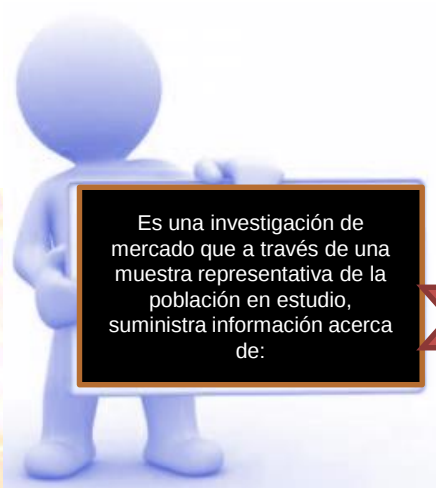




PERFIL DEL VISITANTE Y ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LEÓN 2012



Es una investigación de mercado que a través de una muestra representativa de la población en estudio, suministra información acerca de:

Información del Perfil

- ☐ Perfil Sociodemográfico del Visitante
- ☐ Planeación de Viaje
- ☐ Nivel de Satisfacción y Lealtad
- ☐ Medios de Comunicación e Información
- ☐ Gasto y Estadía del Visitante

Que será de gran utilidad para:

La definición de estrategias que se traduzcan en una mayor atracción de visitantes a los destinos del Estado de Guanajuato y que generen impacto social y económico.

Se realiza:

Con una muestra aleatoria de:

987 entrevistas efectivas; aplicadas en León a turistas y excursionistas, con un nivel de confianza del 95% y error del $\pm 5\%$

Los lugares de levantamiento fueron en 9 ubicaciones:

Centro Histórico, Polígono Polifurum (Polifórum León, Fórum Cultural Guanajuato, Centro de Ciencias y Parque Explora), Zoológico de León, Parque Metropolitano de León, Centros Comerciales (Plaza Mayor, Centro Max), Zona Piel, Outlet de calzado (Mulza), Expiatorio.

¿Qué es el perfil del Visitante a **León** y cómo se realiza?



Se entrevista a:

Viajeros, hombres y mujeres mayores de 18 años de edad, que no residan ni trabajen en el destino donde se realiza la entrevista y que hayan permanecido al menos 3 horas en el destino.

A través de

Encuesta Personal Cara a Cara

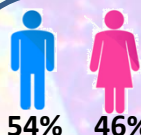
Una agencia de investigación de mercados contratada por la Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato. La empresa codifica, captura y elabora el reporte de resultados.

El estudio es realizado por

Del 4 de Febrero al 31 de Agosto de 2012

En un período de levantamiento de:

Demográficos



37 Años
Edad promedio del
entrevistado

Nivel de Ingresos

De \$13,200 a \$39,699 (C)	34%
De \$7,700 a \$13,199 (D+)	34%

Ocupación

Empleado de empresa Privada	33%
Trabaja por su cuenta	15%
Empleado de gobierno	14%

Escolaridad

Universidad	46%
Preparatoria	18%
Posgrado	13%

Grupo de Viaje

Solo	17%
Acompañado	83%

3.8
personas

Movilidad

Si 34%

Guanajuato	68%
San Miguel de Allende	19%
Silao y Guadalajara	11%

Transporte

64%	Automóvil
29%	Autobús
4%	Avión

Mercados Emisores

Nacional
68%

- Distrito F. 23%
- Jalisco 14%
- Querétaro. 8%

3,868,501

Estatad
29%

- Celaya 17%
- Irapuato 16%
- Guanajuato 10%

1,649,802

Internacional
3%

- EUA 50%
- España 7%
- Francia y Alemania 7%

170,669

5,688,972 visitantes

PERFIL LEÓN 2012



49 %



51%

Gasto y Estadía

Hotel

\$2,008.56

1.35 días

Casa de
Familiares/
Amigos

\$1,091.89

5.00 días

Excursionista

\$1,856.08

N.A.

Experiencia y Satisfacción

Recurrencia

Si 81%

Experiencia

Igual
64%

Indice de
Satisfacción

8.0

Lealtad al Destino

Retorno
99%

Recomendación
99%

Distribución

22%

Hotel

Reservó
54%

Por Internet
47%

24%

Casa de Familiares /
amigos

51%

Excursionista

27%

Descanso /
vacaciones

Compras

19%

18%

Visita familiares /
amigos

Negocios/ Trabajo
Congreso / exposición

11%

Propósito de Viaje

15

Época y Plan de viaje

45%

No hay
Fecha

36%

Verano

27%

Fin de
Año

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Medios de Búsqueda

- Internet 50%
- Recomendación 33%
- Teléfono 4%



Indicadores de la Actividad Turística **León**



Principales Indicadores 2012

León



Población

Población Total	1,436,480
Hombres	49 %
Mujeres	51 %



Indicadores de la Actividad Turística

Llegada de Turistas	1,244,747
Turistas Noche	1,684,046
Ocupación	49%
Estadía	1.35
Densidad	1.77



Oferta Hotelera

1 a 5 estrellas **2013**

Establecimientos	84
Habitaciones	5,341

Inversión Turística Privada

\$210.4 millones de pesos



Visitantes y Derrama Económica

2012

Visitantes	5,688,972
Derrama Económica Estimada	\$17,114,734,862



Principales Eventos

Visitantes

Derrama Económica

Rally WRC León	52,261	\$110,244,809
Festival Internacional del Globo	210,000	\$201,458,981

Fuente: Sedetur-Datatur, Inegi – Censo de Población y Vivienda 2010, Estudio del Perfil del Visitante a León 2012.



ANEXOS

Hombres

Mujeres

2012

54%

46%

Turistas

Excursionistas

2012

49%

51%

Edad promedio de los entrevistados

Edad

15 a 19 años
20 a 24 años
25 a 29 años
30 a 34 años
35 a 39 años
40 a 44 años
45 a 49 años
50 a 54 años
55 a 59 años
60 a 64 años
65 a 69 años
70 a 75 años

Edad Promedio

2012

5%
14%
15%
13%
13%
11%
8%
3%
6%
3%
3%
1%

37 años

PROPÓSITO DE VIAJE	2012
Descanso/ Vacaciones	27%
Compras	19%
Visita familiares / amigos	18%
Evento deportivo	11%
Negocio / Trabajo	10%
Religión / Peregrinación	3%
Evento social	3%
Viaje de estudios	2%
Tratamiento de salud	2%
Congreso / Exposición	1%
Evento cultural	1%
Luna de miel / Romance	1%
Otro	2%

Otro: Trámites legales

Otro: 2011. Representaba el 6% con respuestas como: Evento deportivo (1%), religión-peregrinación(1%), Tratamiento de salud (1%), Evento cultural (1%), luna de miel/romance (1%), trámites legales (1%)

PROPÓSITO (Descanso/Placer)	2012
La cultura del destino	30%
Compras	25%
El ambiente natural y la belleza del paisaje	24%
Los parques temáticos o de diversiones	12%
El sol y el contacto con el agua	3%
Conocer el rumbo	3%
La practica de actividades deportivas	1%
La vida nocturna	1%
Otro	1%

Otro: Relajación (1%).

Otro 2011: Representaba el 4% con menciones como: Vida nocturna (1%), conocer (1%), religión (1%), amistades (1%)

¿Con quién viaja?	2012
Solo	17%
Acompañado	83%

PROMEDIO EDAD ACOMPAÑANTES	2012
Adultos mayores de 18 años	36.9
Adolescentes de 12 a 18 años	14.9
Niños menores de 12 años	6.6
Promedio total de personas	3.8

ACOMPAÑANTES

Familia
Pareja
Hijos
Amigos
Gente relacionada con trabajo

2012

47%
26%
13%
11%
3%

TIPO DE HOSPEDAJE	2012
Casa de Familiares y/o amigos	24%
Hotel	22%
Casa rentada	1%
Casa propia	1%
Campamento	1%
Otro	0.2%
Excursionista	51%

Otro: Albergue, escuela.

RESERVACIÓN	2012
Si	54%
No	46%

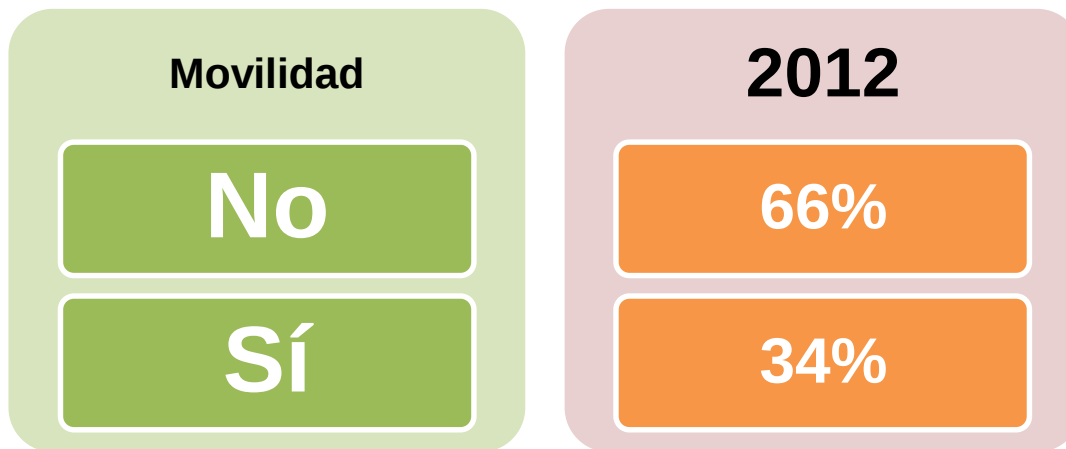
MEDIO DE RESERVACIÓN	2012
Internet	47%
Teléfono / Fax	42%
Organizador de eventos	6%
Agencia de viajes	3%
Otro	2%

Otro: Familiares, personalmente

MEDIO SE ENTERÓ DE LUGAR DE HOSPEDAJE	2012
Por visita previa	29%
Por internet	26%
Llegando pregunte	24%
Por recomendación	16%
Otro	3%
Agencia de viajes	2%

Otro: Celular, organización, por la empresa, por los guías.

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



CIUDADES 2012	
DENTRO DE GTO.	FUERA DE GTO.
Guanajuato	Guadalajara
San Miguel de A.	Aguascalientes
Silao	Lagos de Moreno
Irapuato	Colima
Dolores Hidalgo	Acapulco/La Piedad

Medio de Transporte

Automóvil propio

Autobús

Avión

Autobús rentado

Automóvil rentado

Otro

2012

64%

29%

4%

2%

1%

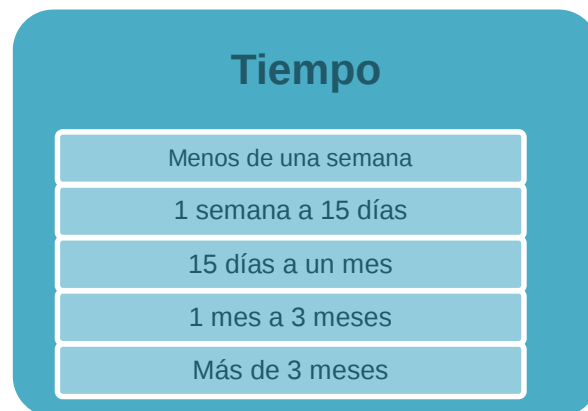
0%

¿En que época del año acostumbra viajar por placer, diversión, descanso o vacaciones?

MOTIVO	2012
No hay fecha	45%
Verano	36%
Fin de año	27%
Semana Santa	25%
Fines de Semana	8%
Puentes	6%
Otro	0%

Nota: La sumatoria puede sumar el 100%, por ser multirespuesta.

¿Con cuánto tiempo de anticipación planeó su viaje?



¿Cuántas veces al año acostumbra viajar por placer, diversión, descanso o vacaciones?

Promedio

Veces

2012

3.4

Recomendación y Retorno al destino

¿Qué tan probable es que usted vuelva a visitar el destino en el futuro?

Retorno

Definitivamente si

Probablemente si

Probablemente no

2012

78%

22%

0%

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

Recomendación

Definitivamente si

Probablemente si

Probablemente no

Definitivamente no

2012

73%

26%

1%

0%

Índice Global 2012

8.0

ESTRUCTURA TURÍSTICA	2012
Centro histórico	8.5
Experiencia en el destino	8.4
Museos de la ciudad	8.4
Establecimientos de hospedaje	8.2
Diversidad de atractivos turísticos	8.1
Diversidad de actividades recreativas	8.0
Establecimientos de alimentos y bebidas	8.0
Relación calidad/precio	8.0
Servicio de módulos de información	7.1
Servicio de guías de turistas	6.8

ESTRUCTURA. Es el conjunto de instalaciones, equipos personas físicas y empresas dedicadas a prestar servicios para satisfacer y facilitar la práctica del turismo.

FUENTE: Ramírez Blanco, Manuel. Teoría General del Turismo. Mayo de 1997.

SERVICIOS	2012
Hospitalidad de los residentes	8.6
Seguridad en el destino	8.3
Limpieza en las calles y áreas públicas	8.2
Mantenimiento de recursos culturales	8.0
Mantenimiento de los recursos naturales	8.0
Limpieza de los balnearios	7.8
Servicio de elementos de seguridad	7.6
Servicios de transporte público local	7.5

INFRAESTRUCTURA DE LA CIUDAD	2012
Iluminación de la ciudad	8.3
Infraestructura carretera	8.2
Imagen Urbana	8.2
Servicio de Estacionamientos	8.1
Acceso a la ciudad	8.1
Señaletica de la ciudad	8.1
Terminal de autobuses	8.0
Aeropuerto	7.9

INFRAESTRUCTURA: Es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para promover el desarrollo socioeconómico en general y que son aprovechadas o utilizadas para impulsar alguna actividad en especial. La infraestructura puede ser externa en sus dos modalidades de acceso (marinas, carreteras, telecomunicaciones, aeropuertos) y de servicios básicos (agua electricidad, drenaje, transporte público y servicios asistenciales, educativos o administrativos).

FUENTE: Ramírez Blanco, Manuel. Teoría General del Turismo. Mayo de 1997.

¿Qué medio consultó para planear su viaje a la ciudad?

Medio	2012
Internet	50%
Recomendación	33%
Teléfono	4%
Folletos	3%
Agencia de viajes	3%
Revistas	1%
Anuncios de TV	0%
Espectaculares	0%
Otro	6%

Otro: Publicidad en productos, autobús, trabajo, organizador de eventos, periódico, tiempo compartido

¿Qué medio de comunicación utiliza más?

Medios	2012
Internet	48%
Televisión	44%
Radio	5%
Prensa	2%
Otro	1%

Otro: Teléfono celular

VISITANTE PROMEDIO



PERFIL	2012
Edad Promedio del Entrevistado	37 años
Nivel de Ingreso	\$7,700 a \$13,199 (D+) \$13,200 a \$36,699 (C)
Nivel Académico	Universidad
Acompañado por	Familia
Grupo de viaje	3.8 personas
Medio de transporte	Automóvil propio
Otros lugares por visitar dentro del Estado	Guanajuato, San Miguel de Allende, Silao
Otros lugares por visitar fuera del Estado	Guadalajara, Aguascalientes, Lagos de Moreno
Propósito de Viaje	Descanso/Vacaciones La cultura de destino
Si regresa el mismo día gastará	\$1,856.08
Si se hospeda una noche en hotel gastará	\$2,008.56
Principal lugar de hospedaje	Casa de Familiares y Amigos
Experiencia del viaje	Igual
Recomendación del destino	Definitivamente si
Retorno al destino	Definitivamente si
Índice de satisfacción	8.0
Medio consultado para planear su viaje a la ciudad	Internet

Inventario de Servicios Turísticos

Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	124
Habitaciones 1 a 5 más sin clasificar	6,776
Atractivos	72
Restaurantes	292
De recreación y deporte	29
Auxilio Turístico	26
Balnearios	3
Campos de golf	4
Capacitación turística	14
Agencias de viaje	133
Ranchos Cinegéticos	2
Empresas arrendadoras de automóviles	13
Guías de turistas	4
Centros de Convenciones	16
Salones y Recintos	
Vida Nocturna	64
Spas	12
Transportadoras turísticas	26

Fuente: Sedetur a Enero 2013.

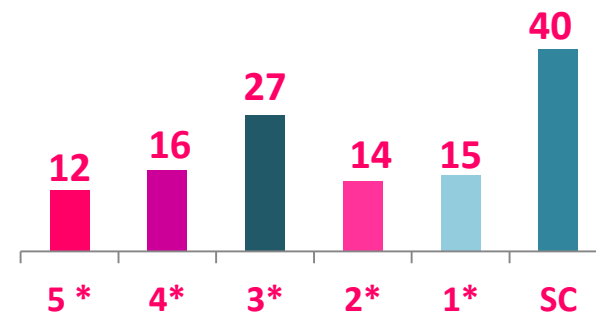


INVENTARIO DE HOSPEDAJE - LEON

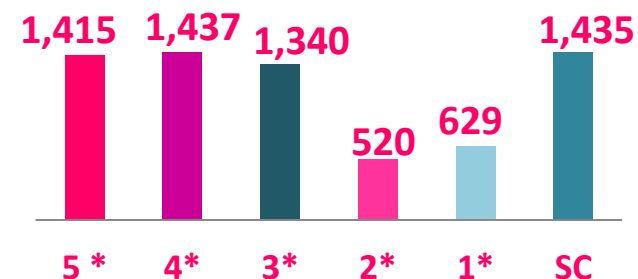


Hoteles

Categoría	Hoteles	Habitaciones
5 *	12	1,415
4*	16	1,437
3*	27	1,340
2*	14	520
1*	15	629
1 a 5 *	84	5,341
Sin Clasificar	40	1,435
1 a 5 * + SC	124	6,776



Habitaciones



Fuente: Sedetur 2013.

Derrama Económica Estimada León

Visitantes y Derrama Económica Estimada 2012

Visitantes

Categoría	León	Estado	Proporción León/Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	1,244,747	3,328,089	37%
Turistas en otros establecimientos comerciales	149,051	1,006,764	15%
Turistas en establecimientos no comerciales	1,393,798	5,258,381	27%
Excursionistas	2,901,376	9,984,267	29%
Totales	5,688,972	19,577,501	29%

Derrama Económica Estimada

Categoría	León	Estado	Proporción León/Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	\$3,382,502,513	\$8,894,075,899	38%
Turistas en otros establecimientos comerciales	\$816,888,407	\$7,866,458,858	10%
Turistas en establecimientos no comerciales	\$7,530,164,638	\$21,292,871,577	35%
Excursionistas	\$5,385,179,304	\$13,084,160,572	41%
Totales	\$17,114,734,862	\$51,137,566,907	33%

Fuente: Datatur-Sector, Estudio del Perfil del Turista 2012, Sedetur.

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: 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.

León 2012

Perfil Visitante a León 2012

Período de Levantamiento Febrero-Agosto 2012

Dirección General de Planeación
Dirección General de Información y Análisis
Dirección de Información y Análisis



REGRESAR

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. Adriana Jardon Salazar,**
Jefe de Investigación y Análisis de Mercado
ajardon@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

