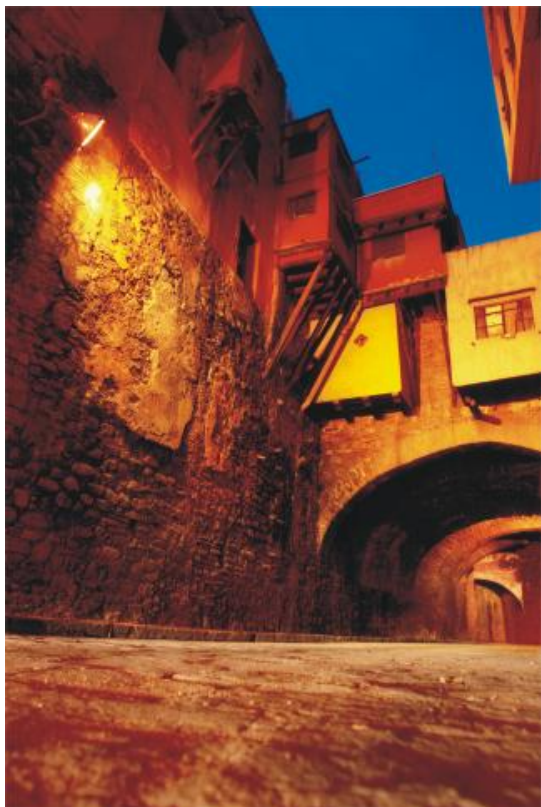
Ciudades emblemáticas para el turismo cultural



- 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

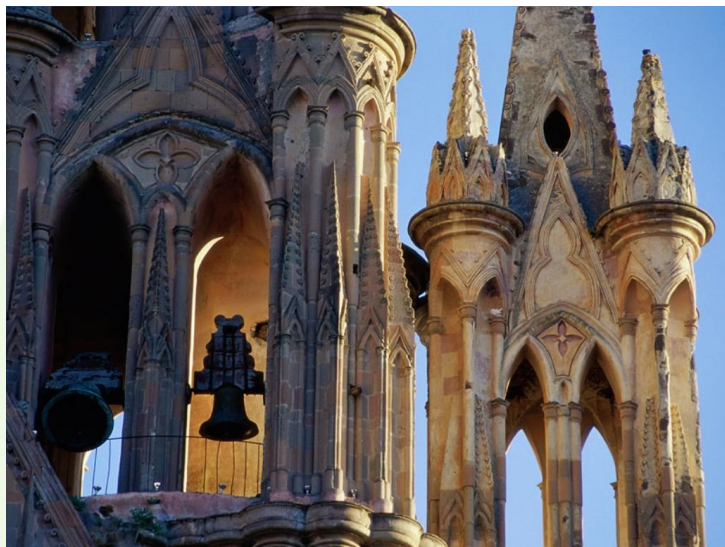


- Patrimonio Cultural de la Humanidad (1988)
- Fundada en 1546
- Rica ciudad minera singular por la difícil topografía sobre la que se estableció
- Edificios históricos que recorren la historia de México, desde el Virreinato, los primeros gobiernos independientes (Universidad de Guanajuato) y pasando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

Datos generales del Estado de Guanajuato

San Miguel de Allende

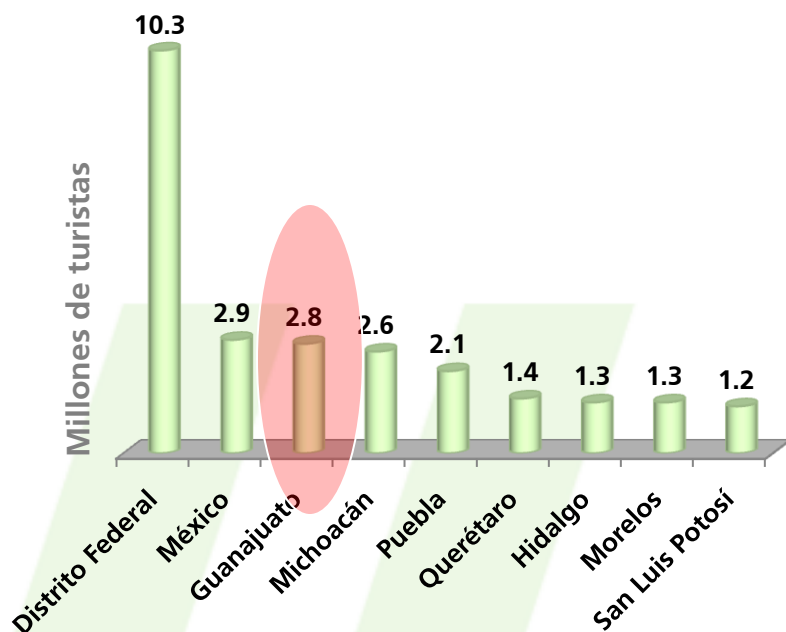
- Patrimonio Cultural de la Humanidad (2008)
- Fundada en 1542, como punto de paso de la antigua ruta de la plata que conectaba a las minas de Guanajuato con Zacatecas.
- Intensa vida cultural
- Una singular parroquia neogótica y calles empedradas



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



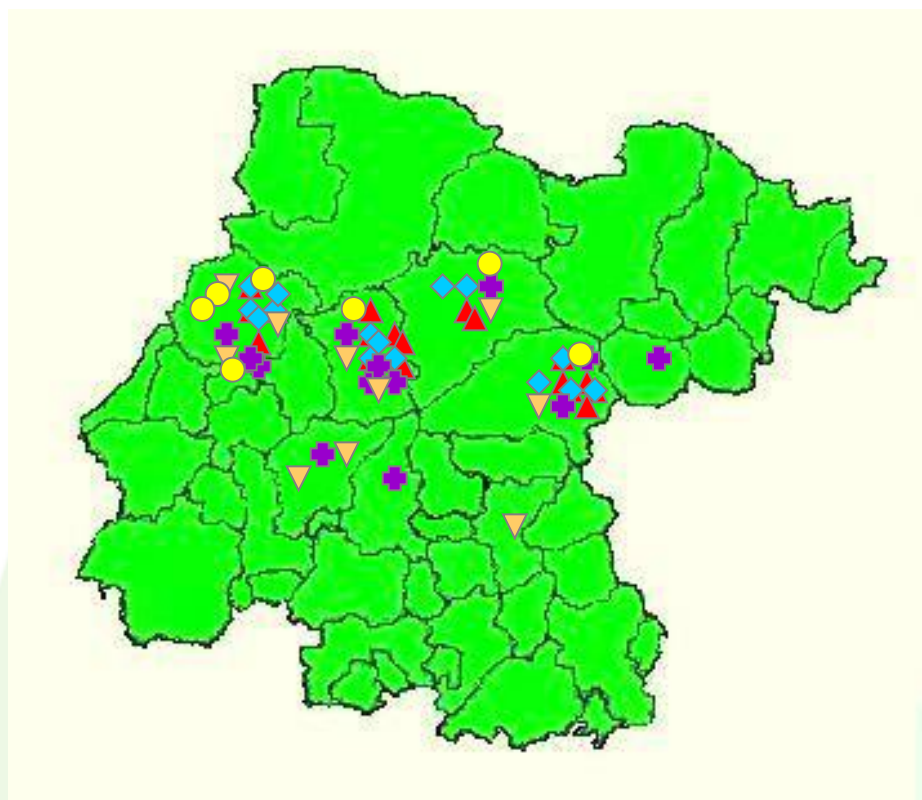
Fuente: SECTUR- SEDETUR Guanajuato

México	
Visitantes a Museos y Monumentos Históricos Por estado	
Concepto	2007
Distrito Federal	4,361,367
México	426,806
Morelos	399,798
Guanajuato	384,128
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

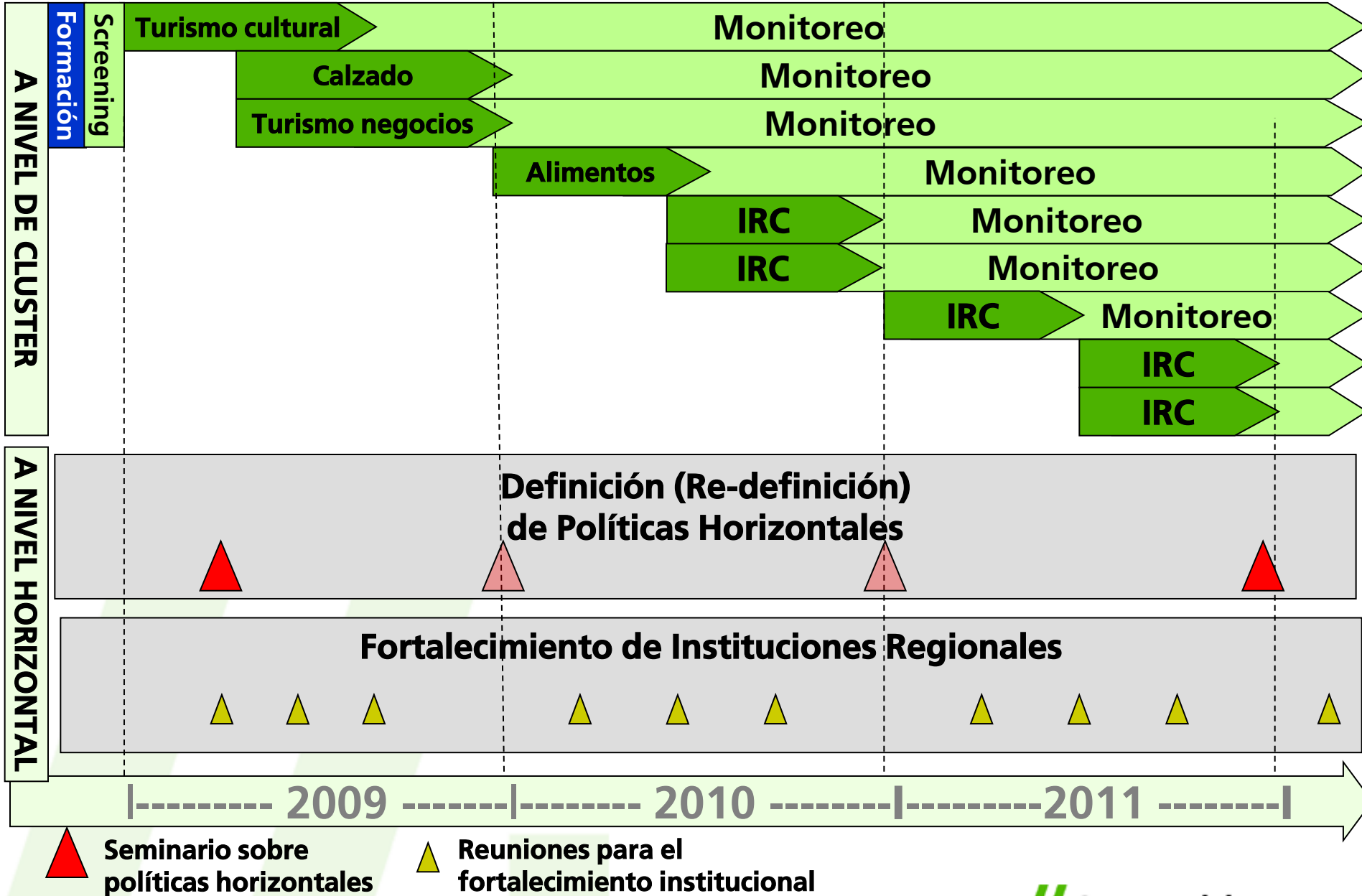
Iniciativa Ixmati de Turismo Cultural

**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



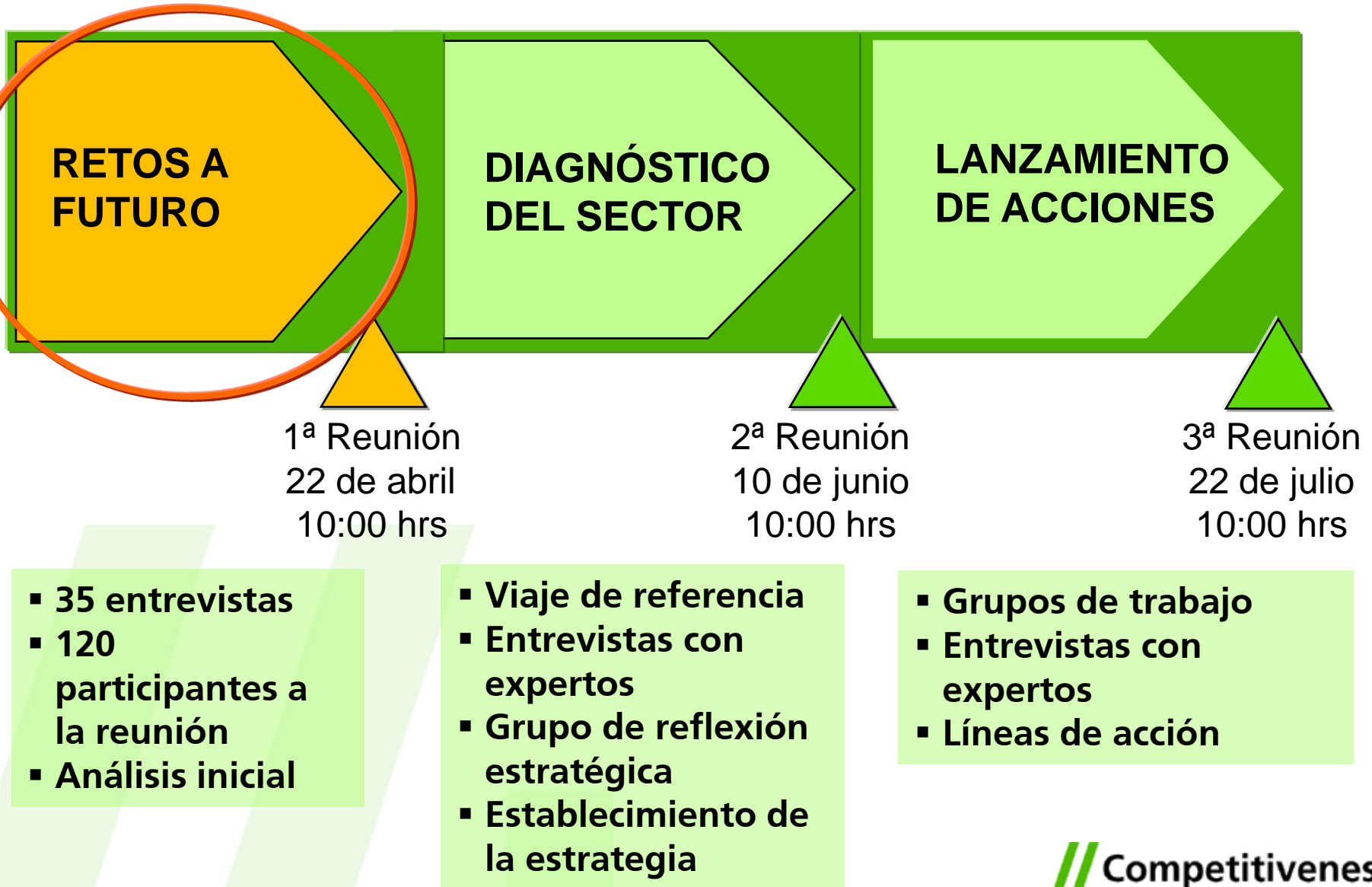
Objetivos de la iniciativa y proceso

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?

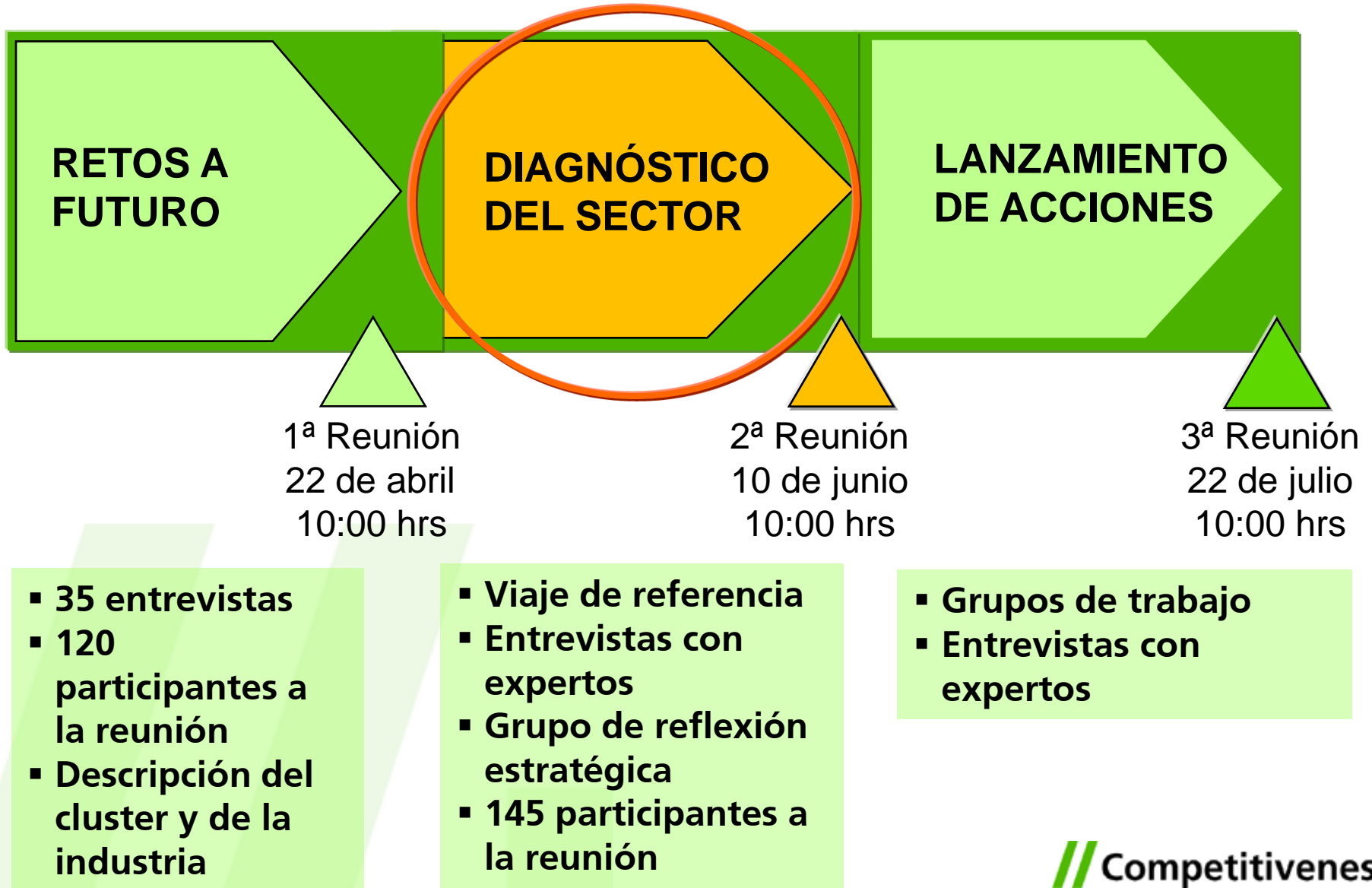
¿Cómo pueden innovar las empresas guanajuatenses para ofrecer una mayor diversidad de productos?

Los retos del futuro

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

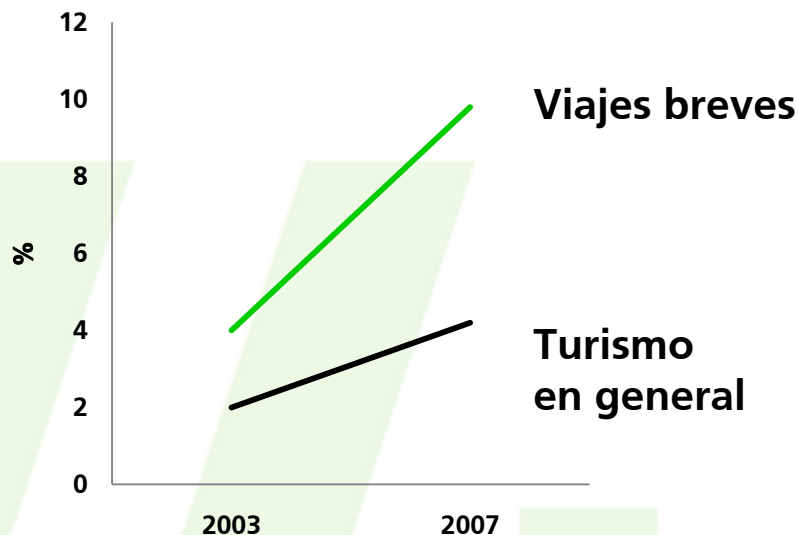
¿Qué herramientas requiere el turista cultural previo a su llegada?

Objetivos de la iniciativa y proceso



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

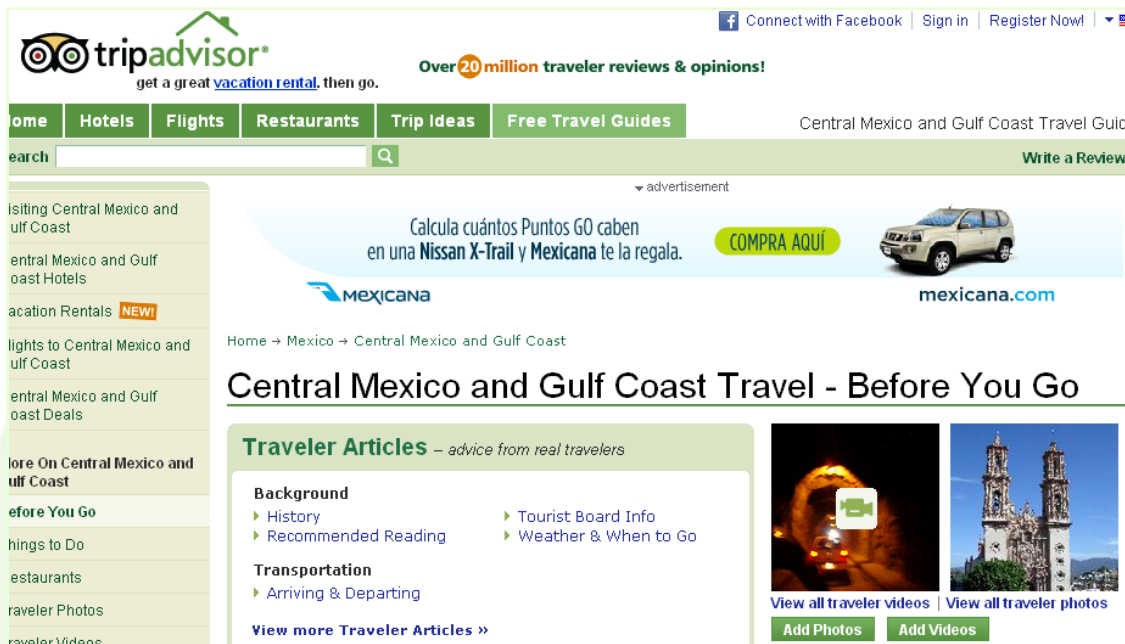
Y en México también SECTUR confirma la tendencia:

- **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. The articles section includes categories like 'Background', 'Transportation', and 'Tourist Board Info'. There are also links for 'View all traveler videos' and 'View all traveler photos'.

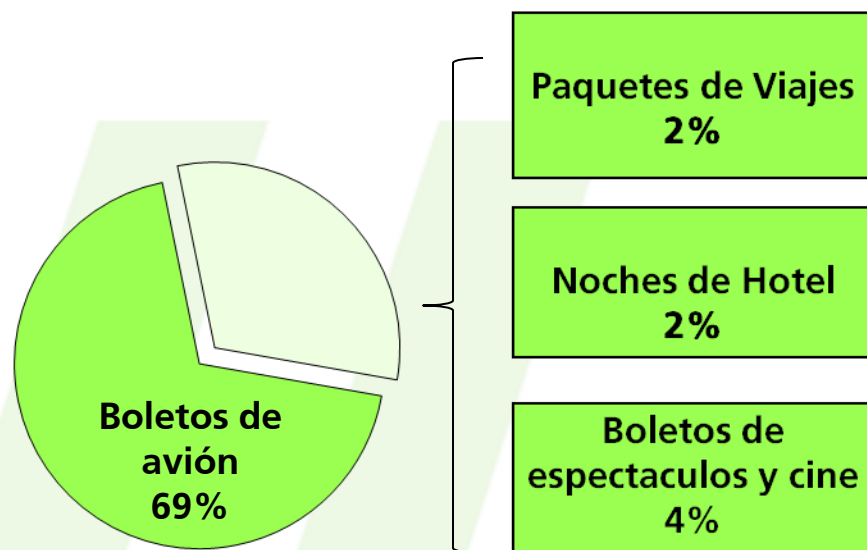


Las herramientas tecnológicas son inseparables del proceso de decisión de compra de los turistas.

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.

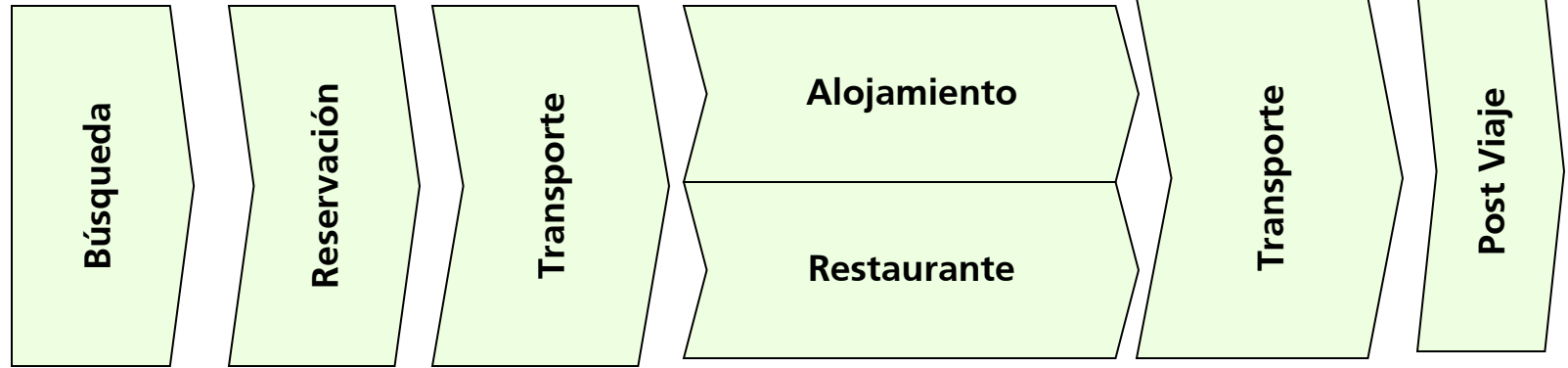
Productos más vendidos a través de Internet en México:



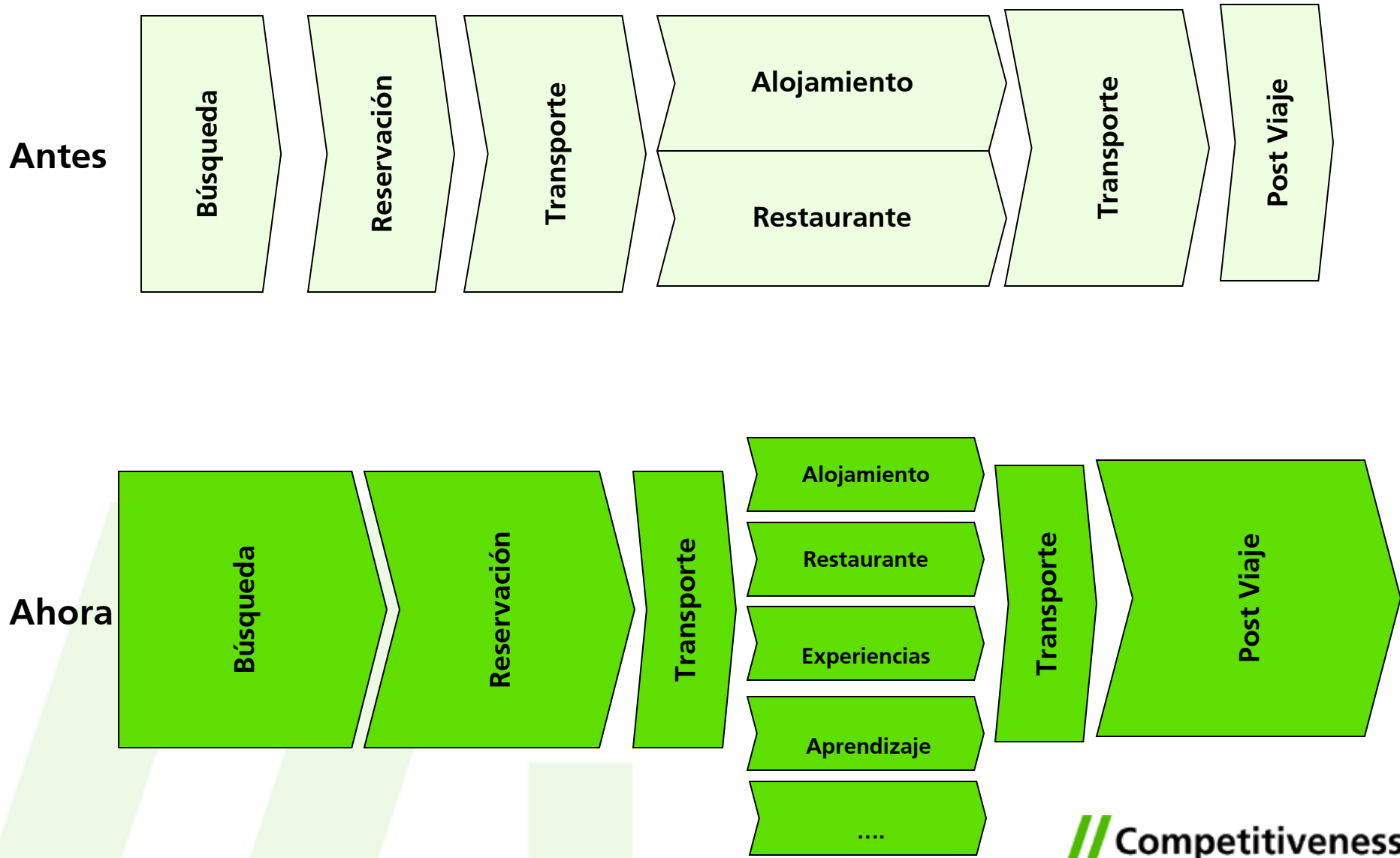
Los consumidores mexicanos confían cada vez más en las herramientas electrónicas para pagar servicios turísticos

Nuevos requerimientos en la cadena de valor

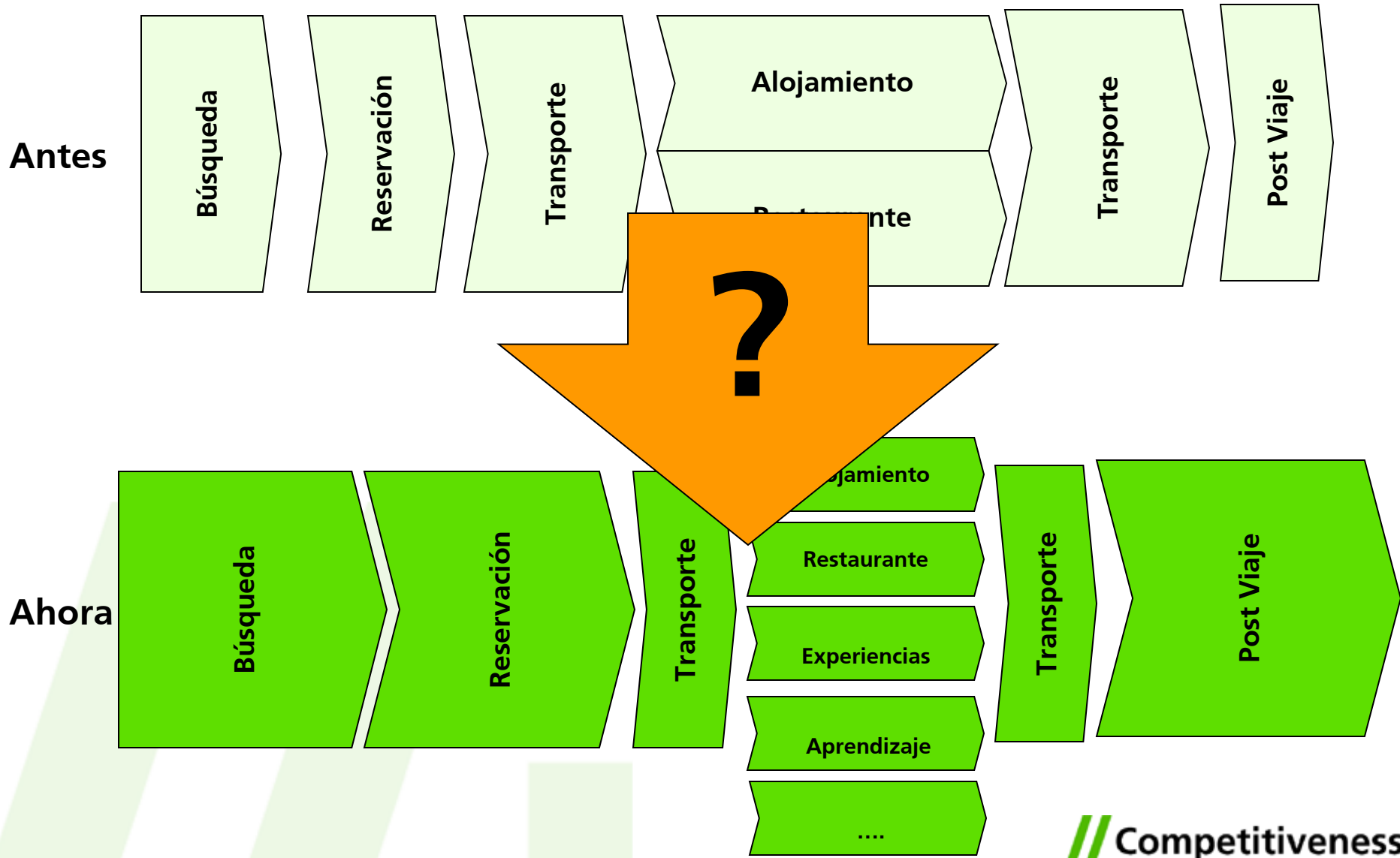
Antes



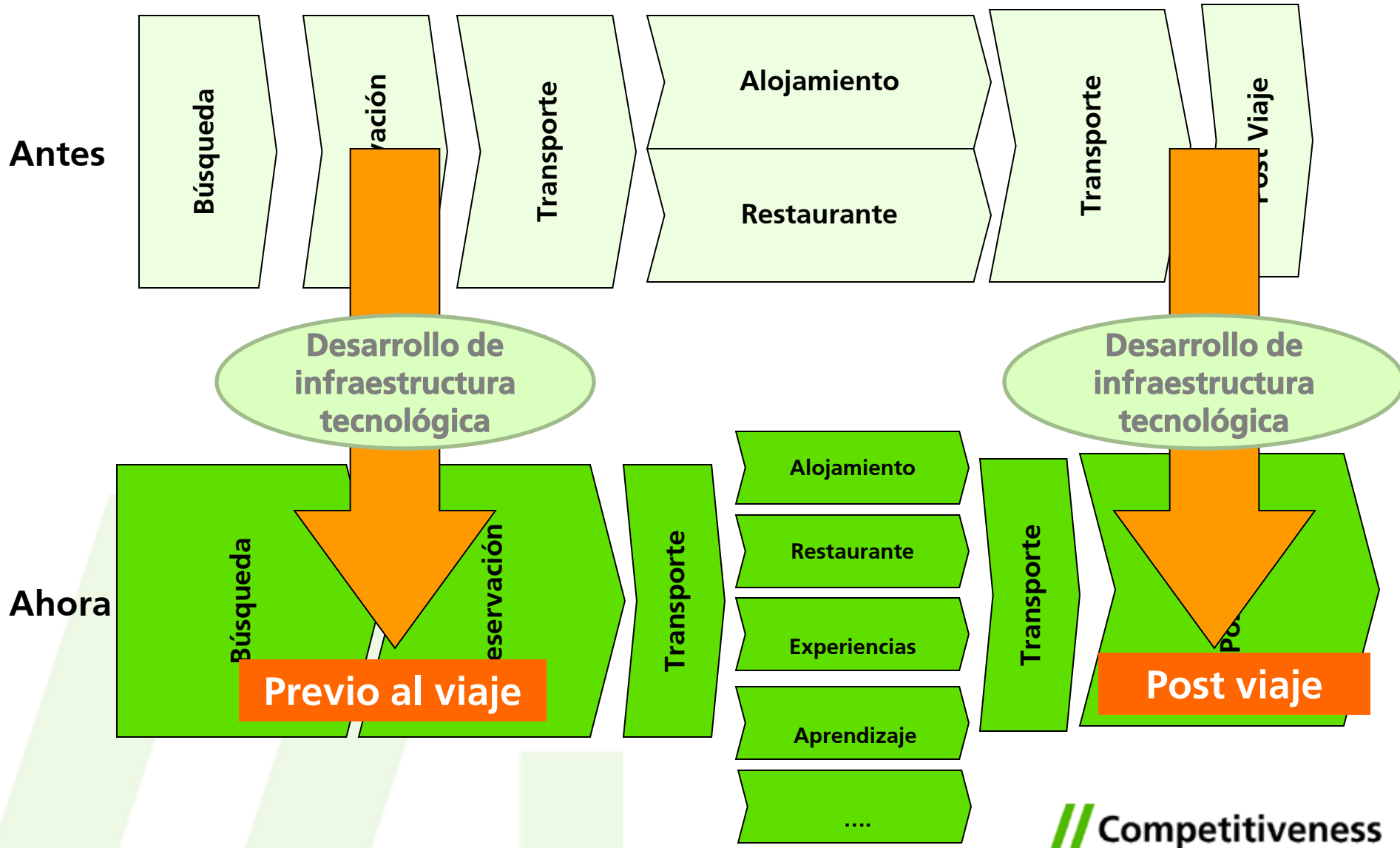
Nuevos requerimientos en la cadena de valor



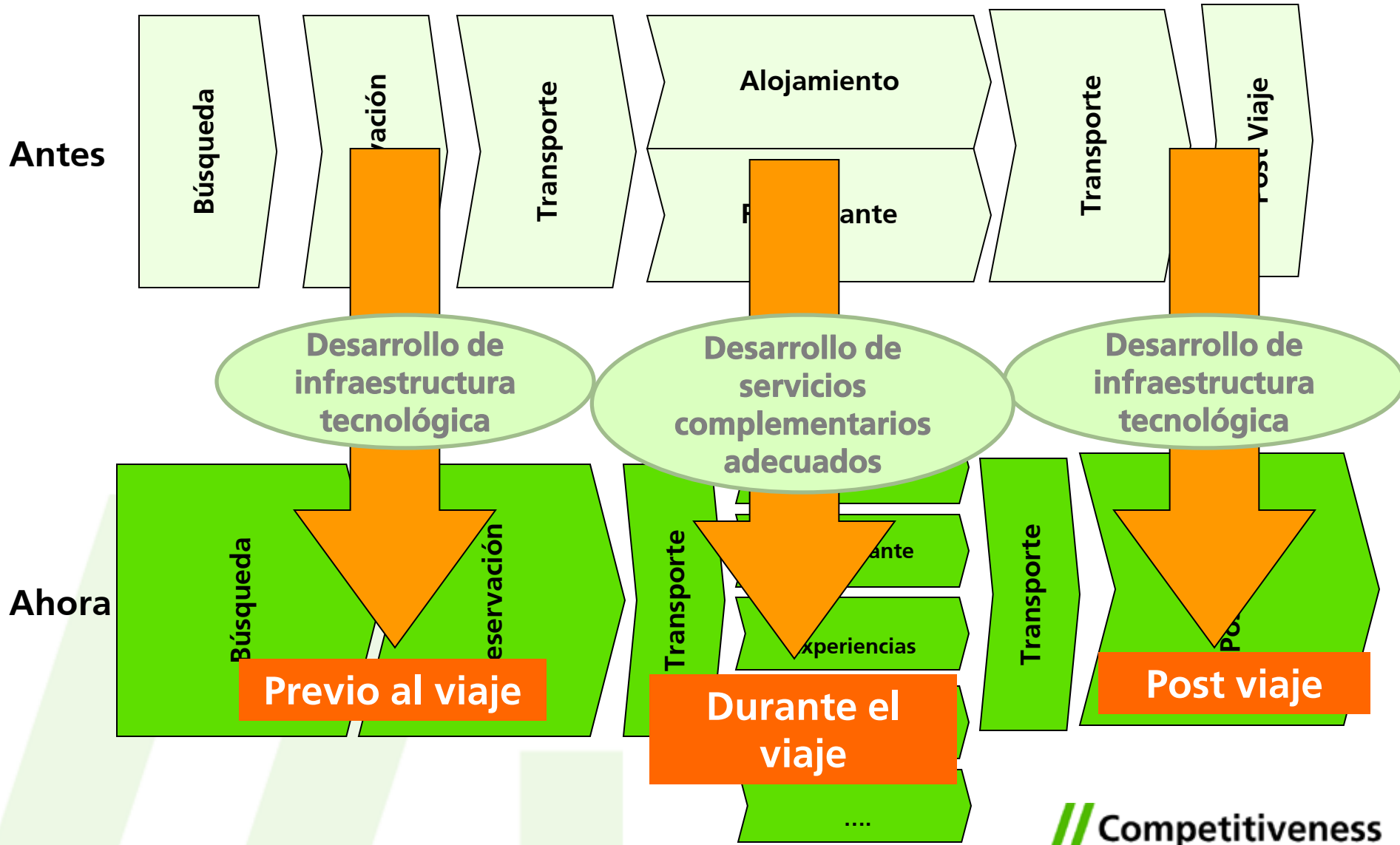
Nuevos requerimientos en la cadena de valor



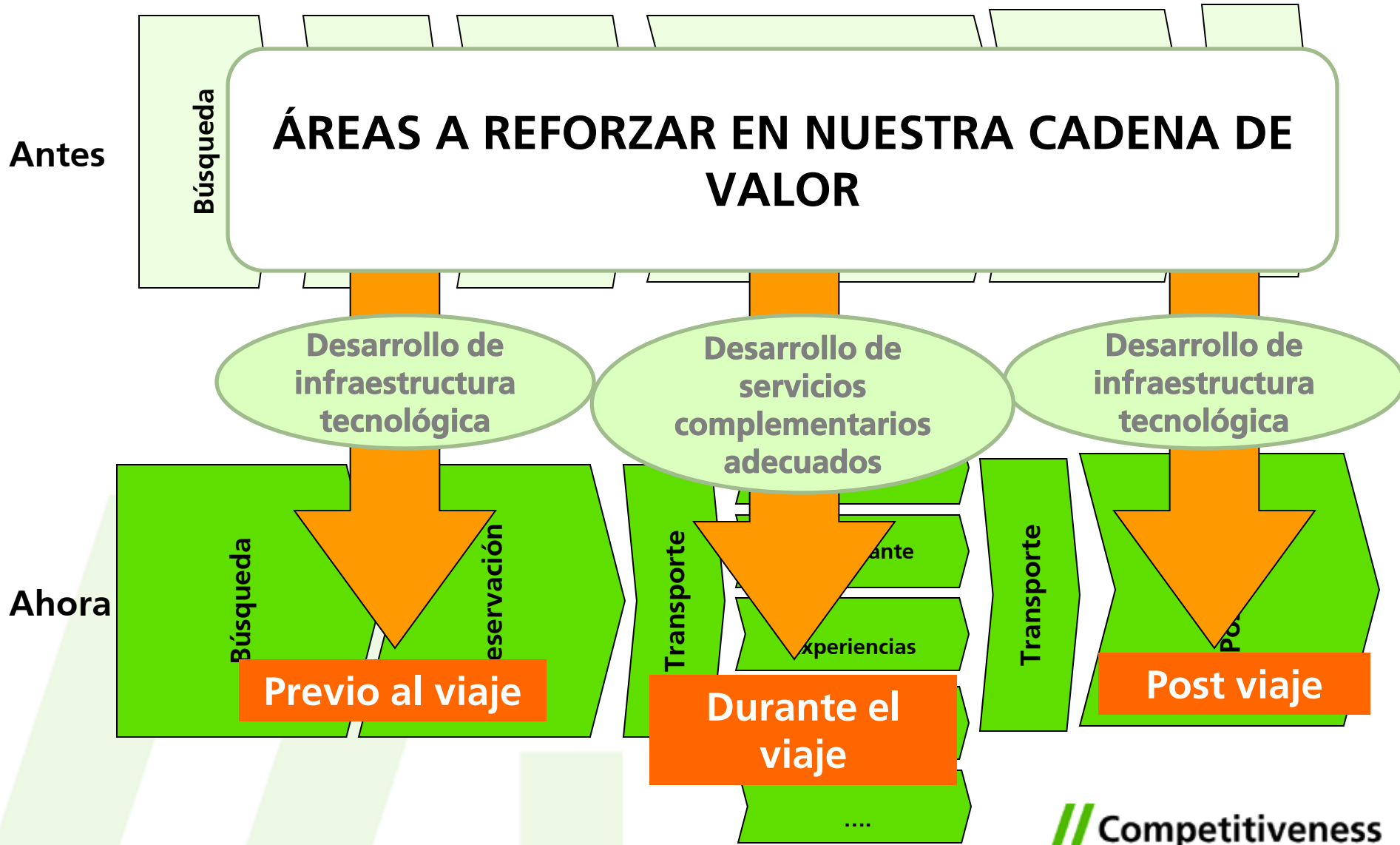
Nuevos requerimientos en la cadena de valor



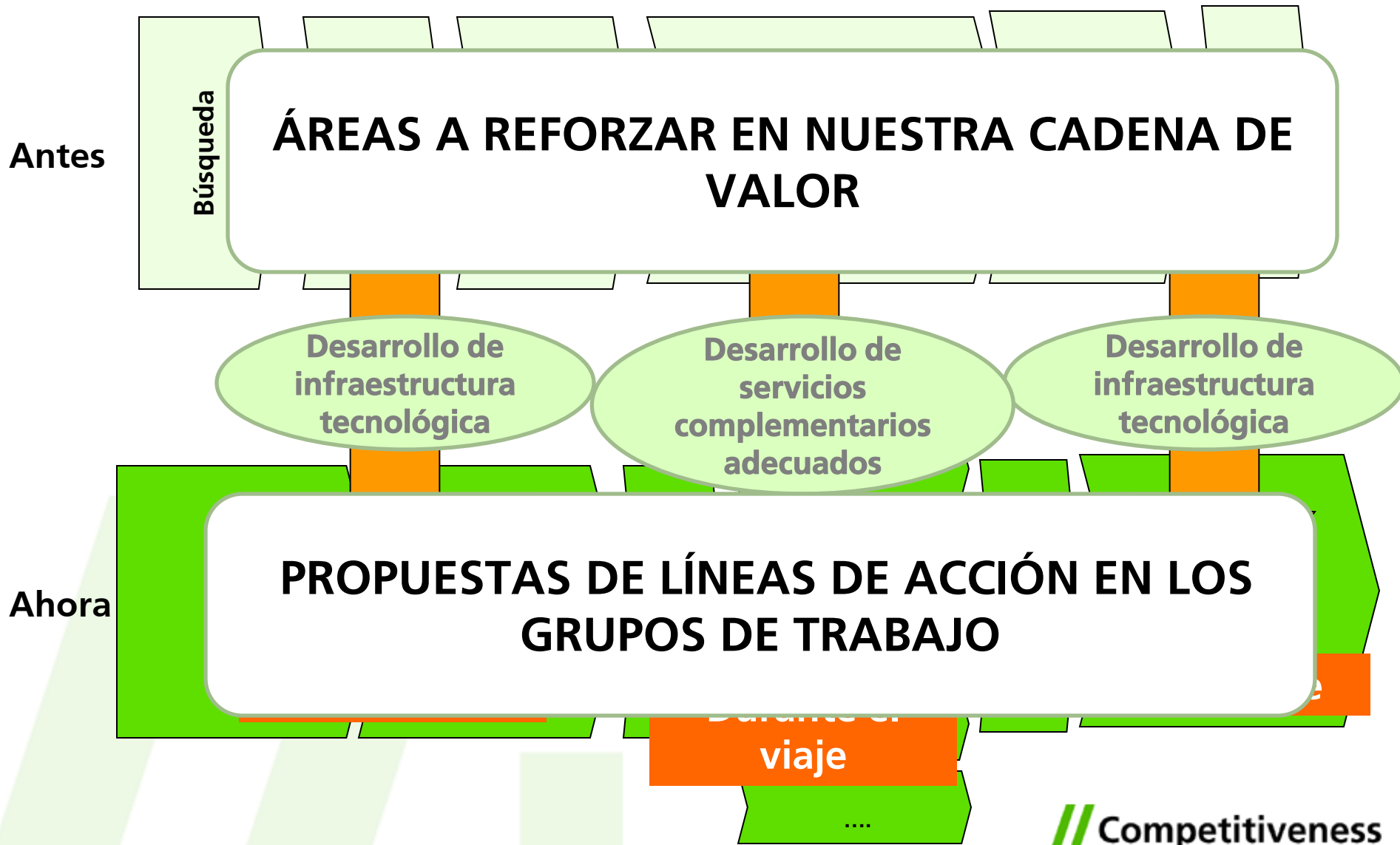
Nuevos requerimientos en la cadena de valor



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
- 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
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

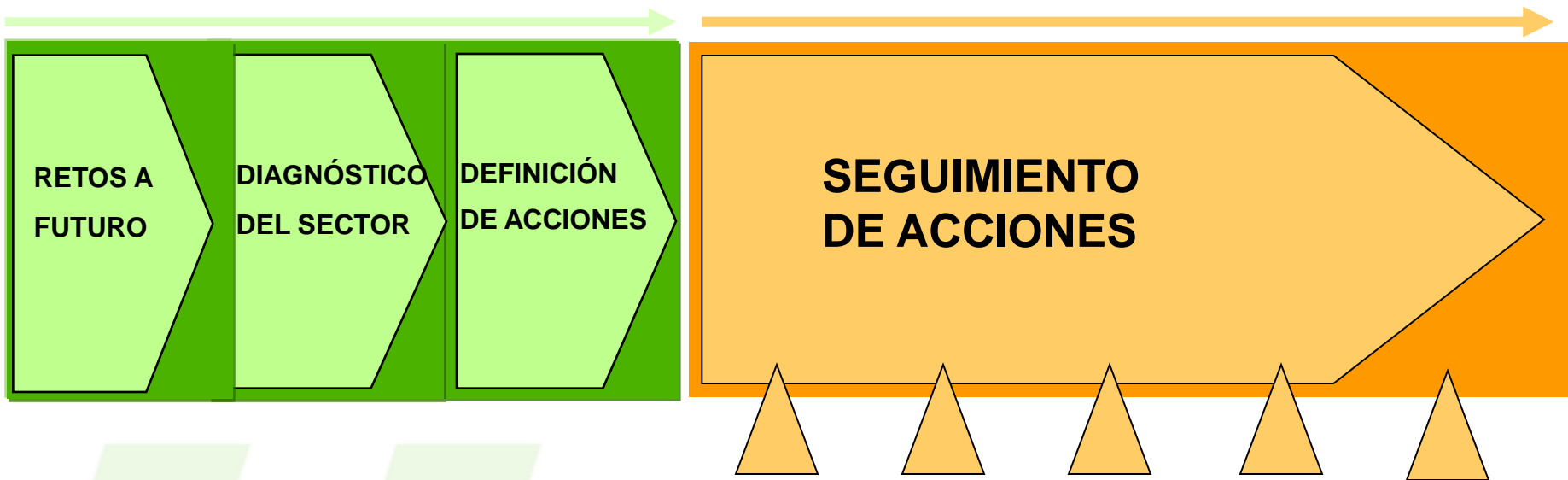
Acción 5: Piloto gastronomía

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

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

www.competitiveness.com