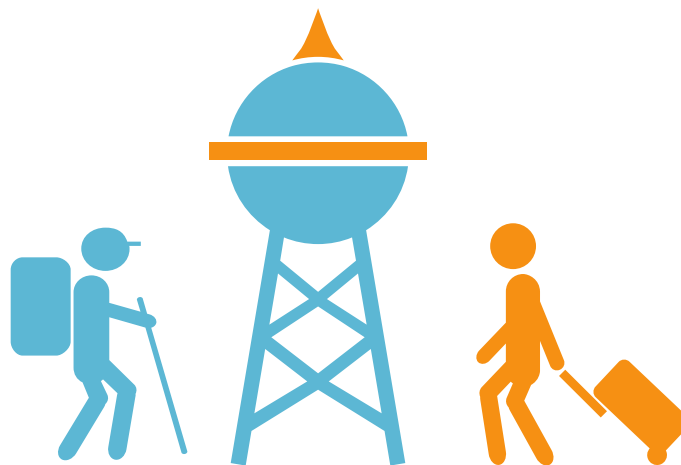




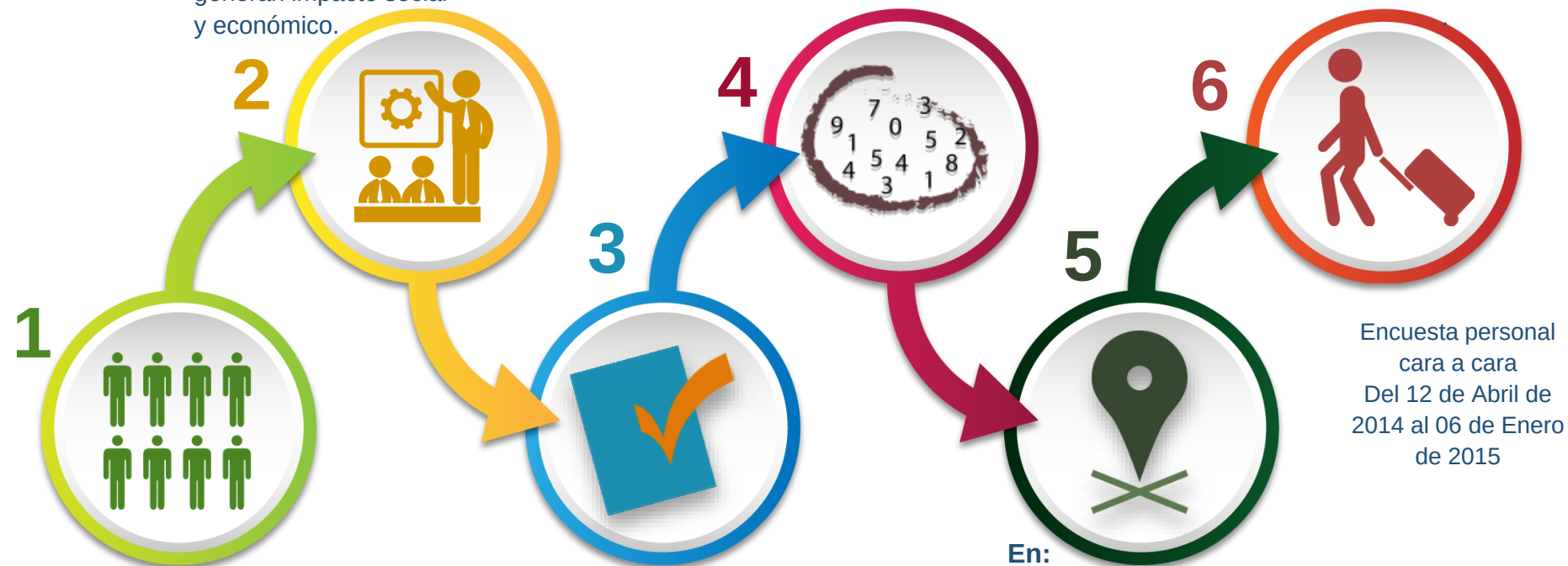
Celaya 2014

UTILIDAD

Definir estrategias que atraigan más visitantes al estado, que generen impacto social y económico.

Estudio realizado por una agencia de investigación de mercados. La empresa codifica, captura y elabora el reporte de resultados.

Viajeros
mayores de 18 años, que no residan ni trabajen en el destino.



Es una investigación de mercado que suministra información de:

- Perfil Sociodemográfico
- Planeación de Viaje
- Satisfacción y Lealtad
- Recordación publicitaria
- Gasto y Estadía

404 encuestas a turistas y excursionistas con un nivel de confianza del 95% y error del + 4.9%

- En:**
- Central de autobuses
 - Centro Histórico
 - Conciertos
 - Tienda de cajeta La Tradicional de Salgado
 - Galerías Celaya
 - Alameda Central
 - Hoteles
 - Restaurantes
 - Plaza Galerías

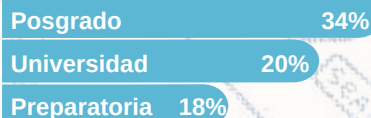
- Casa del Diezmo
- Feria de Celaya
- Templos y Parroquias.
- Campo de golf
- Universidad de Celaya
- Auditorio Francisco E. 3 Guerras
- Santa Martha Espacio Social y Culinario

Encuesta personal cara a cara
Del 12 de Abril de 2014 al 06 de Enero de 2015

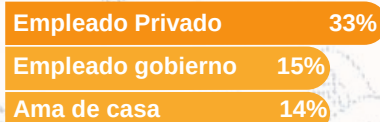
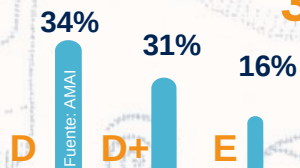
Celaya 2014



Quién nos visita:

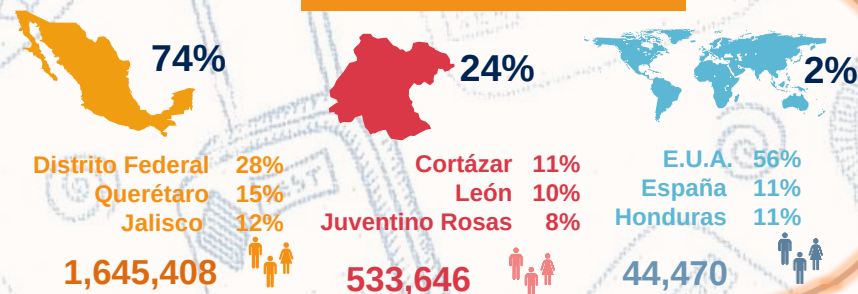


39 años



De dónde viene:

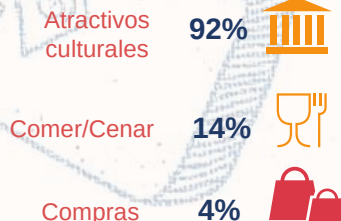
2,223,524 visitantes



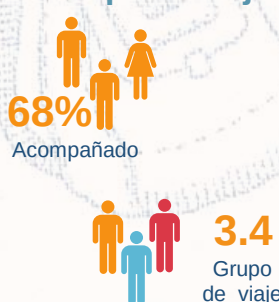
Propósito de viaje



Qué actividades realizó en el destino:



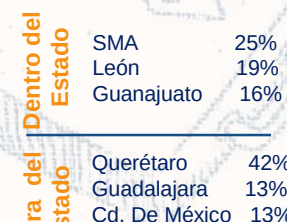
Con quién viaja:



Se hospeda en:

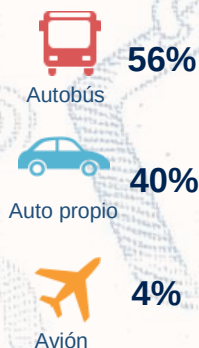


Visitó otros lugares:

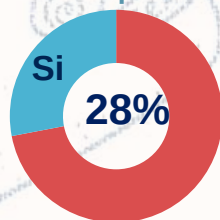


Si 27%

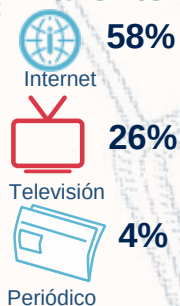
En qué viaja:



En los últimos 12 meses vio o escuchó publicidad del destino:



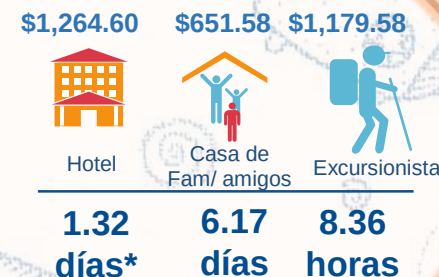
Medio favorito:



Su experiencia en el destino:

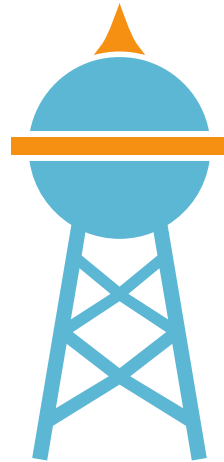


Gasta:



*Dato proporcionado por Datatur

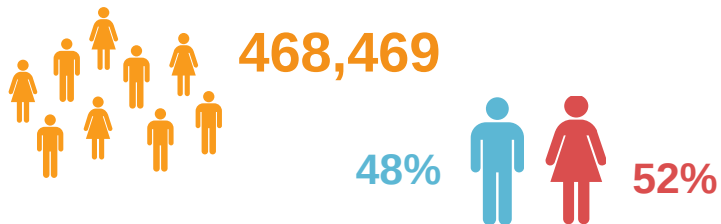




Celaya

Principales indicadores Celaya 2014

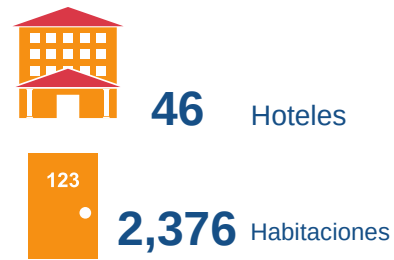
Población



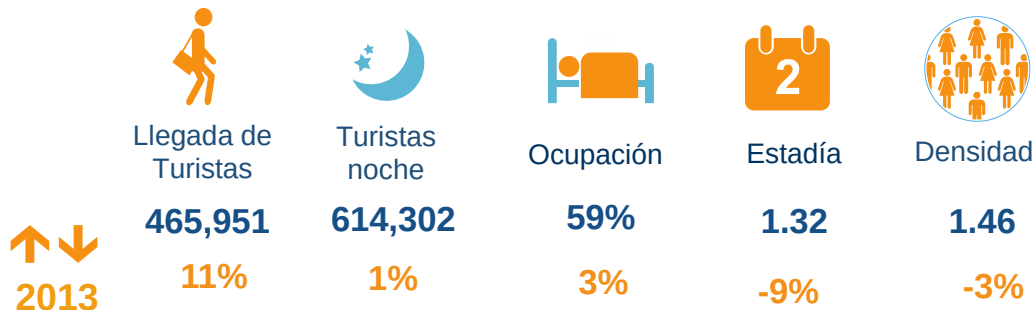
Inversión turística privada

\$ 380
millones de pesos

Oferta hotelera



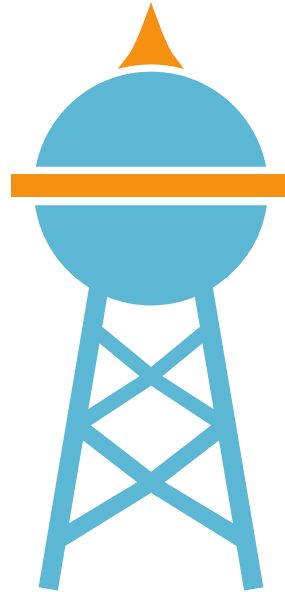
Indicadores



Visitantes y derrama económica



Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información. Datatur, Inegi – Censo de Población



Anexos

Género del entrevistado

2014

52%



48%



Tipo de visitante

Excursionista



47%

Turista



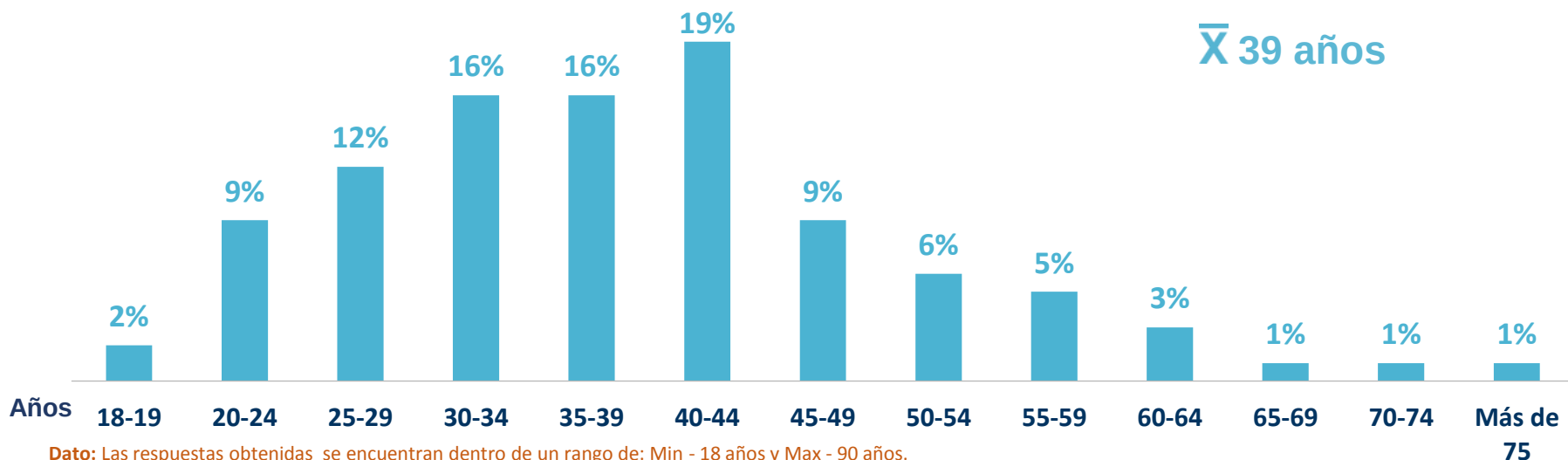
53%

Excursionista: Se refiere al visitante que no pernocta en el destino. (Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita)

Turista. (Visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación.

Fuente: OMT (Organización Mundial de Turismo)

Edad promedio de los entrevistados



Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de: Min - 18 años y Max - 90 años.

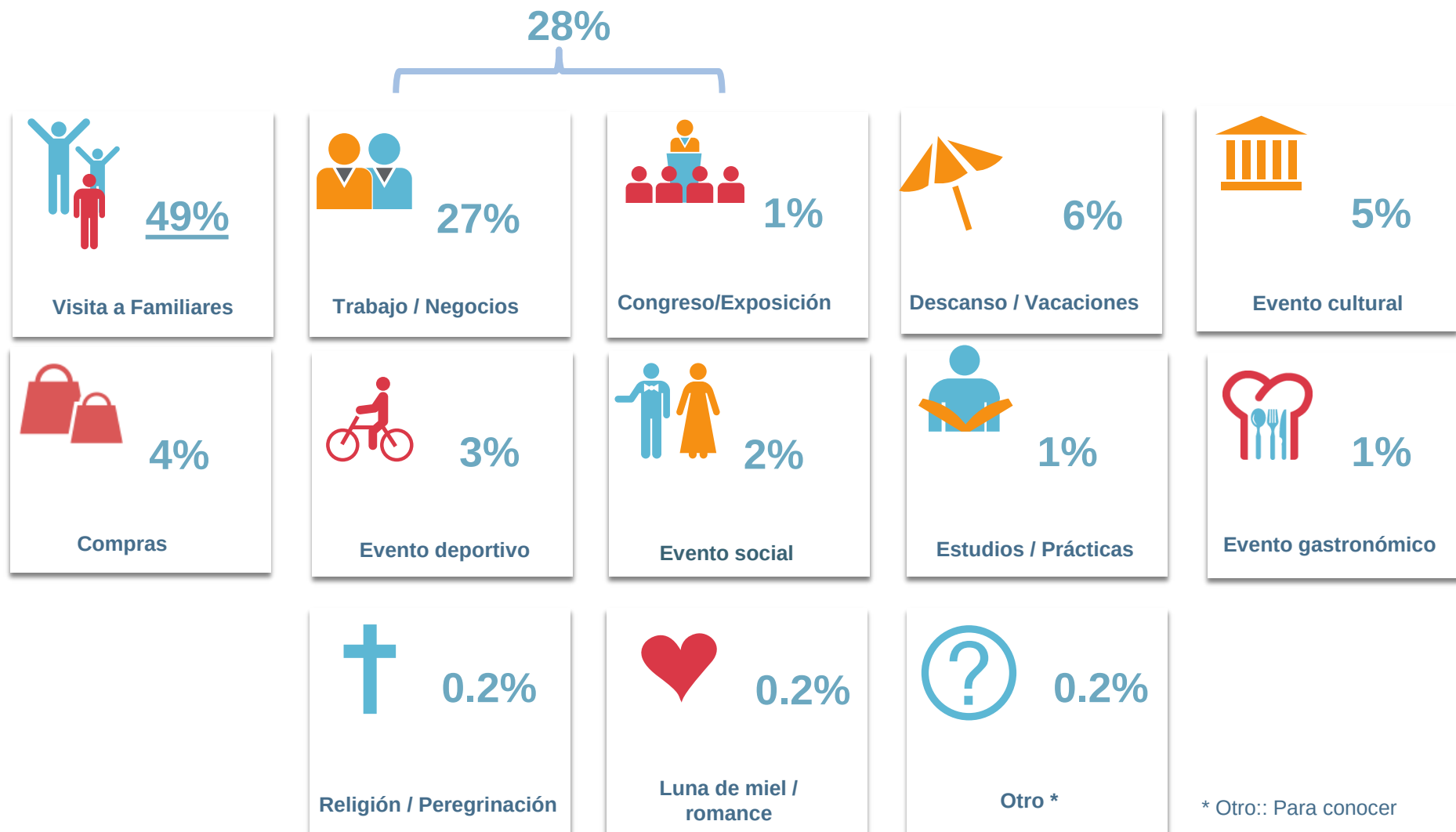
Procedencia del Visitante



Estado	2014
Distrito Federal	28%
Querétaro	15%
Jalisco	12%
Estado de México	9%
Michoacán	4%
Nuevo León	3%
Aguascalientes	3%
Coahuila	2%
Guerrero	2%
Morelos	2%
San Luis Potosí	2%
Sinaloa	2%
Tamaulipas	2%
Veracruz	2%
Baja California Norte	2%
Hidalgo	2%
Puebla	2%
Chihuahua	1%
Oaxaca	1%
Sonora	1%
Baja California Sur	1%
Yucatán	1%
Zacatecas	1%

Municipio	2014
Cortázar	11%
León	10%
Santa Cruz de Juventino Rosas	8%
Villagrán	8%
Irapuato	7%
Salamanca	7%
Jaral del Progreso	6%
Salvatierra	6%
San Miguel de Allende	6%
Acámbaro	5%
Moroleón	4%
Apaseo el Grande	3%
Comonfort	3%
Dolores Hidalgo	3%
Guanajuato	3%
Abasolo	2%
Tarimoro	2%
Valle de Santiago	2%
Apaseo el Alto	1%
Purísima del Rincón	1%
San José Iturbide	1%
Silao	1%

País	2014
Estados Unidos	56%
España	11%
Honduras	11%
Haití	11%
Bélgica	11%



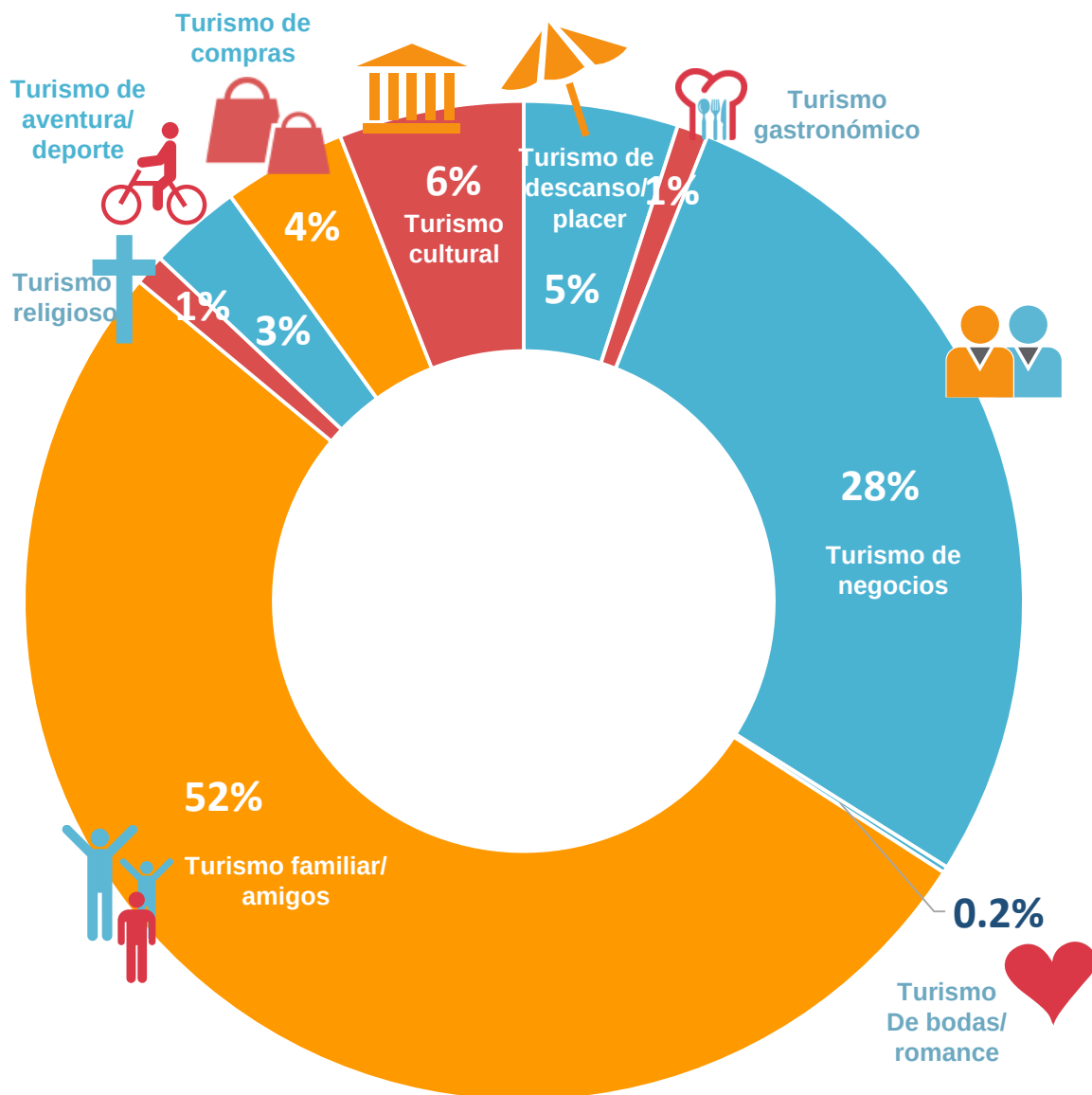
¿Cuál de las siguientes razones motivó más su visita de descanso o placer a este destino?



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

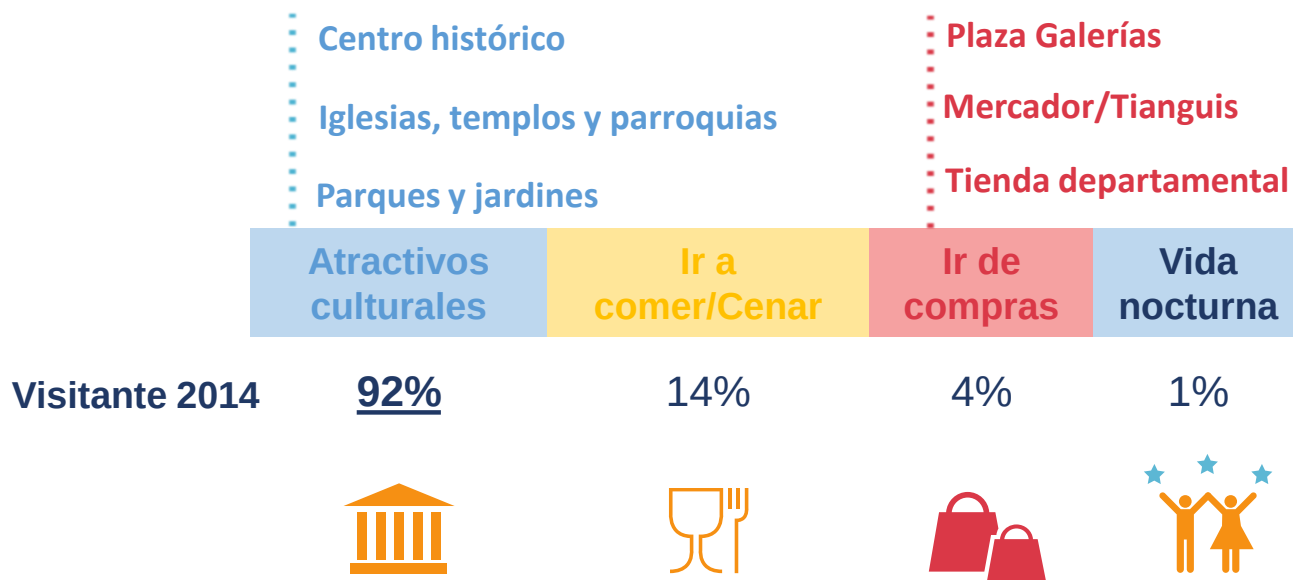
Planeación del viaje

Segmentos de Viaje



Estos segmentos se identificaron a partir del cruce de variables de motivo de viaje, motivo de placer/descanso, y tipo de evento al que asistió.

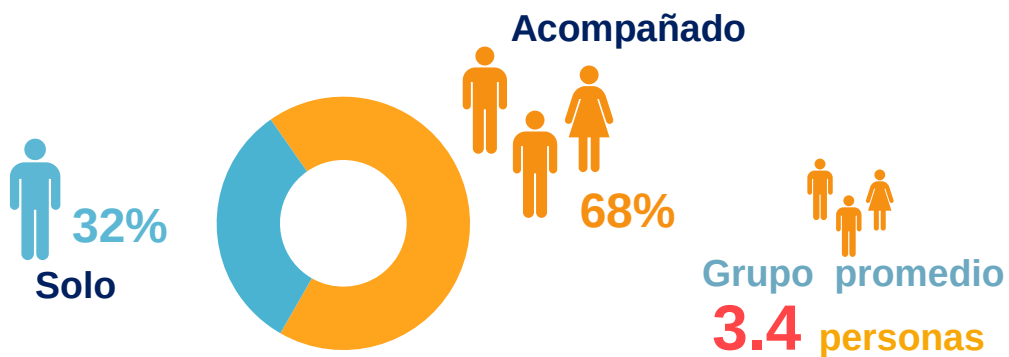
Durante su visita a este destino ¿Qué actividades realizó o planea realizar durante su estancia?



Nota: Suma de menciones por lo que puede superar el 100%

En promedio los visitantes de Celaya realizan 1 actividad durante su visita al destino.

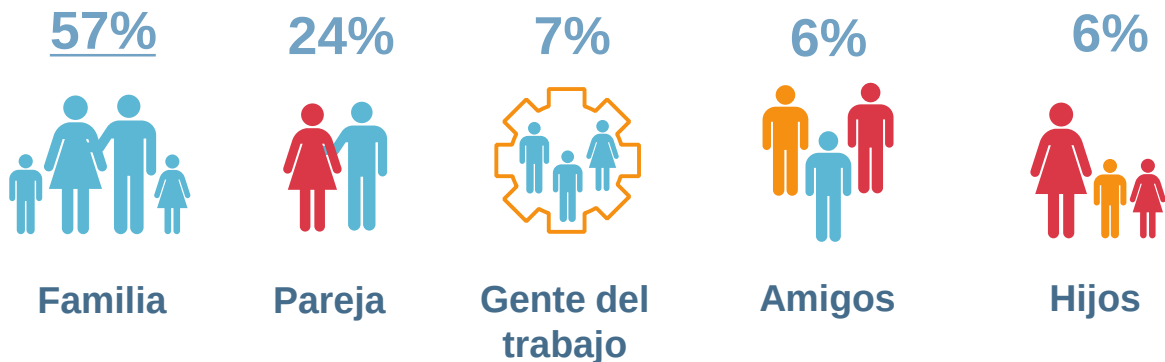
¿Con quién viaja / visita este destino?



Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de:
Min – 2 personas y Max – 12 personas



Acompañado por...



Planeación del viaje

Distribución del visitante por tipo de hospedaje

2014

27%



Casa
familiares /
Amigos

21%



Hotel

5%



Vivienda
rentada

47%



Excursionista

¿Hizo reservación?

Del **26%** de los turistas hospedados
en **hotel, y vivienda rentada** el
69% hizo reservación

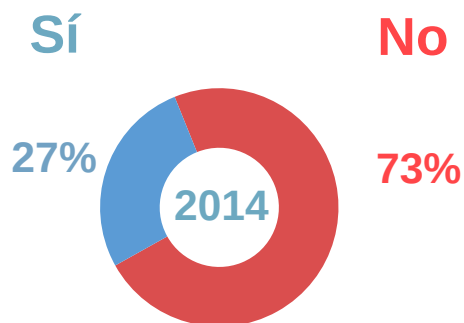


¿Medio de reservación?



* Otro 2014: Por la empresa, Familia/Amigos, Personalmente,

¿Visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?



Global (Top 5)

2014

Dentro de Guanajuato

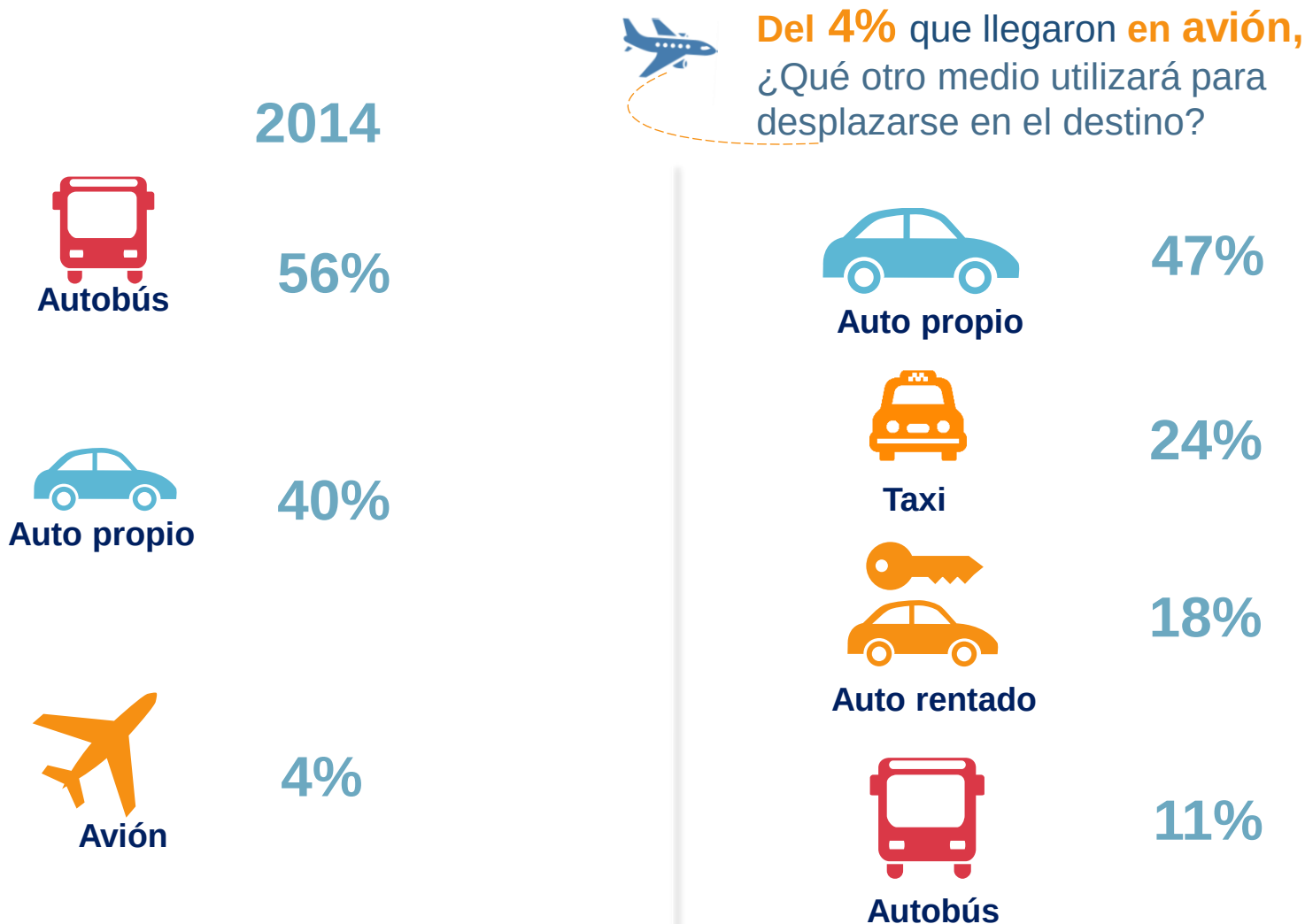
San Miguel de Allende	25%
León	19%
Guanajuato	16%
Irapuato	9%
Dolores Hidalgo	6%

Fuera de Guanajuato

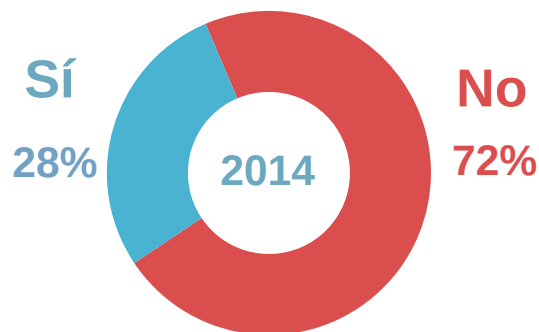
Querétaro	42%
Guadalajara	13%
Ciudad de México	13%
Aguascalientes	10%
Toluca	7%

Planeación del viaje

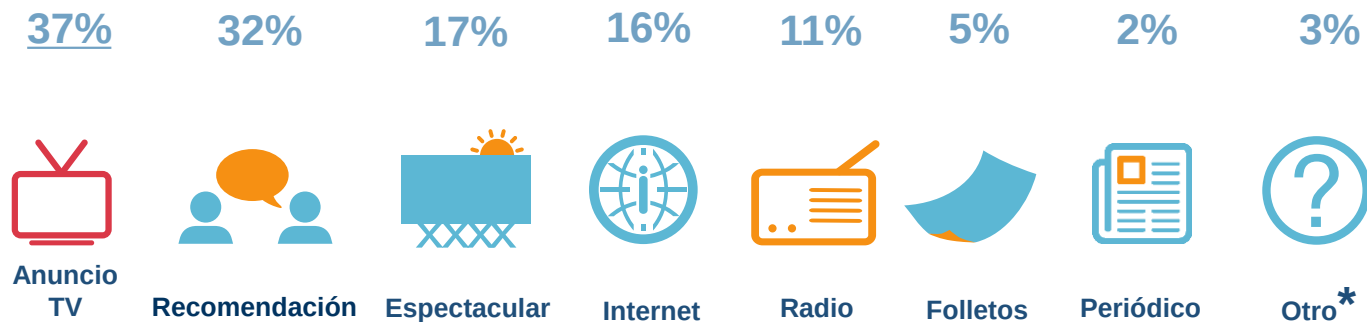
Medio de transporte



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



¿En qué medios escuchó o vio publicidad sobre este destino turístico?



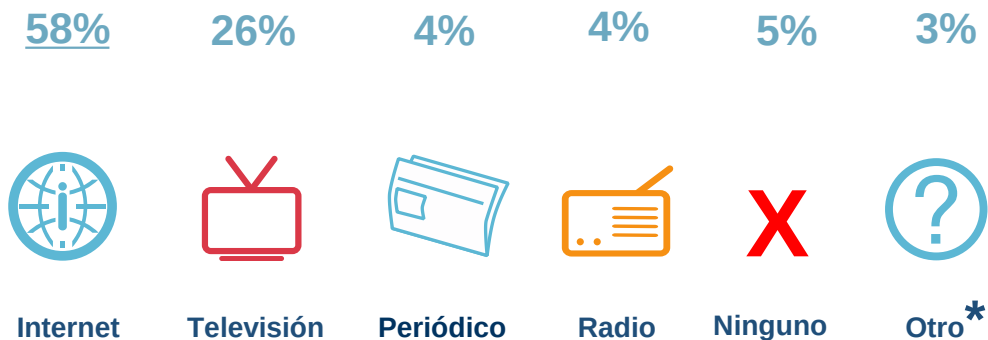
*Otro 2014: Autobuses/Aviones, Agencias turísticas

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Medios Publicitarios

Medios favoritos

¿Cuál es su medio de comunicación favorito?



*Otro 2014: Celular / Teléfono / WhatsApp

Experiencia de viaje e Índice de satisfacción

Índice de Satisfacción del Destino

Índice Promedio General	2014
	7.4
La hospitalidad de los residentes	7.8
La conservación de los atractivos culturales (museos y centros históricos)	7.6
Imagen que se lleva del destino	7.6
La calidad de atractivos turísticos	7.6
Experiencia de viaje en el destino	7.6
La relación calidad/precio en el destino	7.5
Señalética de la ciudad	7.5
Disponibilidad de información turística	7.5
La variedad de atractivos turísticos	7.5
La limpieza en las calles y áreas públicas	7.3
Transporte público local (taxis y transp. urbano)	7.3
Los servicios de los guías de turistas	7.3
Estacionamientos	7.2
Percepción de seguridad	7.1

Nota: Promedio calculado bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6)
Índice calculado según metodología SECTUR

Índice Promedio General

7.5



Instalaciones
Terminal de
autobuses

8.0



Estancia en
lugar de
hospedaje

7.9



Establecimientos
de alimentos y
bebidas

7.7



Precios de
alimentos y
bebidas

7.7



Transporte
para llegar al
destino

7.6



Infraestructura
Señales
carreteras

7.5



Accesos a la
ciudad

7.5



Precios de
lugares de
hospedaje

7.5



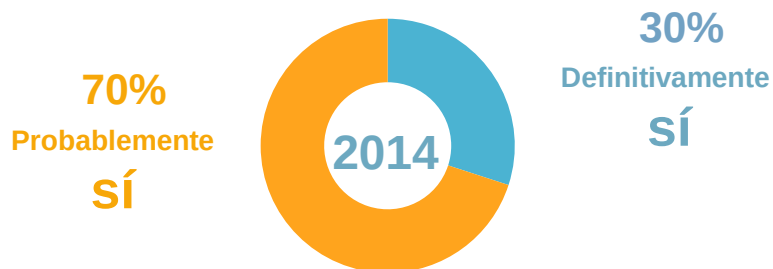
Aeropuerto

6.3

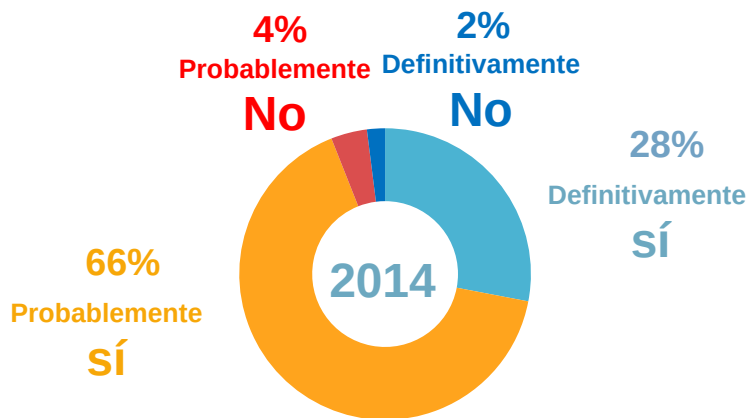
2014

Nota: Promedio calculado bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6)
Índice calculado según metodología SECTUR

¿Qué tan probable es que usted vuelva a visitar este destino?



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



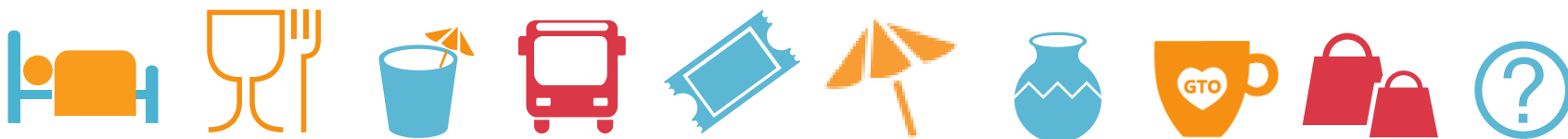
Gasto y Estadía de viaje

Gasto por tipo de hospedaje por día

2014



Distribución del gasto del visitante



Hospedaje

Alimentos

Bebidas

Transporte
local

Entradas a
eventos

Esparcimiento
Diversión

Artesanías

Souvenirs
Recuerdos

Compras

Otro*

**Turista
2014**

34%

13%

3%

4%

4%

5%

9%

7%

14%

7%

**Excursionista
2014**

NA

14%

4%

6%

2%

6%

23%

13%

23%

9%

- Otro 2014: Artículos de uso personal, casetas, estacionamiento, doctor, gasolina, medicinas, recargas, renta de auto.

Mix de ideas

Perfil del Visitante a Celaya 2014



PUNTOS DE CONTACTO



Reforzar Seguridad en la ciudad.

Impulsar cuenta de Instagram para invitar al visitante a compartir su experiencia.



EXPERIENCIA

Guía de actividades complementarias para visitantes de negocios (entre semana)



Nuevos segmentos de viajeros:

Turismo Pet Friendly/
Girl power/ Millenials/
VIP Luxe/ Turismo Pink/
Family Friendly/ PANK/
Lady Business/ Singles/
Familias monoparentales/
Viajeros de naturaleza/
Turismo de salud



“Tips del viajero” guía de “Los imperdibles de Celaya”

Folletos con diferentes actividades de acuerdo al perfil:

-Negocios
-Familia
-Aventura
-Compras



Tono romántico en su comunicación



WiFi libre en primer cuadro y puntos importantes del destino ya que es una herramienta básica para el visitante de negocios.



“Guía Gastronómica” con los principales restaurantes y eventos gastronómicos de la ciudad

SAL.- Se puso en marcha el Circuito del Nopal en el cual lleva al visitante en un recorrido para conocer las propiedades, utilidades y degustación de este alimento en un recorrido de 4 horas y media.

IRA.- Ante el boom automotriz y de otras industrias, la Cámara de Comercio de Japón, hará de la ciudad de Irapuato su Centro de Negocios abriendo una oficina en el municipio.



Instalar módulos de información oficiales para atención del visitante y apoyarse con los hoteles para difundir los “Tips del Viajero”



“Mi fin en...” para impulsar el turismo doméstico familiar que atrae el destino



Fortalecer los segmentos de aventura/deporte y Gastronómico.



Visitas a talleres y fábricas de Cajeta para vivir la experiencia de elaboración



Elaboración de un “recetario” con platillos a base de cajeta



Traducir a inglés y japonés las principales secciones de la página de Turismo

ANÁLISIS DE REDES

IRAPUATO

SALAMANCA



1,390

4,980



637

634



218

615



74

54

CELAYA

★ 76

ND



1,329 Followers



17,592 Likes

<http://www.turismocelaya.com>

Corte al 29 de Julio 2015



Twitter



Facebook



Freegrader



SEMrush

Mide el número de seguidores que tiene como usuario @TurismoCelaya

Mide el número de likes en la fan page: Consejo de Turismo de Celaya

Herramienta enfocada al análisis de sitios web, evaluándole y brindándole una calificación en una escala del 1 al 100, de acuerdo a atributos y especificaciones con las que este cuenta: enlace con el fan page, descripción de imágenes en el sitio, versión móvil, palabras clave, links, etc.). www.turismocelaya.com
Herramienta que mide el número de usuarios esperados durante el mes siguiente de acuerdo al despliegue natural del top 20 en los buscadores.



Celaya

Inventario de Servicios Turísticos Celaya 2014

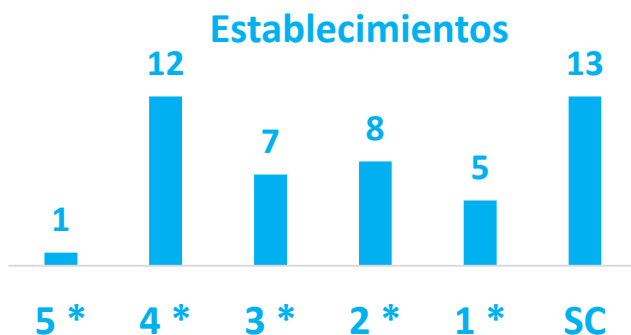
	Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	46
	Habitaciones (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	2,376
	Alimentos y Bebidas	133
	Centros de Convenciones Salones y Recintos	24
	Agencias de viaje	58
	Campos de Golf	2
	Empresas Arrendadoras	0
	Auxilio Turístico	0
	Spas	2
	Atractivos, Recreación y Deporte	53
	Balnearios	4
	Guías de Turistas	0
	Transportadoras Turísticas	14

Fuente: Secretaría de Turismo. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información.
Nota: Inventario cierre al 2014.

Inventario de Hospedaje



Categoría	Hoteles	Habitaciones
5 *	1	126
4*	12	1,055
3*	7	360
2*	8	394
1*	5	132
1 a 5*	33	2,067
Sin clasificar	13	309
1 a 5* +SC	46	2,376



. Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información. Inventario de Hospedaje al cierre 2014

Se invirtieron:

2014

\$ 380 millones de pesos

En:



Hoteles



Agencias
de Viaje

Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información. Coordinación de Atracción de Inversiones.

	Celaya 2014 Visitantes		
Categoría	Celaya	Estado	Proporción Celaya / Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	465,951	4,033,289	12%
Turistas en otros establecimientos comerciales	116,621	2,025,784	6%
Turistas en establecimientos no comerciales	597,154	5,072,120	12%
Excursionistas	1,043,797	10,712,124	10%
Totales	2,223,524	21,843,317	10%



Derrama Económica Estimada			
Categoría	Celaya	Estado	Proporción Celaya / Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	\$776,845,495	\$11,824,189,589	7%
Turistas en otros establecimientos comerciales	\$624,586,900	\$14,035,623,011	4%
Turistas en establecimientos no comerciales	\$2,400,722,303	\$31,149,940,745	8%
Excursionistas	\$1,231,241,859	\$14,340,212,774	9%
Totales	\$5,033,396,557	\$71,349,966,119	7%

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

Turistas en establecimientos no comerciales incluye las categorías: Casa propia y Familiares y amigos.

Se considera excursionista al visitante que no pernocta en el destino.

Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,

Director General de Planeación

rcardenas@guanajuato.gob.mx

Mtra. Claudia Ávalos Betancourt,

Directora de Información y Análisis

cavalosb@guanajuato.gob.mx

Lic. Irazema Álvarez Pérez,

Coordinadora de Estadística e Información

ialvarezp@guanajuato.gob.mx

Mtra. Adriana Jardon Salazar,

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado

ajardon@guanajuato.gob.mx

Lic. Regina Loya Plascencia,

Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis

rloyap@guanajuato.gob.mx

Lic. Sarahí Martínez Hernández,

Asistente de Codificación y Captura

kmartinezh@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

EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

