



**PERFIL DEL VISITANTE  
LEÓN 2017**

**GUANAJUATO**<sup>®</sup>  
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

**GUANAJUATO**  
Secretaría de Turismo

**guanajuato.mx**

# Contenido

Demográfico /  
Mercados emisores

Experiencia /  
Satisfacción

Mix de Ideas /  
Análisis Hallazgos



Metodología

Plan de Viaje /  
Segmentos

Medios

Gasto /  
Indicadores

# Metodología

Estudio realizado por la **SECTUR** en conjunto con una empresa proveedora de **investigación de Mercados**.

**576 encuestas cara a cara** a turistas y excursionistas con un nivel de confianza de 95% y un error de **+/- 4.08%**

## Estudio cuantitativo descriptivo:

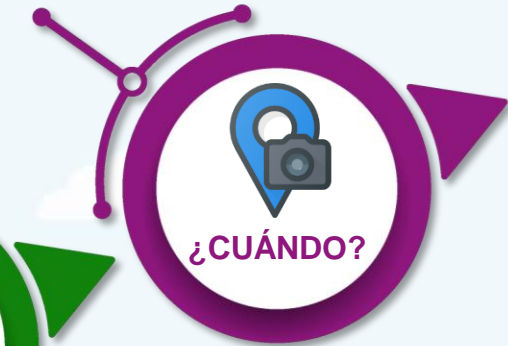
- Perfil sociodemográfico
- Plan de viaje
- Satisfacción y lealtad
- Recordación publicitaria
- Gasto y Estadía



Viajeros mayores de **18 años**, que no residen ni trabajan en el destino.



Del **25 de Marzo 2017** al **07 de Enero de 2018**.



## En:

- Central camionera (17%)
- Zona Piel (13%)
- Forum Cultural Guanajuato (13%)
- Outlet Mulza, Factory Outlet, San Martín (12%)
- Hoteles de negocios (12%)
- Centro histórico (10%)
- Aeropuerto Internacional (10%)
- Poliforum (8%)
- Centro comercial Altacia (5%)
- Complejo Gastronómico Casa de Piedra (0.7%)
- Módulo de información (0.3%)

# Turismo en León

50% mujeres  
50% hombres



La edad promedio  
es de 35 años



45% tiene  
grado Universitario



46% es  
empleado privado



60%  
tienen ingresos de  
\$15,000 a \$139,999




## PERFIL SOCIO DEMOGRÁFICO

47%  
turista



53%  
excursionista




63% procedencia  
nacional



30%  
procedencia estatal



7%  
procedencia  
internacional



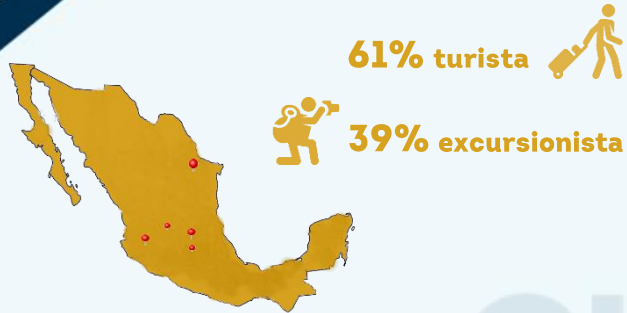
80% viajó al interior  
de México 5.66 veces  
Min 1-60



34% viajó al extranjero  
2.7 veces  
Min 1-40



# Turismo en León



**63% Nacional**

T	E	
68%	32%	Cd. de México <b>17%</b>
49%	51%	Jalisco <b>10%</b>
68%	32%	Nuevo León <b>7%</b>
41%	59%	San Luis Potosí <b>5%</b>
38%	62%	Michoacán <b>4%</b>

Querétaro, Aguascalientes, Veracruz, 5% c/u  
Chihuahua, Edo.Mex, Puebla, 4% c/u

**36 años**

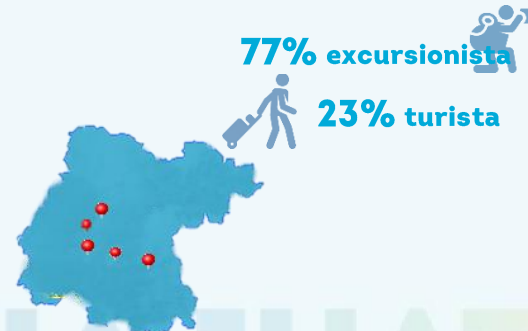


**53% Hombres**

**47% Universidad**



**25% pertenece al NSE C-**



**30% Estatal**

T	E	
27%	73%	Irapuato <b>23%</b>
24%	76%	Guanajuato <b>22%</b>
31%	69%	Celaya <b>15%</b>
8%	92%	Silao <b>7%</b>
22%	78%	Salamanca <b>5%</b>

**32 años**



**58% Mujeres**

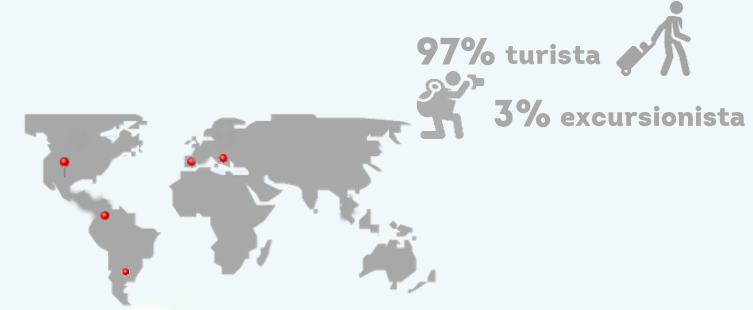
**39% Universidad**



**29% pertenece al NSE C-**



## MERCADOS EMISORES



**7% Internacional**

T	E	
96%	4%	Estado Unidos <b>48%</b>
100%	0%	Colombia <b>6%</b>
100%	0%	Francia <b>5%</b>
100%	0%	Brasil <b>5%</b>
100%	0%	España <b>4%</b>

**38 años**



**55% Hombres**

**53% Universidad**



**53% pertenece al NSE C+**



\* Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI). NSE AB: Más de \$140,000; NSE C+: De \$60,000 a \$139,999; NSE C: De \$20,000 a \$55,999; NSE C-: De \$15,000 a \$19,999; NSE D±: De \$11,000 a \$14,999; NSE D De \$4,300 a \$10,999; NSE E De \$0 a \$4,299

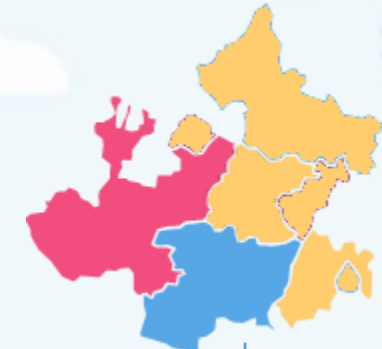
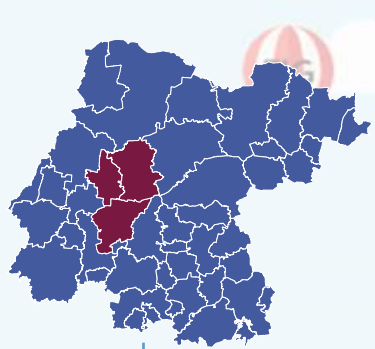


¿En dónde se hospeda el **53%** de nuestros **Excursionistas**?

**49%** regresó a su destino de origen

**4%** se hospedó en otro destino

**90%** Nacional



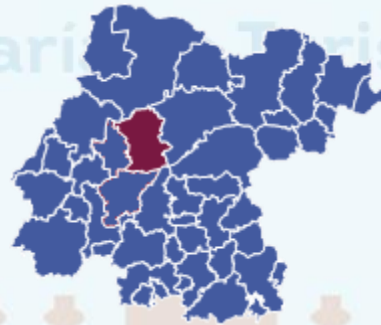
**Dentro de Guanajuato:**

Silao **29%**  
Guanajuato **29%**  
Irapuato **14%**

**Fuera de Guanajuato:**

Guadalajara **25%**  
Lagos de Moreno **25%**  
San Juan de los Lagos **25%**  
Morelia **25%**

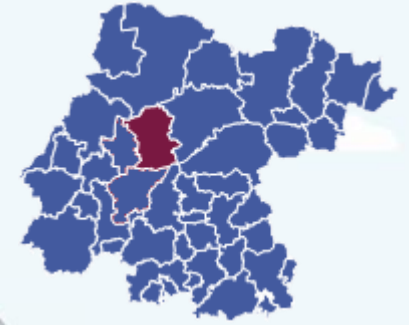
**5%** Internacional



**Dentro de Guanajuato:**

Guanajuato **100%**

**5%** Estatal



**Dentro de Guanajuato:**

Guanajuato **100%**

# Turismo en León

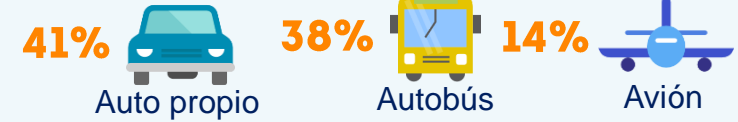
## PLAN DE VIAJE

Grupo promedio de viaje  
**2 personas**



1

5 Medio de transporte al Estado



Acompañado por 2

58%



Familia

26%



Pareja

11%



Hijos

Grupo de edad 3



Menores de 14 años  
**17%**



18-30 años  
**30%**



31-45 años  
**31%**



46-65 años  
**14%**



Otros  
**9%**

4 Actividades de Interés

**Ir de compras 62%**

Probar la gastronomía típica 42%

Visitar museos y/o templos 21%

6 Medio de transporte en la ciudad



Uber

25%



Auto particular

19%



Taxi

19%

7 Destinos visitados durante el viaje

**12%**

Visitó otros destinos  
dentro del Estado de Guanajuato

Guanajuato 77%

San Miguel de Allende 17%

Dolores Hidalgo 9%

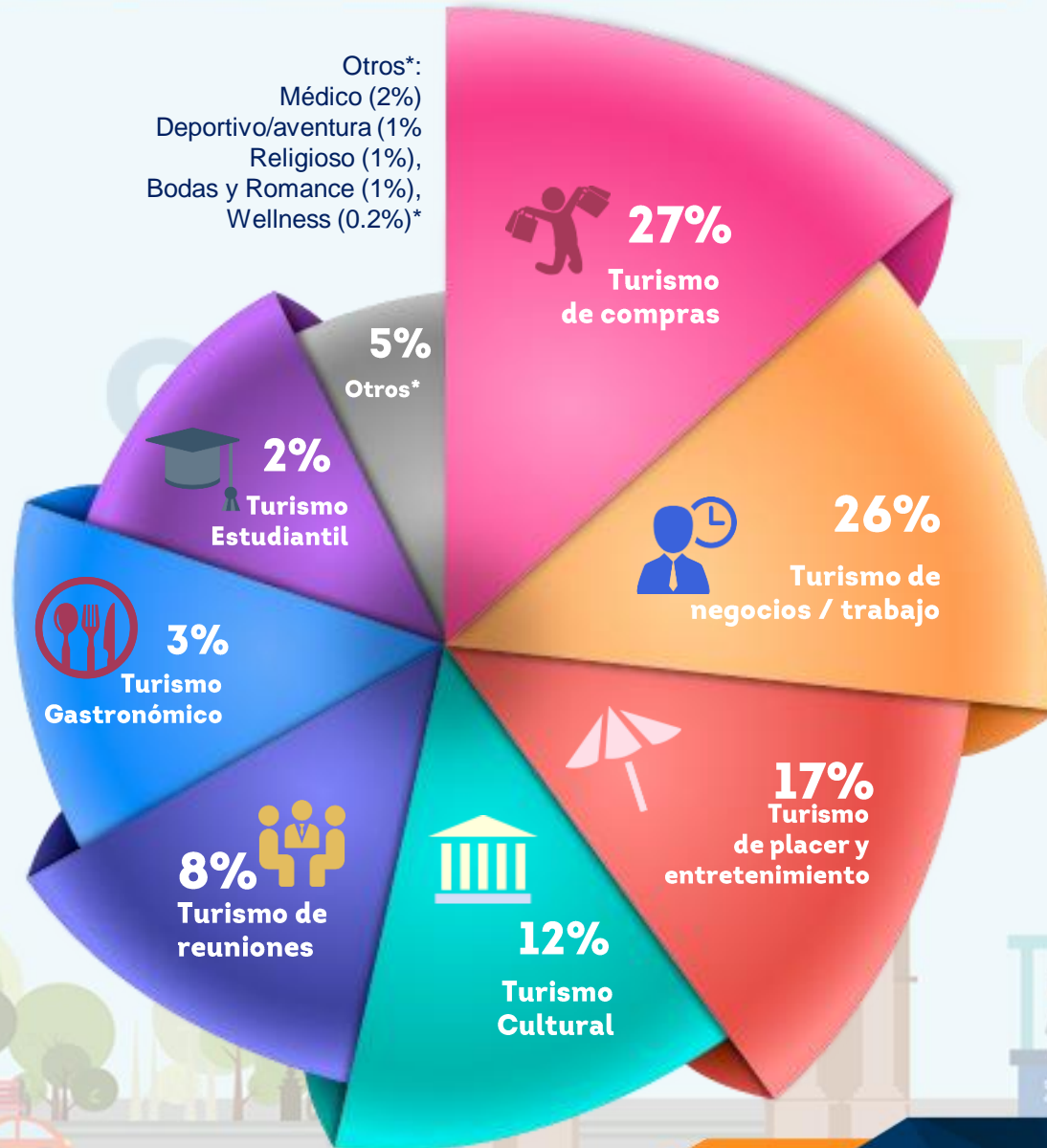
8 Visitas a Familiares / Amigos



**27%**

Visitó a familiares durante su  
estancia en **León**

Estos segmentos se identificaron a partir del cruce de variables de motivo de viaje y actividades realizadas en el destino.



SEGMENTOS	Nacional	Estatad	Internacional
	24%	38%	16%
	29%	19%	36%
	15%	19%	24%
	12%	9%	16%
	10%	5%	5%
	4%	1%	3%
	1%	4%	0%
	5%	5%	0%

# Turismo en León

EXPERIENCIA /  
SATISFACCIÓN

## 7.8 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

Establecimientos de hospedaje **8.1**  
Experiencia de viaje **8.1**  
Hospitalidad de la gente **8.1**

Establecimientos de alimentos y bebidas **7.8**



Estacionamientos **7.6**

Servicio de guías de turistas **6.9**

**7.9** Atractivos turísticos

**7.9** Terminal de autobuses

**7.7** Aeropuerto

**7.7** Señalética

**7.7** Percepción de seguridad

**7.7** Accesibilidad al destino

**7.7** Transporte Público local

**7.2** Disponibilidad de información turística



Retorno

**99%**



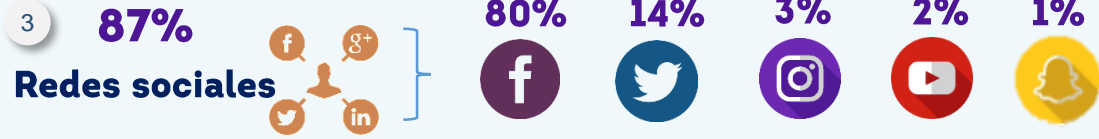
Recomendación

**99%**

**9 de cada 10 personas visita  
4 veces al año este destino**

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



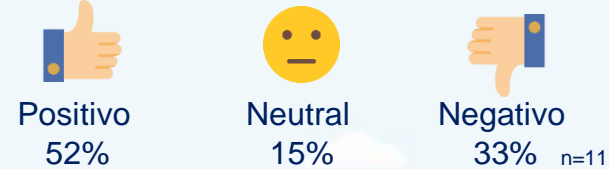


4 **Impacto de noticias previo a la visita**

**6%** Escuchó, leyó o vio alguna noticia sobre **LEÓN**

**Tema de la noticia:** FIG 27%  
Inseguridad 12%  
Feria de León 6%

**Percepción**



Inseguridad  
Contingencia ambiental  
Dengue

2 **28%** Internet

**87%** Redes sociales

**9%** Página web

**4%** Correo Electrónico

1 **Recordación de Medios**

**50%**

Recomendación

**28%**

Internet

**16%**

Espectacular

**13%**

TV

**6%**

Radio

5

**Dispositivos / Apps utilizadas en la visita**

Smartphone **71%**

Laptop **11%**

GPS **8%**

Tablet **4%**

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

**12%** identificó alguna práctica sustentable en el destino

  
Ahorro de agua

**19%**

  
Empleos locales

**18%**

  
Reducción de residuos

**18%**

  
Consumo de productos locales

**14%**

  
Ahorro de Energía

**11%**

  
Ahorro de papel

**10%**

  
Accesibles para locales y turistas

**8%**

  
Otro

**3%**

Otro: Transporte

# Turismo en León

## GASTO / INDICADORES



Hospedaje	A&B	Transporte	Esporcimiento	Compras
34%	18%	7%	7%	34%



Hospedaje	A&B	Transporte	Esporcimiento	Compras
49%	18%	7%	7%	19%

**53%** reservó X **airbnb**



A&B	Transporte	Esporcimiento	Compras
33%	8%	12%	47%



Hospedaje	A&B	Transporte	Esporcimiento	Compras
21%	20%	22%	11%	26%



A&B	Transporte	Esporcimiento	Compras
22%	9%	14%	55%



Hospedaje	A&B	Transporte	Esporcimiento	Compras
30%	17%	7%	9%	37%



\*Datatur

# DERRAMA ECONOMICA

\$1 mil 146 millones de dólares

\$1 mil millones de euros



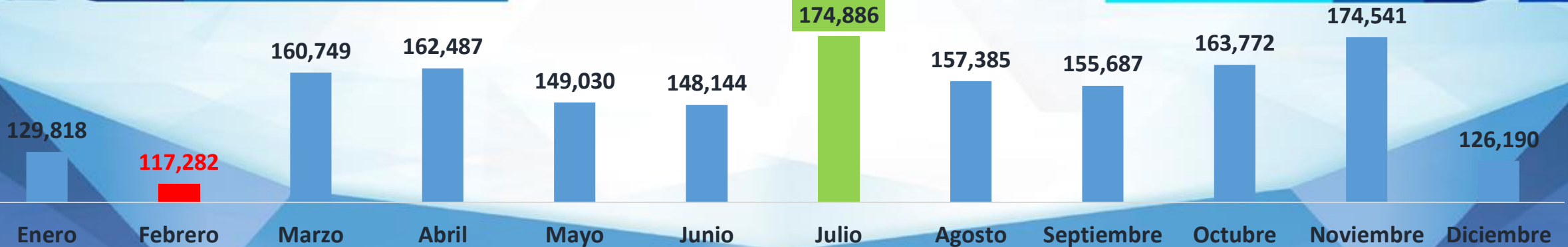
# León 2017

León  
47 mil 175

PERSONAS  
OCUPADAS



Llegada de Turistas



Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Datatur, Estudio del Perfil del Visitante, Inegi / ENOE



# Hospedaje



**153**  
Hoteles



**8 mil 427**  
Habitaciones



## Servicios Turísticos



★★★★★★	15	1,709
★★★★★	20	1,902
★★★★	33	1,864
★★★	14	523
★★	11	380
★	60	2,049
Sin Clasificar	153	8,427
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>8,427</b>

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Cierre 2017

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Registro Estatal de Turismo y Registro Nacional de Turismo, Cierre 2017

El acentuado crecimiento de **UBER** como medio de desplazamiento de la ciudad (92%)

El 27% de los visitantes es atraído por el turismo de compras y el 34% al turismo de negocios y reuniones.

Casi un 40% de los visitantes estatales son motivados por las compras en la ciudad, y para el visitante internacional el elemento de atracción son los negocios. (36%)

El 35% de los visitantes calificaron los servicios de guías de turistas con un índice de satisfacción de 6.9.

El 8% de los visitantes comentó que la seguridad es una área de oportunidad y el índice de satisfacción es de 7.7

El 88% de los visitantes no identificó alguna práctica sustentable en el destino.

El turismo gastronómico es uno de los segmentos que creció, al igual que el de placer, cultural y el de compras.

El 62% de los visitantes mencionó haber realizado alguna compra

Reforzar la imagen de León como un destino de compras.

Invitar a los eventos de la ciudad donde puedan participar las comunidades de extranjeros que residen en la ciudad

Promocionar la vida nocturna del destino, con el fin de incentivar la pernocta de los excursionistas estatales.

Se recomienda regular y estandarizar los servicios de guías de turistas.

Reforzar el plan de comunicación de los principales puntos de compra en el destino como Zona Piel y Outlets.

Incentivar la difusión de las prácticas sustentables en el destino. (cultura turística)

Generar una estrategia de contenidos para el branding digital de la marca León.

Impulsar redes sociales como Instagram, Youtube & Pinterest.



El visitante



El visitante



Los impactos

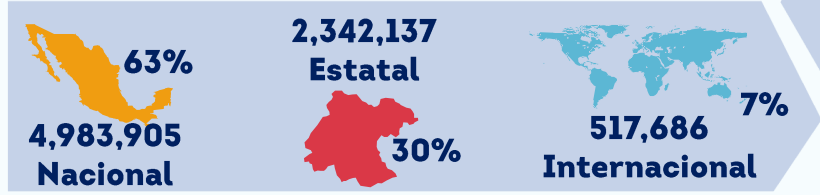


El viaje



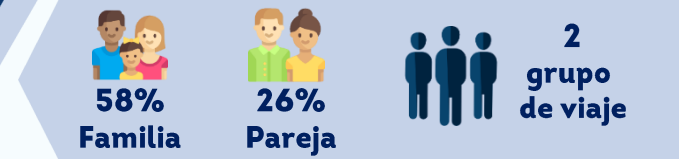
02

De dónde viene



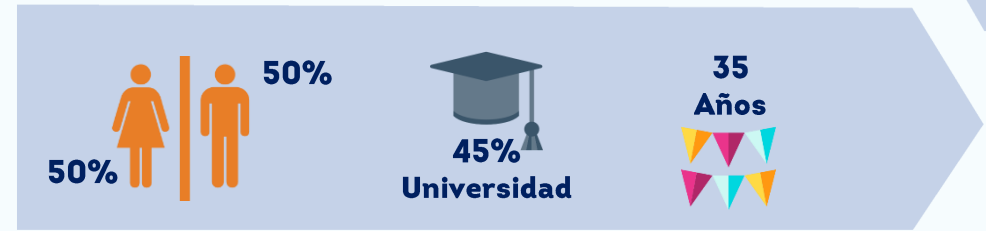
03

Con quién viaja



01

Quién nos visita

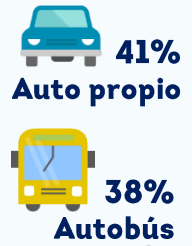


04

Tipo de visitante



Se hospeda en



Experiencia de visita



Segmentos



En qué viaja



Gasto y estadía

\$21 mil 681 MDP

Derrama económica

**Roberto W. Cárdenas Hernández**

Director General de Planeación  
[rcardenas@guanajuato.gob.mx](mailto:rcardenas@guanajuato.gob.mx)

**Miriam Cecilia Adame Alcaraz**

Directora de Información y Análisis  
[madame@guanajuato.gob.mx](mailto:madame@guanajuato.gob.mx)

**Irazema Álvarez Pérez**

Coordinadora de Estadística e Información  
[ialvarezp@guanajuato.gob.mx](mailto:ialvarezp@guanajuato.gob.mx)

**Adriana Jardon Salazar**

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado  
[ajardon@guanajuato.gob.mx](mailto:ajardon@guanajuato.gob.mx)

**María del Rosario Álvarez Macías**

Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis  
[malvarezm@guanajuato.gob.mx](mailto:malvarezm@guanajuato.gob.mx)

**Karen Sarahí Martínez Hernández**

Asistente de Codificación y Captura  
[kmartinezh@guanajuato.gob.mx](mailto:kmartinezh@guanajuato.gob.mx)

**Luz Margarita Robledo Olivares**

Analista de Estadística  
[lmrobledo@guanajuato.gob.mx](mailto:lmrobledo@guanajuato.gob.mx)

**Stephanie Cedillo Orozco**

Analista de Información  
[scedillo@guanajuato.gob.mx](mailto:scedillo@guanajuato.gob.mx)

**Dirección**

Parque Guanajuato Bicentenario, Carretera de Cuota Silao-  
Guanajuato Km. 3.8, 36270 Silao, Gto  
Teléfono 472 103 99 00