

# Actividad Turística y Perfil del Visitante 2008

León 2008



Guanajuato  
Gobierno  
del Estado

Secretaría  
de Desarrollo  
Turístico

**Contigo Vamos**

# CONTENIDO

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

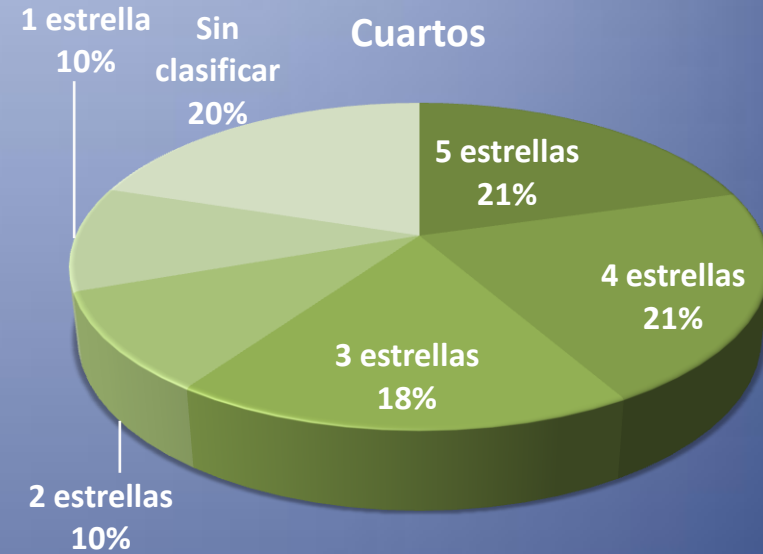
# León

## Inventarios

### Inventario

Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	112
Alimentos y bebidas	285
Balnearios	3
Campos de golf	5
Agencias de viaje	99
Empresas arrendadoras de automóviles	15
Centros de congresos y convenciones (incluye hoteles)	17
Transportadoras turísticas	27

Fuente: Sedetur



### Inventario de hospedaje

Categoría	Establecimientos	Cuartos
5 estrellas	9	1,306
4 estrellas	14	1,341
3 estrellas	22	1,146
2 estrellas	15	625
1 estrella	15	660
Sin clasificar	37	1,272
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>6,350</b>

Inventario a junio 2009.

### Movimientos en el inventario de establecimientos de hospedaje:

Altas:

- Enterprise Inn , 2004
- Interforum , 2005
- Holiday Inn Centro de Convenciones, 2007
- México Plaza Centro Max, 2007
- City Express, 2007
- Hotel Yvette, 2008
- Crowne Plaza, 2009

\* Reclasificación en 2006 y 2008

\* Actualizaciones constantes

# Estudio “Censo de Hospedaje Alternativo en León”

28  
establecimientos  
proporcionaron  
información

100% funcionan  
todo el año

En promedio  
tienen  
funcionando 6.5  
años

**75%**

Amueblados

**7%**

Hotel

**7%**

Renta de Cuartos

**7%**

Departamentos

**4%**

Hostal

**DATOS DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ALTERNATIVO**

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PÁGINA WEB	CONTACTO	CAPACIDAD EN N° PERSONAS	PROMEDIO DE ESTADIA	PRECIOS	MODO DE OPERAR
Casa Mía	Violetas # 201 Col. Jardines de Jerez 1 da sección	477 711 14 17	<u>No tiene</u>	Juana Erika Landeros Hernández	36	1 mes	\$ 500 P/H/N	Habitaciones y Departamentos
Amueblados San Isidro	Blvd. San Pedro # 196 Col. San Isidro	477 771 97 92 y 477 711 09 00	<u>No tiene</u>		100	1 mes	\$ 6,500 P/D/M	Departamentos
Amueblados del Moral	Cañada # 301 Piso 2 Col. Jardines del Moral	477 638 31 26	<u>No tiene</u>	Montserrat Esquerria	20	1 semana	\$ 250 P/P/N	Amueblado
Amueblados del Campestre	Av. Guanajuato # 104 Col. Jardines del Moral	477 718 81 81	<a href="http://www.hoteldelcampesetre.com">www.hoteldelcampesetre.com</a>	Guillermo Santoyo	483	1 mes	\$ 679 P/D/N	Departamentos
Hotel y Suites los Alcatraces	Congreso de Chilpancingo # 705 Col. Villa Insurgentes	477 717 69 73	<u>No tiene</u>	Adrian	14	1 semana	\$ 360 P/H/N	Hotel
Amueblados Cráter	Cráter # 124 Col. Jardines del Moral	477 717 69 23	<u>No tiene</u>	Sra. Chelo	20	10 noches	\$ 250 P/H/N	Amueblado
Amueblados del Bajío	Condesa # 305 Col. Real Providencia	477 772 43 24	<u>No tiene</u>	Rosa Duarte Gómez	20	15 noches	\$ 1,500 P/H/M	Amueblado
Inmobiliaria Munro	Av. León #120 col. Los Paraísos	477 769 57 77	<u>No tiene</u>	Armando Munro	24	1 semana	\$ 130 P/P/N	Amueblado
Conjunto Villas Mediterráneas	Av. Universidad # 287 Col. Lomas del Sol	477 717 79 32	<a href="http://www.villamed.com.mx">www.villamed.com.mx</a>	Cintha Espinoza	100	1 mes	\$ 650 P/D/N	Departamentos
Andrade Suites Amuebladas "La Morenita"	Heroico Colegio Militar # 218 Col. Andrade	477 713 9165	<a href="http://www.suites_andrade.com">www.suites_andrade.com</a>	Sara Ortiz	136	1 semana	\$ 410 P/H/N	Amueblado
All Rich Suites	Pinos # 105 Col. La Martinica	477 764 00 15	<u>No tiene</u>	César Carrillo	60	2 noches	\$ 550 P/H/N	Hotel
Amueblados México Plaza	La Morena # 104 Col. León Moderno	477 704 04 00	<a href="http://www.mexicoplaza.com.mx">www.mexicoplaza.com.mx</a>	Lupita Reynoso	100	1 semana	\$ 1,400 Penthouse \$ 660 P/D/N	Amueblado
Amueblados Pinzón	Rio Escondido # 1001 Col. Prados Verdes	477 715 28 46	No tiene	Sra. Pinzón	10	1 mes	\$ 1,200 P/M/N	Amueblado
Amueblados Verdi	Verdi # 112 Col. León Moderno	477 241 72 80	No tiene	Ricardo Curiel	24	3 noches	\$ 180 P/P/N	Hotel

**DATOS DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ALTERNATIVO**

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PÁGINA WEB	CONTACTO	CAPACIDAD EN N° PERSONAS	PROMEDIO DE ESTADIA	PRECIOS	MODO DE OPERAR
Suites Amuebladas La Martinica	Priv. Olimpo # 105 Col. La Martinica	477 764 14 92	No tiene	Sra. Gaby	40	2 noches	\$ 300 P/H/N	Hotel
Amueblados Rosini	Rosini # 235 Col. León Moderno	477 770 64 24	No tiene	No dio	15	2 noches	\$ 150 P/P/N	Hotel
Amueblados Arbide	Aconcagua # 111 Col. Arbide	477 714 30 85 y 713 68 57	No tiene	Srita. Aidé	28	1 mes	\$ 2,800 P/HS/M 4,000 P/HD/M	Amueblado
Habitaciones en la colonia El Mirador	Ma. Eugenia # 111 Col. El Mirador	477 7153471	No tiene	Pamela Chagoya	6	6 meses	\$ 1,200 P/H/M	Casa de Huéspedes
Habitaciones en la colonia El Rosario	Plaza San Mateo # 102 Col. El Rosario		No tiene	Sra. Leticia Gómez	3	1 año	\$ 1,500 P/H/M	Casa de Huéspedes
Habitaciones en la colonia El Coecillo	Elvira Mena # 103 Col. El Coecillo	477 7631229	No tiene	Josefina Sánchez	5	1 semana	\$ 100 P/H/N	Casa de Huéspedes
Casa de Asistencia San Isidro	Paseo de las Golondrinas # 505 Col. San Isidro	477 7111183	No tiene	Sra. Treviño	3	1 mes	\$ 2,000 P/H/M	Casa de Huéspedes
Casa en Residencial San Carlos	Priv. Borromeo # 102 col. San Carlos	477 711 76 53	No tiene	Sra. Zavala	2	1 mes	\$ 400 P/H/S \$ 1,500 P/H/M	Casa de Huéspedes
Habitaciones en la colonia Azteca	Océano Atlántico # 510 Col. Azteca	477 707 13 48	No tiene	Paty Pérez	1	1 mes	\$ 1,000 P/D/M	Departamento
Andrade Amueblados	Bruselas # 110 Col. Andrade	477 7135531	No tiene	José Morales	2	1 año	\$ 1,000 P/H/M	Casa de Huéspedes
Departamento amueblado en la colonia Obregón	Julián de Obregón # 320 Col. Obregón	477 716 86 34	No tiene	Raquel Márquez	8	1 mes	\$ 1,200 P/H/M	Casa de Huéspedes
Los Alcatraces	Fuego # 112 Col. Jardines del Moral	477 717 08 73	No tiene	Stephanie Muñoz	30	1 mes	\$ 250 P/H/N	Casa de Huéspedes
Departamentos Rangel	Juárez # 733 Col. Centro	477 712 28 77	No tiene	Alejandro Rangel	30	1 mes	\$ 350 P/H/N	Casa de Huéspedes
Amueblados Obregón	Ignacio Rayón # 647 Col. Obregón	477 714 55 52	No tiene	Patricia Soria	2	1 mes	\$ 50 P/H/N	Casa de Huéspedes

**DATOS DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ALTERNATIVO (Continuación)**

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PÁGINA WEB	CONTACTO	CAPACIDAD EN Nº PERSONAS	PROMEDIO DE ESTADIA	PRECIOS	MODO DE OPERAR
Habitación en la colonia León Moderno	Tepeyac # 111 Col. León Moderno	477 712 67 89	Solo tiene 1 habitación para rentar y como la tienen ocupada no proporciono más información					Casa de Huéspedes
Cuartos amueblados Panorama	San Juan Bautista de La Salle # 122 Col. Panorama	477 122 17 37	En el domicilio no proporcionan información y por teléfono no contestan					Casa de Huéspedes
Departamento en la colonia El Coecillo	Priv. Circunvalación Pachuca # 144 Col. El Coecillo	477 712 04 32 y 241 49 41	Renta departamentos sin amueblar en la colonia El Coecillo \$1,400 mensuales, mínimo 6 meses					Departamento
Recámara amueblada en la colonia Industrial	Abasolo # 102 Col. Industrial	477 762 20 39	No se encontró ese número en la calle y por teléfono dicen que nunca han rentado cuartos					
Cuartos amueblados en la colonia Azteca	Tizoc # 202 Col. Azteca	477 711 35 21	No rentan cuartos					
Habitaciones amuebladas en colonia Centro	Aquiles Serdán # 507 Zona Centro	477 711 85 12	En el domicilio no proporcionan información y por teléfono no contestan					Casa de Huéspedes
Habitación en la colonia La Florida	San Jaime # 301 Col. La Florida	477 762 22 94	En el domicilio no proporcionan información y por teléfono no contestan					Casa de Huéspedes
Cuarto amueblado en la colonia Centro	Hermanos Aldama# 417 Zona Centro		En el domicilio no proporcionan información y por teléfono no contestan					Casa de Huéspedes
Departamento amueblado en la colonia Centro	Blvd. Mariano Escobedo # 219 Col. Centro	477 714 80 50	No tiene	No dio nombre	1	6 meses	\$ 1,500 P/D/M	Departamento
Cuarto en la colonia Lomas del Sol	Av. Universidad #23904 Col. Lomas del Sol		No existe el domicilio					
Habitaciones amuebladas en colonia Bellavista	República del Salvador # 509 Col. Bellavista	477 764 61 31	En el domicilio no proporcionan información y por teléfono no contestan					Casa de Huéspedes
Cuartos amueblados en la colonia San Miguel	Independencia # 712 Col. San Miguel	477 712 45 15 y 712 23 27	En el domicilio no proporcionan información y por teléfono no contestan					Casa de Huéspedes
Cuartos amueblados para señoritas	Hermanos Aldama# 301 Int. 2 Zona Centro	No disponible	En el domicilio no proporcionan información					Casa de Huéspedes
Cuartos para hombres	José Farell # 301 Col. Sta. María de Cementos	477 70786 87	En el domicilio no proporcionan información y por teléfono no contestan					Casa de Huéspedes
Habitaciones amuebladas en la colonia Jardines del Moral	Loma # 108 Col. Jardines del Moral	477 717 01 88	No rentan cuartos					

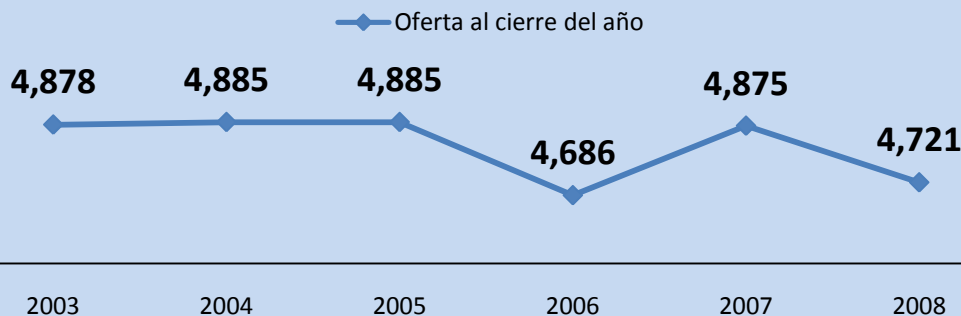


### DATOS DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ALTERNATIVO (Continuación)

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PÁGINA WEB	CONTACTO	CAPACIDAD EN N° PERSONAS	PROMEDIO DE ESTADIA	PRECIOS	MODO DE OPERAR
Departamento amueblado en la colonia Azteca	Tlacopan # 620 Col. Azteca	477 771 87 20	En el domicilio no proporcionan información y por teléfono no contestan					Departamento
Habitaciones amuebladas en la colonia Centro	Hidalgo # 124 Col. Centro	477 713 36 92	En el domicilio no proporcionan información y por teléfono no contestan					Casa de Huéspedes
Hospedaje para señoritas	Bld. Adolfo López Mateos 746 Pte. Col. Obregón	477 714 18 80	En el domicilio no proporcionan información y por teléfono no contestan					Casa de Huéspedes
Departamento en Privada del Rocío	Lluvia # 3850 Col. Jardines del Moral	477 122 38 11	No tiene	No tiene	No dio nombre	1 año	\$ 1,500 P/D/M	Departamento
Habitaciones amuebladas en la colonia Brisas del Campo	Campos Floridos # 205 Col. Brisas del Campo	En el domicilio no proporcionan información					Casa de Huéspedes	
Habitaciones amuebladas en la colonia Obregón	Cuauhtémoc # 604 Col. Obregón	En el domicilio no proporcionan información					Casa de Huéspedes	
Habitaciones para señoritas en Loma bonita	Alaska # 805 Col. Loma Bonita	En el domicilio no proporcionan información					Casa de Huéspedes	
Habitaciones para estudiantes	5 de Mayo # 618 Col. Centro	En el domicilio no proporcionan información y el teléfono no existe					Casa de Huéspedes	
Habitación amueblada solo para mujeres	Andador 73 # 302 Col. Unidad Miguel Hidalgo	477 770 23 10	En el domicilio no proporcionan información y tampoco por teléfono					Casa de Huéspedes
Recámara amueblada en la colonia La Martinica	San Javier # 317 Col. La Martinica	En el domicilio no proporcionan información					Casa de Huéspedes	
Cuarto Amueblado en la colonia Loma Bonita	María Luisa # 108 Col. Loma Bonita	En el domicilio no proporcionan información					Casa de Huéspedes	
Cuarto amueblado en la colonia San Felipe de Jesús	Beirut # 630 Col. San Felipe de Jesús	En el domicilio no proporcionan información					Casa de Huéspedes	

**Nota: P/H/N=Por habitación por noche, P/H/M=Por habitación por mes, P/HS=Por habitación sencilla, P/P/N=Por persona por noche, P/D/M= Por departamento por mes, P/D/N= Por departamento por noche.**

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

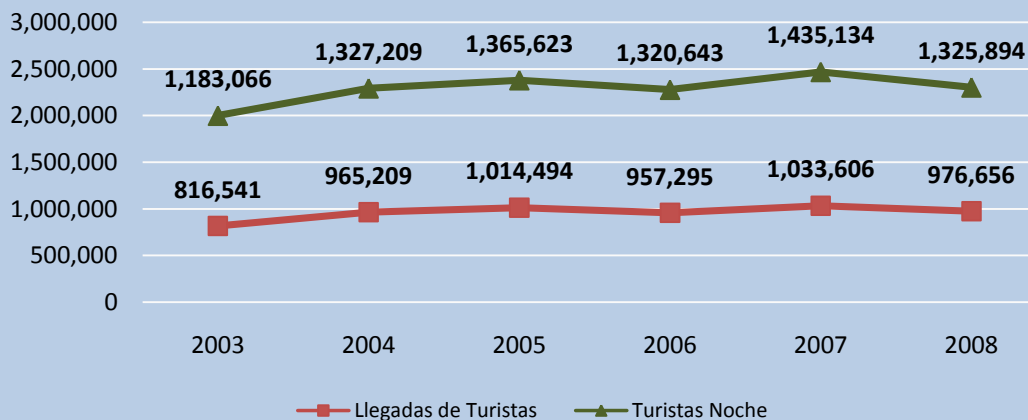


Fuente: Anuarios INEGI. Sedetur

En 2006 se movieron establecimientos de 1-5 estrellas a sin clasificar (por ser moteles no familiares). En 2008 también hubo reclasificación.

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

### Indicadores Hoteles 1 a 5 estrellas

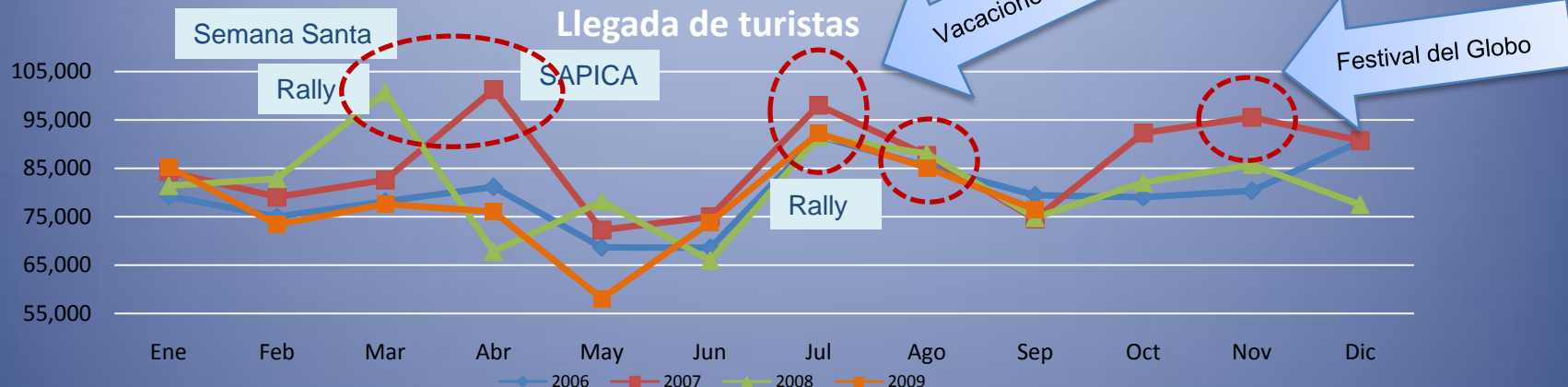


Fuente: Datatur-Sectur. Sedetur

### Ocupación en Hoteles 1 a 5 estrellas

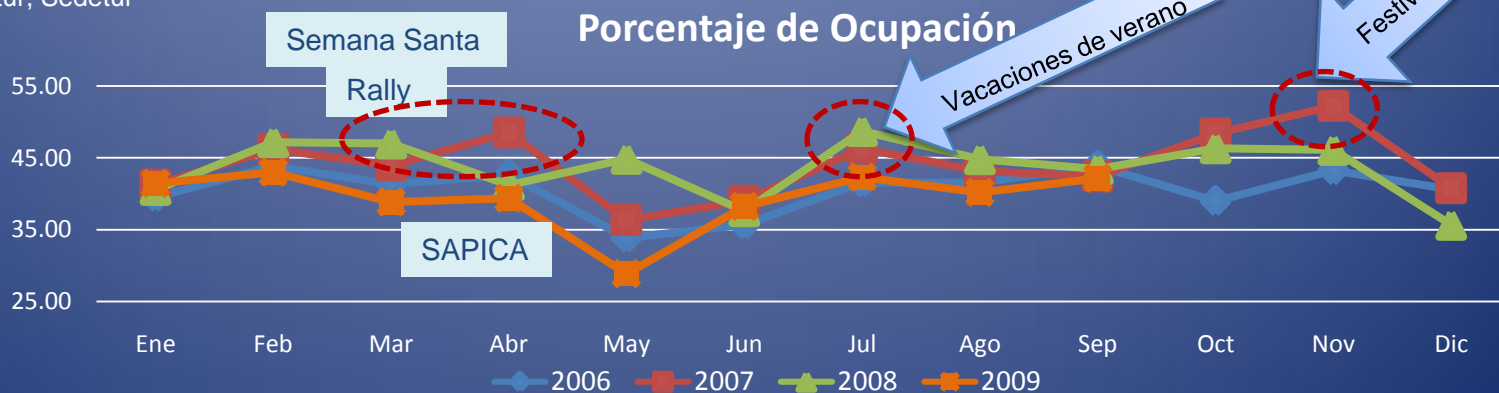


## Tendencia de los Indicadores de Hospedaje



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	79,256	74,991	78,173	81,181	68,619	68,592	91,665	85,419	79,471	79,030	80,349	90,548	957,295
2007	84,352	79,066	82,610	101,332	72,259	74,993	98,090	87,675	74,539	92,357	95,581	90,752	1,033,606
2008	81,403	82,885	100,755	67,783	78,181	65,935	91,530	88,073	74,785	82,071	85,756	77,498	<b>976,656</b>
2009	85,305	73,336	77,617	76,008	58,067	73,816	92,282	85,143	76,522				

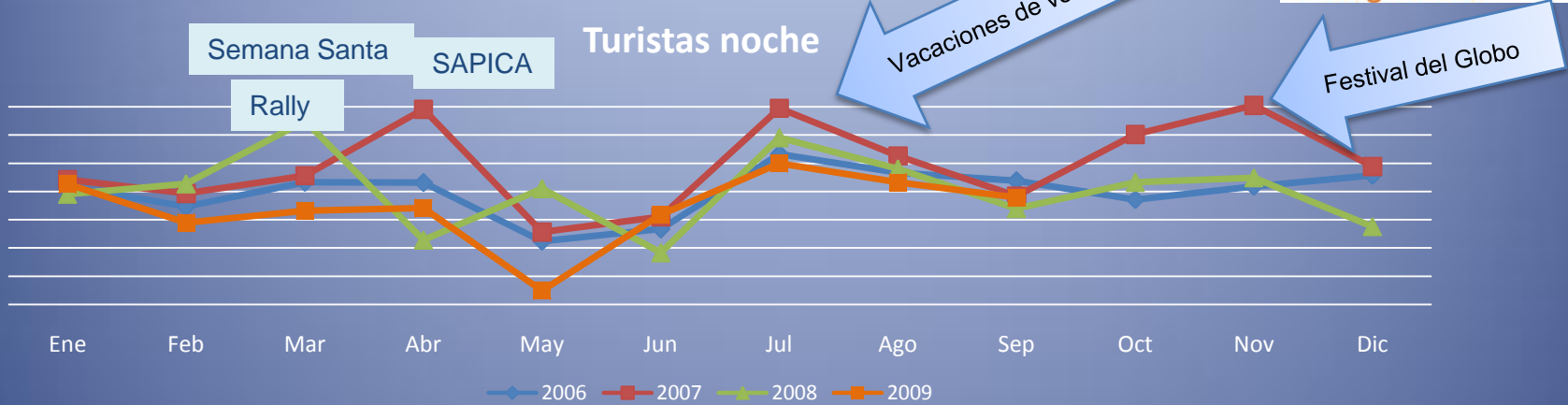
Fuente: Datatur-Sector, Sedetur



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	39.54	43.81	41.33	42.61	33.84	35.67	41.54	41.54	43.87	38.95	43.24	40.58	40.51%
2007	41.26	46.26	43.92	48.52	36.36	39.03	46.28	43.14	42.42	48.39	52.21	40.76	44.03%
2008	40.55	47.18	47.02	41.18	44.84	37.58	48.72	44.80	43.43	46.34	46.10	35.68	43.61%
2009	41.43	42.97	38.85	39.37	28.85	38.21	42.33	40.18	42.15				

Fuente: Datatur-Sector, Sedetur

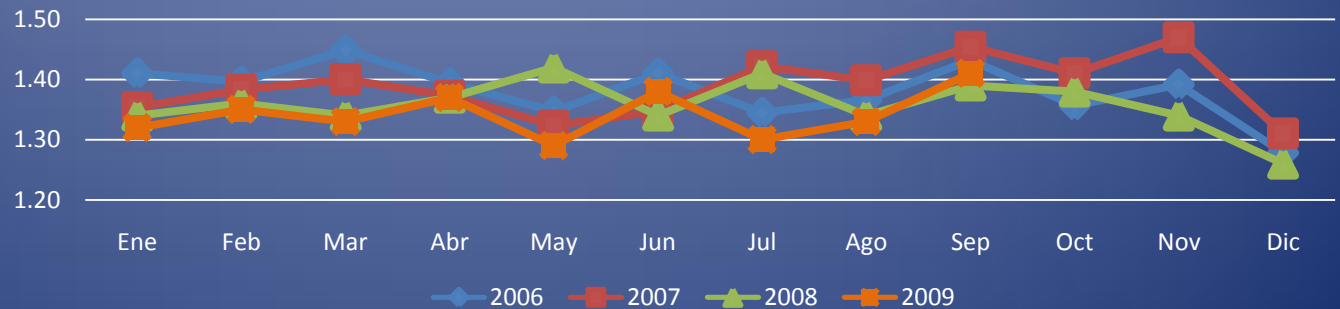
## Tendencia de los Indicadores de Hospedaje



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	111,777	104,711	113,256	113,180	92,427	96,737	123,257	116,709	113,820	107,192	111,817	115,761	1,320,643
2007	114,213	109,345	115,664	139,104	95,644	101,060	139,489	122,606	108,395	130,224	140,504	118,885	1,435,134
2008	109,081	112,724	135,012	92,863	111,017	88,353	129,057	118,017	103,952	113,258	114,913	97,648	<b>1,325,894</b>
2009	112,603	99,004	103,231	104,131	74,907	101,866	119,967	113,241	107,896				

Fuente: Datatur-Sector, Sedetur

## Estadía promedio



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	1.41	1.40	1.45	1.39	1.35	1.41	1.34	1.37	1.43	1.36	1.39	1.28	1.38
2007	1.35	1.38	1.40	1.37	1.32	1.35	1.42	1.40	1.45	1.41	1.47	1.31	1.39
2008	1.34	1.36	1.34	1.37	1.42	1.34	1.41	1.34	1.39	1.38	1.34	1.26	1.36
2009	1.32	1.35	1.33	1.37	1.29	1.38	1.30	1.33	1.41				

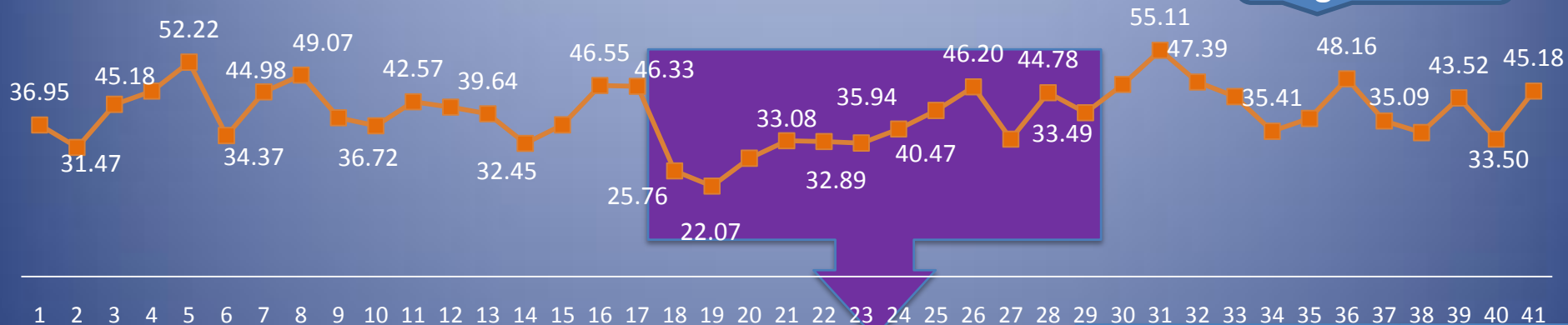
Fuente: Datatur-Sector, Sedetur

# León

## Porcentaje de ocupación semanal 2009

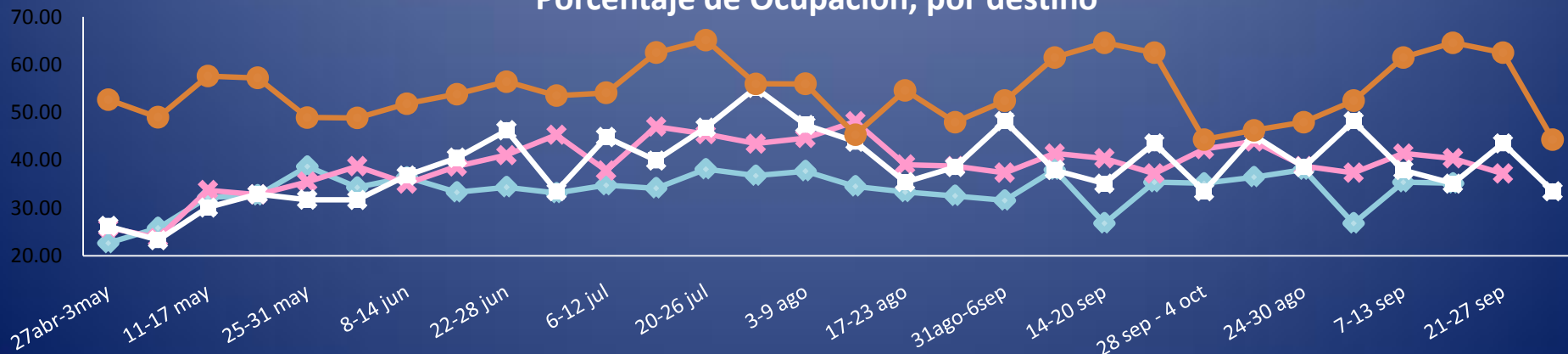
Recuperación gradual

### Porcentaje de Ocupación



Semana 2 a 5: Feria de León	Semana 8: del 19 al 22 de febrero ANPIC	Semana 15-16: Semanas Santa y Pascua	Semana 17: SAPICA	<b>Semana 19 y 20 (mayo): Inician los efectos de la contingencia sanitaria</b>	Semana 28: Rally de las Naciones	Semana 29 inicia periodo vacacional de verano (6)	Semana 39: SAPICA
						Semana 35: Expo Tendencias Gastronómicas	Semana 41: Foro Global de Energías Renovables
						Sem 36: Torneo de Golf, EQUUS, Congreso Veterinario	

### Porcentaje de Ocupación, por destino



Fuente: Datatur-Sector. Sedetur

# León

## Inversiones

### México Plaza

#### Estadio-Poliforum

- Inversión estimada de \$220 millones de pesos.
- Empleos: 210
- Más de 190 habitaciones

### Hotel Radisson

- Ampliación
- Inversión estimada de \$30 millones de pesos
- Empleos: 25



# Comparativos de ocupación hotelera AHYM de León y Sedetur

Comparativo	Hoteles monitoreados		Porcentaje de ocupación			Variación	
	AHYM de León	Sedetur	AHYM de León 1	Datur-Sedetur (mismos hoteles) 2	Datur - Sedetur (total monitoreo) 3	Absoluta 1vs3	Porcentual 1vs3
Congreso Nacional de Químicos Clínicos	17	28	51.70%	52.27%	47.20%	-4.5	-8.80%
Reunión Dental de Provincia y Expo Western	13	28	51.60%	49.71%	45.10%	-6.5	-12.50%
Vacaciones de Verano fin de semana del 14 al 16 agosto	12	27	49.90%	59.27%	47.60%	-2.3	-4.60%
Vacaciones de Verano fin de semana del 21 al 23 agosto	18	29	34.90%	31.34%	29.80%	-5.1	-14.50%
Congreso de Veterinarios, Equus , Abierto de Golf	39	29	68.50%	66.58%	59.70%	-8.8	-12.90%

# Comparativos de ocupación hotelera

## AHYM de León y Sedetur

Comparativo	Hoteles monitoreados		Porcentaje de ocupación			Variación	
	AHYM de León	Sedetur	AHYM de León 1	Datatur-Sedetur (mismos hoteles) 2	Datatur - Sedetur (total monitoreo) 3	Absoluta 1vs3	Porcentual 1vs3
Sapica	23	29	60.31%	69.0%	56.42%	-3.9	-6.4%
Agosto	40	30	43%	42%	41%	-2	-4%
Julio	32	30	48.00%	45.46%	43.00%	-5	-10.00%
Junio	20	17	40.00%	41.74%	38.20%	-1.80	-4.50%
5-7 Junio (Flyers)	18	15	29.67%	34%	34.34%	4.67	16%
14-16 marzo (fin de semana largo)	15	11	45.00%	42%	44.94%	-0.06	0%
9-11 julio (Rally)	41	31	46.30%	55%	53.68%	7.38	16%
22-23 julio Congreso del Tomate	28	24	67.00%	68%	55.83%	-11.17	-17%



# Conclusiones iniciales

La mayoría de las variaciones se encuentran dentro de un límite aceptable de  $\pm 5$  puntos porcentuales. Los porcentajes de ocupación durante los días de eventos son los que presentan mayores variaciones.

## Posibles motivos de las variaciones

### Metodología

Promedio general vs.  
Promedio de promedios

### El contacto.

Criterio y capacitación de  
la persona que reporta

### Horario

Antes o después del cierre  
de actividades

## Recomendaciones

Continuar con  
comparativos



Patrón de  
comportamiento de los  
hoteles.

Establecer una  
estrategia para los  
sondeos

Homologar la muestra



datos comparables.

Obtener los datos de  
la misma persona.

# Resumen Actividad Turística

Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	6,350
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	80%
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2008	976,656
Porcentaje de Ocupación promedio 2008	43.61%
Porcentajes de ocupación más altos	Marzo-abril, Mayo, julio y noviembre
Estadía promedio	1.36

## 2. Estudio del Perfil del Visitante a León

### Vitrina metodológica

El estudio fue realizado de marzo a diciembre de 2008.

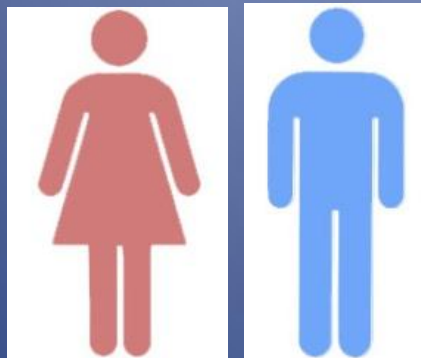
Se aplicaron 1,614 encuestas, cara a cara en los sitios de más afluencia y en hoteles.

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 León se inclina hacia el género masculino. El nivel socioeconómico es principalmente media y media alta. Se sugiere dirigir los esfuerzos de publicidad y promoción a este segmento.

### Sexo del Visitante a León



Mujer  
38%

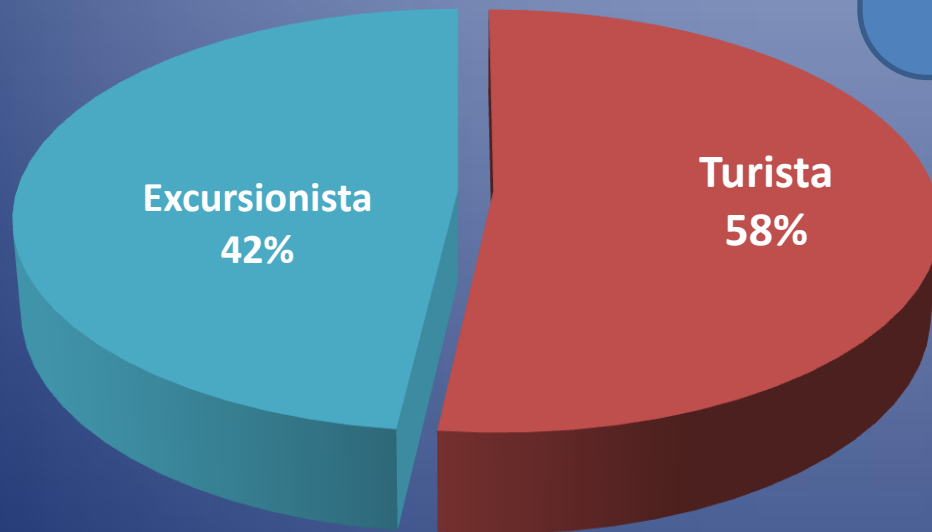
Hombre  
62%

### Nivel Socioeconómico del Visitante



AB	Más de \$85,000.00	2%
C+	\$35,000.00 a \$84,999.00	17%
C	\$11,600.00 a \$34,999.00	51%
D+	\$6,800.00 a \$11,599.00	19%
D	\$2,700.00 a 6,799.00	9%
E	\$0.00 a \$2,699.00	2%

# Clasificación del Visitante



León 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.

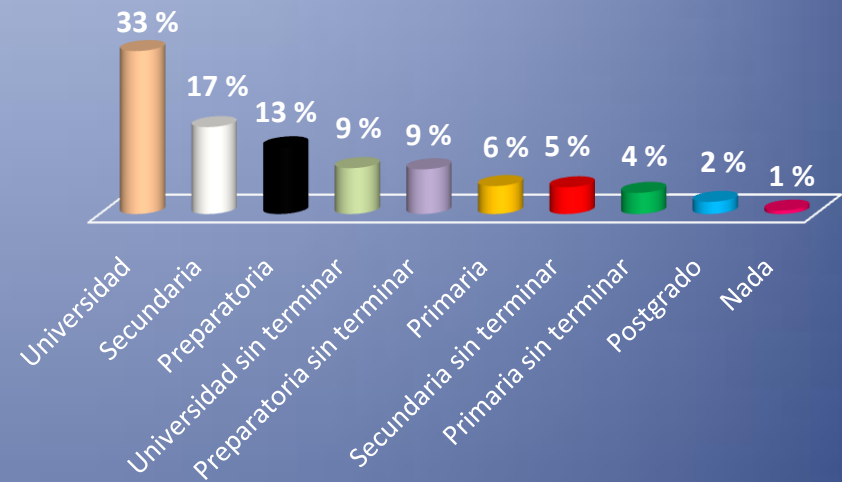
# Edad Promedio del Turista

Tipo de Promedio	Edad
Promedio de Edad del Visitante en Gral. Incluyendo el entrevistado al Estado de Guanajuato	<b>30,8</b>
Promedio de Edad del Entrevistado	<b>36</b>
Promedio de Edad de los acompañantes del entrevistado	<b>27,6</b>

Las estrategias de desarrollo de productos y publicidad se deben orientar a personas entre los 25 y 45 años de edad con un nivel educativo de licenciatura y que sean comerciantes, empleados, amas de casa, ejecutivos y empresarios.



## Escolaridad del Visitante



## Ocupación del Visitante





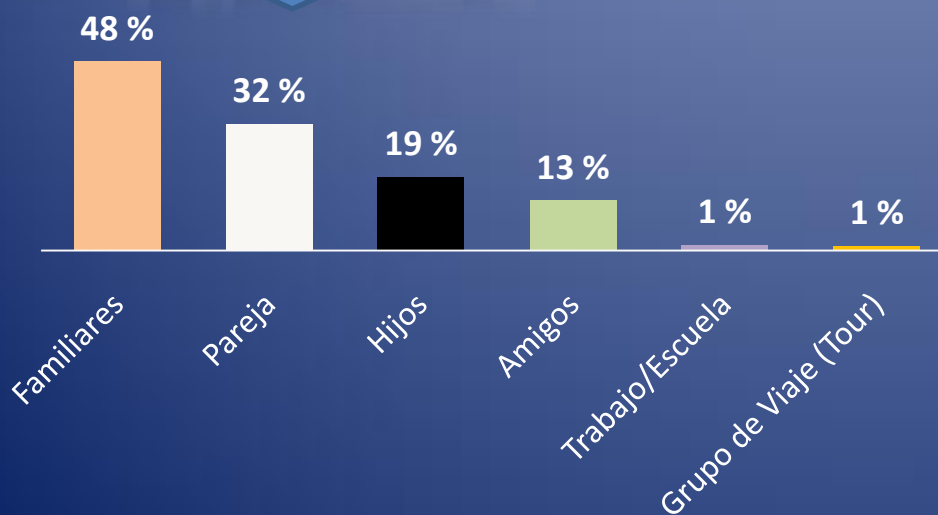
El visitante a León lo hace en su mayoría acompañado lo que genera un mayor gasto y derrama económica para la ciudad.

### Promedio de Tamaño del Grupo de Viaje

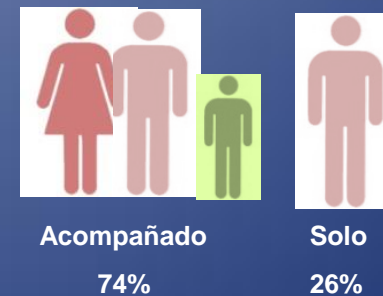


La compañía de viaje de familiares e hijos suman el 67% se sugiere desarrollar productos o actividades dirigidas a este mercado

Tipo de Visitante	Promedio
Excursionista	3,2
Turista	2,7
Total	2,9



### ¿Con quién viene acompañado?



# Resumen Perfil General:

Concepto	Información Relevante
Nivel Socioeconómico	C+, C y D+ 87%
Turistas	58%
Excursionistas	42%
Edad promedio del Visitante	31 años
Escolaridad	Licenciatura
Ocupación	Comerciante/empleado, ejecutivo/gerente/Empresario
Grupo de Viaje Promedio	2.9 personas

# Procedencia del Visitante

León tiene una afluencia principalmente nacional, debido a la organización de congresos y exposiciones y a la comercialización de artículos de piel, se sugiere realizar estrategias de promoción en Distrito Federal, Estado de México, Jalisco, Aguascalientes y San Luis Potosí; en general en los estados cercanos.



### Origen del Visitante Nacional por Estados

Estado	%	Estado	%
D.F. y Edo. de México	30	Puebla	3
Jalisco	20	Zacatecas	2
Aguascalientes	9	Tamaulipas	2
San Luis Potosí	7	Hidalgo	2
Querétaro	5	Veracruz	1
Michoacán	4	Colima	1
Coahuila	3	Nayarit	1
Nuevo León	3	Otros Estados	7
		<b>Total</b>	<b>100</b>

#### Otros Estados:

Morelos, Chihuahua, Durango, Baja California, Tlaxcala, Campeche, Oaxaca, Sinaloa, Tabasco, Guerrero, Sonora, Yucatán, Quintana Roo.

### Origen del Visitante Internacional por País

Estados Unidos	86%
Alemania	5%
Argentina	5%
Alaska	5%
<b>Total</b>	<b>100</b>

Estado	%	Estado	%
California	62	Ohio	3
North Carolina	7	Oklahoma	3
Arkansas	3	Texas	3
Colorado	3	Washington	3
Florida	3	Nevada	3
Illinois	3	<b>Total</b>	<b>100</b>

León en 2008 recibió más de 5 millones de visitantes, de los cuales entre el D.F. y Estado de México, Jalisco y Aguascalientes representaron el **45%** del total, equivalente a más de **2.2 millones**. Del extranjero, entre Estados Unidos, Alemania, Argentina y Alaska se recibieron al **1%** del total que son más de **50 mil** visitantes.

## Origen del Visitante interno

León en 2008 recibió entre Irapuato, Guanajuato, Celaya y Salamanca el 17% del total de visitantes, que son más de **834 mil**, y entre estos destinos, el D.F., Estado de México, Jalisco y Aguascalientes suman el **62%** del total de visitantes.

Estado	%	Estado	%
Irapuato	29	San Francisco del Rincón	2
Guanajuato	17	San Felipe	2
Celaya	14	Acámbaro	1
Salamanca	12	Cuerámbaro	1
Silao	10	Romita	1
San Miguel de Allende	2	Otras Ciudades	7
Dolores Hidalgo	2	Total	100

### Otras Ciudades:

Moroleón, Ocampo, Penjamo, San Luis de la Paz, Cortázar, Tarandacua, Valle de Santiago, Abasolo, Apaseo el Grande, Manuel Doblado, Comonfort, Pueblo Nuevo, Purísima del Rincón, San Diego de la Unión, Tierra Blanca, Yuriria.

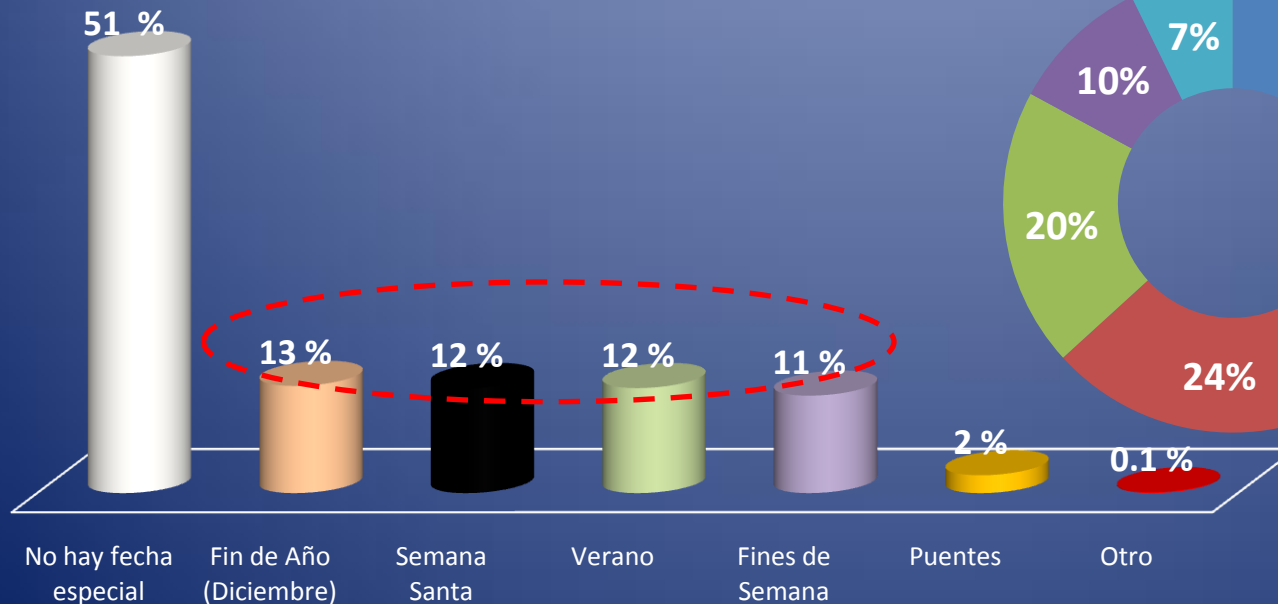
# Resumen Procedencia del Visitante:

Concepto	Información Relevante
Nacional	76%
Del Estado	23%
Del Extranjero	1%
Principales Destinos Nacionales	Distrito Federal y Edo. de México Jalisco Aguascalientes San Luis Potosí Querétaro
Principales Destinos Del Estado	Irapuato Guanajuato Celaya Salamanca Silao
Principales Destinos del Extranjero	Estados Unidos Alemania Argentina

# Planeación de Viaje

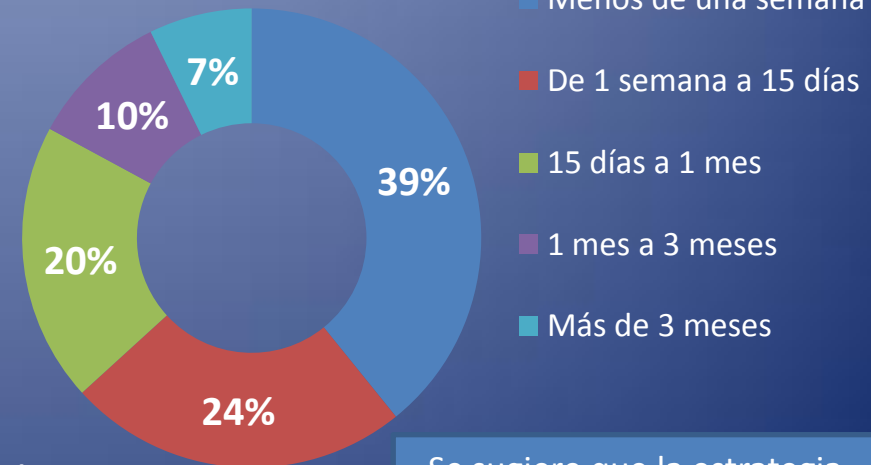
Los visitantes de León NO TIENEN una fecha especial para viajar; sin embargo, Semana Santa, Verano y fin de año fueron los que mencionaron como segunda opción. Se sugiere realizar campañas de publicidad previo a estas fechas con una anticipación de por lo menos 15 días para lograr un mayor impacto .

## 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%.

## ¿Con cuánto tiempo de anticipación decidió su viaje?

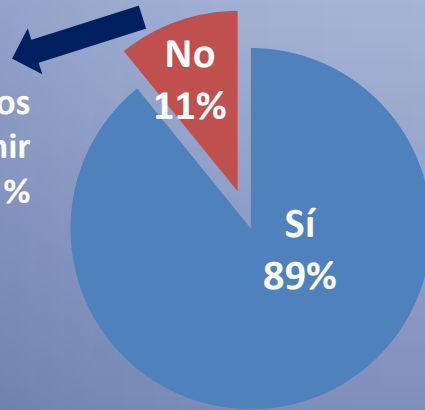


Se sugiere que la estrategia de promoción y publicidad se realice a través de paquetes, tabloides, brigadas para repartir folletos o panfletos.



## ¿Originalmente tenía pensado venir a este lugar?

Del total de los encuestados que **NO** tenían pensado venir a este lugar, sólo el 12 % consideró ir a otro destino.



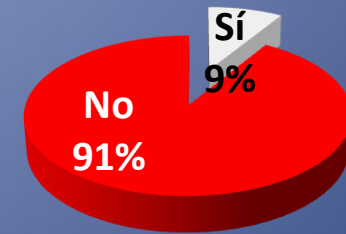
Es importante que la estrategia de promoción y publicidad contemple la venta a través de paquetes y la posibilidad de establecer alianzas con otros destinos.

## ¿Contrató algún paquete de viaje?

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

Destino	%	Destino	%
Guanajuato	18	Valle de Santiago	2
Guadalajara	13	Zacatecas	2
Aguascalientes	9	Querétaro	2
San Miguel de Allende	7	Puerto Vallarta	2
Dolores Hidalgo	4	Acapulco	2
Irapuato	4	Cancún	2
Morelia	4	Jalapa	2
San Juan de los Lagos	4	Mexicali	2
D.F.	4	Playa del Carmen	2
Cortazar	2	Zamora	2
Salamanca	2	Villa Hidalgo	2
Silao	2	Total	100

Se observa que varias de las opciones son de destinos que se encuentran cerca de León, por ejemplo Guanajuato se encuentra a 65 km, a 45 minutos, Guadalajara se encuentra a 219 km a 129 minutos y Aguascalientes a 117 km que en tiempo representan 69 minutos.



## Principal medio de transporte



65%



33%



2%

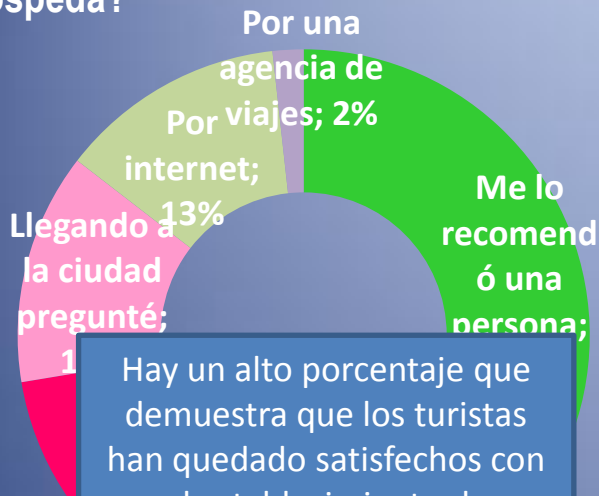
El turista de León se hospeda principalmente con familiares y amigos y hoteles, hay que aprovechar esta situación con tarifas más accesibles y ofreciéndoles paquetes que incluyan un plus además del hospedaje, como recorridos, espectáculos, alimentos, entre otros.

## Distribución del Visitante en León



Los tipos de hospedaje que no aparecen, es por que no tuvieron ninguna mención en las respuestas.

## ¿Cómo se enteró del establecimiento donde se hospeda?

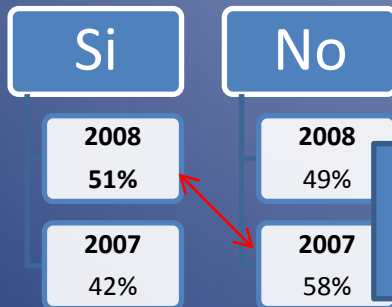


Hay un alto porcentaje que demuestra que los turistas han quedado satisfechos con el establecimiento de hospedaje y demuestran lealtad al mismo.

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.

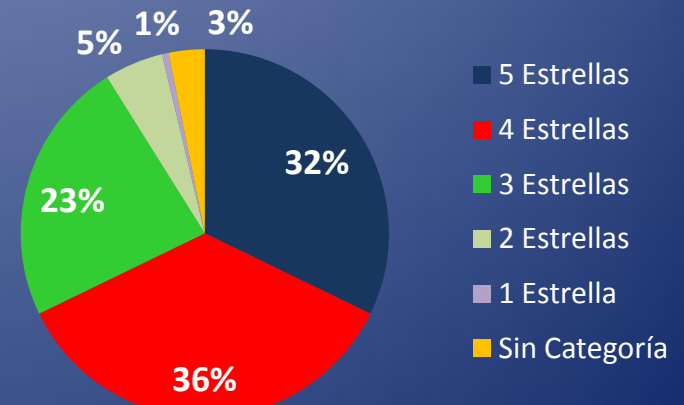
El Call Center a diciembre de 2008 incorporó a 108 hoteles y 10 prestadores de servicios entre guías, museos, arrendadoras, y restaurantes, recibiendo en su primer año de operación cerca de 3 mil llamadas. La página web [www.vamosaguanajuato.com](http://www.vamosaguanajuato.com) inició operaciones a 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



León tiene un alto porcentaje de turistas que acostumbran reservar.

## Categoría del establecimiento donde se hospeda



El 91% de los entrevistados contestó que se hospedaron en hoteles de 3 a 5 estrellas.

## ¿Cómo realizó su reservación en dónde se hospedó?



# 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 León

Indicador	2008
Porcentaje Ocupación	43.61%
Llegadas de Turistas	976,656
Turistas Noche	1,325,894
Estadía Promedio	1.36

Fuente: Datatur-Sector, Sedetur

# Resumen Planeación del Viaje:



Guanajuato  
Gobierno  
del Estado

Secretaría  
de Desarrollo  
Turístico

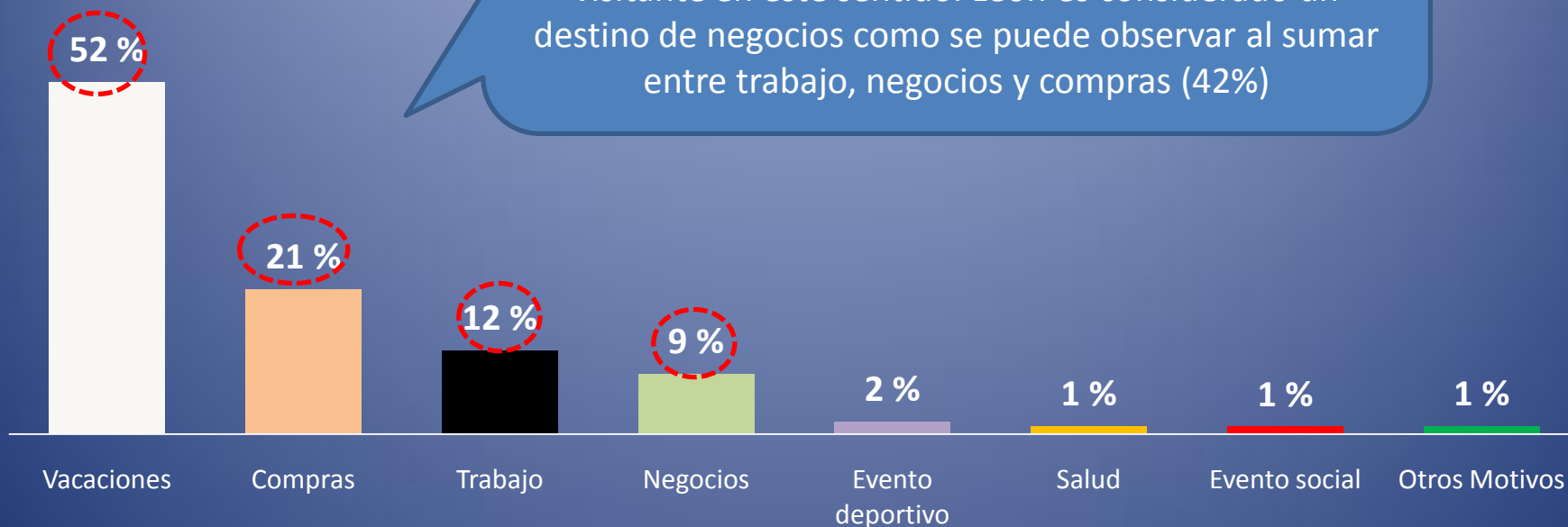
Contigo Vamos

Concepto	Información Relevante
Épocas del año en que acostumbran viajar los visitantes a León:	No hay fecha especial Semana Santa Verano Fin de año
Tiempo de Anticipación de la decisión de viajar:	1 a 15 días
Principal medio por el que se enteraron del establecimiento de hospedaje:	Recomendación Ya se había hospedado anteriormente
Destinos que consideraron antes de decidir viajar a León:	Guanajuato Guadalajara Aguascalientes
Contrató algún paquete de Viaje:	El 9% respondió que sí
Principal medio de transporte:	Automóvil y autobús
Principal opción de hospedaje:	Familiares o Amigos y hotel
Uso de reservaciones:	51% contestó que SI
Principal medio de reservaciones:	Vía telefónica e Internet
Principal categoría de hotel:	3 a 5 estrellas

# Motivo de Visita

# Motivo de viaje del visitante

El principal motivo de visita a León son las vacaciones/descanso y trabajo/negocios, por lo que los productos turísticos se deben enfocar a satisfacer al visitante en este sentido. León es considerado un destino de negocios como se puede observar al sumar entre trabajo, negocios y compras (42%)



**Otros Motivos:**  
Religión, Salud y Evento Deportivo

# Motivo de viaje del visitante

## Turista



El principal motivo de visita del turista son las vacaciones, seguido de trabajo y compras, mientras que para el excursionista, su principal razón son las compras, por ser un destino que se caracteriza por la producción y comercialización de productos de piel; seguido de vacaciones, negocios y trabajo.

## Excursionista





## Principales motivos de viaje por gente que visitó Guanajuato en 2008 por 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 /compras	14%	9%	15%	55%	16%	20%	11%	11%	0%	16%
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



<b>Principales Viajeros</b>	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
<b>Duración</b>	3 a 4 días	Depende de las indicaciones del médico o del tratamiento	3 a 5 días
<b>Compañía</b>	Grupo de jóvenes	Solos en compañía de algún familiar	Sólo o en grupo
<b>Hospedaje</b>	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
<b>Decisión</b>	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



**Aventura**



**Eventos sociales**



**Placer**

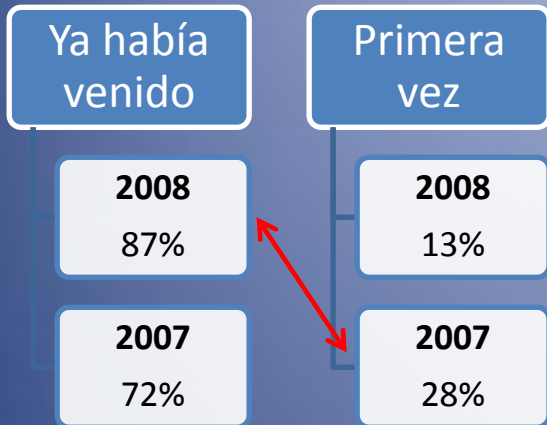
<b>Principales Viajeros</b>	Buscan actividades de aventura como kayaking y ciclismo de montaña	Asistentes a bodas o fiestas de fin de año de la empresa donde trabajan	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Solos. Personas solteras que trabajan</li> <li>- Familia. Nuclear o extensa</li> <li>- Amigos. Jóvenes estudiantes o trabajadores y solteros</li> </ul>
<b>Duración</b>	Variable: desde los 3 a 15 días	Tres a cuatro días	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Solos. Destino nacional: menos de una semana. Destino Internacional: 15 a 30 días</li> <li>- Familia. Depende del lugar</li> <li>- Amigos. Un fin de semana</li> </ul>
<b>Compañía</b>	En grupo	En pareja, amigos o familia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solos</li> <li>-Familia</li> <li>- Amigos</li> </ul>
<b>Hospedaje</b>	Hoteles, casa de algún conocido, zonas de campismo	Hoteles o en casa de algún familiar o amigos	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Solos. Hoteles o casa de familiar o amigo</li> <li>- Familia. En casa de familiares u hotel</li> </ul>
<b>Decisión</b>	Grupo involucrado en el viaje	El grupo al que pertenecen	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Solos. Por el viajero</li> <li>- Familia. Ama de casa o la pareja</li> <li>- Amigos. El grupo</li> </ul>

# Resumen Motivo de Visita:

Concepto	Información Relevante
Principal motivo de visita del visitante:	Vacaciones, compras, trabajo y negocios
Principal motivo de visita del turista:	Vacaciones, trabajo y compras
Principal motivo de visita del excursionista:	Compras, vacaciones, negocios y trabajo
Principal motivo de visita mercados emisores:	Placer Familiar Cultural

# Movilidad del Visitante

## Porcentajes de Nuevas Visitas



León 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.

¿Por qué no tienen una mayor estadía?

### Visitantes que sí piensan visitar otra ciudad



### Nuevas visitas que sí piensan visitar otra ciudad



Viaja dentro de una ruta

## Ciudades que ya visitó antes de llegar a este lugar:

Ciudad	%	Ciudad	%
Guanajuato	21	Celaya	2
<b>San Juan de los Lagos</b>	<b>13</b>	Dolores Hidalgo	2
<b>Querétaro</b>	<b>8</b>	<b>Morelia</b>	<b>2</b>
<b>Aguascalientes</b>	<b>7</b>	León	1
<b>Guadalajara</b>	<b>6</b>	<b>San Juan del Río</b>	<b>1</b>
Irapuato	5	Salamanca	1
<b>Zacatecas</b>	<b>5</b>	San Francisco del Rincón	1
San Miguel de Allende	4	<b>Puebla</b>	<b>1</b>
Silao	4	<b>Lagos de Moreno</b>	<b>1</b>
<b>San Luís Potosí</b>	<b>4</b>	<b>Otros</b>	<b>9</b>
<b>D.F.</b>	<b>2</b>	<b>Total</b>	<b>100</b>

### Otros:

Monterrey, Uruapan, Arandas, Santa María del Río, Manuel Doblado, Cortázar, Pénjamo, Romita, Salvatierra, Uriangato, Vall de Santiago, Victoria, Veracruz, Acapulco, Toluca, Torreón, Chiapas, Villa Hermosa, Florencia, Villa Hidalgo.

### 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 León. Ej. Guanajuato-León-San Juan de los Lagos; Querétaro-Guanajuato-León- Guadalajara; Guadalajara-León-Guanajuato.

## Ciudades que piensan visitar después de estar en el lugar:

Ciudad	%	Ciudad	%
Guanajuato	41	Irapuato	3
San Miguel de Allende	10	Silao	3
<b>Guadalajara</b>	<b>7</b>	<b>Zacatecas</b>	<b>2</b>
<b>San Juan de los Lagos</b>	<b>6</b>	<b>San Luís Potosí</b>	<b>2</b>
<b>Aguascalientes</b>	<b>5</b>	Dolores Hidalgo	1
<b>Querétaro</b>	<b>5</b>	<b>Otros</b>	<b>10</b>
<b>Morelia</b>	<b>3</b>	<b>Total</b>	<b>100</b>
<b>D.F.</b>	<b>3</b>		

### Otros:

Monterrey, Tampico, Torreón, San Juan del Río, Guasave, Arandas, Chiapas, Zamora, Ciudad Obregón, San Julián, Cuernavaca, Celaya, Cortázar, Ocampo, Salamanca, Abasco, León, Morelia, Villahermosa, Oaxaca.

### Ciudades de otro estado

# Resumen Movilidad del Visitante:

Concepto	Información Relevante
Visitantes Nuevos:	13%
Visitantes Recurrentes:	87%
Visitantes a otra ciudad adicional a León:	17%
Lugares visitados antes de León:	Guanajuato San Juan de los Lagos Querétaro Aguascalientes
Lugares visitados después de León:	Guanajuato San Miguel de Allende Guadalajara San Juan de los Lagos



# El Visitante y la Publicidad

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

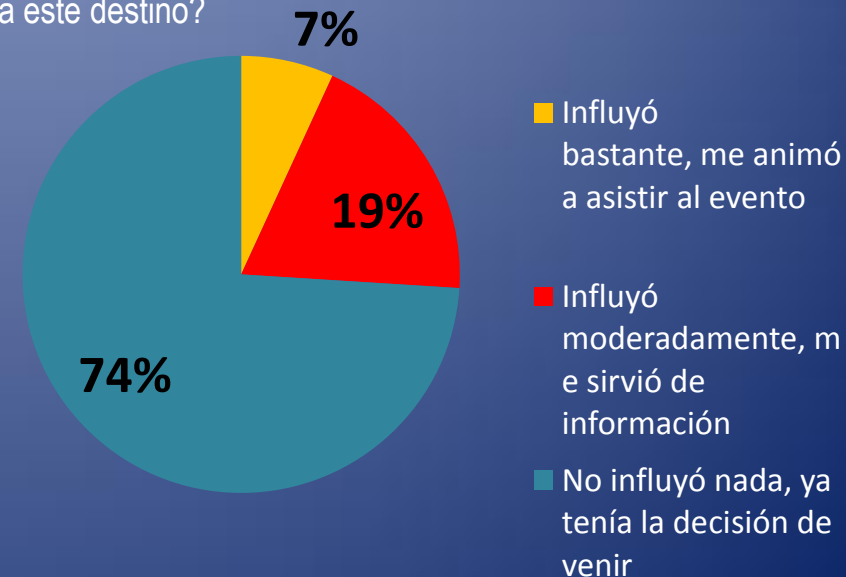


Se sugiere dirigir las campañas de promoción y publicidad a través de la Radio, TV e Internet ya que son los medios en dónde hay una mayor recordación y así poder influir en la decisión de visitar León, así como en el servicio a los visitantes ya que la recomendación de familiares y amigos es muy importante.

¿En dónde vió, escuchó o leyó publicidad?



La Publicidad, ¿Qué tanto influyó en su decisión de venir a este destino?



# Resumen Recordación Publicitaria:

Concepto	Información Relevante
Vió publicidad sobre el destino:	41%
¿Dónde la vió?	Televisión 68% Radio 18% Internet 13% Espectaculares 7%
Influencia en la decisión de elegir el destino:	Influyó 26%

# 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:



# Gasto del Visitante

# Gasto del visitante por viaje:

**\$6,268.00**

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

Visitante	Desde que salió hasta que llegó al destino	En el destino	De regreso a su origen
Turista	27%	56%	17%
Excursionista	19%	68%	13%
<b>Total</b>	<b>25%</b>	<b>60%</b>	<b>15%</b>

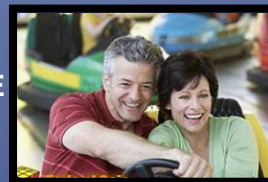
## Distribución promedio del gasto del Turista



**HOSPEDAJE**  
26%



**TRANSPORTE LOCAL**  
7%



**ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN**  
11%



**ALIMENTOS Y BEBIDAS**  
11%



**ARTESANÍAS**  
11%



**COMPRAS**  
29%

**OTROS**  
5%

Destino característico para comprar artículos de piel

# 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 una mayor atracción de congresos y exposiciones y elaborando paquetes integrales.

## TURISTA EN HOTEL



1.36 días  
\$1,663

## TURISTA EN CASA O DPTO. PROPIO



8.00 días  
\$537

## EXCURSIONISTA



\$1,598

## TURISTA CON FAMILIARES Y/ AMIGOS



5.31 días  
\$646

## TURISTA EN CASA O DPTO. RENTADO



9.80 días  
\$ 922

## OTROS



1.00 días  
\$345

Las otras modalidades de hospedaje no se reflejan por que no tuvieron ninguna mención



### Visitantes y Derrama Económica Estimada 2008 León

Categoría	Total en personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos	991,233	\$2,210,031,749
Turistas en otros establecimientos comerciales	145,770	\$1,317,520,322
Turistas en establecimientos no comerciales	1,676,350	\$5,849,591,526
Excursionistas	2,045,633	\$3,269,908,405
<b>Totales</b>	<b>4,858,985</b>	<b>\$12,647,052,002</b>

### 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
<b>Totales</b>	<b>16,493,106</b>	<b>\$30,666,965,983</b>

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 68% Turista 56%
Estadía de turista:	Casa o depto. rentada 9.80 días Casa o depto. propio 8.00 días Familiares o amigos 5.31 días Hotel 1.36 días Otro 1.00 días
Derrama económica estimada 2008	\$12,647,052,002 pesos

# Experiencia de viaje e índices de satisfacción

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



Más barato 5%



Más Lugares para comer 2%



Lugares de Recreación 2%



Mas Organización 2%

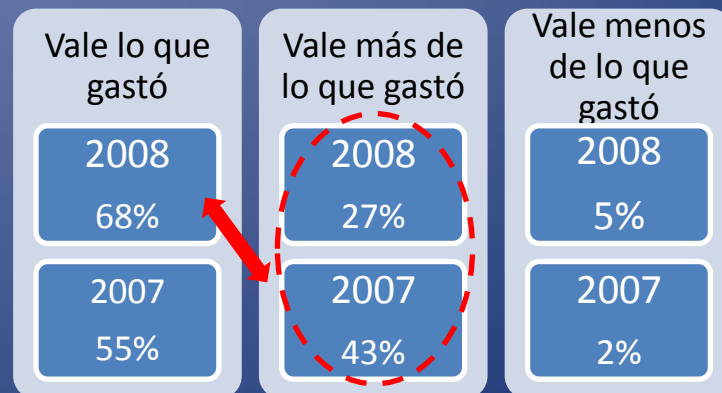
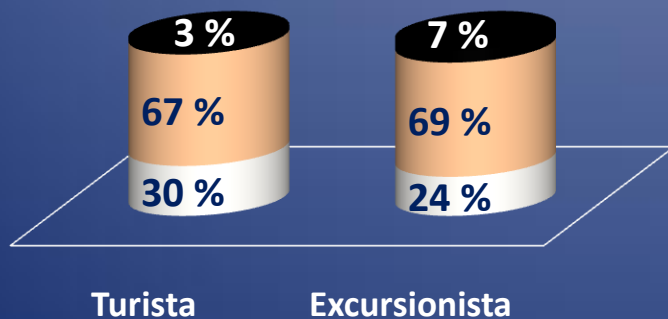


Establecimientos Abiertos 2%

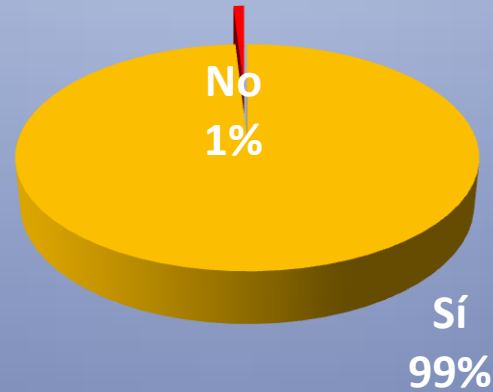
La satisfacción de las necesidades del visitante juega un papel importante en su decisión de volver al destino y en la recomendación del mismo.

## Índices de satisfacción-valor experiencia

- Vale más de lo que gastó
- Vale lo que gastó
- Vale menos de lo que gastó



2,813,352 + 2,045,633 = 4,858,985



¿Porque sí?

- Lindo/Bonito (32%)
- Por su Variedad (19%)
- Tranquilidad (6%)
- Es Barato (4%)
- Productos que Venden (4%)
- Por las Compras (4%)
- Por Todo (4%)
- Agradable (4%)
- Es un lugar atractivo (2%)
- Es Familiar (2%)
- Interesante (2%)
- Por Entretenimiento (2%)
- Por su Gente (2%)
- Limpio (2%)

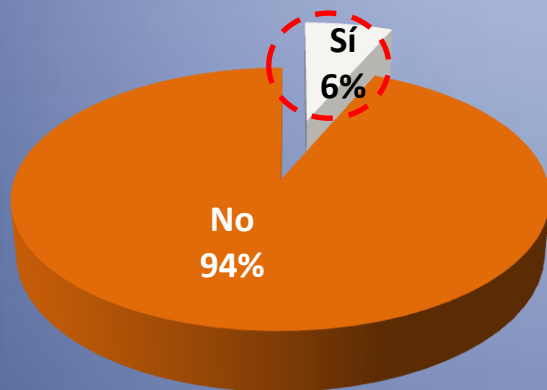
# León

## Diferencia en tarifas

Tarifas en Hoteles				
Categoría	Distrito Federal	Guadalajara	Monterrey	León
5 estrellas	\$1,340	\$1,564	\$1,191	<b>\$1,080</b>
4 estrellas	\$945	\$895	\$739	<b>\$998</b>

Fuente: Sondeo realizado en mayo 2009 entre 11 establecimientos 5\* y 12 establecimientos 4\*.

Durante su visita ¿asistió algún evento o festividad?



La organización de eventos es un elemento importante en la generación de demanda, derrama económica y empleos; se sugiere unir esfuerzos entre dependencias de gobierno y privadas para las solicitudes de sedes de eventos de trascendencia nacional e internacional, aprovechando las fortalezas de la industria y la infraestructura con la que contamos.

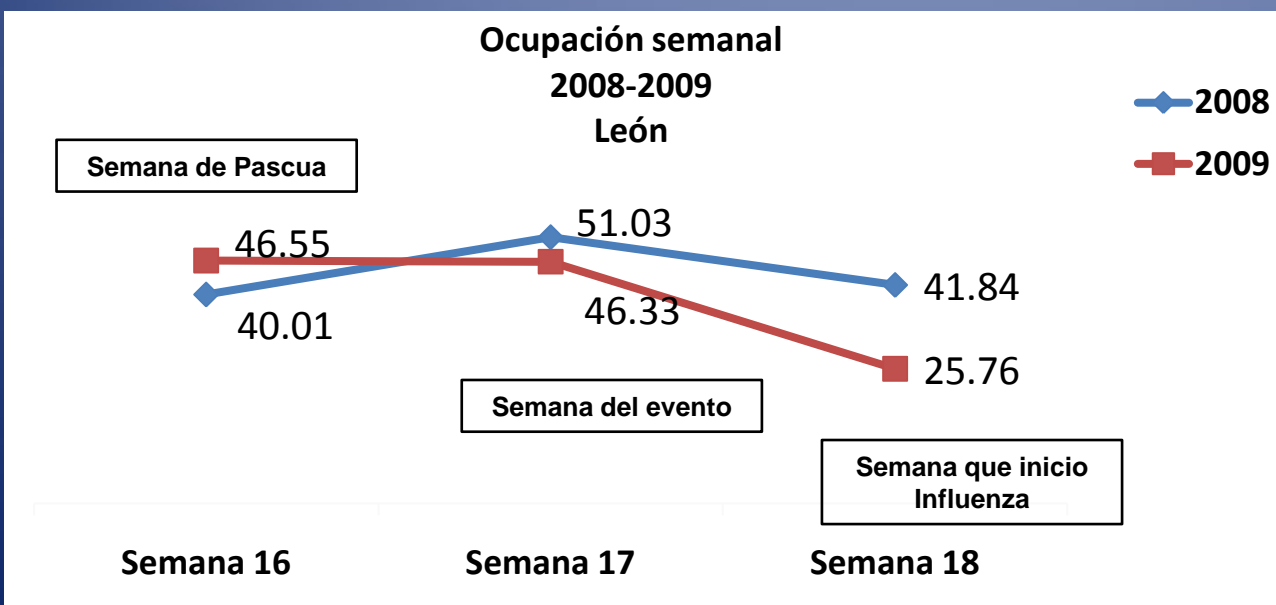
### Principales Eventos en León



### SAPICA 2009 (abril)

La ciudad recibió la llegada de más de 9 mil turistas. La ocupación registrada durante los días del evento fue de 59%.

La derrama económica estimada generada por turistas hospedados en hoteles de 1 a 5 estrellas fue superior a los \$17.6 millones de pesos.



León	
Indicador	2009
Cuartos Ocupados	4,136
Llegadas de Turistas	9,235
Turistas Noche	14,564
% de Ocupación	59.24%
Estadía	1.58



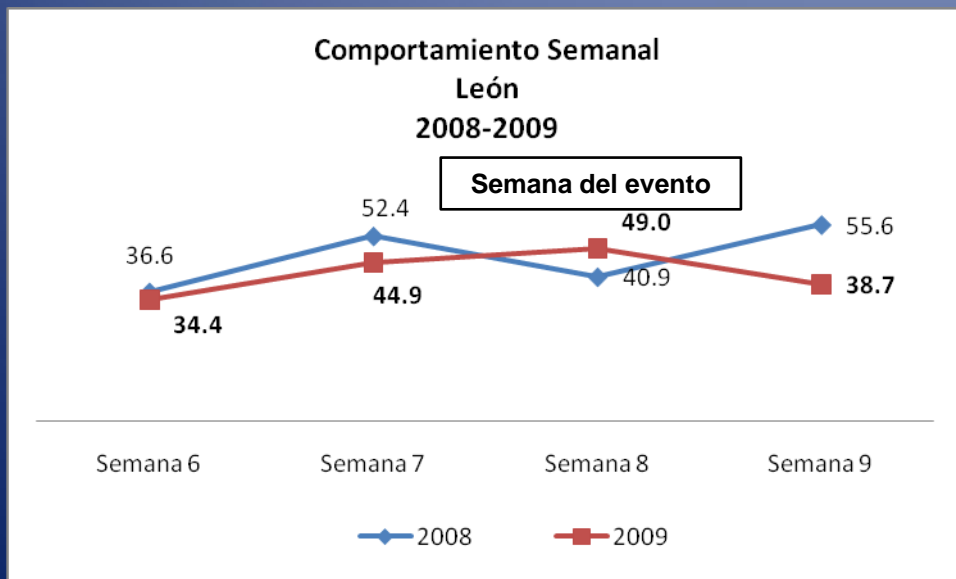
# León

## Eventos

### ANPIC

La ciudad de León recibió la llegada de más de 11 mil turistas. La ocupación durante los días del evento fue de 65%.

Se estima una derrama económica superior a las \$19 millones de pesos, generada únicamente por los turistas hospedados en hoteles 1 a 5 estrellas.



León 19 al 21 de febrero	
Indicador	2009
Llegada de turistas	11,152
Turistas noche	15,862
Ocupación	65.17%
Estadía	1.42
Gasto promedio diario	\$1,201.92
Derrama económica estimada	\$19,064,758
Fuente: Datatur-Sectur, Banco de México	



# León

## Eventos



### Rally México

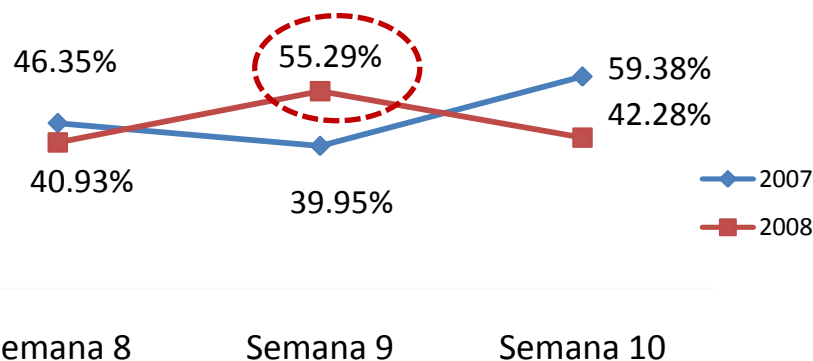
De acuerdo a resultados de la semana completa del 25 de febrero al 2 de marzo de 2008, la ciudad de León registró una ocupación de 55% y la llegada de 21,941 turistas.

Se estima una derrama económica de \$35.6 millones de pesos generada por turistas hospedados en establecimientos de 1 a 5 estrellas.

La ocupación hotelera semanal en 2008 fluctuó entre el 32 y el 55 por ciento, por lo que la semana en que se llevó a cabo el evento registró una de las ocupaciones más altas con 55%.

El fin de semana se registró una ocupación del 70% y la llegada de 8,478 turistas. La categoría 5 estrellas registró casi el 100% de ocupación. La categoría 4 estrellas presentó casi el 81%.

**Comportamiento semanal**  
**2007-2008**  
**León**



León	
Indicador	Semana del 25 Feb al 2 Mar 2008
Llegada de Turistas	21,941
Turistas Noche	31,663
Porcentaje de Ocupación	55.29%
Estadía Promedio	1.44

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

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

### Festival Internacional del Globo (preliminares)

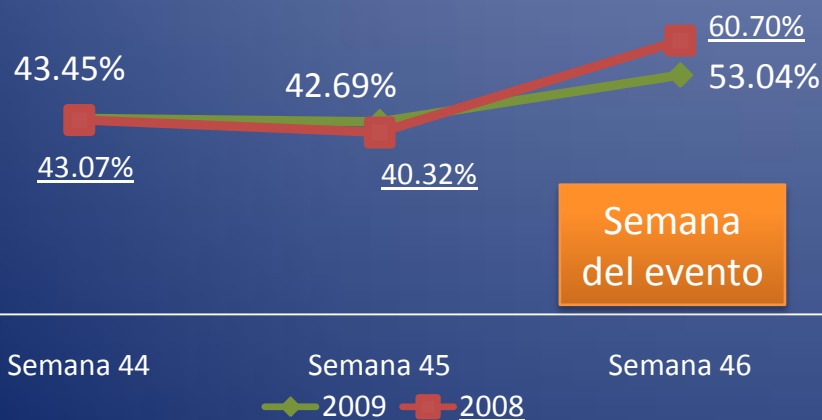
La ciudad de León recibió a más de 100 mil visitantes entre turistas y excursionistas (no pernoctan durante los días del festival).

El porcentaje de ocupación en la ciudad durante los días del evento fue de 71%. La categoría 5 estrellas registró un 88% de ocupación.

Se estima una derrama económica superior a los \$82 millones de pesos.



Ocupación semanal León 2008-2009

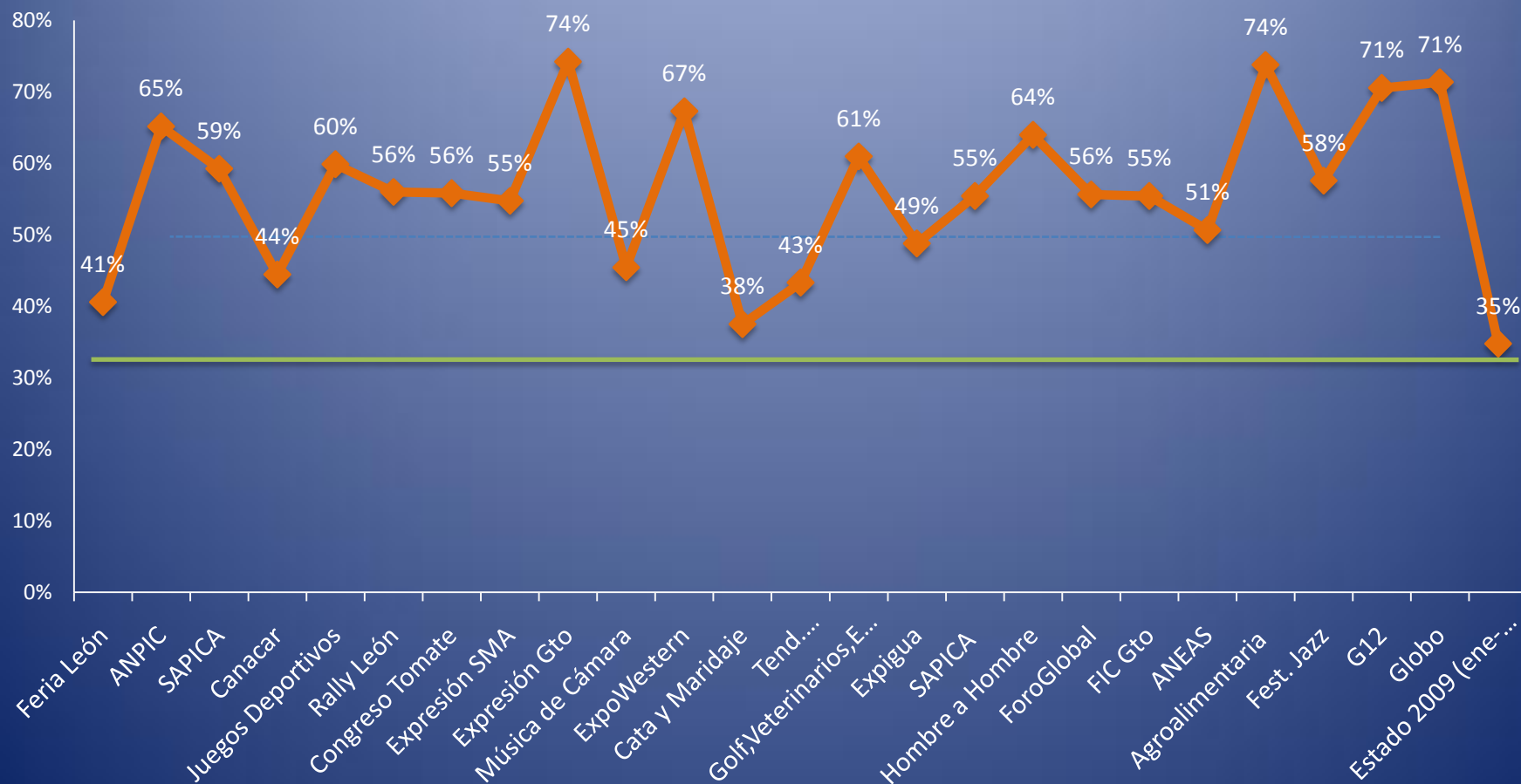


Fuente: Datatur-Sector. Estudio del Perfil del Visitante, Sedetur

León – Festival Internacional del Globo	
Indicador	13-15 nov
	2009
Visitantes: turistas y excursionistas	100,675
Llegada de turistas a hoteles 1 a 5*	16,100
Ocupación	71.35%
Gasto promedio diario	\$555.44
Derrama económica estimada	\$82,201,453

Fuente: Datatur-Sector-Sedetur  
\*Datos proyectados al total de la oferta 1-5 estrellas con base en los indicadores de la muestra Datatur.

### Eventos 2009, Porcentaje de Ocupación (días)



# Comparativo del perfil del visitante al Estado & perfil del visitante a eventos

Prevalcieron estos NSE porque un gran porcentaje (24%) de los visitantes fueron estudiantes

Guanajuato  
Gobierno del Estado  
Secretaría de Desarrollo Turístico

Concepto	Visitante al Estado	Visitante a Eventos
<b>Edad</b>	31 años	32 años
<b>Ocupación</b>	Profesionista y empleado	Profesionista y <b>estudiante de Universidad</b>
<b>Nivel Socioeconómico</b>	Clase Media C (\$11,600 y \$34,999)	<b>Clase Media Baja D+ (\$6,800 y \$11,599)</b>
<b>Grupo de Acompañantes</b>	Pareja, hijos y familiares	Pareja, familiares y <b>amigos</b>
<b>Medio de Transporte</b>	Automóvil	Automóvil
<b>Motivo de Viaje</b>	Vacaciones	<b>El Evento</b>
<b>Gasto por viaje</b>	Si se regresa el mismo día \$2,650 por toda su familia. Si se queda a dormir \$5,350 por toda su familia.	Si se regresa el mismo día <b>\$3,956</b> por toda su familia. Si se queda a dormir <b>\$12,338, por toda su familia.</b>
<b>Hospedaje</b>	Tratará de quedarse con familiares o amigos y si no tiene en un hotel de 4 o 3 estrellas.	Tratará de quedarse con familiares o amigos y si no tiene en un hotel de 4 o 3 estrellas.
<b>Publicidad</b>	No influyó en su decisión de venir de vacaciones.	<b>Sí influyó</b> en la decisión de venir al Estado de Guanajuato.

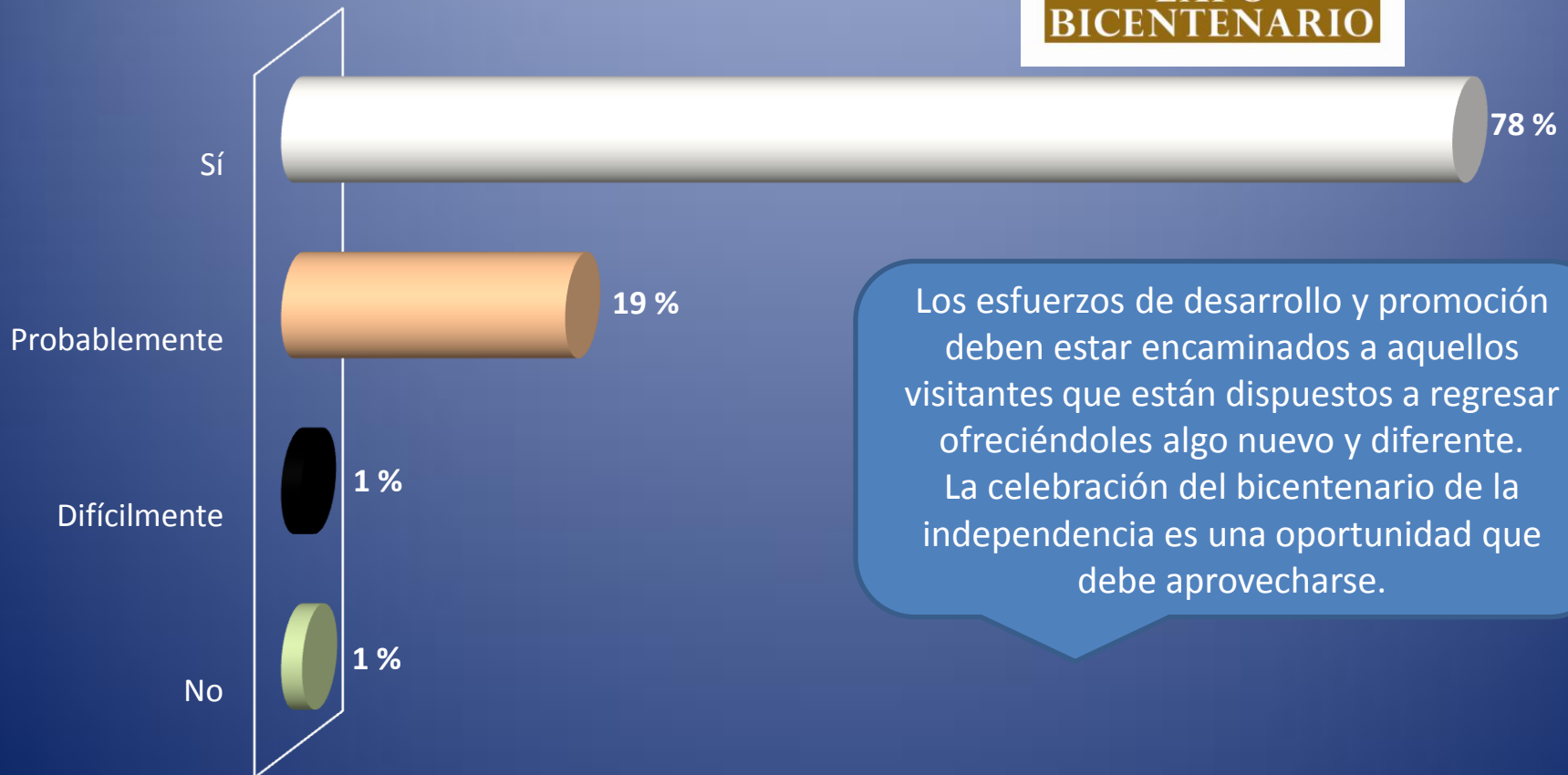
## Índice de Satisfacción- Servicios de Hospedaje

Aspectos	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Limpieza de la Habitación	56%	36 %	7 %	1 %	<b>100 %</b>
Mobiliario del establecimiento	54 %	35 %	9 %	2 %	<b>100 %</b>
Atención del personal	57 %	39 %	3 %	1 %	<b>100 %</b>
Seguridad	53 %	43 %	3 %	2 %	<b>100 %</b>

## Atributos del destino ¿cómo califica...?

Aspectos / Servicios	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Hospedaje	44 %	51 %	4%	0.4 %	<b>100 %</b>
Establecimientos de Alimentos	25 %	66 %	8 %	1 %	<b>100 %</b>
Transporte	28 %	65 %	6 %	2 %	<b>100 %</b>
Servicios públicos	24 %	67 %	8 %	1 %	<b>100 %</b>
Seguridad	23 %	71 %	5 %	1 %	<b>100 %</b>
Áreas públicas	25 %	69 %	5 %	0.4 %	<b>100 %</b>
Sitios históricos / culturales	28 %	67 %	5 %	0.3 %	<b>100 %</b>
Eventos	39 %	58 %	2 %	0.3 %	<b>100 %</b>
Actitud de prestadores de servicios	27 %	68 %	5 %	0.4 %	<b>100 %</b>
Actitud de la gente en general	27 %	69 %	4 %	0.3 %	<b>100 %</b>

¿Regresaría al destino en los próximos 12 meses?



Los esfuerzos de desarrollo y promoción deben estar encaminados a aquellos visitantes que están dispuestos a regresar ofreciéndoles algo nuevo y diferente. La celebración del bicentenario de la independencia es una oportunidad que debe aprovecharse.

# Resumen experiencia de viaje e índices de satisfacción

Concepto	Información Relevante				
¿Qué le hubiera gustado encontrar?	Lugares más económicos Más lugares para comer Más lugares de recreación				
Índices de satisfacción	Valió lo que gastó 68%				
Recomendación del destino	SI 99%	¿Por qué?	=	Lindo/bonito	32%
				Variado	19%
				Tranquilo	6%
				Barato	4%
Número de visitantes	4,858,985				
Tarifas promedio en hoteles	<b>Categoría</b>	<b>Distrito Federal</b>	<b>Guadalajara</b>	<b>Monterrey</b>	<b>León</b>
	5 estrellas	\$1,340	\$1,564	\$1,191	\$1,080
	4 estrellas	\$ 945	\$895	\$739	\$998
Visita a festivales o eventos	Si visitó	6%			
Regresaría al destino en los próximos 12 meses	SI	78%			



# Resumen experiencia de viaje e índices de satisfacción

Concepto	Información Relevante																														
Principales eventos	<p><b>Sapica:</b> -Porcentaje de ocupación: 59% -Derrama económica : Más de \$17.6 millones de pesos</p> <p><b>Anpic</b> -Porcentaje de ocupación: 65% -Derrama económica: Mas de \$19 millones de pesos</p> <p><b>Corona Rally México</b> -Porcentaje de ocupación: 55% -Derrama económica: Más de \$35.6 millones de pesos</p> <p><b>Festival Internacional del Globo</b> - Porcentaje de ocupación: 71% - Derrama económica: Más de \$82.2 millones de pesos</p>																														
Calificación de los servicios	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>Hospedaje</td> <td>Bueno</td> <td>51%</td> </tr> <tr> <td>Establecimiento de alimentos</td> <td>Bueno</td> <td>66%</td> </tr> <tr> <td>Transporte</td> <td>Bueno</td> <td>65%</td> </tr> <tr> <td>Servicios públicos</td> <td>Bueno</td> <td>67%</td> </tr> <tr> <td>Seguridad</td> <td>Bueno</td> <td>71%</td> </tr> <tr> <td>Áreas públicas</td> <td>Bueno</td> <td>69%</td> </tr> <tr> <td>Sitios históricos</td> <td>Bueno</td> <td>67%</td> </tr> <tr> <td>Eventos</td> <td>Bueno</td> <td>58%</td> </tr> <tr> <td>Actitud de prestadores de servicios</td> <td>Bueno</td> <td>68%</td> </tr> <tr> <td>Actitud de gente</td> <td>Bueno</td> <td>69%</td> </tr> </tbody> </table>	Hospedaje	Bueno	51%	Establecimiento de alimentos	Bueno	66%	Transporte	Bueno	65%	Servicios públicos	Bueno	67%	Seguridad	Bueno	71%	Áreas públicas	Bueno	69%	Sitios históricos	Bueno	67%	Eventos	Bueno	58%	Actitud de prestadores de servicios	Bueno	68%	Actitud de gente	Bueno	69%
Hospedaje	Bueno	51%																													
Establecimiento de alimentos	Bueno	66%																													
Transporte	Bueno	65%																													
Servicios públicos	Bueno	67%																													
Seguridad	Bueno	71%																													
Áreas públicas	Bueno	69%																													
Sitios históricos	Bueno	67%																													
Eventos	Bueno	58%																													
Actitud de prestadores de servicios	Bueno	68%																													
Actitud de gente	Bueno	69%																													



# Visitante Promedio



## Visitante Promedio a León

2008

- Edad promedio 31 años.
- Es empresario, ejecutivo, comerciante, empleado, o ama de casa, tiene un ingreso entre \$11,600 y \$34,999 (C).
- Viene al **Municipio de León** acompañado de sus familiares, pareja e hijos.
- Viene de vacaciones, por algún motivo de trabajo/negocios o de compras.
- El viaje lo decidió con menos de una semana de anticipación.
- Si se regresa el mismo día gastará en el lugar alrededor de \$5,114 por toda su familia. Si se queda a dormir gastará aproximadamente \$4,490 por toda su familia, aunque tratará de quedarse con familiares y/o amigos.
- Aprovechando sus vacaciones tratará de ir a otros lugares, los cuales preferentemente serán Guanajuato, San Miguel de Allende, Guadalajara o San Juan de los Lagos.
- Si es que ha visto publicidad, ésta no influyó en su decisión de visitar el destino.
- De regreso a su origen pensará que la experiencia vacacional, tuvo el valor justo de lo que gastó.
- Su sugerencia será: lugares más baratos y más opciones para comer y de recreación.



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

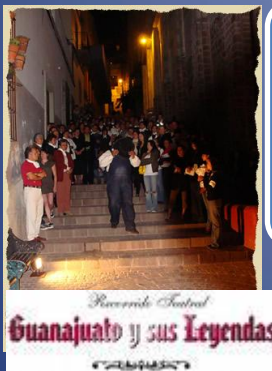
Apoyo en la página Web [www.vamosaguanajuato.com.mx](http://www.vamosaguanajuato.com.mx) y el call center 01 80 714 10 86

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

Estrategia de Promoción y Publicidad por medio de venta de paquetes

Explotar la celebración del bicentenario

Desarrollo de Productos para generar demanda, estadía y derrama económica



# Cuestionario



Guanajuato  
Gobierno  
del Estado

Secretaría  
de Desarrollo  
Turístico

Contigo Vamos

## 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	(1) Interno (2) Nacional (3) Internacional
Origen	

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. dpto.	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



Guanajuato  
Gobierno  
del Estado

Secretaría  
de Desarrollo  
Turístico

**Contigo Vamos**

- 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 >>> <b>P35</b>
8	Departamento o Casa Propia >>> <b>P35</b>
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	( )
3	Anuncio Revista	(1) (2)
4	Espectaculares	( )
5	Anuncio TV	(1) (2)
6	Internet	( )
7	Recomendación	(1) (2)



# Cuestionario



Guanajuato  
Gobierno  
del Estado

Secretaría  
de Desarrollo  
Turístico

**Contigo Vamos**

7	Recomendación amigos/familia
8	Otro, ¿Cuál? _____

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

(1) (2)  
( )

(1) (2)  
( )

( )

( )

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:	\$
<b>Total</b>	

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**