



Actividad Turística y Perfil del Visitante 2010

Salamanca 2010

 Indicadores de la Actividad Turística en Salamanca

 Estudio del Perfil del Visitante a Salamanca

- Vitrina Metodológica

- Perfil General

- Procedencia del Visitante

- Planeación de Viaje

- Motivo de Visita

- Movilidad del Visitante

- Gasto del Visitante

- Experiencia de viaje e índices de satisfacción

- Visitante Promedio

Indicadores de la Actividad Turística en la ciudad de Salamanca

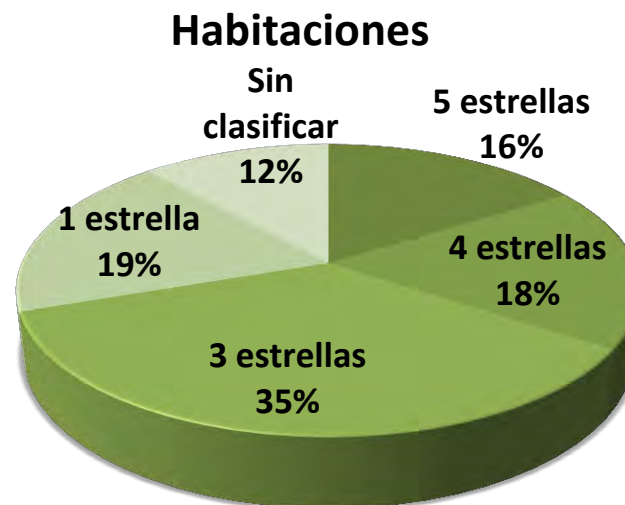


Inventario Turístico	
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	15
Alimentos y bebidas	74
Balnearios	1
Campos de golf	1
Agencias de viaje	9
Centros de congresos y convenciones	1
Transportadoras turísticas	11

Fuente: Sedetur - Actualización mayo 2011

Inventario de hospedaje		
Categoría	Establecimientos	Habitaciones
1 a 5 estrellas	12	566
5 estrellas	1	103
4 estrellas	2	117
3 estrellas	5	227
1 estrella	4	119
Sin clasificar	3	75
Total	15	641

Fuente: Sedetur, mayo 2011

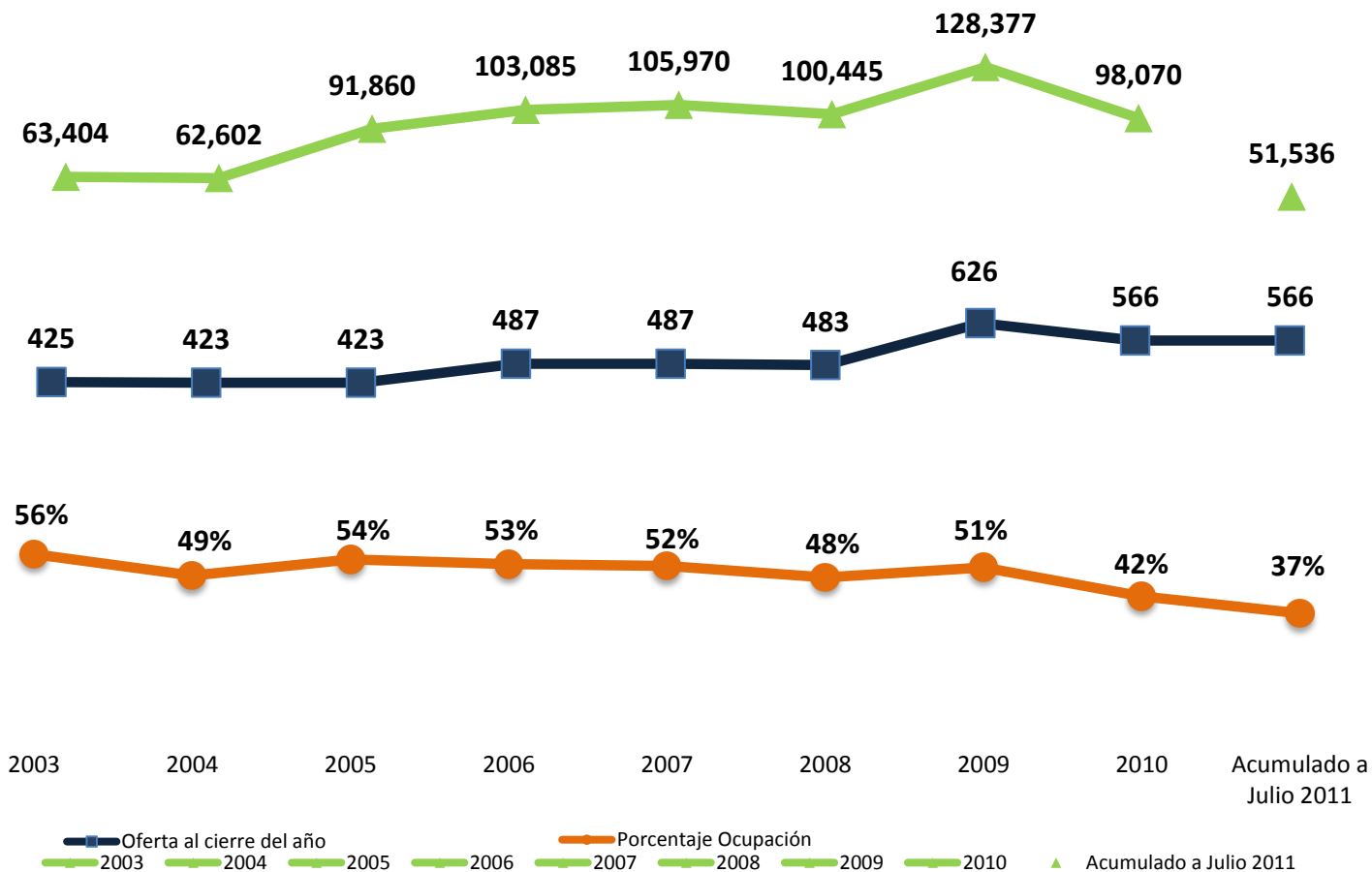


Fuente: Sedetur - Actualización mayo 2011

INDICADORES DE HOSPEDAJE

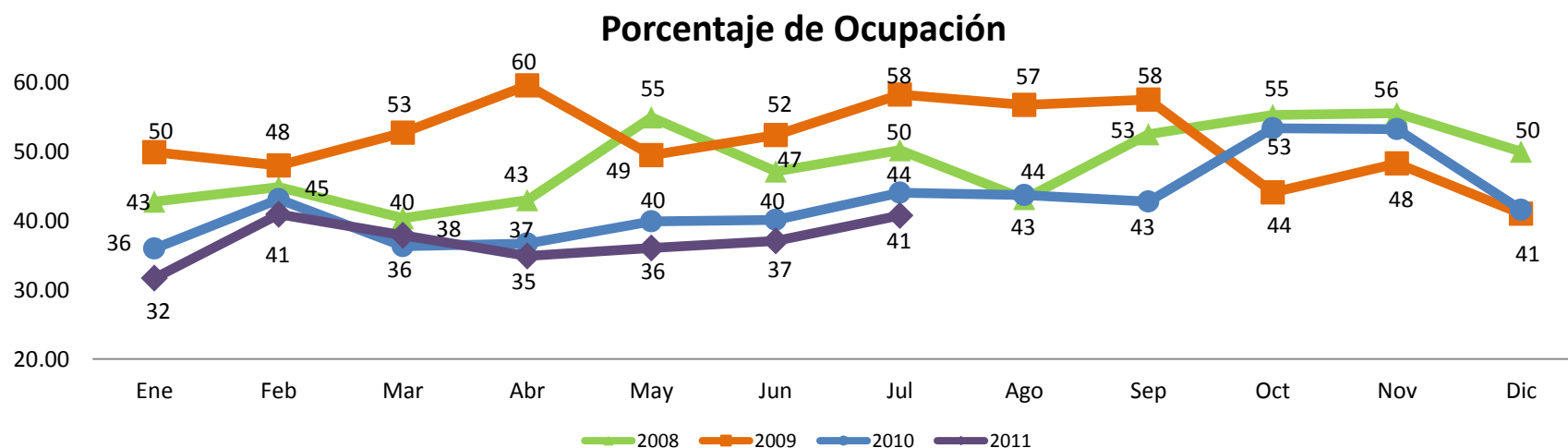
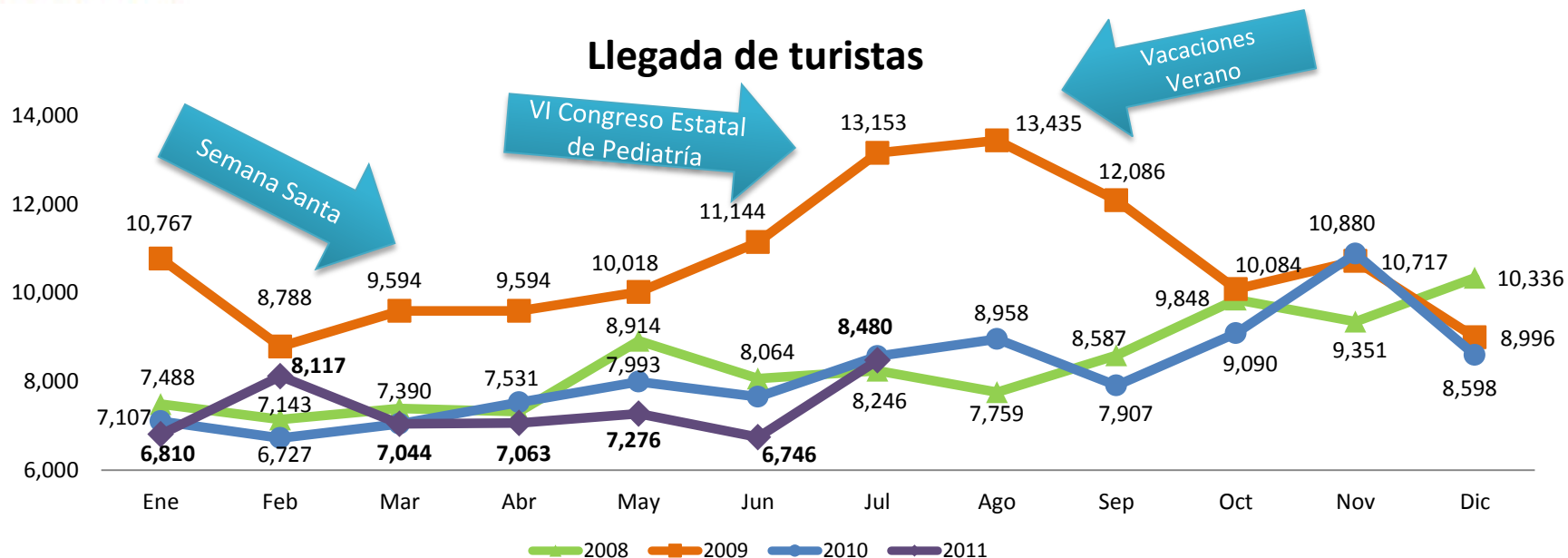
1 a 5 estrellas

Salamanca 2003-2011

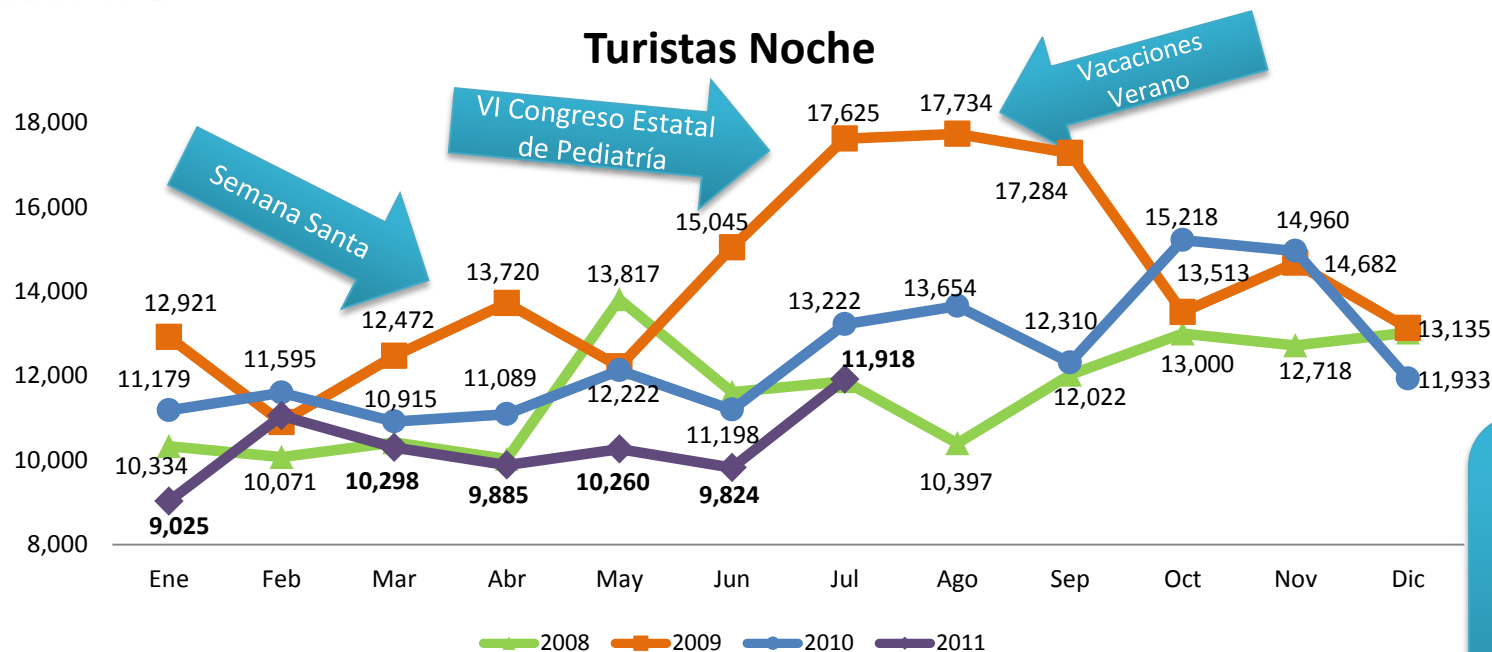


Los indicadores tienen una fuerte relación entre sí. La llegada de turistas y el porcentaje de ocupación siguen la misma tendencia.

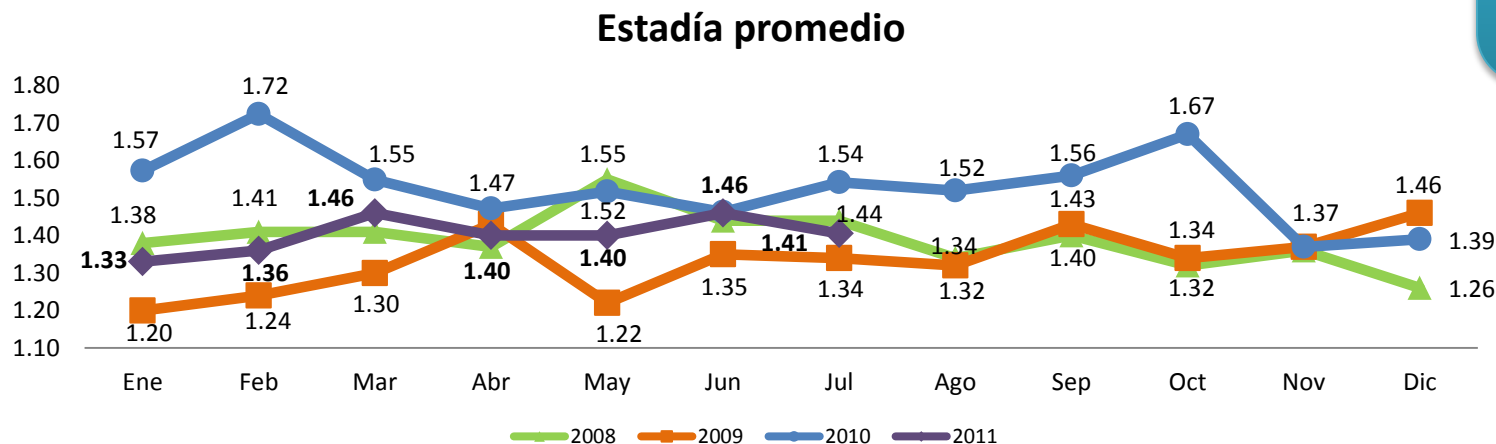
Fuente: Sedetur, Datatur



Fuente: Sedetur, Datatur

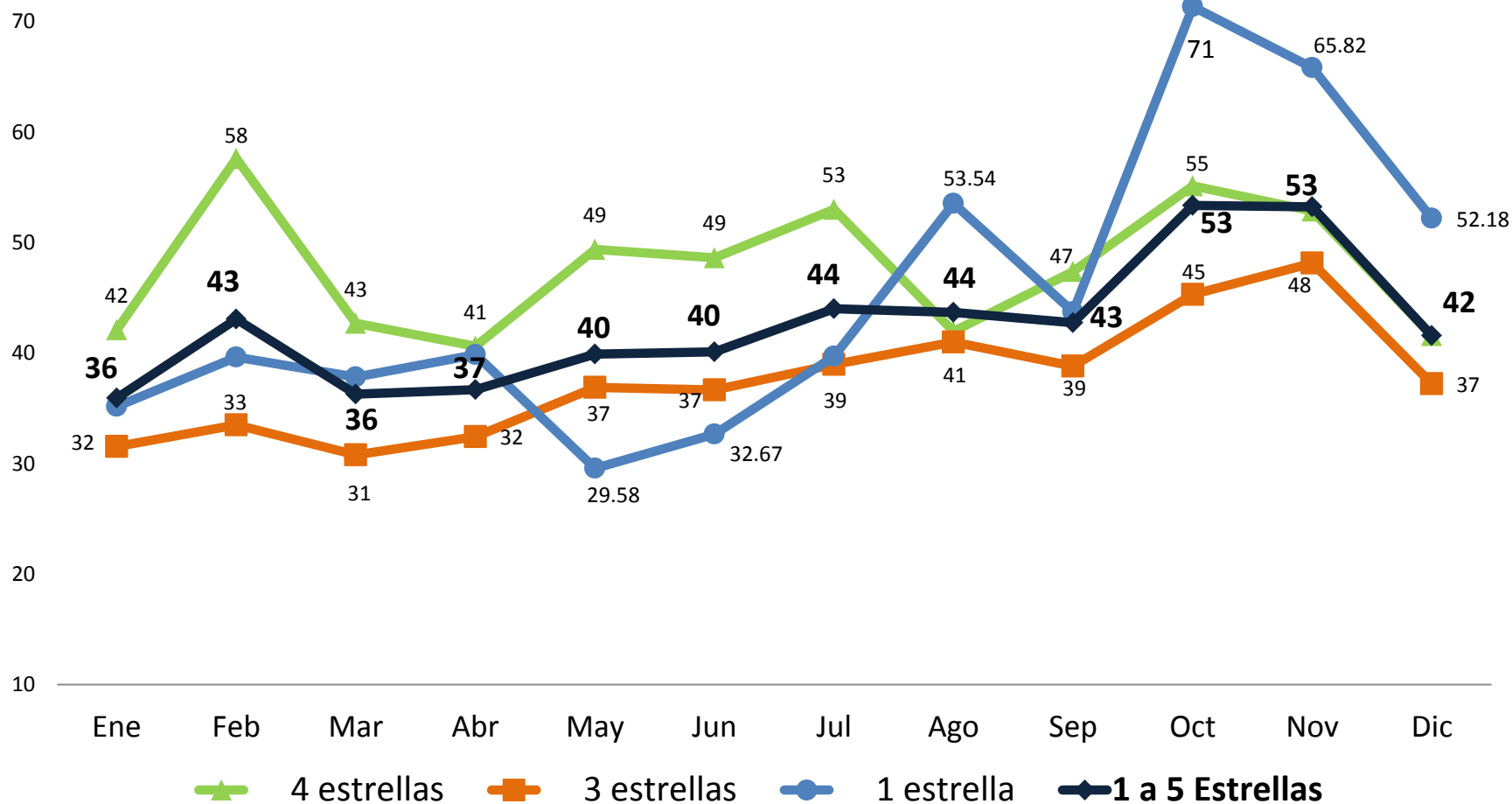


Las noches promedio de estancia en Salamanca se incrementaron en 2010



Fuente: Sedetur, Datatur

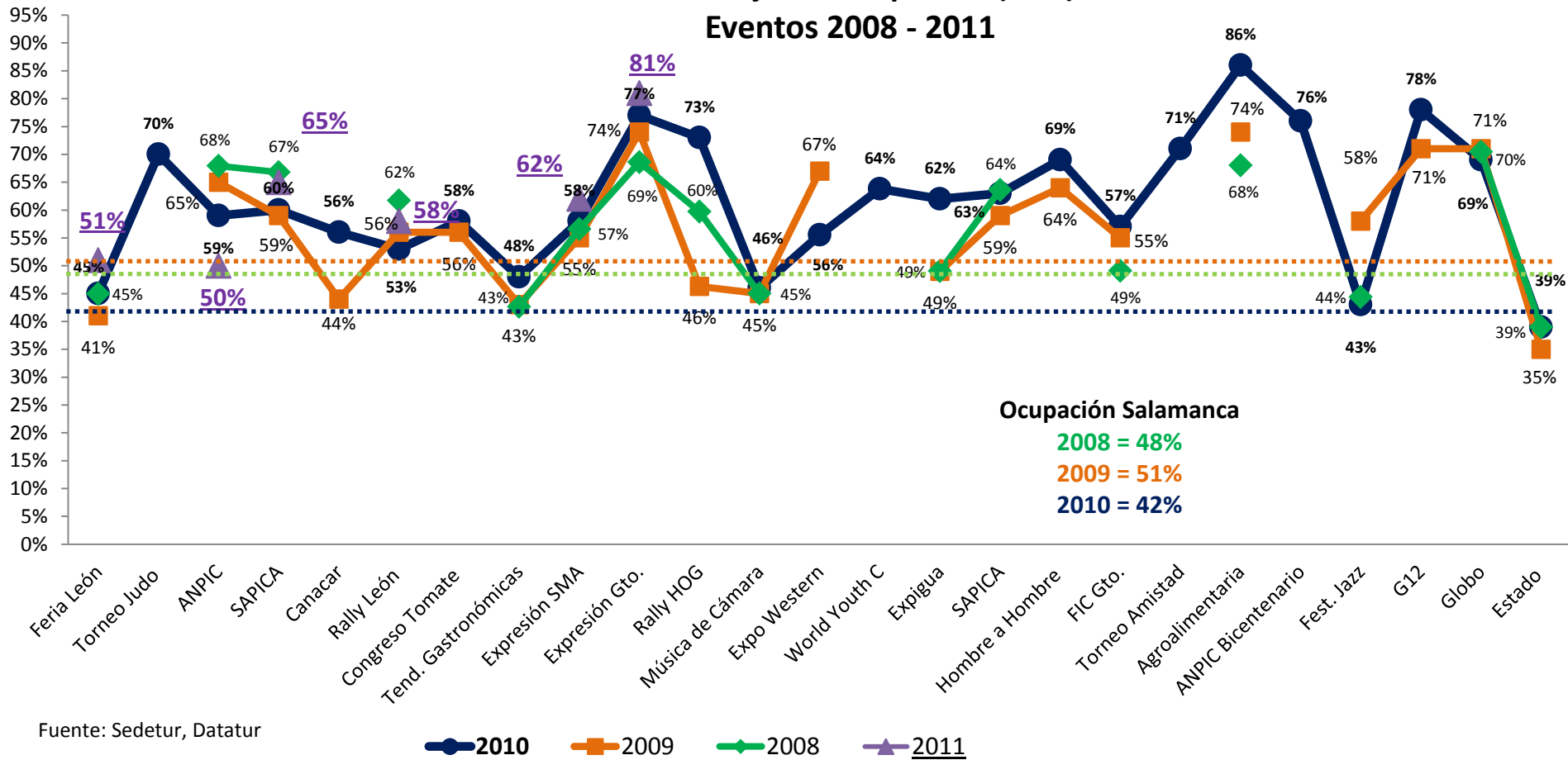
Porcentaje de Ocupación mensual por categoría Salamanca 2010



Fuente: Sedetur, Datatur

Los eventos especiales, festivales y congresos y convenciones benefician la actividad turística de cada destino

Porcentaje de Ocupación (días) Eventos 2008 - 2011

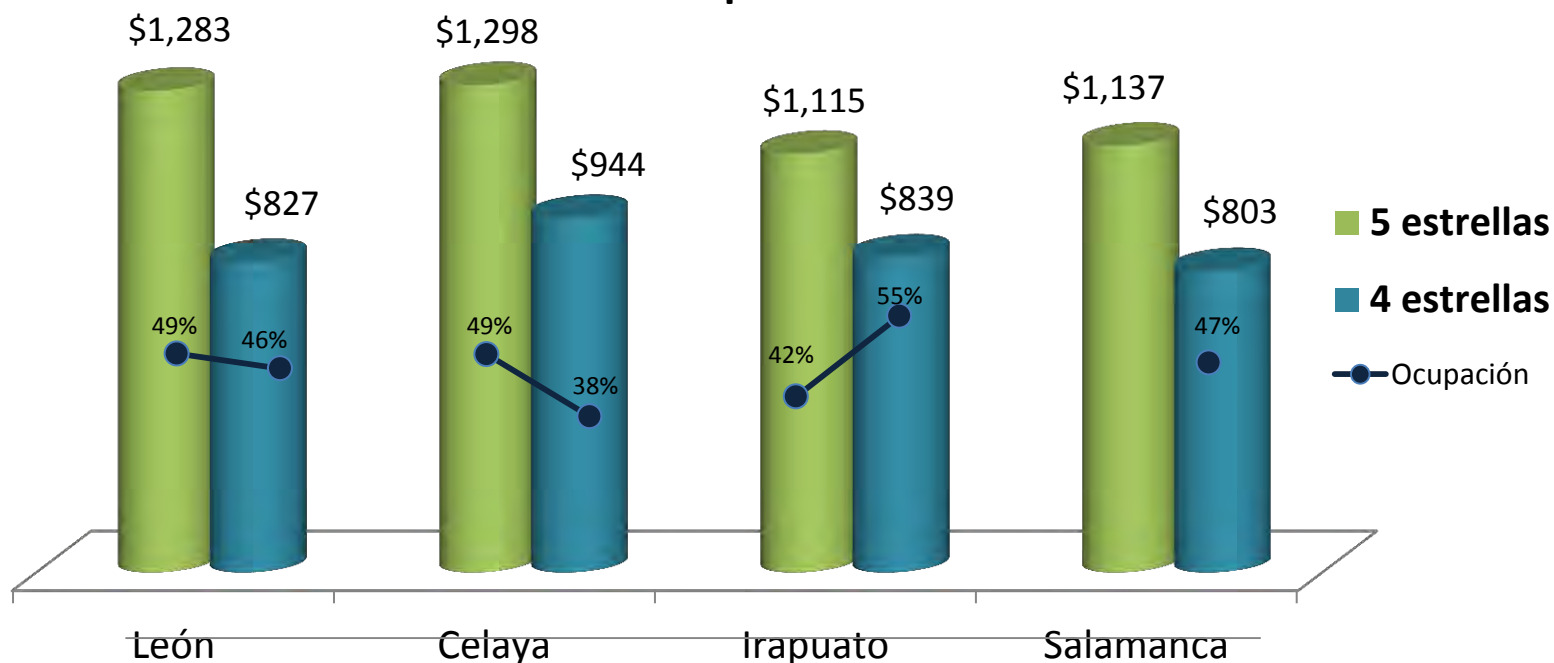


Fuente: Sedetur, Datatur

Tarifas en Hoteles				
Categoría	León	Celaya	Irapuato	Salamanca
5 estrellas	\$1,283	\$1,298	\$1,115	\$1,137
4 estrellas	\$827	\$944	\$839	\$803

Fuente: Sondeo realizado en mayo 2011. Nota: Las cantidades corresponden a la tarifa rack

Tarifas promedio



Inversión privada registrada 2010
1 agencia de viajes
\$50 mil pesos



Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	641
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	88 %
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2010	98,070
Porcentaje de Ocupación promedio 2010	42%
Porcentajes de ocupación más altos	Julio, agosto, octubre y noviembre
Estadía promedio	1.52



Estudio del Perfil del Visitante a la ciudad de Salamanca

Tipo de entrevista

Cara a cara

Muestra:

Total entrevistas efectivas 423; levantadas en Salamanca, 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 10 de julio 2010 al 09 de enero 2011
Levantamiento y Captura: Universidad de Celaya**

- ✓ **Centro Histórico**
- ✓ **Casa de la Cultura**
- ✓ **Expiatorio**
- ✓ **Modulo de Información**
- ✓ **Museo de Hidalgo (Exposición Bicentenario)**
- ✓ **Parroquia Antigua**
- ✓ **San Agustín**
- ✓ **Templos y Ex Conventos**



En 2010 el 53% de los visitantes a Salamanca fueron hombres, aunque se puede observar un incremento considerable de mujeres en comparación al 2009.

Los excursionistas aumentaron en 2010 casi 29 puntos porcentuales comparándolo con el 2009. Es importante promover los atractivos turísticos existentes, incrementar la oferta de servicios y fortalecer el segmento de negocios para incentivar la estadía del visitante.

Sexo del Visitante a Salamanca



Mujer

47%

41%



Hombre

53%

59% ← 2009



2009 → 41%

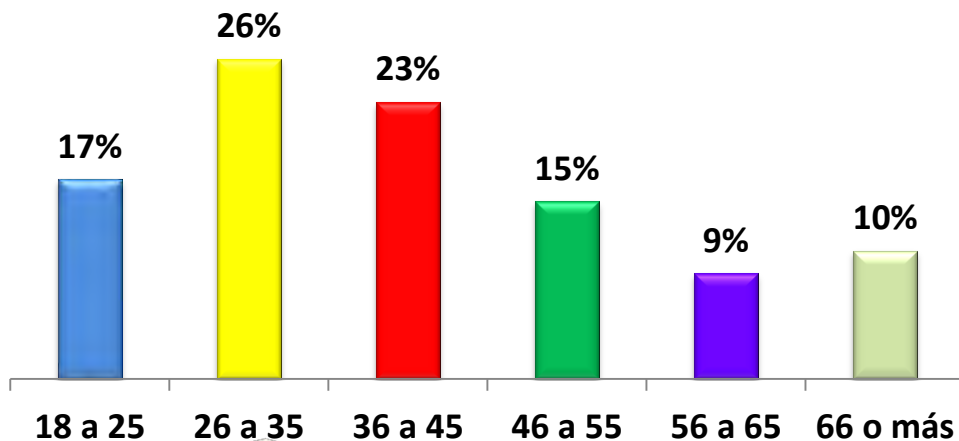


59%

Nota: En 2009 los resultados se reportaron agrupados junto con Celaya

Edad y composición del hogar

Edad del Turista



Edad promedio 2009: 34 años
Edad promedio 2010: 41 años

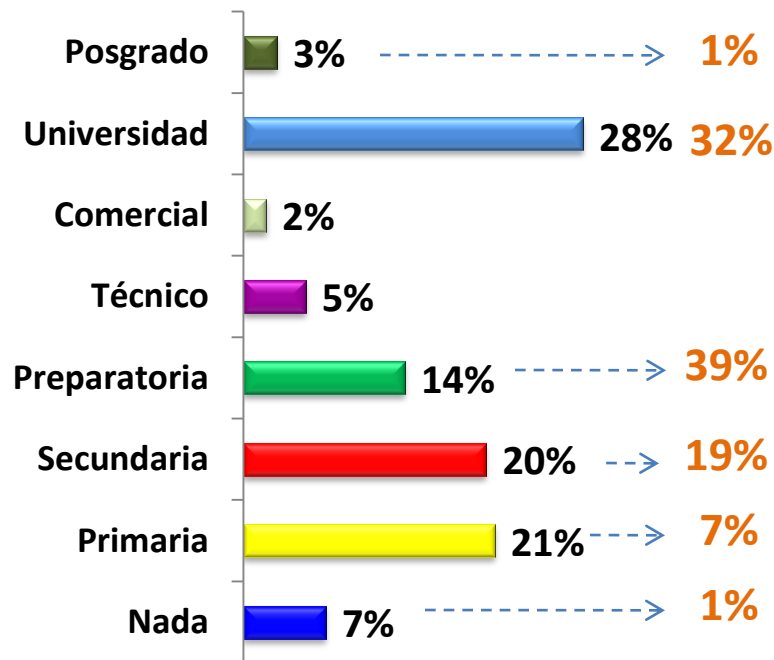
Nota: En 2009 los resultados se reportaron agrupados junto con Celaya

Un 66% de los visitantes son adultos jóvenes de entre 18 a 45 años de edad, por lo que los productos turísticos se sugiere enfocarlos a este segmento, sin descuidar al segmento de los adultos y adultos mayores ya que representan un 34%. La edad promedio del visitante aumentó de 2009 a 2010, de 34 a 41 años de edad respectivamente.



Grado de estudios

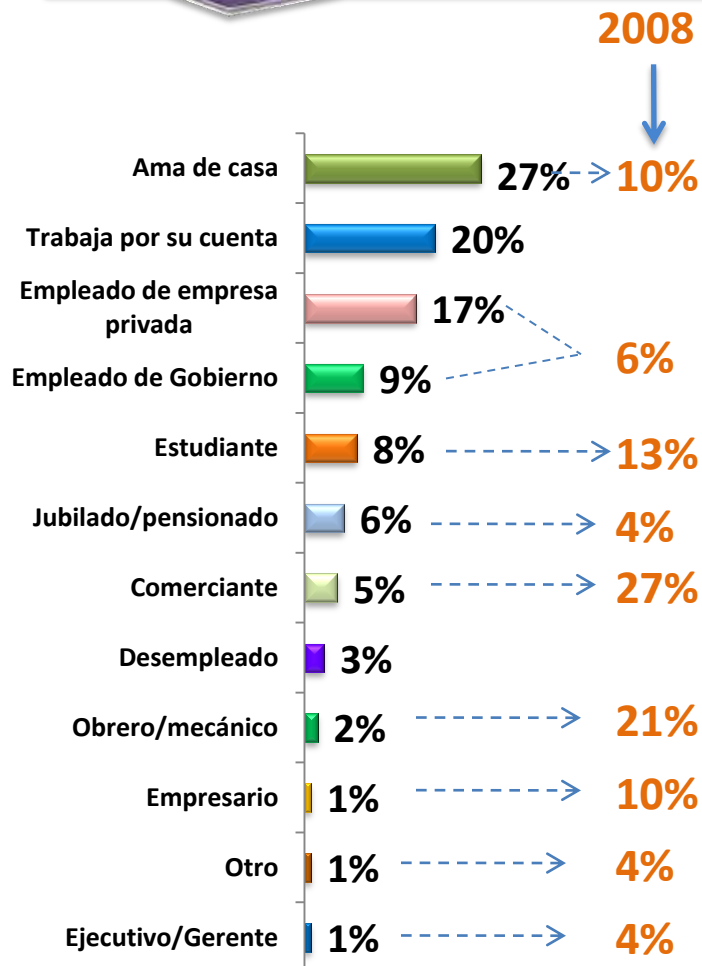
2008



Nota: En 2009 no se aplicó **Salamanca 2010**

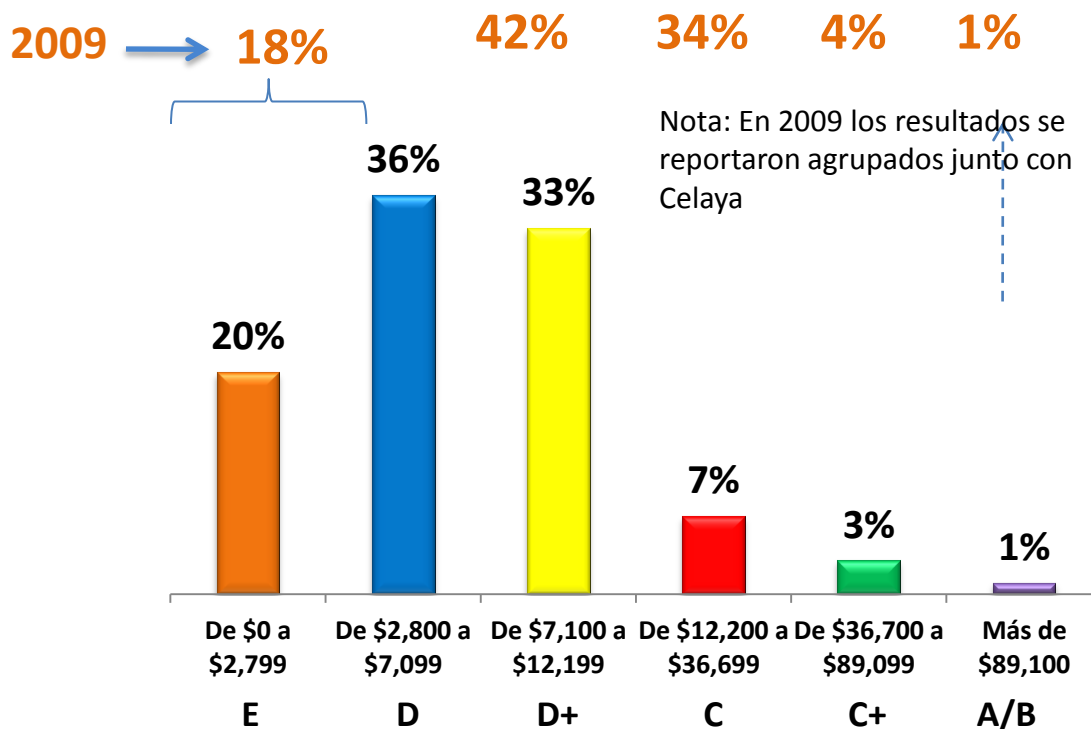
Ocupación

La ocupación de los entrevistados es superado por las amas de casa con un 27% debido a que esta ciudad se caracteriza por el turismo religioso en el que las mujeres son participantes activas



Nota: En 2009 no se aplicó

Ingresos Mensuales



En 2010 el 69% de los visitantes reportaron tener un ingreso familiar de entre \$2,800 a \$12,199, es importante canalizar las estrategias hacia NSE más altos.

Concepto	Información Relevante
Hombres	53%
Mujeres	47%
Turistas	28%
Excursionistas	72%
Edad promedio	41 años
Escolaridad	Universidad (28%)
Ocupación	Ama de casa (27%)
Ingresos Mensuales	De \$2,800 a \$7,099 (36%, NSE D)

Lugar de residencia

Origen del Visitante



En 2010 la mayor parte de los visitantes en Salamanca fueron estatales, observándose un incremento porcentual de 20 puntos en comparación al 2009. Los visitantes nacionales e internacionales disminuyeron.

70%

28%

2%

49%

47%

4%



2009

Origen del Estatal

Municipio	%
Celaya	16%
Valle de Santiago	15%
Irapuato	13%
Cortazar	11%
Villagrán	10%
Otros municipios	35%

Origen del Visitante Internacional

País	%
Estados Unidos	90%
Canadá	10%

Origen del Visitante Nacional

Estado	%
D.F. y Edo. Mex.	34%
Jalisco	10%
Querétaro	8%
Michoacán	6%
Tamaulipas	5%
Coahuila	3%
Oaxaca	3%
Otros estados	31%

Nota: En 2009 los resultados se reportaron agrupados junto con Celaya

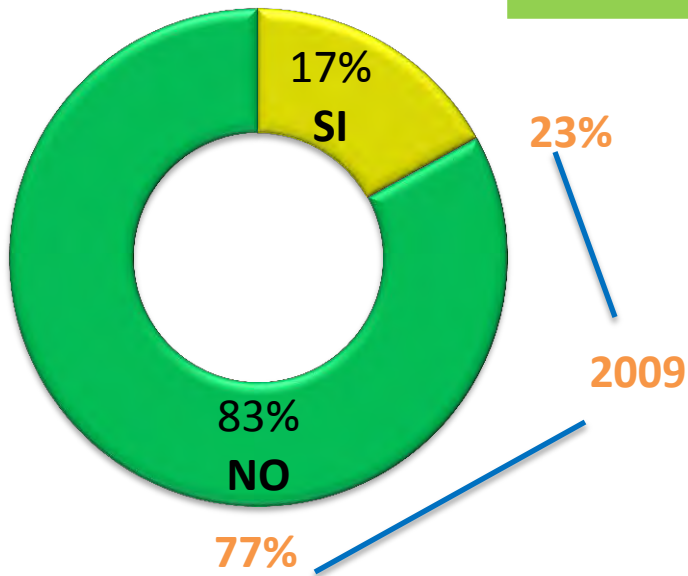
Concepto	Información Relevante
Estatad	70%
Nacional	28%
Extranjero	2%
Principales Visitantes Estatales	Celaya Valle de Santiago Irapuato
Principales Visitantes Nacionales	D.F. y Edo. Mex. Jalisco Querétaro
Principales Visitantes Internacionales	Estados Unidos

Movilidad del visitante y paquetes turísticos

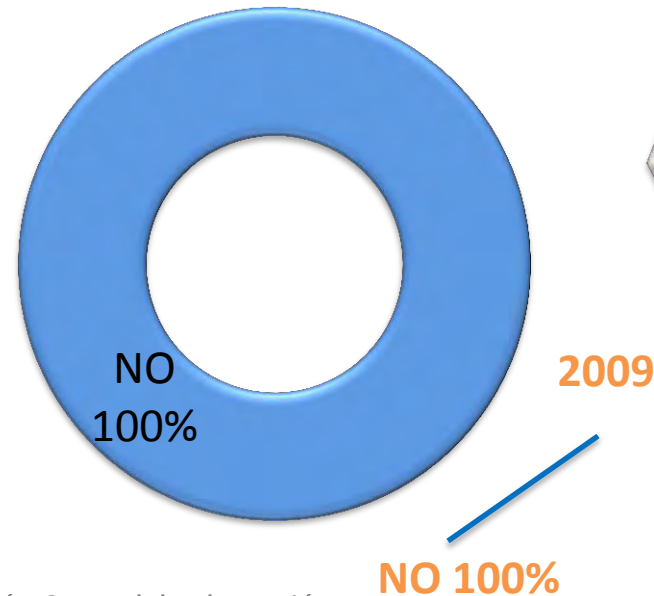
¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?

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

Ciudades
Guanajuato
León
San Miguel de Allende
Celaya
Irapuato





¿Su viaje forma parte de un paquete?



Es importantes seguir creando alianzas para contar con mayor oferta en paquetes turísticos, permitiendo así que estos sean una opción motivante y satisfactoria para los viajeros.

Nota: En 2009 los resultados se reportaron agrupados junto con Celaya

	2009	2010	Variación
	21%	8%	-61.9%
	32%	20%	-37.5%
	6%	2%	-66.6%
	41%	70%	70.7%

Nota: En 2009 los resultados se reportaron agrupados junto con Celaya

¿Con quién viaja en estos momentos?



Solo

31%

24%



Acompañado

69%

76% ← **2009**

Nota: En 2009 los resultados se reportaron agrupados junto con Celaya

Acompañantes	2009	2010
Familia	54%	61%
Amigos	18%	7%
Cónyuge/ Pareja	24%	32%
Gente relacionada con mi trabajo	4%	0%

Es importante generar una imagen divertida y de atracción no sólo para los adultos, sino también que motive a los adolescentes y niños.

Incluido usted mismo, ¿cuántos adultos, jóvenes o niños viajan en su grupo personal de viaje?

Rango de edades de los acompañantes	2009	2010	Variación
Número de adultos mayores de 18 años	2.85	2.37	-16.84%
Número de adolescentes entre 12 y 18 años	1.51	1.27	-15.8%
Número de niños menores de 12 años	1.61	1.59	-1.2%
Promedio Total de personas	3.67	3.10	-15.53%



2009	2010	Variación
52%	45%	-13.4%



43%	49%	13.9%
-----	-----	-------



5%	6%	20.0%
----	----	-------

Nota: En 2009 los resultados se reportaron agrupados junto con Celaya

Concepto	Información Relevante
¿Visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?	SI 17% NO 83%
¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?	Guanajuato León San Miguel de Allende Celaya Irapuato
Principal opción de hospedaje	Casa de Familiares y/o Amigos
¿Con quién viaja en estos momentos?	Familia
Promedio de acompañantes	3.10 personas
Medio de transporte utilizado	Autobús

¿Cuál de las siguientes opciones define mejor el motivo principal de su viaje a este destino?



2009 → 23%
5002 53%

37%
31%

12%
15%

6%
6%

3%
3%

1%
1%

2%
5%



Nota: En 2009 los resultados se reportaron agrupados junto con Celaya

¿Cuál de las siguientes opciones define mejor el motivo principal de su viaje a este destino?

MOTIVO	Interno	Nacional	Internacional
Descanso/Vacaciones	43%	17%	20%
Visita a familiares/amigos	11%	41%	80%
Negocios/Trabajo	7%	13%	--
Bicentenario	6%	21%	--
Evento Cultural	1%	--	--
Evento Social	4%	3%	--
Luna de miel/Romance	1%	--	--
Compras	16%	--	--
Tratamiento de salud	4%	1%	--
Evento educativo	3%	--	--
Evento deportivo	1%	--	--
Congresos / Exposición	--	2%	--
Religión /peregrinación	3%	1%	--
Otro	0%	1%	--

		Descanso /Vacaciones	Negocios/ trabajo	Visita a familiares /amigos	Congreso/ Exposición	Tratamiento de salud	Religión / peregrinación	Luna de miel / romance	Evento deportivo	Evento cultural	Evento social	Otro	Bicentenario	Compras	Evento educativo
Principales destinos	Celaya	29%	6%	23%	0%	0%	6%	3%	0%	3%	6%	3%	17%	2%	2%
	Valle de Santiago	55%	9%	12%	0%	9%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	3%	9%	0%
	Irapuato	38%	17%	17%	0%	0%	4%	0%	0%	0%	7%	0%	10%	3%	4%
	Cortazar	44%	8%	8%	0%	12%	0%	4%	0%	0%	8%	0%	4%	12%	0%
	Villagrán	53%	0%	4%	0%	13%	4%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	26%	0%
Resto de destinos	Abasolo	75%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	25%	0%
	Acámbaro	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%
	Apaseo el Alto	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Apaseo el Grande	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Comonfort	38%	26%	12%	0%	0%	12%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	12%	0%
	Dolores Hidalgo	75%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	25%	0%	0%	0%	0%	0%
	Guanajuato	30%	20%	30%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	10%	10%	0%
	Jaral del Progreso	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Juventino Rosas	64%	0%	0%	0%	9%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	27%	0%
	León	20%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	10%	0%	20%	0%	0%
	Manuel Doblado	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Moroleón	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Pénjamo	50%	0%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	

		Descanso /Vacaciones	Negocios/ trabajo	Visita a familiares /amigos	Congreso/ Exposición	Tratamiento de salud	Religión / peregrinación	Luna de miel / romance	Evento deportivo	Evento cultural	Evento social	Otro	Bicentenario	Compras	Evento educativo
Resto de destinos	Pueblo Nuevo	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%
	Romita	67%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Salvatierra	40%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	20%	0%	0%
	San Felipe	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	San Francisco del Rincón	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	San Miguel de Allende	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%
	Silao	67%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	0%	0%
	Uriangato	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	Yuriria	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita (por mercado, NACIONAL)

		Descanso /Vacaciones	Negocios/trabajo	Visita a familiares /amigos	Congreso/Exposición	Tratamiento de salud	Religión / peregrinación	Luna de miel / romance	Evento deportivo	Evento cultural	Evento social	Otro	Bicentenario	Compras	Evento educativo
Principales destinos	D.F.	10%	14%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	23%	0%	0%
	Jalisco	0%	50%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	25%	0%	0%
	Estado de México	20%	0%	50%	10%	0%	0%	0%	0%	0%	10%	0%	10%	0%	0%
	Querétaro	22%	0%	44%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	23%	0%	11%	0%	0%
	Michoacán	43%	0%	43%	0%	14%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Tamaulipas	17%	17%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%
	Coahuila	50%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Oaxaca	25%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	25%	0%	0%
Resto de destinos	Aguascalientes	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Baja California	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Chiapas	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%
	Chihuahua	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Colima	50%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Durango	50%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Guerrero	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	50%	0%	0%
	Hidalgo	0%	0%	67%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%
	Morelos	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Nayarit	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Nuevo León	0%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	67%	0%	0%
	Puebla	0%	34%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%
	San Luis Potosí	67%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Sinaloa	0%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	67%	0%	0%
	Sonora	0%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%
	Veracruz	34%	0%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%
Zacatecas	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	

		Descanso /Vacaciones	Negocios/ trabajo	Visita a familiares /amigos	Congreso/ Exposición	Tratamiento de salud	Religión / peregrinación	Luna de miel / romance	Evento deportivo	Evento cultural	Evento social	Otro	Bicentenario	Compras	Evento educativo
Principales destinos	Canadá	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Estados Unidos	22%	0%	78%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

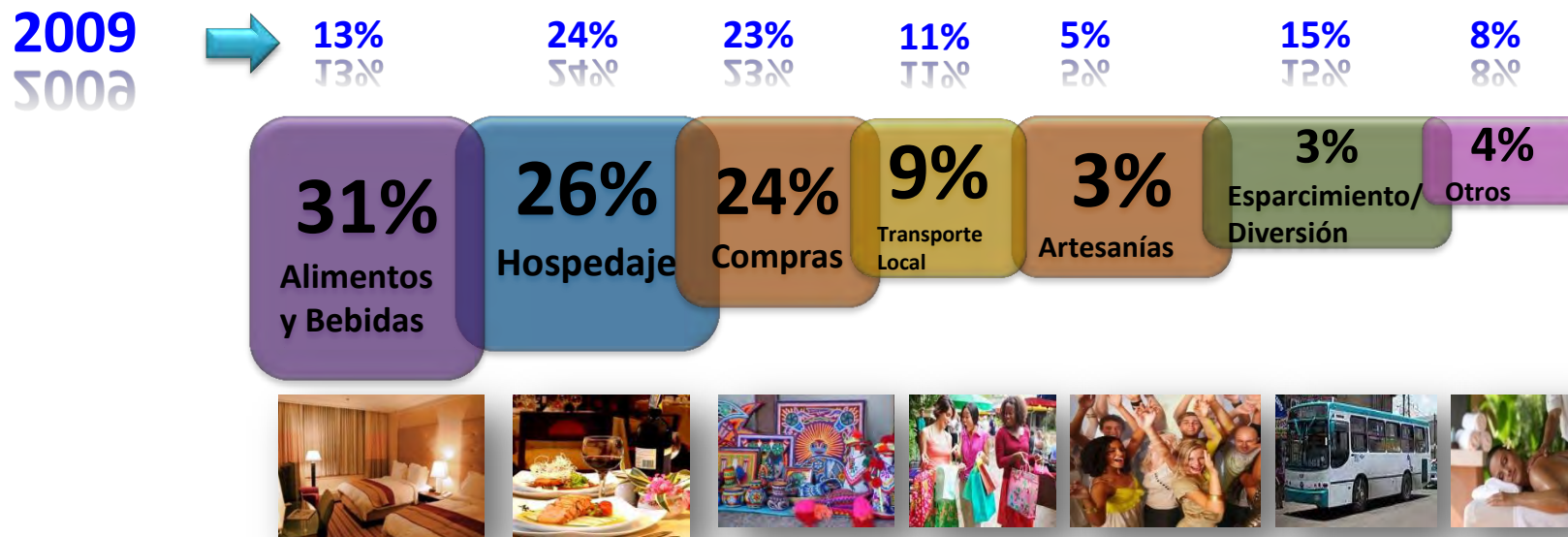
Concepto	Información Relevante
Principal motivo de visita	Descanso/Vacaciones/Paseo

Promedio de gasto por persona


Gasto del visitante por viaje

Visitante	Desde que salió hasta que llegó al destino	En el destino	De regreso a su origen
Turista	25%	51%	24%
Excursionista	25%	51%	24%

Distribución promedio del gasto del Turista



Promedio de Gasto por Persona al día

Tipo	Promedio Días	Promedio Gasto
 Turista en hotel 2010	1.52*	\$1,176
Turista en hotel 2009	1.33	\$1,953
Variación	14.28%	-39.78%
Turista Familiares y/o amigos 2010	5.88	\$355
Turista Familiares y/o amigos 2009	5.20	\$773
Variación	13.07%	-54.07%
Otro 2010	4.25	\$449
Otro 2009	NA	NA
Variación	--	--

Tipo	Promedio Días	Promedio Gasto
 Excursionista 2010	-	\$612
Excursionista 2009	-	\$611
Variación	-	0.16%



GASTO DEL VISITANTE

Promedio de gasto por persona

TEMPORADA	EXCURSIONISTA		HOTEL		POSADA/HOSTAL		CASA FAMILIARES/ AMIGOS	
	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA
NEGOCIOS	\$798	NA	\$1,426	4.32 días	\$1,000	1.00 día	\$288	5.58 días
SALAMANCA	\$612	NA	\$1,176	1.52 días	NA	NA	\$355	5.88 días
ESTADO	\$885	NA	\$1,351	1.47	\$716	3.87 días	\$652	6.04 días

TEMPORADA	CASA / DEPARTAMENTO PROPIO		CASA/DEPARTAMENTO RENTADO		OTRO	
	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA
NEGOCIOS	NA	NA	\$515	14.12 días	\$419	4.37 días
SALAMANCA	NA	NA	NA	NA	\$449	4.25 días
ESTADO	\$633	12.52 días	\$551	14.59 días	\$514	6.70 días

Visitantes y Derrama Económica Estimada

Total Visitantes 2010

Categoría	Salamanca	Estado	Proporción Guanajuato/Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	98,070	2,828,975	3%
Turistas en otros establecimientos comerciales	24,518	862,021	3%
Turistas en establecimientos no comerciales	245,175	4,604,790	5%
Excursionistas	858,113	12,026,488	7%
Totales	1,225,876	20,322,274	6%

Derrama Económica 2010

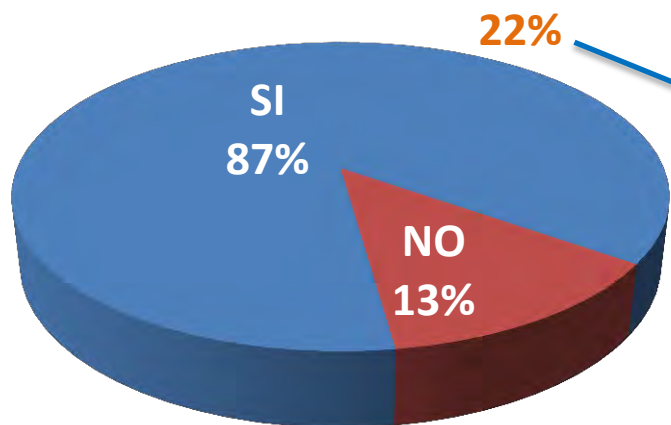
Categoría	Salamanca	Estado	Proporción Guanajuato/Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	\$175,732,949	\$5,612,771,494	3%
Turistas en otros establecimientos comerciales	\$10,997,692	\$4,993,593,894	0.2%
Turistas en establecimientos no comerciales	\$512,472,680	\$19,279,243,992	3%
Excursionistas	\$525,421,712	\$9,709,809,440	5%
Totales	\$1,224,625,033	\$39,595,418,820	3%

Fuente: Datatur-Sectur, Banco de México, Estudio del Perfil del Turista 2007,2008 y 2010 Sedetur .

Considera los asistentes y derrama económica estimada de la Expo Guanajuato Bicentenario del 17 de julio al 31 de diciembre 2010. Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada , Casa rentada, y Campamentos. 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.

Concepto	Información Relevante		
Gasto en el destino:	Excursionista	43%	
	Turista	57%	
Estadía de turista:	Hotel	1.52	días
	Familiares o amigos	5.88	días
	Otros	4.25	días
Derrama Económica estimada 2010	\$ 1,224,625,033		

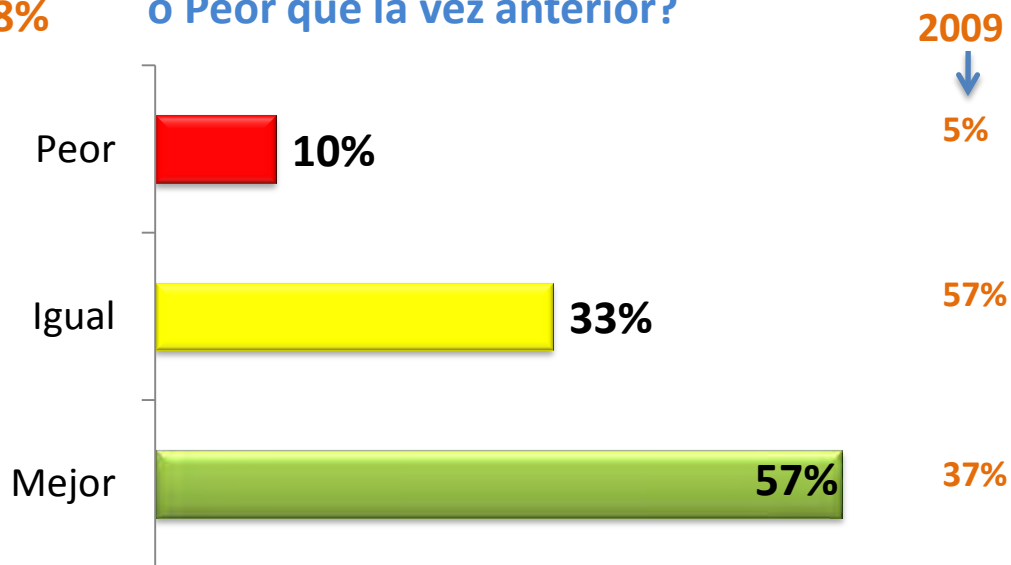
¿Ya había visitado anteriormente este destino?



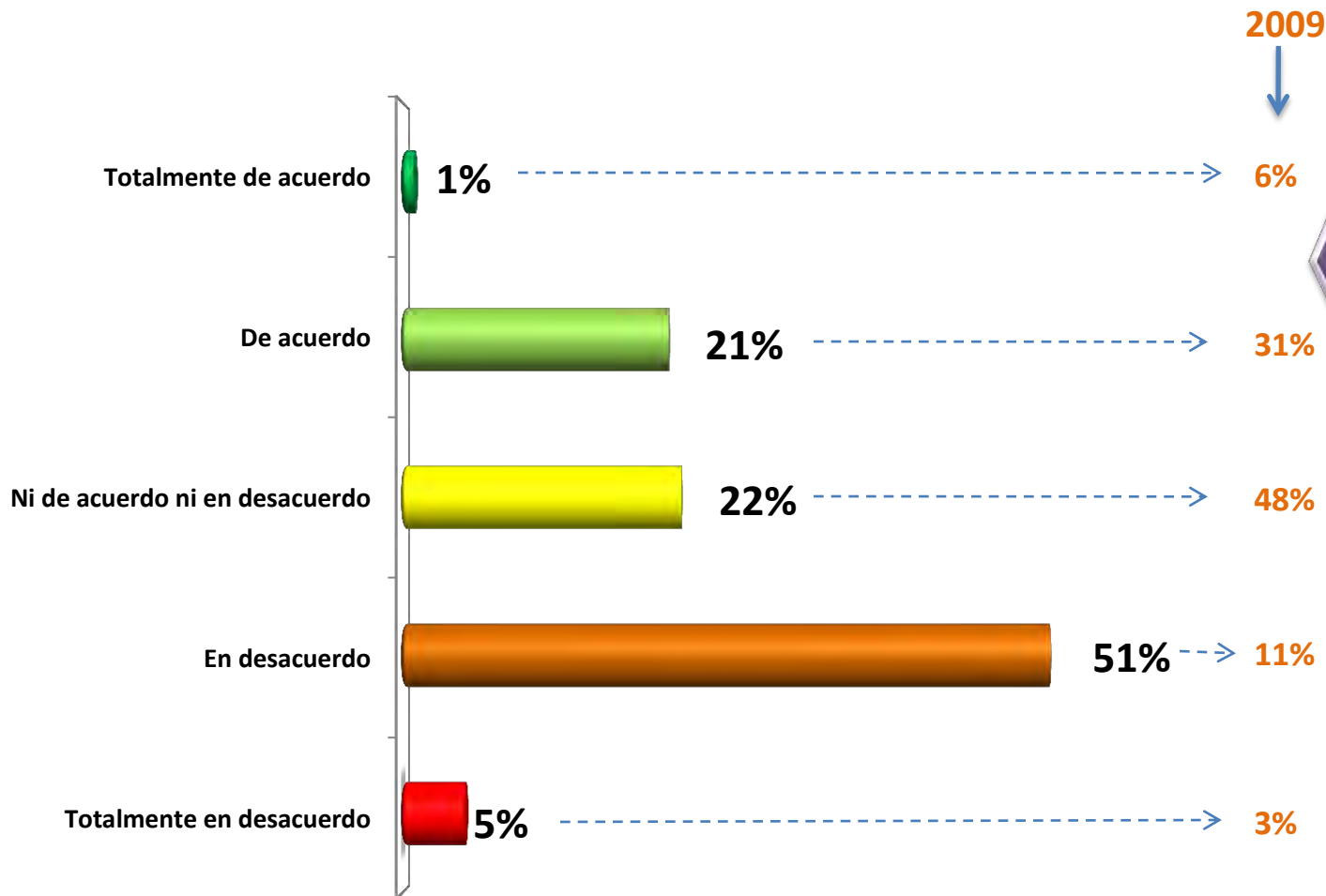
Nota: En 2009 los resultados se reportaron agrupados junto con Celaya



¿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?



¿Qué tan de acuerdo está Ud. en que la experiencia que tuvo en este destino es mejor que el de otros destinos que ha visitado?

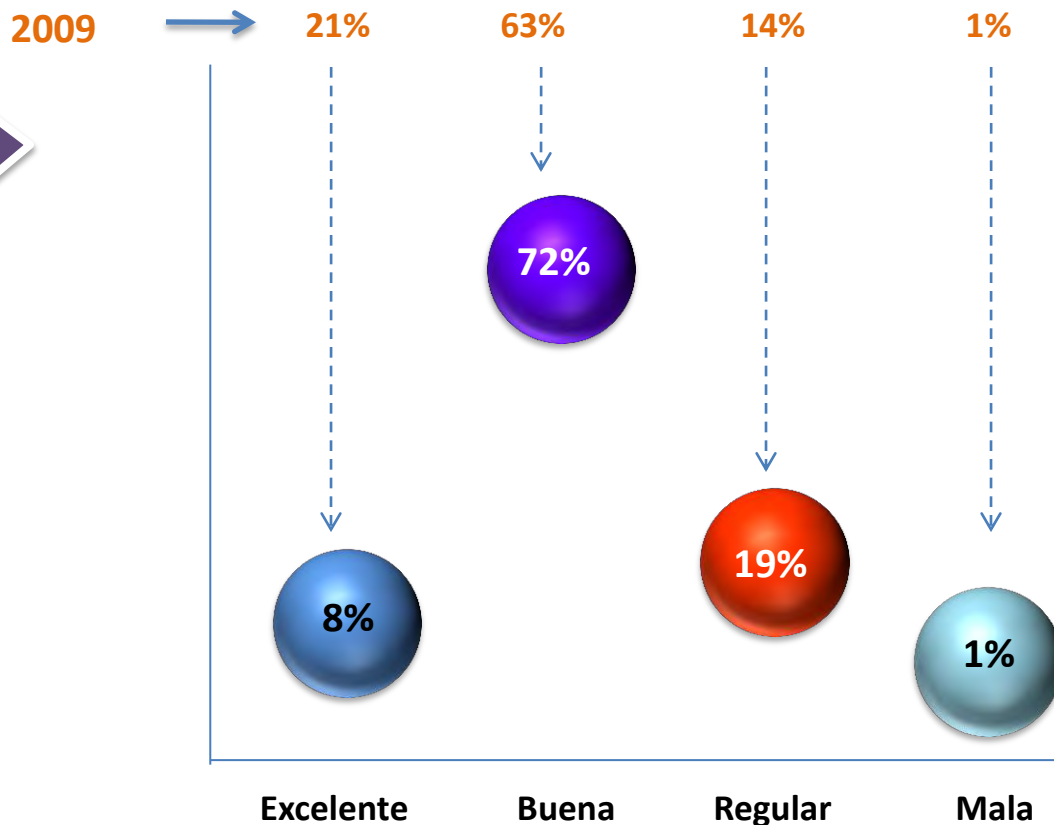


En 2010 el 22% de los visitantes estuvieron de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la experiencia en Salamanca fue mejor que en otros destinos visitados; Es importante seguir ofreciendo y promoviendo los atractivos de Salamanca para que así la experiencia del visitante sea cada vez mejor.

Nota: En 2009 los resultados se reportaron agrupados junto con Celaya

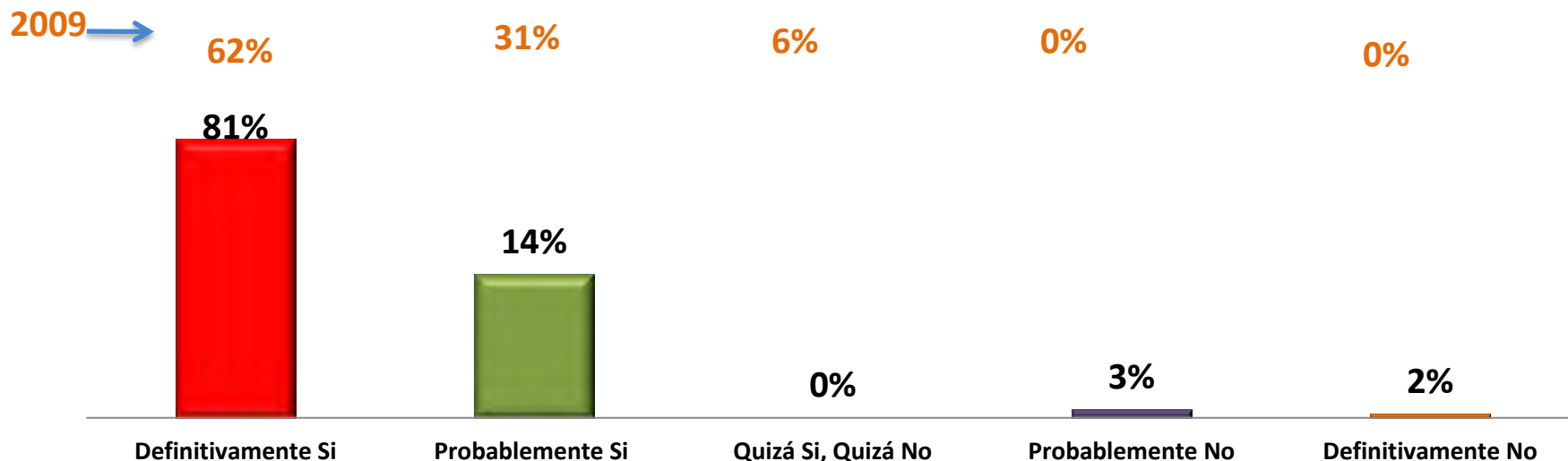
En general, ¿Qué tan satisfecho está usted con la experiencia que tuvo en este destino?

El 80% de los entrevistados mencionaron haber tenido una experiencia de excelente/buena; resultado similar al 2009, esto refleja la calidad y servicio que brindan la ciudad de Salamanca, aunque debe seguir trabajando.

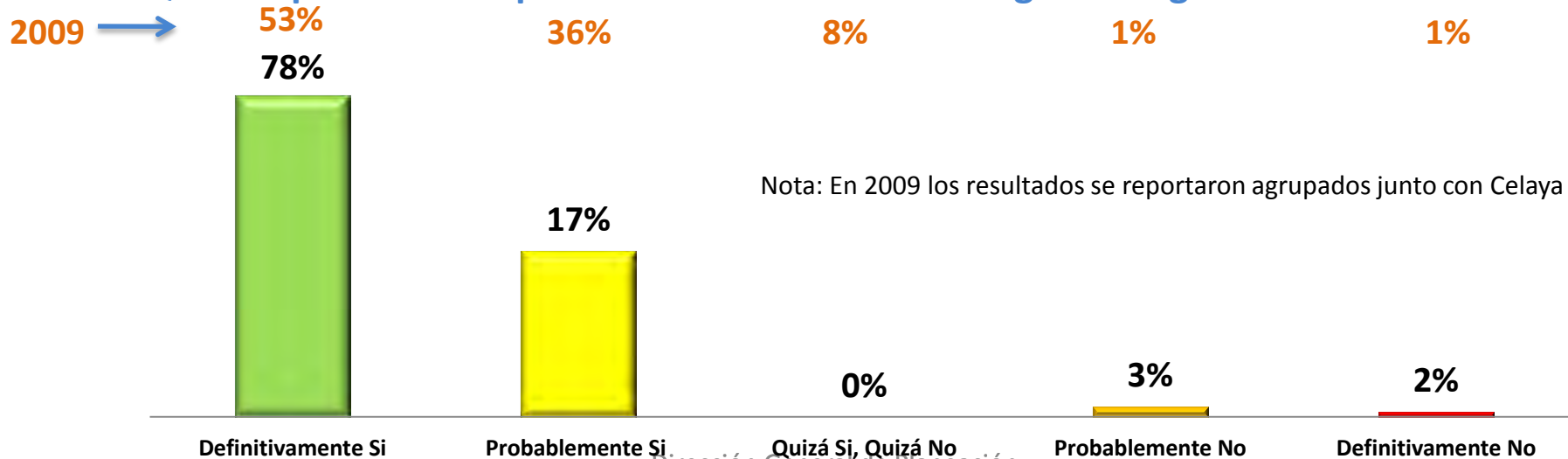


Nota: En 2009 los resultados se reportaron agrupados junto con Celaya

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



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

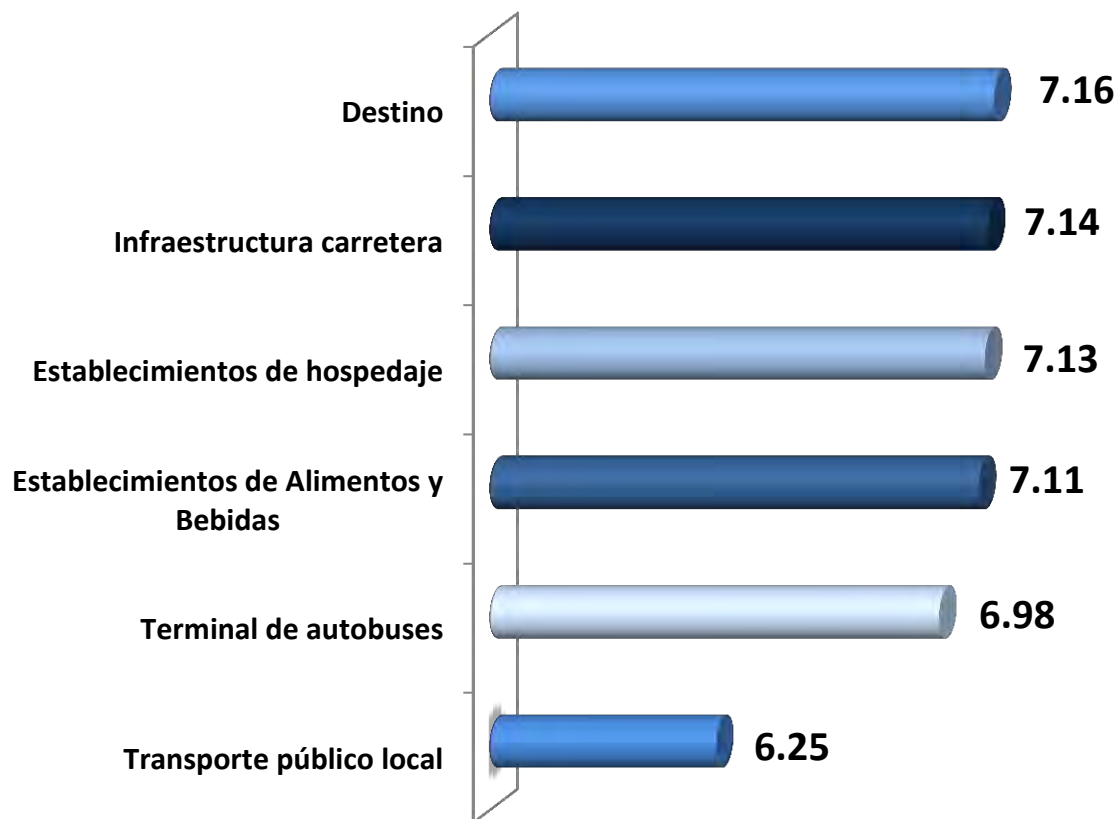


Nota: En 2009 los resultados se reportaron agrupados junto con Celaya



	Interno	Nacional	Internacional
Definitivamente Sí	83%	63%	100%
Probablemente Sí	14%	26%	0%
Probablemente No	2%	8%	0%
Definitivamente No	1%	3%	0%

En una escala de Excelente, Buena, Mala o Pésima, por favor indique su nivel de satisfacción con...



A pesar de que los entrevistados mencionaron que volverían o recomendarían el destino, al momento de hacer la evaluación de algunos aspectos en específico, las calificaciones no fueron satisfactorias (6.9). Es fundamental implementar nuevas estrategias que coadyuven a la satisfacción total del visitante y lo motive a regresar.

Calificación general = 6.96

Calificación general 2009 = 7.41

Nota: En 2009 los resultados se reportaron agrupados junto con Celaya

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

Salamanca 2010

Evaluación del Destino en general / Mapa de desempeño (Total Anual)

<p>Mejora Prioritaria</p> <ul style="list-style-type: none"> -Transporte público local -Terminal de autobuses 	<p>Fortaleza</p> <ul style="list-style-type: none"> - Destino
<p>Mejora Secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> -Establecimientos de alimentos y bebidas 	<p>Mantenimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura carretera -Establecimiento de hospedaje

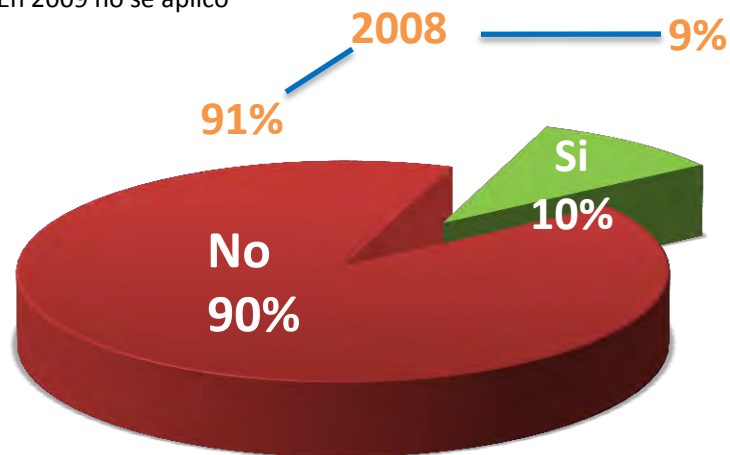
Concepto	Información Relevante	
¿Ya había visitado anteriormente el destino?	SI	87%
¿Qué tan de acuerdo esta en que la experiencia que tuvo en este destino es mejor que el de otros destinos ?	En desacuerdo	51%
Satisfacción en el destino	Excelente/Buena	80%
Recomendación del destino	Definitivamente SI/Probablemente SI	95%
Retorno al destino	Definitivamente SI/Probablemente SI	95%
Calificación del destino	6.96	

El 10% de los visitantes vio o escuchó publicidad sobre el destino. Los principales medios fueron televisión y la recomendación. Los menos mencionados fueron los folletos, las revistas y el internet.

Medios en los que escuchó/vio publicidad del destino*



Nota: En 2009 no se aplicó



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

*NOTA: El porcentaje puede sumar más de 100 por ser multirespuesta.



	Interno	Nacional
Anuncio de TV	23%	11%
Internet	4%	16%
Folletos	8%	0%
Recomendación	15%	11%
Radio	15%	5%
Revistas	4%	5%
Otros Medios	31%	53%
Espectaculares	0%	0%

Nota: Los entrevistados provenientes del extranjero no mencionaron haber visto o escuchado publicidad del destino.

RECORDACIÓN DE LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

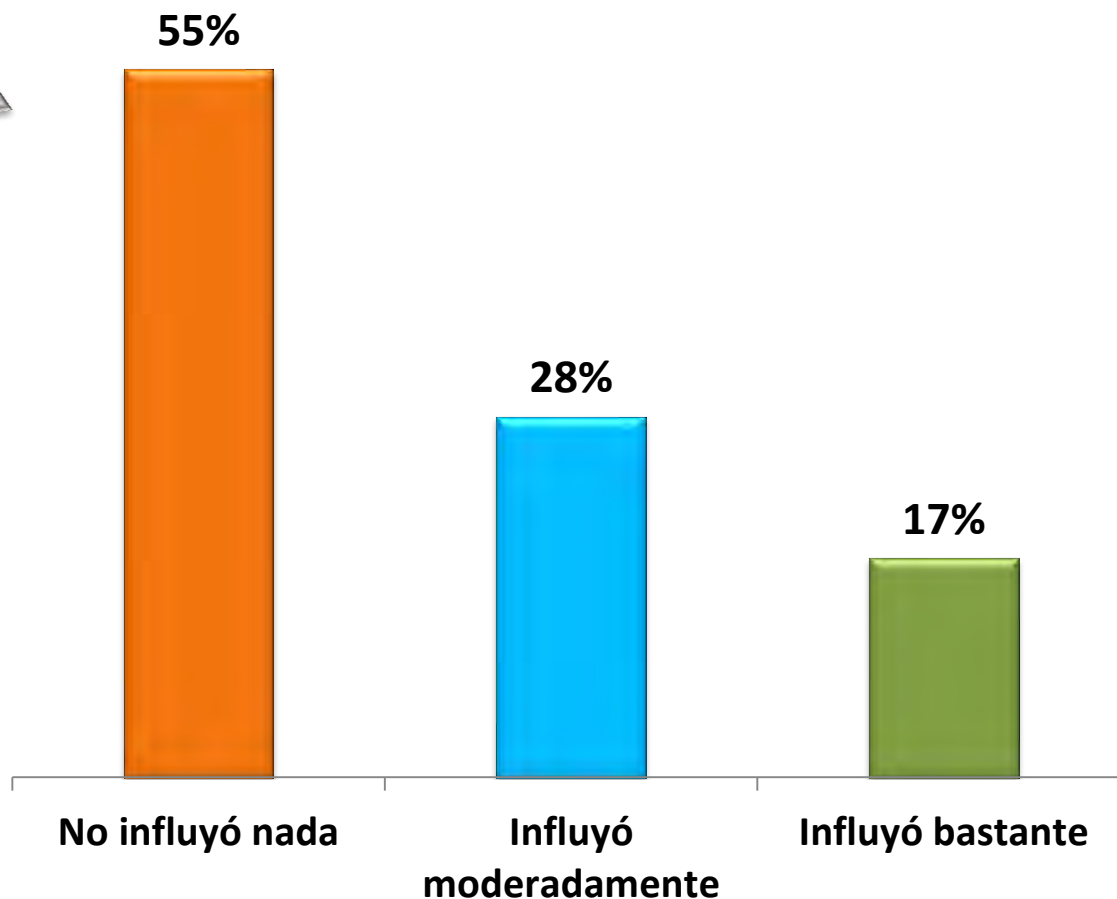
Por mercado, INTERNO

		Folletos	Radio	Revistas	Espectaculares	Anuncio en TV	Internet	Recomendación	Otros medios
Principales Destinos	Celaya	0%	14%	0%	0%	14%	14%	0%	58%
	Valle de Santiago	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Irapuato	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	67%
	Cortazar	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%
Resto de Destinos	Comonfort	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	Guanajuato	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	León	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%
	Manuel Doblado	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%
	Salamanca	11%	34%	11%	0%	44%	0%	0%	0%
	Salvatierra	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%

		Folletos	Radio	Revistas	Espectaculares	Anuncio en TV	Internet	Recomendación	Otros medios
Principales Destinos	D.F.	0%	0%	0%	0%	40%	0%	0%	60%
	Jalisco	0%	0%	50%	0%	0%	0%	50%	0%
	Estado de México	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	Michoacán	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Tamaulipas	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
Resto de Destinos	Aguascalientes	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%
	Durango	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	Guerrero	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	Hidalgo	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	Puebla	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	50%
	San Luis Potosí	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	Sonora	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%

¿Qué tanto influyó la publicidad en su decisión de venir a este destino?

En el 2010 el 45% de los visitantes se vieron influenciados por la publicidad para visitar Salamanca, es importante que la estrategia de publicidad tome en cuenta los medios a los que está expuesto el visitante para poder enfocarla y obtener mejores resultados .



Concepto	Información Relevante
¿Ha visto o escuchado publicidad del destino?	SI 10%
Principal medio en los que vio publicidad	Televisión
Influencia de la publicidad	No influyo 55%

Visitante Promedio

	Salamanca 2009	Salamanca 2010	Estatat 2010
Edad Promedio	34 años	41 años	41 años
Acompañado por	Familia	Familia	Familia
Grupo de viaje	3.67 personas	3.10 personas	3.28 personas
Medio de transporte	Automóvil	Camión	Automóvil
Ingreso	\$7,100 a \$12,199 (NSE D+)	\$2,800 a \$7,099 (NSE D)	\$7,100 a \$12,199 (NSE D+)
Otros lugares por visitar	León Guanajuato Irapuato	Guanajuato León San Miguel de Allende	Guanajuato San Miguel de Allende León
Motivo de Visita	Visita a familiares y amigos	Descanso/vacaciones	Descanso/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	\$611 por persona	\$612 por persona	\$ 885 por persona
Si se queda una noche gastará	\$1,953 por persona	\$1,176 por persona	\$1,351 por persona
Principal lugar de hospedaje	Casa familiares/amigos	Casa familiares/amigos	Familiares y/o amigos y Hotel
Experiencia del viaje	Buena	Buena	Buena
Recomendación del destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	7.41	6.96	7.50

Nota: En 2009 los resultados se reportaron agrupados junto con Celaya

	Salamanca 2010	León 2010	Celaya 2010	Irapuato 2010
Edad Promedio	41 años	40 años	40 años	42 años
Acompañado por	Familia	Familia	Familia	Familia
Grupo de viaje	3.10 personas	3.58 personas	2.96 personas	3.22 personas
Medio de transporte	Camión	Automóvil	Automóvil	Automóvil
Ingreso	\$2,800 a \$7,099 (NSE D)	\$7,100 a \$12,199 (NSE D+)	\$7,100 a \$12,199 (NSE D+)	\$7,100 a \$12,199 (NSE D+)
Otros lugares por visitar	Guanajuato León San Miguel de Allende	Guanajuato San Miguel de Allende Silao	Guanajuato San Miguel de Allende Querétaro	Guanajuato León Celaya
Motivo de Visita	Descanso/vacaciones	Descanso/Vacaciones	Descanso/Vacaciones	Descanso/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	\$612 por persona	\$1,127 por persona	\$775 por persona	\$561 por persona
Si se queda una noche gastará	\$1,176 por persona	\$1,499 por persona	\$1,078 por persona	\$1,184 por persona
Principal lugar de hospedaje	Casa familiares/amigos	Hotel	Casa de Familiares/Amigos	Casa de Familiares/Amigos
Experiencia del viaje	Buena	Buena	Buena	Buena
Recomendación del destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	6.96	7.62	7.23	7.26

	Salamanca 2010	Negocios 2010
Edad Promedio	41 años	40 años
Acompañado por	Familia	Gente relacionada con el trabajo
Grupo de viaje	3.10 personas	3.19 personas
Medio de transporte	Camión	Automóvil
Ingreso	\$2,800 a \$7,099 (NSE D)	\$7,100 a \$12,199 (NSE D+)
Otros lugares por visitar	Guanajuato León San Miguel de Allende	León Guanajuato Querétaro
Motivo de Visita	Descanso/vacaciones	Negocios
Si regresa el mismo día gastará	\$612 por persona	\$798 por persona
Si se queda una noche gastará	\$1,176 por persona	\$1,426 por persona
Principal lugar de hospedaje	Casa familiares/amigos	Hotel
Experiencia del viaje	Buena	Buena
Recomendación del destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	6.96	7.33

Visitante Deseado

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

Generación y desarrollo de
productos turísticos para
incrementar el consumo, la
estadia y mas captación
económica.



Alianzas con prestadores
de servicios de la ciudad y
de otros lugares y
negociaciones con
operadores turísticos

Estrategias de promoción y
publicidad en otros lugares
enfocadas en persuadir al
público en general de los
atractivos turísticos de la
ciudad.

Establecer valor agregado a
las características de la
ciudad que den pauta al
reconocimiento de marca
como tal.

Contacto

- Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández, Director General de Planeación.
rcardenas@guanajuato.gob.mx
- Lic. Claudia Avalos Betancourt, Directora de Información y Análisis.
cavalosb@guanajuato.gob.mx
- Lic. Irazema del Rocío Álvarez Pérez, Jefe de Estadística e Información.
ialvarezp@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

