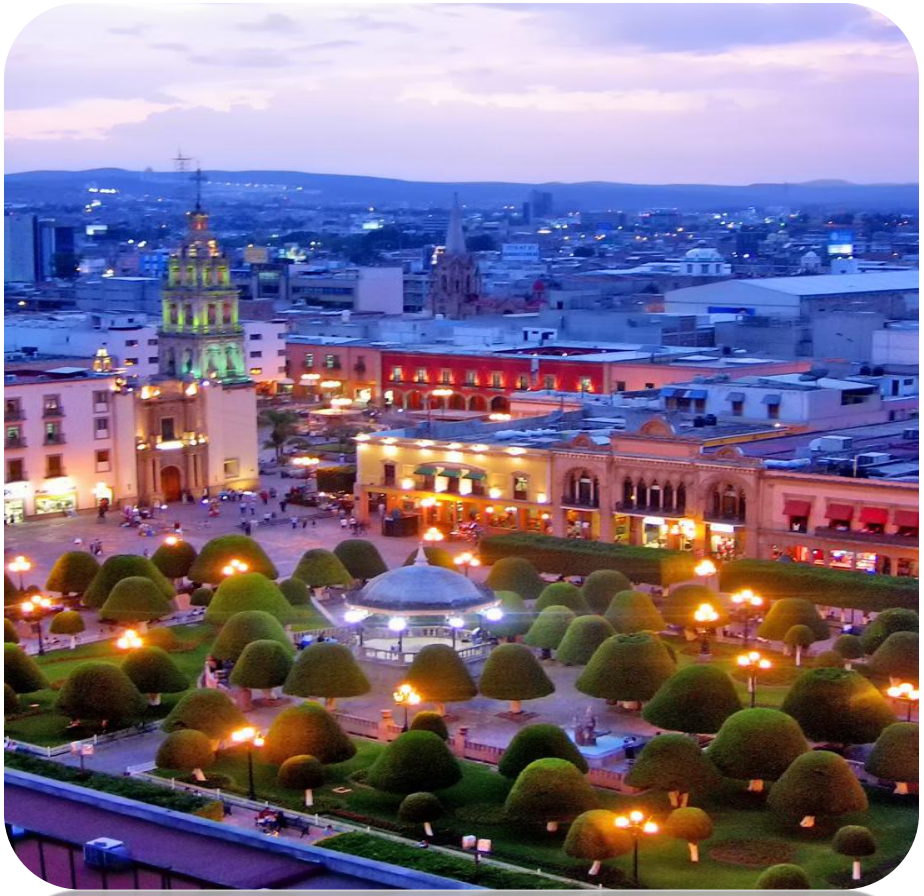


Actividad Turística y Perfil del Visitante 2010

León 2010

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

CONTENIDO

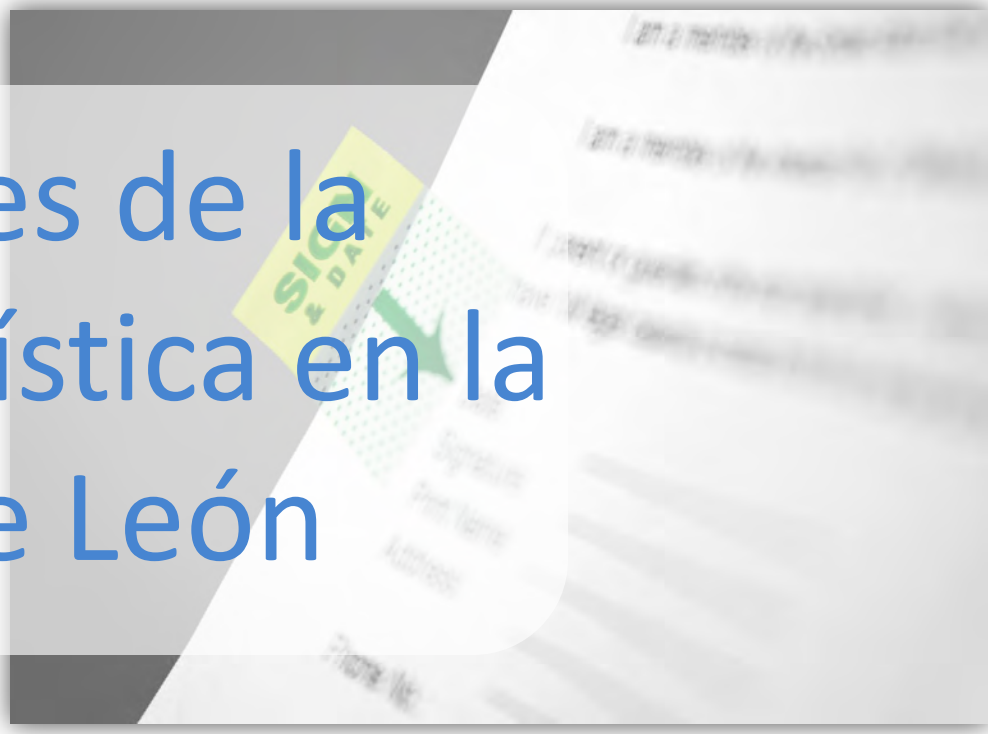
- Indicadores de la Actividad Turística en León
- Estudio del Perfil del Visitante a León

  - 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

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Indicadores de la Actividad Turística en la ciudad de León



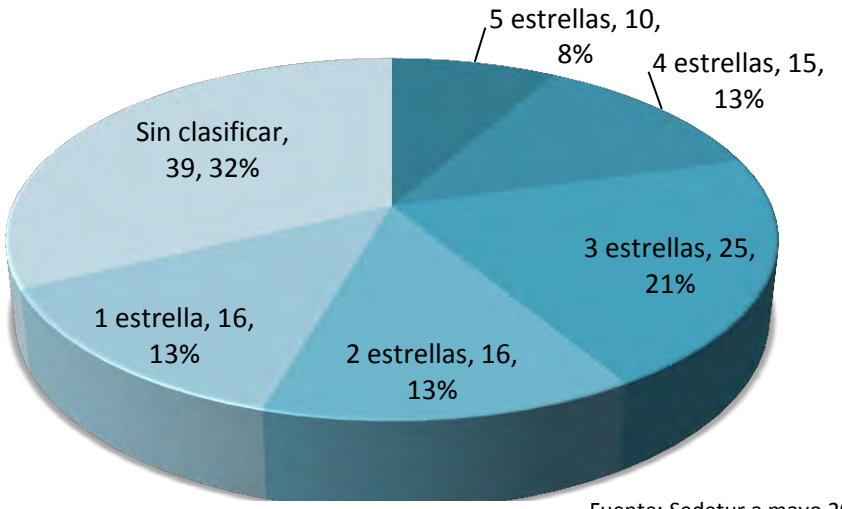
Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

INVENTARIO DE SERVICIOS

Inventario de Servicios Turísticos	
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	121
Alimentos y bebidas	288
Agencias de viaje	104
Campos de golf	4
Balnearios	3
Empresas arrendadoras de automóviles	15
Transportadoras turísticas	27
Centros Congresos y Convenciones Poliforum y salones en hoteles	16
Capacitación Turística	14

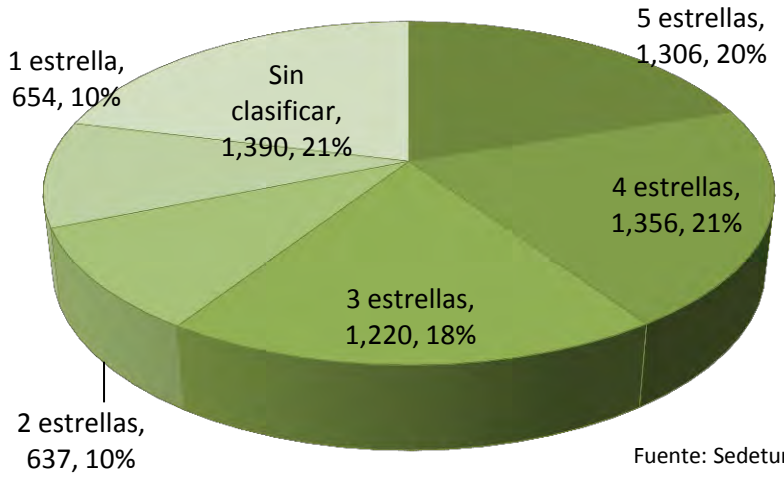
Fuente: Sedetur 2011

Hoteles



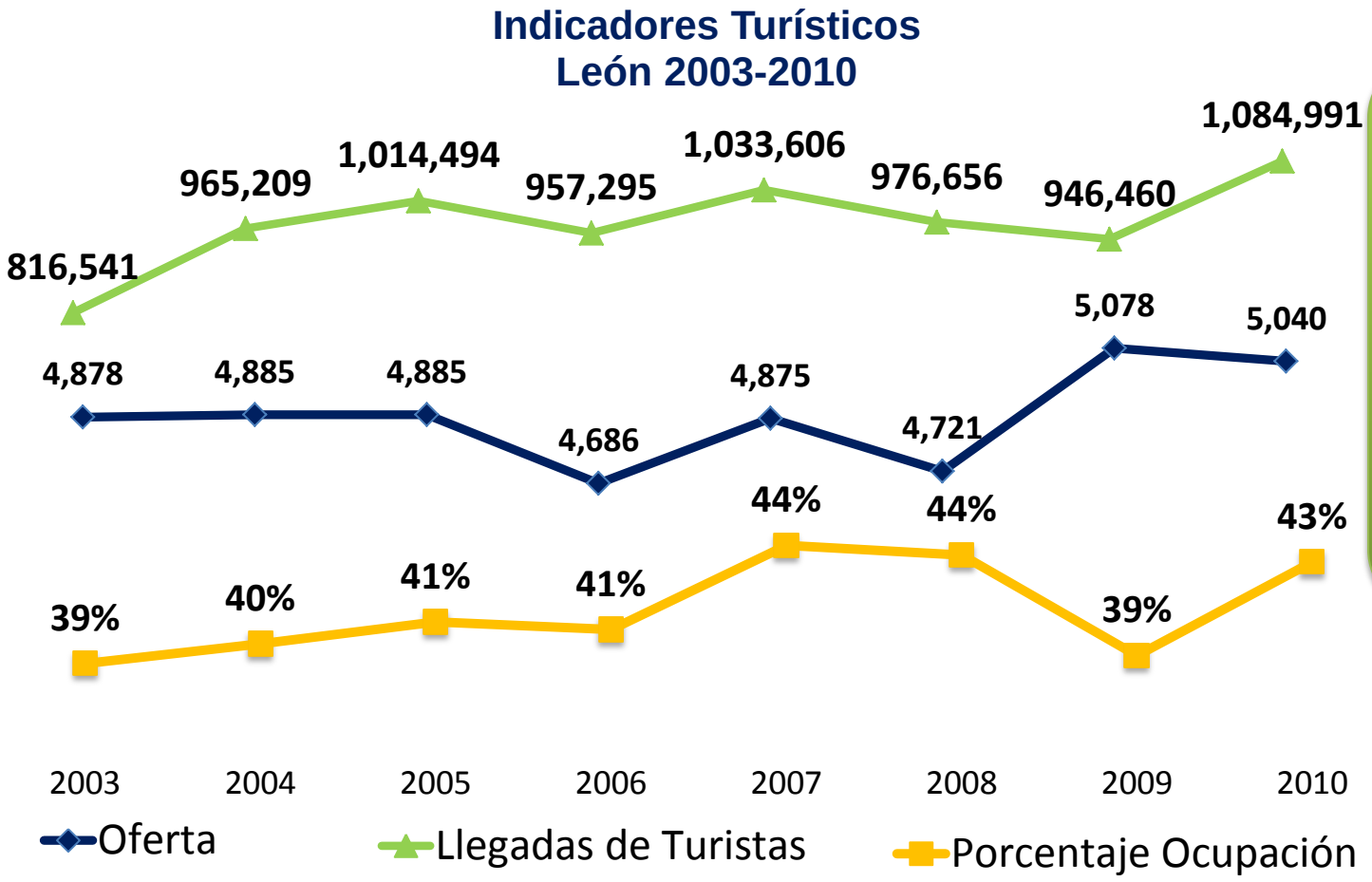
Fuente: Sedetur a mayo 2011

Habitaciones



Fuente: Sedetur a mayo 2011

INDICADORES DE HOSPEDAJE
1 a 5 estrellas



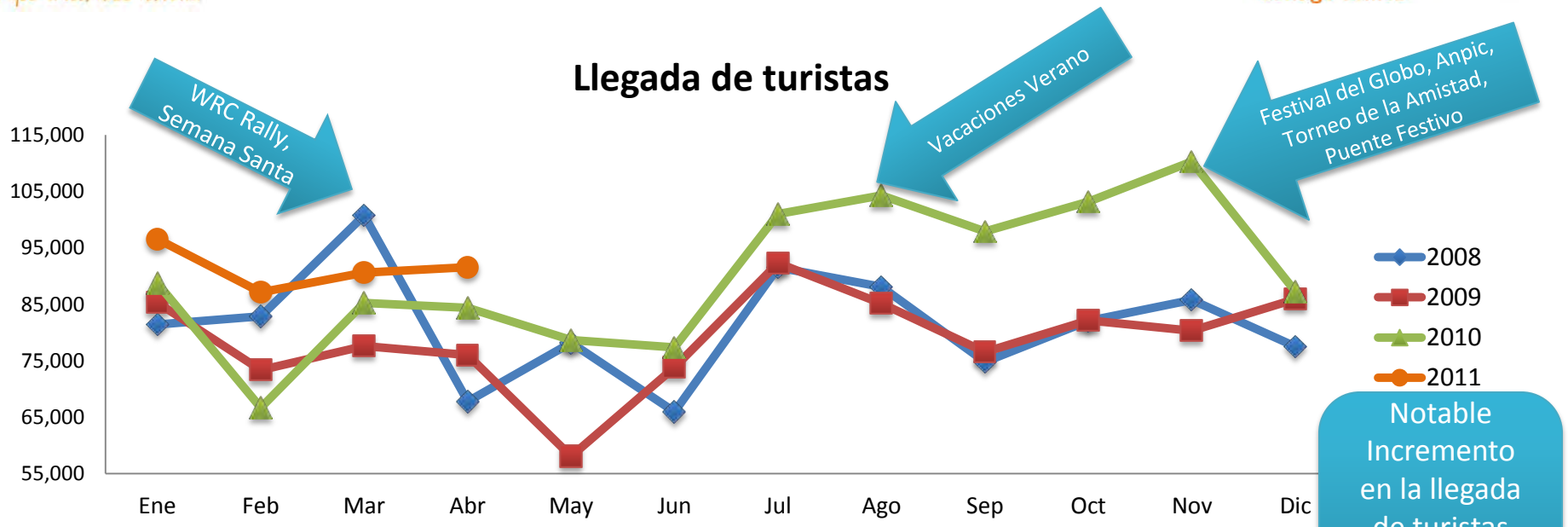
Los indicadores tienen una fuerte relación entre sí. La llegada de turistas y el porcentaje de ocupación siguen la misma tendencia. La ocupación con relación a la oferta sigue la tendencia contraria.

TENDENCIAS DE LOS INDICADORES DE HOSPEDAJE

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

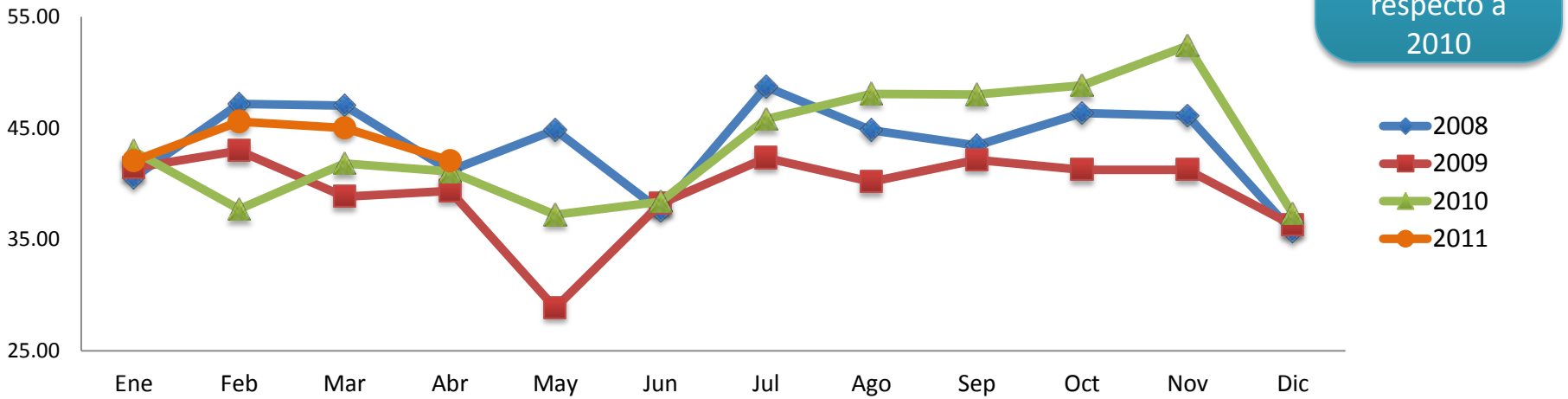
Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Llegada de turistas



Notable Incremento en la llegada de turistas 2011 con respecto a 2010

Porcentaje de Ocupación

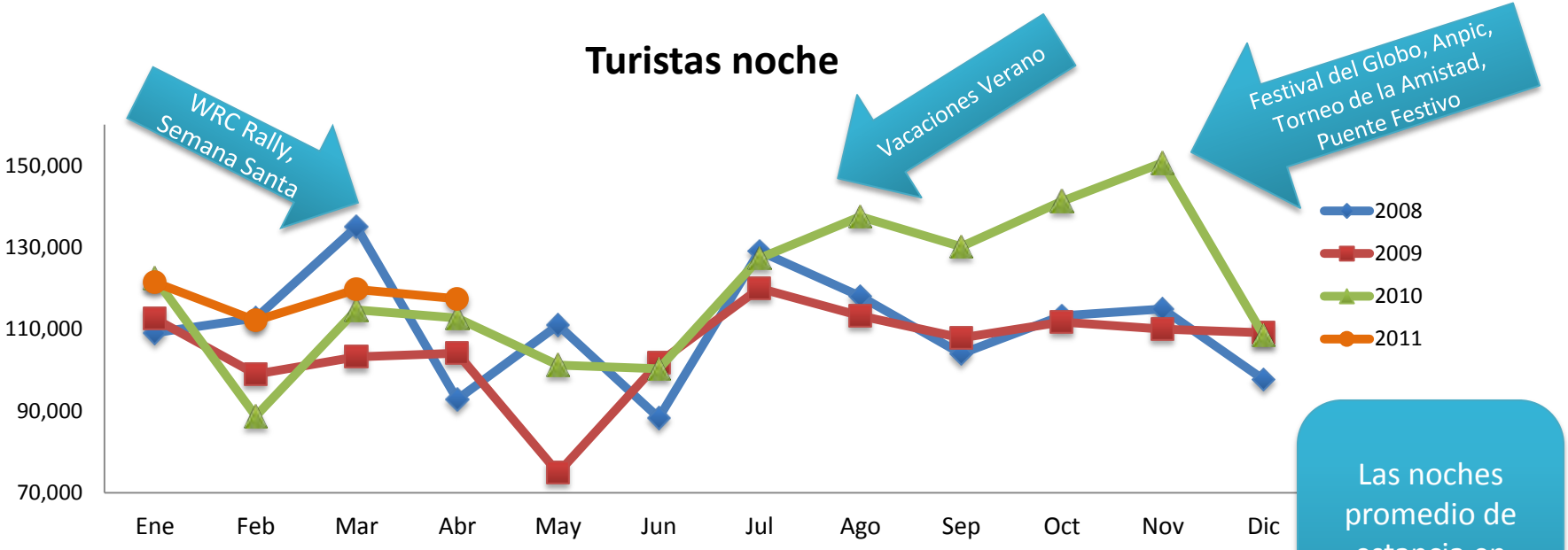


TENDENCIAS DE LOS INDICADORES DE HOSPEDAJE

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

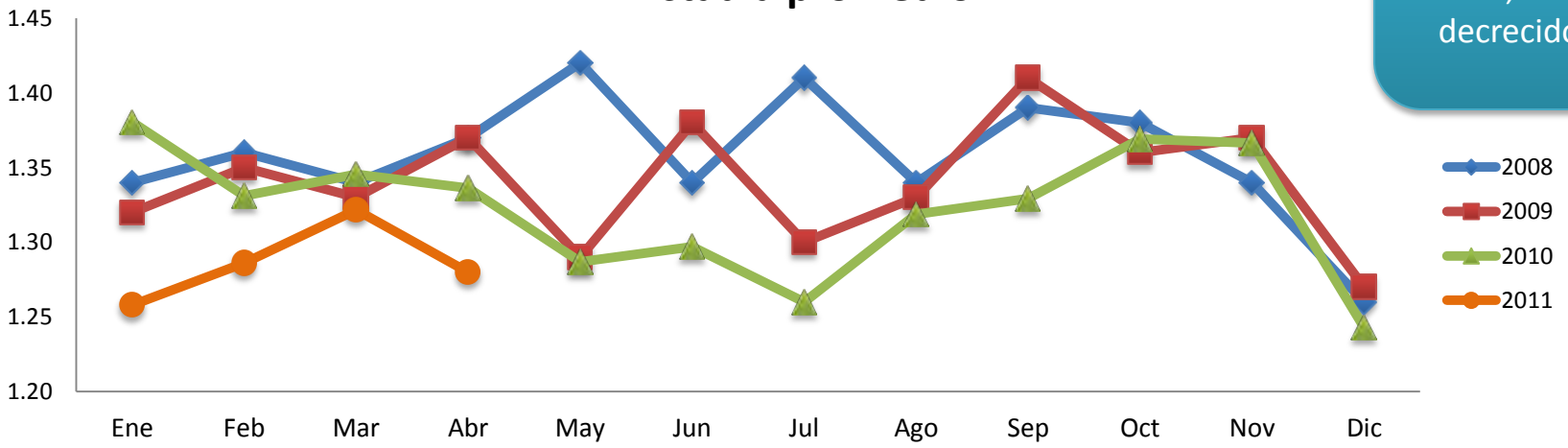
Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
gto Contigo Vamos

Turistas noche



Las noches promedio de estancia en León, han decrecido .

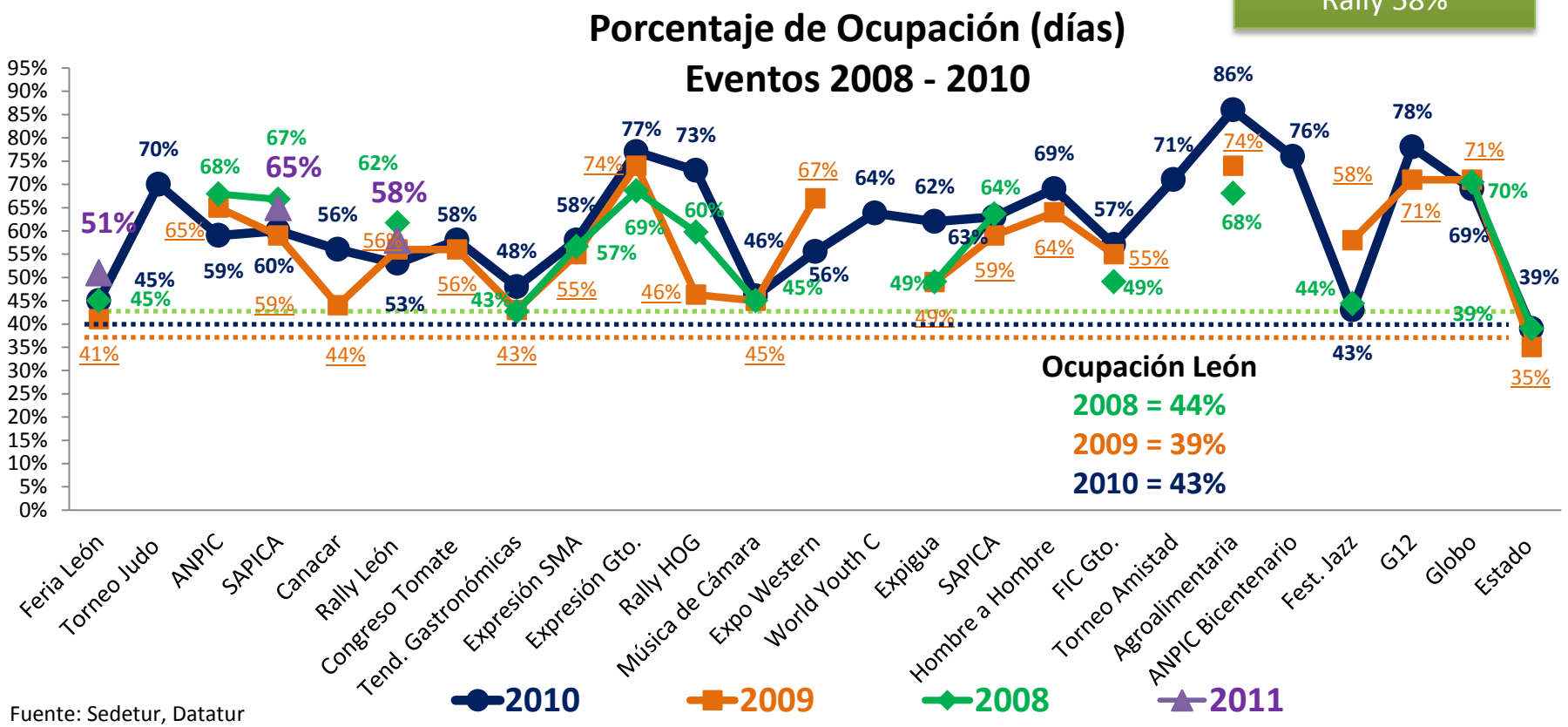
Estadía promedio



IMPACTO DE LOS EVENTOS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

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

Ocupación 2011
Feria León 51%
Sapica 65%
Rally 58%



Fuente: Sedetur, Datatur

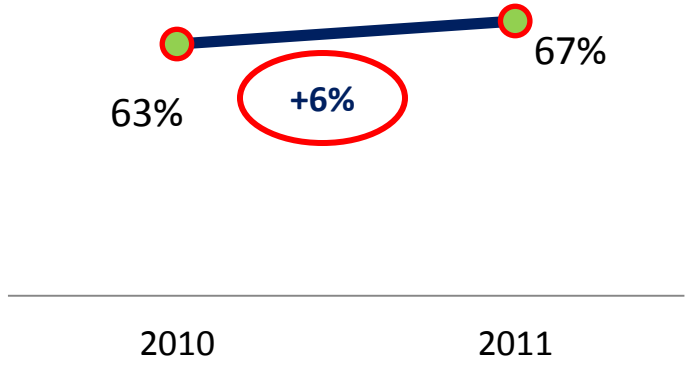
WRC RALLY 2011

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

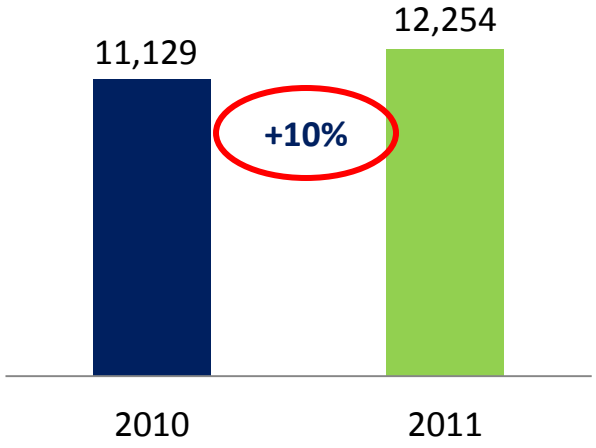
- ✓ **El número de visitantes fue cercano a las 71 mil personas con una derrama económica de $155 millones de pesos. Estas cifras presentan incrementos de 23% y 19% respectivamente en comparación con la edición 2010.**

- ✓ 93% de visitantes fueron motivados por el WRC Rally 2011.
- ✓ Impacto turístico del evento de 66 mil visitantes y de $145 millones de pesos
- ✓ La ocupación promedio de las tres ciudades en conjunto fue de 58% con una llegada cercana a los 18 mil turistas.

Ocupación León



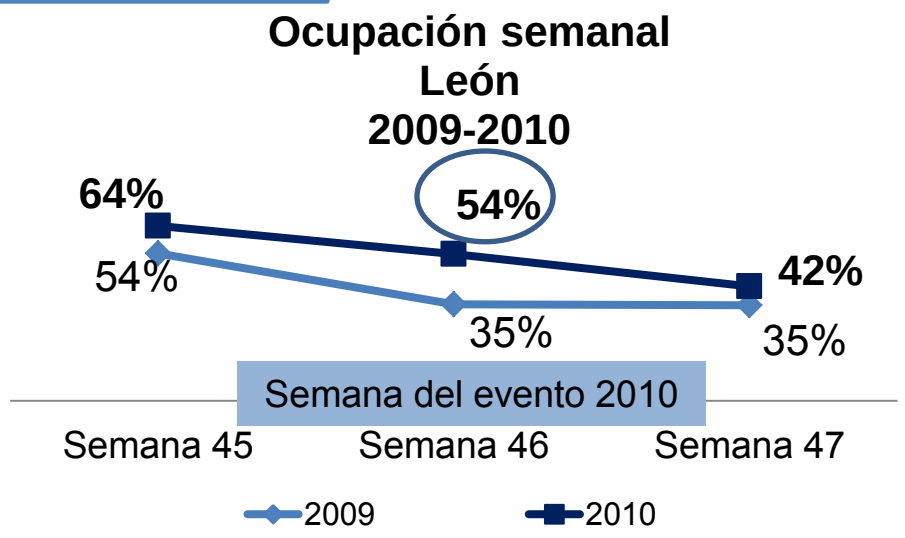
Llegada de Turistas León



FESTIVAL INTERNACIONAL DEL GLOBO

- Se estima una derrama económica superior a $175 millones de pesos durante los días del evento.
- Los visitantes a la ciudad durante los días del evento fueron cerca de 156 mil personas
- El impacto en derrama económica que generó el 95% de los visitantes, que acudieron motivados por el evento, se estima en $166 millones de pesos.
- La ocupación hotelera fue de 69% (del 19 al 21 de noviembre). EL mayor impacto fue en 5 estrellas que registró 82%.

Resultados Festival Internacional del Globo	
2010	
Visitantes	155,812 personas
Derrama económica estimada	$175 millones de pesos
Visitantes motivados por el festival	95%
Impacto del evento	$166 millones de pesos

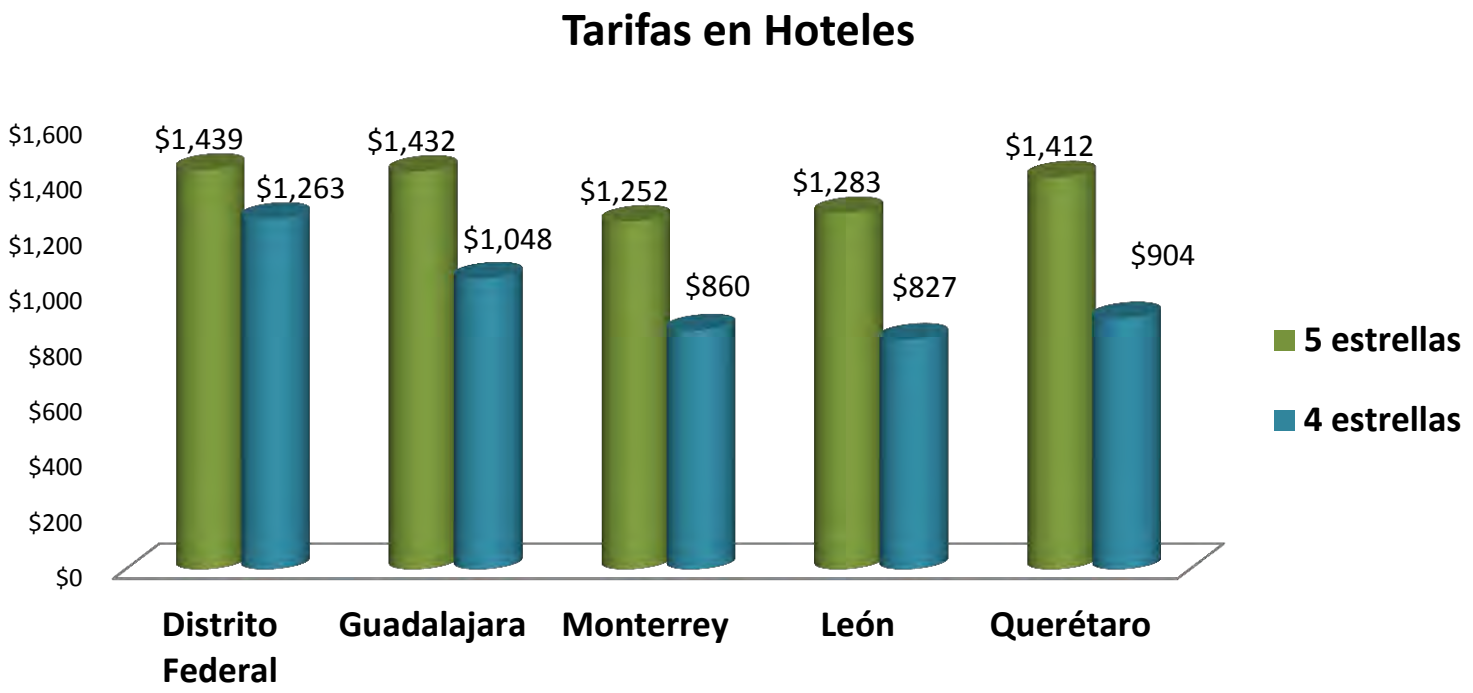


TARIFAS DE HOTELES EN LEÓN

Diferencia con otros destinos

Tarifas en Hoteles					
Categoría	Distrito Federal	Guadalajara	Monterrey	León	Querétaro
5 estrellas	$1,439	$1,432	$1,252	**$1,283**	$1,412
4 estrellas	$1,263	$1,048	$860	**$827**	$904

Fuente: Sondeo realizado en Mayo 2011



RECIENTES APERTURAS

Mateos 1215

•Categoría 4 estrellas
•30 habitaciones

Hotel Boutique Sierra Paraíso

•Categoría 5 estrellas
•10 cabañas
[con 3 recámaras cada una]

Suites Poliforum Inn

•Categoría 3 estrellas
•11 habitaciones

PRÓXIMAS APERTURAS

México Plaza Estadio - Poliforum

- Inversión estimada en más de $220 millones de pesos
- Más de 190 habitaciones

MEXICO PLAZA

Marriot

- Inversión estimada en más de $222 millones de pesos
- 140 habitaciones

PRÓXIMAS APERTURAS

Camino Real

- Inversión estimada en $200 millones de pesos
- 130 habitaciones aproximadamente

CAMINO REAL®

The One

- Inversión estimada en $25 millones de pesos
- 50 habitaciones

one hotels®

Resumen de la Actividad Turística

Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	6,563
Porcentaje de habitaciones 1 a 5 estrellas	78 %
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2010	1,084,991
Porcentaje de Ocupación promedio 2010	43%
Porcentajes de ocupación más altos	Julio, agosto, octubre y noviembre
Estadía promedio	1.32

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 León

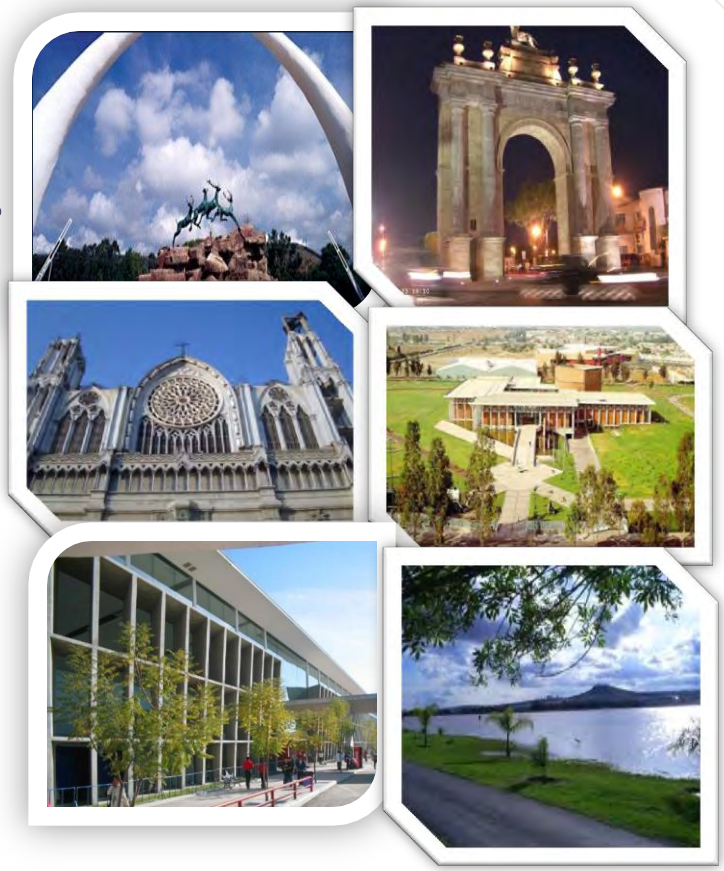
Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

METODOLOGÍA

Tipo de entrevista	Cara a cara
Muestra:	**Total entrevistas efectivas 435;** levantadas en **León,** con un nivel de confianza del 95% y nivel de 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 mismo.
Fecha de levantamiento	Del 10 de julio 2010 al 09 de enero 2011 Levantamiento y Captura: Universidad de Celaya

LUGAR DEL LEVANTAMIENTO

- ✓ Centro Histórico.
- ✓ Polígono Polifórum (Polifórum León, Centro de Ciencias y Parque Explora).
- ✓ Zona Piel.
- ✓ Outlet de calzado (Mulza).
- ✓ Parque Metropolitano.
- ✓ Centros Comerciales: Playa Mayor, La Gran Plaza y Centro Max.
- ✓ Zoológico de León.
- ✓ Templo expiatorio.



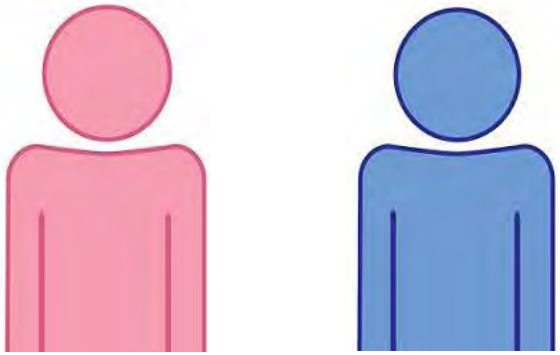
PERFIL GENERAL

Sexo y tipo de turista

El género de los visitantes a la ciudad de León se inclina hacia el sexo masculino, este porcentaje es similar con el año anterior.

Hay una mayor concentración de excursionistas en 2010 (56%), si comparamos con 2009 podemos observar que el 68% fue turista, por lo que sería importante enfocar los esfuerzos al turismo de reuniones., el cual eleva la estadía y genera una mayor derrama económica.

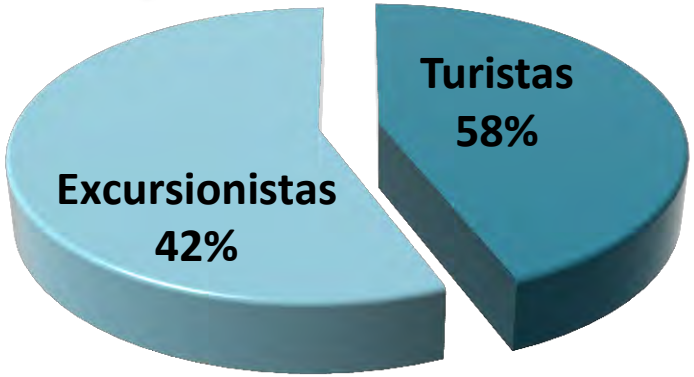
Sexo del Visitante a León



Mujer — Hombre

45% — 55%

44% — 56% ← 2009



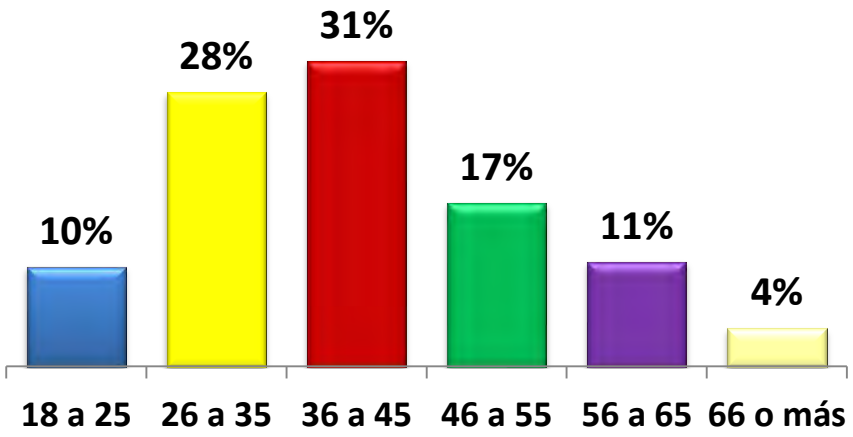
2009 → 32% — 68%

PERFIL GENERAL

Edad y composición del hogar

Edad promedio 2009: 33 años
Edad promedio 2010: 40 años

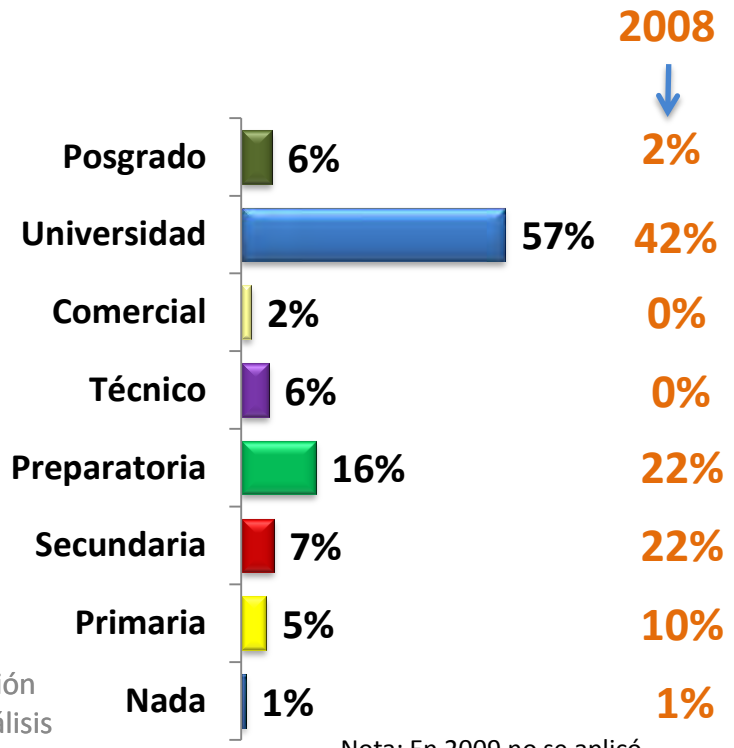
Edad del Turista



El mercado se concentra en jóvenes adultos entre 26 a 45 años de edad (59%), seguido de adultos entre 46 a 65 años de edad (28%), esto nos indica la necesidad de contar con oferta de servicios para satisfacer las demandas de los visitantes

En 2010, el grado de estudios del 57% es de Universidad, seguido de preparatoria con el 16%, lo que nos indica que los visitantes tienen un nivel educativo alto .

Grado de estudios

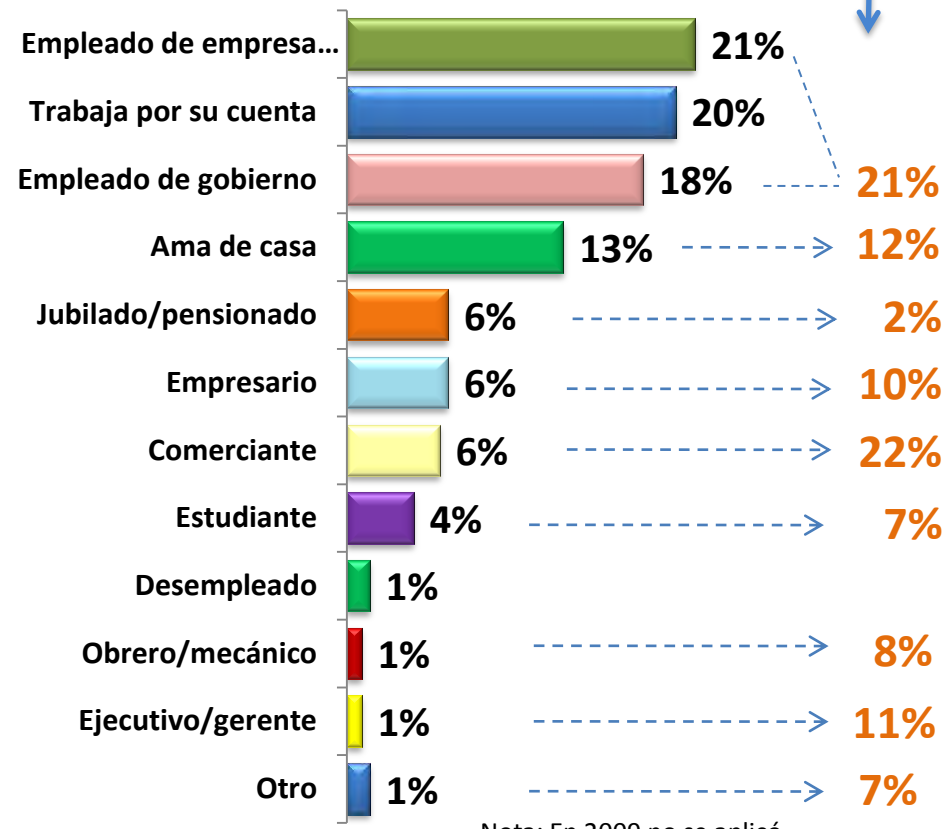


Nota: En 2009 no se aplicó

PERFIL GENERAL
Ingresos mensuales

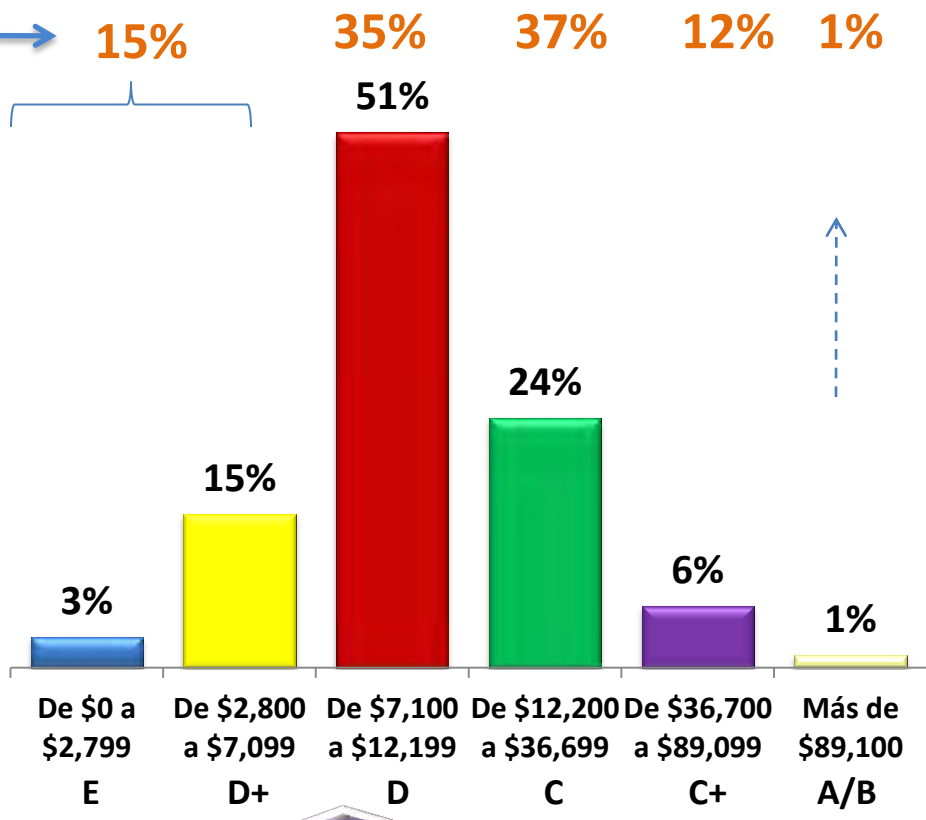
Ocupación

El 59% son empleados o trabajan por su cuenta, seguido de las que son amas de casa; por lo que podemos deducir que perciben ingresos y son tomadores de decisiones.



Nota: En 2009 no se aplicó

Ingresos Mensuales



En el 2010 el 75% de los visitante reportaron tener un ingreso familiar de entre $7,100 a $36,699; en 2009 el 56% reportó tener este mismo ingreso, lo que nos indica que en la actualidad los visitantes tienen un nivel socioeconómico más elevado. A pesar de que los visitantes tiene en promedio un NSE Medio, se sugiere atraer a un visitante de NSE más elevado.

Resumen Perfil General

Concepto	Información Relevante
Hombres Mujeres	55% 45%
Turistas Excursionistas	44% 56%
Edad promedio	40 años
Escolaridad	Universidad
Ingresos Mensuales	De $7,100 a $12,199 (51%, NSE D)

PROCEDENCIA DEL VISITANTE

Lugar de residencia

Origen del Visitante

En 2010 hubo un incremento de 11 puntos porcentuales en los visitantes nacionales; mientras que existió una disminución de visitantes internos e internacionales, lo cual implica la necesidad de seguir trabajando y generar mayor difusión y promoción de León, dentro y fuera del Estado.

31%	66%	3%
40%	55%	5%

← 2009

Origen del Visitante Estatal

Municipio	%
Irapuato	21%
Guanajuato	19%
Celaya	11%
Salamanca	10%
Silao	7%
San Miguel de Allende	4%
Otros	27%

Origen del Visitante Nacional

Estado	%
D.F. y Edo.Mex.	21%
Jalisco	15%
Querétaro	10%
San Luis Potosí	8%
Aguascalientes	5%
Veracruz	5%
Puebla	4%
Otros	33%

Origen del Visitante Internacional

País	%
Estados Unidos	71%
Bolivia	7%
Canadá	7%
Francia	7%
Italia	7%

Resumen Procedencia del Visitante

Concepto	Información Relevante
Estatal Nacional Extranjero	31% 66% 3%
Principales Visitantes Estatales	Irapuato Guanajuato Celaya
Principales Visitantes Nacionales	D.F y Estado de México Jalisco Querétaro
Principales Visitantes Internacionales	Estados Unidos

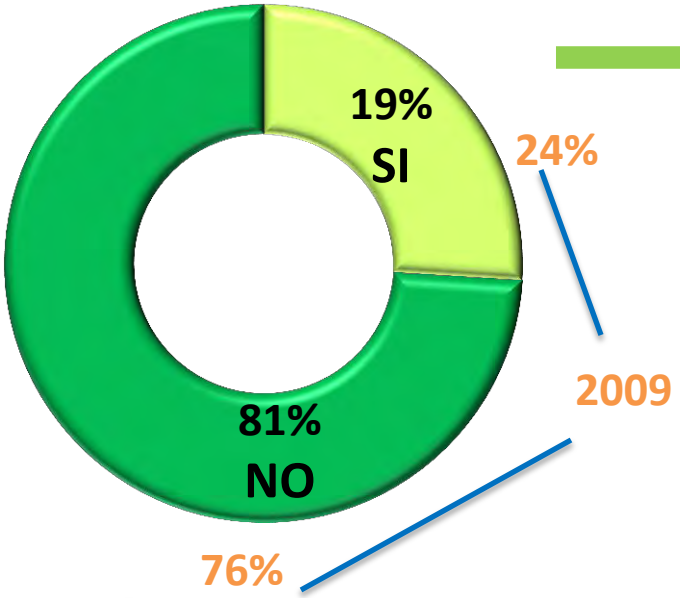
PLANEACIÓN DE VIAJE

Movilidad del visitante y paquetes turísticos

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

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

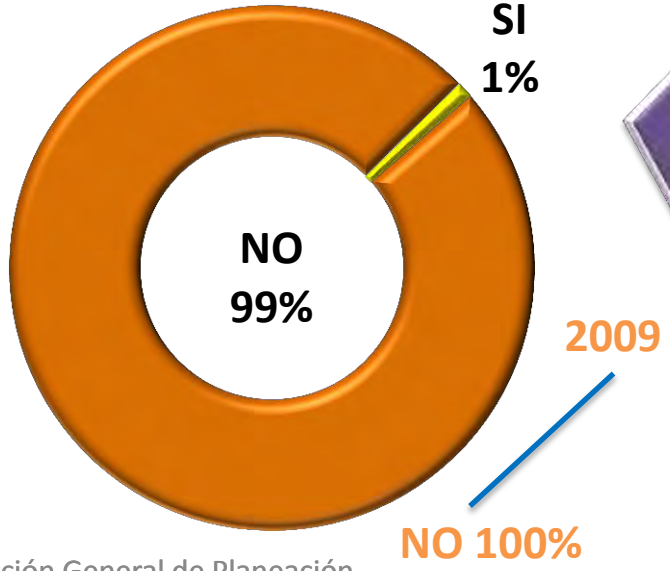


En 2010 se observa una disminución de 5 puntos porcentuales de visitantes que estuvieron en otras ciudades, en comparación al 2009, por lo que se sugiere contar con paquetes que incluyan rutas a otros destinos (multidestinos), preferentemente destinos del Estado.

¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?

Ciudades
Guanajuato
San Miguel de Allende
Silao
Dolores Hidalgo
Irapuato

¿Su viaje forma parte de un paquete?



En 2010 sólo el 1% de los visitantes viajaron al destino por la compra de paquetes turísticos, por lo que es importante crear alianzas con operadores turísticos nacionales e internacionales que promuevan el destino, además de buscar los calanes de comunicación adecuados para promover los ya existentes.

Distribución del visitante

20%

32%

3%

2%

42%

Casa de familiares/amigos fue el principal lugar de hospedaje, seguido de hotel; es importante que todos los establecimientos de hospedaje comercial se integren al e-commerce (comercio electrónico a través de internet y redes sociales) para lograr mayor demanda.

PLANEACIÓN DE VIAJE
Acompañantes

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

¿Con quién viaja en estos momentos?

Solo

16%

21%

Acompañado

84%

79% ← 2009

En 2010 el 84% de los visitantes viajaron acompañados, observándose un incrementó en comparación al año anterior, por lo que es necesario ofrecer mayor variedad de actividades que satisfaga a todos los visitantes de manera general y particular.

Acompañantes	2009	2010
Familia	46%	62%
Amigos	23%	5%
Cónyuge/ Pareja	22%	27%
Gente relacionada con mi trabajo	9%	6%

Los viajes en familia aumentaron considerablemente de 2009 (46%) a 2010 (62%), siendo los más representativos, por lo que indica que los visitantes requieren de mayor número de actividades de recreación, familiares y diversión.

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	2.88	2.68	-6.94%
Número de adolescentes entre 12 y 18 años	1.54	1.52	-1.29%
Número de niños menores de 12 años	1.59	1.89	18.86%
Promedio Total de personas	3.61	3.58	-0.83%

La mayor parte de los acompañantes son mayores de 18 años en 2010, sin embargo, no hay que descuidar los productos turísticos para el segmento de niños y adolescentes que representan un mercado importante al momento de tomar la decisión de viajes en familia.

PLANEACIÓN DE VIAJE
Medio de transporte

Medio de transporte utilizado para llegar a este destino

76%

Automóvil

61%

5%

Avión

9%

19%

Autobús

30%

2009

En 2010 el principal medio de transporte utilizado para llegar al destino fue el automóvil teniendo un incremento de 15 puntos porcentuales en comparación al 2009, seguido del autobús y del avión con una disminución significativa de 2009 a 2010.

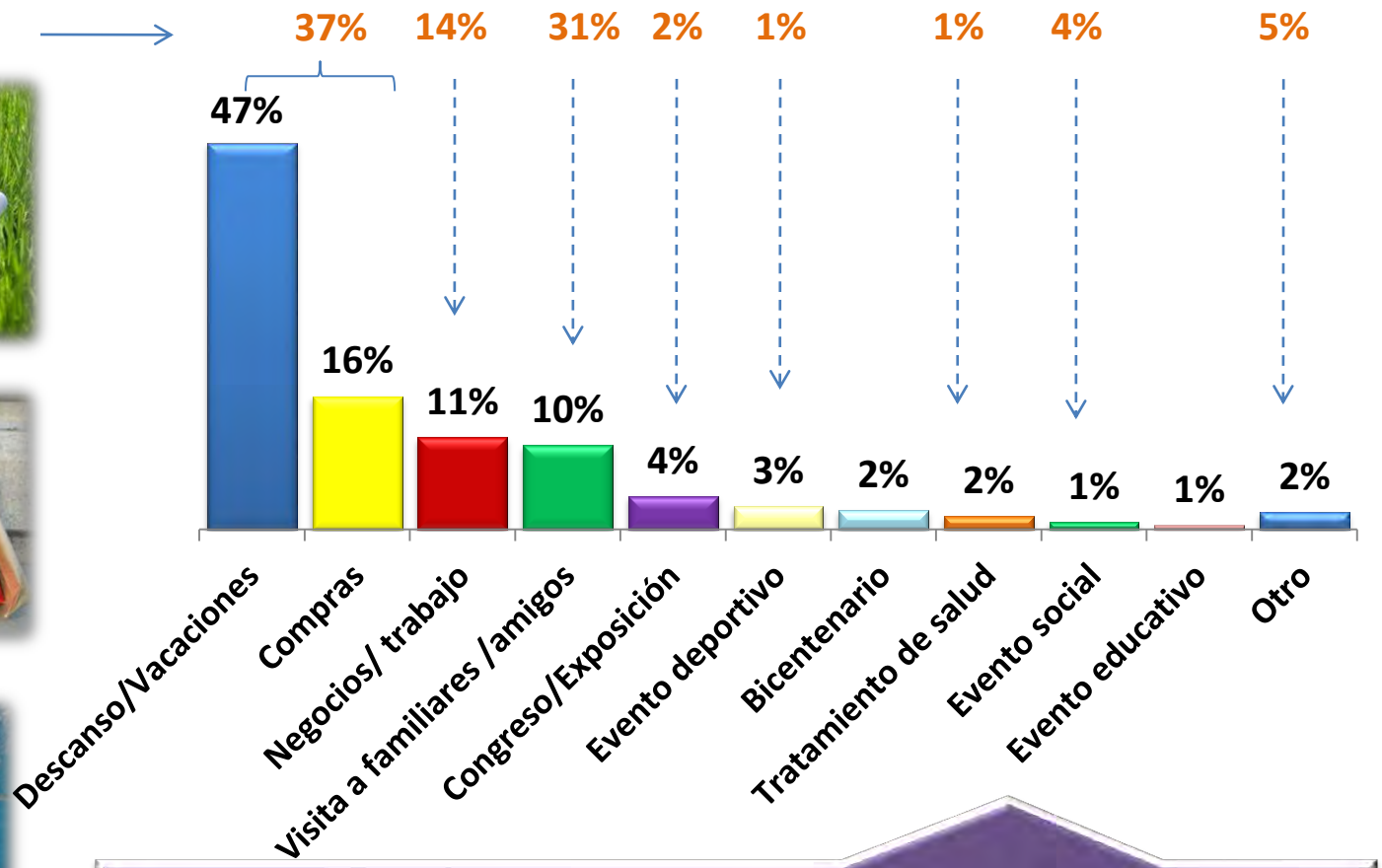
Resumen Planeación de Viaje

Concepto	Información Relevante
¿Visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?	SI 19% NO 81%
¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?	Guanajuato San Miguel de Allende Silao
¿El viaje forma parte de un paquete?	NO 99%
Principal opción de hospedaje	Casa de familiares/amigos
¿Con quién viaja en estos momentos?	Familia
Promedio de acompañantes	3.58 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?



En 2010 el descanso/ vacaciones fue el principal motivo del viajero a León, seguido de compras/negocios/trabajo/congresos/exposiciones con un 31%. A pesar de que el turismo tradicional representa cerca del 50%, el mercado que representa mayor potencial por la vocación de la ciudad es el turismo de reuniones.

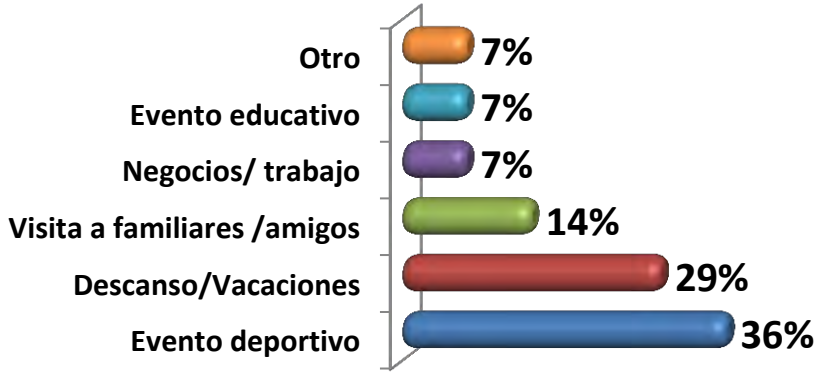
MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita (por mercado)

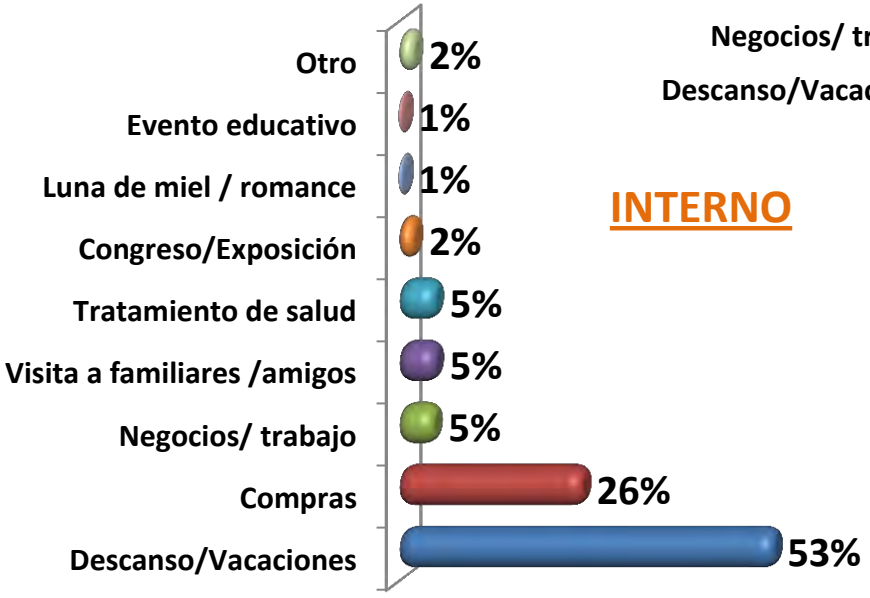
¿Cuál de las siguientes opciones define mejor el motivo principal de su viaje a este destino?

NACIONAL

INTERNACIONAL



INTERNO



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	Irapuato	59%	.0%	3%	3%	3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	31%	.0%
	Guanajuato	36%	8%	12%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	44%	.0%
	Celaya	47%	13%	7%	7%	13%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7%	.0%	7%	.0%
	Salamanca	57%	.0%	14%	.0%	7%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	21%	.0%
	Silao	60%	20%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	20%	.0%
	San Miguel de Allende	60%	.0%	.0%	.0%	20%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	20%	.0%
Resto de destinos	Abasolo	75%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	25%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Acámbaro	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100%	.0%
	Comonfort	.0%	.0%	.0%	50%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	50%	.0%
	Cuerámaro	.0%	33%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	67%	.0%	.0%	.0%
	Dolores Hidalgo	50%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	50%	.0%
	Jerécuaro	100%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Juventino Rosas	50%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	50%	.0%
	León	100%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Pénjamo	50%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	50%
	Pueblo Nuevo	75%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	25%	.0%
	Romita	75%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	25%	.0%
	Salvatierra	50%	.0%	.0%	.0%	50%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	San Felipe	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%
	San Francisco del Rincón	100%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	San Luis De La Paz	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100%	.0%
	Valle de Santiago	50%	.0%	.0%	.0%	50%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.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	32%	24%	23%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	4%	2%	11%	0%
	Jalisco	43%	19%	10%	2%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	7%	17%	0%
	Querétaro	60%	3%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	31%	0%
	San Luis Potosí	57%	17%	4%	4%	0%	0%	0%	4%	0%	0%	0%	5%	9%	0%
	Aguascalientes	53%	0%	0%	13%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	7%	0%	27%	0%
	Estado de México	35%	29%	12%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	6%	0%	12%	0%
	Veracruz	46%	8%	30%	8%	0%	0%	0%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Puebla	33%	25%	8%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	17%	0%	9%	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	Baja California	0%	0%	50%	25%	0%	0%	0%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Chiapas	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Chihuahua	75%	0%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Coahuila	50%	17%	17%	0%	0%	0%	0%	16%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Colima	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%
	Durango	0%	50%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Guerrero	50%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Hidalgo	33%	0%	17%	17%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%
	Michoacan	67%	0%	17%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	8%	0%
	Morelos	67%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	17%	16%	0%
	Nayarit	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Nuevo León	57%	15%	14%	14%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Oaxaca	50%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	25%	0%	0%
	Quintana Roo	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Sinaloa	50%	0%	9%	8%	0%	8%	0%	17%	0%	0%	0%	0%	8%	0%
	Tabasco	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	Tamaulipas	56%	11%	22%	11%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Tlaxcala	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Yucatán	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Zacatecas	33%	0%	33%	34%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	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	20%	10%	20%	0%	0%	0%	0%	40%	0%	0%	10%	0%	0%	0%
	Bolivia	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Canadá	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Francia	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	Italia	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

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	19%	60%	21%
Excursionista	17%	66%	17%

Distribución promedio del gasto del Turista

2009 → 26%

HOSPEDAJE
24%

7%

TRANSPORTE LOCAL
8%

11%

ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN
5%

OTROS
0%

2009 → 11%

ALIMENTOS Y BEBIDAS
17%

11%

ARTESANÍAS
1%

29%

COMPRAS
45%

5%

GASTO DEL VISITANTE

Promedio de gasto por persona

Promedio de Gasto por Persona al día

Fuente: Datatur

TURISTA EN HOTEL

1.32 días*
$ 1,499

2009 → 1.34 días
$1,722

TURISTA CON FAMILIARES Y/ AMIGOS

5.22 días
$ 904

5.31 días
$669

DEPTO O CASA RENTADA

15 días
$ 522

9.80 días
$955

DEPTO O CASA PROPIA

2.25 días
$ 854

2009 → 8.00 días
$556

EXCURSIONISTA

$ 1,127

$1,656

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
LEÓN	$1,127	NA	$1,499	1.32 días	NA	NA	$904	5.22 días
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
NEGOCIOS	NA	NA	$515	14.12 días	$419	4.37 días
LEÓN	$854	2.25 días	$522	15.00 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		
León 2010		
Categoría	**Total en personas**	**Derrama Económica**
Turistas en Hotel 1 a 5*	1,084,991	$2,152,435,461
Turistas en otros establecimientos comerciales	161,939	$1,266,767,477
Turistas en establecimientos no comerciales	1,862,298	$8,424,251,194
Excursionistas	2,272,543	$2,560,781,373
Totales	**5,381,771**	**$14,404,235,504**

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-Sectur, 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 y 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.

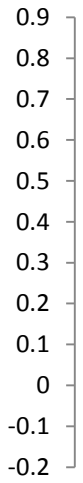
Resumen Gasto del Visitante

Concepto	Información Relevante
Gasto en el destino:	Excursionista 66% Turista 60%
Estadía de turista:	Hotel 1.32 días Familiares o amigos 5.22 días Depto. o casa rentada 15.00 días Depto. o casa propia 2.25 días
Derrama Económica estimada	$ 14,404,235,504

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Visitas anteriores

¿Ya había visitado anteriormente este destino?



85% **75%**

SI

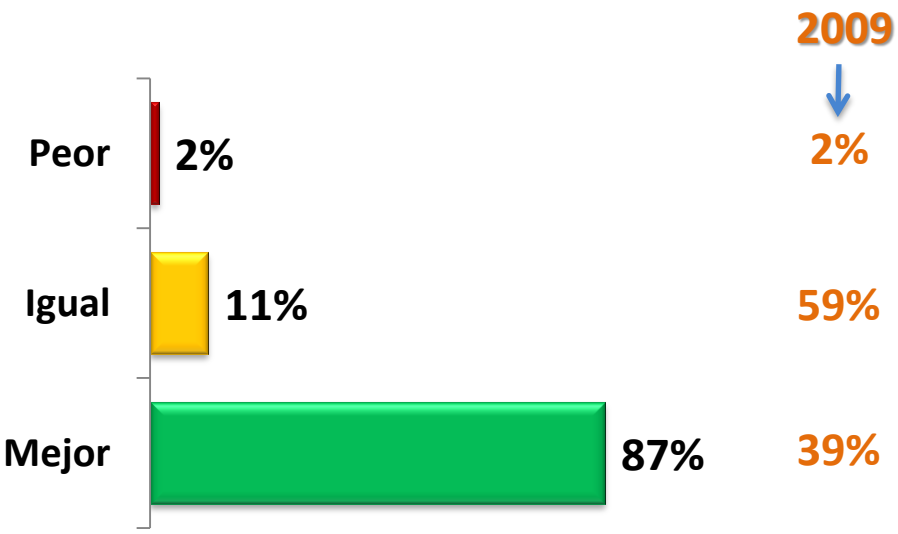
15% **25%**

NO

2009

En 2010 aumentó 10 puntos porcentuales los visitantes que ya habían estado en la ciudad, respecto al 2009, indicando así la necesidad de contar con productos turísticos novedosos tanto para los visitantes nuevos como para los 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?

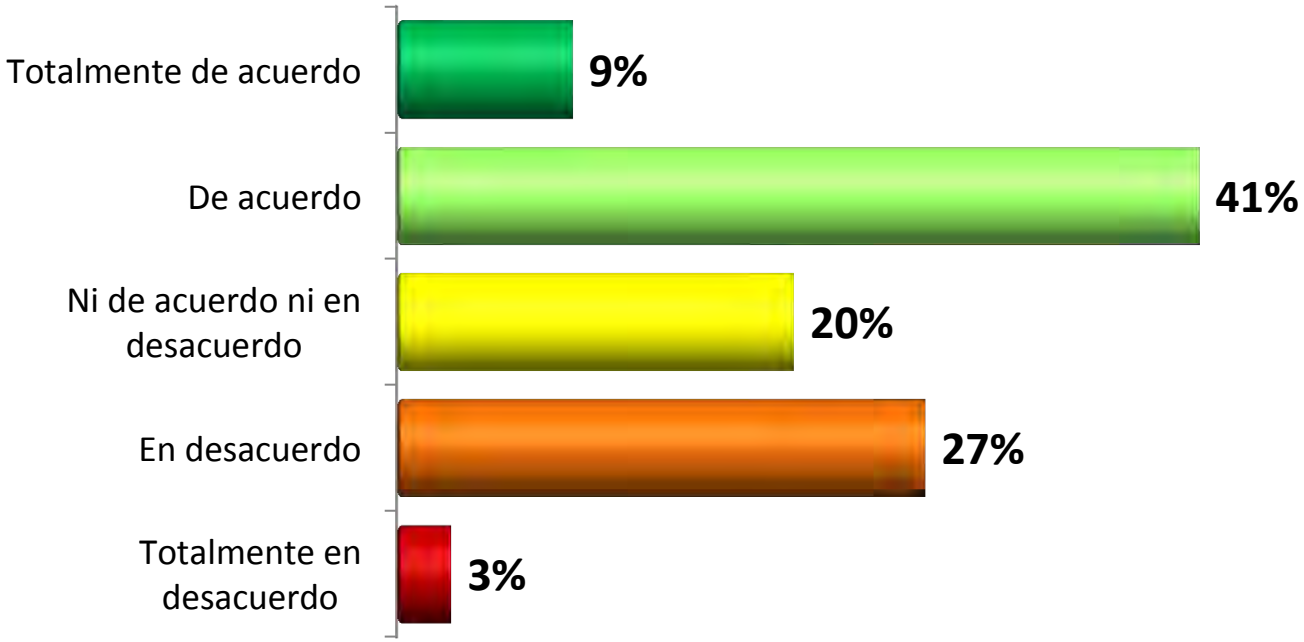


En 2010 la experiencia del visitante fue mejor, lo que refleja la calidad del servicio en la ciudad, el agrado y bienestar del visitante, así como el fortalecimiento general del destino, por otro lado, se puede observar una disminución importante de 2009 a 2010 en los visitantes que consideran la experiencia en León como igual.

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia

¿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?



En 2010 el 50% de los visitantes están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la experiencia en la ciudad fue mejor que en otros lugares. En contraparte, existió un aumento de 19 puntos porcentuales en 2010, en comparación con 2009 de los visitantes que están en desacuerdo, por lo que se debe de poner especial atención en dicho aspecto para mejorar.

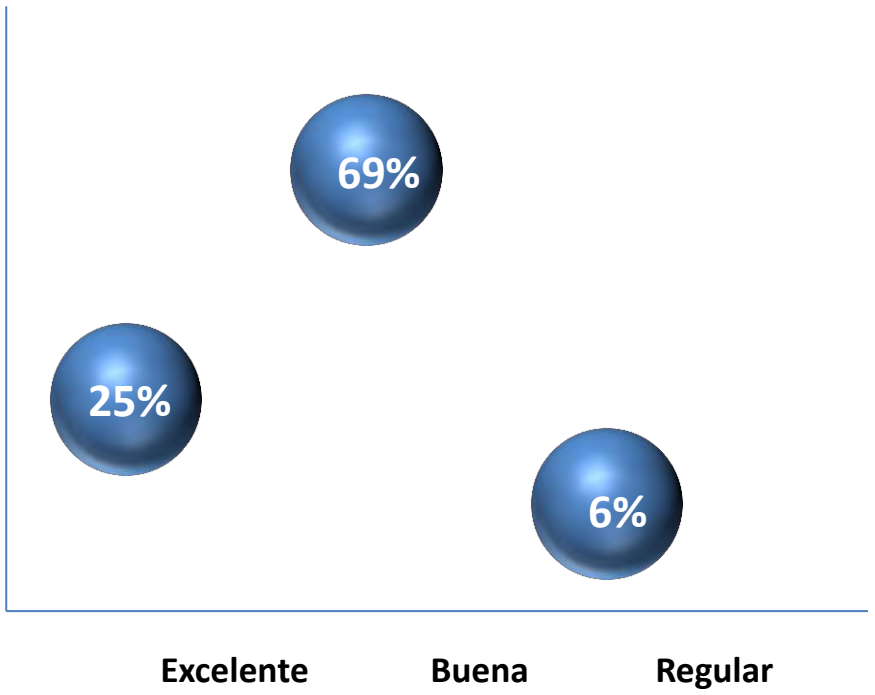
EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia

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

2009 → **31%** **61%** **8%**

En 2010 el 94% de los entrevistados mencionaron haber tenido una experiencia de excelente/buena; esto refleja la calidad y variedad de oferta que presenta la ciudad de León, aunque es importante seguir trabajando para fortalecer aun más el destino.

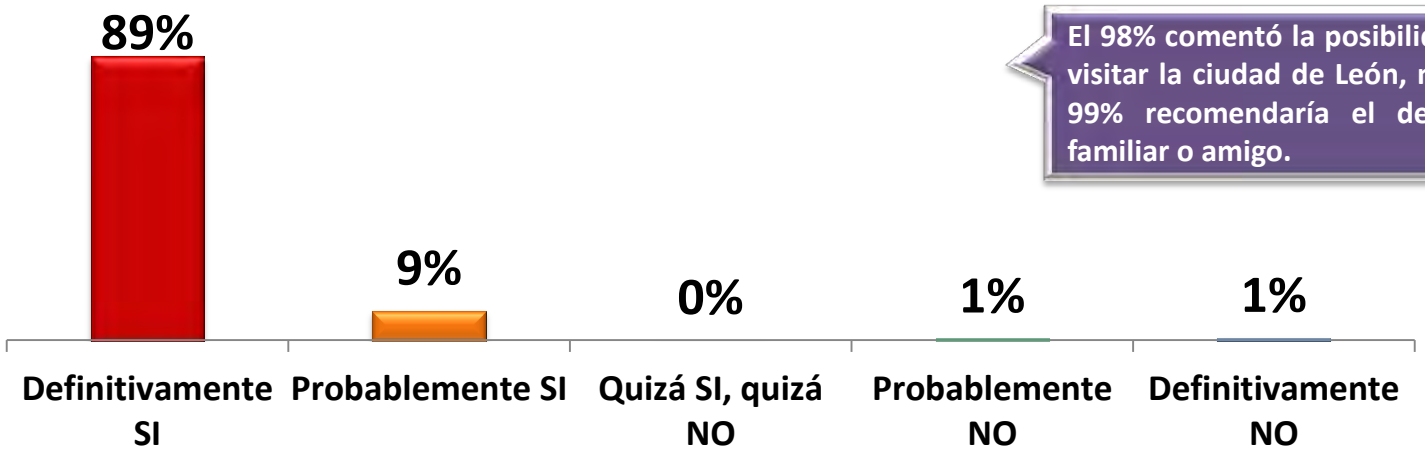


EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia

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

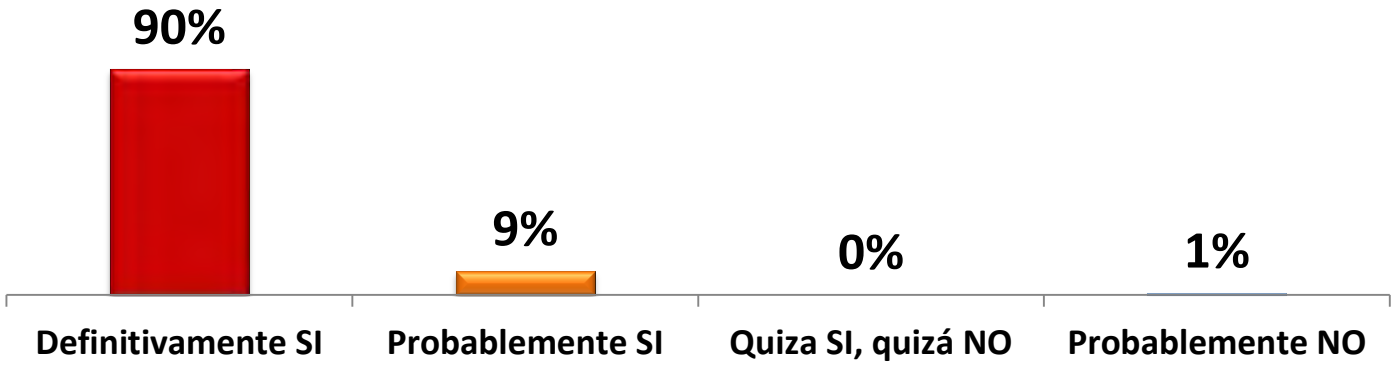
2009 → 59% 32% 9% 0% 0%



El 98% comentó la posibilidad de volver a visitar la ciudad de León, mientras que el 99% recomendaría el destino a algún familiar o amigo.

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

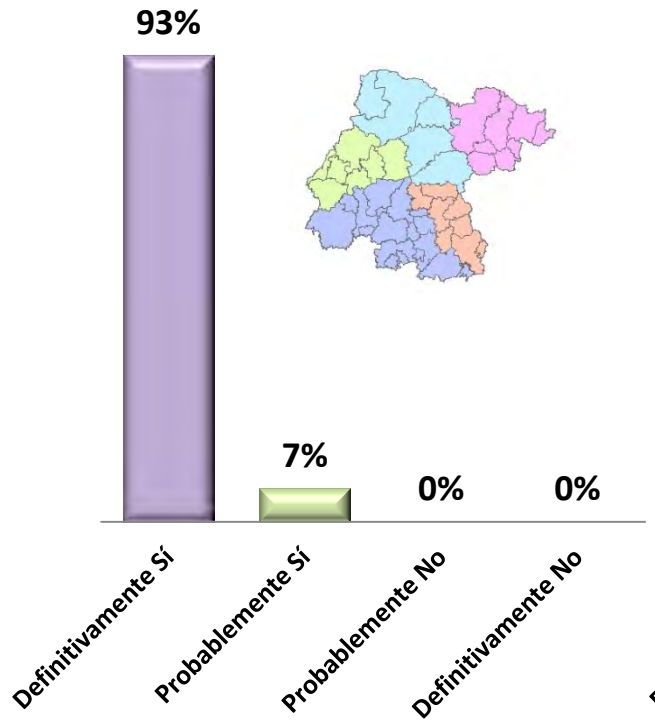
2009 → 53% 31% 13% 1%



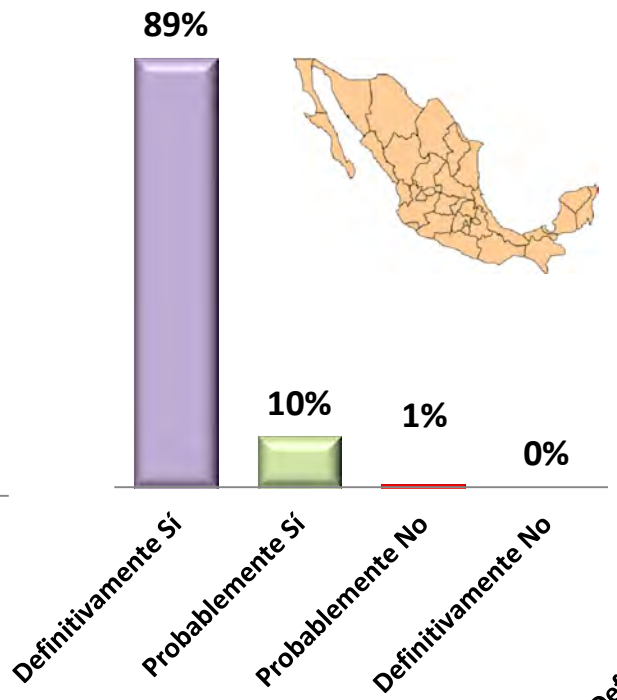
EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia (por mercado)

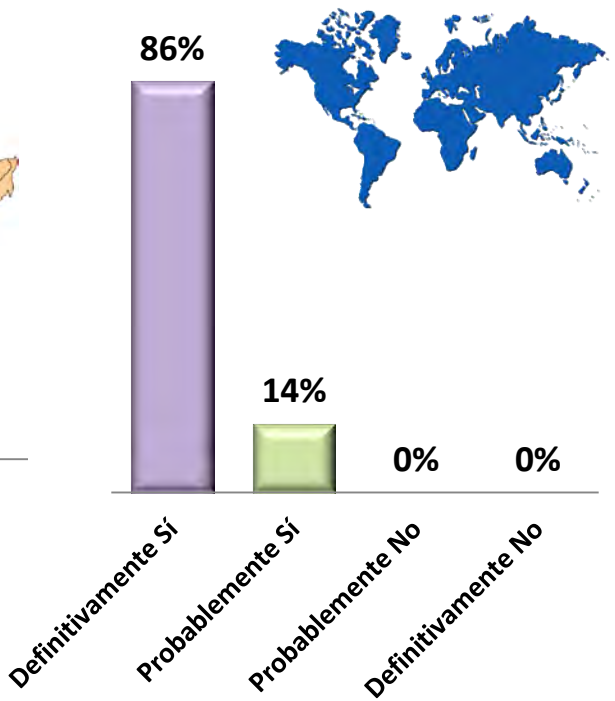
INTERNO



NACIONAL



INTERNACIONAL



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 general fue de 7.62 en 2010, que si bien no es una calificación excelente, refleja resultados positivos en la mejora y fortalecimiento de la oferta de actividades y servicios en el destino. En 2010 los atributos mejor calificados fueron el destino y los establecimientos de hospedaje, mientras que el transporte público local obtuvo menor calificación. Es necesario seguir trabajando en todos los rubros, buscando la calidad y agrado del visitante.

Calificación general = 7.62

2009 = 7.53

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación del destino

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

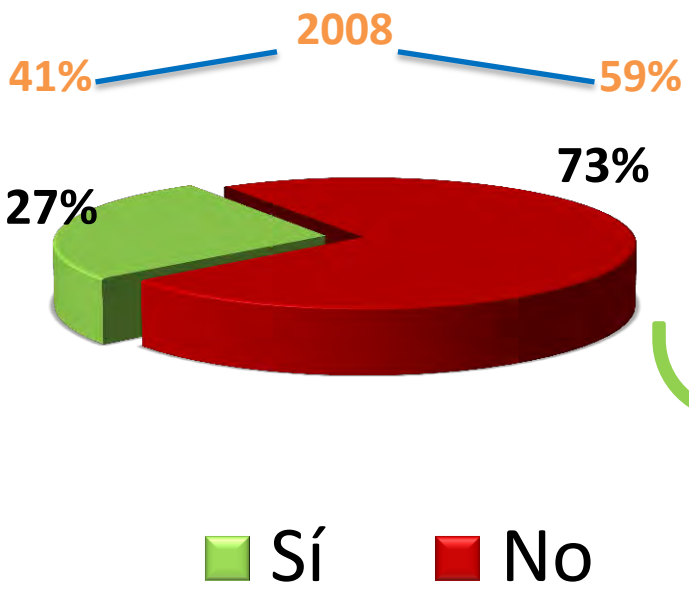
Mejora Prioritaria	Fortaleza
- Transporte público local	- Destino - Establecimientos de hospedaje
- Terminal de autobuses - Infraestructura carretera	- Aeropuerto - Establecimientos de alimentos y bebidas
Mejora Secundaria	**Mantenimiento**

Resumen experiencia de viaje

Concepto	Información Relevante
¿Ya había visitado anteriormente el destino?	SI 85%
¿Qué tan de acuerdo estaen que la experiencia que tuvo en este destino es mejor que el de otros destinos ?	Totalmente de acuerdo/De acuerdo 50%
Satisfacción en el destino	Excelente/Buena 94%
Recomendación del destino	Definitivamente SI/Probablemente SI 99%
Retorno al destino	Definitivamente SI/Probablemente SI 98%
Calificación del destino	7.62

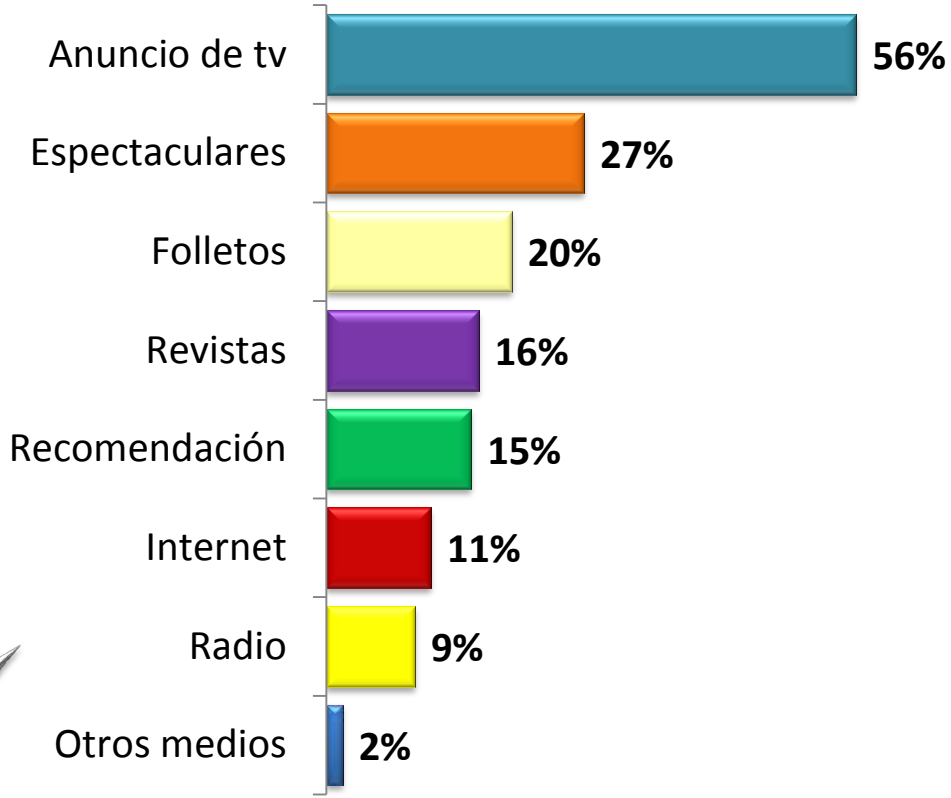
RECORDACIÓN DE LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

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



Nota: En 2009 no se aplicó

Medios en los que escuchó/vio publicidad del destino*



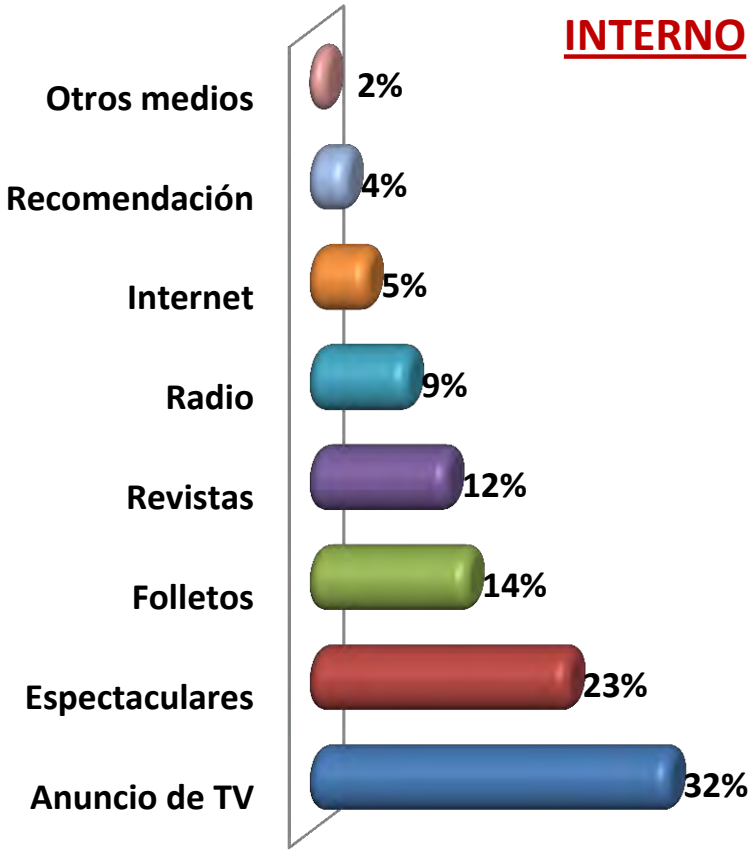
*NOTA: El porcentaje puede sumar más de 100 por ser multirespuesta.

El 27% de los visitantes vio/escuchó publicidad sobre la ciudad, por lo que es necesaria mayor difusión de los atractivos y actividades que ofrece León en todos los medios, que promuevan la diversidad de actividades y sea de interés para la sociedad. El principal medio fue la Televisión, seguido de los espectaculares, mientras que los medios menos mencionados fueron la radio y el internet.

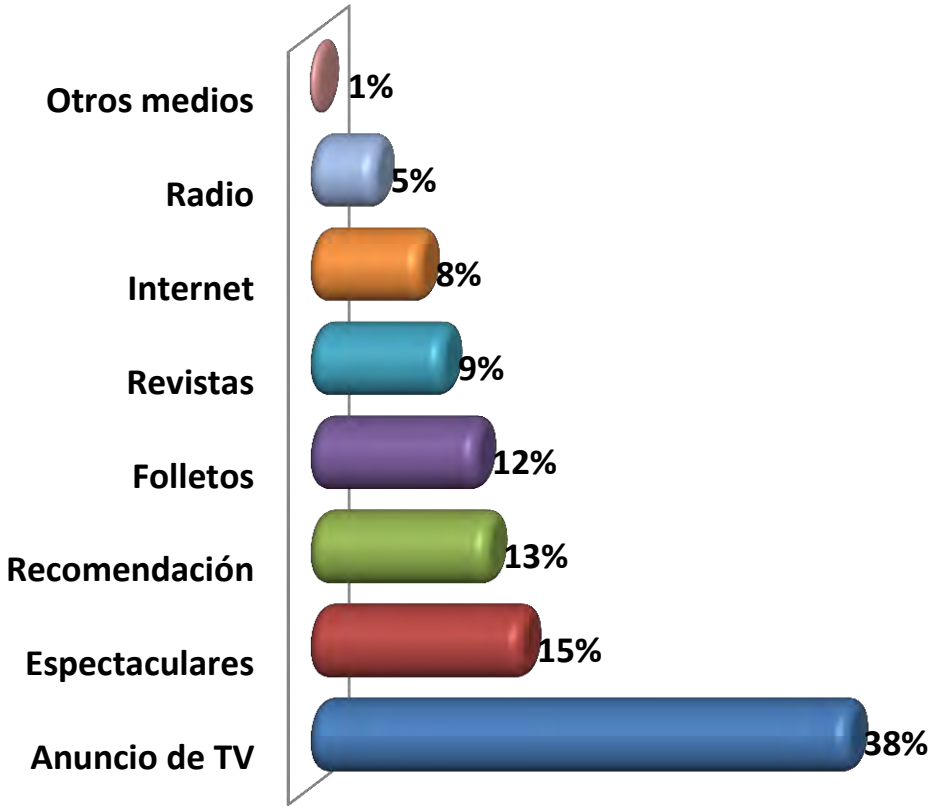
RECORDACIÓN DE LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

Por mercado

INTERNO



NACIONAL



Nota: Los entrevistados provenientes del extranjero no mencionaron haber visto o escuchado publicidad del destino.

RECORDACIÓN DE LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

Por mercado, INTERNO

		Folletos	Radio	Revistas	Espectaculares	Anuncio en TV	Internet	Recomendación	Otros medios
Principales Destinos	Irapuato	9%	9%	0%	45%	37%	0%	0%	0%
	Guanajuato	0%	0%	0%	17%	67%	16%	0%	0%
	Celaya	23%	8%	15%	8%	38%	8%	0%	0%
	Salamanca	0%	0%	50%	0%	50%	0%	0%	0%
	Silao	0%	25%	25%	50%	0%	0%	0%	0%
	San Miguel de Allende	40%	0%	0%	20%	20%	20%	0%	0%
Resto de Destinos	Abasolo	0%	0%	0%	67%	0%	0%	0%	33%
	Pénjamo	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%
	Salvatierra	20%	20%	20%	0%	20%	0%	20%	0%
	San Francisco del Rincón	25%	0%	25%	0%	25%	0%	25%	0%
	Yuriria	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	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	14%	5%	10%	14%	43%	5%	9%	0%
	Jalisco	8%	4%	4%	27%	23%	12%	22%	0%
	Querétaro	8%	8%	8%	23%	46%	0%	8%	0%
	San Luis Potosí	10%	20%	10%	30%	20%	10%	0%	0%
	Aguascalientes	0%	25%	25%	25%	0%	0%	25%	0%
	Estado de México	25%	0%	0%	0%	50%	25%	0%	0%
	Veracruz	25%	0%	13%	0%	25%	25%	0%	12%
	Puebla	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%

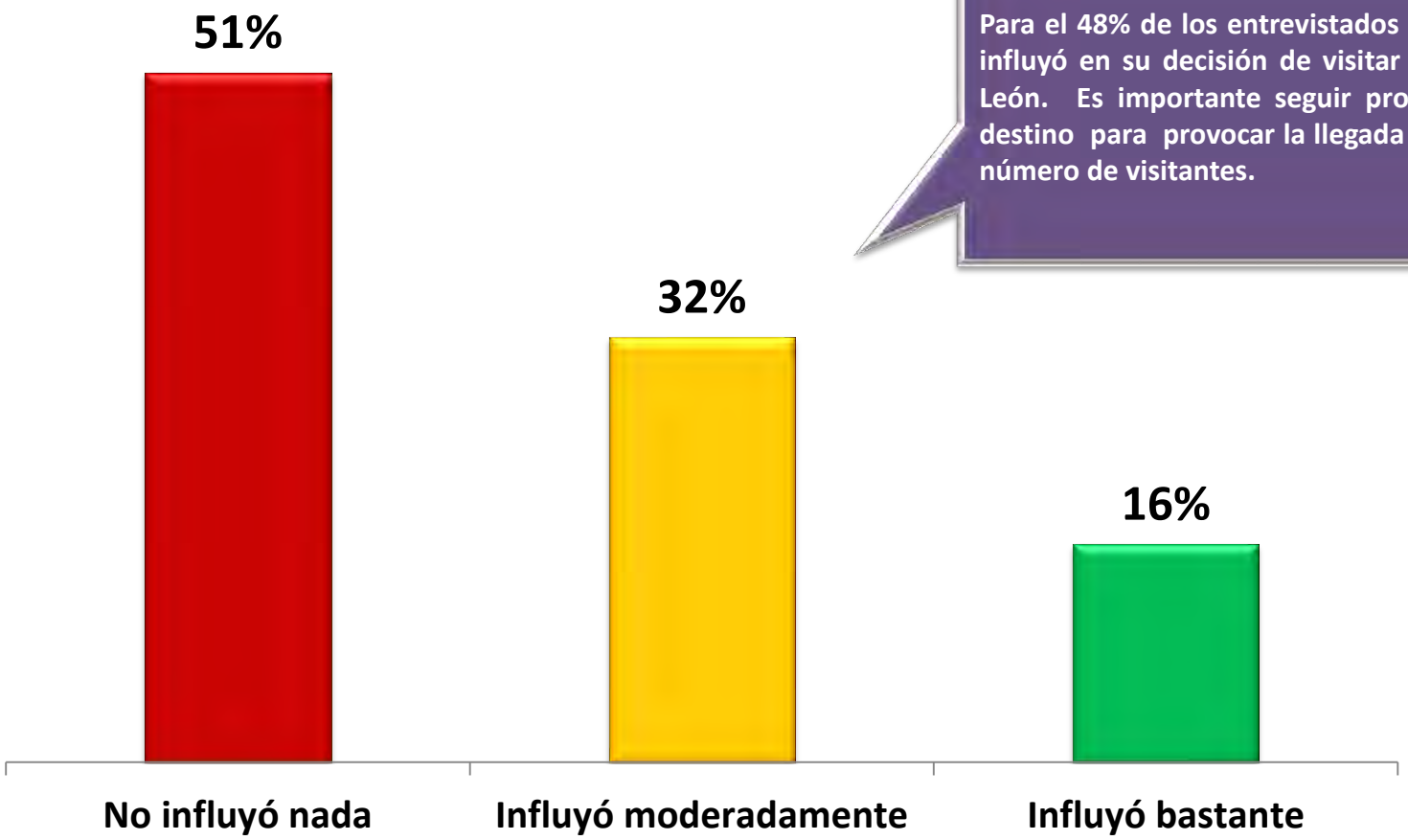
RECORDACIÓN DE LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

Por mercado, NACIONAL

		Folletos	Radio	Revistas	Espectaculares	Anuncio en TV	Internet	Recomendación	Otros medios
Resto de Destinos	Chihuahua	0%	0%	40%	0%	20%	0%	40%	0%
	Coahuila	0%	0%	33%	0%	33%	34%	0%	0%
	Colima	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Guerrero	0%	0%	0%	0%	50%	0%	50%	0%
	Michoacán	0%	0%	0%	33%	67%	0%	0%	0%
	Morelos	33%	0%	33%	34%	0%	0%	0%	0%
	Nayarit	50%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%
	Nuevo León	0%	0%	0%	0%	60%	20%	20%	0%
	Oaxaca	67%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	0%
	Sinaloa	0%	0%	0%	0%	67%	0%	33%	0%
	Tabasco	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Tamaulipas	20%	0%	0%	0%	60%	0%	20%	0%
	Tlaxcala	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Yucatán	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%

INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD PARA VENIR AL DESTINO

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



Para el 48% de los entrevistados la publicidad influyó en su decisión de visitar la ciudad de León. Es importante seguir promoviendo el destino para provocar la llegada de un mayor número de visitantes.

Resumen publicidad

Concepto	Información Relevante
¿Ya visto o escuchado publicidad del destino?	SI 27%
Principal medio en los que vio publicidad	Televisión
Influencia de la publicidad	No influyó 51%

Visitante Promedio

VISITANTE PROMEDIO

	León 2009	León 2010	Estatal 2010
Edad Promedio	33 años	40 años	41 años
Acompañado por	Familia	Familia	Familia
Grupo de viaje	3.61 personas	3.58 personas	3.28 personas
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil	Automóvil
Ingreso	$12,000 a $36,000 (NSE C)	$7,100 a $12,199 (NSE D+)	$7,100 a $12,199 (NSE D+)
Otros lugares por visitar	Guanajuato Irapuato Dolores Hidalgo	Guanajuato San Miguel de Allende Silao	Guanajuato San Miguel de Allende León
Motivo de Visita	Descanso/Vacaciones	Descanso/Vacaciones	Descanso/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	$1,656 por persona	$1,127por persona	$ 885 por persona
Si se queda una noche gastará	$1,722 por persona	1,499 por persona	$1,351 por persona
Principal lugar de hospedaje	Hotel	Hotel	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	7.53	7.62	7.50

VISITANTE PROMEDIO

	León 2010	Celaya 2010	Irapuato 2010
Edad Promedio	40 años	40 años	42 años
Acompañado por	Familia	Familia	Familia
Grupo de viaje	3.58 personas	2.96 personas	3.22 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	Guanajuato San Miguel de Allende Silao	Guanajuato San Miguel de Allende Querétaro	Guanajuato León Celaya
Motivo de Visita	Descanso/Vacaciones	Descanso/Vacaciones	Descanso/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	$1,127por persona	$775 por persona	$561 por persona
Si se queda una noche gastará	1,499 por persona	$1,078 por persona	$1,184 por persona
Principal lugar de hospedaje	Hotel	Casa de Familiares/Amigos	Casa de Familiares/Amigos
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	7.62	7.23	7.26

VISITANTE PROMEDIO

	León 2010	Negocios 2010
Edad Promedio	40 años	40 años
Acompañado por	Familia	Gente relacionada con el trabajo
Grupo de viaje	3.58 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 Silao	León Guanajuato Querétaro
Motivo de Visita	Descanso/Vacaciones	Negocios
Si regresa el mismo día gastará	$1,127por persona	$798 por persona
Si se queda una noche gastará	1,499 por persona	$1,426 por persona
Principal lugar de hospedaje	Hotel	Hotel
Experiencia del viaje	Buena	Buena
Recomendación del destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	7.62	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.

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

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

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

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 del Rocío 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