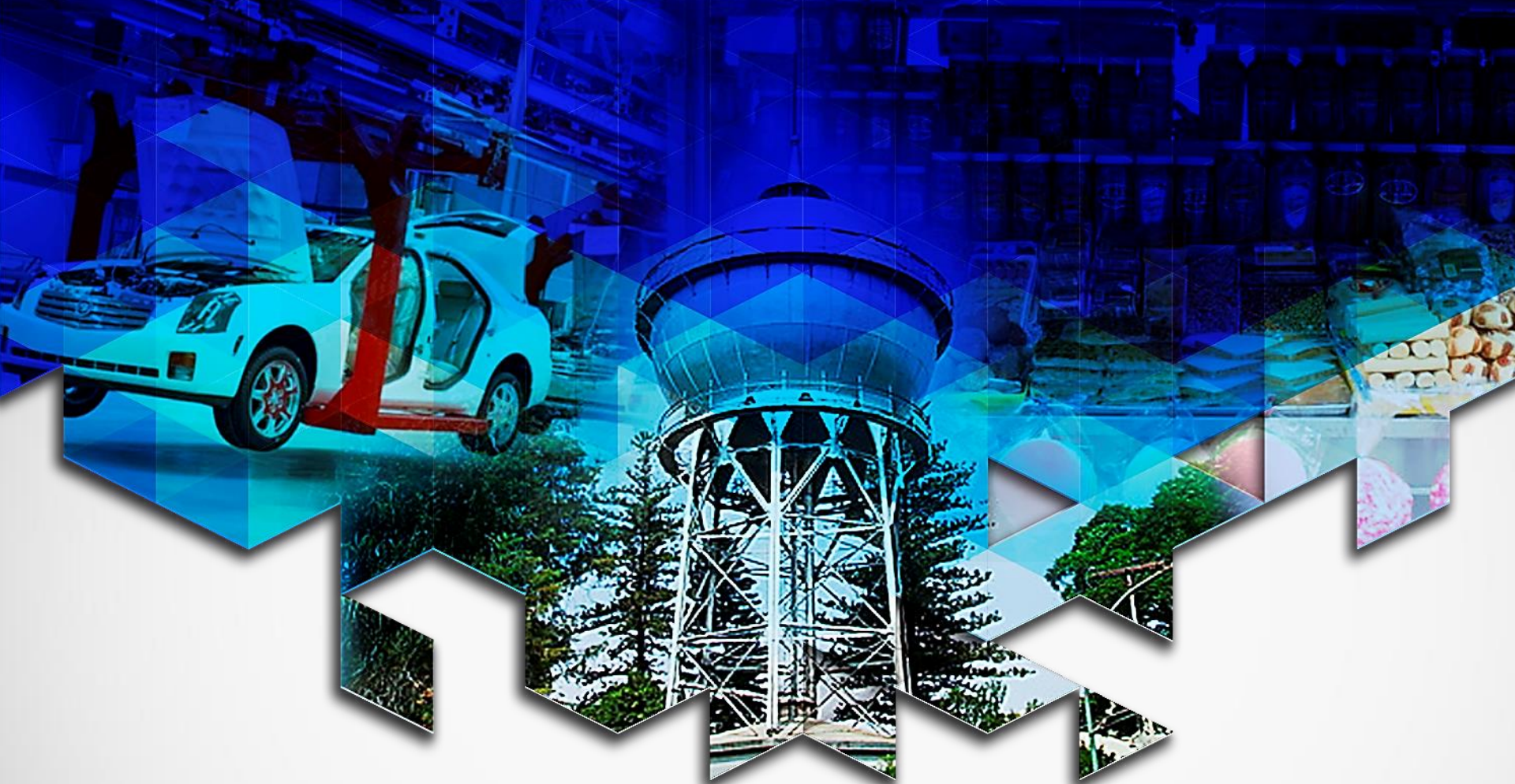




Perfil del Visitante **Celaya 2015**

2

423 encuestas a
turistas y
excursionistas
con un Nivel de
confianza del
95% y un error
+/- 4.8%

4

Estudio realizado
por una agencia
de investigación
de mercados.
La empresa
codifica, captura y
elabora el reporte
de resultados.

6

Viajeros
mayores de 18 años,
que no residan ni
trabajen en el destino.
Encuesta personal
cara a cara
Del 06 de marzo de
2015 al 06 de enero de
2016

1

Es una investigación
de mercado que
suministra
información de:

- Perfil Sociodemográfico
- Planeación de Viaje
- Satisfacción y Lealtad
- Recordación Publicitaria
- Gasto y Estadía

3

UTILIDAD
Definir estrategias
que atraigan más
visitantes al estado,
que generan
impacto social
y económico.

5

En:

- Centro histórico
- Central de autobuses
- Templos y parroquias
- Alameda Central
- Conciertos y eventos
- Casa del Diezmo
- Restaurantes
- Explanada Auditorio Fco. E. Tresguerras
- Hotel Wyndham Garden
- Feria de Cllaya
- Hotel Casa Inn
- Galerías Celaya
- Aeropuerto
- Tienda de cajeta 'La Tradicional de Salgado'
- Tienda de cajeta 'La Vencedora'
- Casa de la Cultura
- Hacienda de Trojes
- Eventos de la Cumbre Internacional de la Gastronomía

Perfil del Visitante a Celaya 2015

Quién nos visita


52% de los visitantes son **Hombres**

 **Escolaridad**
31% Universidad


45% pertenece a los NSE **D+ y D**

De dónde viene

56% Nacional



1,249,146 

38% Estatal



847,635 

6% Internacional



133,838 

Propósito del viaje

 **32%** Visita a Familiares

 **22%** Trabajo / Negocios

Actividades de interés

58%  Visitar atractivos

 **49%** Comer / cenar

Se hospeda en

 **26%**  **21%**
Casa Fam / Ami Hotel

Reservó  **59%** **Sí**

Con quién viaja

 **66%** Acompañado

Sí  **19%** **Visitó otros lugares**
San Miguel de Allende 28%
Guanajuato 25%
León 11%

En qué viaja

49%  Autobús
45%  Auto propio

Información del destino

 **30%**
Sí

Medio favorito

 **65%**
Internet

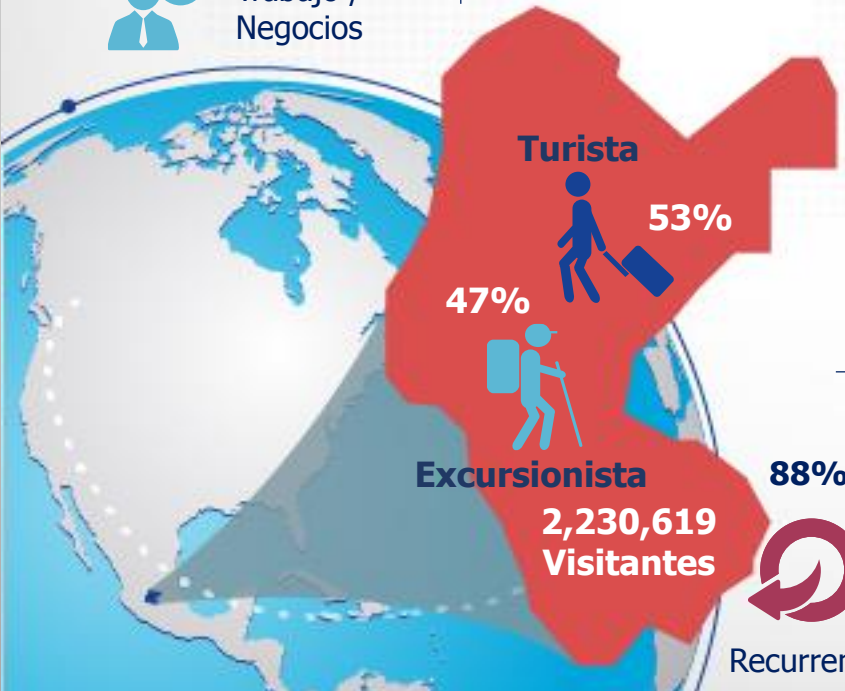
Experiencia en el destino

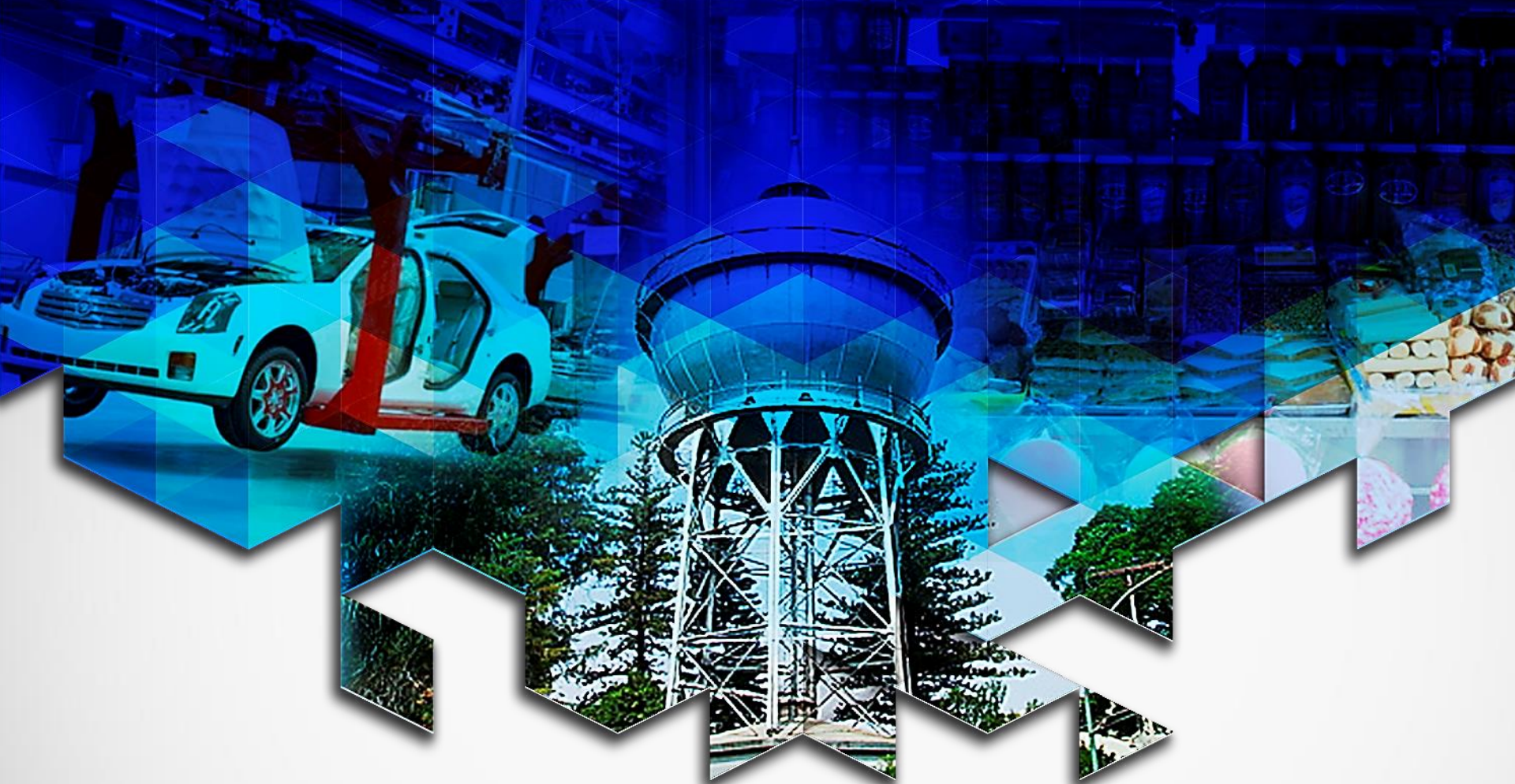
88%  Recurrencia
Satisfacción
Destino **7.8** Servicios **7.9**

98%  Retorno
Recomendación
 **95%**

Gasto y Estadía

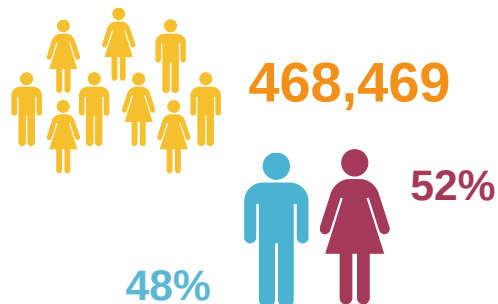
\$1,332.06  Hotel **1.36 días**
\$682.69  Casa Fam Amigos **6.9 días**
\$1,196.58  Excursionista **6.60 hrs**





Indicadores de la actividad turística **Celaya** 2015

Población



Oferta hotelera



Inversión turística privada

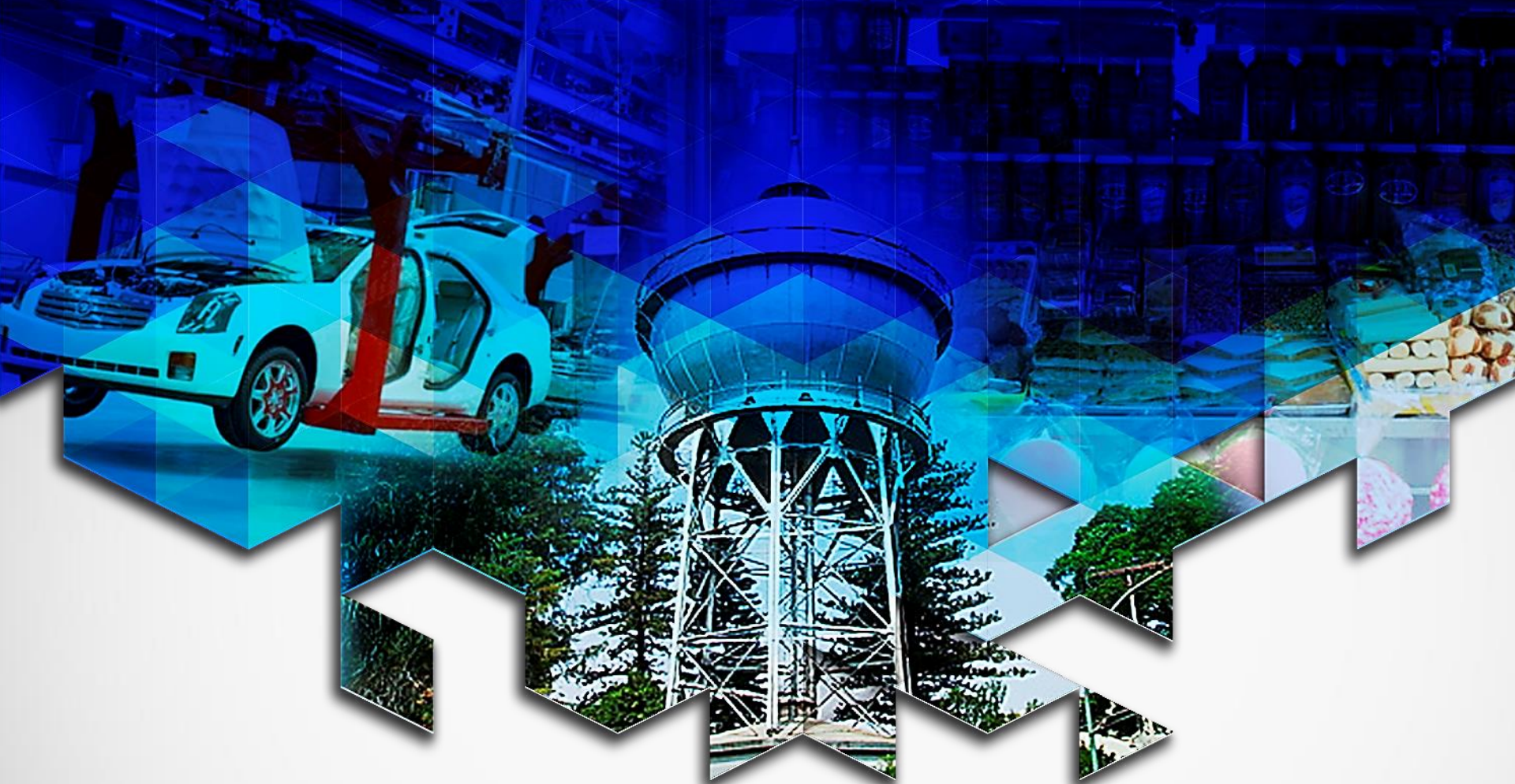


Indicadores



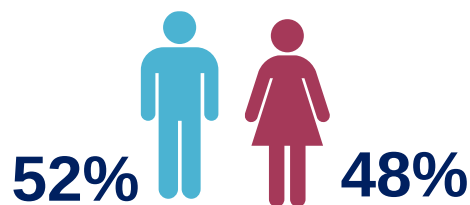
Visitantes y derrama económica



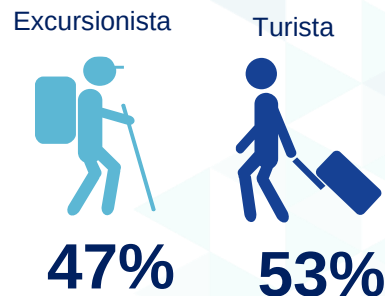


Anexos 2015

Género del entrevistado



Tipo de visitante

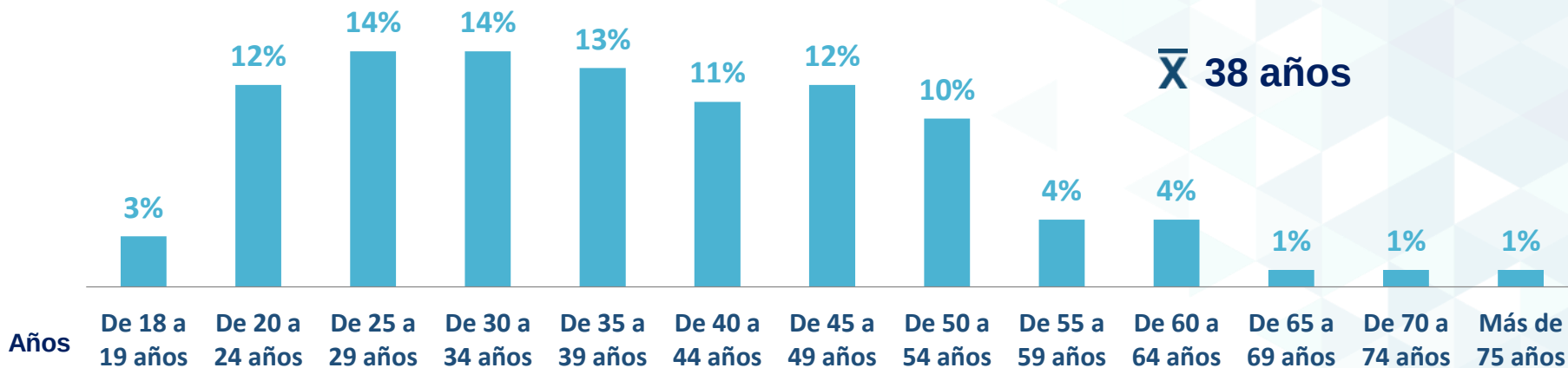


Excursionista: Se refiere al visitante que no pernocta en el destino. (*Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita*)

Turista. (*Visitante que pernocta*), si su viaje incluye una pernoctación.

Fuente: OMT (Organización Mundial de Turismo)

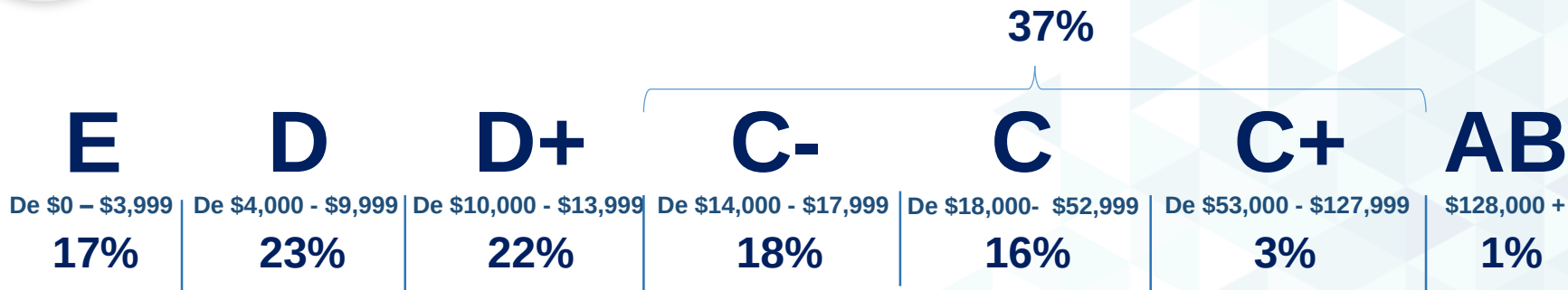
Edad promedio de los entrevistados



Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de: Min - 18 años y Max - 80 años.

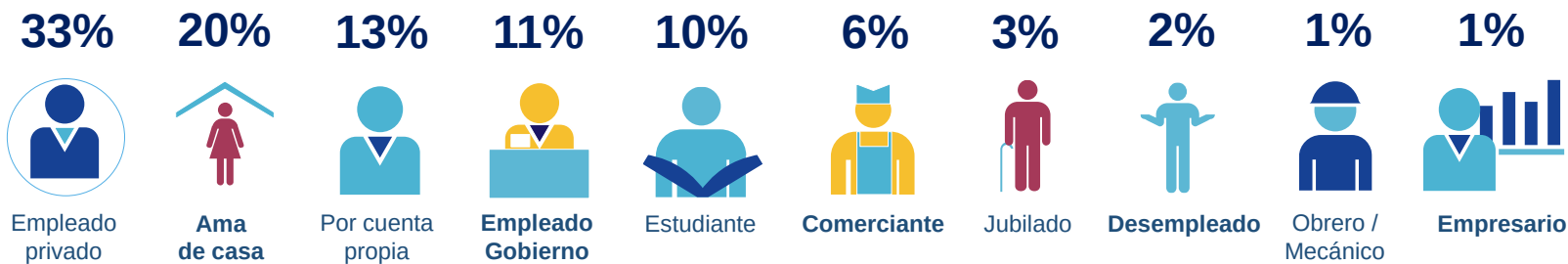
Perfil Demográfico

Ingreso Mensual Familiar y Ocupación



Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI). NSE AB Clase alta; NSE C+ Clase media-alta; NSE C Clase media-media; NSE C- Clase media-baja; NSE D+ Clase baja-alta; NSE D Clase baja-media; NSE E Clase baja.

Ocupación del visitante





Perfil Demográfico

Procedencia del Visitante



Nacional

56%



Estatad

38%



Internacional

6%

Estado	2015
Ciudad de México	24%
Estado de México	14%
Querétaro	10%
Jalisco	7%
Nuevo León	5%
Aguascalientes	4%
Michoacán	4%
Puebla	4%
San Luis Potosí	3%
Veracruz	3%
Hidalgo	3%
Baja California Norte	2%
Morelos	2%
Sinaloa	2%
Sonora	2%
Chihuahua	2%
Oaxaca	2%
Colima	1%
Nayarit	1%
Tamaulipas	1%
Baja California Sur	1%
Coahuila	1%
Guerrero	1%
Yucatán	1%
Zacatecas	0%

Municipio	2015
León	12%
Cortazar	11%
Comonfort	9%
Apaseo el Grande	8%
Villagrán	8%
San Miguel de Allende	7%
Santa Cruz de Juventino Rosas	6%
Salvatierra	6%
Apaseo el Alto	6%
Tarimoro	6%
Salamanca	4%
Acámbaro	3%
Guanajuato	2%
Irapuato	2%
Jaral del Progreso	2%
Moroleón	2%
Dolores Hidalgo	1%
Abasolo	1%
Atarjea	1%
Huanímaro	1%
Valle de Santiago	1%
Yuriria	1%
Jaral del Progreso	NA
Purísima del Rincón	NA
San José Iturbide	NA
Silao	NA

País	2015
Estados Unidos	75%
España	13%
Brasil	4%
Colombia	4%
Nueva Zelanda	4%



Planeación de viaje

Propósito de viaje

28%



32%

Visita a Familiares



22%

Trabajo / Negocios



6%

Congreso / Exposición



21%

Descanso / Vacaciones



12%

Compras



6%

Evento gastronómico



2%

Tratamiento de salud



1%

Evento social



1%

Estudios / Prácticas



1%

Evento cultural



1%

Luna de miel / Romance



0%

Religión / Peregrinación



0%

Evento deportivo



5%

Otro*

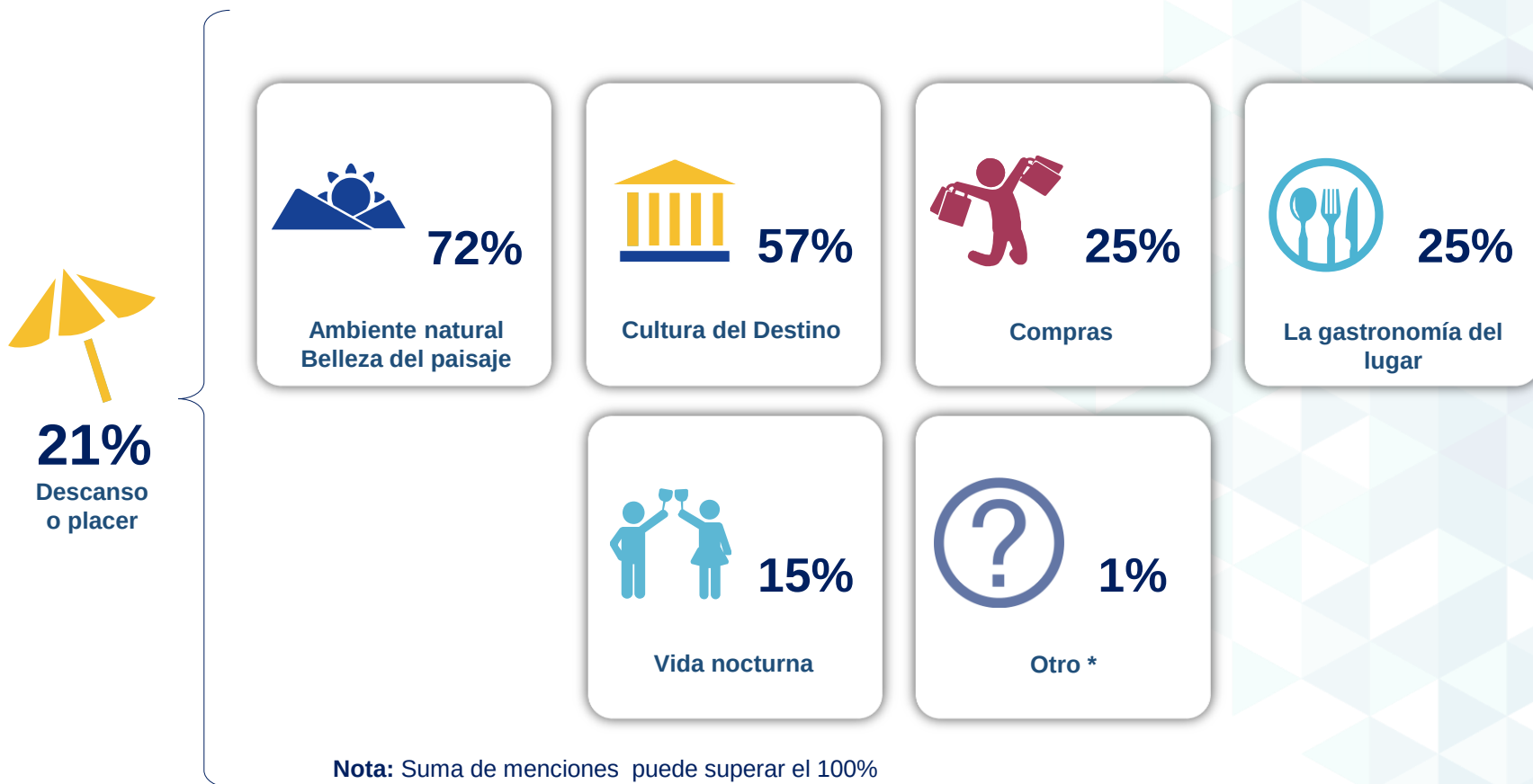
*Otro 2015: Feria, para conocer.

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

*En el caso de 0%, a pesar de no alcanzar puntos porcentuales, cuenta con menciones.



¿Cuál de las siguientes razones motivó más su visita de descanso o placer a este destino?



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

*Otro 2015: Ambiente tranquilo 1%

Estatad



Compras



Descanso / Vacaciones



Visita a Familiares



Trabajo / Negocios



Evento gastronómico

Nacional



Visita a Familiares



Trabajo / Negocios



Descanso / Vacaciones



Congreso / Exposición



Evento gastronómico

Internacional



Visita a Familiares



Descanso / Vacaciones



Trabajo / Negocios



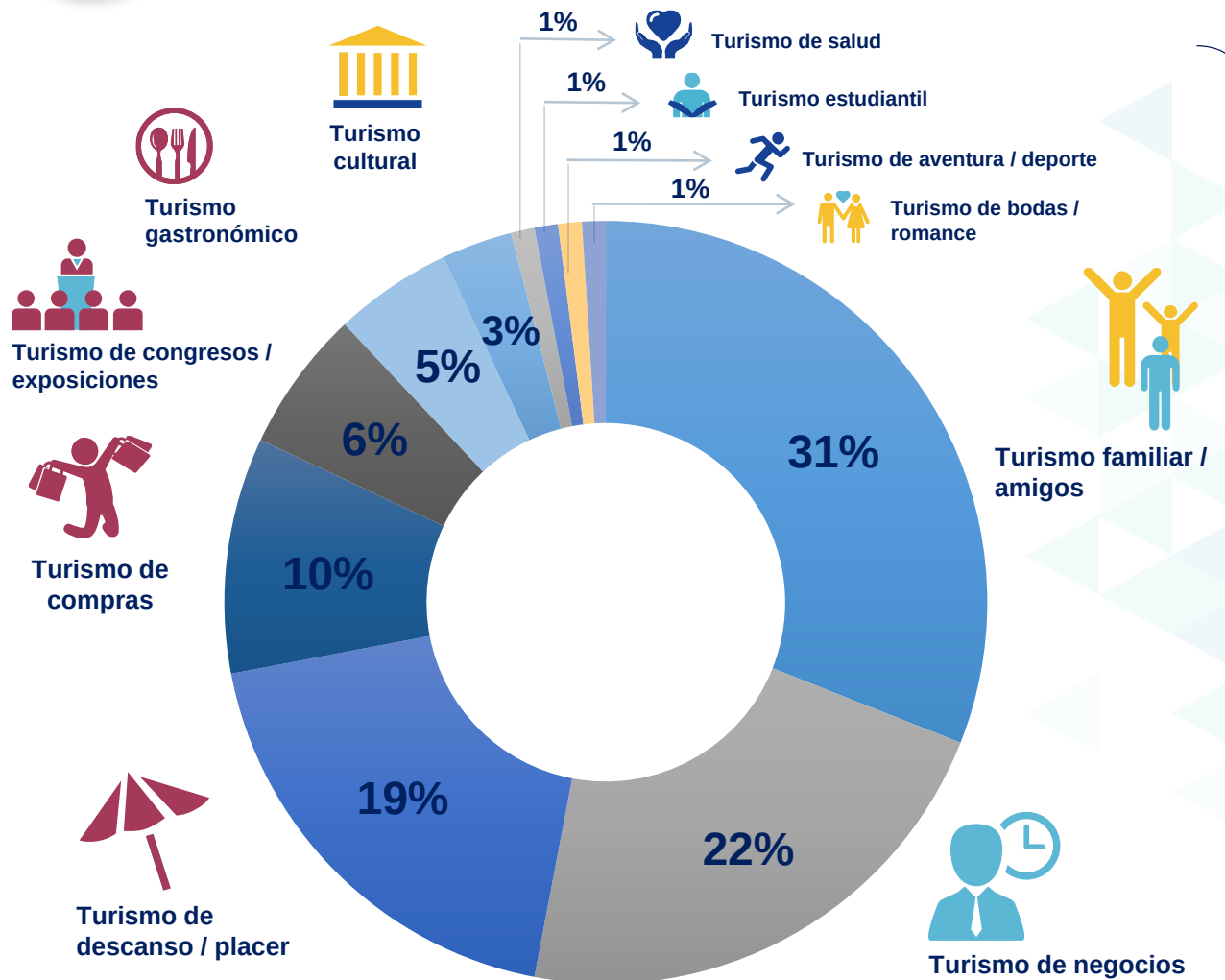
Evento social



Compras

Planeación de viaje

Segmentos de Visitantes



Estos segmentos se identificaron a partir del cruce de variables de motivo de viaje, motivo de placer/descanso y tipo de evento al que asistió.

*El segmento religioso, a pesar de no alcanzar puntos porcentuales, cuenta con menciones.

Durante su visita a este destino ¿Qué actividades realizó o planea realizar?

En promedio los visitantes de **Celaya** realizan de **1 a 2** actividades durante su visita al destino.

Otro*
0%

*Otro 2015: Conocer el lugar.

16% **Ninguno**

1% **Vida nocturna**

Atractivos culturales 58%

Centro histórico /
Zona centro
Iglesias, templos y
parroquias
Parques y jardines

Comer / cenar 49%

Compras 21%

Zona centro
Mercado / Tianguis
Establecimiento
comercial / Tiendas
comerciales

Recorridos turísticos 2%

Nota: Suma de menciones por lo que puede superar el 100%

*En el caso de 0%, a pesar de no alcanzar puntos porcentuales, cuenta con menciones.

Planeación de viaje

Distribución del visitante por tipo de hospedaje

26%



Casa
familiares /
Amigos

21%



Hotel

5%



Vivienda
rentada

1%



Vivienda
propia

47%



Excursionista

¿Hizo reservación?

Sí

59%



No

41%

¿Medio de reservación?

59%



Teléfono

26%



Internet

7%



Organizador
de eventos

2%



Agencia de
viajes

6%

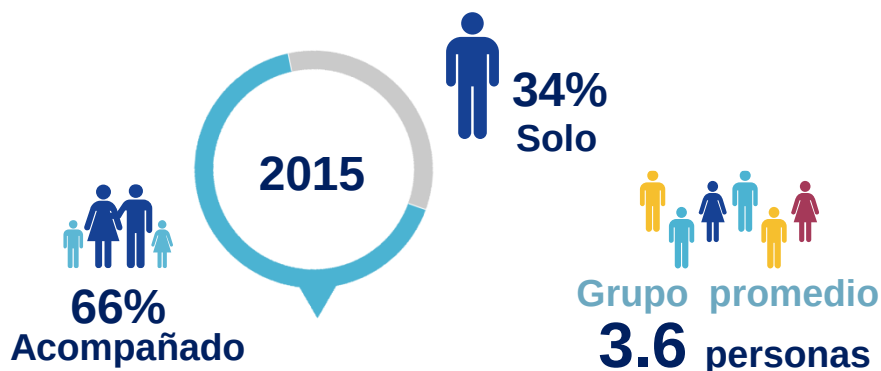


Otro*

*Otro 2015: Por la empresa.



¿Con quién viaja / visita este destino?



Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de:
Min – 2 personas y Max – 20 personas



Sólo adultos **46%**



Mayores de edad y menores de 12 años **27%**



Adultos, adolescentes y menores de 12 años **14%**



Mayores de edad y adolescentes **13%**

Acompañado por...

54%



Familia

24%



Pareja

13%



Hijos

5%



Amigos

3%



Gente del trabajo

1%



Compañeros de escuela

¿Considera que Celaya cuenta con actividades y servicios para....?

Sí



FAMILIAS

95%



JÓVENES

92%

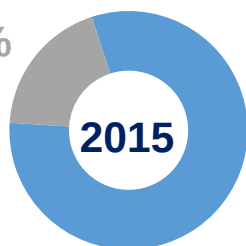


NIÑOS

96%

¿Visitó o visitará otras
ciudades o destinos
durante su viaje?

Sí
19%



No
81%

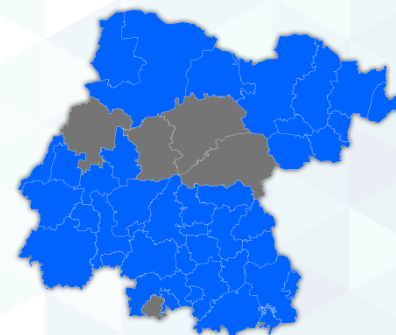
Top 5

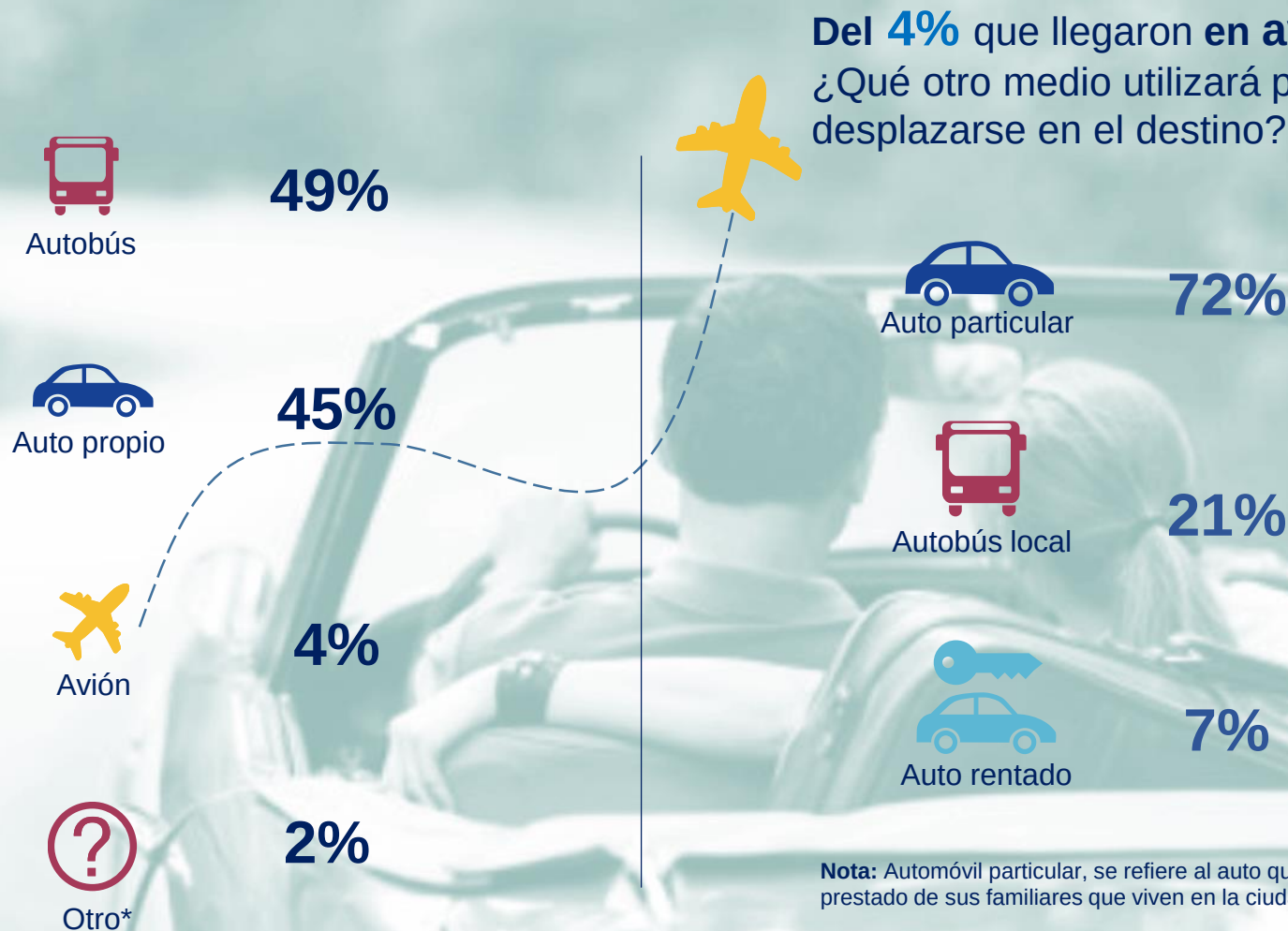
Dentro de Guanajuato

San Miguel de Allende	28%
Guanajuato	25%
León	11%
Dolores Hidalgo	8%
Moroleón	4%

Fuera de Guanajuato

Querétaro	40%
Ciudad de México	11%
Morelia	8%
Toluca	8%
Guadalajara	6%





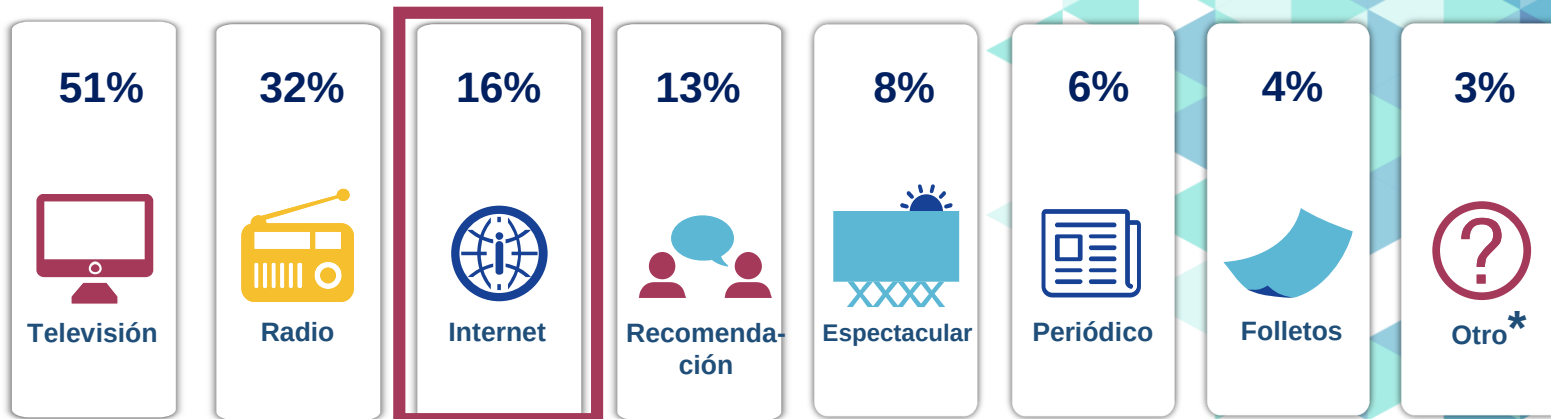
Nota: Automóvil particular, se refiere al auto que toman prestado de sus familiares que viven en la ciudad.

*Otro 2015: Auto de la empresa, moto, taxi, tráiler.

En los últimos 12 meses, ¿ha visto o escuchado información sobre Celaya?



¿En qué medios escuchó o vio información sobre este destino turístico?



*Otro 2015: Autobuses / Avión, en una expo / evento.

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

16%



Internet

100%



Redes Sociales

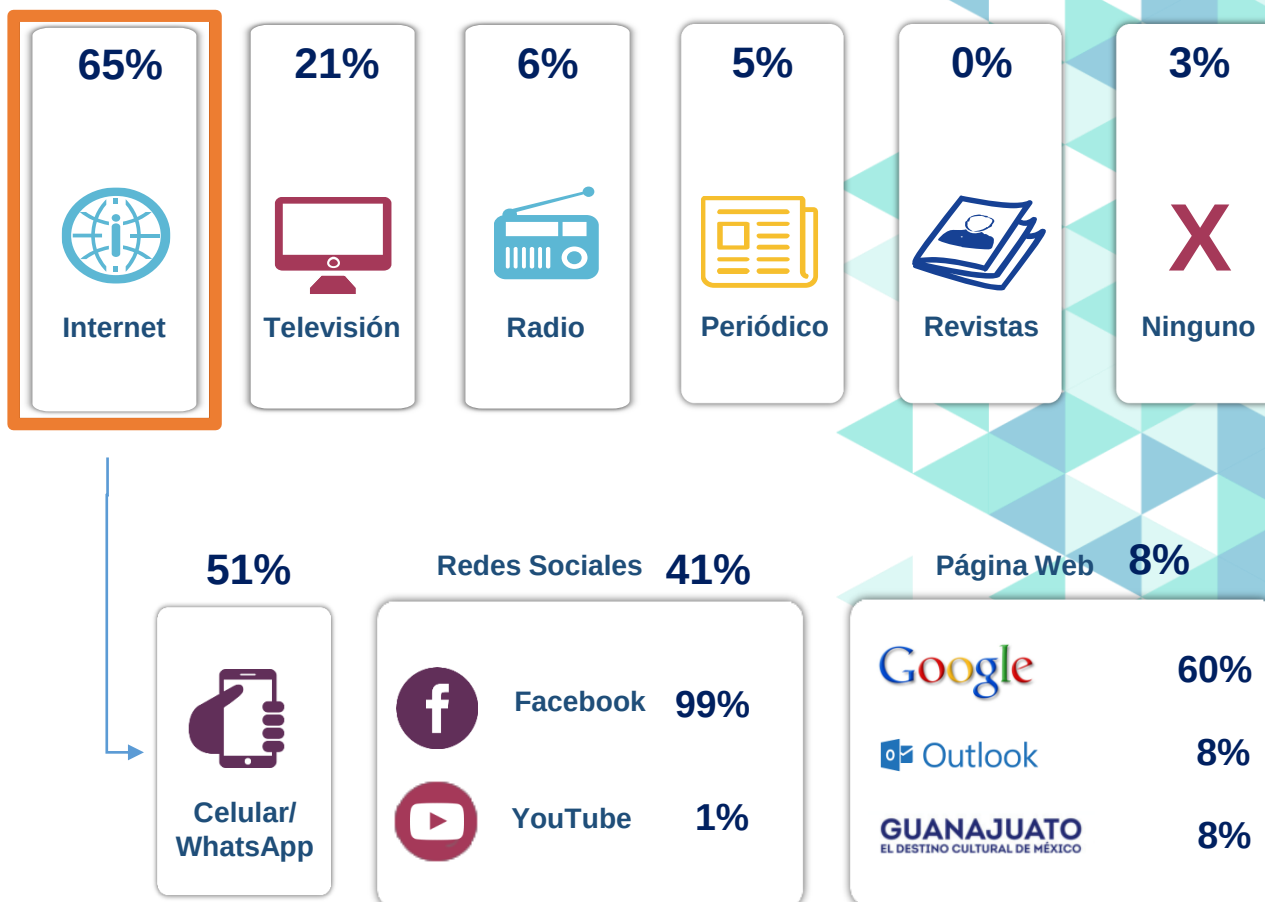
Redes Sociales



Facebook **100%**



¿Cuál es su medio de comunicación favorito?



*En el caso de 0%, a pesar de no alcanzar puntos porcentuales, cuenta con menciones.



90%

TV abierta



55%



27%



6%



10%

TV de paga



30%



14%

FOX 14%

Radio



Él y Ella

32%



La Comadre

22%



Exa FM

11%

Periódico



32%



10%



10%

Destino	Índice
León	8.2
Irapuato	7.8
Salamanca	7.6

Índice Promedio Global

7.8



8.4

Los servicios de los guías de turistas



8.1

Información turística proporcionada por los residentes



8.1

La hospitalidad de los residentes



8.0

Calidad del servicio recibido



8.0

Imagen que se lleva del destino



7.9

La conservación de los atractivos culturales



7.9

Experiencia de viaje en el destino



7.9

Disponibilidad de información de servicios de auxilio



7.9

La relación calidad / precio en el destino



7.8

Señalética de la ciudad



7.8

Disponibilidad de información turística



7.8

Trato personal de tránsito, policía en auxiliarle



7.8

La calidad de atractivos turísticos



7.7

La variedad de atractivos turísticos



7.7

Estacionamientos



7.5

La limpieza en las calles y áreas públicas



7.5

Transporte público local



7.3

Percepción de seguridad

Nota: Promedio calculado bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6)
Índice calculado según metodología SECTUR



Destino	Índice
León	8.1
Irapuato	8.0
Salamanca	7.9

**Índice Promedio
General 7.9**



Estancia en
lugar de
hospedaje

8.3



Instalaciones
Terminal de
autobuses

8.2



Transporte
para llegar al
destino

8.0



Precios de
lugares de
hospedaje

8.0



Accesos a la
ciudad

7.9



Establecimientos
de alimentos y
bebidas

7.8



Infraestructura
Señales
carreteras

7.8



Precios de
alimentos y
bebidas

7.8



Aeropuerto

7.3

Nota: Promedio calculado bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6)
Índice calculado según metodología SECTUR

¿Qué tan probable es que usted vuelva a visitar este destino?



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



Gasto y Estadía de viaje

Gasto por tipo de hospedaje por día



Hotel

\$1,332.06



Vivienda propia

\$337.68



Casa familiares /
Amigos

\$682.69



Excursionista

\$1,196.58



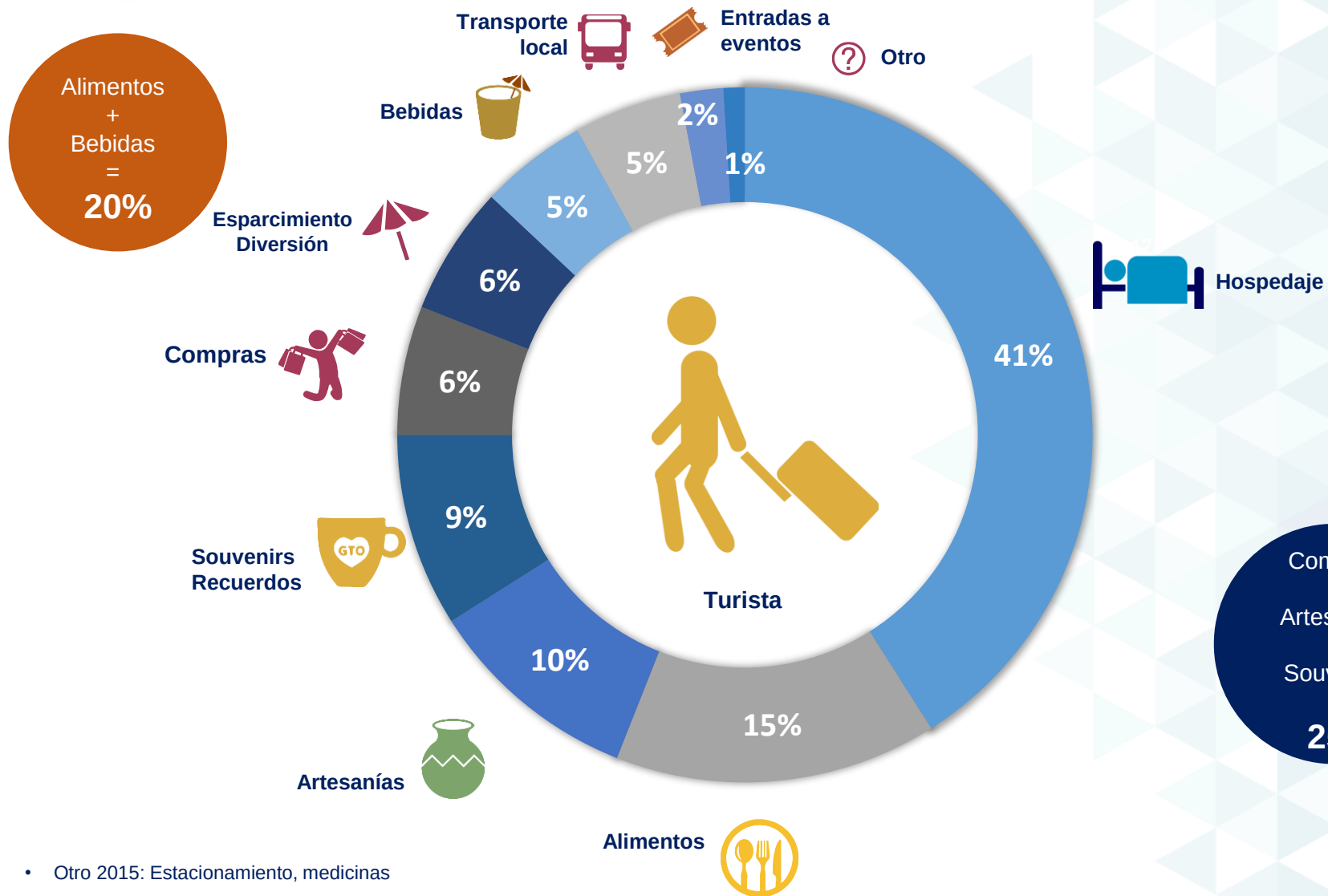
Vivienda rentada

\$370.61



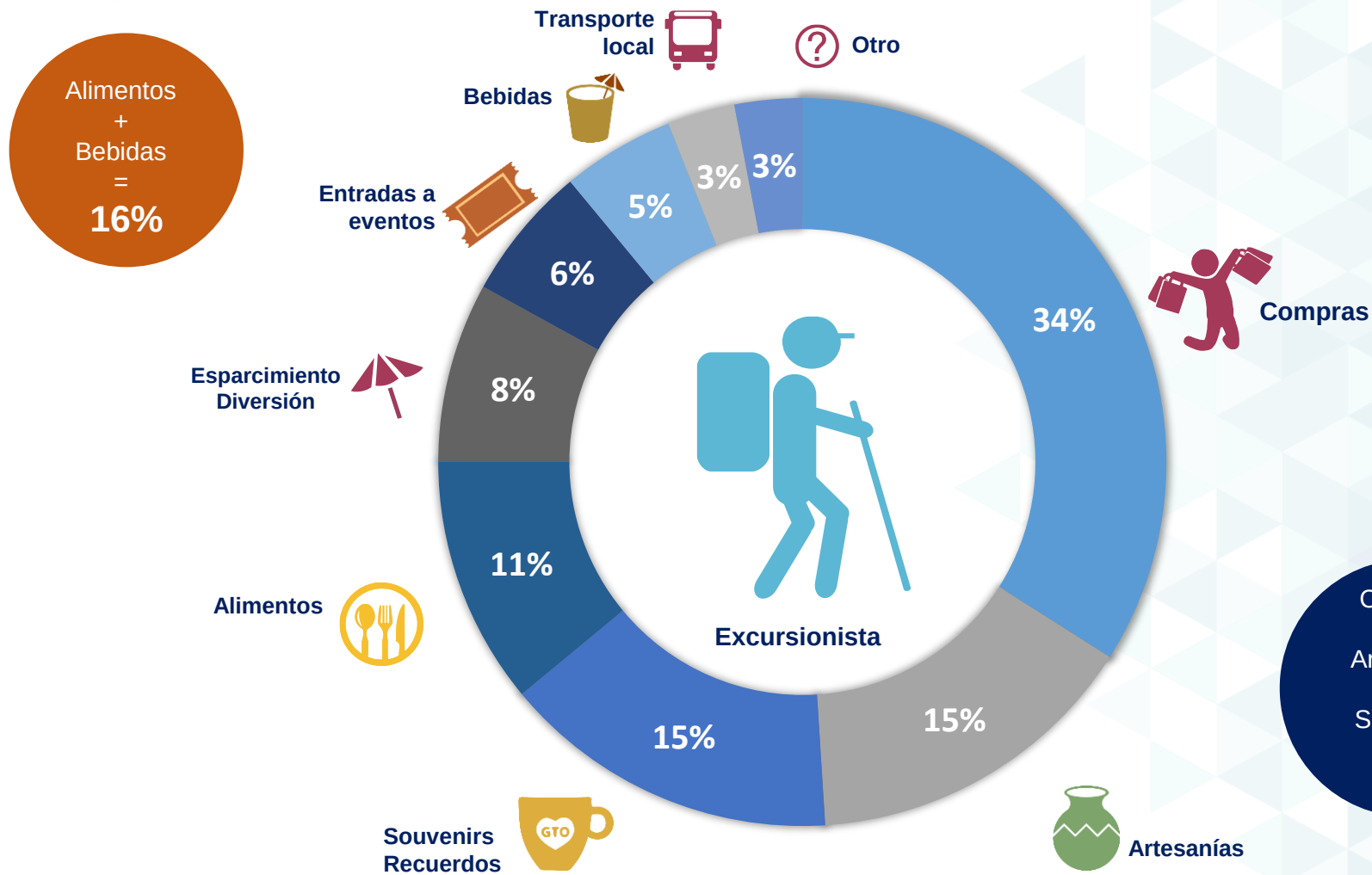
Gasto y Estadía de viaje

Distribución del gasto del Turista



Gasto y Estadía de viaje

Distribución del gasto del Excursionista



• Otro 2015: Estacionamiento, medicinas

MIX DE IDEAS

EXPERIENCIA

Acercamiento a la Cámara Japonesa de Comercio e Industria de México para promover calendario mensual de actividades turísticas (tours, cenas, etc..)

Campaña de fusión de culturas dirigida a los celayenses, acerca de las tradiciones valores de los japoneses.

Señalética turística en al menos un segundo idioma

Generar productos turísticos para viajeros "solitarios"

SEGMENTOS

Fortalecer el segmento de compras a través de una campaña promocional del queso de cabra y cajeta.

Generar promociones cruzadas con otros destinos para el segmento de negocios.

Enfocar estrategias para segmentos pet friendly y familiar.

PROMOCIÓN

Creación de página oficial de promoción turística de Celaya, no del Consejo como tal.

Anticipación de las campañas de promoción para mayor recordación y posicionamiento.

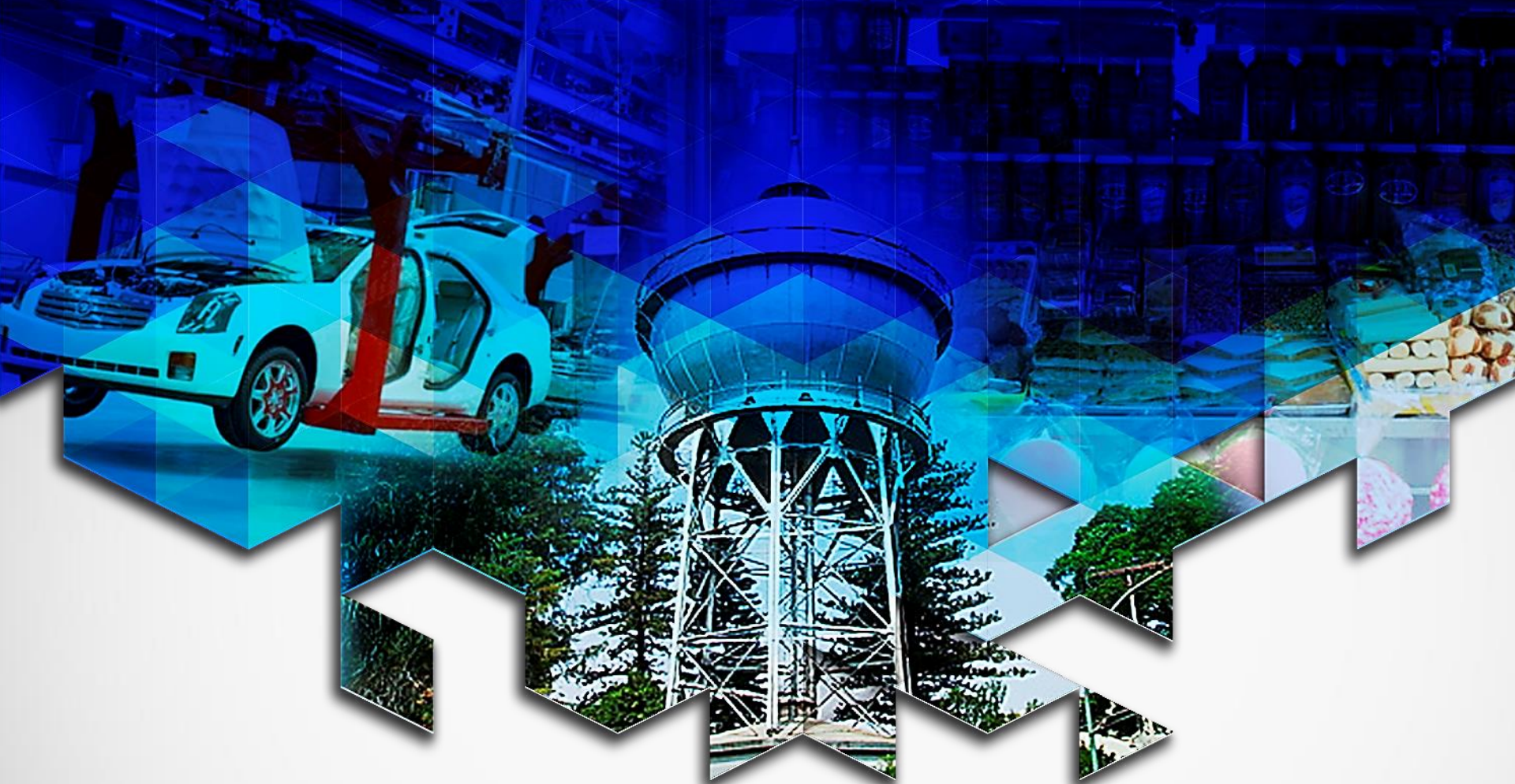
Mostrar un contenido en redes enfocado a experiencias.

Facilitar la compra online. (Facebook y sitio web)

Descuentos en hoteles para impulsar la pernocta en eventos de Semana Santa.

Capitalizar el slogan "Celaya un dulce punto de encuentro" con estrategias cruzadas entre productores de cajeta/ dulce y prestadores de servicios.

Aprovechar las pantallas de autobuses y central camionera para promoción del destino, eventos, etc..



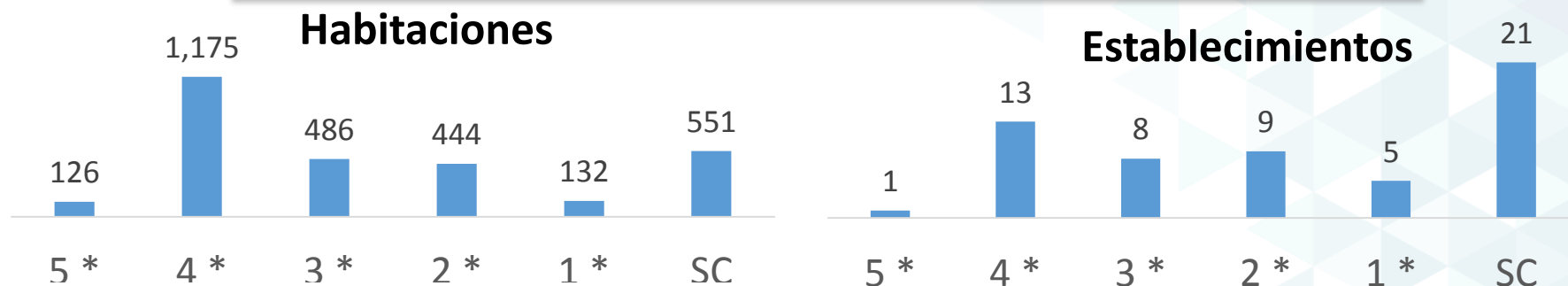
Indicadores de la actividad turística **Celaya** 2015

Inventario de Hospedaje

Cierre 2015



Categoría	Hoteles	Habitaciones
5*	1	126
4*	13	1,175
3*	8	486
2*	9	444
1*	5	132
1 a 5*	36	2,363
Sin clasificar	21	551
1 a 5* +SC	57	2,914



Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información. Inventario de Hospedaje al cierre 2015

	Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	57
	Habitaciones (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	2,914
	Alimentos y Bebidas	135
	Centros de Convenciones Salones y Recintos	29
	Agencias de viaje	62
	Campos de Golf	2
	Empresas Arrendadoras	0
	Auxilio Turístico	9
	Spas	9
	Atractivos, Recreación y Deporte	53
	Balnearios	6
	Guías de Turistas	1
	Transportadoras Turísticas	15

Fuente: SecturGuanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información. Registro Estatal de Turismo

Nota: Actualizado a Diciembre 2015.



Se invirtieron:

\$ 393 millones de pesos

En:



Hoteles



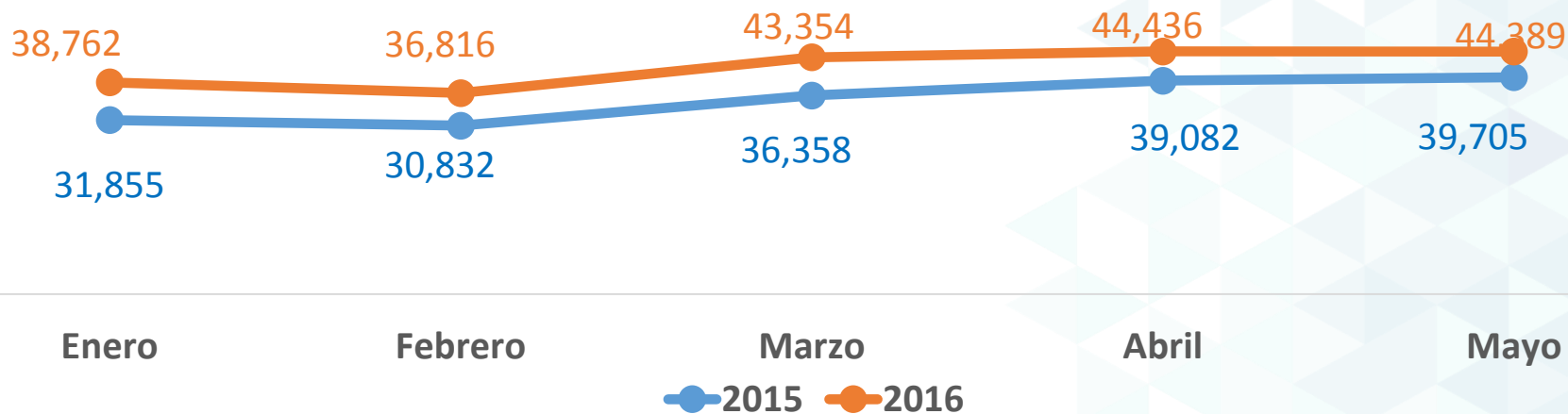
Establecimientos
de Alimentos y
Bebidas



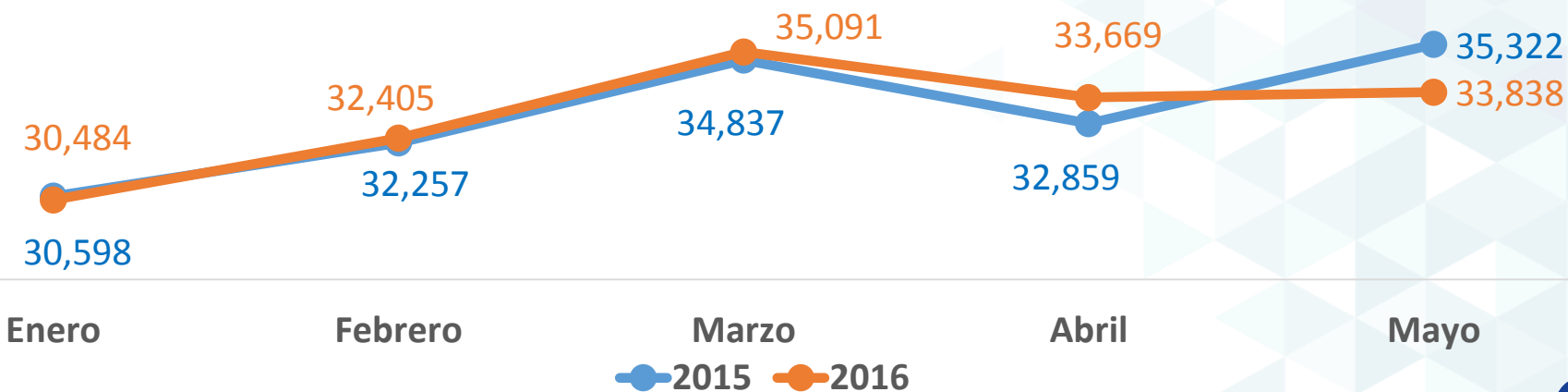
Agencias de
Viajes



Llegada de turistas



Cuartos Ocupados



Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información. Datatur.



	Celaya 2015		
	Visitantes		
Categoría	Celaya	Estado	Proporción Celaya / Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	461,161	4,213,325	11%
Turistas en otros establecimientos comerciales	116,022	2,070,997	6%
Turistas en establecimientos no comerciales	615,003	5,185,323	12%
Excursionistas	1,038,432	11,190,287	9%
Totales	2,230,619	22,659,932	10%
Derrama Económica Estimada			
Categoría	Celaya	Estado	Proporción Celaya / Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	\$833,929,974	\$11,099,686,131	8%
Turistas en otros establecimientos comerciales	\$494,488,341	\$12,786,414,576	4%
Turistas en establecimientos no comerciales	\$2,830,329,426	\$30,444,777,068	9%
Excursionistas	\$1,242,563,778	\$19,873,542,879	6%
Totales	\$5,401,311,520	\$74,204,420,655	7%



Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal Posada, Casa rentada, Campamentos y Otros.
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.

Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información. Sector- Datatur, Estudio del Perfil del Visitante 2015





Contacto

Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,

Director General de Planeación
rcardenas@guanajuato.gob.mx

Mtra. Claudia Ávalos Betancourt,

Directora de Información y Análisis
cavalosb@guanajuato.gob.mx



Lic. Irazema Álvarez Pérez,
Coordinadora de Estadística e Información
ialvarezp@guanajuato.gob.mx

Mtra. Adriana Jardón Salazar,
Jefe de Investigación y Análisis de Mercado
ajardon@guanajuato.gob.mx

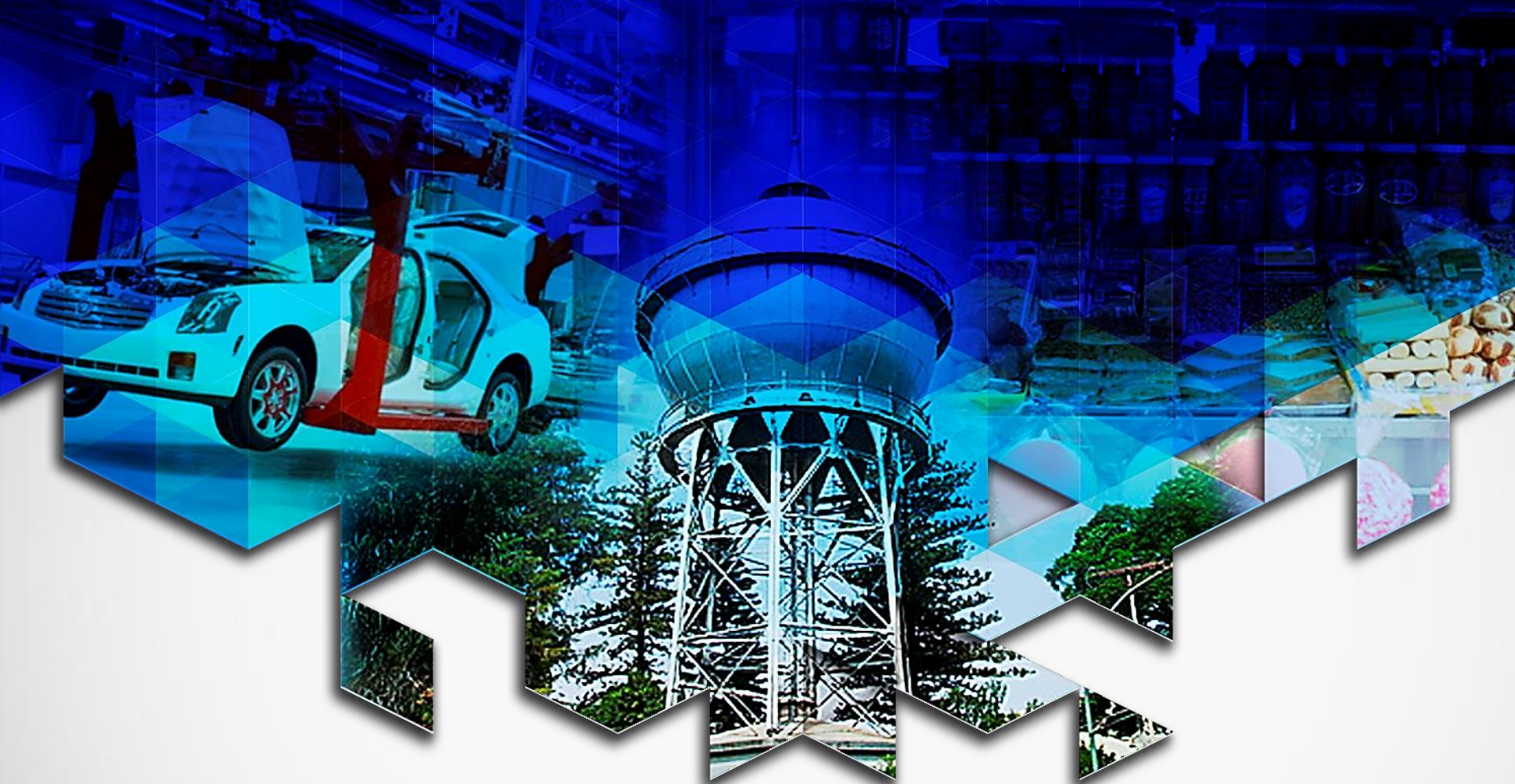
Mtra. Rosario Álvarez Macías,
Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis
malvarezm@guanajuato.gob.mx

Lic. Sarahí Martínez Hernández,
Asistente de Codificación y Captura
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



Perfil del Visitante **Celaya 2015**