Actividad Turística y Perfil del Visitante 2008

Dolores Hidalgo 2008

Guanajuato
Gobierno
del Estado

Secretaría
de Desarrollo
Turístico

Contigo Vamos

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

CONTENIDO

1. Indicadores de la Actividad Turística en Dolores Hidalgo
2. Estudio del Perfil del Visitante a Dolores Hidalgo
   a. Vitrina Metodológica
   b Perfil General
   c. Procedencia del Visitante
   d. Planeación de Viaje
   e. Motivo de Visita
   f. Movilidad del Visitante
   g. El Visitante y la Publicidad
   h. Gasto del Visitante
   i. Experiencia de viaje e índices de satisfacción
   j. Visitante Promedio

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

1. Indicadores de la Actividad Turística en Dolores Hidalgo

Dolores Hidalgo
Inventarios

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Inventario

Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	14
Alimentos y bebidas	81
Balnearios	1
Campos de golf	0
Agencias de viaje	3
Empresas arrendadoras de automóviles	0
Centros de congresos y convenciones (incluye 1 salón para eventos sociales y 1 salón para congresos y fomento empresarial)	2
Transportadoras turísticas	9

Fuente: Sedetur

Inventario de hospedaje

Categoría	Establecimientos	Cuartos
3 estrellas	4	144
2 estrellas	6	146
1 estrella	2	25
Sin clasificar	2	19
Total	**14**	**334**

Fuente: Sedetur, junio 2009.

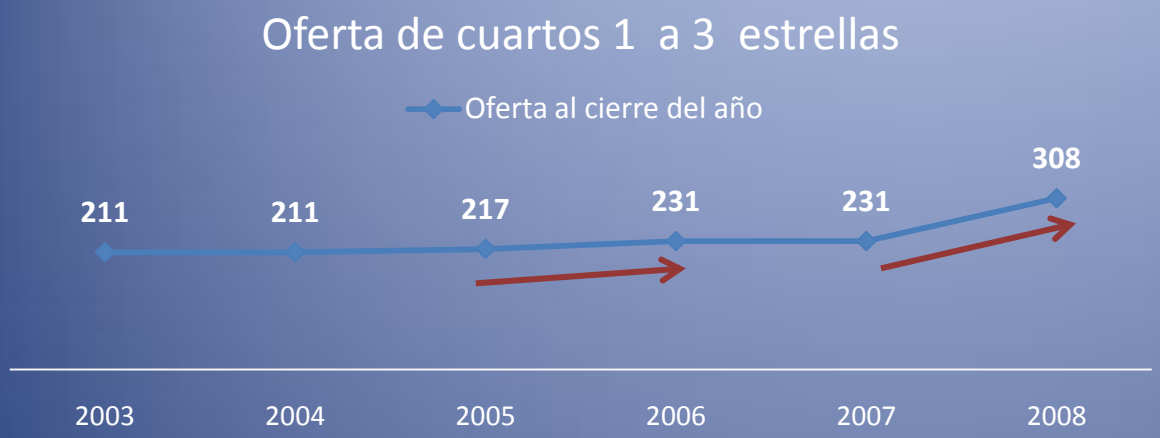
Movimientos en el inventario de establecimientos de hospedaje:

En el 2006 incorporamos al inventario de hospedaje al Hotel Hidalgo con 24 habitaciones.
En el 2008 reclasificamos hoteles sin clasificar a 2 y 3 estrellas.

* En la próxima actualización del inventario se integrará un establecimiento categoría especial o boutique.

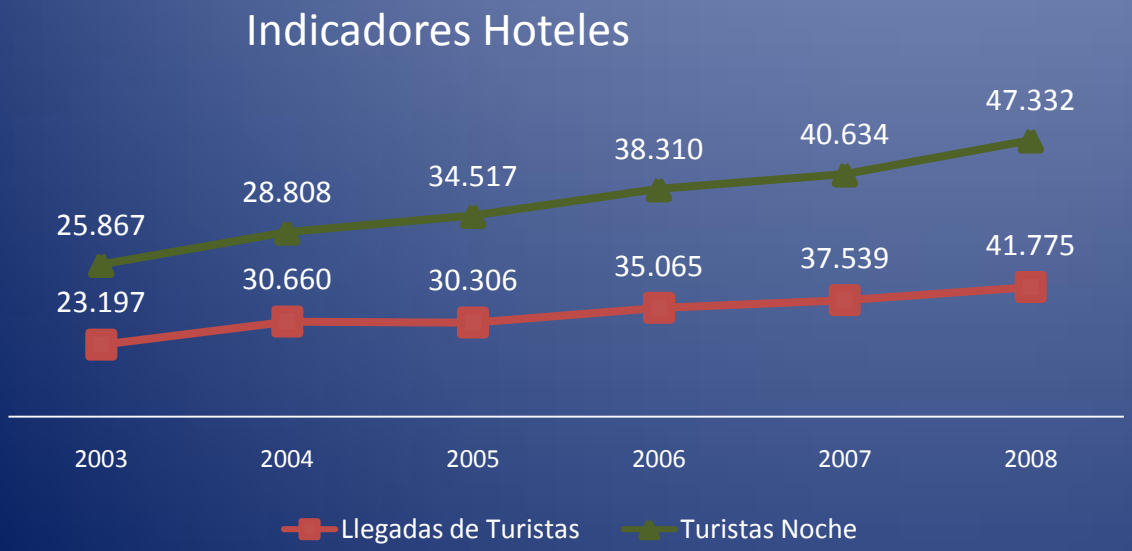
Dolores Hidalgo

Tendencia de los Indicadores de Hospedaje



Fuente: Anuarios INEGI. Sedetur

Hay una relación estrecha entre la oferta hotelera, la llegada de turistas y el porcentaje de ocupación.



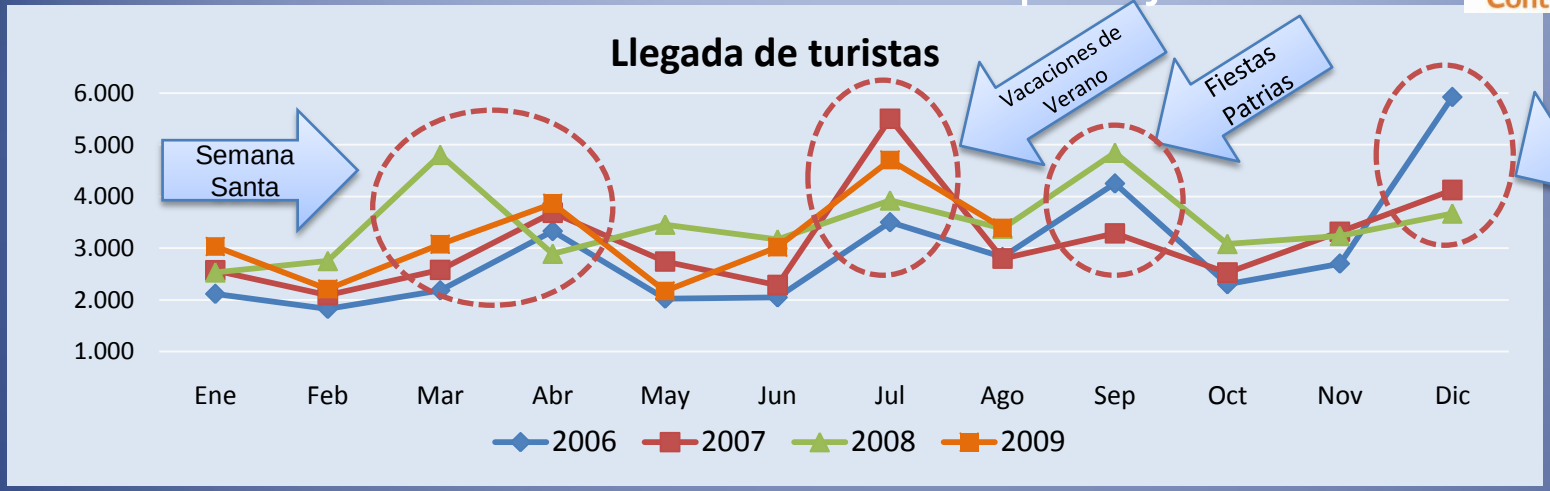
Fuente: Datatur-Sectur. Sedetur

Dolores Hidalgo

Tendencia de los Indicadores de Hospedaje

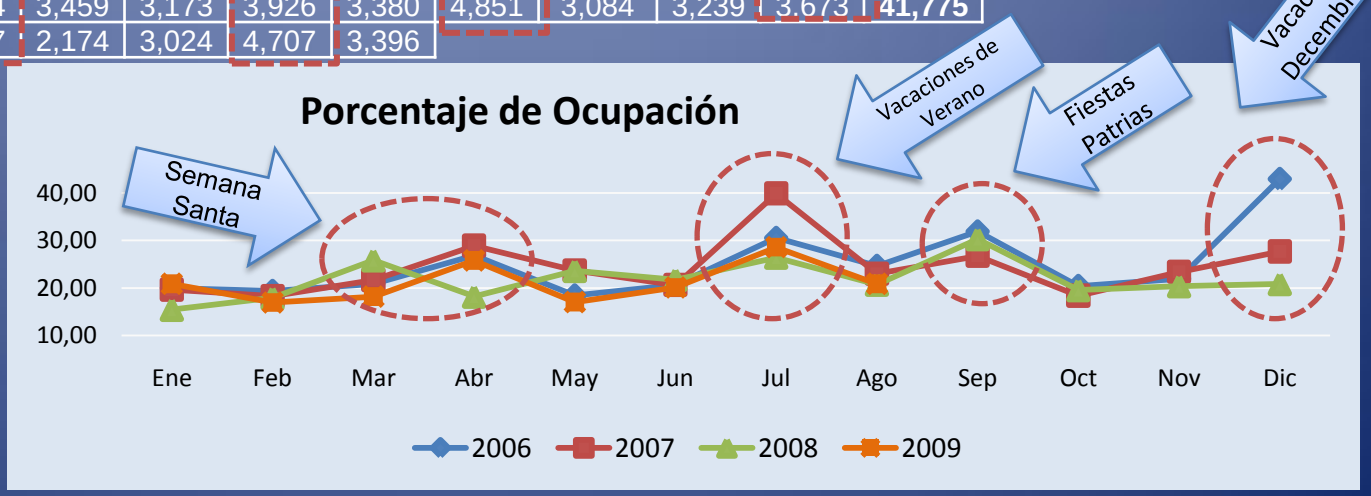
Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	2,119	1,829	2,186	3,332	2,027	2,051	3,504	2,830	4,253	2,305	2,704	5,925	**35,065**
2007	2,573	2,094	2,582	3,689	2,743	2,287	5,505	2,802	3,287	2,530	3,320	4,127	**37,539**
2008	2,532	2,753	4,810	2,894	3,459	3,173	3,926	3,380	4,851	3,084	3,239	3,673	**41,775**
2009	3,035	2,210	3,078	3,867	2,174	3,024	4,707	3,396					

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

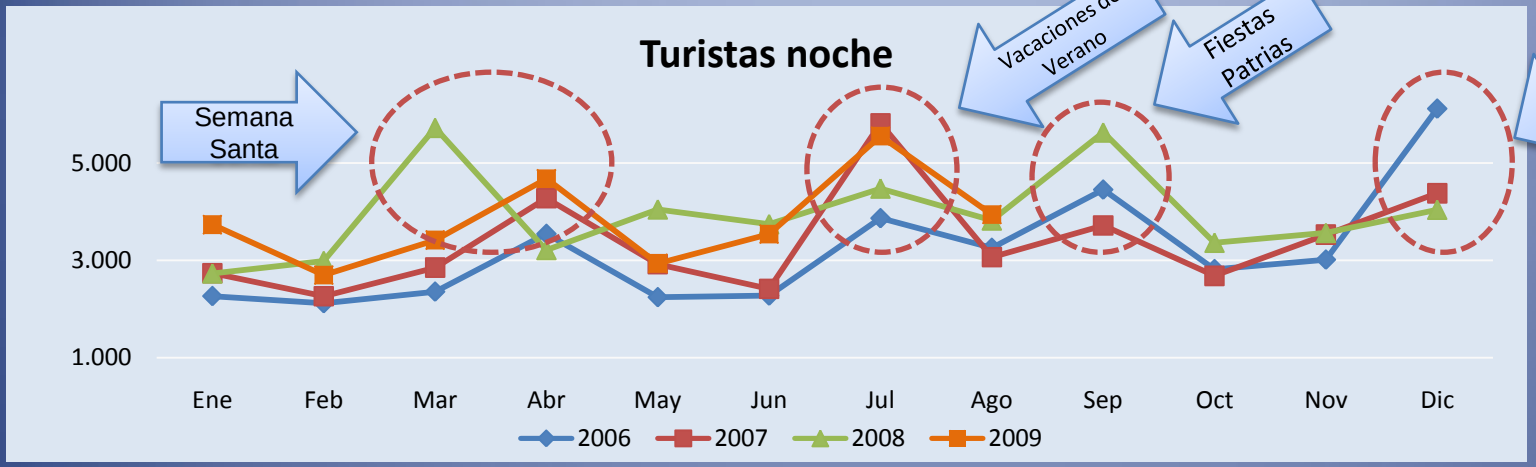


Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	20.02	19.41	20.93	26.85	18.48	20.71	30.55	24.68	31.90	20.46	21.99	42.94	**25.05%**
2007	19.69	18.32	21.70	28.92	23.70	20.65	39.90	23.04	26.78	18.42	23.41	27.69	**24.39%**
2008	15.46	17.92	25.85	18.22	23.63	21.77	26.42	20.74	30.31	19.59	20.42	20.87	**21.75%**
2009	20.89	16.98	18.22	25.79	17.08	20.13	28.58	20.90					

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

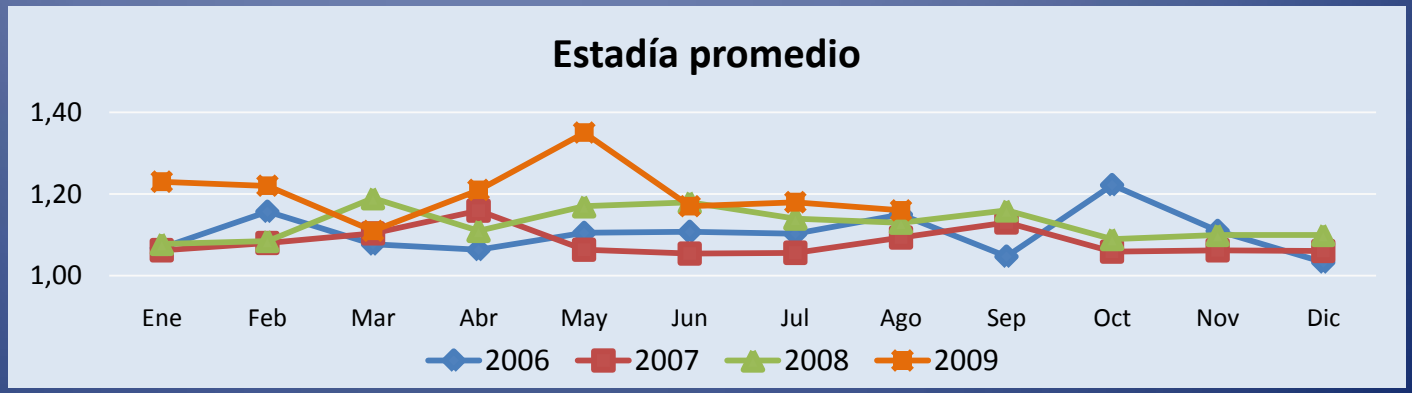
Dolores Hidalgo

Tendencia de los Indicadores de Hospedaje



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	2,263	2,116	2,354	3,543	2,240	2,272	3,865	3,255	4,453	2,817	3,013	6,119	**38,310**
2007	2,734	2,262	2,850	4,276	2,918	2,412	5,816	3,064	3,716	2,680	3,528	4,378	**40,634**
2008	2,730	2,988	5,723	3,213	4,047	3,744	4,476	3,819	5,628	3,362	3,563	4,041	**47,332**
2009	3,733	2,696	3,416	4,679	2,935	3,538	5,554	3,939					

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	1.07	1.16	1.08	1.06	1.11	1.11	1.10	1.15	1.05	1.22	1.11	1.03	**1.09**
2007	1.06	1.08	1.10	1.16	1.06	1.05	1.06	1.09	1.13	1.06	1.06	1.06	**1.08**
2008	1.08	1.09	1.19	1.11	1.17	1.18	1.14	1.13	1.16	1.09	1.10	1.10	**1.13**
2009	1.23	1.22	1.11	1.21	1.35	1.17	1.18	1.16					

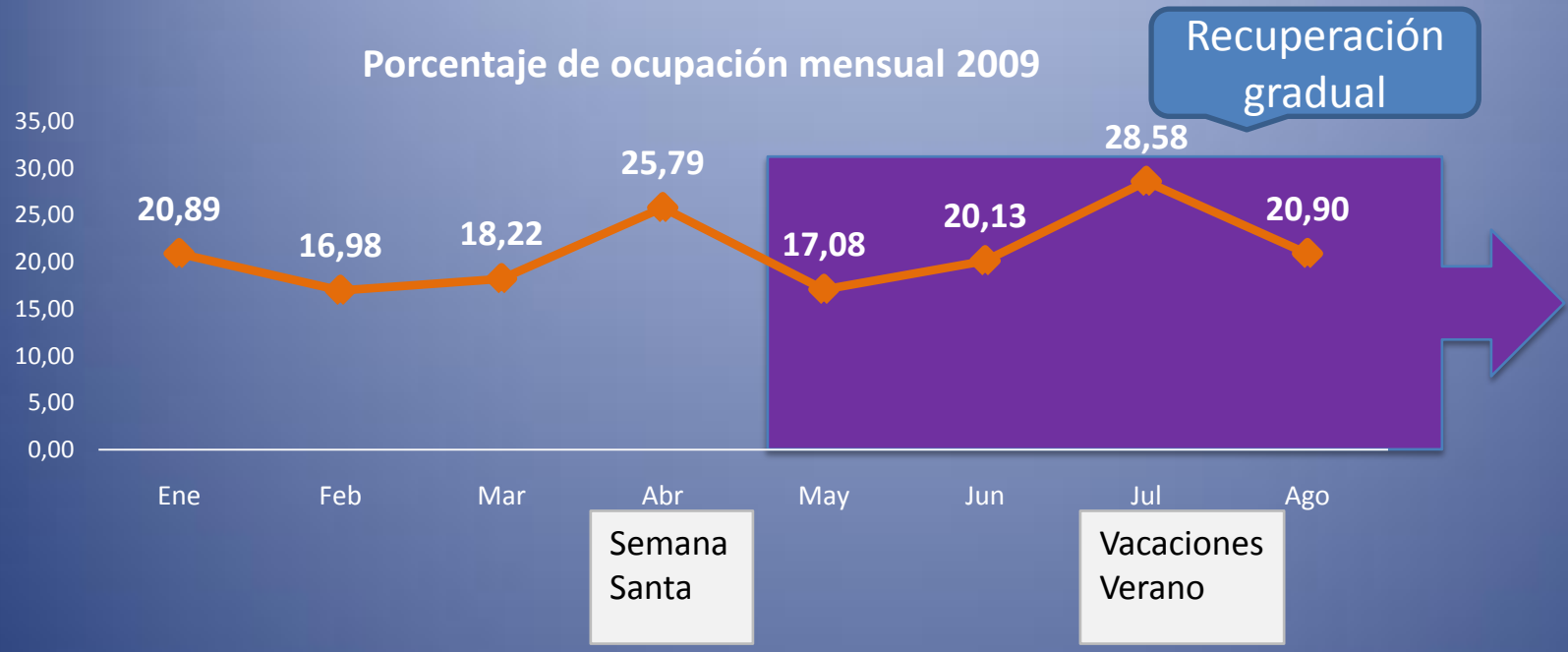
Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

Dolores Hidalgo

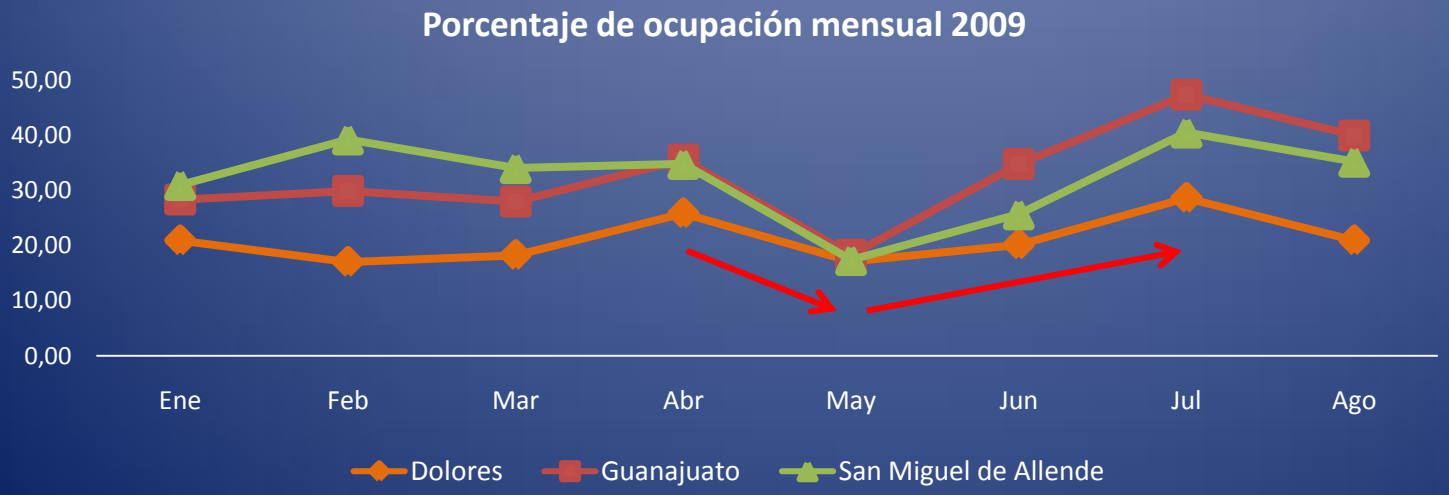
Porcentaje de ocupación semanal 2009

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos



Afectadas por el brote de Influenza A H1N1
A partir del 27 de abril



Fuente: Datatur-Sectur. Sedetur

Resumen Actividad Turística

Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	334
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	94%
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2008	41,775
Porcentaje de Ocupación promedio 2008	21.75%
Porcentajes de ocupación más altos	Marzo-abril, julio, septiembre y diciembre
Estadía promedio	1.13

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

2. Estudio del Perfil del Visitante a Dolores Hidalgo
Vitrina metodológica

El estudio fue realizado de marzo a diciembre de 2008.

Se aplicaron 384 encuestas, cara a cara en los sitios de más afluencia y en hoteles.

El diseño de la muestra tiene una confianza del 95% y un margen de error estadístico calculado en los resultados de +/- 2.5%, del total del universo estudiado.

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

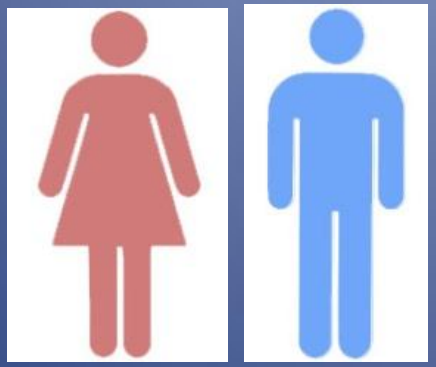
Perfil General

El visitante a Dolores Hidalgo se inclina ligeramente hacia el género masculino. El nivel socioeconómico es medio, por lo que se sugiere dirigir los esfuerzos publicitarios a los niveles medio y medio alto.

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Sexo del Visitante a Dolores Hidalgo



Mujer **49%**

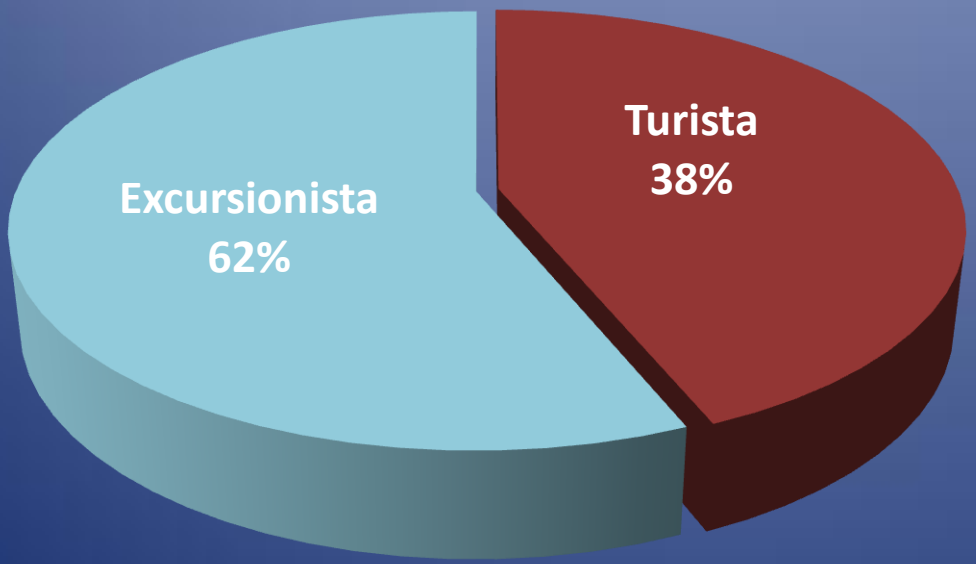
Hombre **51%**

Nivel Socioeconómico del Visitante

AB	Más de $85,000.00	0,3%
C+	$35,000.00 a $84,999.00	4%
C	$11,600.00 a $34,999.00	13%
D+	$6,800.00 a $11,599.00	41%
D	$2,700.00 a 6,799.00	39%
E	$0.00 a $2,699.00	3%

Clasificación del Visitante

Dolores Hidalgo es un destino que recibe un alto porcentaje de excursionistas, pero también de turistas, por lo que hay que ofrecer paquetes que incluyan alternativas para los dos tipos de mercado.



Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Edad Promedio del Turista

Tipo de Promedio	Edad
Promedio de Edad del Visitante en Gral. Incluyendo el entrevistado al Estado de Guanajuato	**28.2**
Promedio de Edad del Entrevistado	**34.2**
Promedio de Edad de los acompañantes del entrevistado	**25.6**

Escolaridad del Visitante

Las estrategias de desarrollo de productos y publicidad se deben orientar a personas entre los 25 y 35 años de edad con un nivel educativo de licenciatura y preparatoria, que sean Amas de casa, Empleados, Obreros y/o Comerciantes.

Ocupación del Visitante

La suma de empleados, empresarios, ejecutivos y profesionistas es del 32%

El visitante a Dolores Hidalgo lo hace en su mayor parte acompañado por lo que hay que desarrollar estrategias para este mercado.

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

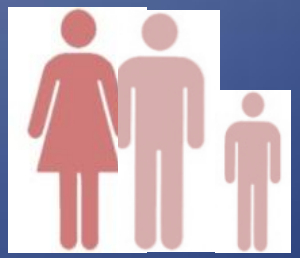
Contigo Vamos

Promedio de Tamaño del Grupo de Viaje

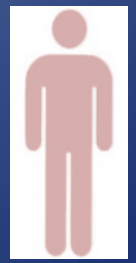
Tipo de Visitante	Promedio
Excursionista	3,9
Turista	3,4
Total	**3,7**

La compañía de viaje de familiares e hijos suman el 62% se sugiere desarrollar productos o actividades dirigidas a este mercado

¿Con quién viene acompañado?



Acompañado 94%



Solo 6%

Resumen Perfil General:

Concepto	Información Relevante
Nivel Socioeconómico	C, D+ y D 93%
Turistas Excursionistas	44% 56%
Edad promedio del Visitante	28 años
Escolaridad	Licenciatura
Ocupación	Ama de Casa Empleado Obrero/Mecánico
Grupo de Viaje Promedio	3.7 personas

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Procedencia del Visitante

Dolores Hidalgo tiene una afluencia principalmente estatal y nacional, se sugiere realizar estrategias de promoción en Distrito Federal, Estado de México, Michoacán, Tamaulipas, Jalisco y Zacatecas.

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Origen de los visitantes

Visitantes Nacionales

2008 65%

2007 53%

Visitantes Estatales

2008 22%

2007 38%

Visitantes Extranjeros

2008 13%

2007 9%

Origen del Visitante Nacional por Estados

Estado	%	Estado	%	Estado	%
D.F. y Edo. Mex	27	Chihuahua	4	Aguascalientes	1
San Luis Potosí	9	Michoacán	3	Chiapas	1
Tamaulipas	7	Baja California Norte	3	Guerrero	1
Jalisco	6	Sonora	3	Nayarit	1
Zacatecas	6	Colima	2	Tlaxcala	1
Querétaro	5	Hidalgo	2	**Otros Estados**	**4**
Durango	4	Puebla	2	**Total**	**100**
Nuevo León	4	Morelos	2		

Otros Estados:
Baja California Sur, Campeche, Sinaloa, Veracruz, Coahuila, Tabasco.

Origen del Visitante Internacional por País

Estados Unidos	**96%**
España	**4%**
Total	**100%**

Estado	%	Estado	%
Texas	69	Georgia	2
California	10	Illinois	2
Arizona	4	Kansas	2
Kentucky	4	North Carolina	2
Alabama	2	Tenesse	2
		Total	**100**

Dolores Hidalgo en 2008 recibió más de 231 mil visitantes, de los cuales entre el D.F. y Estado de México, San Luis Potosí y Tamaulipas representaron el **29%** del total, equivalente a más de **67 mil**. Del extranjero, entre Estados Unidos y España se recibieron al **13%** del total que son más de **30 mil** visitantes.

Origen del Visitante interno

Dolores Hidalgo en 2008 recibió entre León, San Luis de la Paz , Celaya y Salamanca el **10%** del total de visitantes, que son más de **23 mil,** y entre estos destinos y el D.F. y Estado de México, San Luis Potosí y Tamaulipas suman el **39%** del total de visitantes.

Ciudad	%	Ciudad	%
León	16	Apaseo el Alto	1
San Luis de la Paz	10	Cortazar	1
Celaya	9	Doctor Mora	1
Salamanca	9	Jerécuaro	1
San Felipe	9	Ocampo	1
San Miguel de Allende	7	Pénjamo	1
Irapuato	7	Romita	1
Comonfort	6	San Diego de la Unión	1
Guanajuato	5	Silao	1
San José Iturbide	5	Valle de Santiago	1
Abasolo	4	Xichú	1
		Total	**100**

Resumen Procedencia del Visitante:

Concepto	Información Relevante
Nacional Del Estado Del Extranjero	65% 22% 13%
Principales Destinos Nacionales	D.F. y Edo. Mex. San Luis Potosí Tamaulipas Jalisco Zacatecas
Principales Destinos Del Estado	León San Luis de la Paz Celaya Salamanca San Felipe
Principales Destinos del Extranjero	Estados Unidos España

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Planeación de Viaje

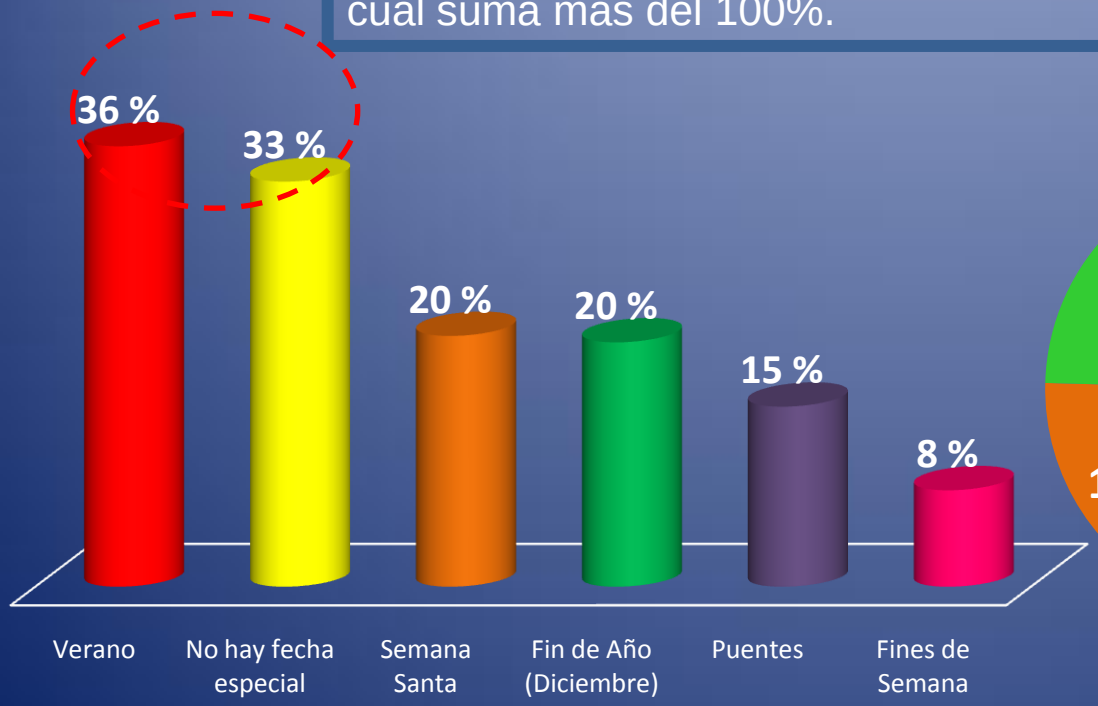
Los visitantes de Dolores Hidalgo acostumbran a viajar en verano o no tienen una fecha especial para hacerlo; sin embargo, Semana Santa y Fin de Año fueron los que mencionaron como segunda opción. Se sugiere realizar campañas de publicidad previo a estas fechas con una anticipación de por lo menos 15 días para lograr un mayor impacto .

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

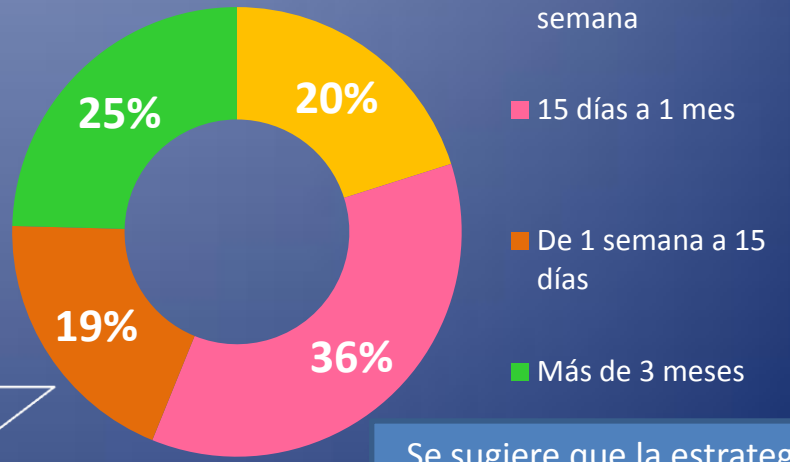
Contigo Vamos

En qué época del año acostumbra a viajar

Los visitantes acostumbran a viajar en diferentes épocas del año, razón por la cual suma más del 100%.

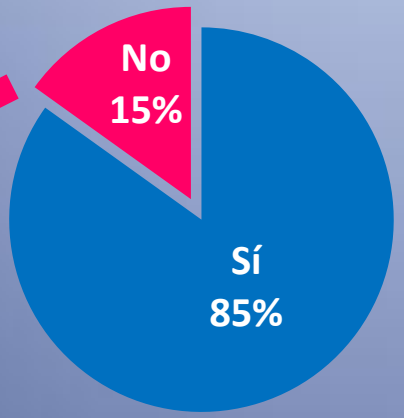


¿Con cuánto tiempo de anticipación decidió su viaje?



Se sugiere que la estrategia de promoción y publicidad se realice a través de paquetes, tabloides, brigadas para repartir folletos o panfletos.

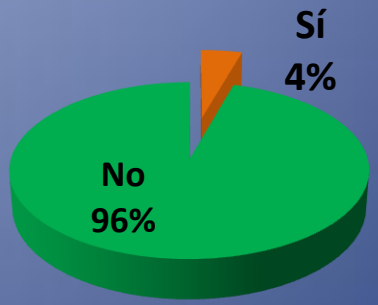
¿Originalmente tenía pensado venir a este lugar?



Del total de los encuestados que NO tenían pensado venir a este lugar, sólo el 55,1 % consideró ir a otro destino.

Es importante que la estrategia de promoción y publicidad contemple la venta a través de paquetes y la posibilidad de establecer alianzas con otros destinos.

¿Contrató algún paquete de viaje?



No tenían pensado venir a este lugar y consideraron ir a los siguientes destinos:

Destino	%	Destino	%
San Miguel de Allende	32	San Felipe	3
Guanajuato	26		
Querétaro	16		
Celaya	3		
Cortazar	3		
León	3		
San Diego de la Unión	3		

Se observa que varias de las opciones son de destinos que se encuentran cerca de Dolores Hidalgo, por ejemplo San Miguel se encuentra a 44 km, a 33 minutos y Guanajuato a 53 km que en tiempo representan 45 minutos.

Principal medio de transporte

77%

21%

2%

El turista de Dolores Hidalgo se hospeda principalmente en hoteles y con familiares y amigos, hay que aprovechar esta situación con tarifas más accesibles y ofreciéndoles paquetes que incluyan un plus además del hospedaje, como recorridos, espectáculos, alimentos, entre otros.

Distribución del Visitante en Dolores Hidalgo

TURISTA EN HOTEL

18%

TURISTA EN CASA O DPTO. PROPIO

1%

EXCURSIONISTA

62%

TURISTA CON FAMILIARES

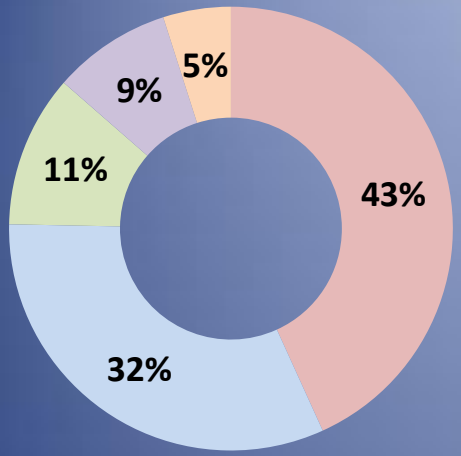
14%

TURISTA EN CASA O DPTO. RENTADO

6%

Los tipos de hospedaje que no aparecen, es por que no tuvieron ninguna mención en las respuestas.

¿Cómo se enteró del establecimiento donde se hospeda?



- Llegando a la ciudad pregunté
- Me lo recomendó una persona
- Ya lo conocía en visita previa
- Por internet
- Por una agencia de viajes

La recomendación es un factor importante por lo que la calidad en los servicios se hace indispensable. Por otro lado, los turistas en su mayoría continúan realizando reservaciones vía telefónica y se hospedan en hoteles de 2 y 3 estrellas. La Sedetur apoya a los prestadores turísticos mediante la página web y el call center.

El Call Center a diciembre de 2008 incorporó a 108 hoteles y 10 prestadores de servicios entre guías, museos, arrendadoras, y restaurantes, recibiendo en su primer año de operación cerca de 3 mil llamadas.

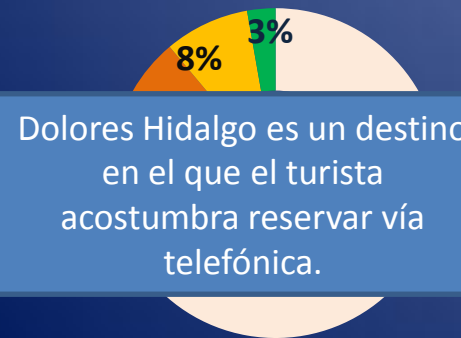
La página web www.vamosaguanajuato.com inició operaciones a finales de agosto de 2008, cerrando el año con 111 mil visitas de agosto a diciembre y convirtiéndose en uno de los principales medios generadores de llamadas para el Call Center.

Uso de Reservaciones

Si	No
2008 40%	2008 60%
2007 19%	2007 81%

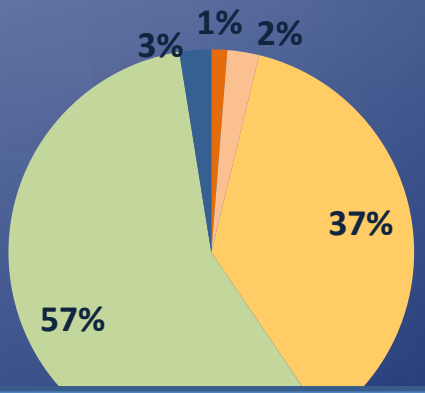
Dolores Hidalgo tiene un alto porcentaje de turistas que acostumbran reservar.

¿Cómo realizó su reservación en dónde se hospedó?



- Vía telefónica/Fax
- Agencia de viajes
- Por medio de Internet
- Organizador de eventos

Dolores Hidalgo es un destino en el que el turista acostumbra reservar vía telefónica.



- 5 Estrellas
- 4 Estrellas
- 3 Estrellas
- 2 Estrellas
- Sin Categoría

Algunos turistas mencionaron hospedarse en hoteles 4 y 5* a pesar de no registrarse oferta de estas categorías en el destino

Resultados en Establecimientos de Hospedaje 2008

Indicadores Establecimientos de Hospedaje Dolores Hidalgo	
Indicador	**2008**
Porcentaje Ocupación	21.75%
Llegadas de Turistas	41,775
Turistas Noche	47,332
Estadía Promedio	1.13

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

Resumen Planeación del Viaje:

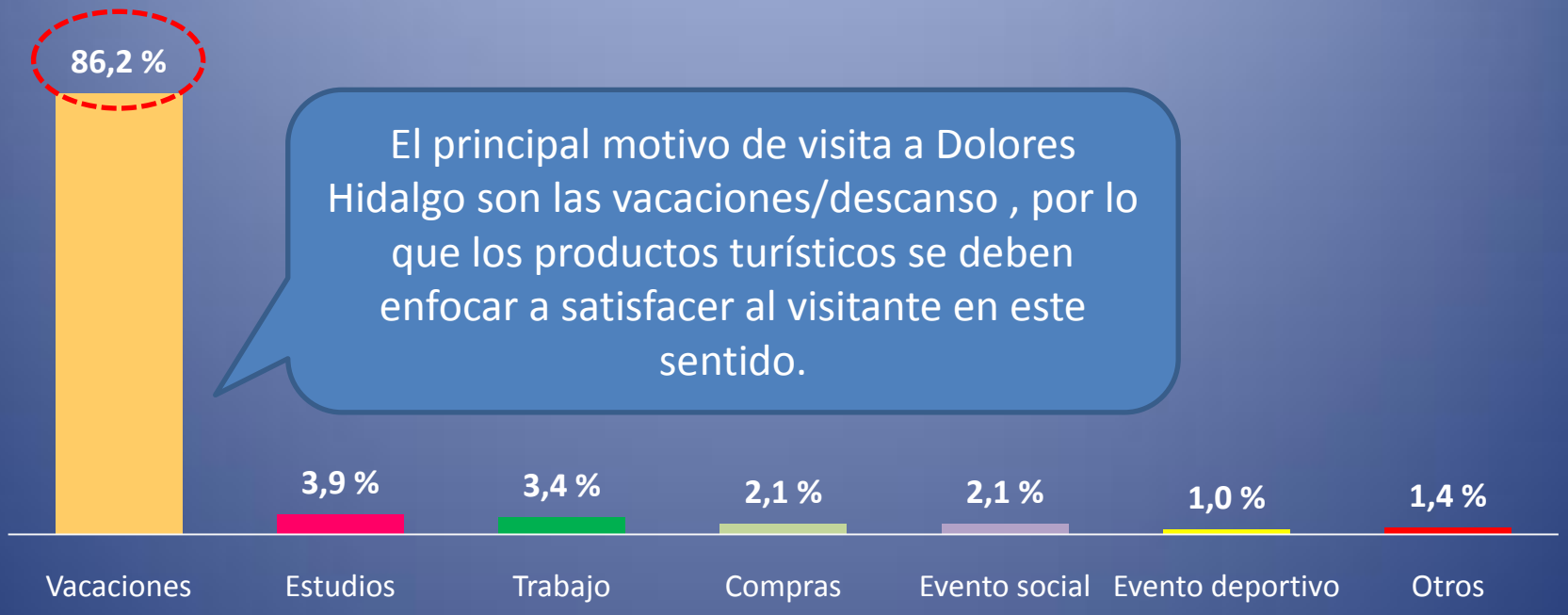
Concepto	Información Relevante
Épocas del año en que acostumbran viajar los visitantes a Dolores Hidalgo:	Verano No hay Fecha Especial Semana Santa
Tiempo de Anticipación de la decisión de viajar:	15 días a un mes
Principal medio por el que se enteraron del establecimiento de hospedaje:	Llegando pregunte Recomendación
Destinos que consideraron antes de decidir viajar a Dolores Hidalgo:	San Miguel de Allende Guanajuato Querétaro
Contrató algún paquete de Viaje:	El 4% respondió que sí
Principal medio de transporte:	Automóvil
Principal opción de hospedaje:	Familiares o Amigos y hotel
Uso de reservaciones:	40% contestó que SI
Principal medio de reservaciones:	Vía telefónica e Internet
Principal categoría de hotel:	2 y 3 estrellas

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Motivo de Visita

Motivo de viaje del visitante



Otros Motivos:
Salud, Negocios, Religión, Investigación, Congresos y Convenciones.

Motivo de viaje del visitante

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Principales motivos de viaje por gente que visitó Guanajuato en 2008 por mercado emisor

Motivo	AGS	DF	GDL	MTY	MOR	QRO	REY	SLP	TOL	Total
Placer	23%	45%	31%	10%	50%	42%	56%	38%	48%	**34%**
Familiar	35%	41%	23%	25%	15%	24%	22%	29%	35%	**30%**
Cultural	30%	18%	15%	5%	12%	10%	11%	9%	13%	**17%**
Aventura	30%	14%	23%	5%	8%	5%	11%	7%	4%	**16%**
Negocios	11%	9%	15%	45%	12%	15%	11%	11%	0%	**13%**
Compras	3%	0%	0%	10%	4%	5%	0%	0%	0%	**3%**
Salud	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%	**1%**
Otros	2%	5%	0%	0%	0%					

En 2008 se realizó un estudio en los principales mercados emisores detectados en el Estudio del Perfil del Visitante al Estado de Guanajuato de 2007.

Fuente: Sedetur, Estudio Hábitos de Viaje de los Principales Mercados Emisores al Estado de Guanajuato, muestra 2,232 encuestas

PRINCIPALES RAZONES O MOTIVOS DE VIAJE

"Hábitos de Viaje de los Principales Mercados Emisores al Estado de Guanajuato"
Grupos Foco

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

	Religioso	Salud	Cultural
Principales viajeros	Grupos de jóvenes	Buscan sanar algún malestar ya que en su ciudad no existe el tratamiento	Jóvenes y adultos que han asistido al Festival Internacional Cervantino o a Congresos y Convenciones
Duración	3 a 4 días	Depende de las indicaciones del médico o del tratamiento	3 a 5 días
Compañía	Grupo de jóvenes	Solos en compañía de algún familiar	Sólo o en grupo
Hospedaje	Casas de conocidos, casas especializadas o haciendas	Hoteles o en casa de algún familiar o conocido	Hoteles y en el caso del FIC acampar o en autos y autobuses
Decisión	El grupo al que pertenece	El paciente o los familiares	Personal o en grupo

PRINCIPALES RAZONES O MOTIVOS DE VIAJE

"Hábitos de Viaje de los Principales Mercados Emisores al Estado de Guanajuato"

Grupos Foco

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

	Aventura	Eventos sociales	Placer
Principales viajeros	Buscan actividades de aventura como kayaking y ciclismo de montaña	Asistentes a bodas o fiestas de fin de año de la empresa donde trabajan	-Solos. Personas solteras que trabajan - Familia. Nuclear o extensa - Amigos. Jóvenes estudiantes o trabajadores y solteros
Duración	Variable: desde los 3 a 15 días	Tres a cuatro días	-Solos. Destino nacional: menos de una semana. Destino Internacional: 15 a 30 días - Familia. Depende del lugar - Amigos. Un fin de semana
Compañía	En grupo	En pareja, amigos o familia	- Solos -Familia - Amigos
Hospedaje	Hoteles, casa de algún conocido, zonas de campismo	Hoteles o en casa de algún familiar o amigos	-Solos. Hoteles o casa de familiar o amigo - Familia. En casa de familiares u hotel
Decisión	Grupo involucrado en el viaje	El grupo al que pertenecen	-Solos. Por el viajero - Familia. Ama de casa o la pareja - Amigos. El grupo

Resumen Motivo de Visita:

Concepto	Información Relevante
Principal motivo de visita:	Vacaciones
Principal motivo de visita mercados emisores:	Placer Familiar Cultural

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

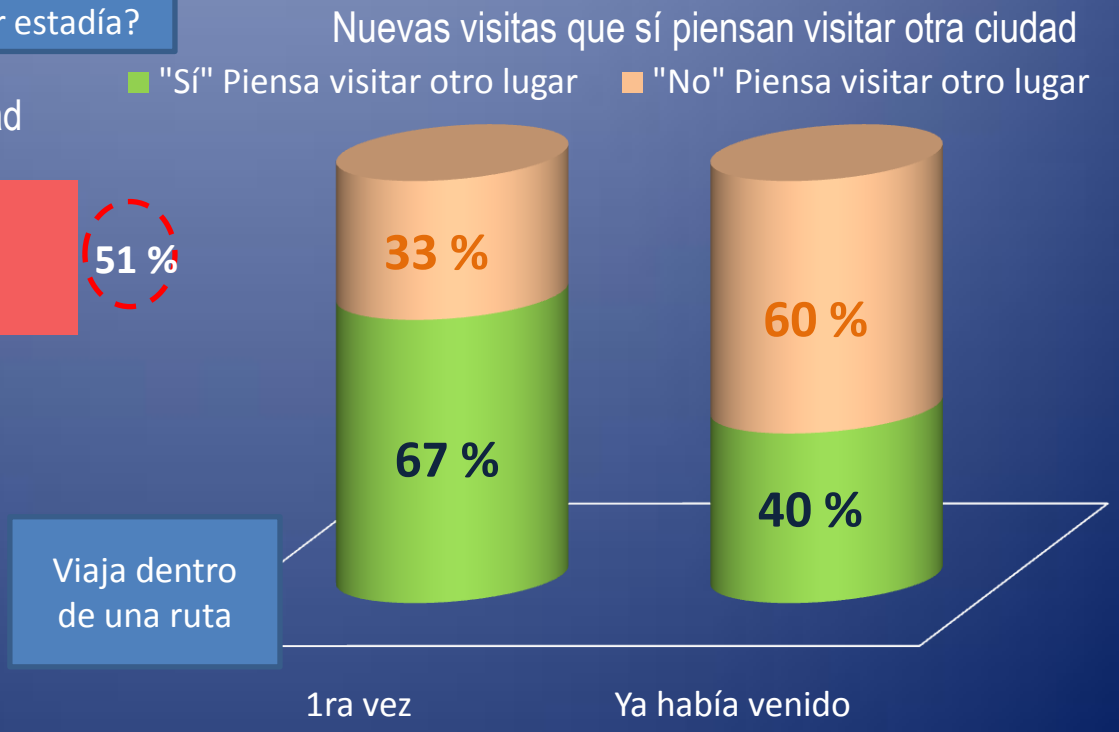
Movilidad del Visitante

Porcentajes de Nuevas Visitas

Ya había venido		Primera vez	
2008	60%	2008	40%
2007	62%	2007	38%

Dolores Hidalgo tiene una fuerte afluencia de visitantes recurrentes por lo que hay que ofrecerles nuevas alternativas. También hay que tomar en cuenta que los visitantes nuevos contemplan la posibilidad de ir a otro destino en más de la mitad de los casos, aquí se presenta nuevamente la oportunidad de realizar alianzas.

¿Por qué no tienen una mayor estadía?



Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Ciudades que ya visitó antes de llegar a este lugar:

Ciudad	%	Ciudad	%
San Miguel de Allende	40	Celaya	2
Guanajuato	33	San Luis de la Paz	2
Morelia	**4**	Silao	2
San Luís Potosí	**3**	**Puerto Vallarta**	**2**
León	2	**Otras Ciudades**	**9**
San Felipe	2	**Total**	**100**

Ciudades de otro estado

Los operadores turísticos juegan un papel importante en el diseño de rutas que contemplen los destinos que se visitan antes y después de llegar a Dolores Hidalgo. Ej. San Miguel de Allende – Dolores Hidalgo – Guanajuato, Guadalajara- Guanajuato – Dolores Hidalgo – Querétaro.

Ciudades que piensan visitar después de estar en el lugar:

Ciudad	%	Ciudad	%
Guanajuato	41	Irapuato	3
San Miguel de Allende	10	Silao	3
Guadalajara	**7**	**Zacatecas**	**2**
San Juan de los Lagos	**6**	**San Luís Potosí**	**2**
Aguascalientes	**5**	Dolores Hidalgo	1
Querétaro	**5**	**Otros**	**10**
Morelia	**3**	**Total**	**100**
D.F.	**3**		

Ciudades de otro estado

Resumen Movilidad del Visitante:

Concepto	Información Relevante
Visitantes Nuevos: Visitantes Recurrentes:	40% 60%
Visitantes a otra ciudad adicional a Dolores Hidalgo:	51%
Lugares visitados antes de Dolores Hidalgo:	San Miguel de Allende Guanajuato Morelia San Luis Potosí León
Lugares visitados después de Dolores Hidalgo:	Guanajuato San Miguel de Allende Guadalajara San Juan de los Lagos Aguascalientes

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

El Visitante y la Publicidad

Durante los últimos 12 meses ¿Ha visto o escuchado publicidad sobre este destino?

Si		No	
2008	52%	**2008**	48%
2007	15%	**2007**	85%

Se sugiere dirigir las campañas de promoción y publicidad a través de la Radio y TV ya que son los medios en dónde hay una mayor recordación y así poder influir en la decisión de visitar Dolores Hidalgo, así como en el servicio a los visitantes ya que la recomendación de familiares y amigos es el medio más importante.

Por otra parte, los invitamos a formar parte del Call Center y la página Web de Sedetur

¿En dónde vió, escuchó o leyó publicidad?

Internet 37%

Familiares y Amigos 37%

TV 20%

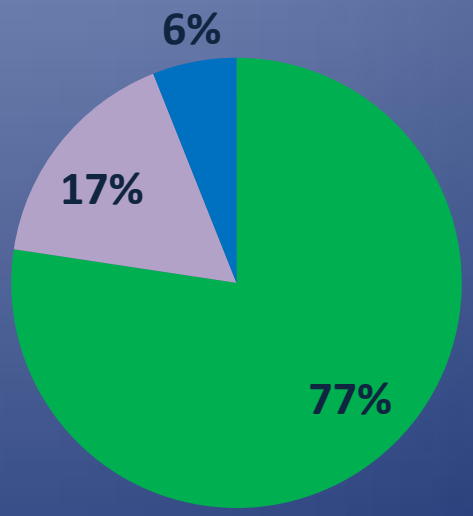
Radio 17%

Espectaculares 7%

Folletos 5%

Revistas 3%

La Publicidad, ¿Qué tanto influyó en su decisión de venir a este destino?



PRINCIPALES MEDIOS (Grupos Foco)

Medios por los cuáles vieron publicidad del Estado de Guanajuato

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

1º Eventos:

Festival Internacional Cervantino,
Festival Internacional del Globo,
Feria del Zapato

3º Ruta del Bicentenario

MÉXICO 2010
Bicentenario Independencia
Centenario Revolución

2º "México, Vive Hoy, Vive lo Tuyo"

MÉXICO
Consejo de Promoción Turística

4º Programa de televisión local:

Fuente: Sedetur, Estudio de Mercados Emisores, Grupos Foco

Resumen Recordación Publicitaria:

Concepto	Información Relevante
Vio publicidad sobre el destino:	52%
¿Dónde la vio?	Recomendación de familiares y amigos 37% Televisión 20% Radio 17%
Influencia en la decisión de elegir el destino:	Influyó 23%

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Gasto del Visitante

Gasto del visitante por viaje:

$3,574.00

La mayor derrama económica del visitante la hace desde que sale hasta que llega al destino, por lo que hay que buscar la manera de que dicha derrama se haga mayormente en el destino ofreciéndole actividades o productos en el destino.

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Visitante	Desde que salió hasta que llego al destino	En el destino	De regreso a su origen
Turista	45%	27%	28%
Excursionista	46%	24%	30%
Total	46%	25%	29%

Distribución promedio del gasto del Turista

HOSPEDAJE 19%

TRANSPORTE LOCAL 14%

ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN 9%

OTROS 9%

ALIMENTOS Y BEBIDAS 22%

ARTESANÍAS 9%

COMPRAS 19 %

Estadía y Gasto Promedio por tipo de visitante

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Hay que impulsar la estadía en el destino para generar un mayor gasto promedio, esto se puede lograr a través del desarrollo de paquetes y alianzas.

TURISTA CON FAMILIARES Y/ AMIGOS

7.24 días
$ 612

TURISTA EN HOTEL

1.13 días
$ 1,501

TURISTA EN CASA O DEPTO. RENTADO

7.50 días
$ 1,066

TURISTA EN CASA O DPTO. PROPIO

7.50 días
$674

OTRO

$ 345

EXCURSIONISTA

$ 594

Las otras modalidades de hospedaje no se reflejan por que no tuvieron ninguna mención

Dolores Hidalgo
Derrama Económica Estimada 2008

Visitantes y Derrama Económica Estimada Dolores Hidalgo 2008		
Categoría	**Total en personas**	**Derrama Económica**
Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos	41,775	$71,056,789
Turistas en otros establecimientos comerciales	12,722	$101,748,653
Turistas en establecimientos no comerciales	34,234	$153,270,883
Excursionistas	142,488	$84,594,162
Totales	**231,220**	**$410,670,489**

Estado de Guanajuato 2008		
Categoría	**Total en personas**	**Derrama Económica**
Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos	2,919,280	$6,685,567,367
Turistas en otros establecimientos comerciales	527,779	$3,767,846,872
Turistas en establecimientos no comerciales	4,139,770	$17,250,886,792
Excursionistas	8,906,277	$2,962,664,952
Totales	**16,493,106**	**$30,666,965,983**

Fuente: Datatur-Sectur, Banco de México, Estudio del Perfil del Turista 2007 y 2008, Sedetur
Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada y Casa rentada.
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 24% Turista 27%
Estadía de turista:	Casa o depto. propio 7.5 días Familiares o amigos 7.24 días Casa o depto. rentada 7.5 días Hotel 1.13 días
Derrama económica estimada 2008	$410,670,489

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Experiencia de viaje e índices de satisfacción

¿Qué le hubiera gustado encontrar en el destino y no encontró?

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Estacionamientos 22%

Más Franquicias 14 %

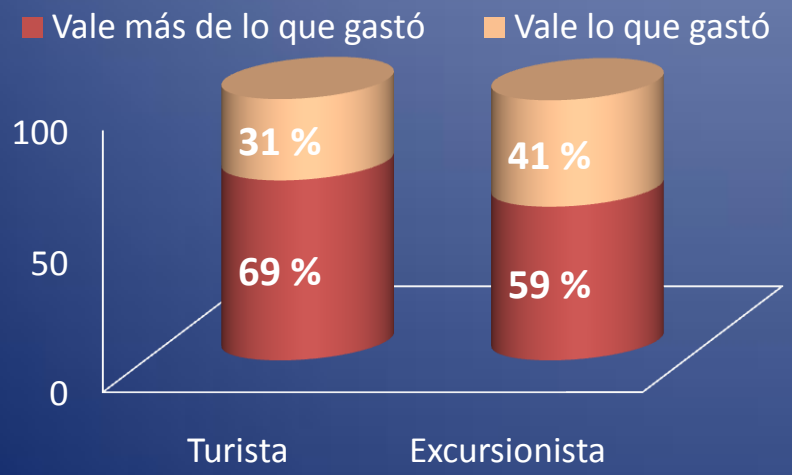
Museo Histórico 3%

Más Baños Públicos 2 %

Lugares de Recreación 2 %

La satisfacción de las necesidades del visitante juega un papel importante en su decisión de volver al destino y en la recomendación del mismo.

Índices de satisfacción-valor experiencia



Vale lo que gastó	Vale más de lo que gastó	Vale menos de lo que gastó
2008 37%	2008 63%	2008 0.3%
2007 70%	2007 29%	2007 1%

88,732 + 142,488 = 231,220

Recomendación del destino

Hay que trabajar en la limpieza de la ciudad, que aunque es muy poca la gente que lo menciona lo ideal sería que no lo hicieran.

¿Porque sí?

- Lindo/Bonito (26%)
- Tranquilo (26%)
- Por su historia (24%)
- Interesante (3%)
- Por su arquitectura (2%)
- Agradable (2%)
- Limpio (2%)
- Nació aquí/ Es de aquí (2%)
- Por sus tradiciones (2%)
- Es seguro (2%)
- Por los productos que se venden (2%)
- Otros (5%)

¿Porqué no?

- Es sucio (100%)

Dolores Hidalgo

Diferencia en tarifas

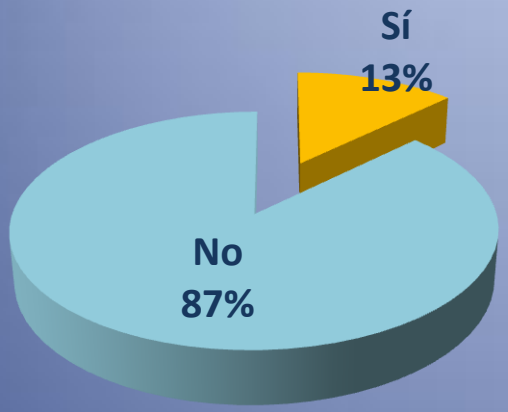
Tarifas en Hoteles			
Categoría	**Dolores Hidalgo**	**Guanajuato Capital**	**San Miguel de Allende**
Especial/Boutique	**$4,450.00***	$1,686.00	$2,250.57
5 estrellas	**n/a**	$1,229.25	$1,804.40
4 estrellas	**n/a**	$1,226.55	$1,012.86
3 estrellas	**$369.33**	$689.33	$923.83
2 estrellas	**$313.00**	$350.63	$325.00

Fuente: Sondeo realizado en mayo 2009.
n//a: no aplica
*Establecimiento pendiente de integrar al inventario ya que no tenemos información suficiente.

4 establecimientos 3*
6 establecimientos 2*

Fuente: Sedetur

Durante su visita ¿visitó algún evento o festividad?



Los eventos son un elemento importante en la generación de demanda y derrama económica; se sugiere que se organicen más eventos en este destino aprovechando las fortalezas culturales.

Principales Eventos en Dolores Hidalgo

Fiestas Patrias

Fiestas Patrias 2008

Dolores Hidalgo:

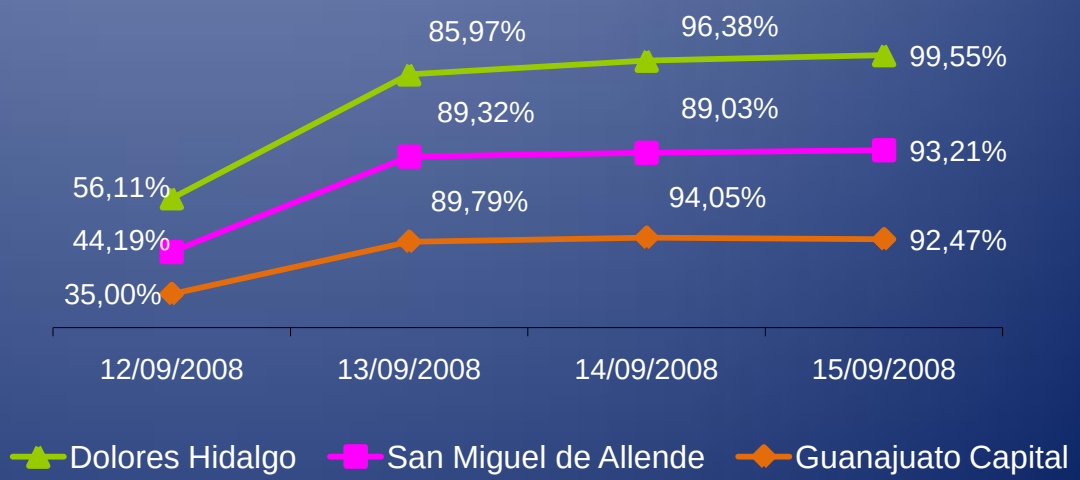
La ocupación hotelera durante el puente vacacional con motivo del día de la Independencia se incrementó considerablemente.

El porcentaje de ocupación en la ciudad fue de 84%.

Hospedaje 1 a 5 estrellas Fiestas Patrias - 12 al 15 de septiembre 2008			
Indicador	**Guanajuato Capital**	**San Miguel de Allende**	**Dolores Hidalgo**
Llegada de turistas	11,097	4,701	1,803
Ocupación	77.83%	78.94%	84.50%
Derrama económica estimada	$22.9 millones	$10.4 millones	$3.1 millones

Fuente: Datatur-Sectur. Sondeo telefónico, Sedetur.

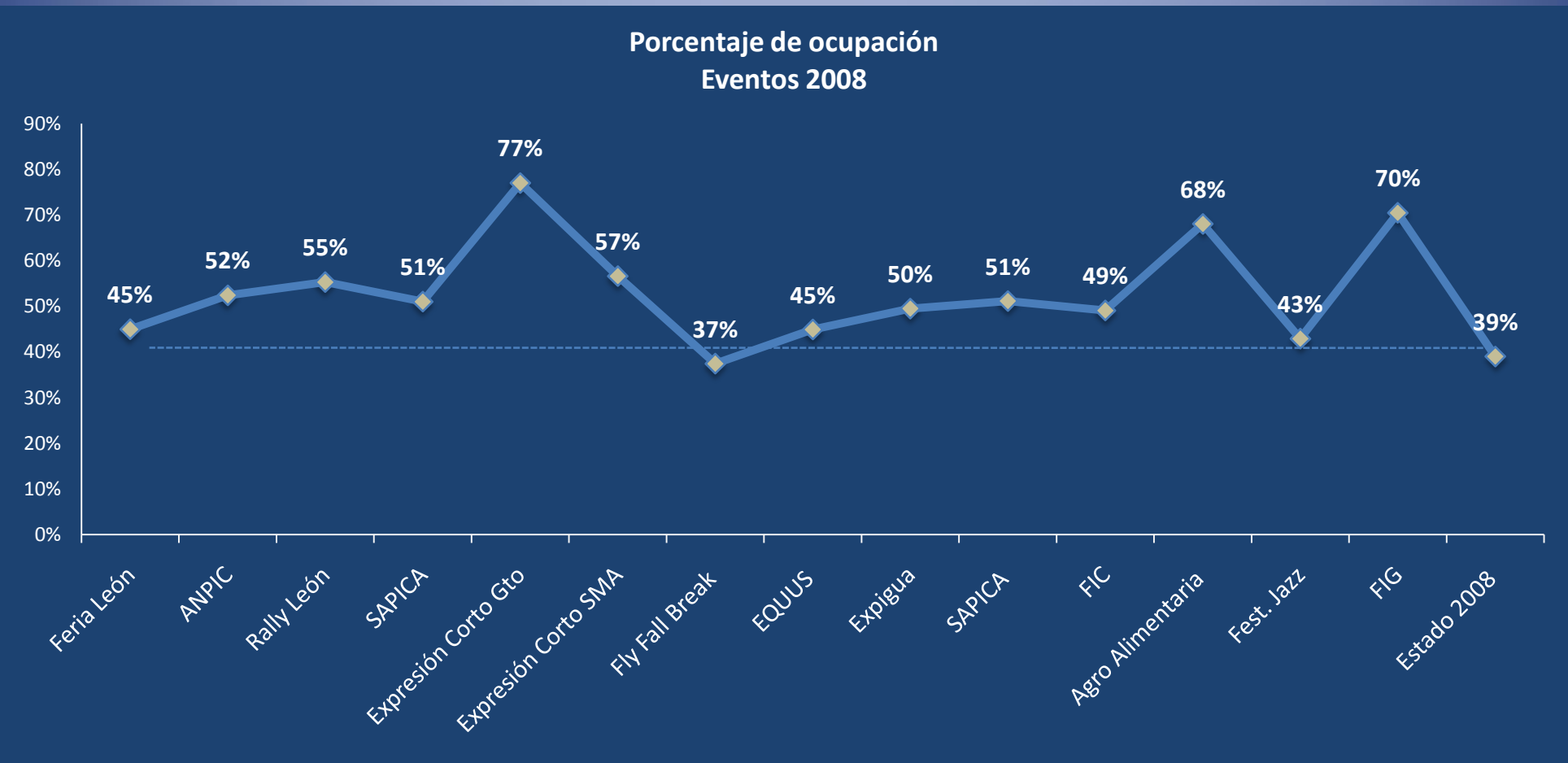
Comportamiento por dìa en ocupación de cada destino



* La información de este destino fue obtenida mediante sondeo telefónico, debido a que los resultados del monitoreo Datatur se obtienen de forma mensual.

Estado de Guanajuato

Eventos



Fuente: Sedetur, Datatur

Índice de Satisfacción- Servicios de Hospedaje

Aspectos	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Limpieza de la Habitación	46 %	49%	4 %	1 %	100 %
Mobiliario del establecimiento	29 %	62 %	8 %	1 %	100 %
Atención del personal	39 %	51 %	8 %	1 %	100 %
Seguridad	30 %	49 %	20 %	1 %	100 %

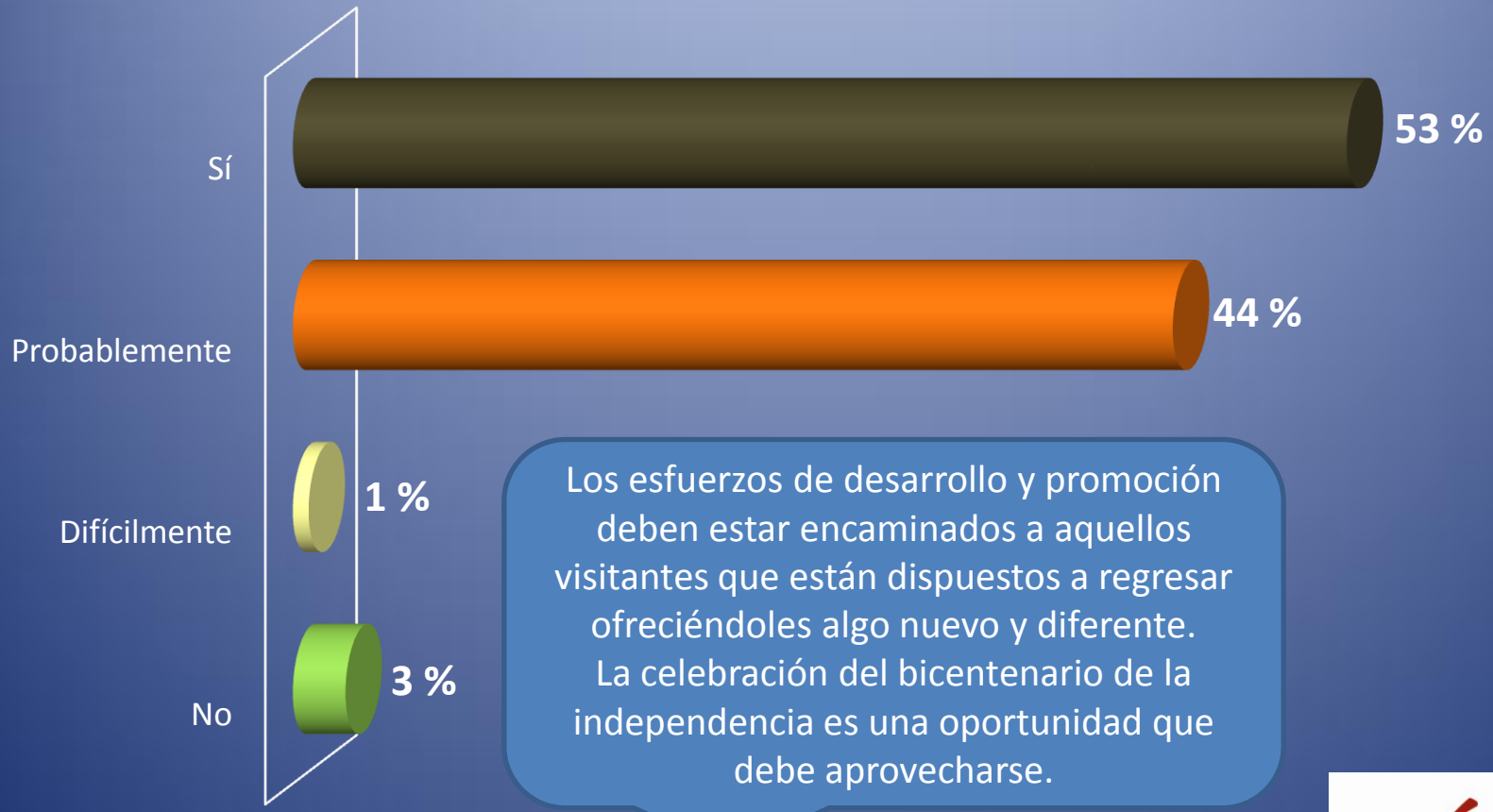
Atributos del destino ¿cómo califica…?

Aspectos / Servicios	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Hospedaje	31%	61 %	7 %	1 %	100 %
Establecimientos de Alimentos	10 %	78 %	11 %	1 %	100 %
Transporte	17 %	58 %	23 %	1 %	100 %
Servicios públicos	19 %	64 %	15 %	2 %	100 %
Seguridad	16 %	67 %	20 %	2 %	100 %
Áreas públicas	30 %	59 %	10 %	1 %	100 %
Sitios históricos / culturales	47 %	49 %	4 %	1 %	100 %
Eventos	26 %	29 %	32 %	13 %	100 %
Actitud de prestadores de servicios	12 %	72 %	16 %	1 %	100 %
Actitud de la gente en general	34 %	62 %	3 %	0,3 %	100 %

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

¿Regresaría al destino en los próximos 12 meses?



Los esfuerzos de desarrollo y promoción deben estar encaminados a aquellos visitantes que están dispuestos a regresar ofreciéndoles algo nuevo y diferente. La celebración del bicentenario de la independencia es una oportunidad que debe aprovecharse.

MÉXICO 2010

Bicentenario Independencia | Centenario Revolución

EXPO BICENTENARIO

Resumen experiencia de viaje e índices de satisfacción

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Concepto	Información Relevante
¿Qué le hubiera gustado encontrar?	Estacionamientos Más franquicias/Tiendas departamentales Museo Histórico
Índices de satisfacción	Valió lo que gastó 37%
Recomendación del destino	SI 99% ¿Por qué? = Lindo/bonito 26% Tranquilo 26% Por su historia 24% Por sus artesanías 4%
Número de visitantes	231,220
Tarifas promedio en hoteles	**Categoría** / **Dolores Hidalgo** / **Guanajuato** / **San Miguel de Allende** Especial $4,450 $1,686 $2,250 5 estrellas na $1,229 $1,804 4 estrellas na $1,226 $1,013 3 estrellas $369 $689 $924
Visita a festivales o eventos	Si visitó 13%
Regresaría al destino en los próximos 12 meses	SI 53%

Resumen experiencia de viaje e índices de satisfacción

Concepto	Información Relevante		
Principales eventos	-Fiestas Patrias Ocupación hotelera de 84.5% Derrama económica de $3.1 millones de pesos		
Calificación de los servicios	Hospedaje	Bueno	70%
	Establecimiento de alimentos	Bueno	78%
	Transporte	Bueno	58%
	Servicios públicos	Bueno	64%
	Seguridad	Bueno	63%
	Áreas públicas	Bueno	59%
	Sitios históricos	Bueno	49%
	Eventos	Regular	32%
	Actitud de prestadores de servicios	Bueno	72%
	Actitud de gente	Bueno	62%

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Visitante Promedio

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

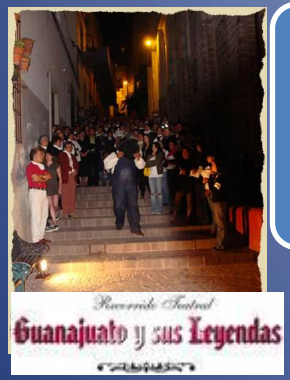
Visitante Promedio a Dolores Hidalgo

2008

- En promedio tiene 28 años.
- Son amas de casa o empleados con un ingreso mensual entre $6,800 y $11,599 (D+).
- Viene a **Dolores Hidalgo** de vacaciones, acompañado de sus familiares, específicamente a comer y de paso a visitar a familiares y/o amigos.
- El viaje lo decidió entre 15 días y un mes de anticipación.
- Si se regresa el mismo día sólo gastará alrededor de $733 pesos. Si se queda a dormir gastará aproximadamente $1,132 en su viaje con su familia, hospedándose en hoteles de 2 y 3 estrellas principalmente, o con familiares o amigos.
- Aprovechando sus vacaciones tratará de ir a otros lugares, los cuales preferentemente serán Guanajuato y San Miguel de Allende.
- Si es que ha visto publicidad, ésta no influyó en su decisión de venir de vacaciones.
- De regreso a su destino de origen pensará que la experiencia vacacional, aunque no se haya quedado a dormir, valió menos de lo que gastó.
- Sus sugerencias son: Estacionamientos, Tiendas departamentales/ Franquicias y Museo Histórico.

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

Apoyo en la página Web www.vamosaguanajuato.com.mx y el cal l center 01 80 714 10 86



Estrategia de Promoción y Publicidad por medio de venta de paquetes

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

Desarrollo de Productos para generar demanda, estadía y derrama económica

Explotar la celebración del bicentenario

Cuestionario

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

I.-Estadía en el Estado

1.- 1) Turista 2) Excursionista (____)

2.- ¿Cuánto tiempo tiene pensado estar en la ciudad?
Horas/ Días _____ (____)

3.- ¿Por qué no se queda más tiempo?: _____ (____)

4.- ¿Cuántas personas viajaron a este destino incluyéndose usted?
1) Solo >>P7 4) 4 7) 7 10) 10
2) 2 5) 5 8) 8 11) + de 10 (Especifique): _____
3) 3 6) 6 9) 9 (____)

5.- ¿Con quién viene acompañado?

	Si	No	
1) Pareja	(1)	(2)	(____)
2) Hijos	(1)	(2)	(____)
3) Familiares	(1)	(2)	(____)
4) Trabajo/Escuela	(1)	(2)	(____)
5) Amigos	(1)	(2)	(____)
6) Grupo de viaje (Tour)	(1)	(2)	(____)

6.- ¿Qué edad tiene(n) su(s) acompañante(s)?
1.-_____ (_____) 6.-_____ (_____)
2.-_____ (_____) 7.-_____ (_____) 3.-_____ (_____)
8.-_____ (_____) 4.-_____ (_____) 9.-_____ (_____)
5.-_____ (_____) 10.-_____ (_____)

II.-Aspectos Socio Demográficos

7.- Sexo: 1) Hombre 2) Mujer (____)

8.- ¿Cuántos años cumplidos tiene? _____ (____)

9.- ¿Hasta qué grado estudió?
1) Nada 4) Sec. Sin ter. 7) Preparatoria 10) Postgrado
2) Prim. sin ter. 5) Secundaria 8) Univ. s/ terminar 11) Nc
3) Primaria 6) Prep. s/term. 9) Universidad (____)

10.- ¿Cuál es el total de ingresos de todos los que trabajan en su casa?
1) De 0 a 2,699 3) 6,800 a 11,599 5) 35 mil a 84,999
2) 2,700 a 6,799 4) 11,600 a 34,999 6) 85 mil y + (____)

11.- ¿Cual es su principal ocupación?
1) Ejecutivo/Gerente 5) Comerciante
2) Empresario 6) Obrero/Mecánico
3) Estudiante 7) Jubilado/Pensionado
4) Ama de Casa 8) Otro _____ (____)

12.- Ud. trabaja en el …..?
1) Gobierno 2) Iniciativa Privada 3) Ninguno (____)

13.- En que ciudad vive usted?

	Especifique	
Ciudad		(____)
Estado		(____)

País	
Origen	(1) Interno (2) Nacional (3) Internacional

(____)

14.- ¿En que época del año acostumbra a viajar?

	Si	No	
1) Puentes	(1)	(2)	(____)
2) Fines de semana	(1)	(2)	(____)
3) Semana santa	(1)	(2)	(____)
4) Verano	(1)	(2)	(____)
5) Fin de año (Diciembre)	(1)	(2)	(____)
6) No hay fecha especial	(1)	(2)	(____)
7) Otro: Especificar:_____			(____)

15.- Independientemente del motivo de su viaje
¿Qué actividades adicionales le gustaría realizar en este lugar?
1.- _____ (____)
2.-_____ (____)

16.- ¿Cuál es el principal motivo de su viaje? (____)

Especificar

1) Vacaciones >**P17** 4)Trabajo 7) Estudios 10) Cong. y Conv. _____
2) Compras 5) Ev. dptvo. 8) Investigación 11) Ev. Social:_____
3) Negocios 6) Religioso 9) Salud 12) Otro: _____

17.- ¿Qué tipo de vacaciones? (Especificar) (____)
1) Descanso 3) Historia/Cultura 5) Otro tipo:
2) Visita Fam. y amigos 4) Ecoturismo/Aventura ¿Cual?_____

III.- Planeación de viaje

18.- ¿Con cuánto tiempo de anticipación tomó la decisión de hacer este viaje?
1) Menos de una semana 3) 15 días a 1 mes 5) + de 3 meses
2) De 1 semana a 15 días 4) 1 mes a 3 meses (____)

19.- Originalmente tenía pensado venir a éste lugar (____)
1) Si 2) No

20.- Cual destino consideró aparte de este lugar?
1.- Cd. : _____ (____)
2.- Edo: _____ (____)

21.- Contrató algún paquete para su viaje?. (____)
1) Si 2) No >>>**P23**

22.- Qué servicios incluía?

	Si	No	
1) Hospedaje	(1)	(2)	(____)
2) Alimentos	(1)	(2)	(____)
3) Transporte	(1)	(2)	

Cuestionario

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

4) Tours (1) (2) (____)
6) Accesos a museos (1) (2) (____)
7) Eventos (1) (2) (____)
8) Todo (1) (2) (____)
9) Otro: _____ (____)

23- ¿Principalmente que medio de transporte utilizó para llegar a este destino?

1) Automóvil 2) Autobús 3) Avión 4) Otro:_____ (____)

24.- En este viaje ¿Qué ciudad ha visitado antes de llegar aquí?
1.- Ninguna >>> **P25** (____)
2.- Cd. : _____ (____)
3.- Edo: _____ (____)

25.- ¿Y después de su estancia en la ciudad piensa visitar otro lugar?
Especificar qué ciudad tiene pensado visitar:
1.- Ninguna >>> **P26** (____)
2.- Cd. : _____ (____)
3.- Edo: _____ (____)

26.- Durante su estancia en el Estado,
¿Asistió o piensa asistir a algún evento o festividad? (____)
1) Si 2) No >>>**P29**
27.- Qué evento? (Nombre): _____ (____)

28.- El evento fue determinante para venir a este lugar
1)Si 2) No (____)

Aplicar solo a turistas (Pernoctan en el lugar)
29.- ¿Dónde se hospeda u hospedará? (____)

1	Hotel
2	Hostal/Posada
3	Bed & Breakfast
4	Campamento
5	Trailer Park
6	Departamento o Casa Rentada
7	Familiares o amigos >>> **P35**
8	Departamento o Casa Propia >>> **P35**
9	Otro, ¿Cuál?:

30.- Nombre y Categoría del Establecimiento
Nombre: _____ (____)
Categoría: _____ _ (____)

31.- ¿Hizo reservación? (____)
1) Si 2) No >>>P33
32.- ¿Cómo realizó su reservación? (pregunta de destino)

1	Por medio de Internet
2	Vía telefónica/Fax
3	Agencia de viajes
4	Organizador de eventos
5	Otro: _____

33.- ¿Dónde o cómo se enteró del lugar en donde se hospeda u hospedará?

1	Llegando a la ciudad pregunté
2	Me lo recomendó una persona
3	Por Internet
4	Ya lo conocía en visita previa
5	Por una agencia de viajes
6	Otro: ¿Cuál?: _____

(____)

34.- Califique los siguientes aspectos de donde se hospedó?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo	
Limpieza de las habitación	1	2	3	4	(____)
Mobiliario del establecimiento	1	2	3	4	(____)
Atención del personal	1	2	3	4	(____)
Seguridad	1	2	3	4	(____)

Aplicar a todos
35.- ¿Es la primera vez que visita esta ciudad? (____)
1) Si 1ra. vez >>>**P38** 2) Ya había venido

36.- ¿Hace cuanto vino?
1) Menos de 1 mes 2) 1 a 3 meses 3) 3 a 6 meses
4) De 6 a 9 meses 5) De 9 a 1 año 6) Más de 1 año (____)
37.- ¿Cuantas veces nos visita al año? _____ (____)

IV.- Impacto de la promoción del destino
38.- Durante los últimos 12 meses ¿Ha visto o escuchado publicidad sobre este destino?

1) Si 2) No >>>**P41** (____)

39.- ¿A través de qué medio(s)?

		Si	No	
1	Folletos	(1)	(2)	(____)
2	Anuncio radio	(1)	(2)	(____)
3	Anuncio Revista	(1)	(2)	(____)
4	Espectaculares	(1)	(2)	(____)
5	Anuncio TV	(1)	(2)	(____)
6	Internet	(1)	(2)	(____)
7	Recomendación	(1)	(2)	

Cuestionario

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

7	Recomendación amigos/familia	(1) (2) (____)
8	Otro, ¿Cuál? ____	(1) (2) (____)

40.- ¿Qué tanto influyó la publicidad que vio en su decisión de venir a este destino?

1	No influyó nada, ya tenía la decisión de venir	(____)
2	Influyó moderadamente, me sirvió de información	
3	Influyó bastante, me animó a asistir al destino	

41.- Durante su visita, ¿necesitó algún tipo de información? (____)
1) Si 2) No >>> **P44**

42.- ¿Qué tipo de información?: _____ (____)

43.- ¿En donde encontró la información?

1	En el hotel	(____)
2	Guía de turistas	
3	Preguntó en la calle	
4	Módulos de atención	
5	Fue a las oficinas de turismo municipal o estatal	
6	Otro, ¿Cuál?:_____	

V.- Experiencia de viaje

44.- ¿Qué actividades realizó o piensa realizar durante su estancia en esta ciudad?
_____ (____)

45.-¿En general calificaría como excelente, bueno, regular o malo a los siguientes aspectos de la ciudad y servicios que ha utilizado?

Aspectos/Servicios	Excelente	Bueno	Regular	Malo	No Utiliz.ado	
Hospedaje	1	2	3	4	5	(____)
Establecimientos de Alimentos	1	2	3	4	5	(____)
Transporte	1	2	3	4	5	(____)
Servicios Públicos (Agua, Luz, Limpieza, etc..)	1	2	3	4	5	(____)
Seguridad	1	2	3	4	5	(____)
Áreas públicas	1	2	3	4	5	(____)
Sitios históricos/Culturales (Museos, Monumentos, Zonas Arqeológicas, etc..)	1	2	3	4	5	(____)
Eventos	1	2	3	4	5	(____)
Actitud de prestadores de servicios (Personal de contacto)	1	2	3	4	5	(____)
Actitud de la gente, en general.	1	2	3	4	5	

46.- En general, ¿Usted considera que su experiencia en este viaje….?
1) Valió (+) de lo que gastó 2) Vale lo que gastó 3) Vale (-) de lo que gastó
(____)

47.- Qué fue lo que más le gustó en este lugar? Especifique
_____ (____)

48.- ¿Qué le hubiera gustado encontrar en la ciudad y no lo encontró? -
_____ (____)

49.- Recomendaría el destino
1) Si 2) No (____)

50.- ¿Porqué)
_____ _____ (____)

51.- Regresaría a la ciudad en los próximos 12 meses? (____)
1) Si 2) Probablemente 3) Difícilmente 4) No

VI.- Gasto Durante el viaje

52.- Cuanto ha gastado, en total, desde que salió de su casa hasta que llegó aquí? Gastó: $_____

53.- En total cuanto ha gastado o tiene pensado gastar en esta ciudad en:

Transporte	$
Alimentos	$
Hospedaje	$
Compras (Todas menos Artesanías)	$
Artesanías	$
Esparcimiento / Diversión	$
Otros: _____	$
Total	

54.- A cuantas personas en total corresponde este gasto: _____ (____)

55.- Cuanto considera que gastará en el regreso a su lugar de origen (casa)?
Gastará: $_____

56.- Sólo para fines de supervisión, sería tan amable en proporcionarme su:

Nombre:	
Tel:	
E- mail:	

Contacto

-Lic. Gloria Magaly Cano de la Fuente, Directora General de Planeación.
gcanof@guanajuato.gob.mx
-Lic. Claudia Avalos Betancourt, Directora de Información y Análisis.
cavalosb@guanajuato.gob.mx
-Lic. Sandra Edith Hernández Murillo, Jefe de Estadística e Información.
shernandezm@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

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Estado de Guanajuato

lo que vives, hace historia

POR SU ATENCIÓN,

GRACIAS