



Actividad Turística y Perfil del Visitante 2010

Celaya 2010



Indicadores de la Actividad Turística en Celaya



Estudio del Perfil del Visitante a Celaya

- 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

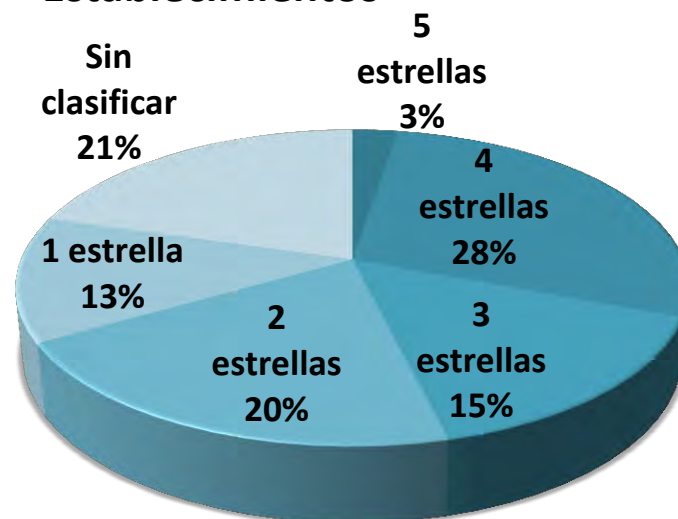
- Visitante Promedio

Indicadores de la Actividad Turística en la ciudad de Celaya

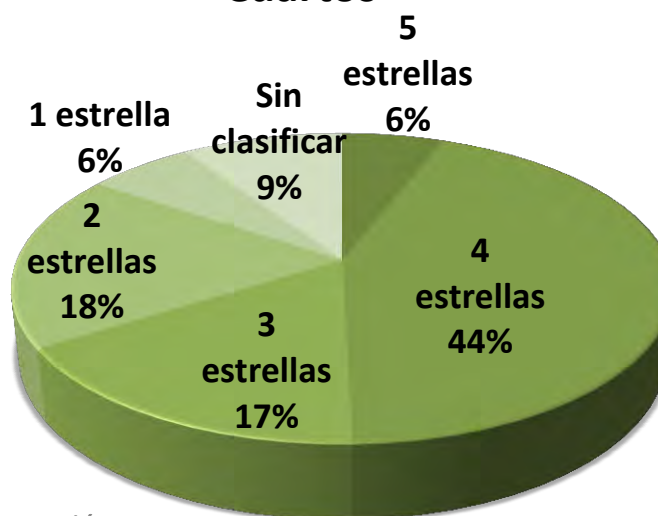
Inventario de Servicios Turísticos	
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	39
Alimentos y bebidas	177
Balnearios	4
Campos de golf	3
Agencias de viaje	42
Empresas arrendadoras de automóviles	4
Centros de congresos y convenciones	20
Transportadoras turísticas	28

Fuente: Sedetur - Actualización mayo 2011

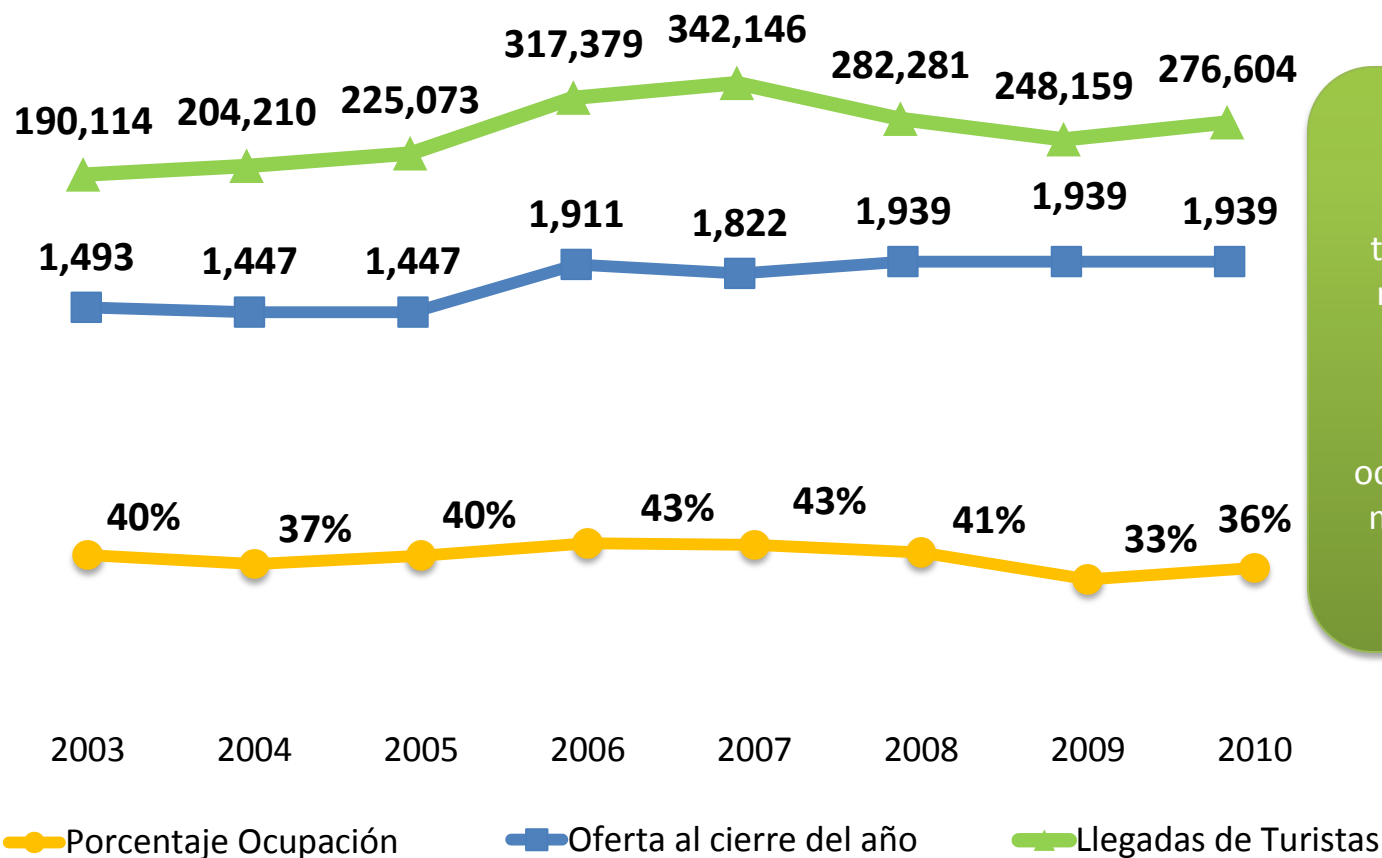
Establecimientos



Cuartos

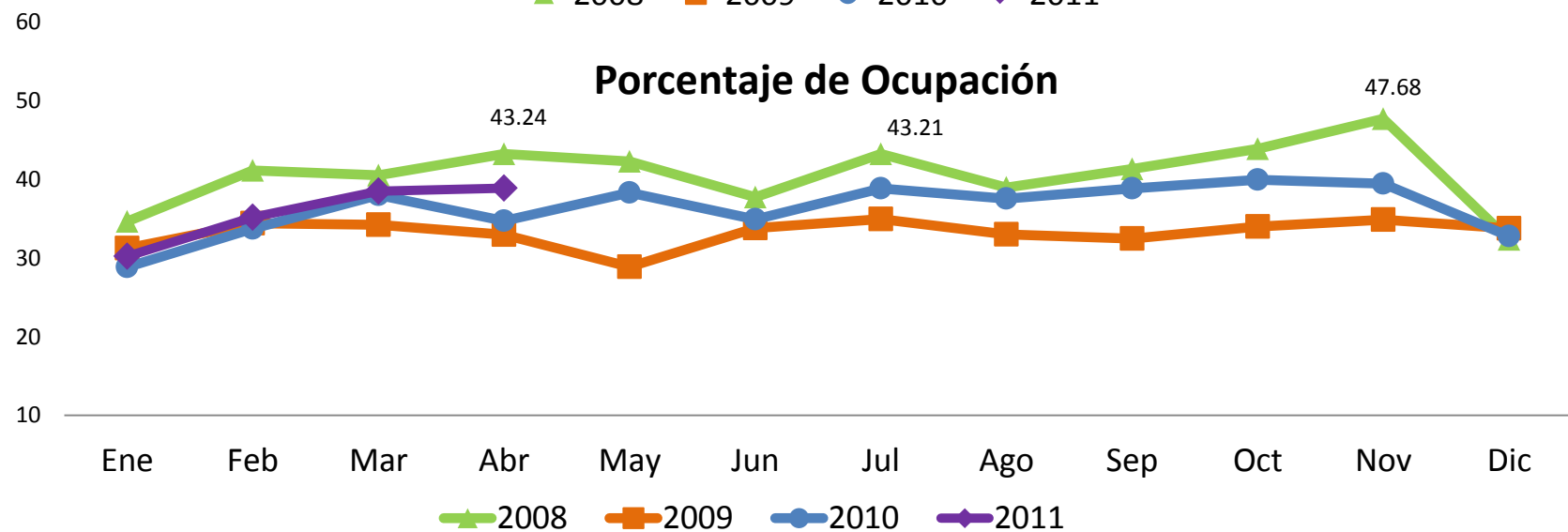
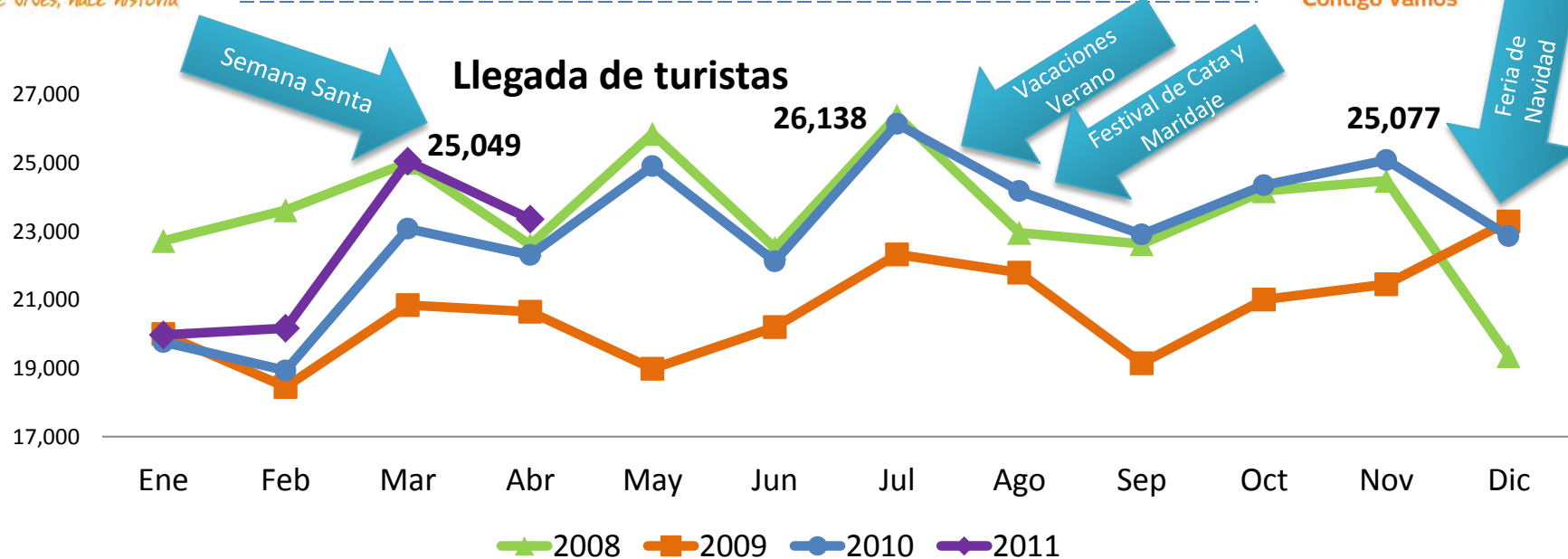


Indicadores Turísticos Celaya 2003-2010

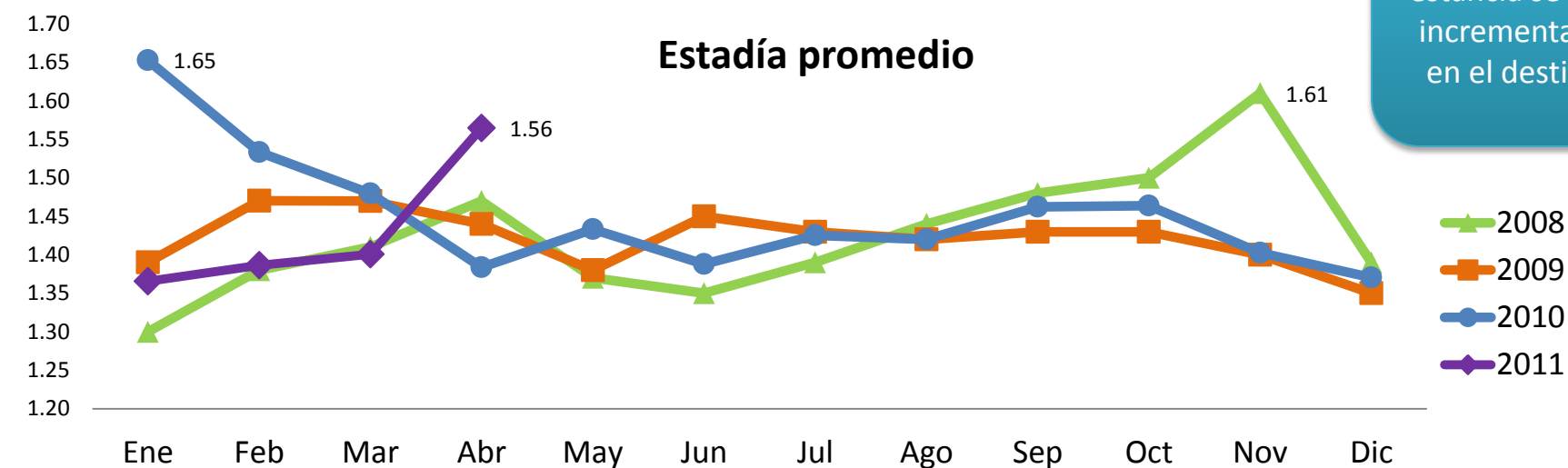
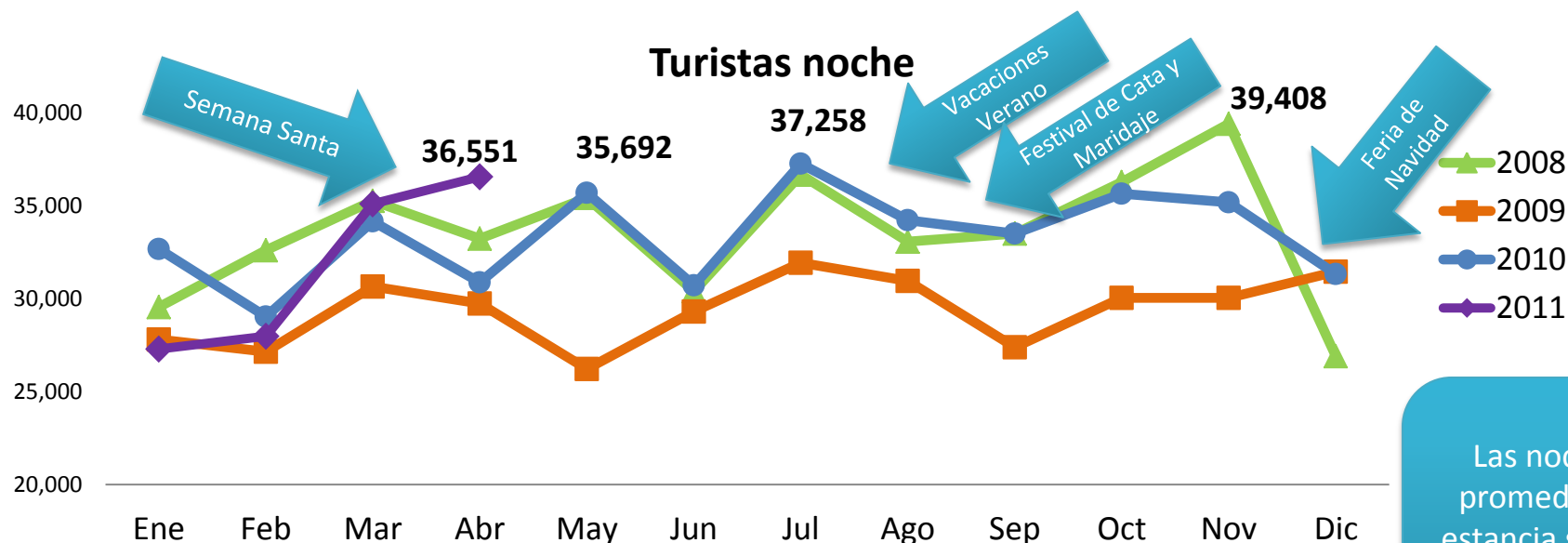


Los indicadores tienen una fuerte relación entre sí. La llegada de turistas y el porcentaje de ocupación siguen la misma tendencia.

TENDENCIAS DE LOS INDICADORES DE HOSPEDAJE



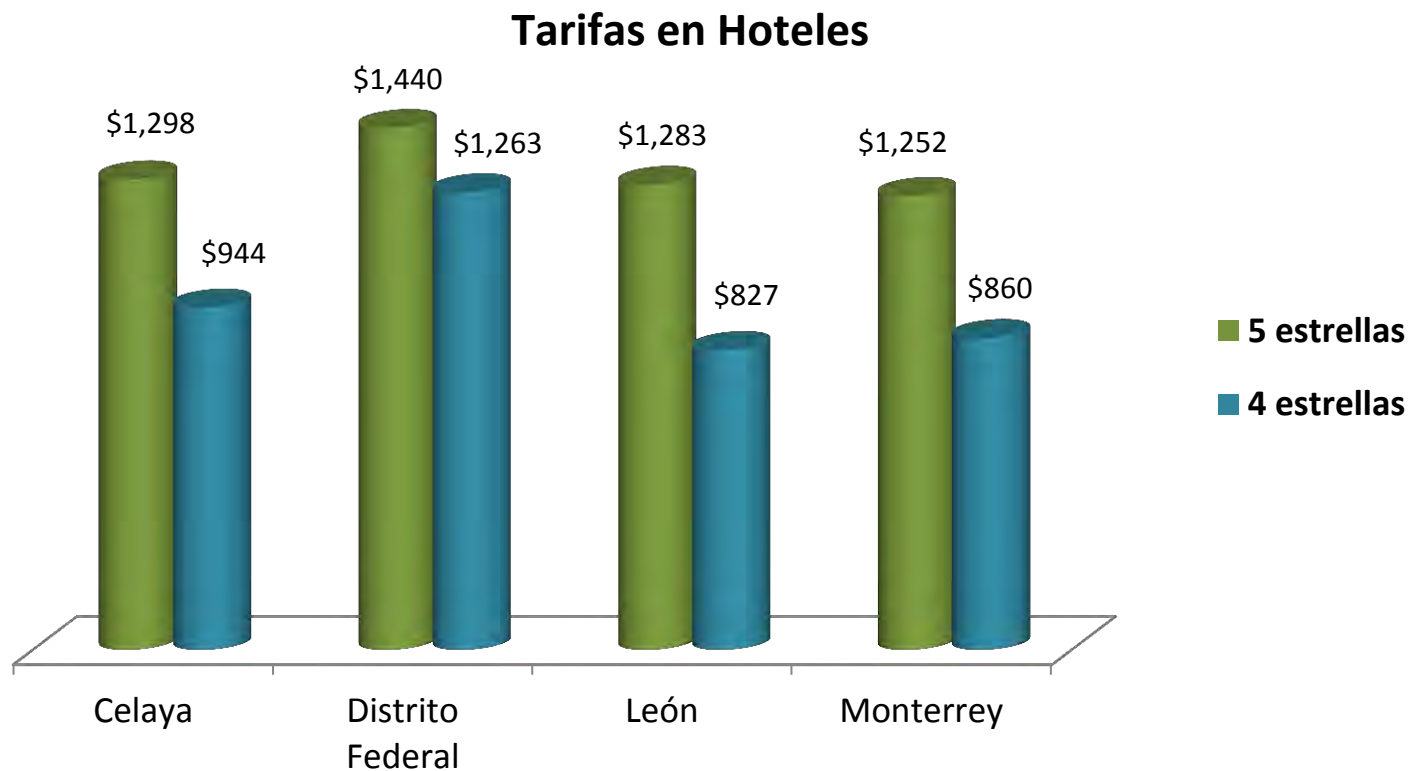
TENDENCIAS DE LOS INDICADORES DE HOSPEDAJE



Las noches promedio de estancia se han incrementado en el destino

Tarifas en Hoteles				
Categoría	Celaya	Distrito Federal	León	Monterrey
5 estrellas	\$1,298	\$1,440	\$1,283	\$1,252
4 estrellas	\$944	\$1,263	\$827	\$860

Fuente: Sondeo realizado mayo 2011



Inversión privada registrada 2010
7 agencias de viaje
1 transportadora turística
\$ 1 millón 680 mil pesos



Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	2,140
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	91 %
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2010	276,604
Porcentaje de Ocupación promedio 2010	36%
Porcentajes de ocupación más altos	Mayo, julio, agosto, octubre y noviembre
Estadía promedio	1.45



Estudio del Perfil del Visitante a la Ciudad de Celaya

Tipo de entrevista

Cara a cara

Muestra:

Total entrevistas efectivas 383; levantadas en **Celaya**, con un nivel de confianza del 95% y error del $\pm 5\%$

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 mismo.

Fecha de
levantamiento

Del 10 de julio 2010 al 09 de enero 2011
Levantamiento y Captura: Universidad de
Celaya

LUGAR DEL LEVANTAMIENTO

- ✓ Casa de la Cultura
- ✓ Centro Histórico
- ✓ Jardín Principal
- ✓ Casa del Diezmo
- ✓ Ruta de la Cajeta
- ✓ Zona Centro
- ✓ Museo de Celaya (Calzada Independencia)
- ✓ Centro Comercial Parque Celaya
- ✓ Módulo de Información, Tranvía
- ✓ Templo del Carmen
- ✓ Torre Hidráulica



En 2010 el 57% de los visitantes en Celaya fueron hombres, este hecho se debe a que la principal vocación de la ciudad son los negocios y actualmente este mercado es superado por los hombres.

Hubo un mayor número de excursionistas en 2010 (58%) en comparación con 2009, donde los turistas representaban el 59%, por lo que es importante seguir ofreciendo productos y servicios turísticos que fomenten la permanencia del visitante en la Ciudad.

Sexo del Visitante a Celaya



Mujer

43%

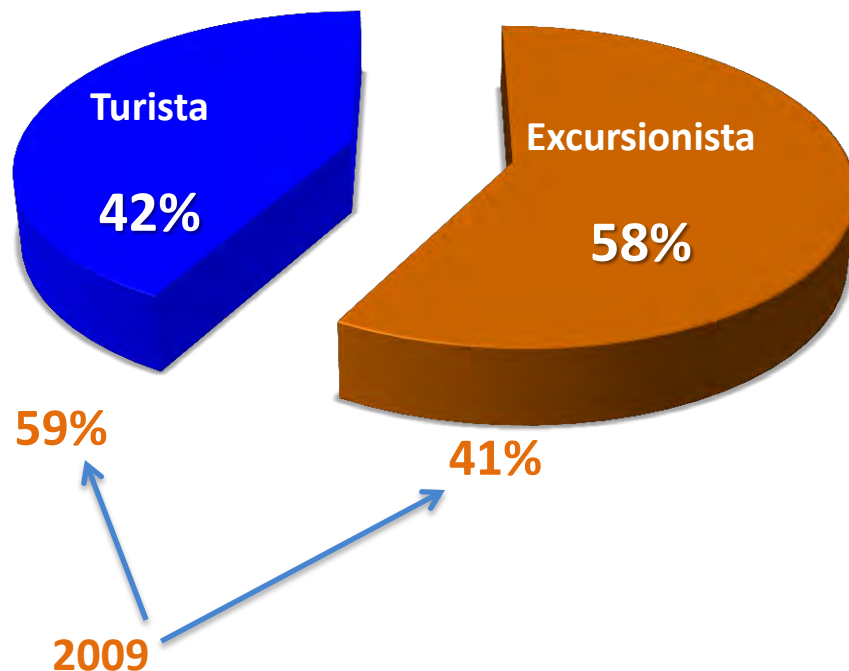
41%



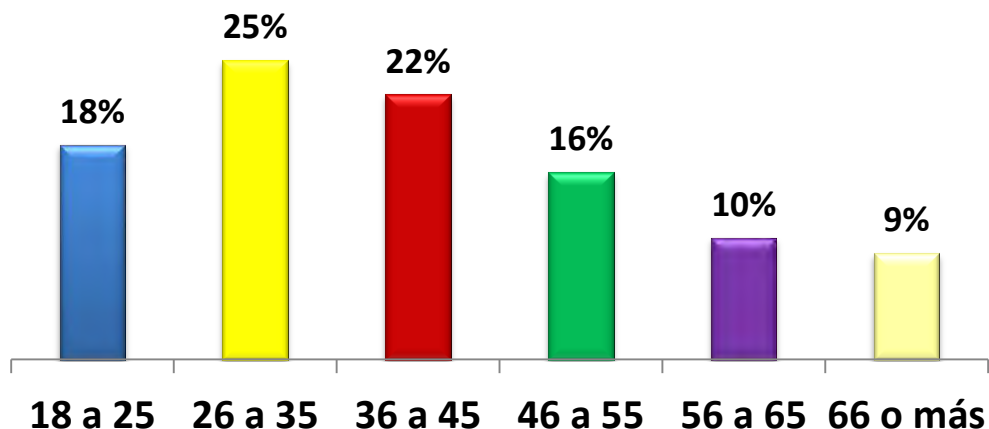
Hombre

57%

59% ← **2009**



Edad del Turista



En 2010 el 65% de los visitantes son adultos jóvenes de entre 18 a 45 años de edad, por lo que los productos turísticos se sugiere enfocarlos a este segmento, sin descuidar al segmento de los adultos y adultos mayores ya que representan un 35%.

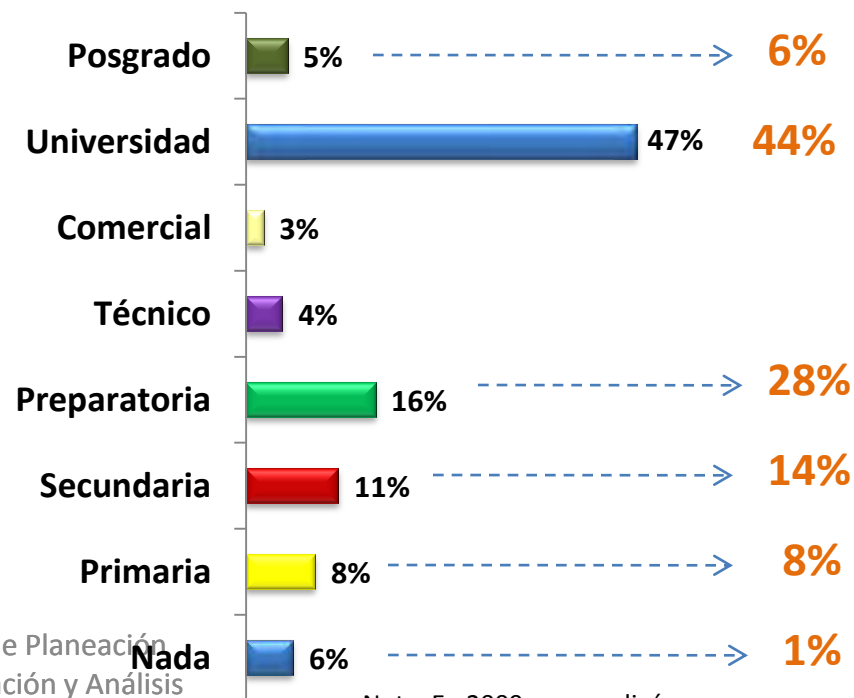


Edad promedio 2009: 34 años

Edad promedio 2010: 40 años

El 52% de los visitantes tienen grado de estudios de Universidad y posgrado que representa más de la mitad de los encuestados, seguido de la preparatoria indicando el alto nivel de preparación del visitante en la ciudad.

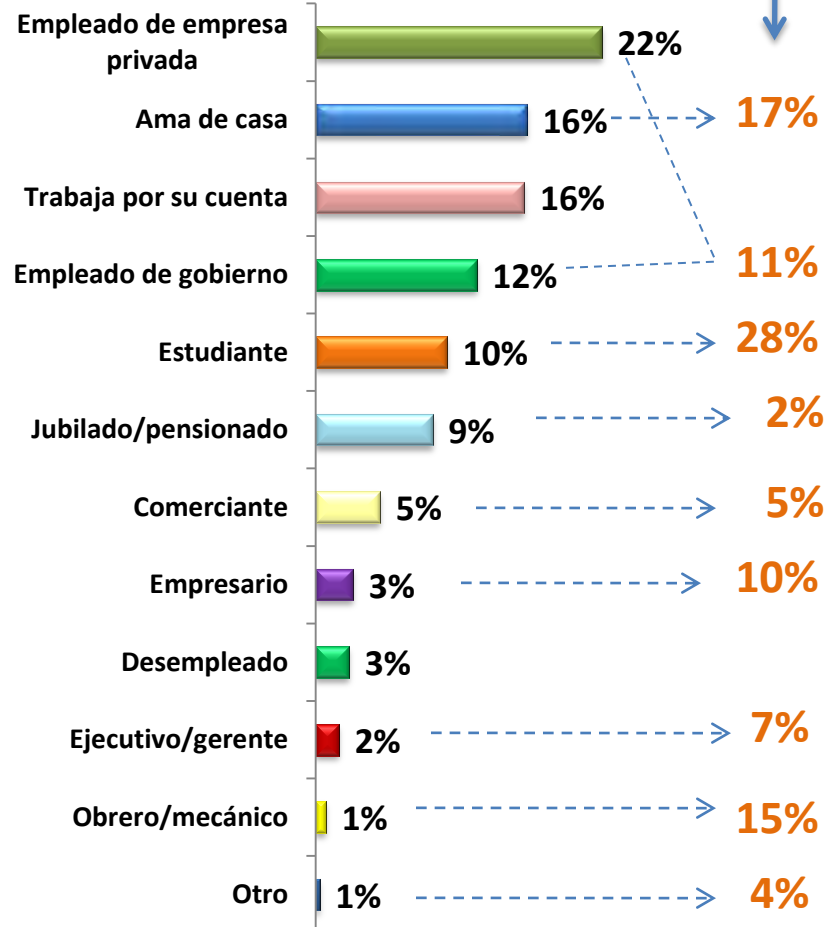
Grado de estudios 2008



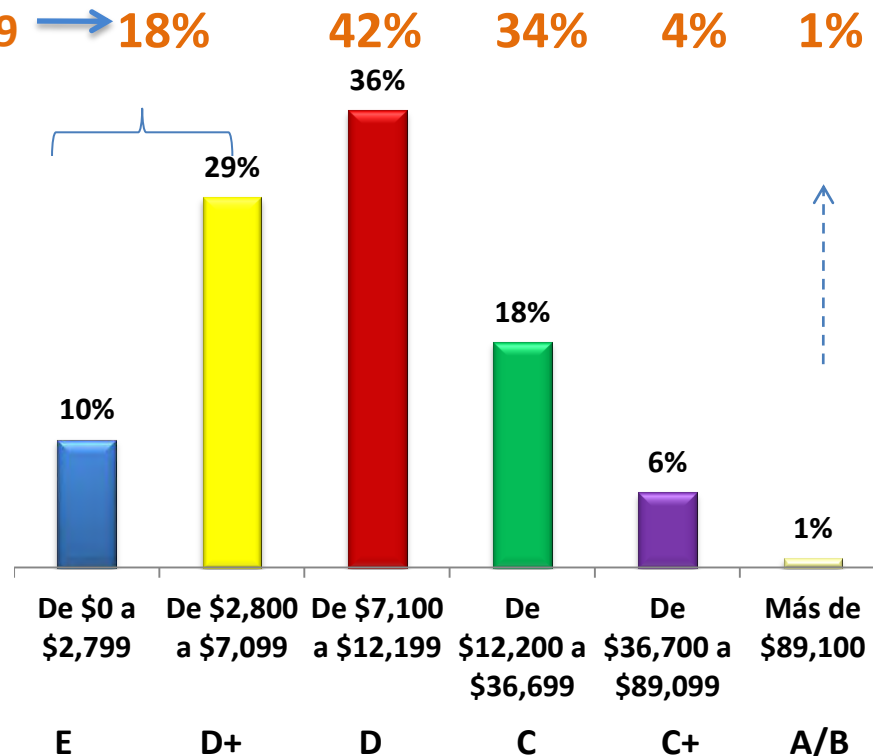
Ocupación

El 61% de los entrevistados son económicamente activos (empleados, comerciantes y empresarios), lo que nos indica que cuentan con recursos para planear algún viaje.

Nota: En 2009 no se aplicó



Ingresos Mensuales



El 83% de los entrevistados perciben mensualmente desde \$ 2,800 hasta \$36,699, ingreso similar al 2009, lo que indica que los visitantes tienen un nivel de socioeconómico favorable.

Concepto	Información Relevante
Hombres	57%
Mujeres	43%
Turistas	42%
Excursionistas	58%
Edad promedio	40 años
Escolaridad	Universidad
Ingresos Mensuales	De \$7,100 a \$12,199 (36%, NSE D)

Origen del Visitante



51%

49%



45%

47%



4%

4%



2009

El porcentaje de los visitantes internos en 2010 fue mayor que en 2009, los visitantes nacionales disminuyeron 2 puntos porcentuales, mientras que los visitantes extranjeros se mantuvieron igual que el año anterior (4%).

Origen del Estatal

Municipio	%
Comonfort	13%
Cortazar	11%
Salvatierra	9%
San Miguel de Allende	8%
Apaseo el Grande	7%
León	7%
Otros municipios de Guanajuato	46%

Origen del Visitante Internacional

Origen del Visitante Nacional

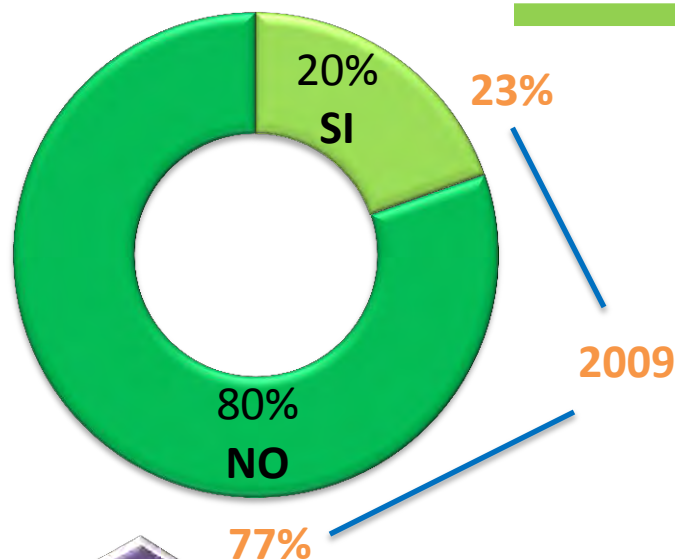
Estado	%
D.F. y Edo. Mex.	39%
Querétaro	17%
Jalisco	6%
Michoacán	4%
San Luis Potosí	4%
Otros estados	30%

País	%
E.E.U.U.	57%
Otros países	43%

Concepto	Información Relevante
Estatad	51%
Nacional	45%
Extranjero	4%
Principales Visitantes Estatales	Comonfort Cortazar Salvatierra
Principales Visitantes Nacionales	D.F y Estado de México Querétaro Jalisco
Principales Visitantes Internacionales	Estados Unidos

Movilidad del visitante y paquetes turísticos

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

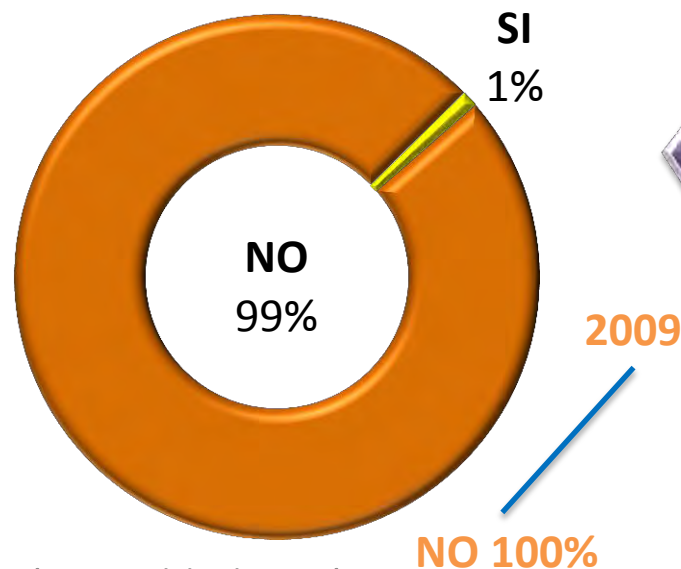


En 2010 un 20% de los viajeros visitó otras ciudades del estado de Guanajuato. Las principales ciudades fueron Guanajuato y San Miguel de Allende, lo que indica el agrado e interés por conocer otros destinos de Guanajuato.

Ciudades
Guanajuato
San Miguel de Allende
Querétaro
León

¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?

¿Su viaje forma parte de un paquete?



En el 2010 sólo el 1% de los visitantes viajaron a Celaya a través de un paquete, por lo que es fundamental seguir ofreciéndolos incluyendo otros destinos del Estado, con el fin de fomentar el turismo y provocar mayor estadía y derrama económica.

Distribución del visitante



HOTEL

14%



**CASA DE
FAMILIARES/AMIGOS**

25%



**CASA O DEPTO
RENTADO**

1%



CASA PROPIA

2%



EXCURSIONISTAS

58%

En 2010 la mayor parte de los visitantes fueron excursionistas. El lugar más concurrido de hospedaje fue la casa de familiares/amigos (25%), seguido del hotel con un 14%.

¿Con quién viaja en estos momentos?



Solo

33%

24%



Acompañado

67%

76%

← **2009**

Acompañantes	2009	2010
Familia	54%	55%
Amigos	18%	7%
Cónyuge/ Pareja	24%	34%
Gente relacionada con mi trabajo	4%	5%

El 55% de los viajes en 2010 fueron en familia, seguidos de los viajes en pareja, los viajes con amigos disminuyeron, mientras que los viajes relacionados con el trabajo aumentaron de 2009 a 2010, catalogándose Celaya como un destino importante 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	Variación
Número de adultos mayores de 18 años	2.85	2.33	-18.24%
Número de adolescentes entre 12 y 18 años	1.51	1.33	-11.92%
Número de niños menores de 12 años	1.61	1.50	-6.83%
Promedio Total de personas	3.67	2.96	-19.34%

La mayor parte de los visitantes en Celaya fueron adultos mayores de 18 años, es importante seguir ofertando actividades para adultos en general, pero también es necesario fomentar y promover actividades de diversión y recreación para los niños y adolescentes.

Medio de transporte utilizado para llegar a este destino

59%



Automóvil

38%



Camión

3%



Avión

52%

43%

4%

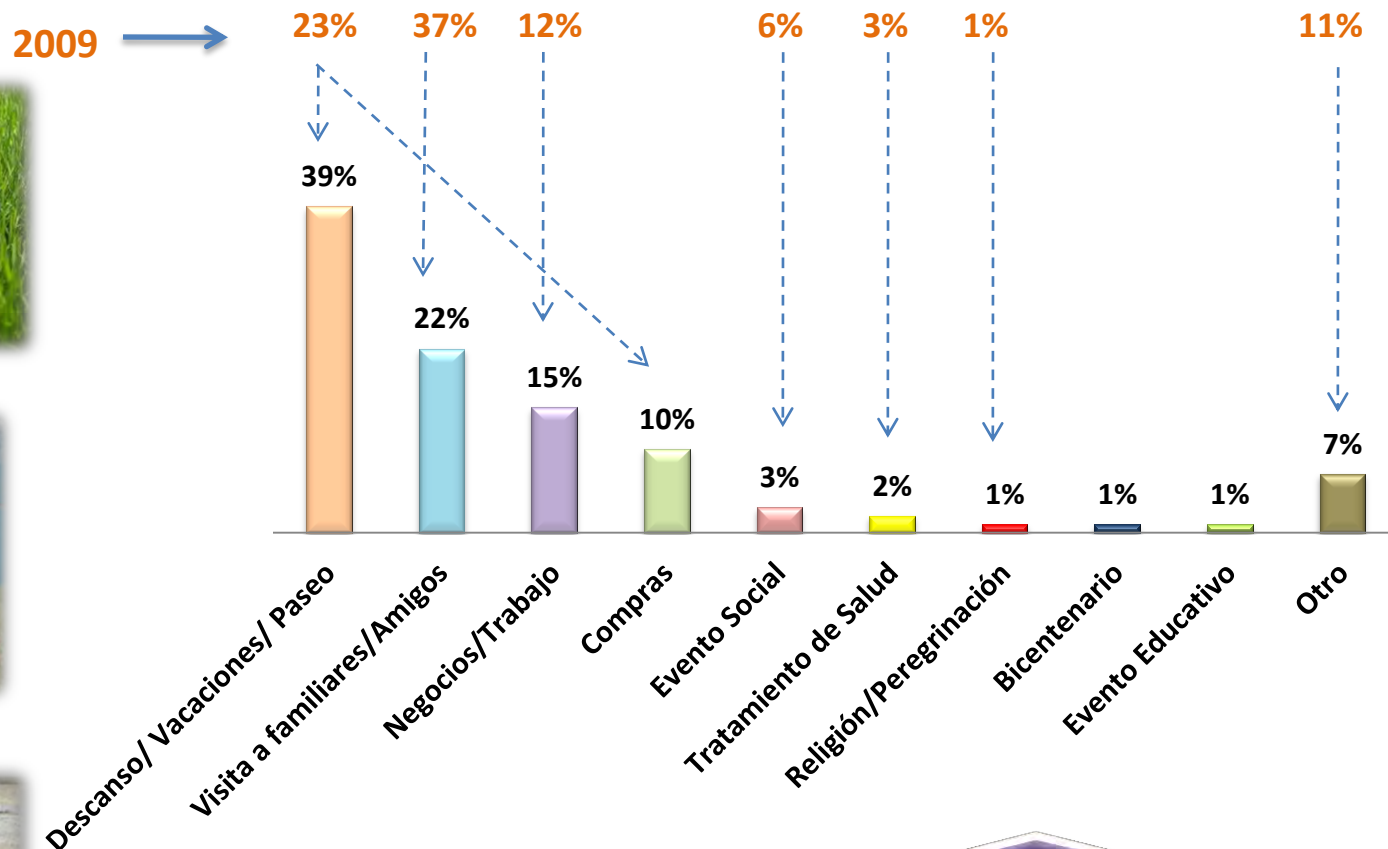
2009

Concepto	Información Relevante
¿Visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?	SI 20% NO 80%
¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?	Guanajuato San Miguel de Allende Querétaro León
¿El viaje forma parte de un paquete?	NO 99%
Principal opción de hospedaje	Casa de Familiares y Amigos
¿Con quién viaja en estos momentos?	Familia
Promedio de acompañantes	2.96 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?



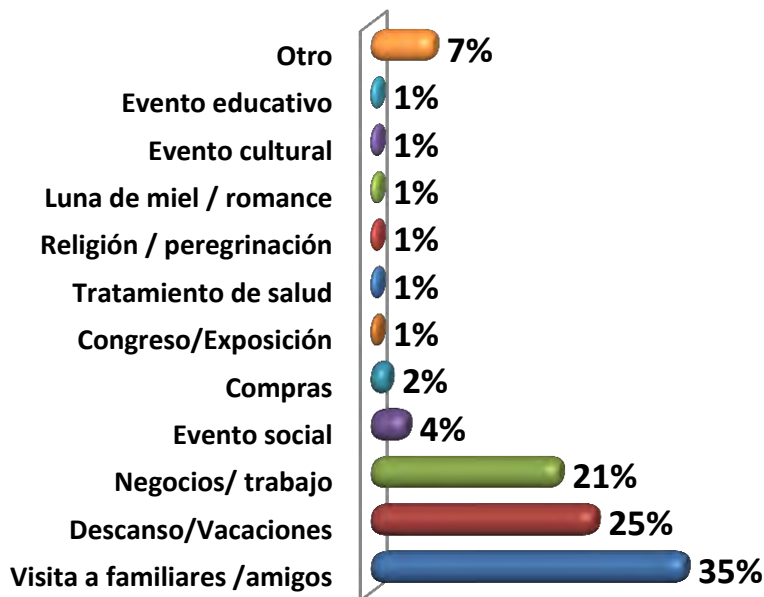
Podemos catalogar al destino como favorable para descansar, de recreación familiar y comercial.

MOTIVO DE VISITA

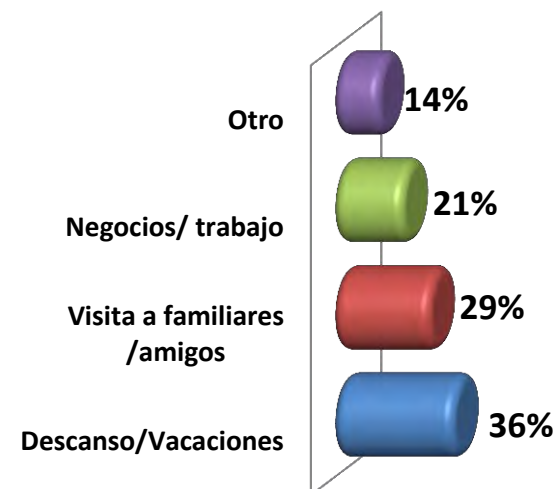
Motivo de visita (por mercado)

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

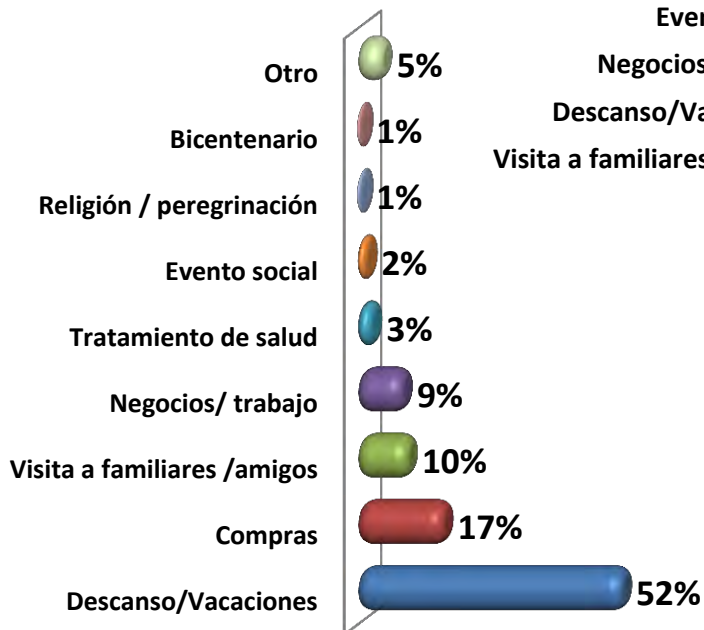
NACIONAL



INTERNACIONAL



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	Comonfort	52%	12%	0%	0%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%	24%	0%
	Cortazar	66%	5%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	5%	0%	5%	14%	0%
	Salvatierra	72%	5%	17%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	0%
	San Miguel de Allende	59%	0%	7%	0%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	7%	0%	20%	0%
	Apaseo el Grande	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	7%	0%	43%	0%
	León	23%	31%	31%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	15%	0%	0%	0%
Resto de destinos	Abasolo	50%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Acámbaro	20%	20%	20%	0%	0%	20%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	0%	0%
	Apaseo el Alto	57%	14%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	15%	0%	0%	14%	0%
	Celaya	60%	10%	10%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	10%	0%	10%	0%
	Guanajuato	33%	33%	17%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	17%	0%	0%	0%	0%
	Irapuato	34%	22%	11%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	11%	22%	0%	0%	0%
	Jaral del Progreso	75%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	25%	0%
	Jerécuaro	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Juventino Rosas	55%	0%	0%	0%	18%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	27%	0%
	Pénjamo	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Salamanca	50%	10%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%
	San José Iturbide	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

		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	Santiago Maravatío	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Silao	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Tarimoro	76%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	12%	12%	0%
	Uriangato	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Villagrán	27%	9%	18%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	46%	0%
	Yuriria	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.	27%	21%	42%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	4%	0%	4%	0%
	Querétaro	31%	38%	21%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	7%	0%
	Estado de México	13%	0%	61%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	13%	13%	0%	0%	0%
	Jalisco	27%	9%	46%	0%	0%	0%	0%	0%	9%	0%	9%	0%	0%	0%
	Michoacán	0%	28%	43%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	29%	0%	0%	0%	0%
	San Luis Potosí	29%	0%	29%	0%	14%	0%	0%	0%	0%	0%	14%	0%	0%	14%
Resto de destinos	Aguascalientes	40%	0%	20%	0%	0%	20%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	0%	0%
	Baja California	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Baja California Norte	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Coahuila	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%
	Colima	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Durango	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	0%
	Hidalgo	0%	50%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Morelos	67%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Nayarit	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Nuevo León	50%	33%	17%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Puebla	0%	34%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	0%	0%
	Quintana Roo	0%	0%	0%	100%	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
Resto de destinos	Sinaloa	60%	20%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Sonora	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Tabasco	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%
	Tamaulipas	20%	20%	60%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Tlaxcala	0%	33%	34%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Veracruz	0%	50%	50%	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	0%	67%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	0%

		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	63%	0%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	12%	0%	0%	0%
Resto de destinos	Argentina	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Canadá	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Costa Rica	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Cuba	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Francia	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Luxemburgo	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%

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

GASTO DEL VISITANTE

Promedio de gasto por persona

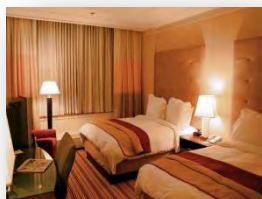
Gasto del visitante por viaje

Visitante	Desde que salió hasta que llegó al destino	En el destino	De regreso a su origen
Turista	24%	52%	24%
Excursionista	22%	55%	23%

Distribución promedio del gasto del Turista

2009 →

35%



HOSPEDAJE
26%



11%

TRANSPORTE LOCAL
8%



11%

ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN
16%

2009 →

11%



ALIMENTOS Y BEBIDAS
27%



10%

ARTESANÍAS
2%



12%

COMPRAS
19%



OTROS
2%

11%

Promedio de Gasto por Persona al día



*Fuente: Datatur

2009 → 1.42 días
\$971

10.40 días
\$359

13.90 días
\$385



2009 →

4.70 días
\$590

\$510

GASTO DEL VISITANTE

Promedio de gasto por persona

TEMPORADA	EXCURSIONISTA		HOTEL		POSADA/HOSTAL		CASA FAMILIARES/ AMIGOS	
	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA
NEGOCIOS	\$798	NA	\$1,426	4.32 días	\$1,000	1.00 día	\$288	5.58 días
CELAYA	\$775	NA	\$1078	1.45 días	NA	NA	\$548	5.76 días
ESTADO	\$885	NA	\$1,351	1.47 días	\$716	3.87 días	\$652	6.04 días

TEMPORADA	CASA / DEPARTAMENTO PROPIO		CASA/DEPARTAMENTO RENTADO		OTRO	
	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA
NEGOCIOS	NA	NA	\$515	14.12 días	\$419	4.37 días
CELAYA	\$505	6.14 días	\$602	14 días	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		
Celaya 2010		
Categoría	Total en personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5*	276,604	\$431,371,708
Turistas en otros establecimientos comerciales	19,343	\$163,070,566
Turistas en establecimientos no comerciales	522,259	\$1,647,451,666
Excursionistas	1,121,890	\$869,619,842
Totales	1,940,097	\$3,111,513,782

Estado de Guanajuato 2010		
Categoría	Total en personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5*	2,828,975	\$5,612,771,494
Turistas en otros establecimientos comerciales	862,021	\$4,993,593,894
Turistas en establecimientos no comerciales	4,604,790	\$19,279,243,992
Excursionistas	12,026,488	\$9,709,809,440
Totales	20,322,273	\$39,595,418,821

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

Considera los asistentes y derrama económica estimada de la Expo Guanajuato Bicentenario del 17 de julio al 31 de diciembre 2010.

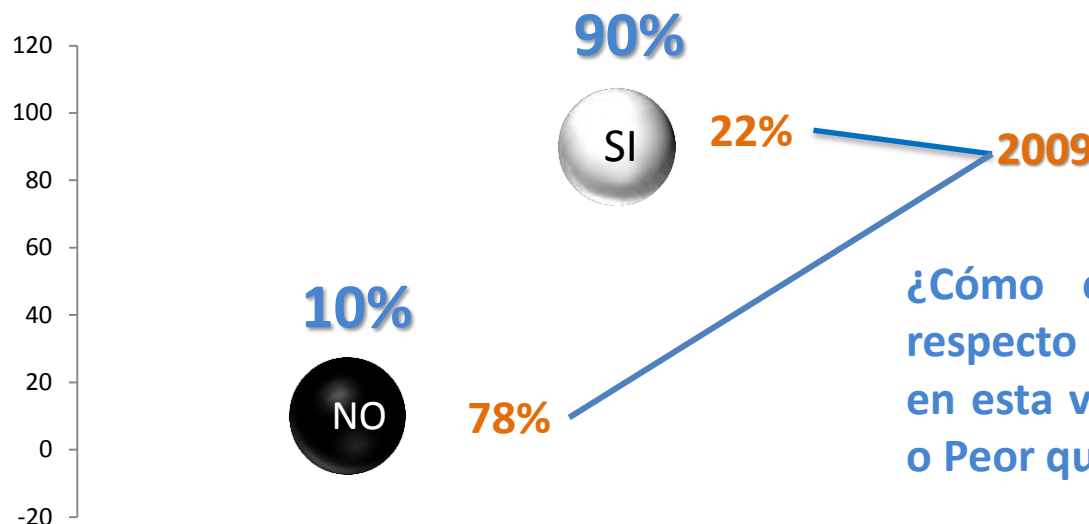
Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada, Casa rentada, y Campamentos.

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.

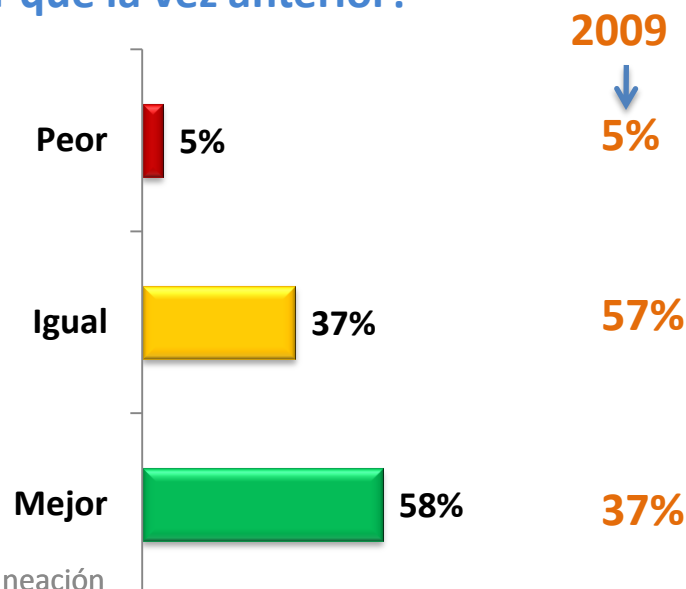
Concepto	Información Relevante	
Gasto en el destino:	Excursionista	55%
	Turista	53%
Estadía de turista:	Hotel	1.45 días
	Familiares o amigos	5.76 días
	Depto. o casa rentada	14.0 días
	Depto. o casa propia	6.14 días
Derrama Económica estimada 2010	\$ 3 mil 111 millones de pesos	

¿Ya había visitado anteriormente este destino?



En 2010 el 90% de los visitantes ya habían visitado anteriormente Celaya, observándose un incremento considerable de 68 puntos porcentuales en comparación al 2009, lo que indica el agrado y satisfacción del visitante por el destino para seguir regresando.

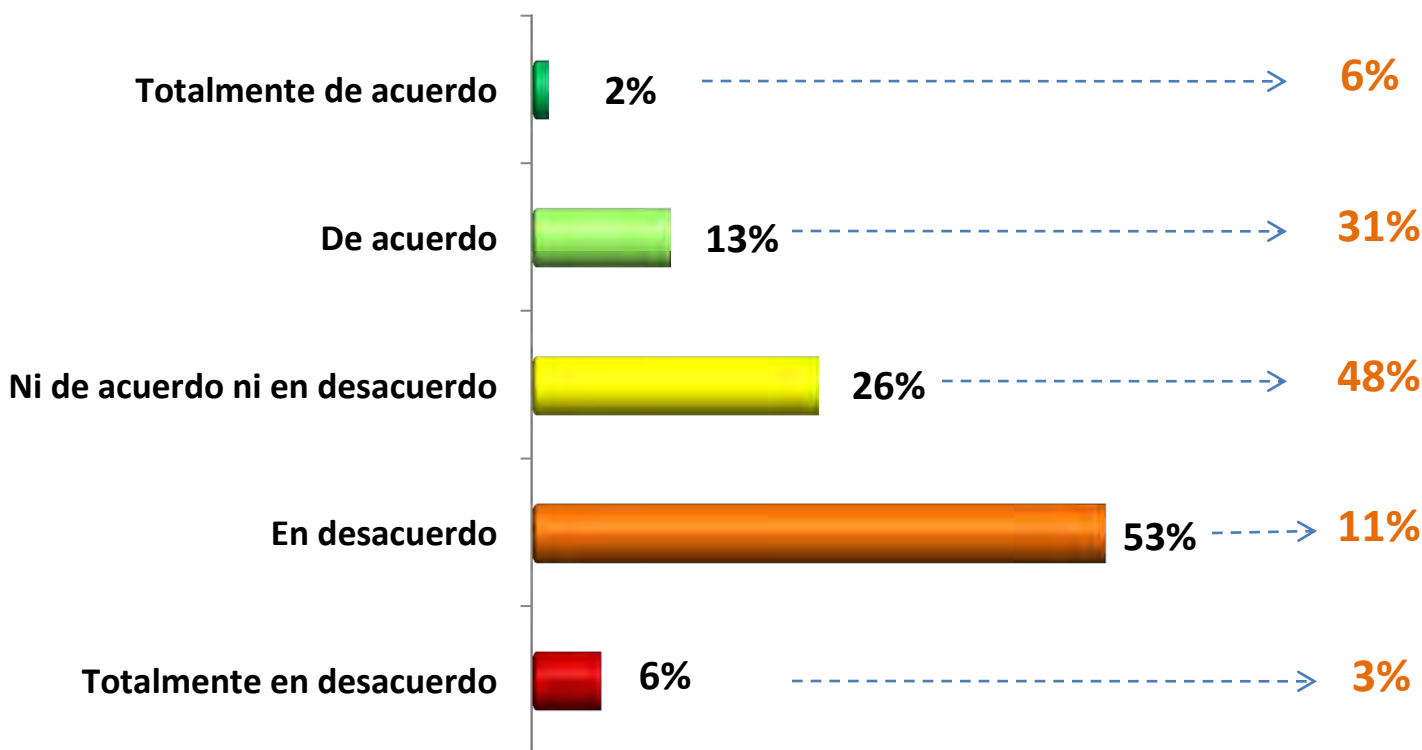
¿Cómo evalúa su experiencia actual con respecto a las visitas anteriores? Diría Ud. que en esta visita su experiencia fue: Mejor, Igual o Peor que la vez anterior?



El 58% de los entrevistados mencionó que su experiencia actual fue mejor que la anterior, en comparación con 2009 donde la mayor parte de los visitantes consideraban la experiencia como igual; esto nos indica que se han tenido mejoras en el destino y es importante seguir así.

¿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?

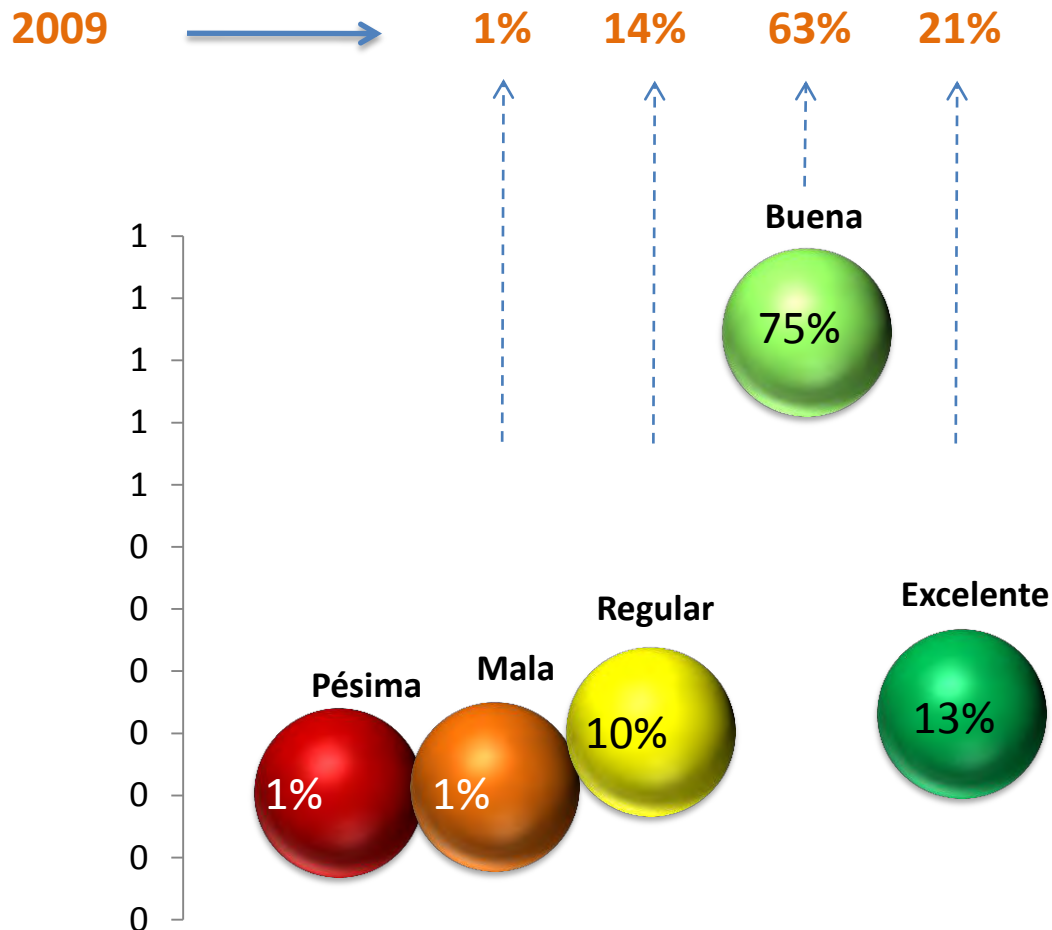
2009



En 2010 el 15% de los visitantes dijo estar de acuerdo en que su experiencia en Celaya fue mejor que en otros destinos, el 26% no esta de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 59% está en desacuerdo con esta afirmación, por lo que se debe de trabajar en productos innovadores y experiencia únicas para revertir este último porcentaje.

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

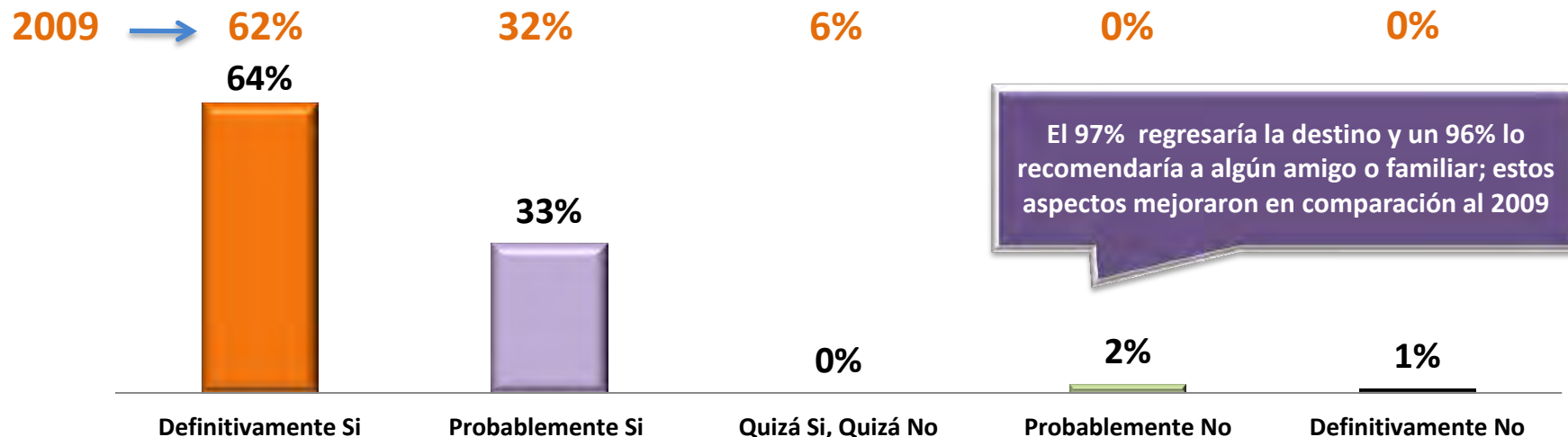
El 88% de los entrevistados comentaron que su experiencia en el destino fue Excelente/Buena, resultados similares al 2009, reflejando el agrado y satisfacción del visitante en la ciudad.



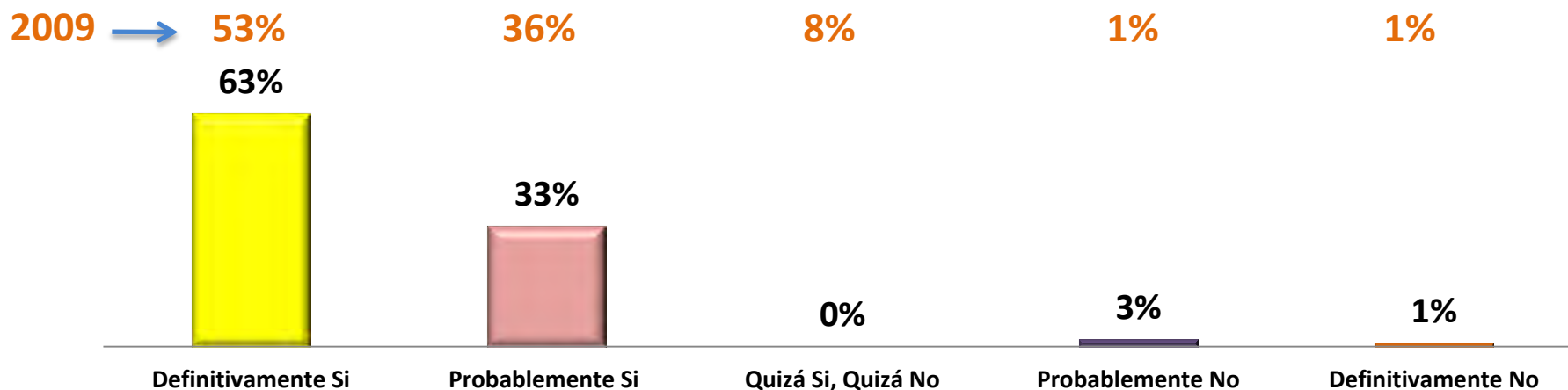
Evaluación de la experiencia

Contigo Vamos

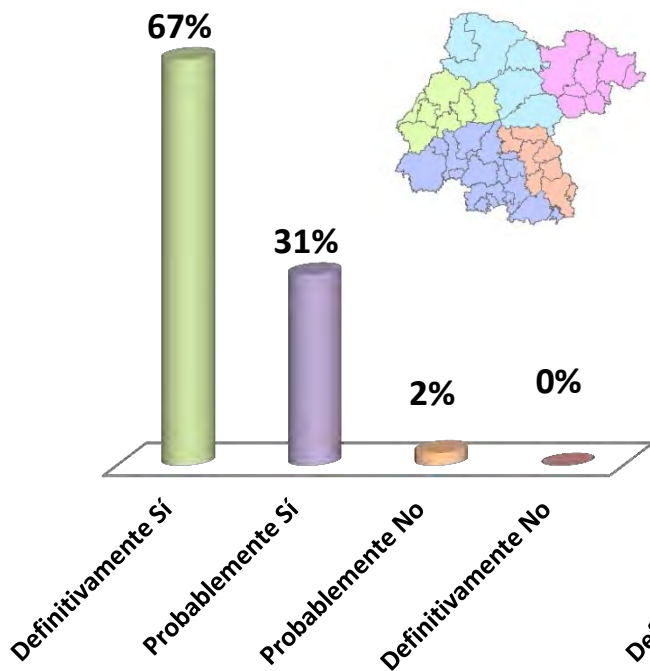
¿Qué tan probable es que Ud. vuelva a visitar este destino en el futuro?



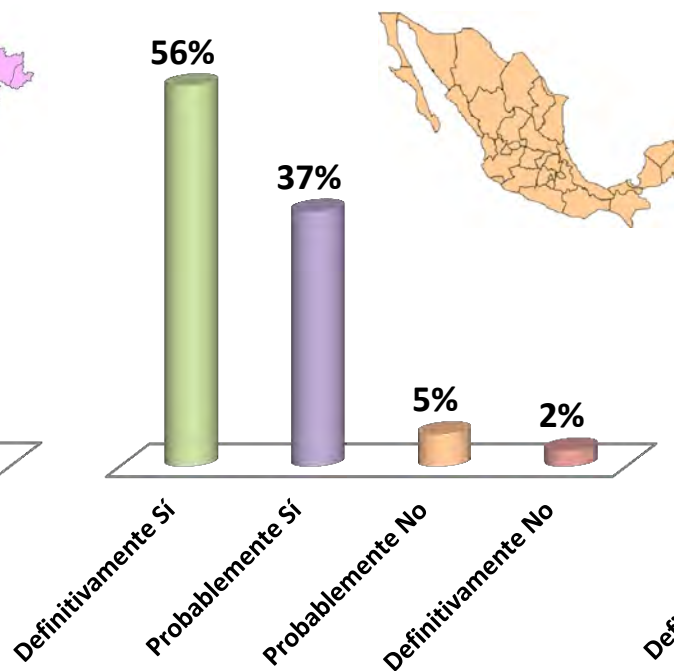
¿Qué tan probable es que Ud. recomiende a un amigo o colega visitar este destino?



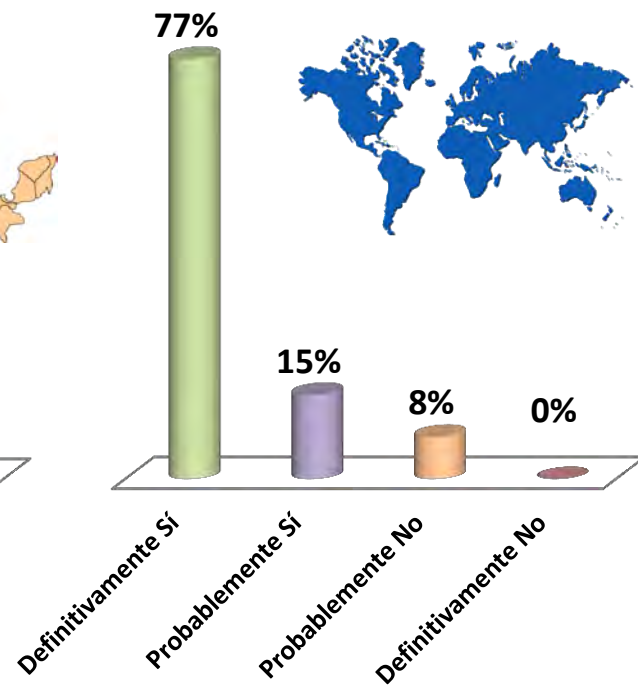
INTERNO



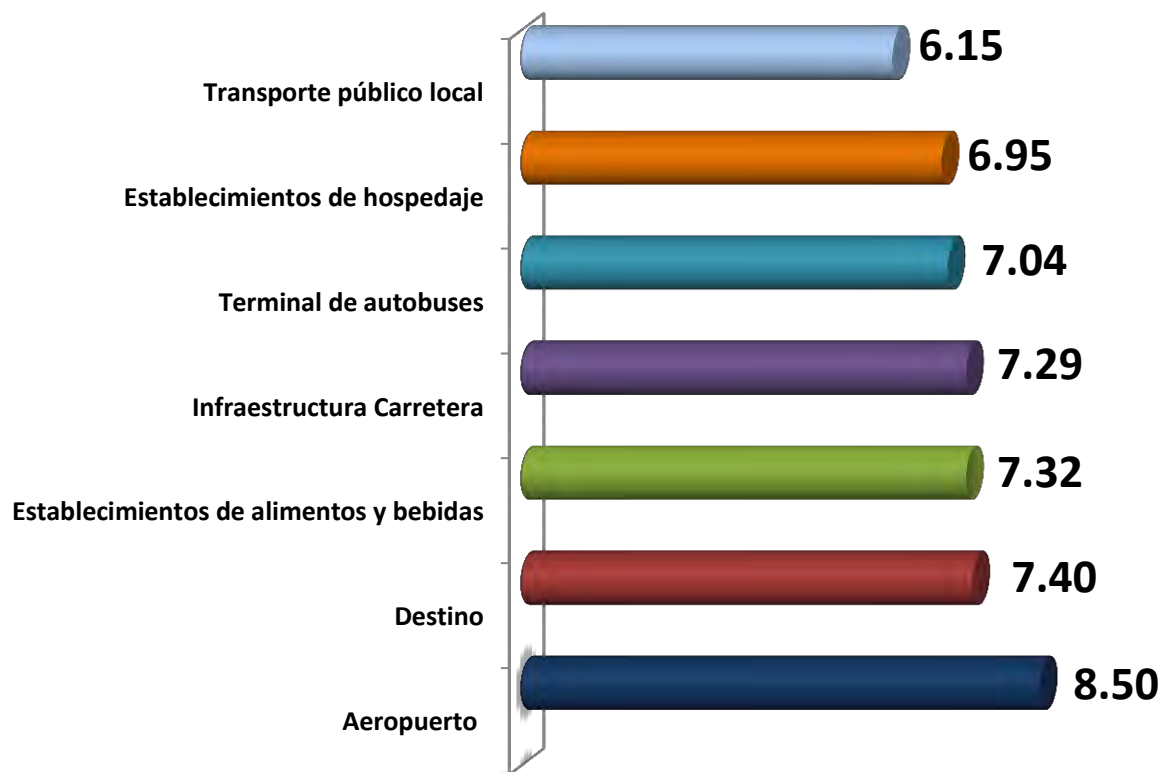
NACIONAL



INTERNACIONAL



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



En 2010 la calificación general del Celaya es de 7.23. Los aspectos mejor calificados fueron el aeropuerto y el destino, mientras que la calificación más baja fue para el transporte público.

Calificación general = 7.23

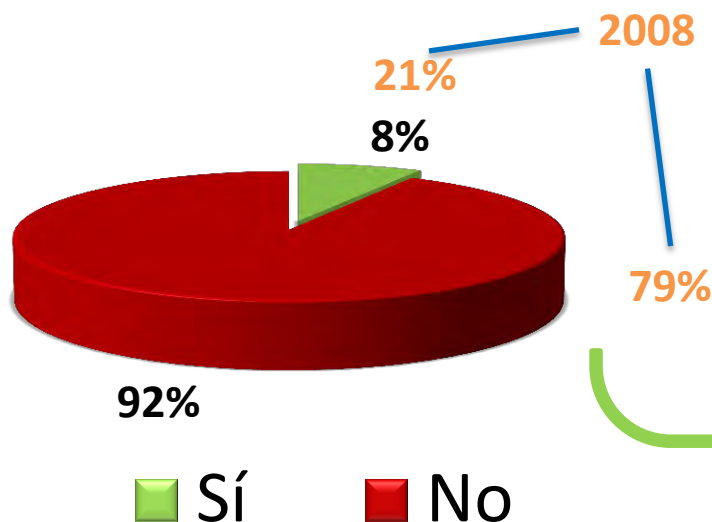
Calificación general 2009 = 7.41

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

Mejora Prioritaria -Transporte público local	Fortaleza - Aeropuerto
- Infraestructura carretera - Terminal de autobuses - Establecimiento de hospedaje Mejora Secundaria	- Destino - Establecimientos de alimentos y bebidas Mantenimiento

Concepto	Información Relevante	
¿Ya había visitado anteriormente el destino?	SI	90%
¿Qué tan de acuerdo esta en que la experiencia que tuvo en este destino es mejor que el de otros destinos ?	En Desacuerdo	53%
Satisfacción en el destino	Excelente/Buena	88%
Recomendación del destino	Definitivamente SI/Probablemente SI	96%
Retorno al destino	Definitivamente SI/Probablemente SI	97%
Calificación del destino	7.23	

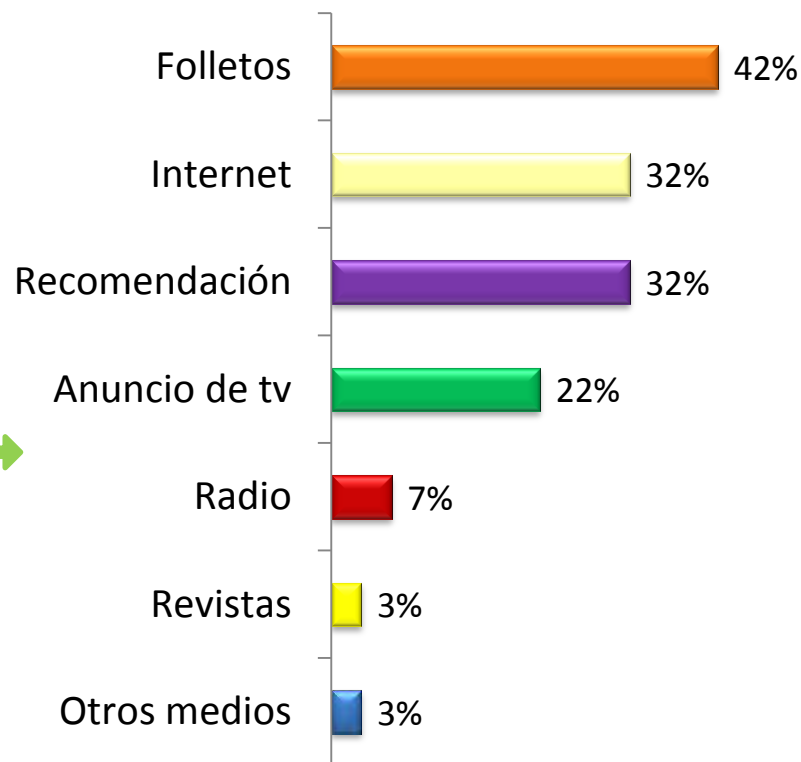
Durante los últimos 12 meses, ¿ha visto o escuchado publicidad sobre el destino?



Nota: En 2009 no se aplicó

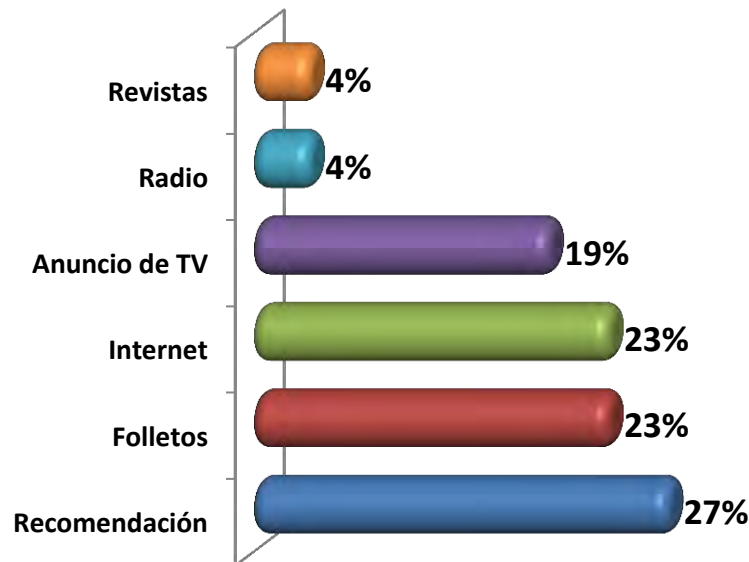
En 2010 el 92% de los visitantes en la ciudad no han visto, ni escuchado publicidad sobre el destino, el 8% si vio/escucho publicidad siendo los principales medios los folletos (42%), seguidos del internet y recomendación (32%) y la TV(22%), mientras que los menos mencionados fueron las revistas y la radio. Esta información es de suma importancia al momento de seleccionar los medios de promoción y publicidad del destino.

Medios en los que escuchó/vio publicidad del destino*

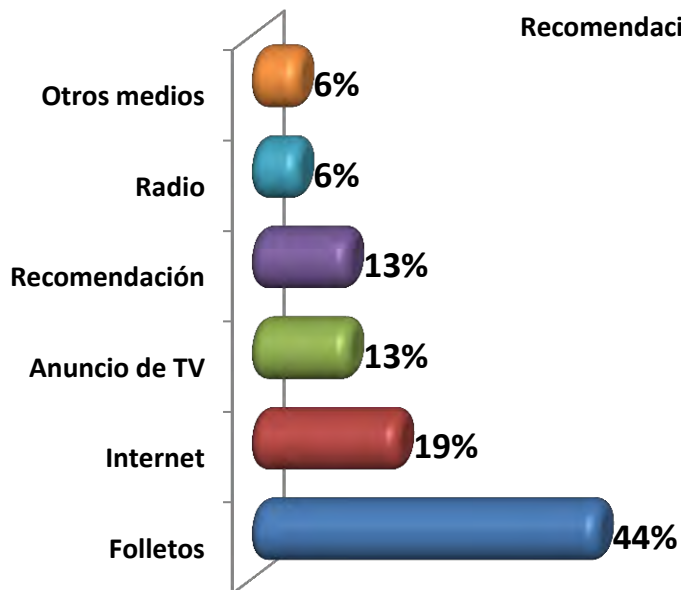


*NOTA: El porcentaje puede sumar más de 100 por ser multirespuesta.

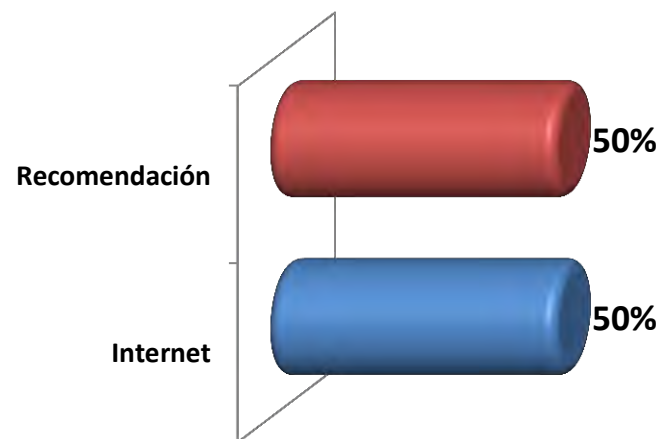
NACIONAL



INTERNO



INTERNACIONAL



		Folletos	Radio	Revistas	Espectaculares	Anuncio en TV	Internet	Recomendación	Otros medios
Principales Destinos	San Miguel de Allende	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Apaseo el Grande	67%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%
	León	25%	25%	0%	0%	0%	25%	25%	0%
Resto de Destinos	Acámbaro	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	Celaya	50%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%
	Guanajuato	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Juventino Rosas	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Villagran	67%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%

RECORDACIÓN DE LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

Por mercado, NACIONAL

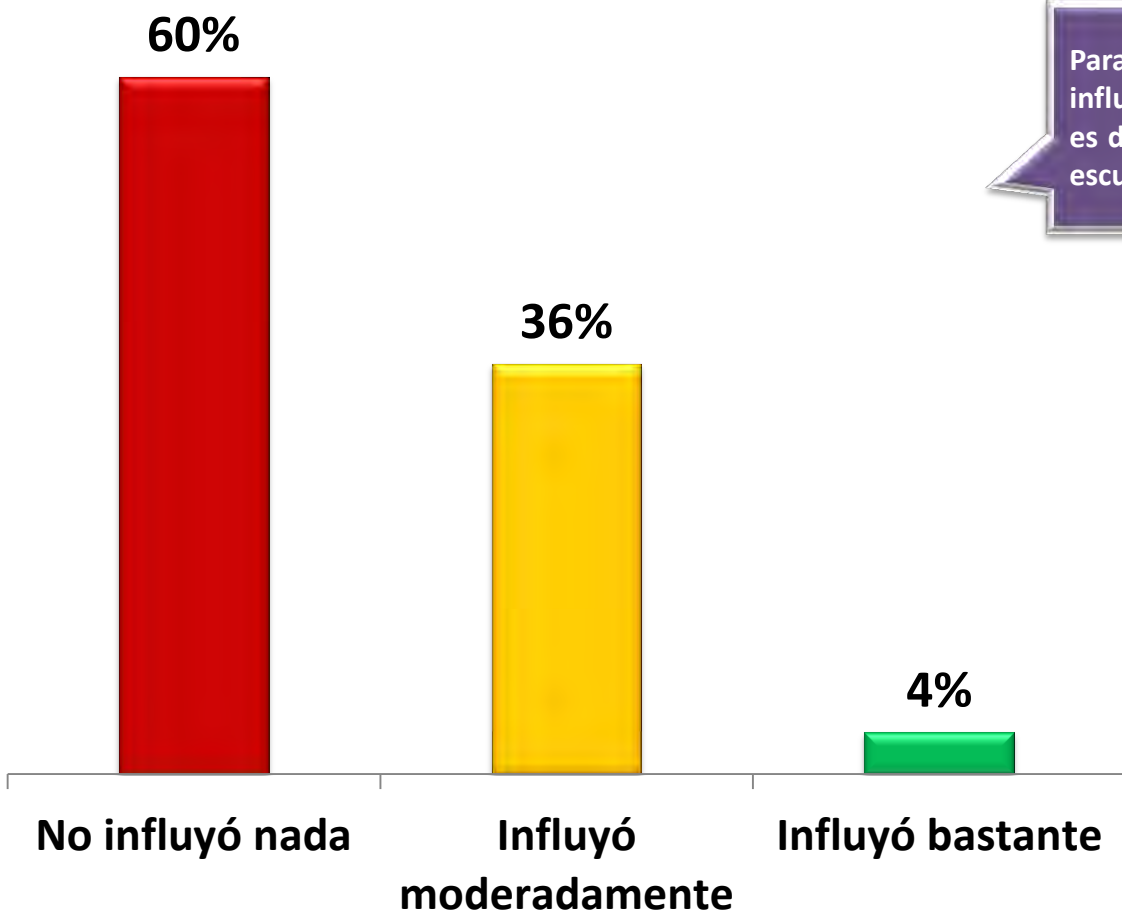
		Folletos	Radio	Revistas	Espectaculares	Anuncio en TV	Internet	Recomendación	Otros medios
Principales Destinos	D.F.	33%	0%	0%	0%	0%	0%	67%	0%
	Querétaro	25%	0%	0%	0%	25%	25%	25%	0%
	Estado de México	25%	0%	0%	0%	25%	25%	25%	0%
	Jalisco	0%	0%	0%	0%	50%	50%	0%	0%
Resto de Destinos	Aguascalientes	34%	0%	33%	0%	0%	0%	33%	0%
	Baja California Norte	50%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Morelos	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%
	Puebla	50%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%
	Sinaloa	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Tamaulipas	0%	0%	0%	0%	50%	0%	50%	0%
	Tlaxcala	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%

RECORDACIÓN DE LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

Por mercado, INTERNACIONAL

		Folletos	Radio	Revistas	Espectaculares	Anuncio en TV	Internet	Recomendación	Otros medios
Resto de Destinos	Costa Rica	0%	0%	0%	0%	0%	50%	50%	0%

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



Para el 40% de los visitantes la publicidad influyó en su decisión de visitar el destino, es decir, por cada 10 personas que vieron o escucharon publicidad, impactó a 4.



Concepto	Información Relevante
¿Ha visto o escuchado publicidad del destino?	SI 8%
Principal medio en los que vio publicidad	Folletos
Influencia de la publicidad	No influyo nada 60%

Visitante Promedio

	Celaya 2009	Celaya 2010	Estatat 2010
Edad Promedio	34 años	40 años	41 años
Acompañado por	Familia	Familia	Familia
Grupo de viaje	3.67 personas	2.96 personas	3.28 personas
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil	Automóvil
Ingreso	\$7,100 a \$12,199 (NSE D+)	\$7,100 a \$12,199 (NSE D+)	\$7,100 a \$12,199 (NSE D+)
Otros lugares por visitar	León Guanajuato Irapuato	Guanajuato San Miguel de Allende Querétaro	Guanajuato San Miguel de Allende León
Motivo de Visita	Visita a familiares/amigos	Descanso/vacaciones	Descanso/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	\$510 por persona	\$775 por persona	\$ 885 por persona
Si se queda una noche gastará	\$971 por persona	\$1,078 por persona	\$1,351 por persona
Principal lugar de hospedaje	Casa de Familiares/Amigos	Casa de Familiares/Amigos	Familiares y/o amigos y Hotel
Experiencia del viaje	Buena	Buena	Buena
Recomendación del destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	7.41	7.23	7.63

	Celaya 2010	León 2010	Irapuato 2010	Salamanca 2010
Edad Promedio	40 años	40 años	42 años	41 años
Acompañado por	Familia	Familia	Familia	Familia
Grupo de viaje	2.96 personas	3.58 personas	3.22 personas	3.10 personas
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil	Automóvil	Camión
Ingreso	\$7,100 a \$12,199 (NSE D+)	\$7,100 a \$12,199 (NSE D+)	\$7,100 a \$12,199 (NSE D+)	\$2,800 a \$7,099 (NSE D)
Otros lugares por visitar	Guanajuato San Miguel de Allende Querétaro	Guanajuato San Miguel de Allende Silao	Guanajuato León Celaya	Guanajuato León San Miguel de Allende
Motivo de Visita	Descanso/vacaciones	Descanso/Vacaciones	Descanso/Vacaciones	Descanso/vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	\$775 por persona	\$1,127 por persona	\$561 por persona	\$612 por persona
Si se queda una noche gastará	\$1,078 por persona	\$1,499 por persona	\$1,184 por persona	\$1,176 por persona
Principal lugar de hospedaje	Casa de Familiares/Amigos	Hotel	Casa de Familiares/Amigos	Casa familiares/amigos
Experiencia del viaje	Buena	Buena	Buena	Buena
Recomendación del destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	7.23	7.62	7.26	6.96

	Celaya 2010	Negocios 2010
Edad Promedio	40 años	40 años
Acompañado por	Familia	Gente relacionada con el trabajo
Grupo de viaje	2.96 personas	3.19 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	Guanajuato San Miguel de Allende Querétaro León	León Guanajuato Querétaro
Motivo de Visita	Descanso/vacaciones	Negocios
Si regresa el mismo día gastará	\$775 por persona	\$798 por persona
Si se queda una noche gastará	\$1,078 por persona	\$1,426 por persona
Principal lugar de hospedaje	Casa de Familiares/Amigos	Hotel
Experiencia del viaje	Buena	Buena
Recomendación del destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	7.23	7.33

Visitante Deseado



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

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

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

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

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

