Actividad Turística y Perfil del Visitante 2010

Guanajuato 2010

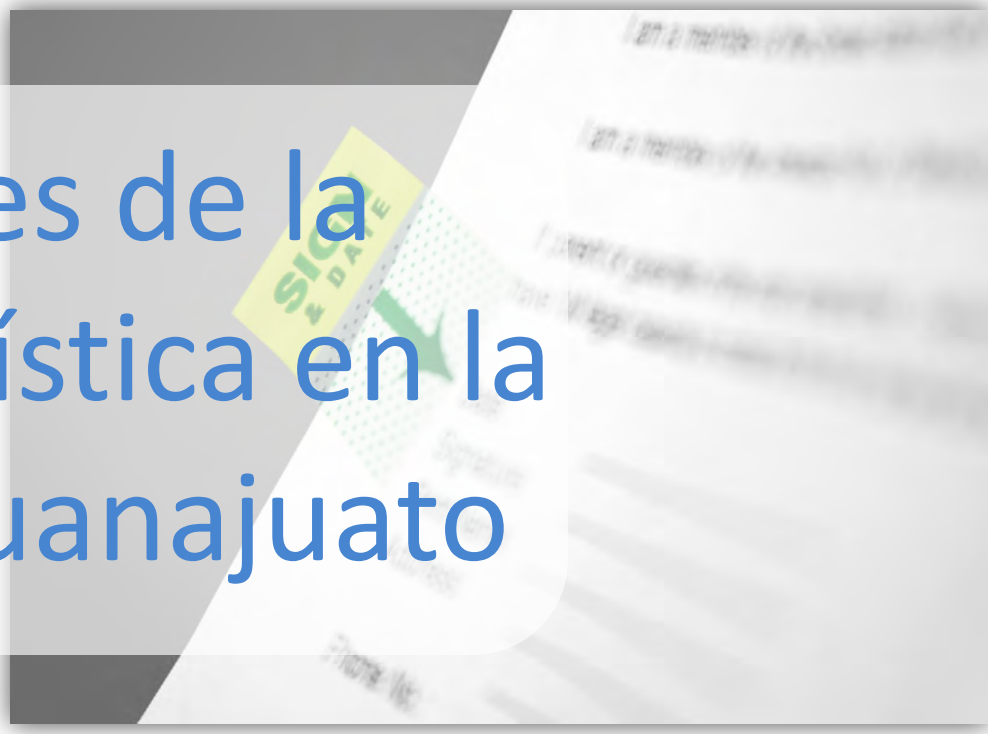
Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

CONTENIDO

- Indicadores de la Actividad Turística en Guanajuato
- Estudio del Perfil del Visitante a Guanajuato

- Vitrina Metodológica
    - Perfil General
    - Procedencia del Visitante
    - Planeación de Viaje
    - Motivo de Visita
    - Movilidad del Visitante
    - Gasto del Visitante
    - Experiencia de viaje e índices de satisfacción
    - Visitante Promedio

Indicadores de la Actividad Turística en la ciudad de Guanajuato

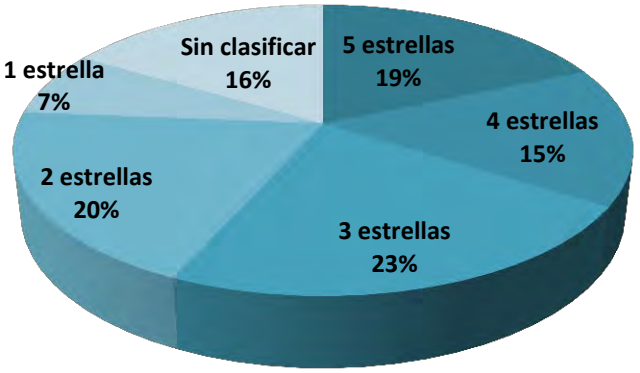


INVENTARIO DE SERVICIOS

Inventario de Servicios Turísticos	
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	97
Restaurantes	163
Agencias de Viaje	15
Arrendadoras	30
Campos de Golf	1
Capacitación Turística	4
Centros de Negocios y Convenciones	7
Guías de Turistas	140
Spas	3
Transportación	14

Fuente: Sedetur, marzo 2011

Establecimientos

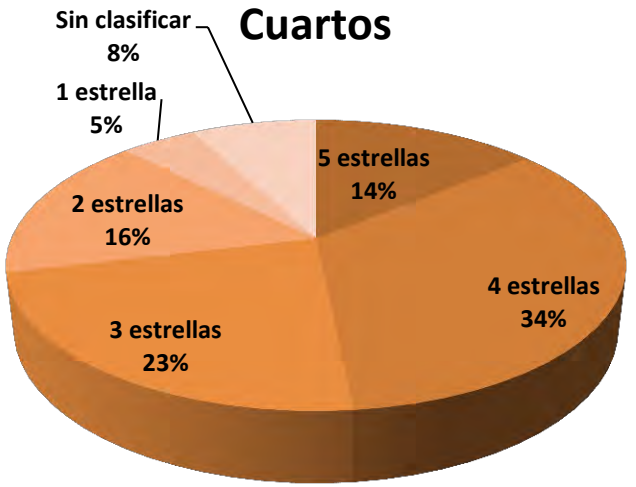


Fuente: Sedetur

Inventario de hospedaje		
Categoría	Establecimientos	Cuartos
5 estrellas	18	416
4 estrellas	15	1,014
3 estrellas	22	676
2 estrellas	19	479
1 estrella	7	139
Sin clasificar	16	231
Total	97	2,955
1 a 5 estrellas	**81**	**2,724**

Fuente: Sedetur, mayo 2011

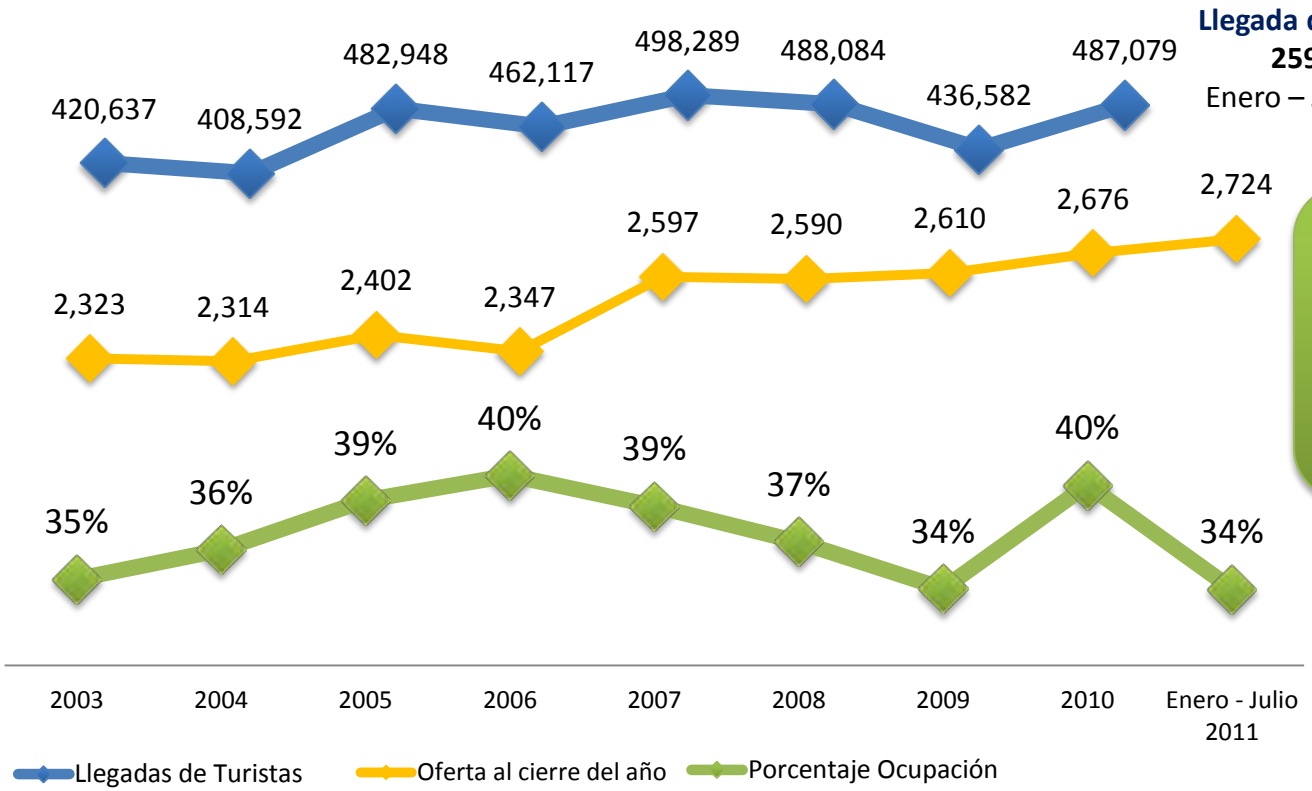
Cuartos



Fuente: Sedetur - Actualización mayo 2011

INDICADORES DE HOSPEDAJE
1 a 5 estrellas

Indicadores de la actividad turística
Guanajuato Capital



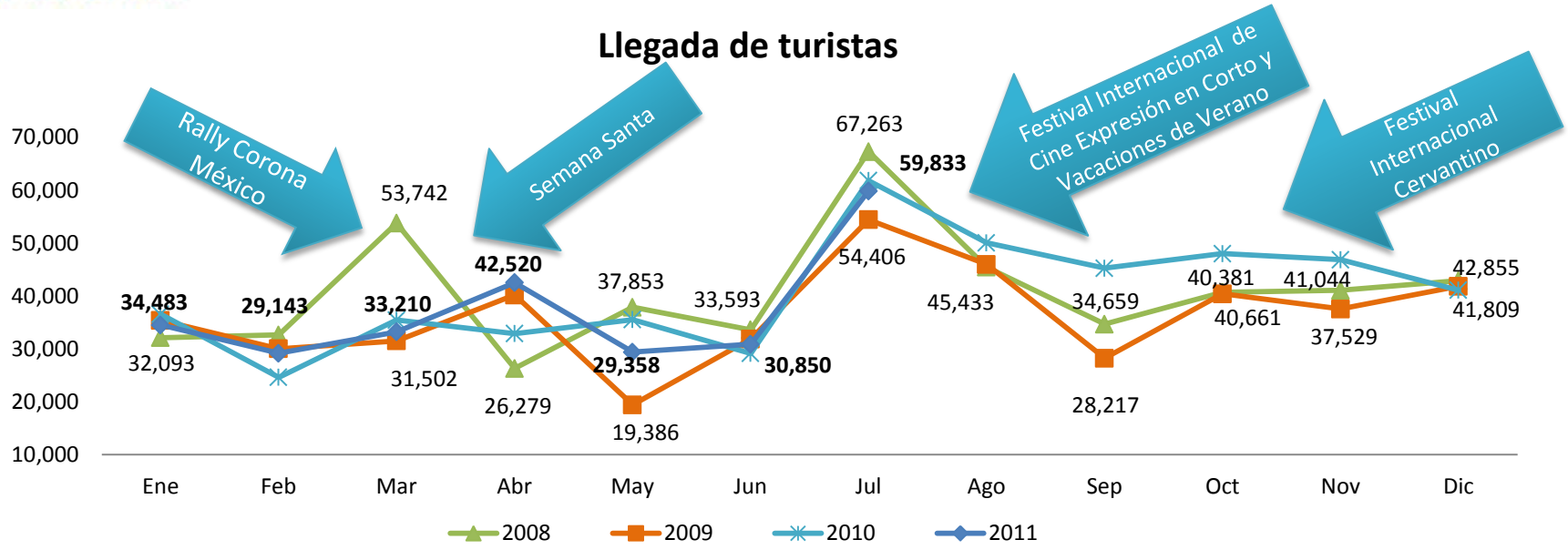
Llegada de Turistas
259,398
Enero – Julio 2011

Los indicadores de la actividad turística en 2010 mostraron una notable recuperación con respecto al año anterior

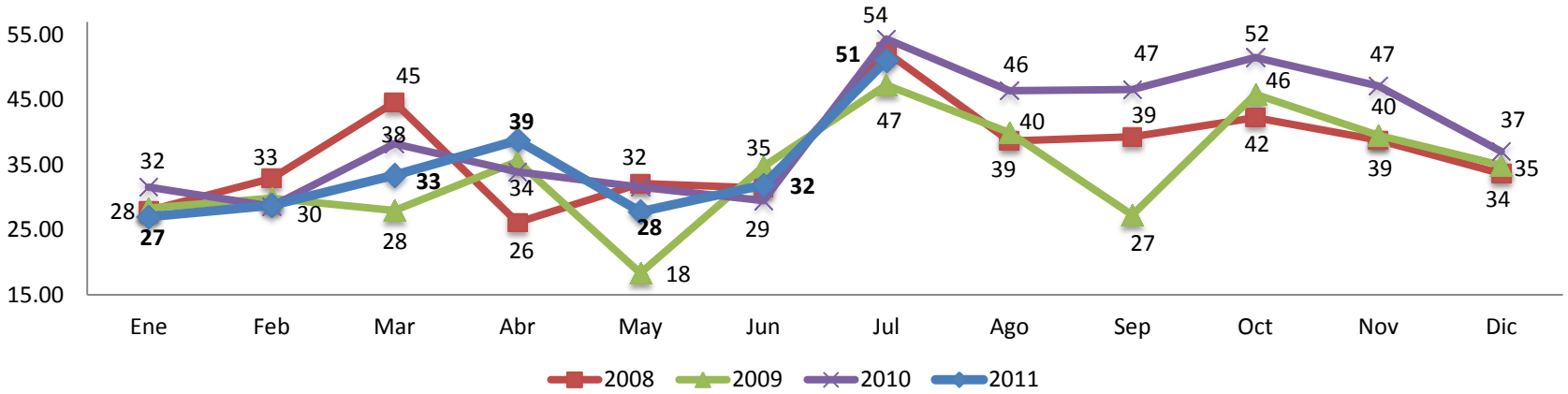
Fuente: Sectur,Datatur

TENDENCIAS DE LOS INDICADORES DE HOSPEDAJE

Llegada de turistas



Porcentaje de Ocupación

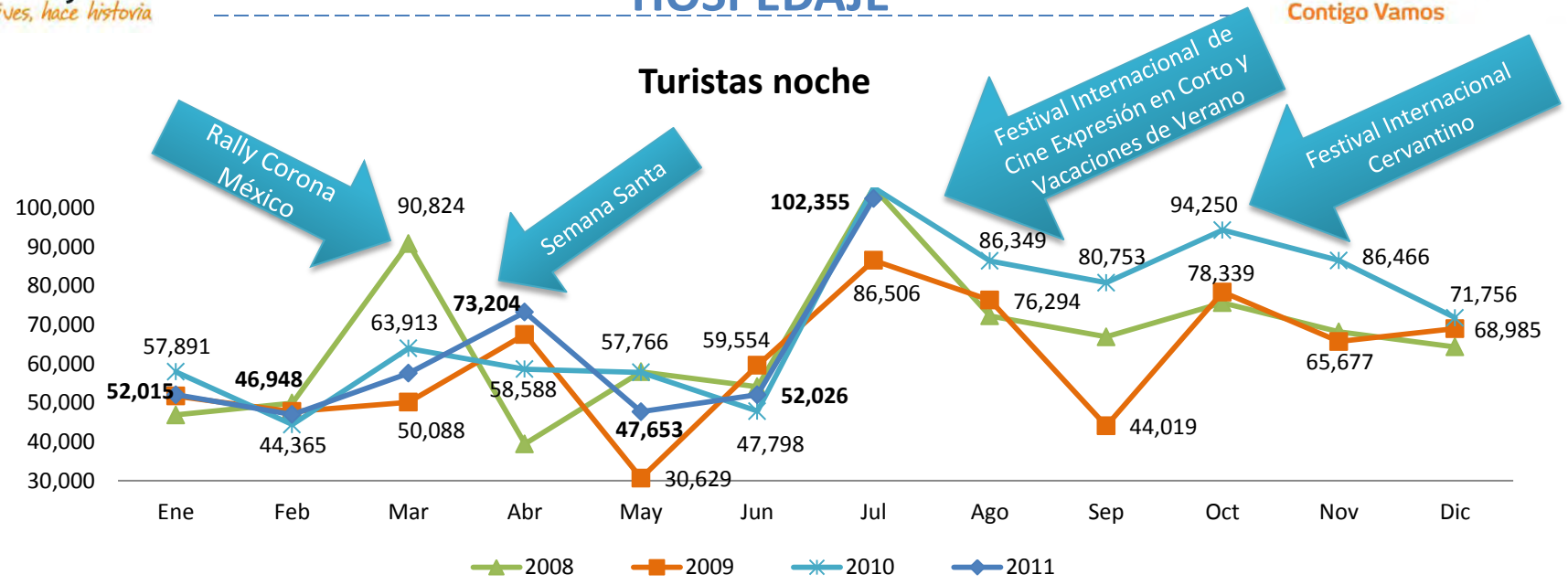


TENDENCIAS DE LOS INDICADORES DE HOSPEDAJE

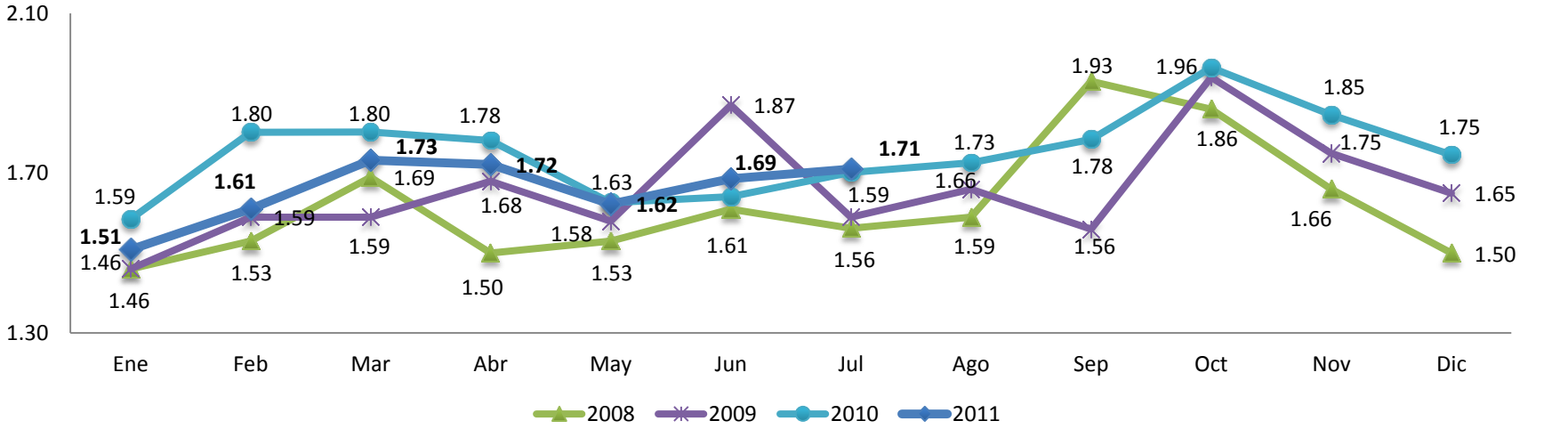
Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Turistas noche

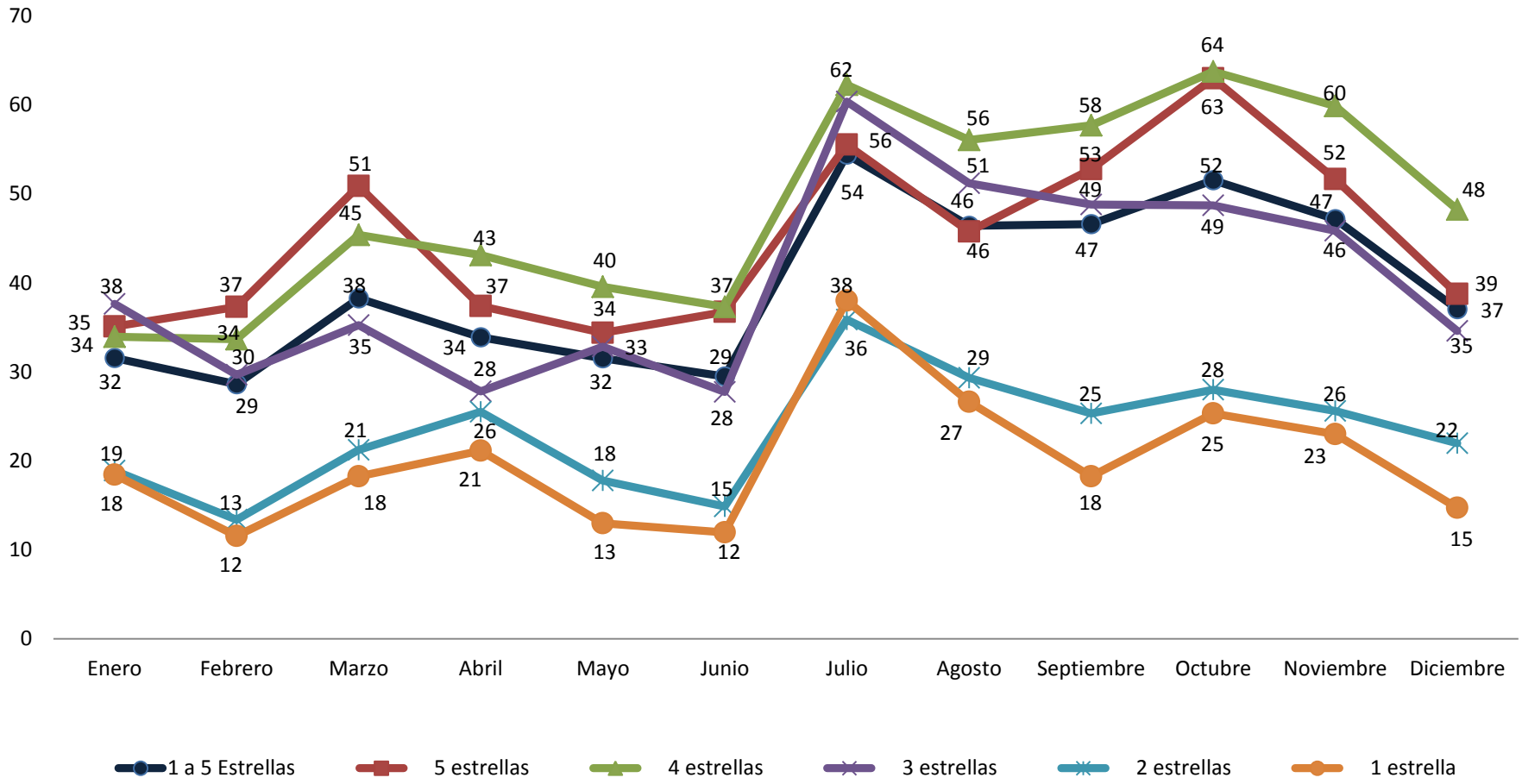


Estadía promedio



RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Porcentaje de ocupación por categoría
Guanajuato 2010

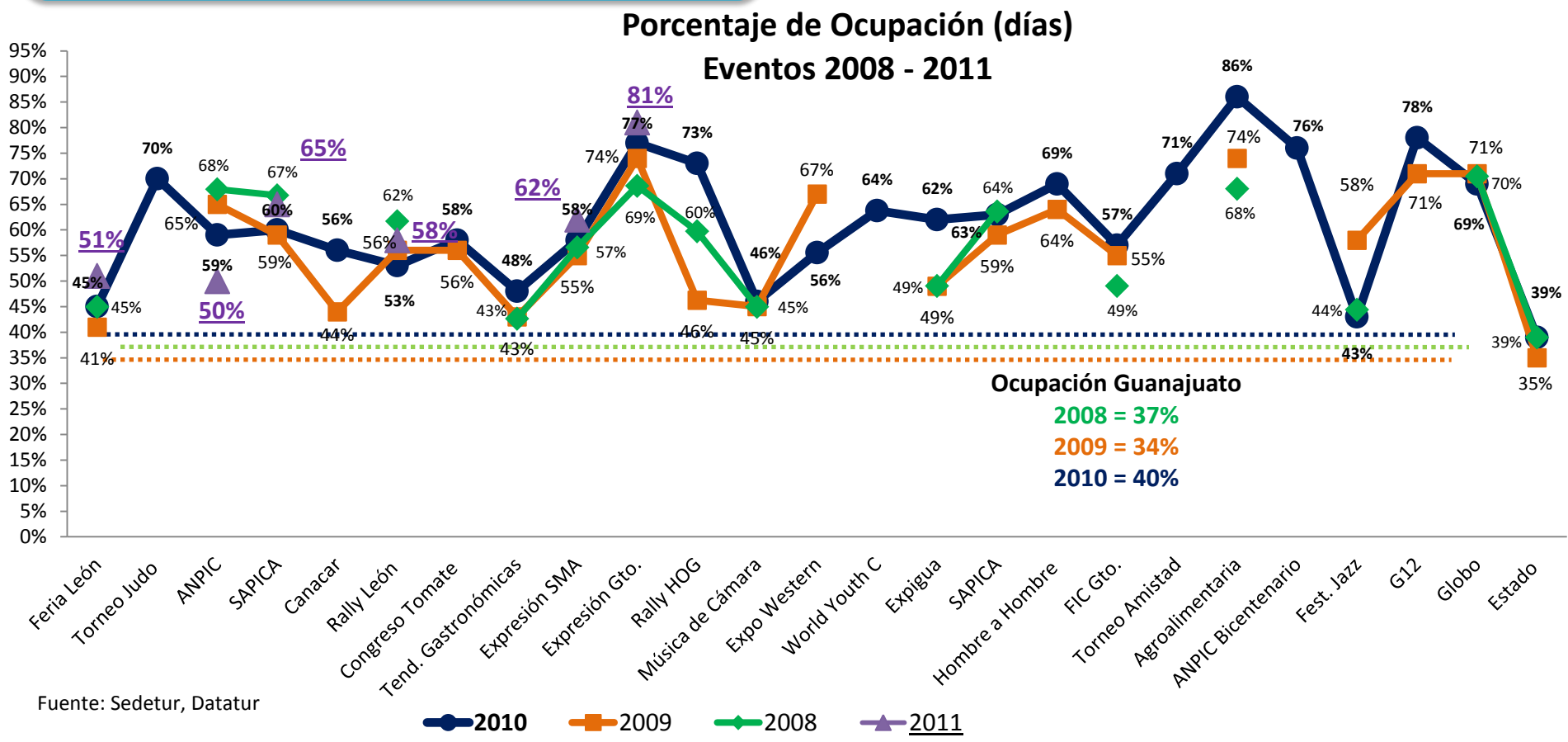


Fuente: Datatur

IMPACTO DE LOS EVENTOS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Los eventos especiales, festivales y congresos y convenciones benefician la actividad turística de cada destino

Ocupación Guanajuato Capital 2011
Rally = 41%
Festival Internacional de Cine Guanajuato = 81%



Fuente: Sedetur, Datatur

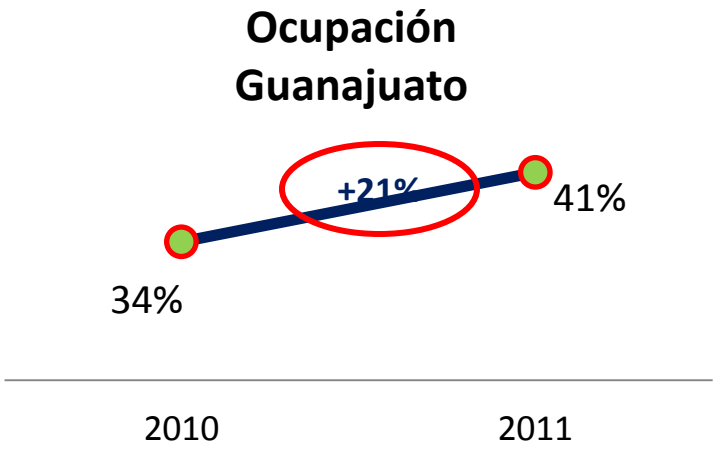
WRC RALLY 2011

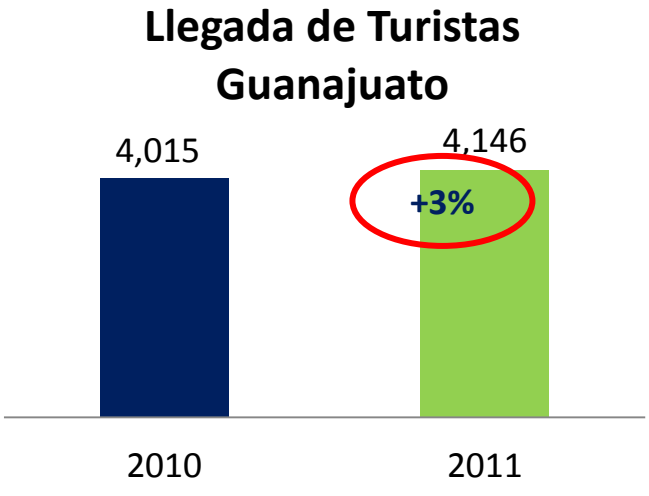
El WRC Rally se llevó a cabo del 3 al 6 de marzo de 2011 en Guanajuato, León y Silao.

- ✓ **El número de visitantes total se estima en 71 mil personas con una derrama económica de $155 millones de pesos. Estas cifras presentan incrementos de 23% y 19% respectivamente en comparación con la edición 2010.**
- ✓ **La ocupación promedio de las tres ciudades en conjunto fue de 58% con una llegada cercana a los 18 mil turistas.**

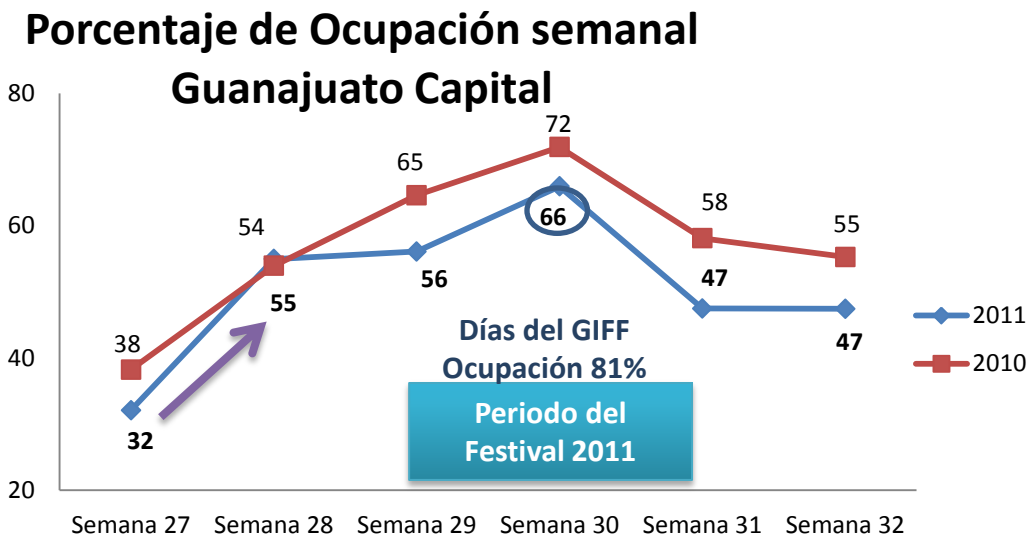
Impacto del Evento

- 93% de visitantes fueron motivados por el WRC Rally 2011
- 66 mil visitantes
- $145 millones de pesos en derrama económica estimada





Guanajuato International Festival Film 2011



Fuente: Sedetur, Datatur

En la semana en la que se llevó a cabo el Festival en 2011 la ocupación hotelera fue de 66% y tuvo una contribución marginal de más de 10 puntos porcentuales con respecto a semanas anteriores.

- El Festival Internacional de Cine Guanajuato (antes Expresión en Corto) se llevó a cabo del 27 al 31 de julio en Guanajuato Capital.
- La ocupación promedio durante los días del evento fue de 81%.

Durante el período del Festival en San Miguel de Allende y Guanajuato	
Turistas	47,349
Excursionistas	11,460
Visitantes	58,809
Derrama Económica	$151,297,031

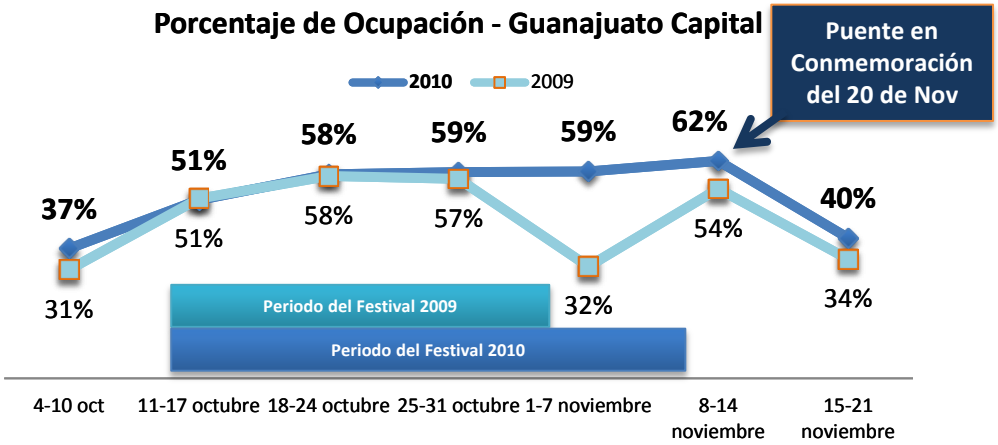
Fuente: Sedetur, Datatur-Sectur, Estudio del Perfil del Visitante 2010 *Estimación preliminar

giff FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE GUANAJUATO

FESTIVAL INTERNACIONAL CERVANTINO 2010

Se estima que durante los días del evento los visitantes generaron una derrama económica cercana a los $497 millones de pesos.

El impacto en derrama económica que generó el 88% de los visitantes, que acudieron motivados por el evento, se estima en $437 millones de pesos.



Estimación de los Visitantes al FIC 2010 Guanajuato capital 13 octubre - 7 noviembre		
Categoría	**Personas**	**Derrama Económica**
Turistas en Hotel 1 a 5*	47,303	$123,047,505
Turistas en establecimientos no comerciales	56,231	$193,633,620
Turistas en otros establecimientos comerciales	35,635	$106,528,573
Otros	4,927	$9,630,626
Excursionistas	52,979	$64,089,132
Total Visitantes	**197,076**	**$496,929,455**

Fuente: Sedetur, Datatur , Estudio del Perfil del Visitante al FIC

La contribución del Festival a la ocupación hotelera semanal fue de entre 14 y 22 puntos porcentuales.

En 2010 el FIC tuvo una duración de 4 semanas.

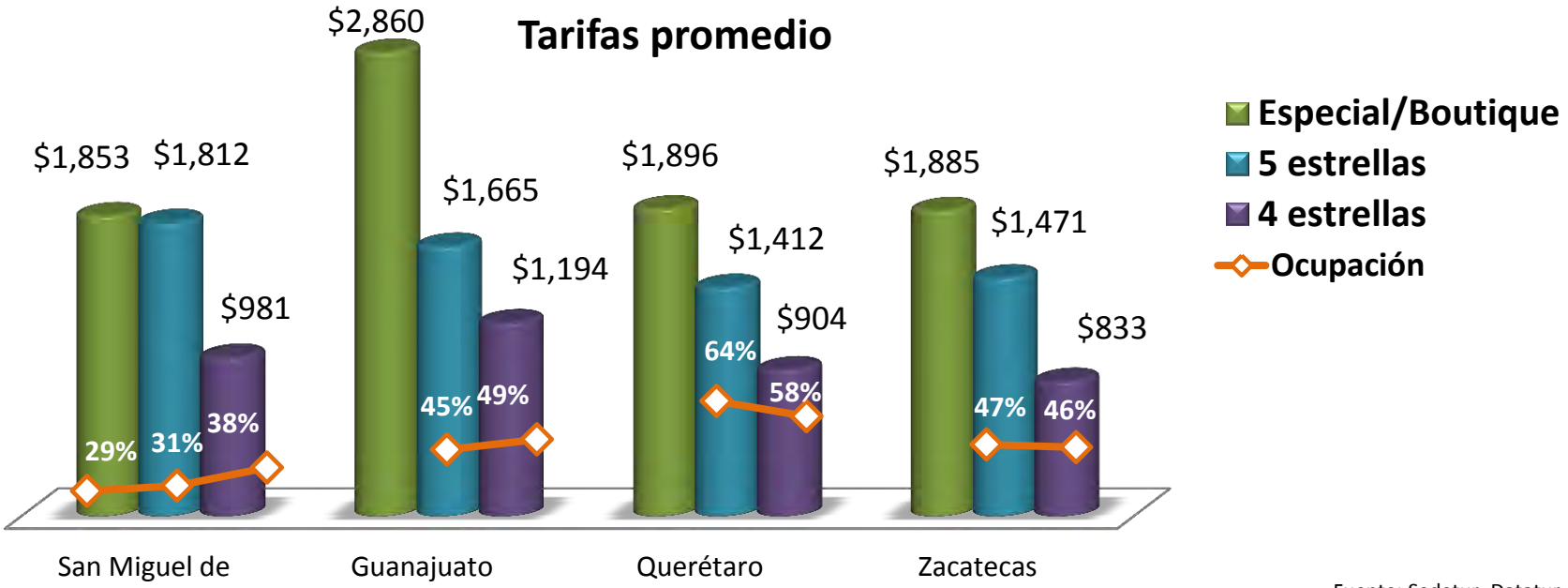
Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

TARIFAS DE HOTELES EN GUANAJUATO

Diferencia con otros destinos

Tarifas en Hoteles				
Categoría	San Miguel de Allende	Guanajuato	Querétaro	Zacatecas
Especial / Boutique	$1,853	**$2,860**	$1,896	$1,885
5 estrellas	$1,812	**$1,665**	$1,412	$1,471
4 estrellas	$981	**$1,194**	$904	$833

Fuente: Sondeo realizado en mayo 2011. Nota: Las cantidades corresponden a la tarifa rack



Fuente: Sedetur, Datatur

Guanajuato 2010

Inversión Turística

Inversión privada registrada en 2010	$ 4 millones de pesos
Inversión privada Enero – Junio 2011	$ 9.8 millones de pesos

Aperturas recientes:

Balcón del Cielo

Posada Santa Bárbara II

Alonso 10

Entre otros

Fuente: Sedetur

Resumen de la Actividad Turística

Concepto	Información Relevante 2010
Número de habitaciones 1 a 5 estrellas + sin clasificar	2,955
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	92 %
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas	487,079
Porcentaje de Ocupación promedio	40%
Porcentajes de ocupación más altos	Julio, octubre y noviembre
Estadía promedio	1.76

Fuente: Sedetur, Datatur

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Estudio del Perfil del Visitante a la Ciudad de Guanajuato

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

METODOLOGÍA

Tipo de entrevista	**Cara a cara**
Muestra:	**Total entrevistas efectivas 441; levantadas en Guanajuato, con un nivel de confianza del 95% y error del ± 5%**
Público Objetivo	**•Viajeros, hombres y mujeres mayores de 18 años de edad, que no residan ni trabajen en el destino donde se realiza la entrevista y que hayan permanecido al menos 3 horas en el destino.**
Fecha de levantamiento	**Del 10 de julio 2010 al 09 de enero 2011** **Levantamiento y Captura: Universidad de Celaya**

LUGAR DEL LEVANTAMIENTO

- ✓ Área de la Valenciana
- ✓ Basílica
- ✓ Callejón del beso
- ✓ Funicular
- ✓ Museo de Historia Natural Alfredo Dugés
- ✓ Museo de la Alhóndiga de Granaditas
- ✓ Museo de las Momias
- ✓ Museo Diego Rivera
- ✓ Museo Iconográfico Don Quijote
- ✓ Pípila
- ✓ Plaza de la Paz
- ✓ Presa de la Olla
- ✓ Teatro Juárez y Jardín Principal
- ✓ Universidad de Guanajuato

PERFIL GENERAL

Sexo y tipo de turista

El género del visitante fue equilibrado, resultado igual que en 2009, debido a que la ciudad de Guanajuato es un destino familiar.

El 57% de los visitantes en 2010 fueron excursionistas, observándose un incremento de 12 puntos porcentuales respecto al 2009; Guanajuato es uno de los destino con mayor estadía, es decir, el visitante planea pernoctar para permanecer más tiempo y conocer la mayor parte de los atractivos.

Sexo del Visitante

Mujer	Hombre
49%	51%
49%	51%

2009

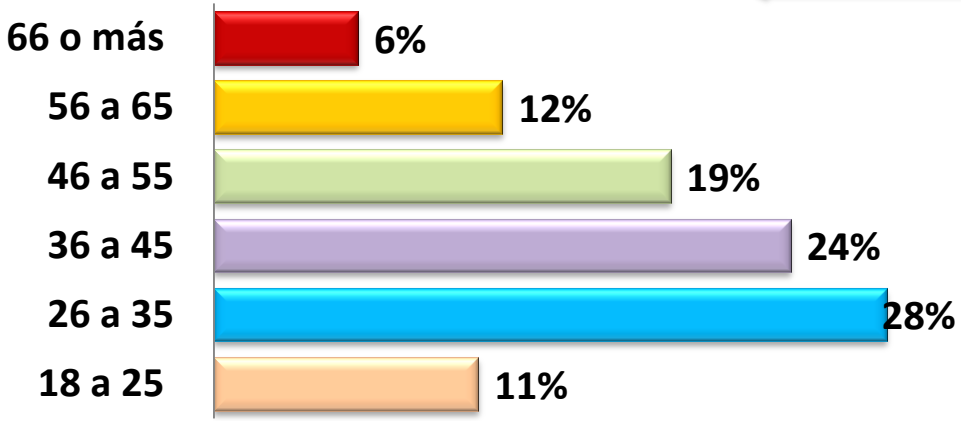
Distribución del Visitante

45%	55%
2009	

PERFIL GENERAL

Edad y composición del hogar

Edad del Turista (años)

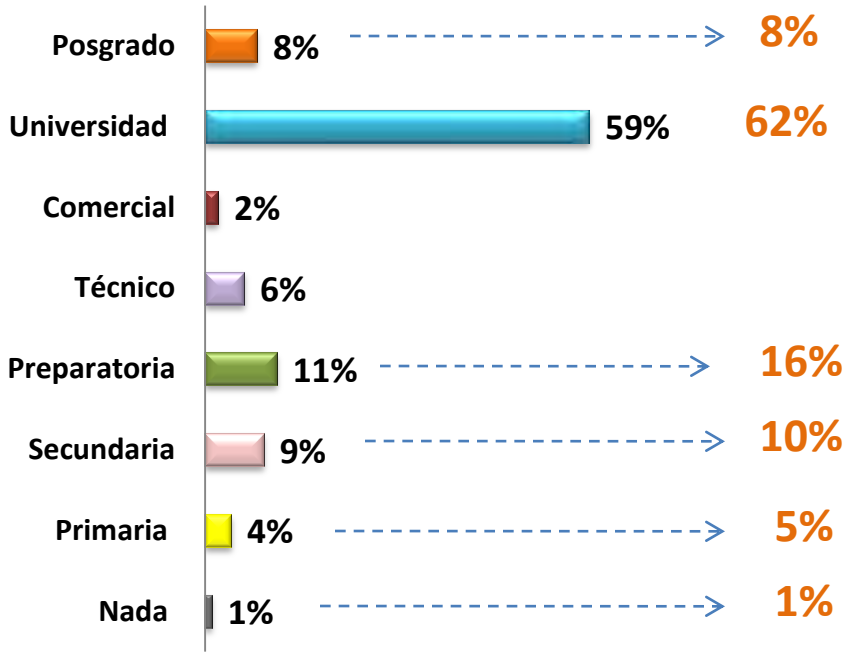


Edad promedio 2009: 36 años
Edad promedio 2010: 41 años

El 67% de los visitantes cuentan con grado de estudios de universidad y posgrado, seguido de los que estudian preparatoria (11%), reflejando un alto nivel de preparación, lo cual puede traducirse en un mayor nivel de exigencia en la búsqueda y selección de viajes.

Los visitantes al destino son jóvenes y adultos jóvenes; este segmento busca descansar y divertirse, por esta razón, los argumentos publicitarios que se propongan se sugiere enfocarlos a sus necesidades.

Grado de estudios



Guanajuato 2010

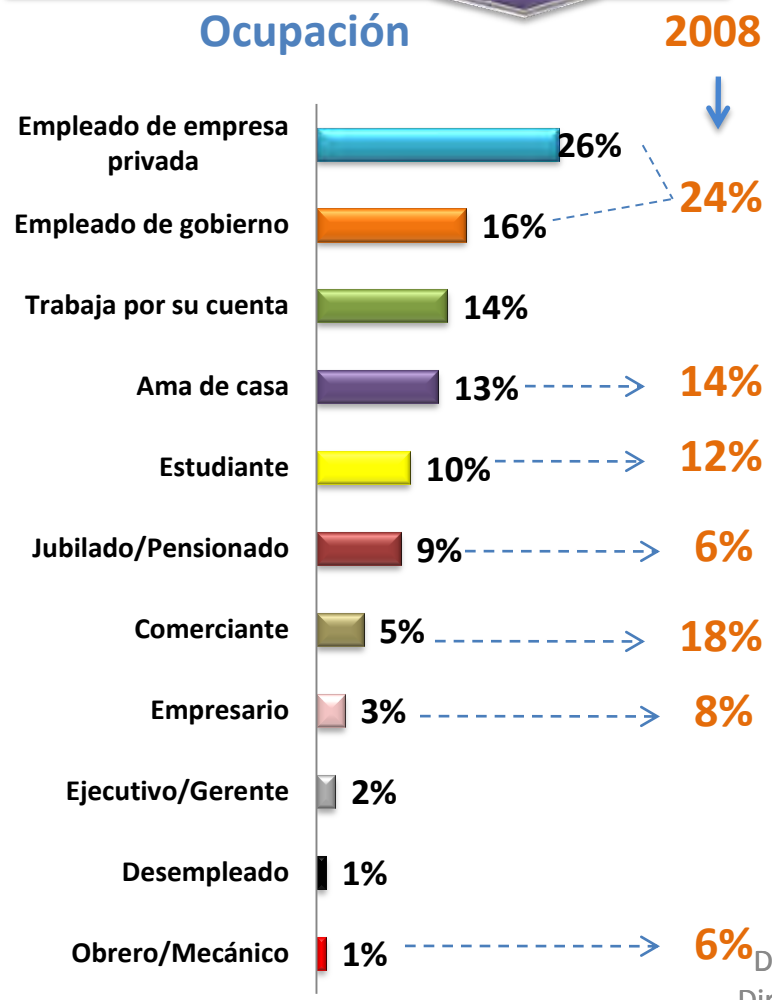
Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

Nota: En 2009 no se aplicó

PERFIL GENERAL
Ingresos mensuales

La principal ocupación de los visitantes fue empleado de empresa privada y de gobierno, lo que nos indica que son personas independientes económicamente, y por lo tanto tomadores de decisiones.

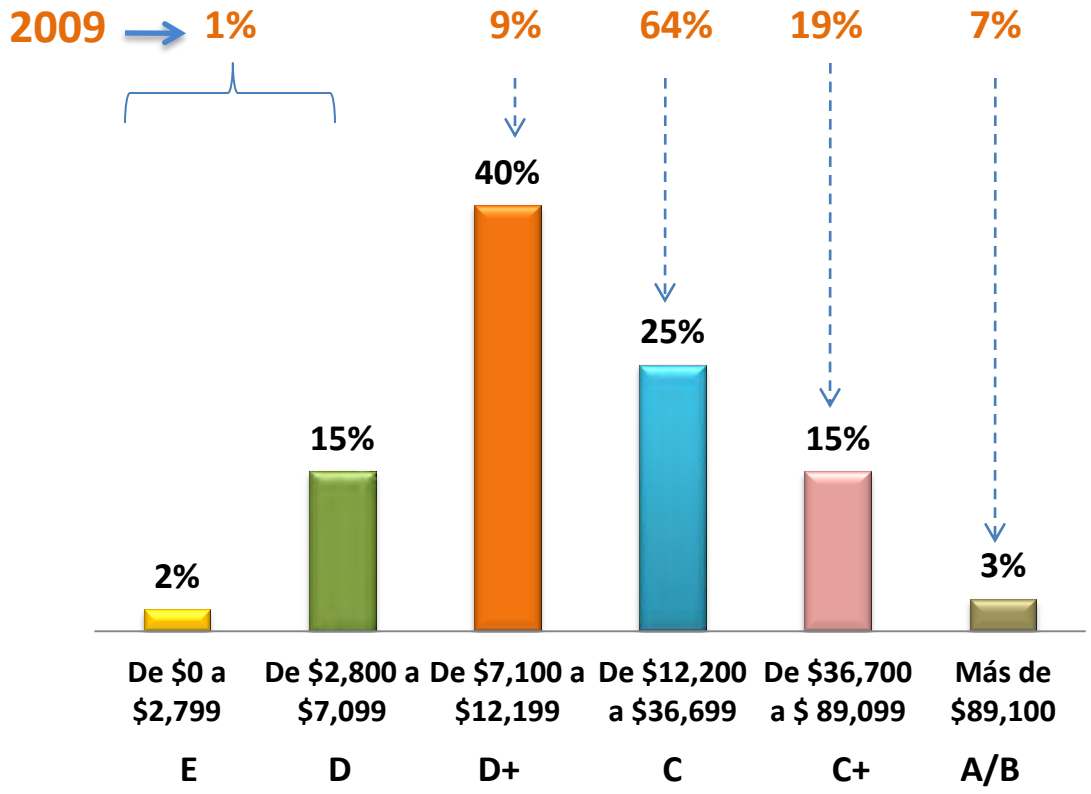
Ocupación



Guanajuato 2010

Nota: En 2009 no se aplicó

Ingresos Mensuales Familiares



En 2010 el 65% de los visitantes percibían ingresos entre $7,100 a $36,699, por lo que interpretamos que es gente de un NSE medio y medio bajo, con posibilidades de consumir los productos y servicios ofertados en el Estado.

Resumen Perfil General

Concepto	Información Relevante
Hombres Mujeres	51% 49%
Turistas Excursionistas	43% 57%
Edad promedio	41 años
Escolaridad	Universidad (59%)
Ocupación	Empleado de empresa privada (26%)
Ingresos Mensuales	De $7,100 a $12,199 (40%, NSE D+)

PRECEDENCIA DEL VISITANTE
Lugar de residencia

Origen del Visitante

24% **59%** **17%**

29% **67%** **4%** ← **2009**

Los visitantes internacionales aumentaron 13 puntos porcentuales en comparación al año pasado. Es importante seguir trabajando e implementar nuevas estrategias que motiven aun más a viajeros internacionales, estatales y nacionales.

Origen del Estatal

Municipio	%
León	27%
Irapuato	19%
Celaya	14%
Salamanca	6%
San Miguel de Allende	6%
Silao	5%
Otros municipios de Guanajuato	23%

Origen del Visitante Nacional

Estado	%
D.F. y Estado de México	28%
Jalisco	13%
Michoacán	7%
Querétaro	7%
Otros estados	45%

Origen del Visitante Internacional

País	%
E.E.U.U.	63%
Japón	10%
Alemania	7%
Argentina	5%
Otros países	15%

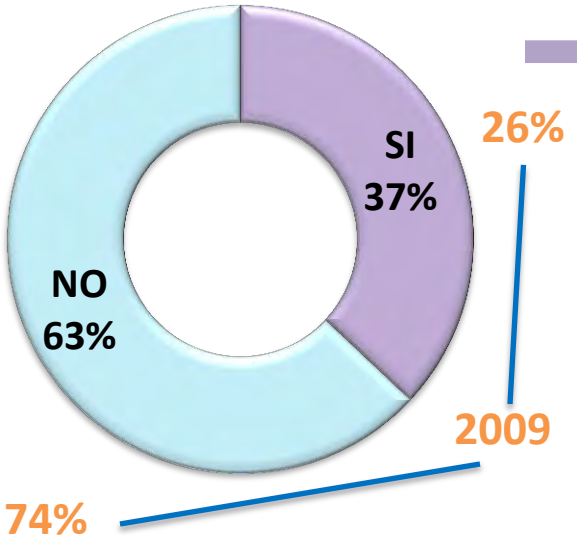
Resumen Procedencia del Visitante

Concepto	Información Relevante
Estatal Nacional Extranjero	24% 59% 17%
Principales Visitantes Estatales	León Irapuato Celaya
Principales Visitantes Nacionales	D.F y Estado de México Jalisco Michoacán
Principales Visitantes Internacionales	Estados Unidos Japón

PLANEACIÓN DE VIAJE

Movilidad del visitante y paquetes turísticos

¿Dígame si visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?

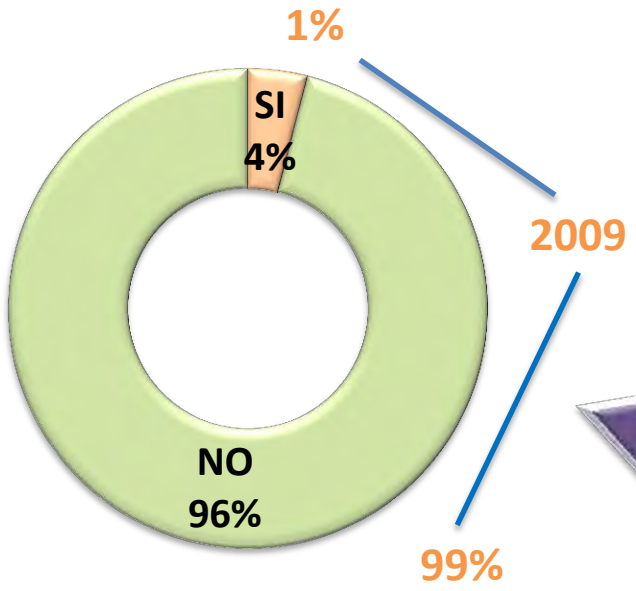


En 2010 el 37% (11 puntos porcentuales más que el 2009) de los viajeros visitó otras ciudades durante su viaje, siendo las principales San Miguel de Allende, León y Dolores Hidalgo.

¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?

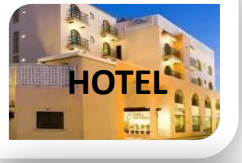
Ciudades
San Miguel de Allende
León
Dolores Hidalgo
Guadalajara

¿Su viaje forma parte de un paquete?



En 2010 se observa un incremento de 300% de visitantes que viajaron a través de un paquete, en comparación con el 2009, donde sólo lo era el 1%, lo que indica el interés por este tipo de producto. Debido a lo anterior se recomienda promover la comercialización del destino a través de paquetes.

PLANEACIÓN DE VIAJE
Distribución del visitante

	2009	2010	Variación
 HOTEL	46%	26%	-43.5%
CASA DE FAMILIARES /AMIGOS	5%	10.5%	110%
CASA RENTADA	0%	4.5%	N.A.
HOSTAL / POSADA	1%	2.5%	150%

	2009	2010	Variación
EXCURSIONISTA	45%	56.5%	25.5%

NA: No aplica

PLANEACIÓN DE VIAJE
Acompañantes

¿Con quién viaja en estos momentos?

Solo

11%

5%

Acompañado

89%

95% ← 2009

Acompañantes	2009	2010
Familia	51%	55%
Cónyuge/Pareja	36%	29%
Amigos	13%	12%
Gente relacionada con mi trabajo	0%	3%

Hubo un incremento de los visitantes que viajaron solos, esto se puede asociar a que hubo un porcentaje considerable de gente que viajó por motivos de negocios .

Incluido usted mismo, ¿cuántos adultos, jóvenes o niños viajan en su grupo personal de viaje?

Rango de edades de los acompañantes	2009	2010	Var.
Número de adultos mayores de 18 años	2.97	2.74	-7.74%
Número de adolescentes entre 12 y 18 años	1.81	1.46	-19.33%
Número de niños menores de 12 años	1.75	1.58	-9.71%
Promedio Total de personas	**3.73**	**3.51**	**-5.89%**

PLANEACIÓN DE VIAJE

Medio de transporte

	2009	2010	Variación
Automóvil	75%	62%	-17.33%
Avión	12%	13%	8.33%
Autobús	13%	25%	92.30%

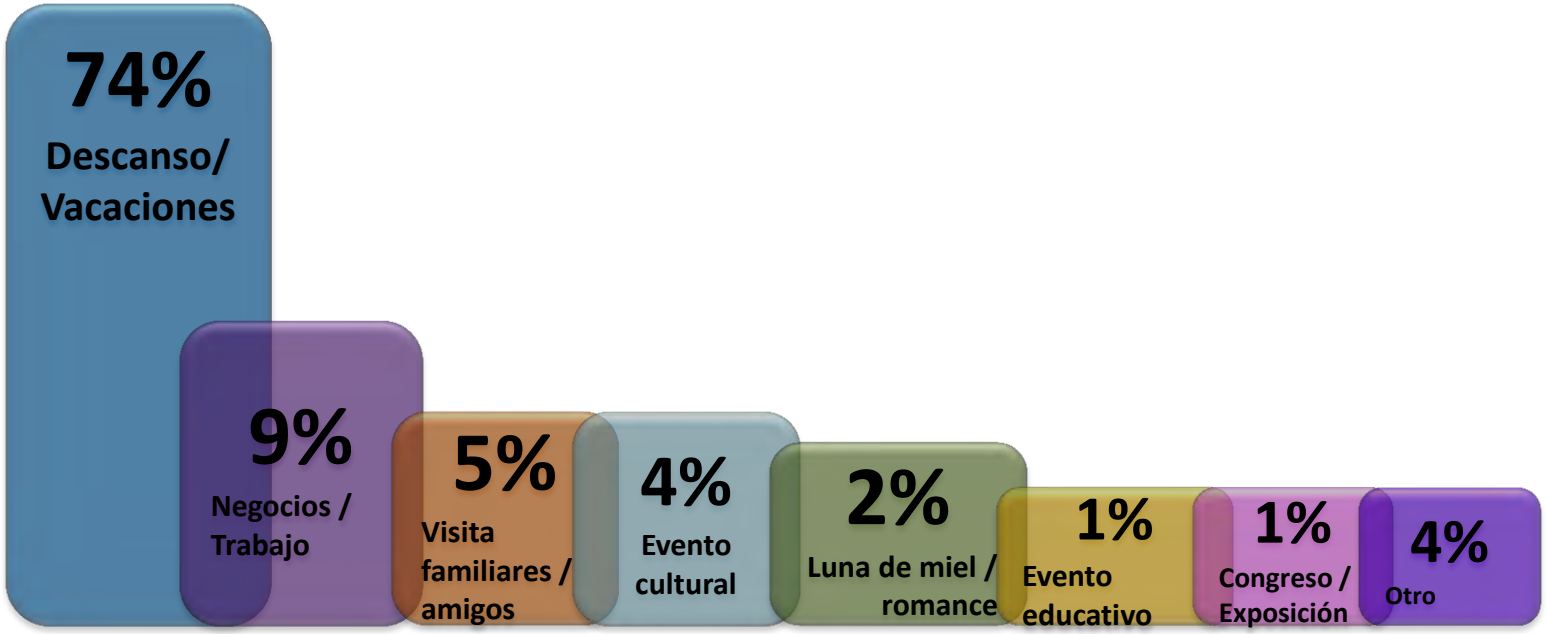
Resumen Planeación de Viaje

Concepto	Información Relevante
¿Visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?	SI 37% NO 63%
¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?	San Miguel de Allende León Dolores Hidalgo
¿El viaje forma parte de un paquete?	NO 96%
Principal opción de hospedaje	Hotel
¿Con quién viaja en estos momentos?	Familia
Promedio de acompañantes	3.51 personas
Medio de transporte utilizado	Automóvil

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita

¿Cuál de las siguientes opciones define mejor el motivo principal de su viaje a este destino?



2009 → 88% 3% 7%

Descanso/vacaciones (74%) fue el principal motivo de visita a la ciudad de Guanajuato, seguido de negocios/trabajo; se sugiere que haya operadores que promuevan con mayor empuje el turismo de bodas, ya que este destino cuenta con las características necesarias para este tipo de celebraciones.

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita (por mercado)

¿Cuál de las siguientes opciones define mejor el motivo principal de su viaje a este destino?

MOTIVO	Interno	Nacional	Internacional
Descanso/Vacaciones	66%	77%	67%
Visita a familiares/amigos	4%	4%	11%
Negocios/Trabajo	16%	8%	3%
Religión / peregrinación	1%	-	-
Evento Cultural	--	3%	11%
Congresos/Exposiciones	3%	1%	1%
Luna de miel/Romance	4%	1%	-
Evento educativo	2%	-	4%
Compras	-	1%	-
Bicentenario	-	1%	-
Otro	4%	4%	3%

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita (por mercado, INTERNO)

		Descanso /Vacaciones	Negocios/ trabajo	Visita a familiares /amigos	Congreso/ Exposición	Tratamiento de salud	Religión / peregrinación	Luna de miel / romance	Evento deportivo	Evento cultural	Evento social	Otro	Bicentenario	Compras	Evento educativo
Principales destinos	León	69%	21%	3%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Irapuato	75%	20%	0%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Celaya	60%	7%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	0%	0%	13%	0%	0%	0%
	Salamanca	71%	14%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	15%
	San Miguel de Allende	72%	0%	14%	0%	0%	0%	14%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Silao	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Resto de destinos	Abasolo	67%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	0%
	Cortazar	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	Dolores Hidalgo	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Juventino Rosas	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Pénjamo	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Salvatierra	67%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	San Felipe	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	San Francisco del Rincón	75%	0%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	San José Iturbide	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	San Luis De La Paz	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Tarimoro	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Uriangato	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Villagrán	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita (por mercado, NACIONAL)

		Descanso /Vacaciones	Negocios/ trabajo	Visita a familiares /amigos	Congreso/ Exposición	Tratamiento de salud	Religión / peregrinación	Luna de miel / romance	Evento deportivo	Evento cultural	Evento social	Otro	Bicentenario	Compras	Evento educativo
Principales destinos	D.F.	76%	7%	4%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%	4%	3%	2%	0%
	Jalisco	85%	6%	6%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%	0%
	Estado de México	77%	4%	4%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	15%	0%	0%	0%
	Michoacán	79%	5%	11%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%
	Querétaro	74%	16%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	0%	5%	0%	0%	0%
Resto de destinos	Aguascalientes	75%	0%	0%	0%	0%	0%	12%	0%	0%	0%	13%	0%	0%	0%
	Baja California	89%	0%	11%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Baja California Norte	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Campeche	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Chihuahua	67%	17%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	16%	0%	0%	0%	0%	0%
	Coahuila	80%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	0%	0%
	Colima	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Durango	14%	86%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Guerrero	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Hidalgo	50%	33%	0%	17%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Morelos	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Nayarit	75%	0%	0%	0%	0%	0%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Nuevo León	89%	0%	11%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Oaxaca	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Puebla	89%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	11%	0%	0%	0%	0%	0%

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita (por mercado, NACIONAL)

		Descanso /Vacaciones	Negocios/ trabajo	Visita a familiares /amigos	Congreso/ Exposición	Tratamiento de salud	Religión / peregrinación	Luna de miel / romance	Evento deportivo	Evento cultural	Evento social	Otro	Bicentenario	Compras	Evento educativo
Resto de destinos	San Luis Potosí	80%	0%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Sinaloa	63%	25%	12%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Sonora	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Tabasco	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
	Tamaulipas	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Tlaxcala	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Veracruz	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Yucatán	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Zacatecas	75%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	13%	0%	12%	0%	0%	0%

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita (por mercado INTERNACIONAL)

		Descanso /Vacaciones	Negocios/ trabajo	Visita a familiares /amigos	Congreso/ Exposición	Tratamiento de salud	Religión / peregrinación	Luna de miel / romance	Evento deportivo	Evento cultural	Evento social	Otro	Bicentenario	Compras	Evento educativo
Principales destinos	Estados Unidos	72%	5%	15%	2%	0%	0%	0%	0%	4%	0%	0%	0%	0%	2%
	Japón	86%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	14%	0%	0%	0%	0%	0%
	Alemania	60%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	0%	0%	0%	20%
	Argentina	50%	0%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	25%	0%	0%	0%	0%	0%
Resto de destinos	Australia	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Brasil	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Canadá	67%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%
	Chile	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
	Colombia	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
	Dinamarca	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	España	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Francia	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Resumen Motivo de Visita

Concepto	Información Relevante
Principal motivo de visita	Descanso/Vacaciones/Paseo

GASTO DEL VISITANTE

Promedio de gasto por persona

Gasto del visitante por viaje

Visitante	Desde que salió hasta que llego al destino	En el destino	De regreso a su origen
Turista	31%	43%	26%
Excursionista	29%	44%	27%

Distribución promedio del gasto del Turista

2009

GASTO DEL VISITANTE

Promedio de gasto por persona

*Datatur

Promedio de Gasto por Persona al día

Tipo	Promedio Días	Promedio Gasto
Turista en hotel 2010	1.76	$1,191
Turista en hotel 2009	1.67	$1,444
Variación	5.38%	-17.52%

Tipo	Promedio Días	Promedio Gasto
Turista Familiares y/o amigos 2010	4.60	$926
Turista Familiares y/o amigos 2009	4.60	$880
Variación	0%	5.22%

Tipo	Promedio Días	Promedio Gasto
Hostal/Posada 2010	3.00	$717
Hostal/Posada 2009	3.00	$1,182
Variación	0%	-39.34%

Tipo	Promedio Días	Promedio Gasto
Depto. o casa rentada 2010	20.00	$691
Depto. o casa rentada 2009	20.0	$690
Variación	0%	0%

Tipo	Promedio Días	Promedio Gasto
Excursionista 2010	-	$1,099
Excursionista 2009	-	$929
Variación	-	18.29%

GASTO DEL VISITANTE

Promedio de gasto por persona

TEMPORADA	EXCURSIONISTA		HOTEL		POSADA/HOSTAL		CASA FAMILIARES/ AMIGOS	
	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA
SAN MIGUEL DE ALLENDE	$1,106	NA	$1,178	1.79	$717	4.82	$549	6.97
GUANAJUATO	$1,099	NA	$1,191	1.76	$717	3	$926	4.60
ESTADO	$885	NA	$1,351	1.47	$716	3.87 días	$652	6.04 días

TEMPORADA	CASA / DEPARTAMENTO PROPIO		CASA/DEPARTAMENTO RENTADO		OTRO	
	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA
SAN MIGUEL DE ALLENDE	$767	19.55	$792	17.30	$721	1
GUANAJUATO	NA	NA	$691	20	NA	NA
ESTADO	$633	12.52 días	$551	14.59 días	$514	6.70 días

GASTO DEL VISITANTE

Derrama Económica Estimada

Visitantes y Derrama Económica Estimada			
Total Visitantes 2010			
Categoría	**Guanajuato**	**Estado**	**Proporción Guanajuato/Estado**
Turistas en Hotel 1 a 5*	487,079	2,828,975	17%
Turistas en otros establecimientos comerciales	112,403	862,021	13%
Turistas en establecimientos no comerciales	187,338	4,604,790	4%
Excursionistas	1,058,460	12,026,488	9%
Totales	**1,845,280**	**20,322,274**	**9%**

Derrama Económica 2010			
Categoría	**Guanajuato**	**Estado**	**Proporción Guanajuato/Estado**
Turistas en Hotel 1 a 5*	$1,018,816,837	$5,612,771,494	18%
Turistas en otros establecimientos comerciales	$1,116,730,582	$4,993,593,894	22%
Turistas en establecimientos no comerciales	$798,283,288	$19,279,243,992	4%
Excursionistas	$1,163,290,026	$9,709,809,440	12%
Totales	**$4,097,120,734**	**$39,595,418,820**	**10%**

Fuente: Datatur-Sectur, Banco de México, Estudio del Perfil del Turista 2007,2008 y 2010 Sedetur .

Considera los asistentes y derrama económica estimada de la Expo Guanajuato Bicentenario del 17 de julio al 31 de diciembre 2010. Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada , Casa rentada, y Campamentos. Turistas en establecimientos no comerciales incluye las categorías: Casa propia y Familiares y amigos. Se considera excursionista al visitante que no pernocta en el destino.

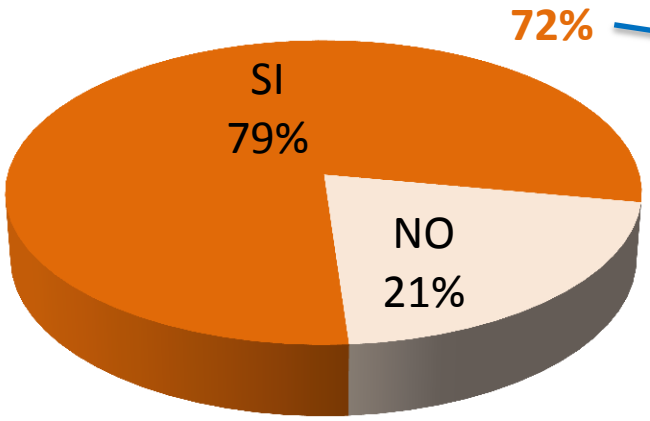
Resumen Gasto del Visitante

Concepto	Información Relevante
Gasto en el destino:	Excursionista 44% Turista 43%
Estadía de turista:	Hotel 1.76 días Familiares o amigos 4.60 días Hostal/Posada 3.00 días Depto. o casa rentada 20.00 días
Derrama Económica estimada	$4,097,120,734

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

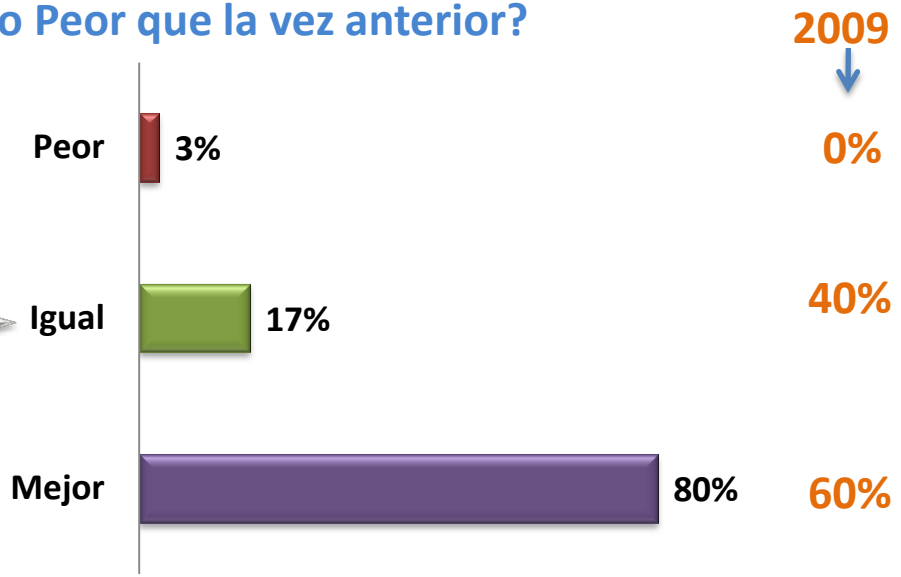
Visitas anteriores

¿Ya había visitado anteriormente este destino?



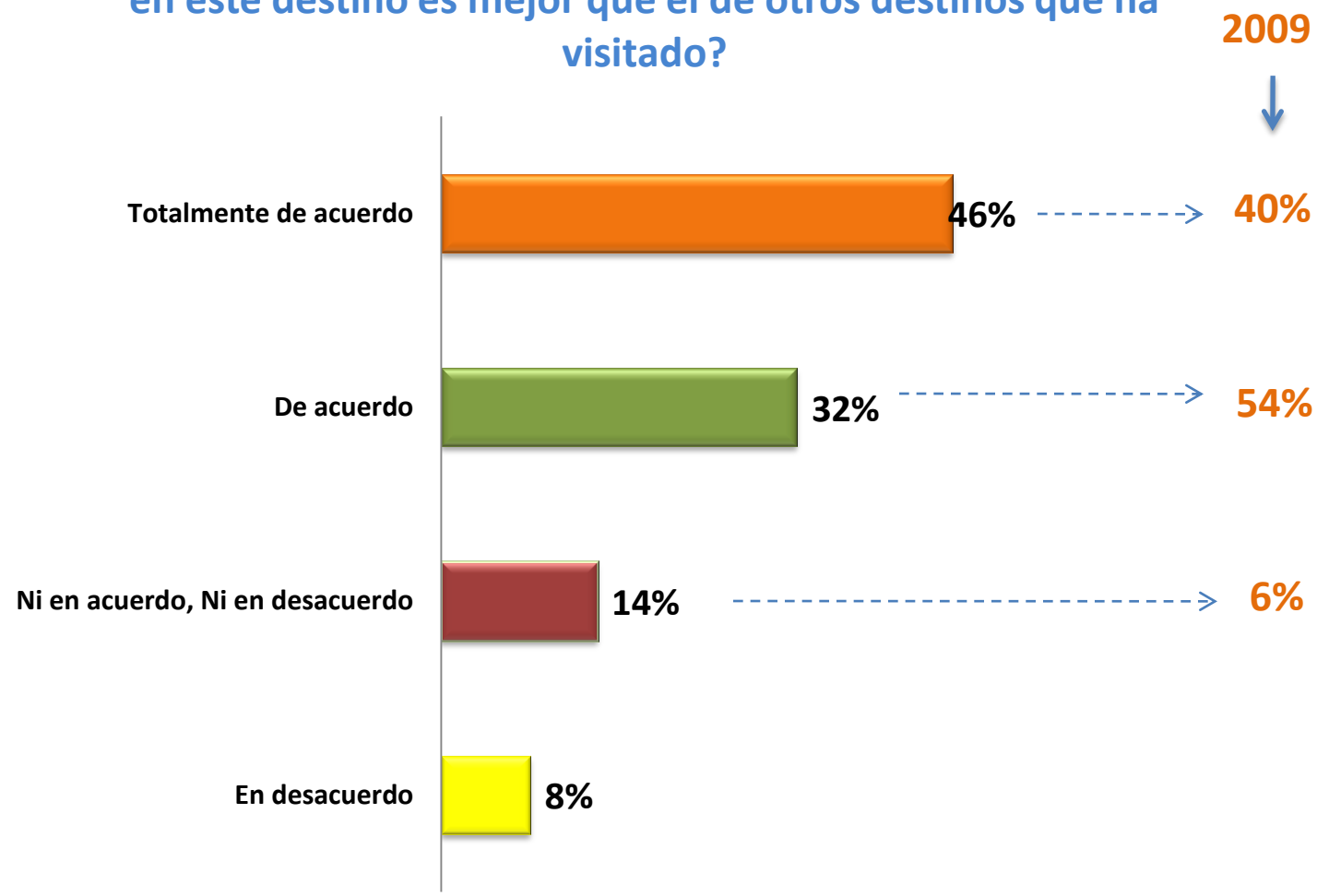
En 2010 el 79% de los visitantes ya habían visitado anteriormente Guanajuato, observándose un incremento de 7 puntos porcentuales en comparación al 2009; mientras que el 21% lo visitaba por primera vez, por lo que es importante seguir promoviendo la diversidad de actividades para atraer nuevos visitantes y motivar también a los ya recurrentes.

¿Cómo evalúa su experiencia actual con respecto a las visitas anteriores? Diría Ud. que en esta visita su experiencia fue: Mejor, Igual o Peor que la vez anterior?



El 80% de los visitantes mencionó que su experiencia actual fue mejor que visitas anteriores, 20 puntos porcentuales mayor que en 2009.

¿Qué tan de acuerdo está Ud. en que la experiencia que tuvo en este destino es mejor que el de otros destinos que ha visitado?



El 78% de los visitantes dijo estar totalmente de acuerdo/de acuerdo en que la experiencia en Guanajuato fue mejor que en otros destinos. Este dato es positivo para el estado ya que se está comparando con otros destinos del país que cuentan con otra variedad de atractivos.

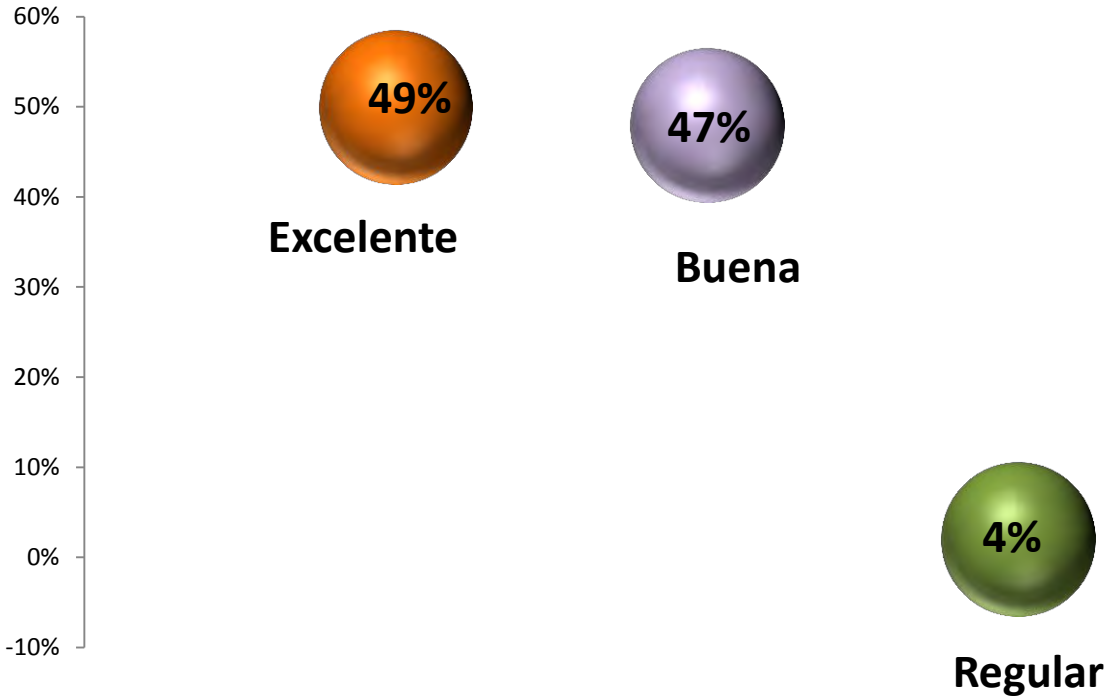
EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia

En general, ¿Qué tan satisfecho está usted con la experiencia que tuvo en este destino?

2009 → **50%** **48%** **2%**

En 2010 el 96% de los visitantes mencionó que su experiencia fue Excelente/Buena, lo que significa el agrado del visitante por el destino.

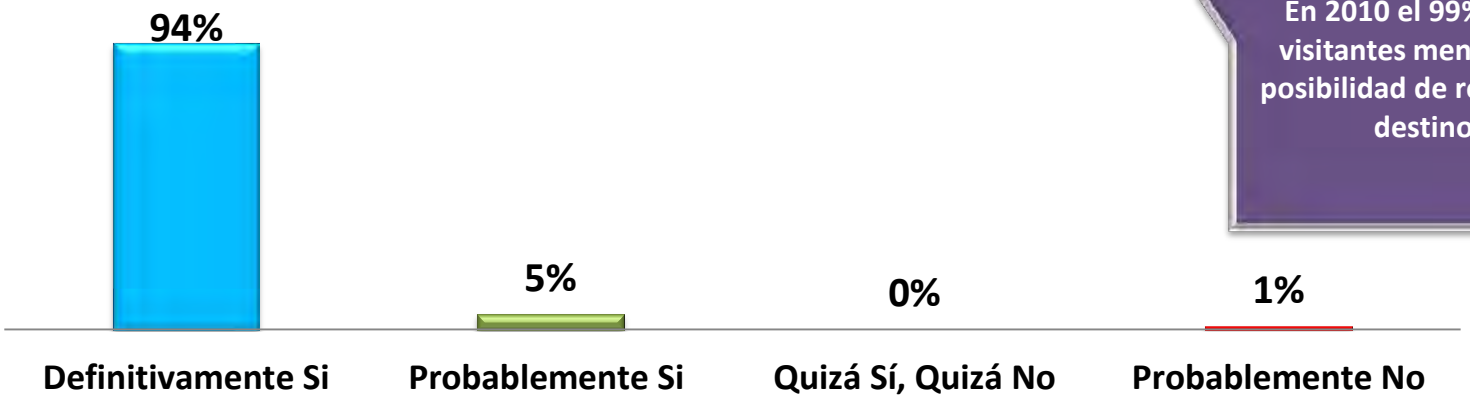


EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia

¿Qué tan probable es que Ud. vuelva a visitar este destino en el futuro?

2009 → 62% 37% 1%



En 2010 el 99% de los visitantes mencionó la posibilidad de regresar al destino.

¿Qué tan probable es que Ud. recomiende a un amigo o colega visitar este destino?

2009 → 93% 6% 1%

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia (por mercado)

	Interno	Nacional	Internacional
Definitivamente Sí	94%	96%	99%
Probablemente Sí	6%	4%	1%
Probablemente No	0%	0%	0%
Definitivamente No	0%	0%	0%

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación del destino

En una escala de Excelente, Buena, Mala o Pésima, por favor indique su nivel de satisfacción con…

La calificación de Guanajuato en 2010 fue de 7.69, cifra menor que en 2009 (8.31). Los atributos mejor calificados fueron el destino, el aeropuerto y establecimiento de hospedaje; mientras que los que obtuvieron calificaciones inferiores fueron el trasporte público local y la terminal de autobuses, por lo que es importante seguir mejorando en todos los aspectos.

Calificación general = 7.69

Calificación general 2009 = 8.31

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación del destino

Evaluación del Destino en general / Mapa de desempeño (Total Anual)

Mejora Prioritaria	Fortaleza
-Terminal de Autobuses -Transporte público local	- Destino - Aeropuerto
- Establecimiento de alimentos y bebidas - Infraestructura carretera	-Establecimiento de Hospedaje
Mejora Secundaria	**Mantenimiento**

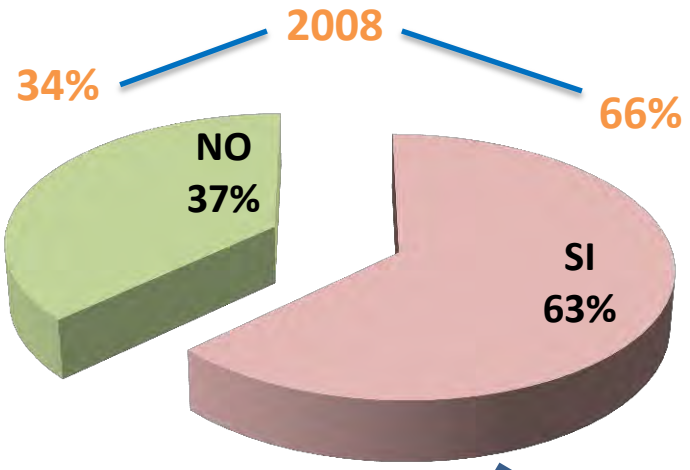
Resumen experiencia de viaje

Concepto	Información Relevante
¿Ya había visitado anteriormente el destino?	SI 79%
¿Qué tan de acuerdo esta en que la experiencia que tuvo en este destino es mejor que el de otros destinos ?	Totalmente de acuerdo 46%
Satisfacción en el destino	Excelente/Buena 96%
Recomendación del destino	Definitivamente SI/Probablemente SI 100%
Retorno al destino	Definitivamente SI/Probablemente SI 99%
Calificación del destino	7.69

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

Durante los últimos 12 meses, ¿ha visto o escuchado publicidad sobre el destino?

*NOTA: El porcentaje puede sumar más de 100 por ser multirespuesta.



Nota: En 2009 no se aplicó

Medios en los que escuchó/vio publicidad del destino*

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

Por mercado

	Interno	Nacional	Internacional
Anuncio de TV	**53%**	**61%**	**6%**
Internet	**8%**	**14%**	**58%**
Folletos	**6%**	**6%**	**1%**
Recomendación	**2%**	**6%**	**28%**
Radio	9%	3%	--
Revistas	1%	4%	6%
Otros Medios	2%	--	1%
Espectaculares	19%	5%	1%

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

Por mercado, INTERNO

		Folletos	Radio	Revistas	Espectaculares	Anuncio en TV	Internet	Recomendación	Otros medios
Principales Destinos	León	11%	9%	0%	29%	43%	9%	0%	0%
	Irapuato	0%	0%	0%	27%	73%	0%	0%	0%
	Celaya	0%	17%	6%	11%	56%	11%	0%	0%
	Salamanca	0%	0%	0%	40%	40%	20%	0%	0%
	San Miguel de Allende	0%	13%	0%	13%	50%	0%	0%	25%
	Silao	0%	0%	0%	25%	63%	13%	0%	0%
Resto de Destinos	Abasolo	33%	0%	0%	0%	34%	0%	33%	0%
	Cortazar	20%	20%	0%	0%	20%	20%	20%	0%
	Juventino Rosas	0%	50%	0%	0%	50%	0%	0%	0%
	Pénjamo	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	San Francisco del Rincón	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Tarimoro	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

Por mercado, NACIONAL

		Folletos	Radio	Revistas	Espectaculares	Anuncio en TV	Internet	Recomendación	Otros medios
Principales Destinos	D.F.	12%	5%	5%	0%	51%	20%	5%	2%
	Jalisco	0%	0%	0%	19%	67%	14%	0%	0%
	Estado de México	5%	5%	4%	5%	59%	18%	4%	0%
	Michoacán	0%	0%	8%	8%	84%	0%	0%	0%
	Querétaro	6%	0%	6%	11%	61%	11%	5%	0%
Resto de Destinos	Aguascalientes	0%	15%	0%	8%	54%	8%	15%	0%
	Baja California	0%	0%	0%	0%	80%	20%	0%	0%
	Baja California Norte	0%	50%	0%	0%	50%	0%	0%	0%
	Chihuahua	17%	0%	0%	0%	66%	17%	0%	0%
	Coahuila	0%	0%	0%	0%	80%	0%	20%	0%
	Colima	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Durango	13%	0%	0%	0%	74%	13%	0%	0%
	Morelos	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Nayarit	0%	0%	0%	0%	50%	50%	0%	0%
	Nuevo León	0%	0%	0%	0%	50%	17%	33%	0%
	Puebla	0%	0%	0%	0%	72%	14%	14%	0%

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

Por mercado, NACIONAL

		Folletos	Radio	Revistas	Espectaculares	Anuncio en TV	Internet	Recomendación	Otros medios
Resto de Destinos	San Luis Potosí	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Sinaloa	14%	14%	14%	14%	30%	0%	14%	0%
	Sonora	0%	0%	50%	0%	50%	0%	0%	0%
	Tabasco	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	Tamaulipas	0%	0%	29%	0%	71%	0%	0%	0%
	Veracruz	17%	0%	0%	0%	33%	25%	25%	0%
	Yucatán	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Zacatecas	17%	0%	0%	0%	83%	0%	0%	0%

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

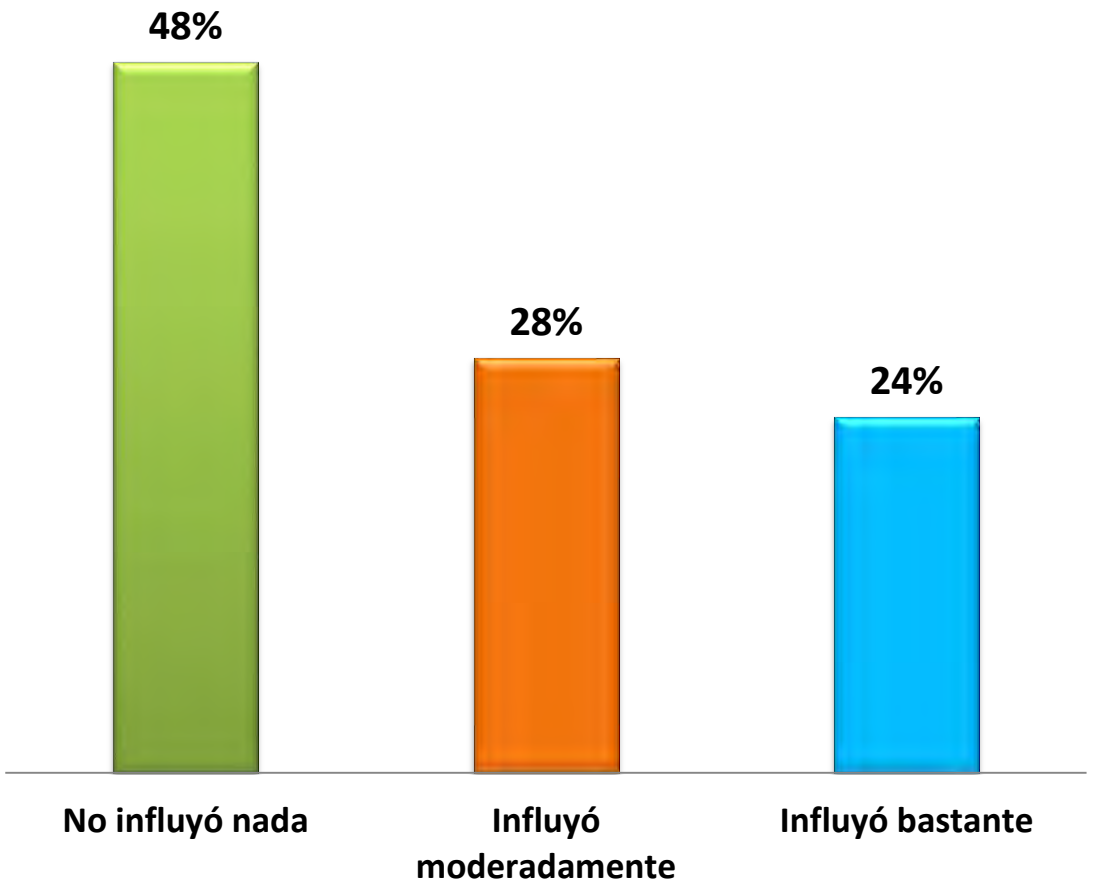
Por mercado, INTERNACIONAL

		Folletos	Radio	Revistas	Espectaculares	Anuncio en TV	Internet	Recomendación	Otros medios
Principales Destinos	Estados Unidos	0%	0%	6%	2%	6%	61%	25%	0%
	Japón	0%	0%	0%	0%	0%	33%	67%	0%
	Alemania	17%	0%	17%	0%	0%	49%	17%	0%
	Argentina	0%	0%	0%	0%	0%	50%	50%	0%
Resto de Destinos	Australia	0%	0%	0%	0%	0%	50%	50%	0%
	Brasil	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	Canadá	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	Chile	0%	0%	0%	0%	0%	50%	50%	0%
	Colombia	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	Dinamarca	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	Francia	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%

INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD PARA VENIR AL DESTINO

¿Qué tanto influyó la publicidad en su decisión de venir a este destino?

5 de cada 10 personas fueron influenciadas por la publicidad



Resumen publicidad

Concepto	Información Relevante
¿Ha visto o escuchado publicidad del destino?	SI 63%
Principal medio en los que vio publicidad	Anuncio de TV
Influencia de la publicidad	Influyó moderadamente/bastante 52%

Visitante Promedio

VISITANTE PROMEDIO

	Guanajuato 2009	Guanajuato 2010	Estatal 2010
Edad Promedio	36 años	41 años	41 años
Acompañado por	Familia	Familia	Familia
Grupo de viaje	3.73 personas	3.51 personas	3.28 personas
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil	Automóvil
Ingreso	$12,200 a $36,699 (NSE C)	$7,100 a $12,199 (NSE D+)	$7,100 a $12,199 (NSE D+)
Otros lugares por visitar	San Miguel de Allende León Dolores Hidalgo	San Miguel de Allende León Dolores Hidalgo	Guanajuato San Miguel de Allende León
Motivo de Visita	Descanso/Vacaciones/Paseo	Descanso/Vacaciones/Paseo	Descanso/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	$929 por persona	$1,099 por persona	$ 885 por persona
Si se queda una noche gastará	$1,444 por persona	$1,191 por persona	$1,351 por persona
Principal lugar de hospedaje	Hotel	Hotel	Familiares y/o amigos y Hotel
Experiencia del viaje	Excelente	Excelente	Buena
Recomendación del destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	8.31	7.69	7.63

VISITANTE PROMEDIO

	Guanajuato 2010	San Miguel de Allende 2010
Edad Promedio	41 años	42 años
Acompañado por	Familia	Familia
Grupo de viaje	3.51 personas	3.12 personas
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil
Ingreso	$7,100 a $12,199 (NSE D+)	$7,100 a $12,199 (NSE D+)
Otros lugares por visitar	San Miguel de Allende León Dolores Hidalgo	Guanajuato Querétaro Dolores Hidalgo
Motivo de Visita	Descanso/Vacaciones/Paseo	Descanso/Recreación/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	$1,099 por persona	$1,106 por persona
Si se queda una noche gastará	$1,191 por persona	$1,178 por persona
Principal lugar de hospedaje	Hotel	Hotel
Experiencia del viaje	Excelente	Buena
Recomendación del destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	7.69	7.60

Visitante Deseado

Vinculación estrecha entre el gobierno estatal, municipal y el sector privado

Generación y desarrollo de productos turísticos para incrementar el consumo, la estadía y mas captación económica.

Alianzas con prestadores de servicios del la ciudad y de otros lugares y negociaciones con operadores turísticos

Estrategias de promoción y publicidad en otros lugares enfocadas en persuadir al público en general de los atractivos turísticos de la ciudad.

Establecer valor agregado a las características de la ciudad que den pauta al reconocimiento de marca como tal.

Contacto

- Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández, Director General de Planeación.
rcardenas@guanajuato.gob.mx
- Lic. Claudia Avalos Betancourt, Directora de Información y Análisis.
cavalosb@guanajuato.gob.mx
- Lic. Irazema Álvarez Pérez, Jefe de Estadística e Información.
ialvarezp@guanajuato.gob.mx
- Lic. Vera Ekaterina Pomposo Vargas, Jefe de Investigación y Análisis de Mercado.
vpomposo@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

Estado de
Guanajuato
lo que vives, hace historia