

# Actividad Turística y Perfil del Visitante Salamanca 2011



## ¿Qué es el Estudio del Perfil del Visitante al Estado de Guanajuato?

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



Que será de gran utilidad para:

La definición de estrategias que se traduzcan en una mayor Atracción de visitantes al Estado de Guanajuato y que generen impacto social y económico en el destino.

Los resultados que se generan en este estudio sirven de base para conocer los hábitos del viajero que visita el Estado de Guanajuato, más no reflejan el comportamiento de los indicadores macroeconómicos que se viven en el país.



# Contenido

- Metodología
- Lugares de Levantamiento
- Perfil General
- Procedencia del Visitante
- Movilidad del Visitante
- Distribución del Visitante
- Medio por el que realizó reservaciones
- Medio de Transporte utilizado
- Motivo de Visita
- Experiencia de Viaje
- Exposición a la Publicidad del destino
- Visitante Promedio
- Indicadores de la Actividad Turística

**TIPO DE  
ENTREVISTA**

**Cara a cara**

**MUESTRA**

**Total entrevistas efectivas 611 ; levantadas en la ciudad de Salamanca, a turistas y excursionistas, con un nivel de confianza del 95% y error del  $\pm$  5%**

**PÚBLICO  
OBJETIVO**

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

**FECHA DE  
LEVANTAMIENTO**

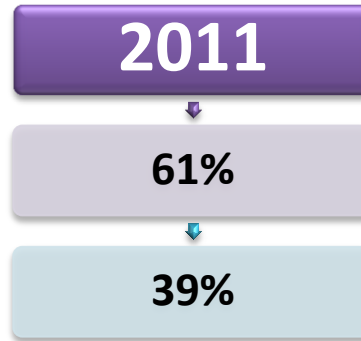
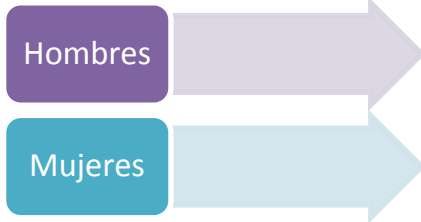
**Del 4 de Febrero al 31 de Diciembre de 2011**



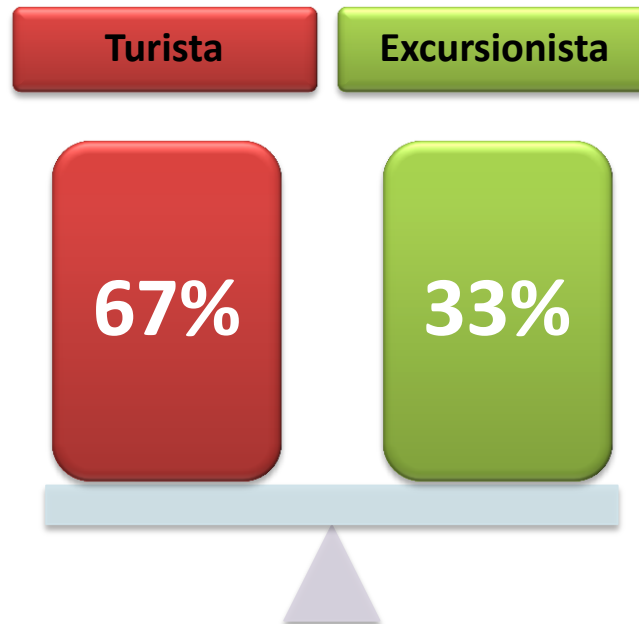
- δ **Central de Autobuses**
- δ **Hoteles**
- δ **Plaza Galerías**



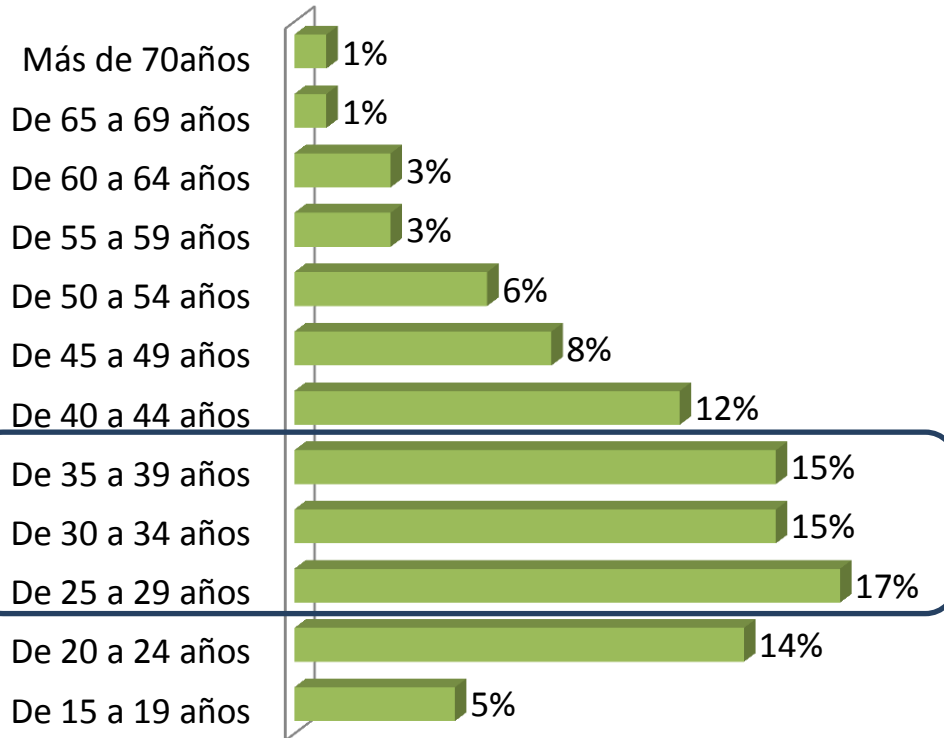
### --Sexo--



### -- Distribución del visitante --



**Excursionista:** Se refiere al visitante que no pernocta en el destino. (Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita)  
**Fuente:** OMT (Organización Mundial de Turismo)



**El 47% de los visitantes son adultos jóvenes entre 25 a 39 años de edad, le siguen los jóvenes de 20 a 24 años de edad, por lo que es importante contar con productos y actividades que satisfagan a este mercado.**

**Edad Promedio**

2011

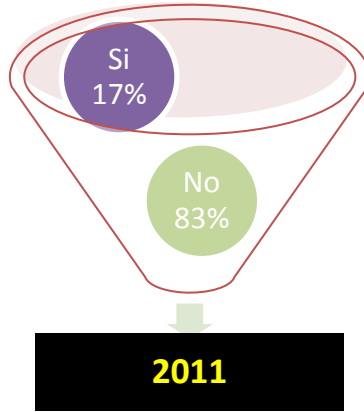


**35 años**

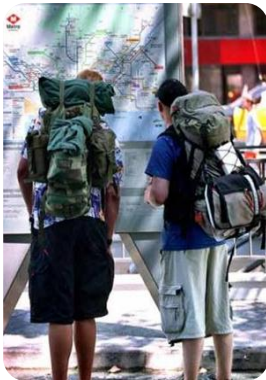




**Dígame ¿si visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?**



En el 2011 el porcentaje de visitantes a otras ciudades fue igual. Las ciudades visitadas fueron 4 de las principales del estado: Guanajuato, León, Irapuato y Dolores Hidalgo.



**¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?**

**2011**

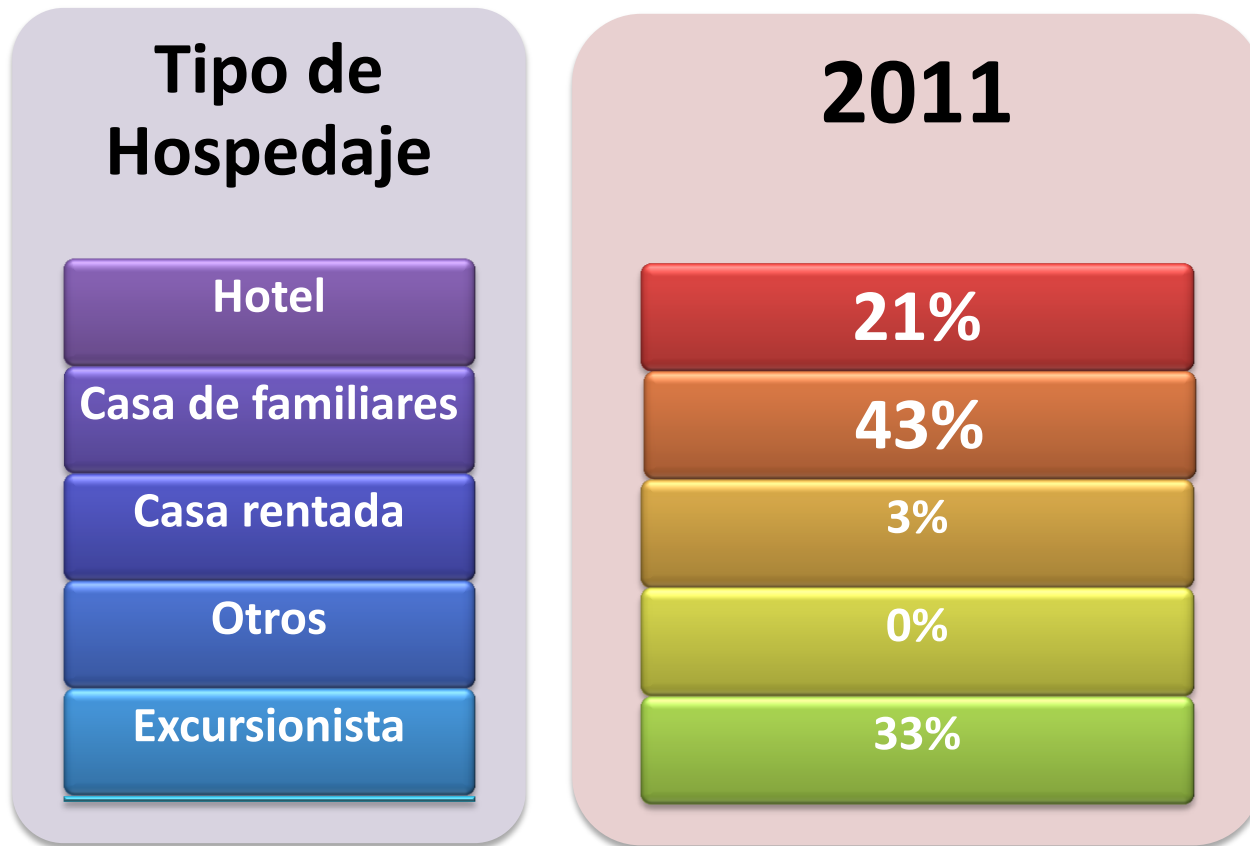
Guanajuato

León

Querétaro

Irapuato

Dolores Hidalgo



Excursionista: Se refiere al visitante que no pernocta en el destino.

(Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita)

**Fuente: OMT (Organización Mundial de Turismo)**



Dirección General de Planeación  
Dirección de Información y Análisis

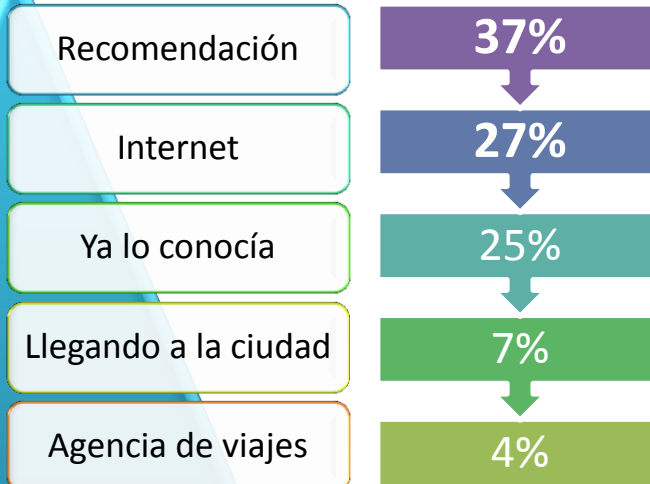
### ¿Hizo reservación?

- Si 64%
- No 36%

2011

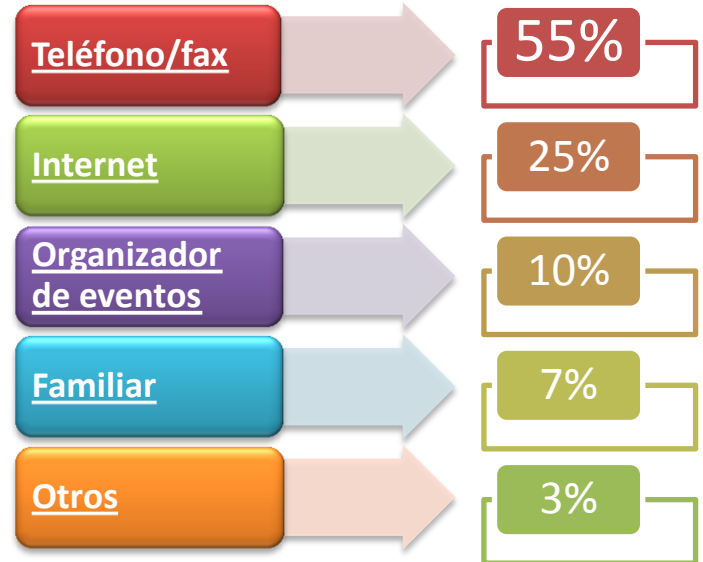


### ¿Dónde o cómo se enteró del hotel donde se hospeda u hospedará?



### ¿Cómo realizó su reservación?

2011



### Principal Medio de Transporte que utilizó para llegar a este Destino

2011



Automóvil

47%



Autobús

52%

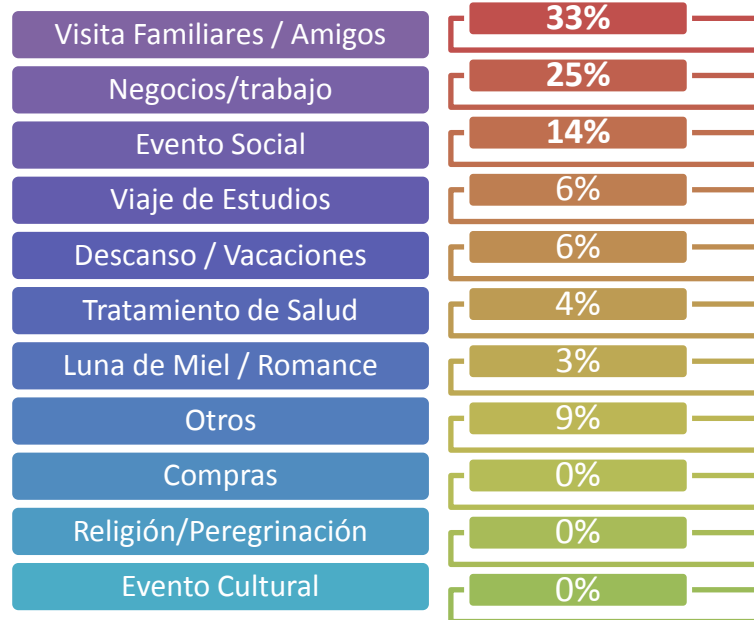


Otro

1%

Otros: moto, ride, taxi.

## 2011



**Otros: congreso, evento deportivo y solo va de paso.**



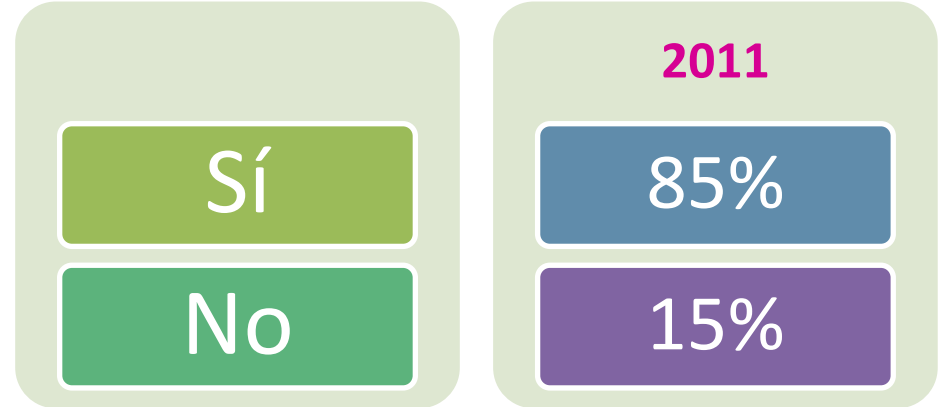
Dirección General de Planeación  
Dirección de Información y Análisis

¿Cuál de las siguientes razones motivó más su visita de DESCANSO o PLACER a este destino?

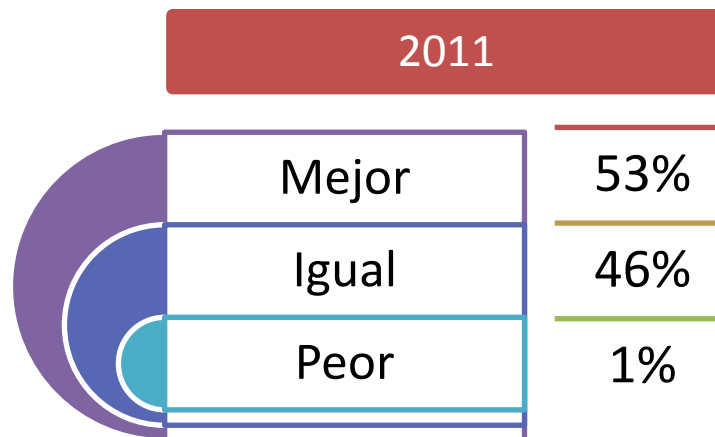




### ¿Ya había visitado anteriormente este destino?



¿Cómo evalúa su experiencia actual con respecto a las visitas anteriores? Diría Ud. que en esta visita su experiencia fue: Mejor, Igual o Peor que la vez anterior?

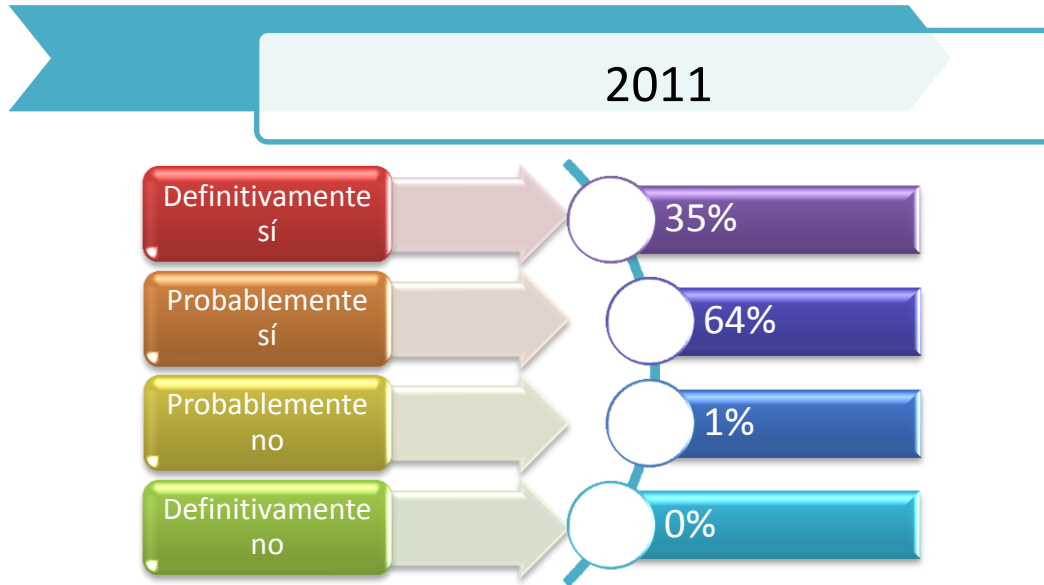


El 85% de los entrevistados ya había estado en la ciudad de Salamanca de visita, evalúa su visita como mejor que la anterior; el destino ha mantenido un nivel de posicionamiento, por lo que se sugiere crear productos turísticos innovadores que impacten la percepción del visitante.

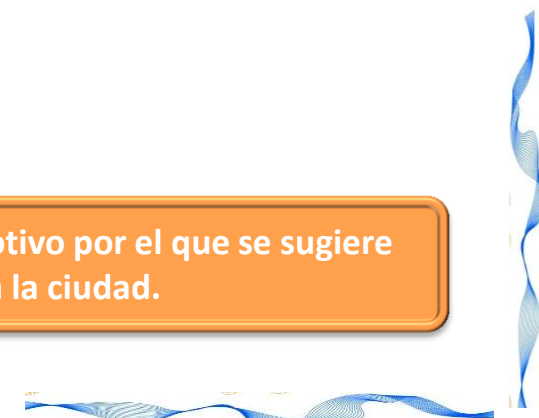


**¿Peor por qué?**  
 No tiene nada nuevo

### ¿Qué tan probable es que Ud. vuelva a visitar este destino en el futuro?



La posibilidad de que se logre el retorno del visitante a Salamanca es alto, motivo por el que se sugiere diseñar paquetes atractivos para el tipo de turista que viene a la ciudad.





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



Definitivamente Sí

Probablemente Sí

Probablemente  
No

Definitivamente  
No



2011

31%

68%

0%

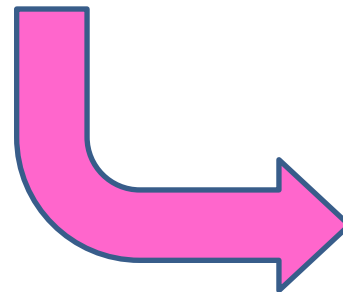
1%

¿Por qué Definitivamente No?

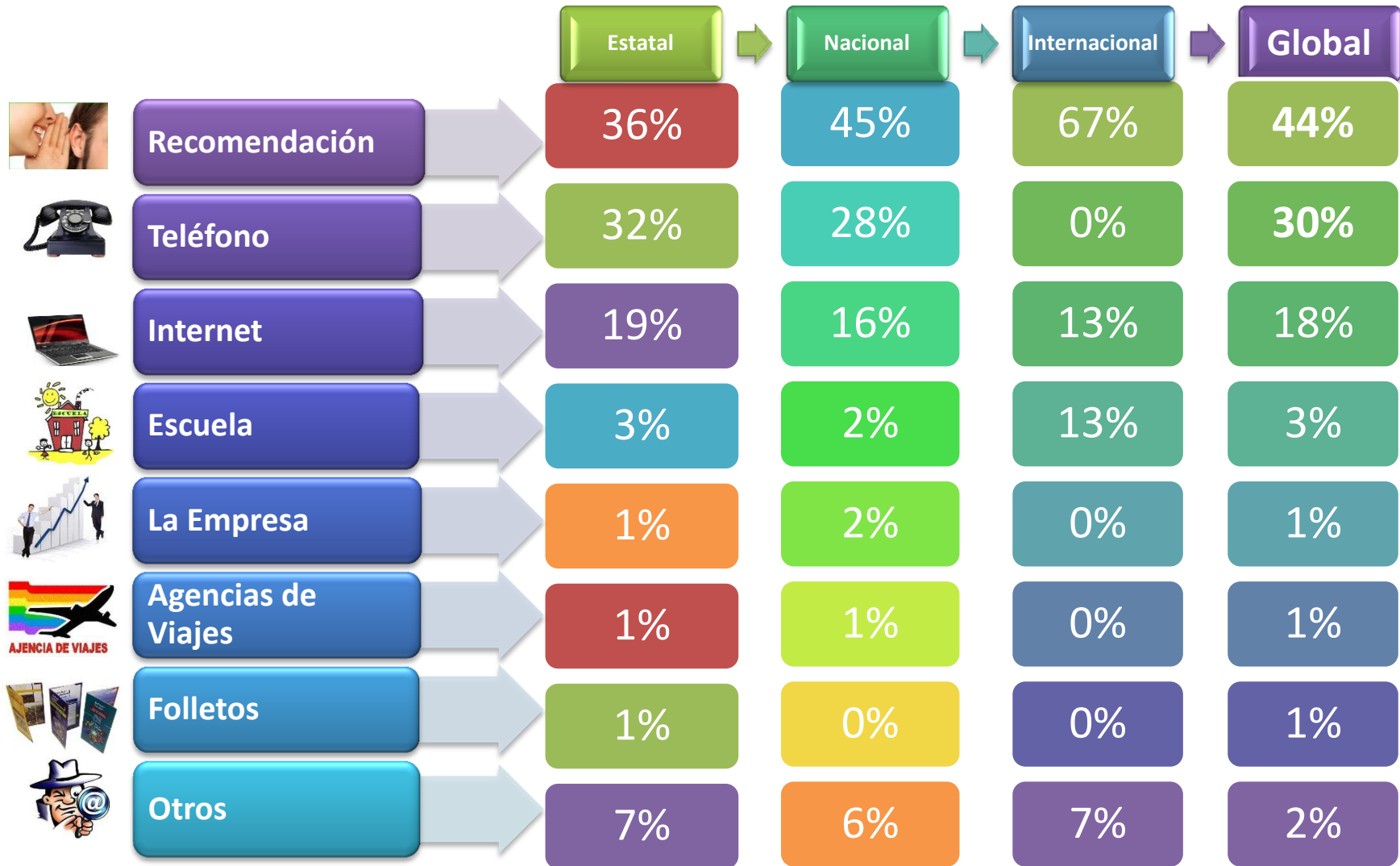
No hay atractivos turísticos interesantes

Está sucio

Las personas no son amables



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

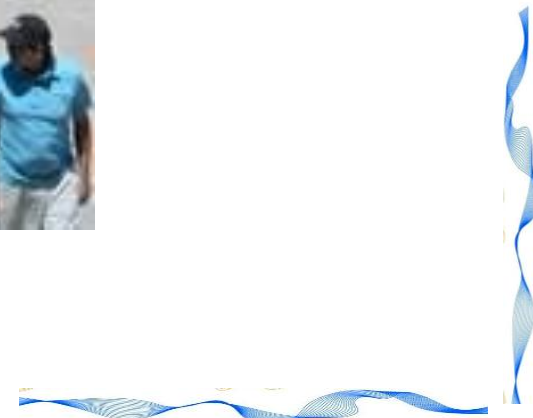


Otros: Revista, radio.

# VISITANTE PROMEDIO

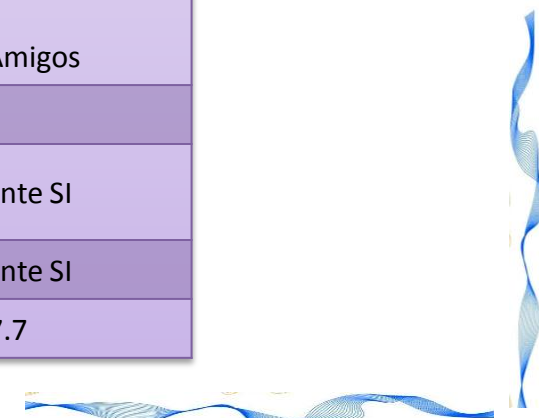


Dirección General de Planeación  
Dirección de Información y Análisis





	Salamanca 2011
Edad Promedio	35 años
Acompañado por	Pareja
Grupo de viaje	1.5 personas
Medio de transporte	Autobús
Ingreso	\$7,100 a \$12,199 (NSE D+)
Otros lugares por visitar	Guanajuato León Querétaro Irapuato
Motivo de Visita	Visita Familiares/Amigos
Si regresa el mismo día gastará	\$691.58 por persona
Si se hospeda una noche en hotel gastará	\$ 1,627.18 por persona
Principal lugar de hospedaje	Casa de Familiares/Amigos
Experiencia del viaje	Mejor
Recomendación del destino	Probablemente SI
Retorno al destino	Probablemente SI
Índice de satisfacción	7.7



# Indicadores de la Actividad Turística Salamanca



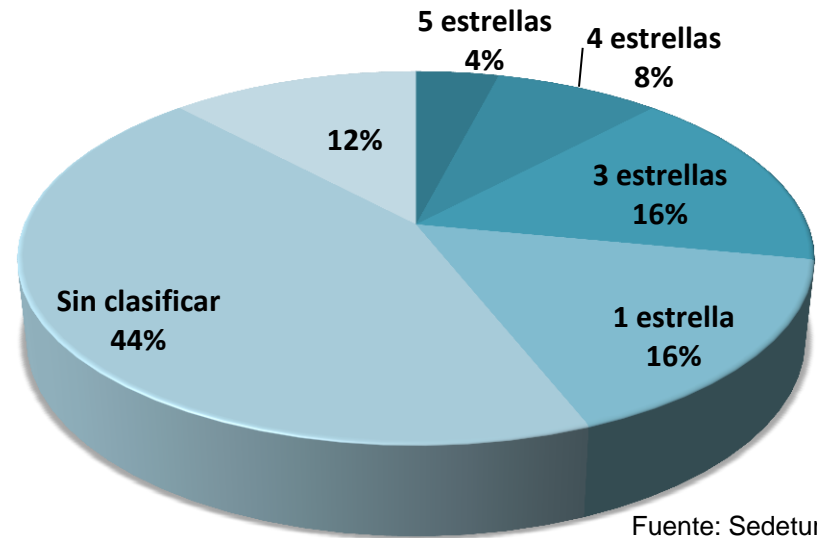
Inventario Turístico	
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	14
Establecimientos 1 a 5 estrellas	11
Alimentos y bebidas	74
Balnearios	6
Campos de golf	1
Agencias de viaje	9
Centros de congresos y convenciones	1
Transportadoras turísticas	11

Fuente: Sedetur - Actualización Diciembre 2011.

Inventario de hospedaje		
Categoría	Establecimientos	Habitaciones
5 estrellas	1	103
4 estrellas	2	117
3 estrellas	4	205
1 estrella	4	122
<b>1 a 5 estrellas</b>	<b>11</b>	<b>547</b>
Sin clasificar	3	75
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>622</b>

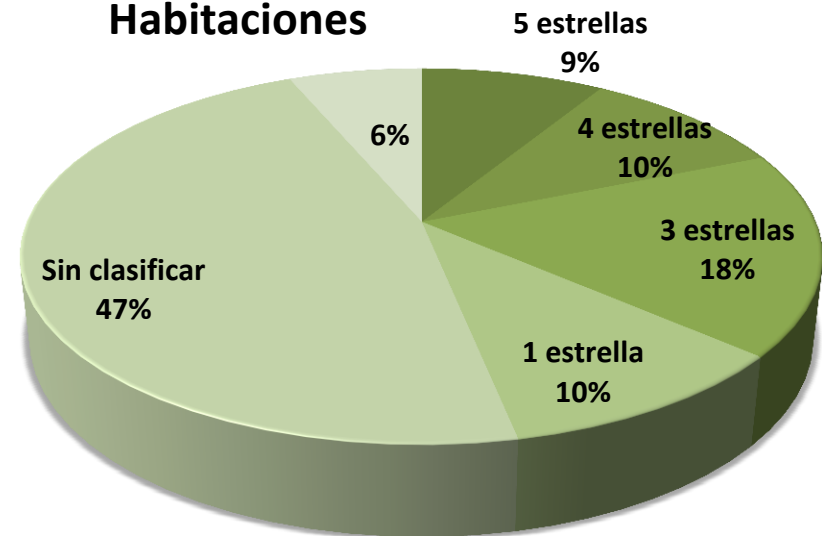
Fuente: Sedetur - Actualización abril 2012.

## Establecimientos



Fuente: Sedetur - abril 2012

## Habitaciones

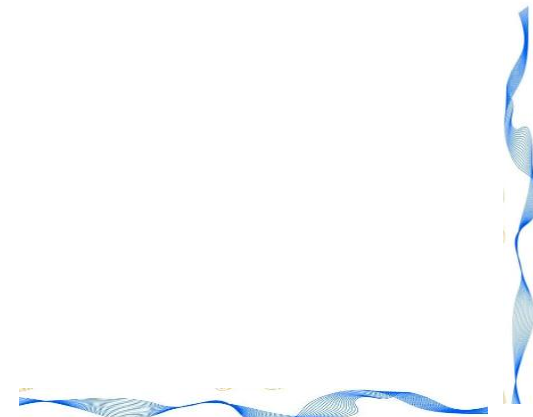


Fuente: Sedetur - abril 2012

Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	547
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	88 %
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2011	99,803
Porcentaje de Ocupación promedio 2011	41%
Porcentajes de ocupación más altos	Septiembre, octubre y noviembre
Estadía promedio	1.43



Dirección General de Planeación  
 Dirección de Información y Análisis



## Visitantes y Derrama Económica Estimada 2011

### Visitantes

Categoría	Salamanca	Estado	Proporción Salamanca/Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	<b>99,803</b>	2,976,899	3%
Turistas en otros establecimientos comerciales	<b>14,258</b>	887,523	2%
Turistas en establecimientos no comerciales	<b>204,358</b>	4,641,004	4%
Excursionistas	<b>156,833</b>	9,984,630	2%
<b>Totales</b>	<b>475,252</b>	<b>18,490,056</b>	<b>3%</b>

### Derrama Económica Estimada

Categoría	Salamanca	Estado	Proporción Salamanca/Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	<b>\$232,937,279</b>	\$5,984,344,827	4%
Turistas en otros establecimientos comerciales	<b>\$124,417,105</b>	\$5,390,482,143	2%
Turistas en establecimientos no comerciales	<b>\$598,302,468</b>	\$20,364,894,660	3%
Excursionistas	<b>\$108,462,618</b>	\$9,172,890,771	1%
<b>Totales</b>	<b>\$1,064,119,470</b>	<b>\$40,912,612,401</b>	<b>3%</b>

Fuente: Datatur-Setur, Estudio del Perfil del Turista 2011, Sedetur.

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye la categoría: Casa rentada

Turistas en establecimientos no comerciales incluye la categoría: Familiares y amigos.

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



## Contacto

- Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández, Director General de Planeación.

[rcardenas@guanajuato.gob.mx](mailto:rcardenas@guanajuato.gob.mx)

- Lic. Claudia Avalos Betancourt, Directora de Información y Análisis.

[cavalosb@guanajuato.gob.mx](mailto:cavalosb@guanajuato.gob.mx)

- Lic. Irazema Álvarez Pérez, Jefe de Estadística e Información.

[ialvarezp@guanajuato.gob.mx](mailto:ialvarezp@guanajuato.gob.mx)

- Lic. Adriana Jardón Salazar, Jefe de Investigación y Análisis de Mercado.

[ajardon@guanajuato.gob.mx](mailto:ajardon@guanajuato.gob.mx)



## Dirección

Blvd. Vasco de Quiroga # 101, Torre Nissan 8º piso  
Col. Los Gavilanes, C.P. 37120, León, Guanajuato  
Tel. (477) 10 41 4 00



