

Actividad Turística y Perfil del Visitante 2008

Guanajuato 2008



Guanajuato
Gobierno
del Estado

Secretaría
de Desarrollo
Turístico

Contigo Vamos

CONTENIDO

1. Indicadores de la Actividad Turística en Guanajuato Capital
2. Estudio del Perfil del Visitante a Guanajuato
 - 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

1. Estudio del Perfil del Visitante a Guanajuato capital Vitrina metodológica

1. Indicadores de la Actividad Turística en Guanajuato Capital

Guanajuato Capital Inventarios

Inventario

Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	84
Alimentos y bebidas	187
Balnearios	1
Campos de golf	1
Agencias de viaje	25
Empresas arrendadoras de automóviles	32
Centros de congresos y convenciones	7
Transportadoras turísticas	15

Fuente: Sedetur

Inventario de hospedaje

Categoría	Establecimientos	Cuartos
5 estrellas	14	538
4 estrellas	13	838
3 estrellas	18	645
2 estrellas	17	448
1 estrella	7	141
Sin clasificar	15	224
Total	84	2,834

Fuente: Sedetur, junio 2009.



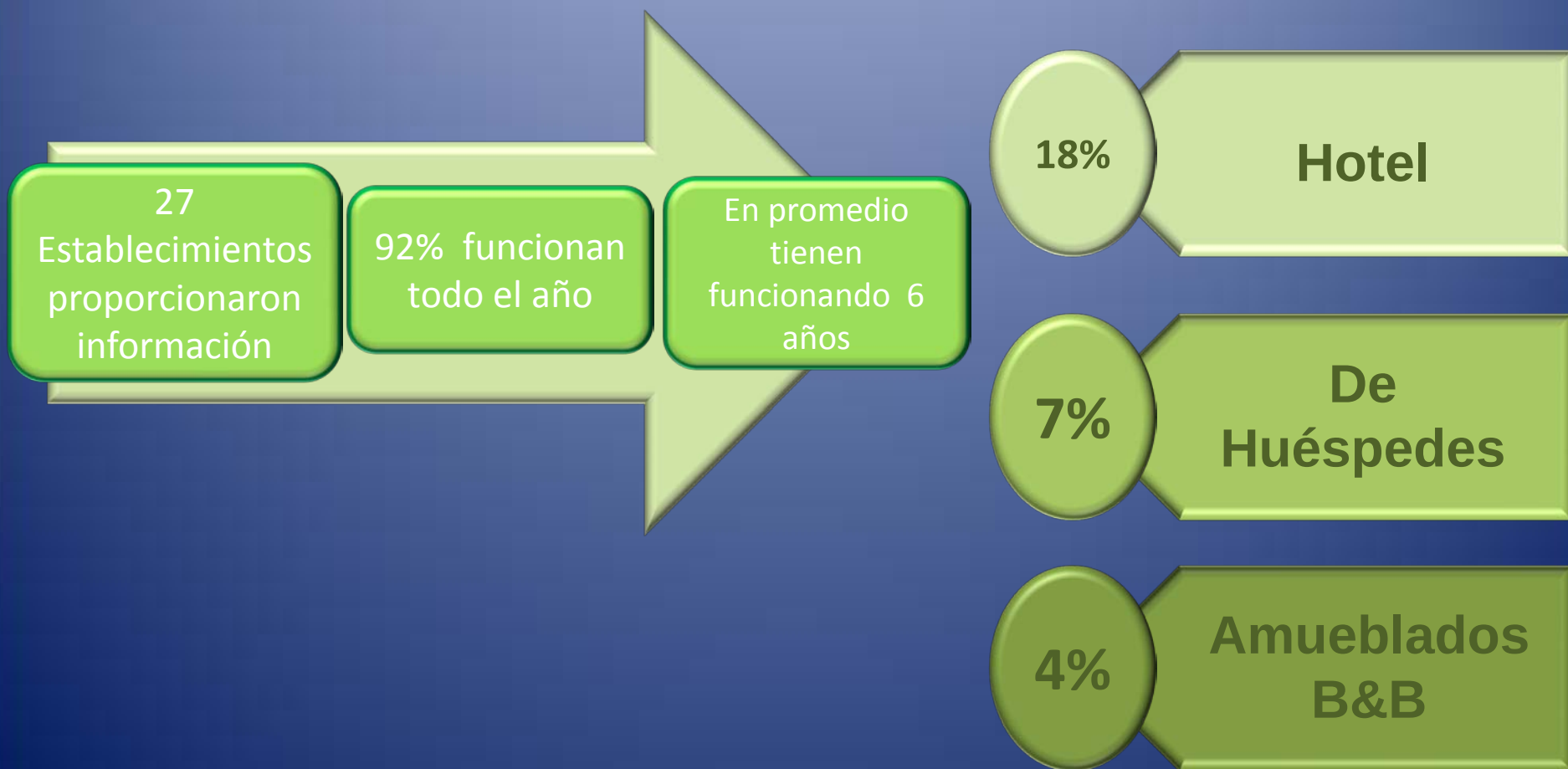
Movimientos en el inventario de establecimientos de hospedaje:

Altas:

- Camino Real, 2007
- México Plaza, 2007
- Casa Virreyes, 2007
- Villa Sueño Azul, 2007
- Real Guanajuato, 2008

*Actualización de inventarios.

Estudio “Censo de Hospedaje Alternativo en Guanajuato Capital”



DATOS DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ALTERNATIVO

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PÁGINA WEB	CONTACTO	CAPACIDAD EN N° PERSONAS	PROMEDIO DE ESTADÍA	PRECIOS	MODO DE OPERAR
Casa Carcamanes	Plazuela Carcamanes #8 Col. Centro	473 732 51 72	www.casacarcamanes.com	Rubén López Pelayo	12	3 noches	\$ 500 P/H	Hotel
Hostal del Truco	Del Truco # 4 Col. Zona Centro	473 734 70 30	www.hostaldeltruco.com	Nancy Vázquez	80	3 noches	\$ 100 P/P	Ambas
Hostal Casa de Pita	Mexiamora #26 Col. Zona Centro	473 731 15 32	www.casadepita.com	Ma. Guadalupe Valtierra	64	5 noches	\$ 350 P/P	Ambas
Hostal el Campanero	Campanero # 19 Col. Zona Centro	473 734 56 65	hostaldelcampanero@hotmail.com	Jazur Rodríguez	36	4 noches	De \$ 120 a \$ 170 P/P	Ambas
Hospedajes Casa de la Luna	Perros Muertos # 57 Col. Zona Centro	473 732 19 12	xandra571@hotmail.com	Lalo Luna	16	3 noches	\$350 T/B \$450 T/A	Ambas
Hostal Casa Mexicanas	Sostenes Rocha # 18 Col. Zona Centro	473 732 73 93	www.casamexicanaweb.com	Aidé López	36	7 noches	\$115 P/P	Ambas
Casa Bertha	Tamboras # 9 Col. Zona Centro	473 732 13 16	www.paginasprodigy.com/casabertha	Jorge Luis López	80	3 noches	De \$ 150 a \$ 300 P/P	Ambas
Hostal Schoenstatt	Alonso # 32 Col. Zona Centro	473 733 97 07	No tienen	No disponible	90	4 noches	\$ 150 P/P	Ambas
Hostal Casa Dante	Callejón Zaragoza	473 731 09 09	www.casadante.com	Dante Rodríguez	40	4 noches	\$ 120 P/P	Ambas
La Casa Azul	Carcamanes # 57 Col. Zona Centro	473 731 22 88	www.lacasaazul.com.mx	Srita. Patricia	30	3 noches	\$ 299 P/P	Hotel
Departamentos Turísticos de Guanajuato	El Hinojo, Esq. Mexiamora	477 178 22 00	www.amuebladosturisticos.com.mx	Saúl Zamarripa	64	7 noches	\$ 180 P/P	Departamentos
Hostal Casa Blanca	Pocitos # 8 Col. Zona Centro	473 732 15 38	No tienen	Sra. Minerva	60	2 noches	\$ 70 P/P Dormitorio \$ 90 P/P habitación	Ambas
Hostalito Guanajuato	Sangre de Cristo # 6 Col. Zona Centro	473 732 54 83	www.hostalitoguanajuato.com	Srita. Medel	40	4 noches	\$ 135 P/P Dormitorio \$ 150 P/P habitación	Ambas
Hostal la Casa del Tío	Cantarrana # 47 Col. Zona Centro	473 732 97 28	No tienen	Pablo Caudillo	20	2 noches	\$100 T/B \$200 T/A	Hostal
Hostal Santuario	Cantarrana # 38 Col. Zona Centro	473 732 07 93	No tienen	Martín Fonseca	30	3 noches	\$ 80 P/P \$200 P/P en Cervantino	Ambas
Hostal Casa Cervantes	Juego de Pelota # 22 Col. Zona Centro	473 120 95 05	No tienen	No proporciono	8	5 noches	\$ 200 P/P	Hotel
Camino de Guanajuato	Carretera a Dolores Hidalgo, Mineral de Valenciana S/N	473 732 85 90	No tienen	Jorge Aguilera	40	1 noche	\$ 150 P/P	Hotel
Mesón de San Agustín	San Sebastián # 94 Col. Zona Centro	473 731 33 68	www.hotelmesondesanagustin.com	Julio Aguilar	15	2 noche	\$ 800 P/H	Hotel

Nota: P/H=Por habitación por noche, P/P=Por persona por noche, T/B= Por persona temporada baja, T/A= Por persona temporada alta
En modo de operar "Ambas" se refiere a que rentan habitaciones y también camas.

DATOS DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ALTERNATIVO

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PÁGINA WEB	CONTACTO	CAPACIDAD EN N° PERSONAS	PROMEDIO DE ESTADÍA	PRECIOS	MODO DE OPERAR
El Jardín de Martha	Vista Hermosa # 26 Col. Cerro del Cuarto	473 732 94 48	No dio su nombre	Martha Herrera	6	180 noches	\$ 200 P/P	Hotel
Villa Sueño Azul	San Sebastián # 88 Col. Zona Centro	473 731 01 57	No tienen	Cristina Rodríguez	12	5 noches	\$ 685 P/P	Hotel
Casa Doña Ana	Callejón Calixto # 42 col. Zona Centro	473 732 57 89	www.guanajuatocapital.com	Ana Pérez	6	3 noches	\$ 300 P/P	Hotel
El Hogar de Carmelita	Paseo de la Presa # 79 B Col. Zona Centro	473 731 02 68	www.guanajuatocapital.com	Ma. Del Carmen Palma	21	3 noches	\$ 300 P/P	Hotel
Casa la Bugambilia	Diligencias # 7 Col. Zona Centro	473 732 29 00	www.guanajuatocapital.com	Martín Fonseca	38	12 noches	\$ 80 P/P	Hotel
Casa Zúñiga	Callejón Pochote #38 Col. Zona Centro	473 732 85 46	No tienen	Sra. Zúñiga	3	5 noches	\$ 500 P/P	Hostal
Casa de Vicky	Cerro de los Leones # 81 Col. Cerro de los Leones		No tienen	Vicky Mena	20	15 noches	\$ 500 P/P	Hotel
El Zopilote Mojado	Mexiamora # 51 Col. Zona Centro	473 732 53 11	www.elzopilotemojado.com	Raúl Galarza	20	5 noches	\$ 550 P/P	Hotel
Hospedería del Truco 7	Constancia # 9E Col. Zona Centro	473 732 65 13	www.hospederiadeltuco7.com	Ma. Magdalena Medina	14	3 noches	\$ 500 P/H	Hotel
Casa Colibrí	Calvario # 7 Col. Centro	473 734 16 01	No proporcionan ninguna información ni en el domicilio, ni por teléfono					
Alma del Sol B&B	Se hizo la búsqueda pero no se encontró el establecimiento							
Hostal El Paraíso	Se hizo la búsqueda pero no se encontró el establecimiento							
Casa del Beso	Callejón del Beso Patrocinio # 66 Col. Centro	No disponible	Ya no funciona como establecimiento de hospedaje					
Parque Colonial	Se hizo la búsqueda pero no se encontró el establecimiento							
Ex-Hacienda Dolores	Se hizo la búsqueda pero no se encontró el establecimiento							
Hostal Casa de las Brujas	Presa de la Olla # 88 Col. Centro	No disponible	Ya no funciona como establecimiento de hospedaje					
Estación Esperanza	Se hizo la búsqueda pero no se encontró el establecimiento							
Hostal Casa de los Dominicos	Se hizo la búsqueda pero no se encontró el establecimiento							
Hostal Casa Noria	Se hizo la búsqueda pero no se encontró el establecimiento							

Nota: P/H=Por habitación por noche, P/P=Por persona por noche, T/B= Por persona temporada baja, T/A= Por persona temporada alta
En modo de operar "Ambas" se refiere a que rentan habitaciones y también camas.

Guanajuato Capital

Tendencia de los Indicadores de Hospedaje

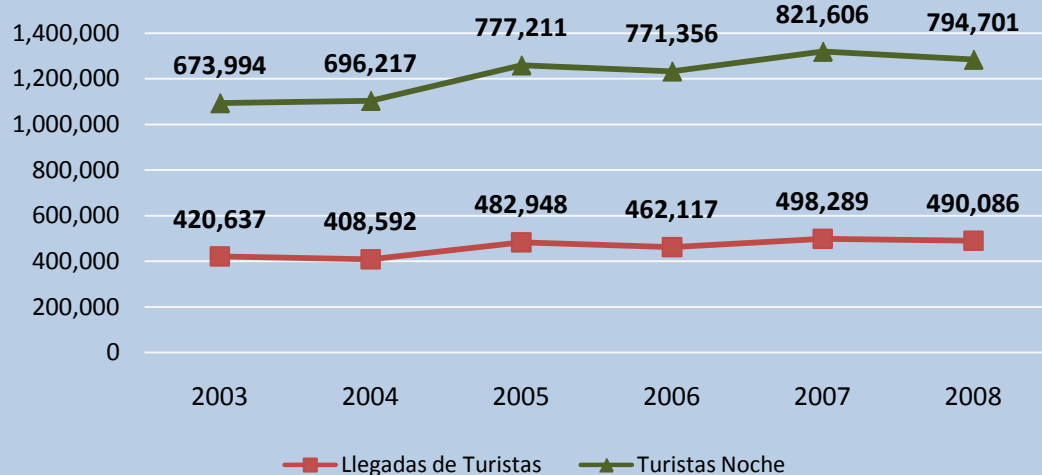
**Oferta de cuartos 1 a 5 estrellas
2003-2008**



Fuente: Anuarios INEGI. Sedetur

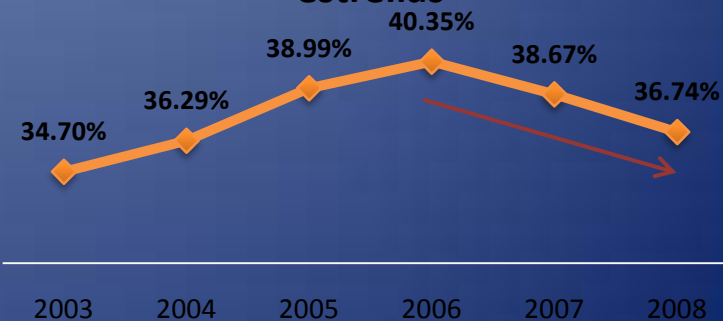
Hay una relación estrecha entre la oferta hotelera, la llegada de turistas y el porcentaje de ocupación.

Indicadores Hoteles 1 a 5 estrellas



Fuente: Datatur-Setur. Sedetur

Ocupación en Hoteles 1 a 5 estrellas



Guanajuato Capital

Tendencia de los Indicadores de Hospedaje

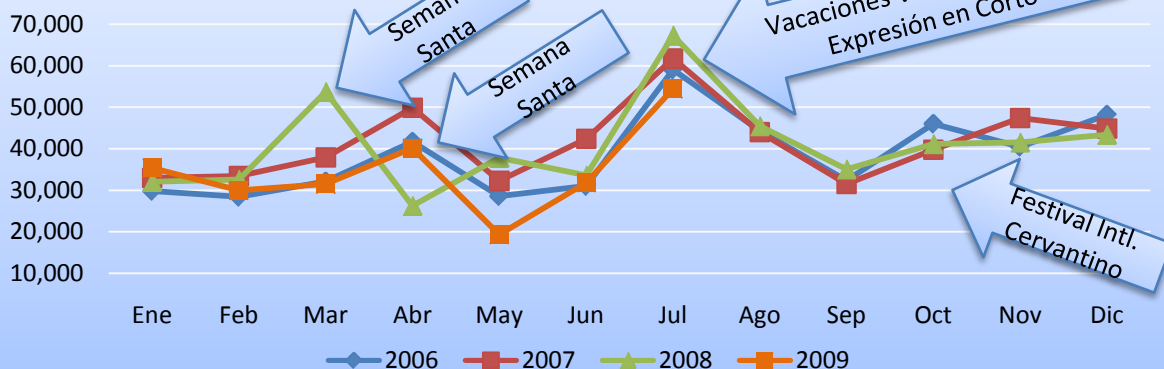


Guanajuato
Gobierno
del Estado

Secretaría
de Desarrollo
Turístico

Contigo Vamos

Llegada de turistas



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	29,868	28,408	32,142	41,693	28,615	31,033	59,030	44,340	32,365	46,033	40,459	48,132	462,117
2007	33,025	33,422	37,945	49,873	32,277	42,384	61,701	44,030	31,533	39,796	47,428	44,876	498,289
2008	32,093	32,609	53,742	26,279	37,853	33,593	67,263	45,467	35,087	41,163	41,551	43,385	490,086
2009	35,388	29,997	31,502	40,158	19,386	31,847	54,406						

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

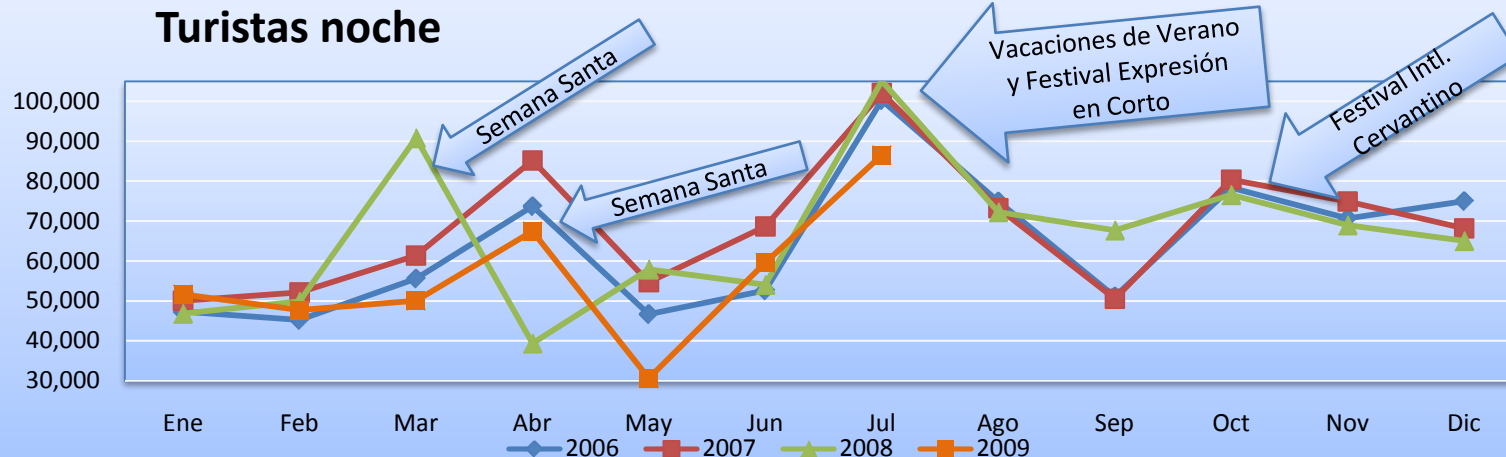
Porcentaje de Ocupación



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	29.53	33.59	37.27	45.07	30.87	34.98	56.64	45.72	35.20	48.05	44.15	42.44	40.35%
2007	27.86	32.11	34.42	46.10	31.39	37.93	54.24	39.16	32.42	47.10	44.07	36.81	38.67%
2008	27.96	32.92	44.62	26.10	32.12	31.42	52.38	38.67	39.31	42.24	38.80	33.64	36.74%
2009	28.32	29.87	27.95	35.54	18.33	34.73	47.29						

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

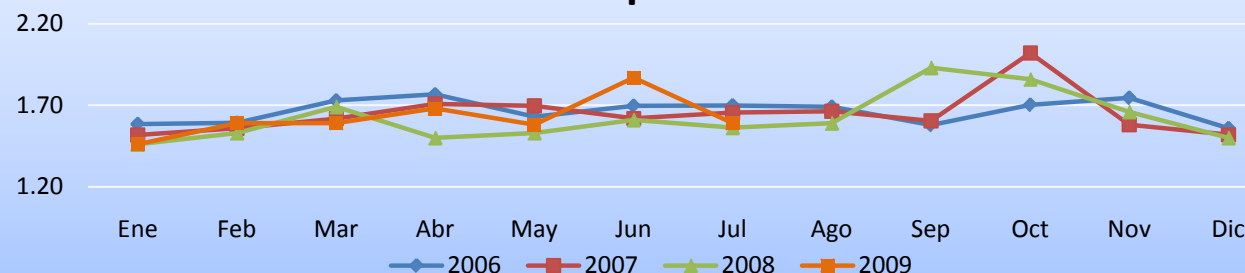
Turistas noche



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	47,305	45,222	55,619	73,701	46,654	52,621	100,245	74,931	51,074	78,373	70,621	74,992	771,356
2007	50,088	52,096	61,382	85,182	54,733	68,687	102,124	73,221	50,554	80,388	74,937	68,212	821,606
2008	46,856	49,892	90,824	39,418	57,915	54,085	105,084	72,293	67,718	76,564	68,975	65,077	794,701
2009	51,666	47,696	50,088	67,466	30,629	59,554	86,506						

Fuente: Datatur-Sector, Sedetur

Estadía promedio



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	1.58	1.59	1.73	1.77	1.63	1.70	1.70	1.69	1.58	1.70	1.75	1.56	1.67
2007	1.52	1.56	1.62	1.71	1.70	1.62	1.66	1.66	1.60	2.02	1.58	1.52	1.65
2008	1.46	1.53	1.69	1.50	1.53	1.61	1.56	1.59	1.93	1.86	1.66	1.50	1.62
2009	1.46	1.59	1.59	1.68	1.58	1.87	1.59						

Fuente: Datatur-Sector, Sedetur

Guanajuato capital

Porcentaje de ocupación semanal 2009



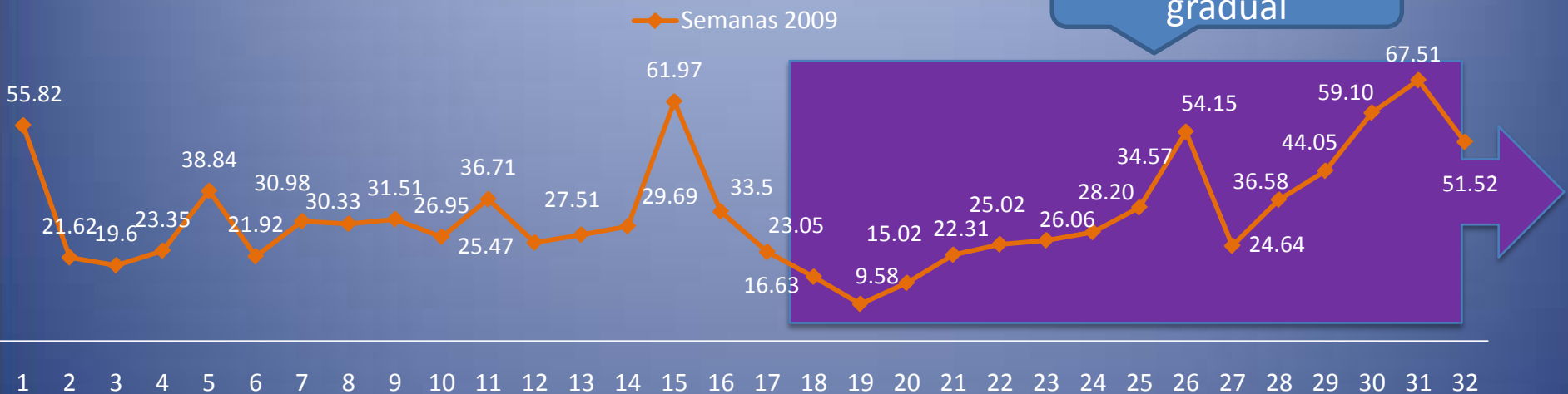
Guanajuato
Gobierno
del Estado

Secretaría
de Desarrollo
Turístico

Contigo Vamos

Porcentaje de Ocupación

Recuperación
gradual



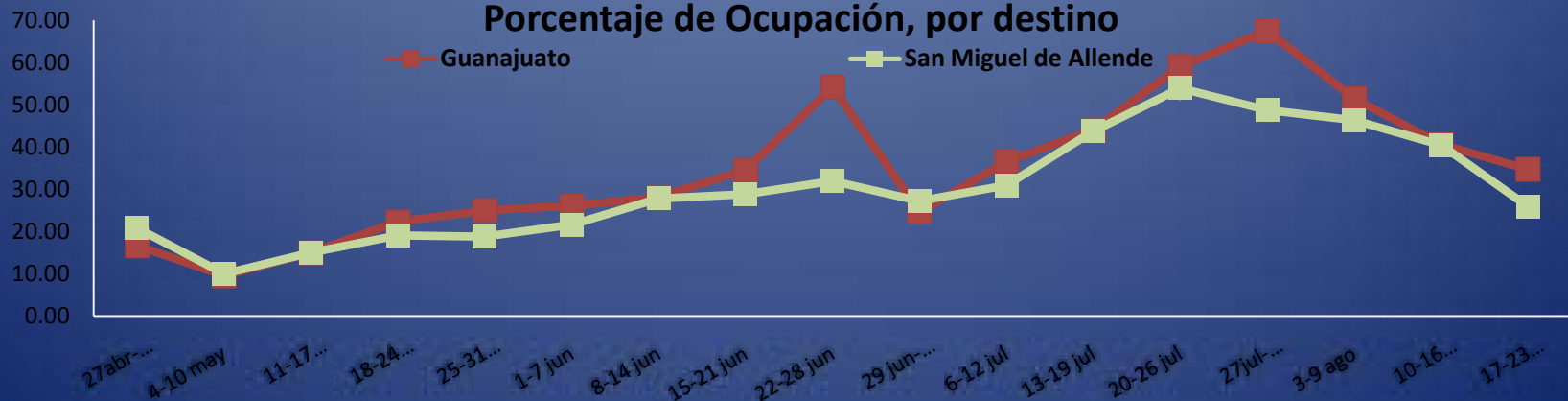
Semana 1:
29 dic - 4 ene
Temporada
Decembrina

Semana 15:
6-12 de abril
Semana
Santa

**Afectadas por el brote de Influenza A
H1N1**
Semana 19: del 4 al 10 de mayo
Semana 20: del 11 al 17 de mayo.

Semana 29: Inicia
periodo vacacional
de verano
(6 semanas)

Porcentaje de Ocupación, por destino



Resumen Actividad Turística

Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	2,834
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	92%
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2008	490,086
Porcentaje de Ocupación promedio 2008	36.74%
Porcentajes de ocupación más altos	Marzo-abril, julio y octubre
Estadía promedio	1.62

El estudio fue realizado de marzo a diciembre de 2008.

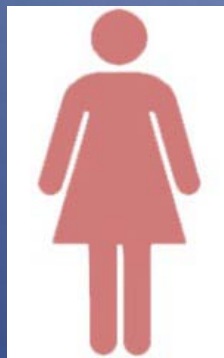
Se aplicaron 1,615 encuestas, cara a cara en los sitios de más afluencia y en hoteles.

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.

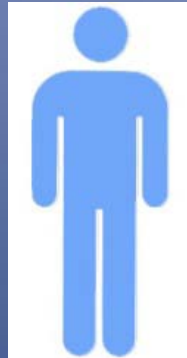
Perfil General

El visitante a Guanajuato presenta un equilibrio en el género de los visitantes. El nivel socioeconómico es medio, por lo que se sugiere dirigir los esfuerzos publicitarios a la clase media alta, alta y media baja.

Sexo del Visitante a Guanajuato



Mujer
50%



Hombre
50%

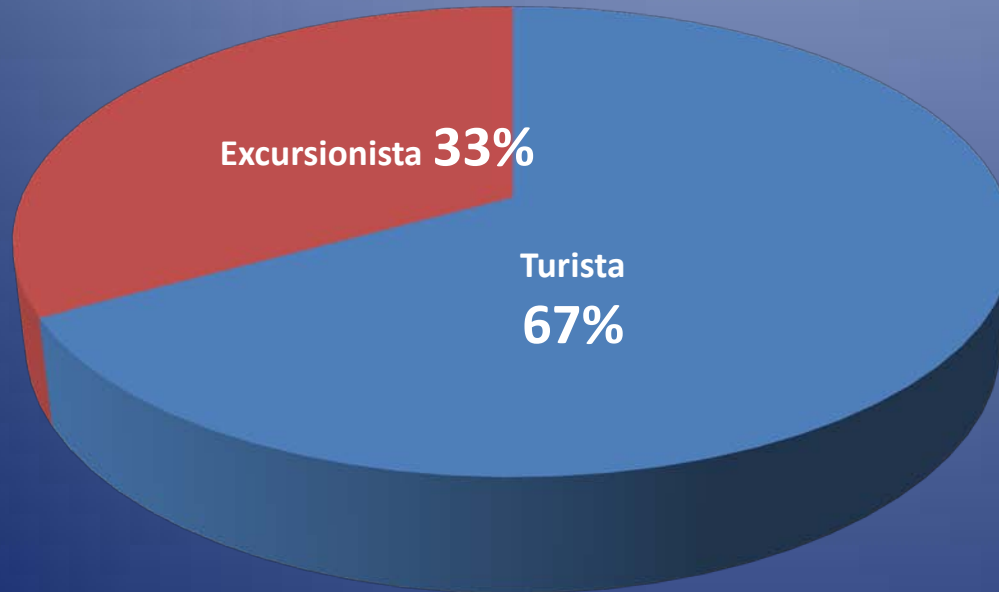
Nivel Socioeconómico del Visitante



AB	Más de \$85,000.00	2%
C+	\$35,000.00 a \$84,999.00	9%
C	\$11,600.00 a \$34,999.00	44%
D+	\$6,800.00 a \$11,599.00	30%
D	\$2,700.00 a 6,799.00	13%
E	\$0.00 a \$2,699.00	2%

Clasificación del Visitante

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



Edad Promedio del Turista

Tipo de Promedio	Edad
Promedio de Edad del Visitante en Gral. Incluyendo el entrevistado al Estado de Guanajuato	32
Promedio de Edad del Entrevistado	38
Promedio de Edad de los acompañantes del entrevistado	28

Escolaridad del Visitante



Las estrategias de desarrollo de productos y publicidad se deben orientar a personas entre los 25 y 40 años de edad con un nivel educativo de licenciatura y que sean empleados, profesionistas, estudiantes o amas de casa.



Ocupación del Visitante

La suma de empleados, ama de casa, profesionistas y estudiantes es del 62%



El visitante a Guanajuato lo hace en su mayor parte en grupo de viaje, principalmente con su pareja, familiares o hijos.

Promedio de Tamaño del Grupo de Viaje

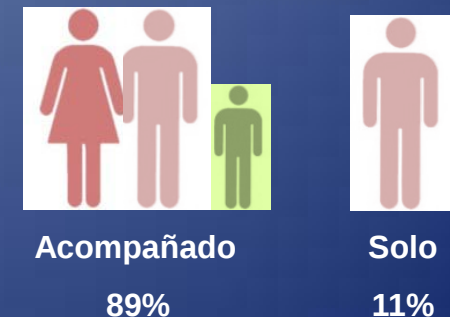


Tipo de Visitante	Promedio
Excursionista	4
Turista	5
Total	4

La compañía de viaje de familiares e hijos suman el 78% se sugiere desarrollar productos o actividades dirigidas a este mercado



¿Con quién viene acompañado?



Resumen Perfil General:

Concepto	Información Relevante
Nivel Socioeconómico	C y D+ 74%
Turistas	67%
Excursionistas	33%
Edad promedio del Visitante	32 años
Escolaridad	Licenciatura
Ocupación	Profesionista Empleado Ama de Casa
Grupo de Viaje Promedio	4 personas

Procedencia del Visitante

Guanajuato tiene una afluencia principalmente estatal y nacional, se sugiere realizar estrategias de promoción en Distrito Federal, Estado de México, Jalisco, Nuevo León y Michoacán; en general en los estados cercanos.

Origen del Visitante Nacional por Estados



Estado	%	Estado	%
D.F. y Edo. Mex.	28	Puebla	3
Jalisco	17	Aguascalientes	3
Nuevo León	6	Chihuahua	3
Michoacán	6	Veracruz	3
Querétaro	5	Morelos	2
Coahuila	4	Baja California N	1
San Luis Potosí	4	Hidalgo	1
Tamaulipas	4	Otros Estados	7
Zacatecas	3		
Sinaloa	3	Total	100

Otros Estados:
Durango, Sonora, Nayarit, Colima, Chiapas, Yucatán, Oaxaca, Tabasco, Guerrero, Tlaxcala, Quintana Roo, Baja California Sur, Campeche.

Origen del Visitante Internacional por País

Estados Unidos	68
España	4
Alemania	4
Argentina	4
Francia	2
Inglaterra	2
Venezuela	2
Colombia	2
Canadá	2
Holanda	2
Europa	2
Otros Países	7
Total	100

Estado	%	Estado	%	Estado	%
California	41	Washington	4	Nebraska	
Texas	17	Pennsylvania	2	New Jersey	
Florida	6	South Carolina	2	North Carolina	
Virginia	6	Arkansas	1	Ohio	
Arizona	5	Kansas	1	Vermont	
Colorado	4	Lousiana	1	Total	
Illinois	4	Massachuss etts	1		

Guanajuato en 2008 recibió más de **1.6 millones** de visitantes, de los cuales entre el D.F., Jalisco y Nuevo León representaron el 35% del total, equivalente a más de **580 mil**. Del extranjero, entre Estados Unidos, España, Alemania y Argentina se recibieron al 5% del total que son más de **82 mil** visitantes.

Debido a la contingencia sanitaria, es importante realizar esfuerzos publicitarios a nivel estatal. Se observa una mayor afluencia de los destinos cercanos a Guanajuato.

Origen del Visitante interno

Ciudad	%	Estado	%
León	35	San Francisco del Rincón	3
Irapuato	18	Pénjamo	2
Celaya	10	Dolores Hidalgo	2
Salamanca	7	San Felipe	2
Moroleón	3	Abasolo	1
Silao	3	Acámbaro	1
San Miguel de Allende	3	Otras Ciudades	7
Valle de Santiago	3	Total	

Otros Ciudades:

Comonfort, Cortazar, Yuriria, Purísima del Rincón, Romita, Salvatierra, San José Iturbide, Paz, Cuerámaro, Doctor Mora, Huanímaro, Jaral del Progreso, Jerécuaro, Santa Catarina, Uriangato.

Guanajuato en 2008 recibió entre León, Irapuato, Celaya y Salamanca el 14% del total de visitantes, que son más de **232** mil, y entre estos destinos, el D.F., Edo. Mexico., Jalisco y Nuevo León suman el 49% del total de visitantes.

Resumen Procedencia del Visitante:

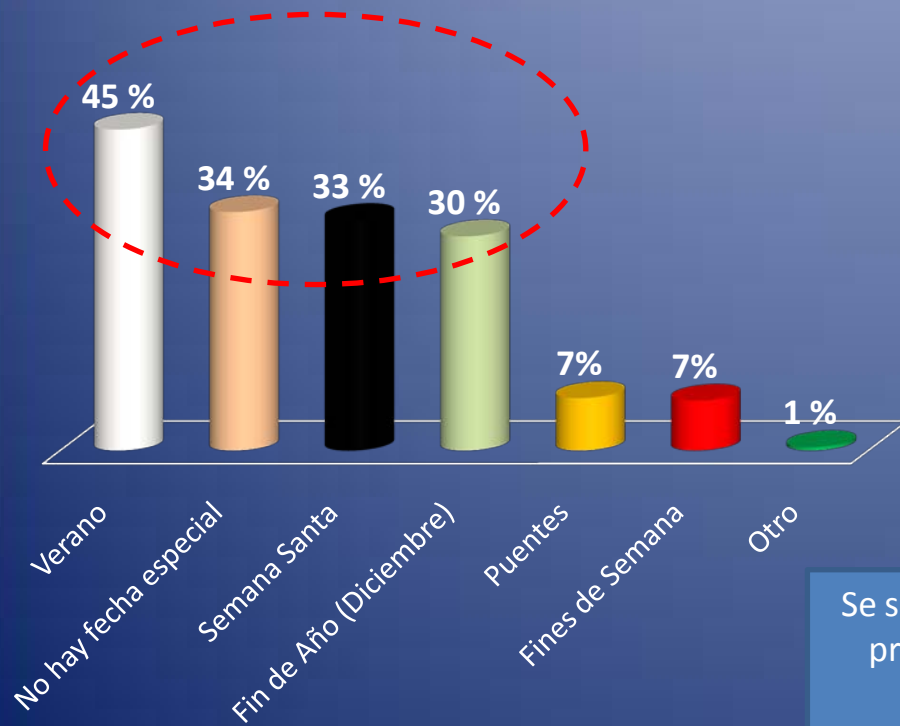
Concepto	Información Relevante
Nacional	69%
Del Estado	23%
Del Extranjero	8%
Principales Destinos Nacionales	D.F. y Edo. de Mex Jalisco Nuevo León Michoacán
Principales Destinos Del Estado	León Irapuato Celaya Salamanca Moroleón
Principales Destinos del Extranjero	Estados Unidos España Alemania Argentina

Planeación de Viaje

Los visitantes de Guanajuato realizan viajes con mayor frecuencia en Verano, Semana Santa y Fin de Año. Se sugiere realizar campañas de publicidad previo a estas fechas con una anticipación de por lo menos 3 meses para lograr un mayor impacto .

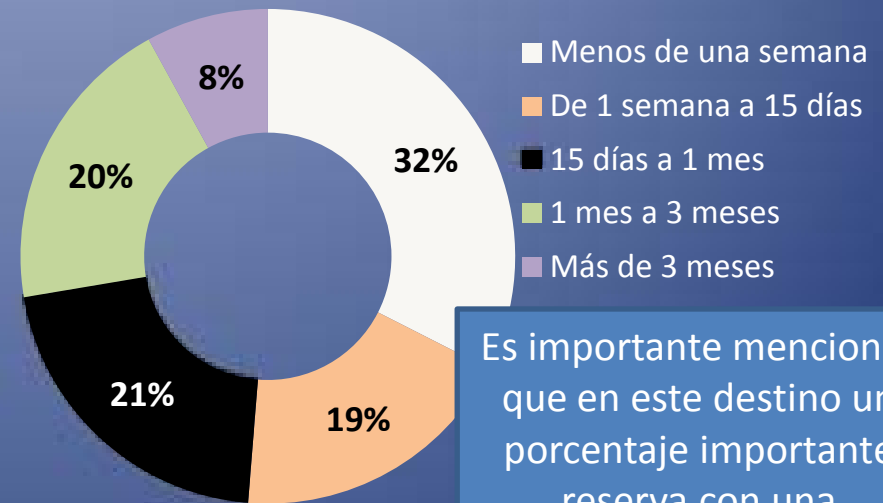
En qué época del año acostumbra a viajar

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



Otros época en que acostumbra viajar:
Temporada vacacional baja

¿Con cuánto tiempo de anticipación decidió su viaje?

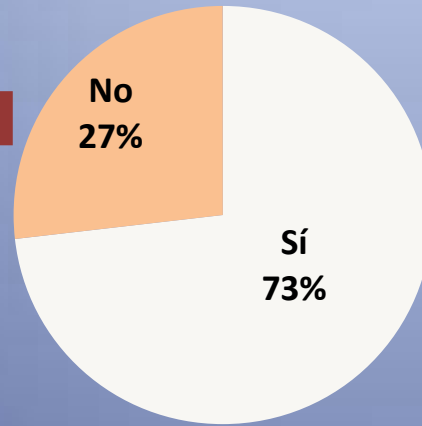


Es importante mencionar que en este destino un porcentaje importante reserva con una anticipación de 1 a 3 meses.

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 66 % consideró ir a otro destino.



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

Destino	%	Destino	%
Puerto Vallarta	12	Dolores Hidalgo	2
Guadalajara	9	Cuernavaca	2
San Miguel de Allende	8	San Luís Potosí	2
León	8	Ixtapa Zihuatanejo	2
Zacatecas	6	Oaxaca	2
Querétaro	5	Playa Azul	2
Morelia	5	San Juan de los Lagos	1
Acapulco	4	Mazatlán	1
D.F.	4	Monterrey	1
Aguascalientes	2	Manzanillo	1
			15
			100

Se observa que las dos primeras opciones son de destinos que no se encuentran tan cerca de Guanajuato, por ejemplo Guadalajara se encuentra a 289 km, a 2:48 hrs., y un poco más lejos Puerto Vallarta a 619 km a 6:29 hrs. de distancia.

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?



64%



29%



7%

El turista de Guanajuato se hospeda principalmente en hoteles, 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 Guanajuato

TURISTA EN HOTEL



30%

TURISTA EN HOSTAL O POSADA



10%

TURISTA EN CASA O DPTO. PROPIO



3%

EXCURSIONISTA



33%

TURISTA CON FAMILIARES



19%

TURISTA EN CASA O DPTO. RENTADO



3%

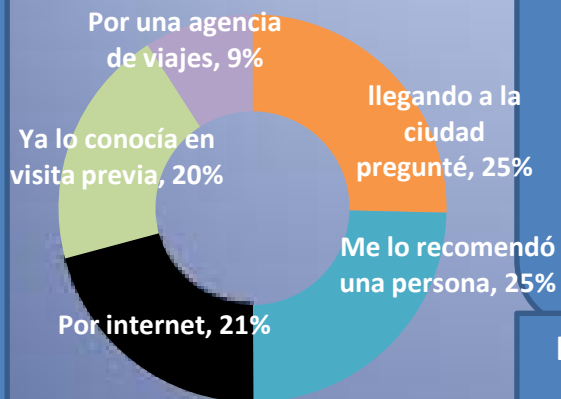
OTROS



4%

¿Cómo se enteró del establecimiento donde se hospeda?

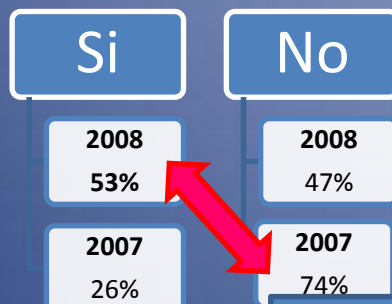
Hay un alto porcentaje que demuestra que los turistas han quedado satisfechos con el establecimiento de hospedaje y demuestran lealtad al mismo.



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 a 5 estrellas. La Sedetur apoya a los prestadores turísticos mediante la página web y el call center.

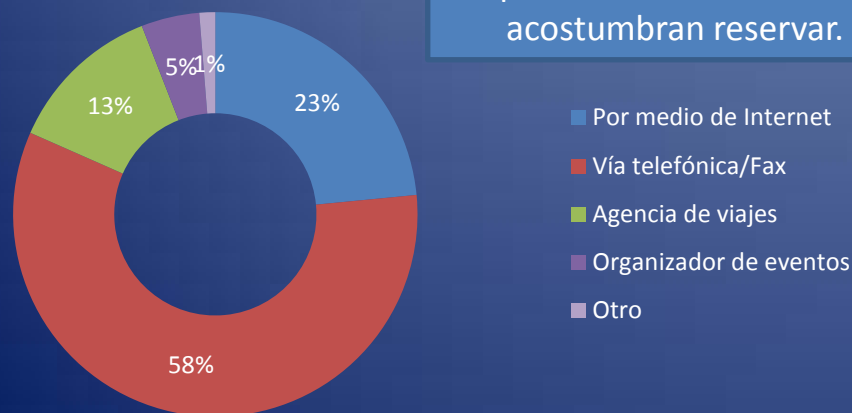
El Call Center a diciembre de 2008 incorporó a 108 hoteles y 10 prestadores de servicios entre guías, museos, arrendadoras, y restaurantes, recibiendo en su primer año de operación cerca de 3 mil llamadas. La página web www.vamosaguanajuato.com inició operaciones a finales de agosto de 2008, cerrando 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

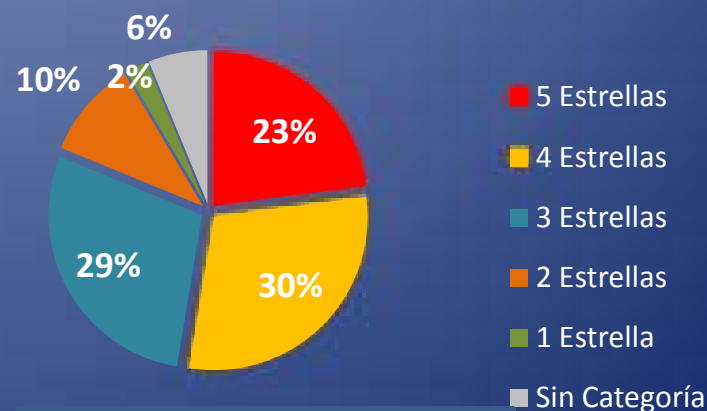


¿Cómo realizó su reserva?

Guanajuato es un destino en el que la mitad de los turistas acostumbran reservar.



Categoría del establecimiento donde se hospeda



El 82% de los entrevistados contestó que se hospedaron en hoteles de 3 a 5 estrellas.

Resultados en Establecimientos de Hospedaje 2008

El sector público como el privado
deben realizar acciones continuas
para aumentar la demanda y el
porcentaje de ocupación

Indicadores Establecimientos de Hospedaje Guanajuato Capital	
Indicador	2008
Porcentaje Ocupación	36.74%
Llegadas de Turistas	490,086
Turistas Noche	794,701
Estadía Promedio	1.62

Fuente: Datatur-Setur, Sedetur

Resumen Planeación del Viaje:



Guanajuato
Gobierno
del Estado

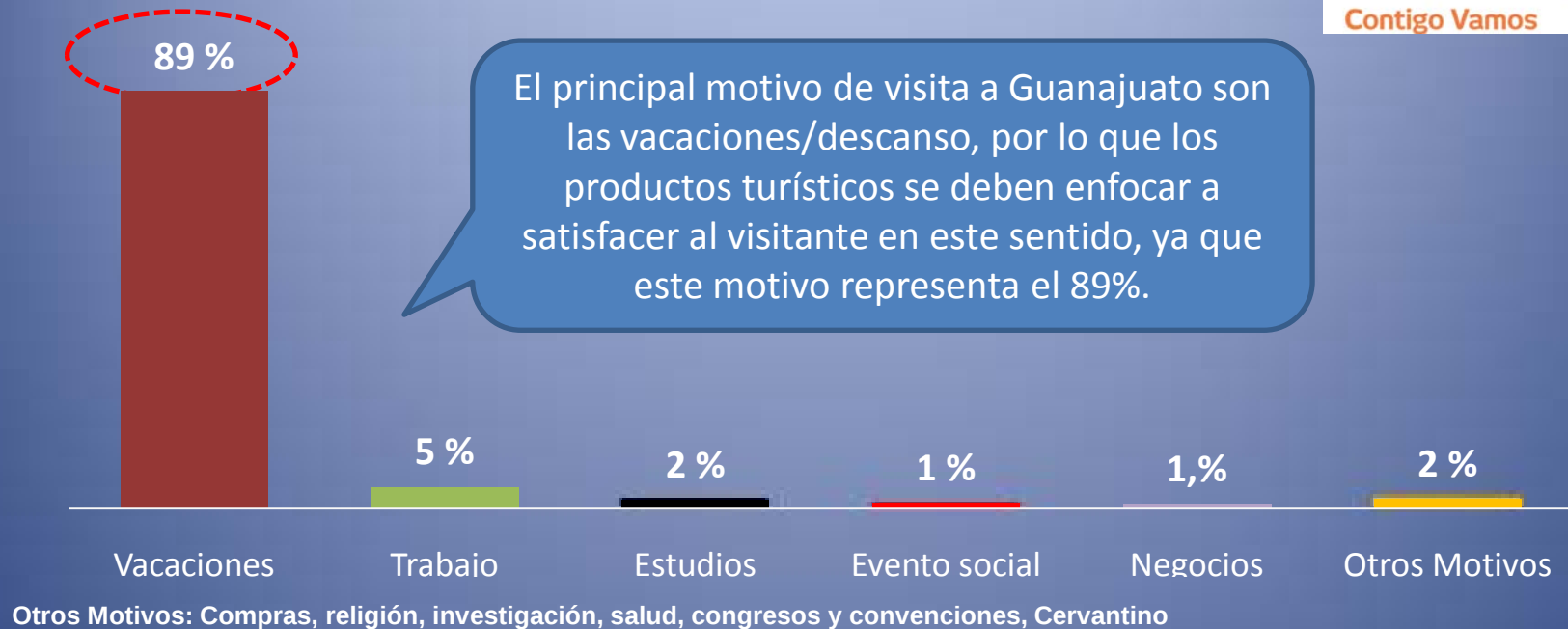
Secretaría
de Desarrollo
Turístico

Contigo Vamos

Concepto	Información Relevante
Épocas del año en que acostumbran viajar los visitantes a Guanajuato:	Semana Santa Verano Fin de año
Tiempo de Anticipación de la decisión de viajar:	1 a 3 meses
Principal medio por el que se enteraron del establecimiento de hospedaje:	Llegando a la ciudad preguntó Recomendación Por Internet
Destinos que consideraron antes de decidir viajar a Guanajuato:	Puerto Vallarta Guadalajara San Miguel de Allende León Zacatecas
Contrató algún paquete de Viaje:	El 11% respondió que SI
Principal medio de transporte:	Automóvil y Autobús
Principal opción de hospedaje:	Hotel
Uso de reservaciones:	53% contestó que SI
Principal medio de reservaciones:	Vía telefónica e Internet
Principal categoría de hotel:	3 y 4 estrellas

Motivo de Visita

Motivo de viaje del visitante



Principales motivos de viaje por gente que visitó el 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%	2%	0%	2%	0%	1%

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.

PRINCIPALES RAZONES O MOTIVOS DE VIAJE

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



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



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

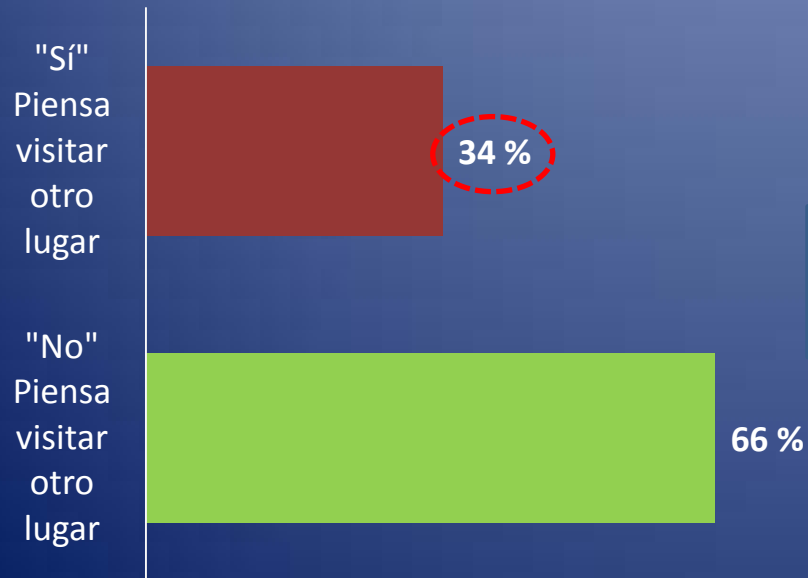
Movilidad del Visitante

Porcentajes de Nuevas Visitas



Guanajuato 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, aquí se presenta nuevamente la oportunidad de realizar alianzas.

Visitantes que sí piensan visitar otra ciudad



Viaja dentro de una ruta



Ciudades que ya visitó antes de llegar a este lugar:

Ciudad	%	Ciudad	%
León	25	Aguascalientes	3
San Miguel de Allende	12	Morelia	3
México	6	Zacatecas	3
Querétaro	6	San Luis Potosí	2
Dolores Hidalgo	6	Monterrey	1
Irapuato	5	Otros	10
Guadalajara	5	Total	100 %
Silao	5		
San Juan de los Lagos	4		
Celaya	4		

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 Guanajuato. Ej. León – Guanajuato – San Miguel de Allende.

Otras Ciudades:

Comonfort, Puebla, Valle de Santiago, Salamanca, Toluca, Lagos de Moreno, Tepic, Pénjamo, San Luis de la Paz, Yuriria, Patzcuaro, Taxco, Tepoztlan, Abasolo, Acámbaro, Moroleón, Salvatierra, San Francisco del Rincón, Tarimoro, Uriangato, Tijuana, Colima, Puerto Vallarta, Mazatlan, Mérida, Acapulco, Ciudad Juárez, Tlaxcala, La Piedad, Pachuca, Chihuahua, Tampico, Torreon, Agangeo, Peña de Bernal, Mexicali, Tamazunchale

Ciudades que piensan visitar después de estar en el lugar:

Ciudad	%	Ciudad	%
San Miguel de Allende	27	Silao	2
León	24	Irapuato	2
Dolores Hidalgo	8	Aguascalientes	2
Querétaro	5	San Luis Potosí	1
Morelia	4	Celaya	1
Guadalajara	4	Monterrey	1
México	3	Otros	10
San Juan de los Lagos	3	Total	100
Zacatecas	3		

Ciudades de otro estado

Otras Ciudades:

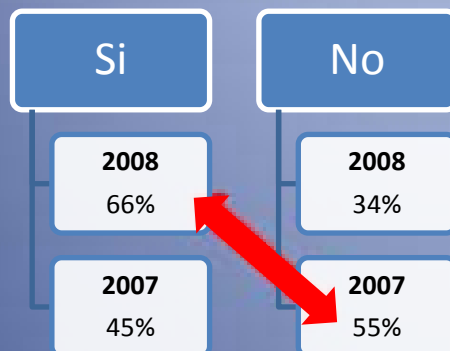
Puerto Vallarta, Puebla, Salamanca, Salvatierra, Pachuca, San Felipe, Patzcuaro, Oaxaca, Ixtapa, Zihuatanejo, Matehuala, Acámbaro, J aral del Progreso, Jerecuaro, Moroleon, Pénjamo, San Francisco del Rincón, San Luis Potosí, Mazatlán, Piedras Negras, Los Cabos, Uruapan, Lagos de Moreno, Tepic, San Juan del Río, Tonalá, Sahuayo, Huatulco, Chiapas, Culiacán, Plateros, Buenos Aires, San Cristobal

Resumen Movilidad del Visitante:

Concepto	Información Relevante
Visitantes Nuevos:	34%
Visitantes Recurrentes:	66%
Visitantes a otra ciudad adicional a Guanajuato:	34%
Lugares visitados antes de Guanajuato:	León San Miguel de Allende D.F. y Edo Mex. Querétaro Dolores Hidalgo
Lugares visitados después de Guanajuato:	San Miguel de Allende León Dolores Hidalgo Querétaro Morelia

El Visitante y la Publicidad

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



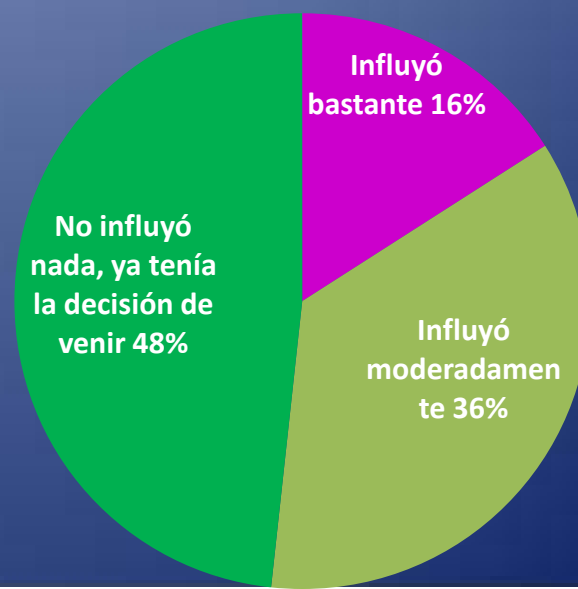
Se sugiere dirigir las campañas de promoción y publicidad a través de la TV e Internet ya que son los medios en dónde hay una mayor recordación y así poder influir en la decisión de visitar Guanajuato, así como en el servicio a los visitantes ya que la recomendación de familiares y amigos es muy importante.

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

¿En dónde vió, escuchó o leyó publicidad?



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

1º Eventos:

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



3º Ruta del Bicentenario



2º “México, Vive Hoy, Vive lo Tuyo”



4º Programa de televisión local:



Resumen Recordación Publicitaria:

Concepto	Información Relevante
Vió publicidad sobre el destino:	66%
¿Dónde la vió?	Televisión 72% Internet 28% Espectaculares 17%
Influencia en la decisión de elegir el destino:	Influyó 52%

Gasto del Visitante

La mayor derrama económica del visitante la hace en el destino, por lo que hay que aprovechar esta situación ofreciéndole alternativas de producto.

Gasto del visitante por viaje:

\$ 10,317.00

Visitante	Desde que salió hasta que llego al destino	En el destino	De regreso a su origen	Total
Turista	36%	43%	21%	100%
Excursionista	34%	36%	30%	100%
Total	36%	42%	22%	100%

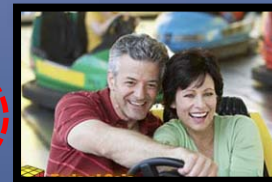
Distribución promedio del gasto del Turista



HOSPEDAJE
19%



TRANSPORTE LOCAL
33%



ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN
9%



ALIMENTOS Y BEBIDAS
13%



ARTESANÍAS
6%



COMPRAS
15%

OTROS
5%

Estadía y Gasto Promedio por tipo de visitante

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 EN HOTEL



1.62 días
\$ 1,394

TURISTA EN HOSTAL O POSADA



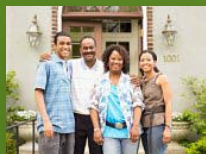
3.00 días
\$ 1,141

TURISTA EN CASA O DPTO. PROPIO



5.10 días
\$ 803

TURISTA CON FAMILIARES Y/ AMIGOS



4.60 días
\$ 849

TURISTA EN CASA O DPTO. RENTADO



20 días
\$ 667

OTROS



4.5 días
\$ 345

EXCURSIONISTA



\$ 897

Guanajuato Capital

Derrama Económica Estimada 2008

Visitantes y Derrama Económica Estimada Guanajuato Capital 2008

Categoría	Total en personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos	552,503	\$1,205,088,248
Turistas en otros establecimientos comerciales	208,986	\$1,157,723,639
Turistas en establecimientos no comerciales	353,103	\$1,387,650,180
Excursionistas	544,027	\$488,098,604
Totales	1,658,619	\$4,238,560,671

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 36% Turista 43%												
Estadía de turista:	<table> <tr> <td>Hotel</td><td>1.62 días</td></tr> <tr> <td>Hostal o posada</td><td>3.00 días</td></tr> <tr> <td>Casa o depto. propio</td><td>5.10 días</td></tr> <tr> <td>Familiares o amigos</td><td>4.60 días</td></tr> <tr> <td>Casa o depto. rentado</td><td>20.00 días</td></tr> <tr> <td>Otros</td><td>4.50 días</td></tr> </table>	Hotel	1.62 días	Hostal o posada	3.00 días	Casa o depto. propio	5.10 días	Familiares o amigos	4.60 días	Casa o depto. rentado	20.00 días	Otros	4.50 días
Hotel	1.62 días												
Hostal o posada	3.00 días												
Casa o depto. propio	5.10 días												
Familiares o amigos	4.60 días												
Casa o depto. rentado	20.00 días												
Otros	4.50 días												
Derrama Económica estimada	\$4,238,560,671												

Experiencia de viaje e índices de satisfacción

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



Estacionamientos 11%



Más barato 3%



Tiendas departamentales 3%



Mayor limpieza 3%



Más Señalética 2%



Módulos de Información 2%

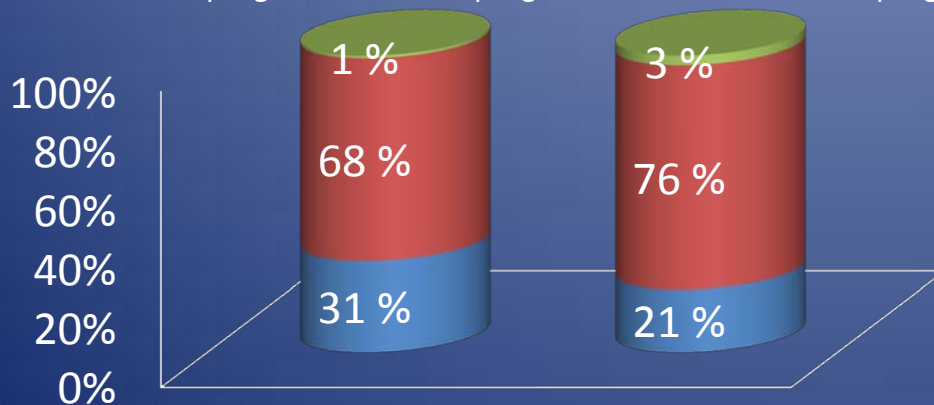


Más lugares para comer 2%

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 más de lo que gastó
 ■ Vale lo que gastó
 ■ Vale menos de lo que gastó



Turista

Excursionista

$$1'114,592 + 544,027 = 1'658,619$$

Vale lo que gastó

2008
70%

2007
53%

Vale más de lo que gastó

2008
28%

2007
46%

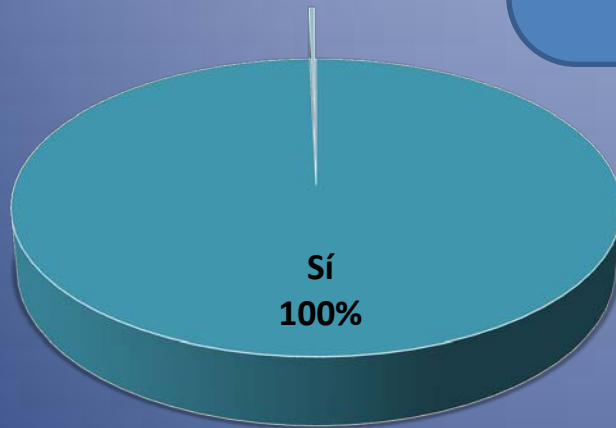
Vale menos de lo que gastó

2008
2%

2007
1%

La ciudad de Guanajuato es un destino donde el 100% de la gente lo recomienda para visitar.

Recomendación del destino



¿Porque sí?

Lindo/Bonito (47%)

Tranquilidad (10%)

Por su historia (10%)

Agradable (5%)

Es cultural (4%)

Colonial (3%)

Por su arquitectura (3%)

Interesante (2%)

Ambiente (2%)

Guanajuato Capital

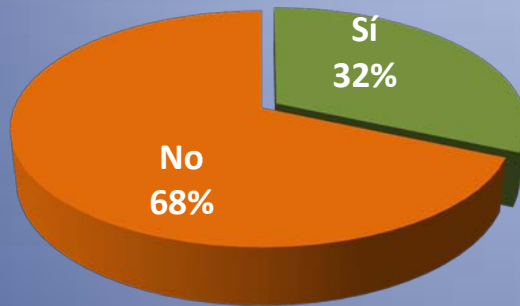
Diferencia en tarifas

Categoría	Tarifas en Hoteles		
	Querétaro	Guanajuato Capital	San Miguel de Allende
Especial/Boutique	\$1,597.58	\$1,686.00	\$2,250.57
5 estrellas	\$1,241.13	\$1,229.25	\$1,804.40
4 estrellas	\$857.75	\$1,226.55	\$923.83

Fuente: Sondeo realizado en mayo 2009.

7 establecimientos categoría especial
7 establecimientos 5*
13 establecimientos 4*

Durante su visita ¿visitó algún evento o festividad?



Principales Eventos en Guanajuato

Los eventos son un elemento importante en la generación de demanda y derrama económica; se sugiere que se sigan organizando eventos en este destino aprovechando su posicionamiento.



Guanajuato Capital

Eventos



Rally México

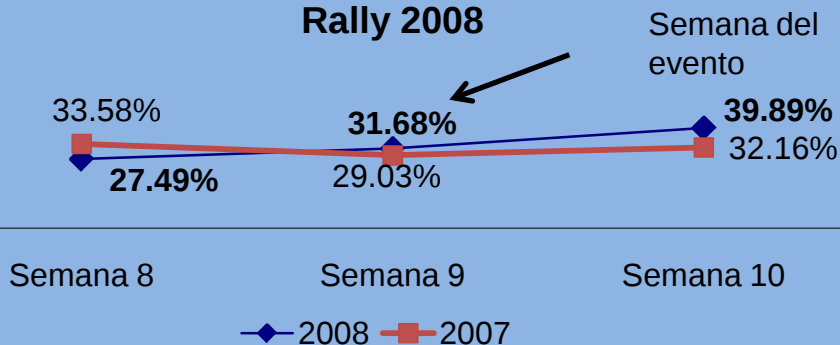
De acuerdo a resultados de la semana completa del 25 de febrero al 2 de marzo de 2008, la ciudad de Guanajuato registró una ocupación de 32% con la llegada de 7,789 turistas.

Se estima una derrama económica de \$12.7 millones de pesos generada por turistas hospedados en establecimientos de 1 a 5 estrellas.

La ocupación del fin de semana fue de casi 48% con 3,512 llegadas de turistas.

El 29 de febrero se presentaron los mejores resultados en la categoría 5 y 4 estrellas con ocupaciones de 65% y 68% respectivamente. El 1 de marzo la categoría 3 estrellas registro el 60.60% de ocupación.

**Comportamiento semanal
Rally 2008**



Guanajuato Capital

Concepto	Semana del 25 Feb al 2 Mar 2008
Llegada de Turistas	7,789
Turistas Noche	11,998
Porcentaje de Ocupación	32%
Estadía Promedio	1.54

Fuente: DataTur-SECTUR, Estudio del Perfil del Turista 2006 y 2007, Sedetur.

Nota: Proyecciones con base en indicadores de la muestra DataTur.

Guanajuato Capital

Eventos

Festival Expresión en Corto

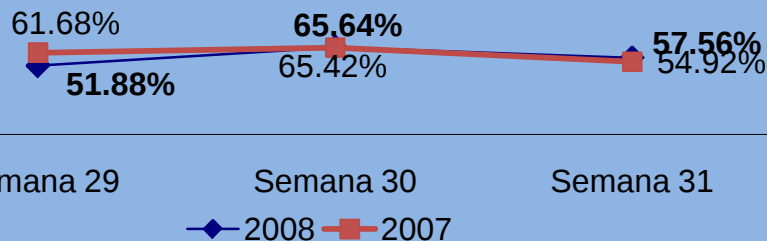
- Durante el periodo del festival las ciudades de San Miguel de Allende y Guanajuato tuvieron más de 80 mil visitantes entre turistas y excursionistas (visitantes que no pernoctan).
- Se estima un derrama económica de \$117.7 millones de pesos.



Guanajuato capital:

- La ocupación promedio fue del 77% (con crecimiento de 7 puntos porcentuales respecto a 2007).
- El día con mejores resultados en ocupación fue el sábado con 90%. Las categorías 5 y 3 estrellas alcanzaron el 95%.

Comportamiento Semanal Festival Expresión en Corto 2008



San Miguel de Allende y Guanajuato

Visitantes totales: turistas y excursionistas	80,637
Llegada de turistas en hoteles 1 a 5*	18,421
Porcentaje de ocupación en hoteles 1 a 5*	69%
Gasto promedio diario	\$963
Derrama económica estimada	\$117,658,784

Festival Internacional Cervantino

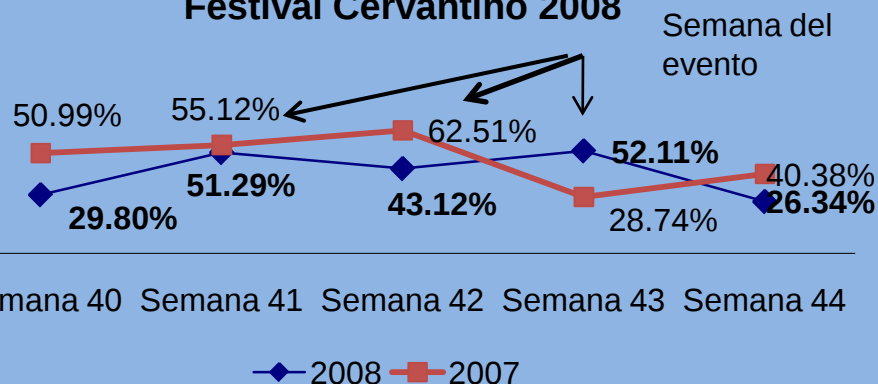
- La ciudad de Guanajuato recibió tuvieron más de 104 mil visitantes entre turistas y excursionistas (visitantes que no pernoctan).
- Se estima un derrama económica de \$174 millones de pesos.
- La ocupación promedio de las tres semanas del FIC fue del 49% en hoteles.
- Durante la primera semana del festival, la categoría 5 estrellas tuvo una ocupación mayor al 60% y la categoría 4 estrellas cerca del 70%.



San Miguel de Allende y Guanajuato

Visitantes totales: turistas y excursionistas	104,369
Llegada de turistas en hoteles 1 a 5*	32,093
Porcentaje de ocupación en hoteles 1 a 5*	49%
Gasto promedio diario	\$588.12
Derrama económica estimada	\$174,018,385

Comportamiento Semanal Festival Cervantino 2008



Guanajuato Capital

Eventos

Festival del Mole

- Durante el viernes y sábado se registró una llegada de turistas cercana a las 3 mil personas.
- El porcentaje de ocupación fue del 44%.
- El viernes la ocupación fue de 40%, mientras que el sábado se registró un 47% en ocupación.
- Los mejores resultados se presentaron en las categorías 4 y 5 estrellas, con un 55% y 57% respectivamente.
- Se estima una derrama económica superior a los \$5 millones de pesos, generada únicamente por los turistas hospedados en hoteles 1 a 5 estrellas, durante estos dos días.
- La ocupación durante la semana en que se realizó el evento fue de 43%.
- El incremento con relación a la misma semana de 2008 fue de 36% , y se mostró también un leve incremento con respecto a la semana anterior.

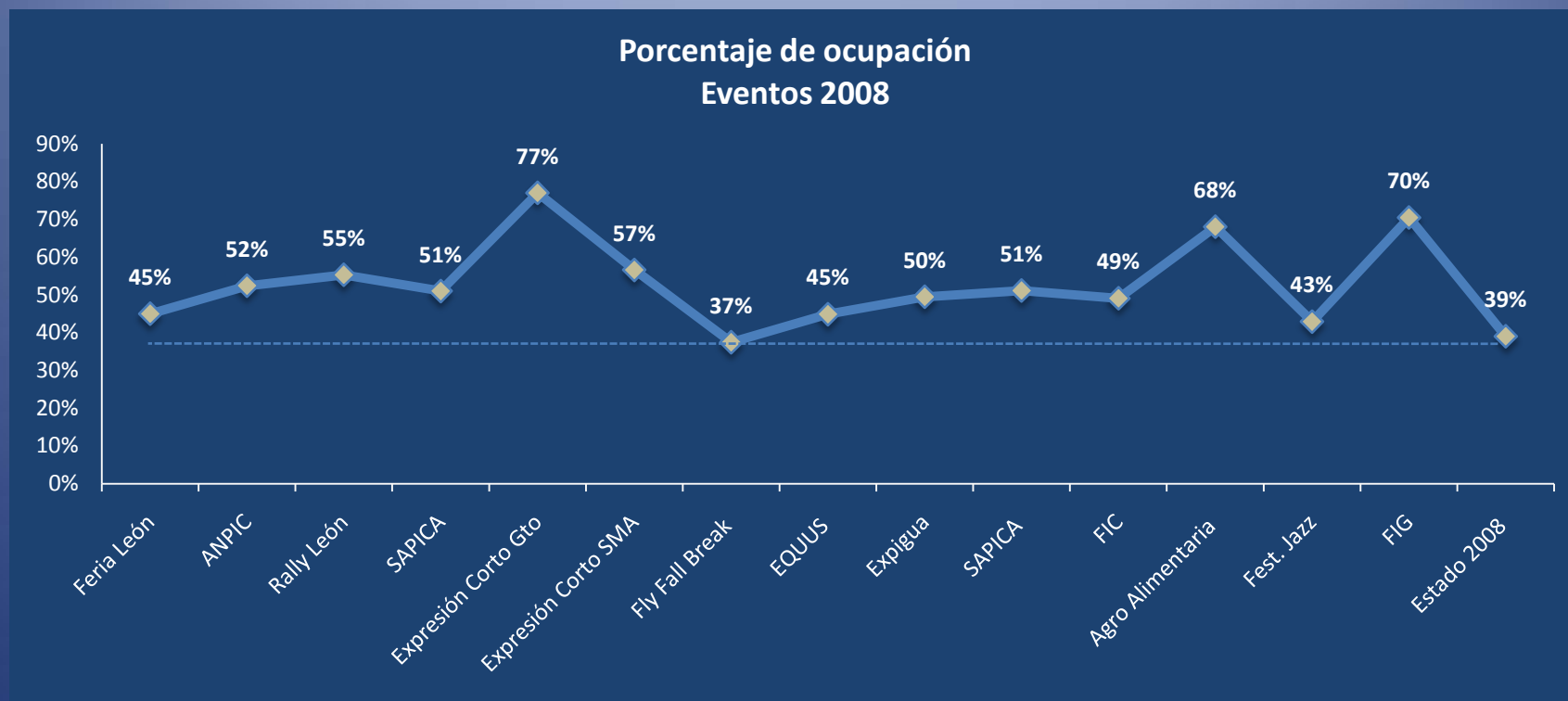


Indicadores en Establecimientos de Hospedaje Guanajuato Capital, 26 y 27 de septiembre 2008

Llegada de turistas	2,795
Turistas noche	4,801
Ocupación	43.86%
Estadía	1.72
Gasto promedio diario	\$1,097.61
Derrama económica estimada	\$5,269,645

Comportamiento semanal Festival del Mole





Fuente: Sedetur, Datatur

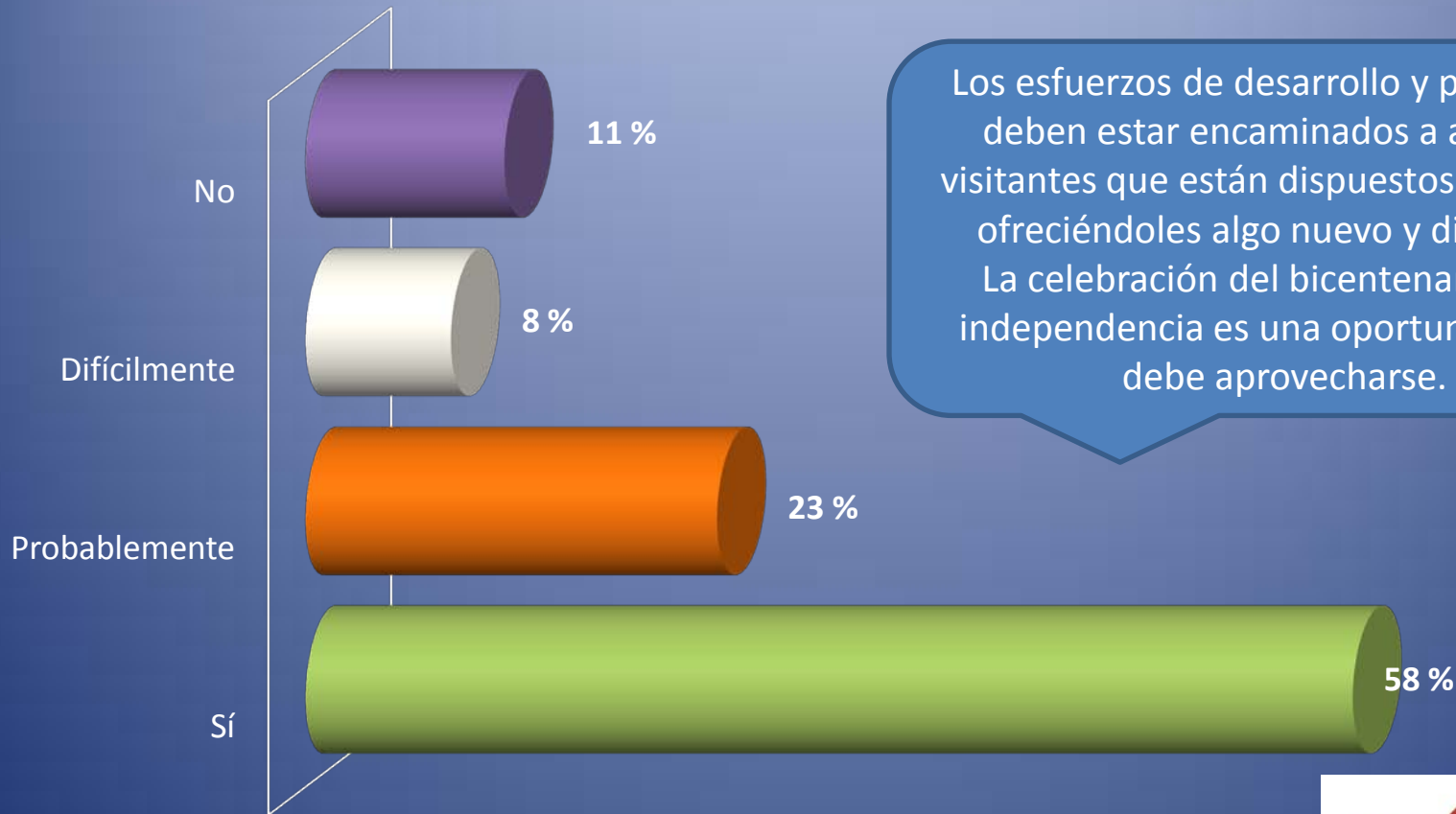
Índice de Satisfacción- Servicios de Hospedaje

Aspectos	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Limpieza de la Habitación	34 %	58 %	7%	1 %	100 %
Mobiliario del establecimiento	29 %	58 %	11%	2 %	100 %
Atención del personal	36%	57 %	6%	1 %	100 %
Seguridad	35%	60 %	4%	1%	100 %

Atributos del destino ¿cómo califica...?

Aspectos / Servicios	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Hospedaje	29 %	63 %	6%	2 %	100 %
Establecimientos de Alimentos	16 %	71 %	11 %	3 %	100 %
Transporte	15 %	68 %	14 %	4 %	100 %
Servicios públicos	15%	71 %	12%	2 %	100 %
Seguridad	20%	74%	5 %	2 %	100 %
Áreas públicas	24 %	70 %	6%	1%	100 %
Sitios históricos / culturales	44 %	52%	3 %	1 %	100 %
Eventos	36%	61 %	3%	0.1 %	100 %
Actitud de prestadores de servicios	24%	67 %	7%	2 %	100 %
Actitud de la gente en general	31 %	65%	3 %	1 %	100 %

¿Regresaría al destino en los próximos 12 meses?



Resumen experiencia de viaje e índices de satisfacción

Concepto	Información Relevante			
¿Qué le hubiera gustado encontrar?	Estacionamientos Servicios y productos más baratos Tiendas Departamentales Mayor Limpieza			
Índices de satisfacción	Valió lo que gastó 70%			
Recomendación del destino	SI 100%	¿Por qué?	=	Lindo/bonito 47% Tranquilo 10% Por su Historia 10% Agradable 5%
Visita a festivales	Si visitó	32%		
Regresaría al destino en los próximos 12 meses	SI	58%		

Resumen experiencia de viaje e índices de satisfacción

Concepto	Información Relevante		
Principales eventos:	Rally México -Turistas: 7,789 -Porcentaje de ocupación: 32% -Derrama económica: 12.7 millones. Festival Expresión en Corto -Visitantes: 80,637 -Porcentaje de ocupación: 77% -Derrama económica: 117,658,784 Festival Internacional Cervantino -Visitantes: 104,369 -Porcentaje de ocupación: 49% -Derrama económica: \$174,018,385 Festival del Mole -Turistas: 2,795 -Porcentaje de ocupación: 44% -Derrama económica: \$5,269,645 Porcentaje de ocupación promedio anual: 36.74%		
Calificación de los servicios	Hospedaje	Bueno	63%
	Establecimiento de alimentos	Bueno	71%
	Transporte	Bueno	68%
	Servicios públicos	Bueno	71%
	Seguridad	Bueno	74%
	Áreas públicas	Bueno	70%
	Sitios históricos	Bueno	52%
	Eventos	Bueno	61%
	Actitud de prestadores de servicios	Bueno	67%
	Actitud de gente	Bueno	65%

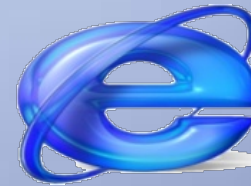
Visitante Promedio

Visitante Promedio a Guanajuato



2008

- El visitante tiene una edad promedio de 32 años.
- La ocupación promedio del visitante es empleado con un ingreso entre \$11,600 y \$34,999, (C).
- Viene al **Municipio de Guanajuato** acompañado de su pareja, familiares e hijos.
- Viene de vacaciones, específicamente a visitar museos, conocer la ciudad y sus atractivos turísticos, descansar, trabajar y estudiar.
- El viaje lo decidió con menos de una semana o de 1 a 3 mese de anticipación.
- Si se regresa el mismo día sólo gastará en el lugar alrededor de \$ 1,445 y si se queda a dormir gastará aproximadamente \$ 5,615 en su viaje por toda la familia, aunque tratará de quedarse en Hotel de 4 y 3 estrellas .
- Aprovechando sus vacaciones tratará de ir a otros lugares, los cuales preferentemente serán San Miguel de Allende, León y Dolores Hidalgo.
- Si es que ha visto publicidad, ésta influyó en su decisión de venir de vacaciones.
- De regreso a su origen pensará que la experiencia vacacional, aunque no se haya quedado a dormir, tuvo el valor justo de lo que gastó.
- Sus sugerencias son: más estacionamientos, precios más baratos, tiendas departamentales, más Limpieza, más señalética, módulos de información, más lugares para comer.



Paquetes

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

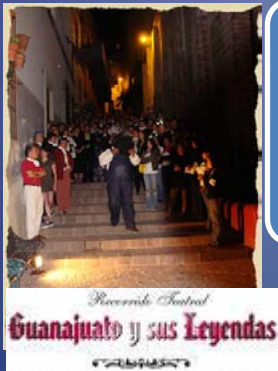
Apoyo en la página Web
www.vamosaguanajuato.com.mx y el call center 01 80 714 10 86

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

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

- 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?

	Exce - lente	Bue -no	Regu- lar	Ma- lo	
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.- ¿Cuántas 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
8	Otro, ¿Cuál? ____

(1) (2)
(____)

(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	Exce- lente	Bue- no	Reg ular	M alo	No Utiliz.a do	
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 Arqueológicas, 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



POR SU ATENCIÓN,
GRACIAS