

# Actividad Turística y Perfil del Visitante 2008

San Miguel de Allende 2008



Guanajuato  
Gobierno  
del Estado

Secretaría  
de Desarrollo  
Turístico

**Contigo Vamos**

# CONTENIDO

1. Indicadores de la Actividad Turística en San Miguel de Allende
2. Estudio del Perfil del Visitante a San Miguel Allende
  - 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
  - h. Experiencia de viaje e índices de satisfacción
  - i. Visitante Promedio
3. Cuestionario

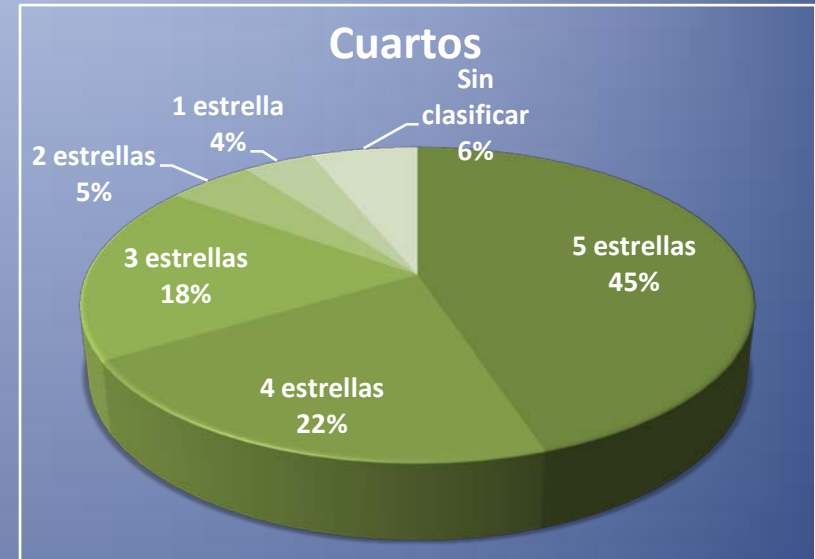
# 1. Indicadores de la Actividad Turística en San Miguel de Allende

# San Miguel de Allende Inventarios

## Inventario

Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	73
Alimentos y bebidas	86
Balnearios	7
Campos de golf	2
Agencias de viaje	14
Empresas arrendadoras de automóviles	3
Centros de congresos y convenciones	7
Transportadoras turísticas	34

Fuente: Sedetur



## Inventario de hospedaje

Categoría	Establecimientos	Cuartos
5 estrellas	31	686
4 estrellas	9	330
3 estrellas	14	282
2 estrellas	6	75
1 estrella	6	62
Sin clasificar	7	94
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>1,529</b>

Fuente: Sedetur, enero 2009.

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

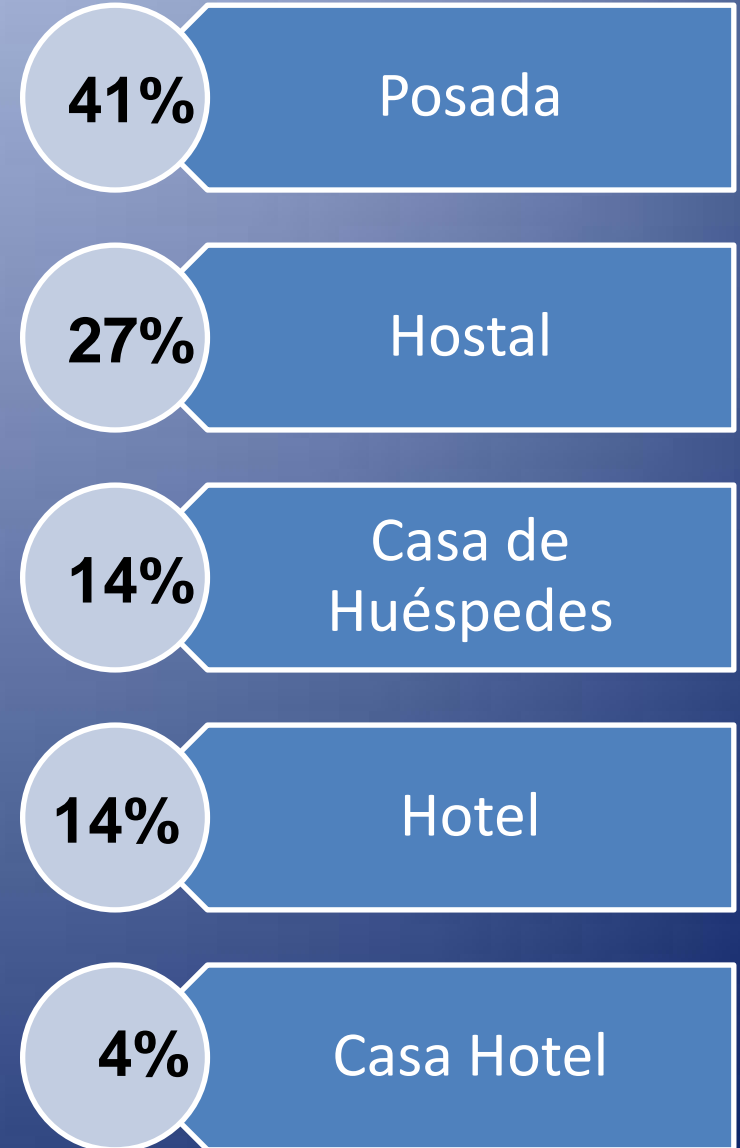
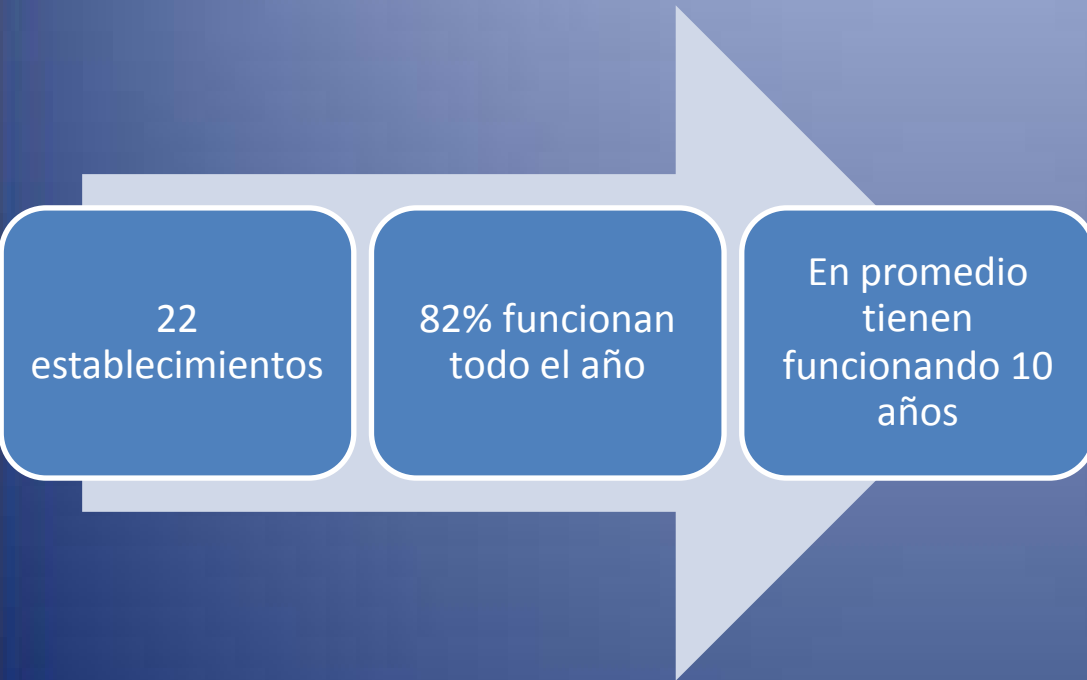
#### Bajas definitivas:

- **Hotel Aristos San Miguel**, 4 estrellas, 78 habitaciones  
Fecha de cierre aproximada durante el 2007
- **Villa Escorpio Al Puente**, 5 estrellas, 5 habitaciones,  
Cierre en abril de 2008.
- **Hotel Cascada Vieja**, categoría especial, 15 habitaciones.  
Cambio de giro en septiembre de 2008.
- **Hotel Vista Real**, categoría especial, 21 habitaciones  
Cambio de administración en febrero de 2009, ahora es el Hotel Bicentenario.

#### Bajas temporales por remodelación:

- **Mesón de San Antonio**
- **Villa Jacaranda**

# Estudio “Censo de Hospedaje Alternativo en San Miguel de Allende”



### DATOS DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ALTERNATIVO

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PÁGINA WEB	CONTACTO	CAPACIDAD EN N° PERSONAS	PROMEDIO DE ESTADIA	PRECIOS	MODO DE OPERAR
El Mayorazgo	Hidalgo # 8 Col. Centro	415 152 13 09	<a href="mailto:posadamayorazgo@hotmail.com">posadamayorazgo@hotmail.com</a>	Juan Pablo Mena	20	3 noches	\$350 P/H	Hotel
Sin Nombre	Aparicio # 2 Col. Centro	415 152 9 01 08	<u>No tiene</u>	Alma Chávez	10	30 noches	\$ 200 P/H	Hotel
Joyería Armando	Umarán #22 Col. Centro	415 152 45 90	<u>No tiene</u>	Alicia	4	5 noches	\$ 900 P/H	Hotel
Casa Orquídeas	Antonio Abadd # 22 Col. Centro	415 152 37 79	<u>No tiene</u>	Antonio	12	4 noches	\$ 180 P/P	Hotel
Hostel Inn	Calzada de la Luz # 31 A Col. Centro	No dio	<u>No tiene</u>	No dio su nombre	15	5 noches	\$ 350 P/H	Hotel
La Casita Posada	Calzada de la Luz # 28 Col. Centro	415 152 12 87	<u>No tiene</u>	Luz Rodríguez	20	3 noches	\$ 299 P/P	Hotel
Sin Nombre	Calzada de la Luz # 8 Col. Centro	415 1548021	<u>No tiene</u>	Leonor Sánchez	4	7 noches	\$ 200 P/P	Hotel
Hostal San Miguel	Calzada de la Luz # 10 Col. Centro	415 153 67 49	<u>No tiene</u>	Beatriz Valenzuela	20	4 noches	\$ 330 P/P	Hotel
Parador San Sebastián	Mesones # 7 Col. Centro	415 153 70 84	<u>No tiene</u>	No dio su nombre	30	3 noches	\$ 350 P/H	Hotel
Las Meninas	Ancha de San Antonio #13 Col. Centro	415 152 29 16	<u>No tiene</u>	Rosa María Licea	24	2 noches	\$ 800 P/H	Hotel
Posada San Miguelito	Canal # 9 Col. Centro	415 154 83 93	<a href="http://www.posadasanmiguelito.com">www.posadasanmiguelito.com</a>	Maricruz	32	3 noches	\$ 400 P/H	Hotel

**Nota sobre abreviaturas de precios : P/H=Por habitación, P/HS=Por habitación sencilla, P/HD=Por habitación doble, P/HT= Por habitación triple, P/P=Por persona, P/D= Por departamento**

### DATOS DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ALTERNATIVO

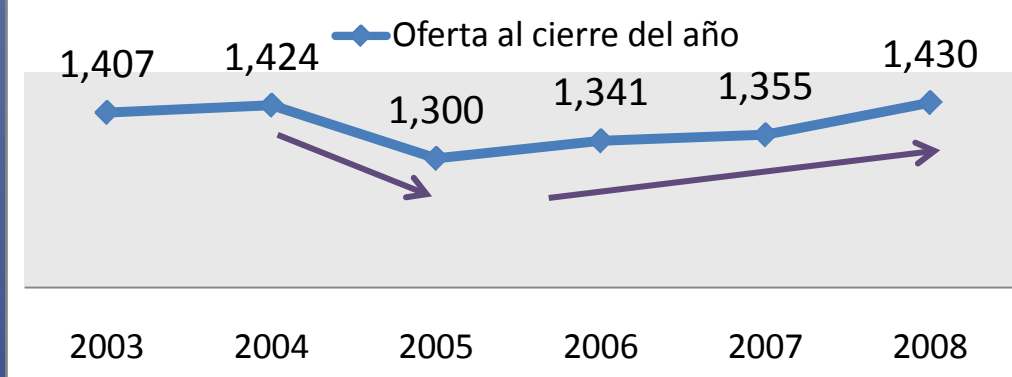
NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PÁGINA WEB	CONTACTO	CAPACIDAD EN N° PERSONAS	PROMEDIO DE ESTADIA	PRECIOS	MODO DE OPERAR
Renta de Cuartos Árboles	Árboles # 2 Col. Centro	415 152 37 87	<a href="#">No tiene</a>	Héctor González de León	4	4 noches	\$ 200 P/P	Hotel
Posada Las Monjas	Canal # 37 Col. Centro	ND	<a href="#">No tiene</a>	No dio su nombre	140	4 noches	\$ 500 P/P	Hotel
Hostal El Encuentro	Pocito # 8 Col. Villa de los Frailes	415 152 22 03	<a href="#">No tiene</a>	Antonio	30	15 noches	\$ 450 P/H	Hotel
Casa de Rosario	Hidalgo # 41 Col. Centro	415 152 72 98	<a href="#">No tiene</a>	Rosario García	3	7 noches	\$ 150 P/P	Hotel
Villa Scorpio al Puente	Quebrada # 93 Col. Centro	415 152 75 75	<a href="#">No tiene</a>	Raúl	8	5 noches	\$ 180 P/P	Hotel
Casa Misión de San Miguel	3er. Cerrada de Pila Seca # 17 Col. Centro	415 154 58 89	<a href="http://www.casamision.com">www.casamision.com</a>	Carolina	44	3 noches	\$ 400 P/H	Hotel
Villa Martha	Recreo # 72 Col. Centro	415 152 0644	<a href="http://www.travelsanmiguel.com/departamentosvillamartha">www.travelsanmiguel.com/departamentosvillamartha</a>	Francisco Martínez	96	3 noches	\$ 1,200 P/D	Departamento
Hostal Alcatraz	Relox # 54 col. Centro	415 152 85 43	<a href="http://www.geocities.com/alcatrazhostel">www.geocities.com/alcatrazhostel</a>	No dio su nombre	60	2 noches	\$ 110 P/P	Ambas
Huéspedes Feliz	Codo # 30 Col. Centro	415 152 08 54	<a href="#">No tiene</a>	Angélica	8	2 noches	\$ 500 P/HS \$ 800 P/HD	Hotel
Casa de Huéspedes	Mesones #27 Col. Centro	415 152 13 78	<a href="#">No tiene</a>	Saleta Ledesma	30	2 noches	\$ 500 P/HD \$ 600 P/HT \$ 780 P/HS	Hotel
Casa de los Soles	Loreto	415 152 34 28	<a href="http://www.casadelossoles.com">www.casadelossoles.com</a>	Sandra	10	2 noches	\$ 950 P/HD \$ 1,800 P/HT	Hotel

**Nota sobre abreviaturas de precios : P/H=Por habitación, P/HS=Por habitación sencilla, P/HD=Por habitación doble, P/HT= Por habitación triple, P/P=Por persona, P/D= Por departamento**

# San Miguel de Allende

## Tendencia de los Indicadores de Hospedaje

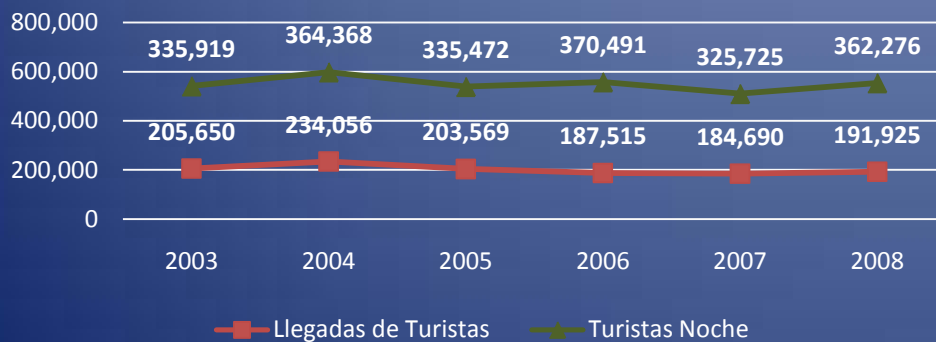
### Oferta de cuartos 1 a 5 estrellas 2003-2008



Fuente: Anuarios INEGI. Sedetur

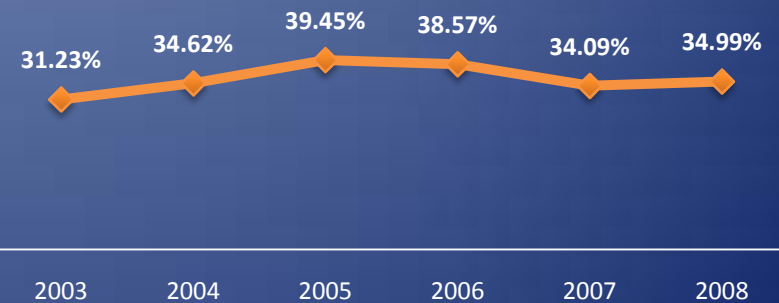
Hay una relación estrecha entre la oferta hotelera, la llegada de turistas y el porcentaje de ocupación.

### Llegada de turistas y turistas noche 1 a 5 estrellas



Fuente: Datatur-Sector. Sedetur

### Ocupación en Hoteles 1 a 5 estrellas

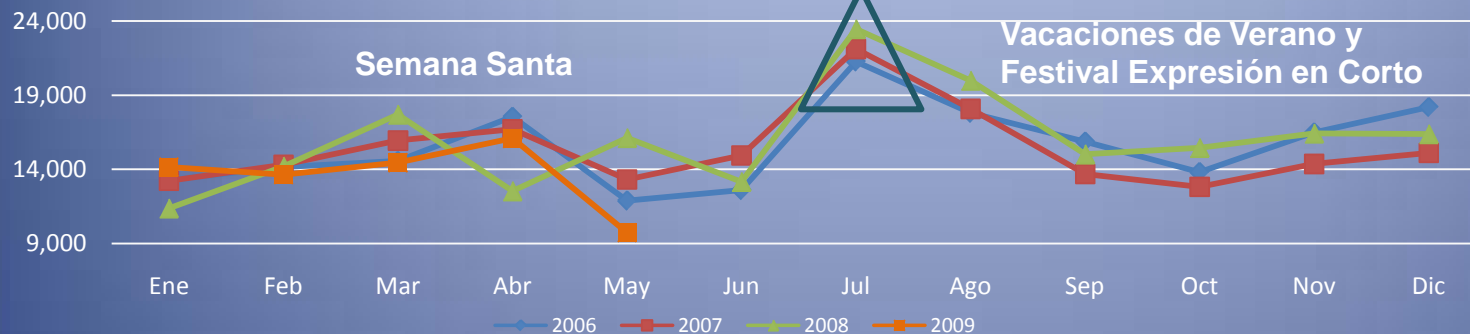




# San Miguel de Allende

## Tendencia de los Indicadores de Hospedaje

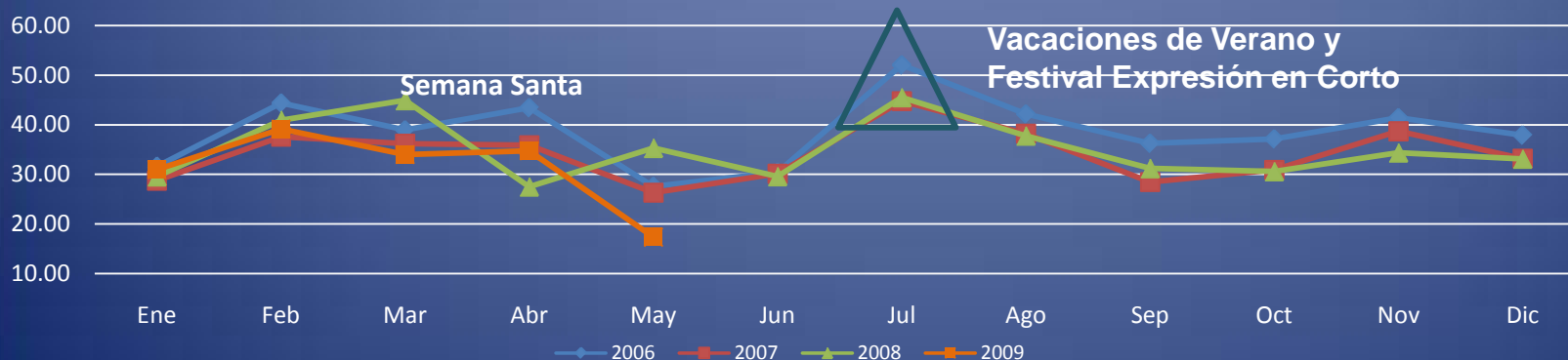
### Llegada de turistas mensual



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	13,273	14,173	14,571	17,561	11,896	12,603	21,263	17,802	15,860	13,813	16,495	18,207	187,515
2007	13,239	14,317	15,949	16,709	13,332	14,946	22,116	18,082	13,692	12,826	14,370	15,112	184,690
2008	11,390	14,215	17,707	12,539	16,130	13,179	23,462	19,992	15,024	15,458	16,436	16,393	191,925
2009	14,163	13,648	14,462	16,099	9,747								

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

### Porcentaje de Ocupación

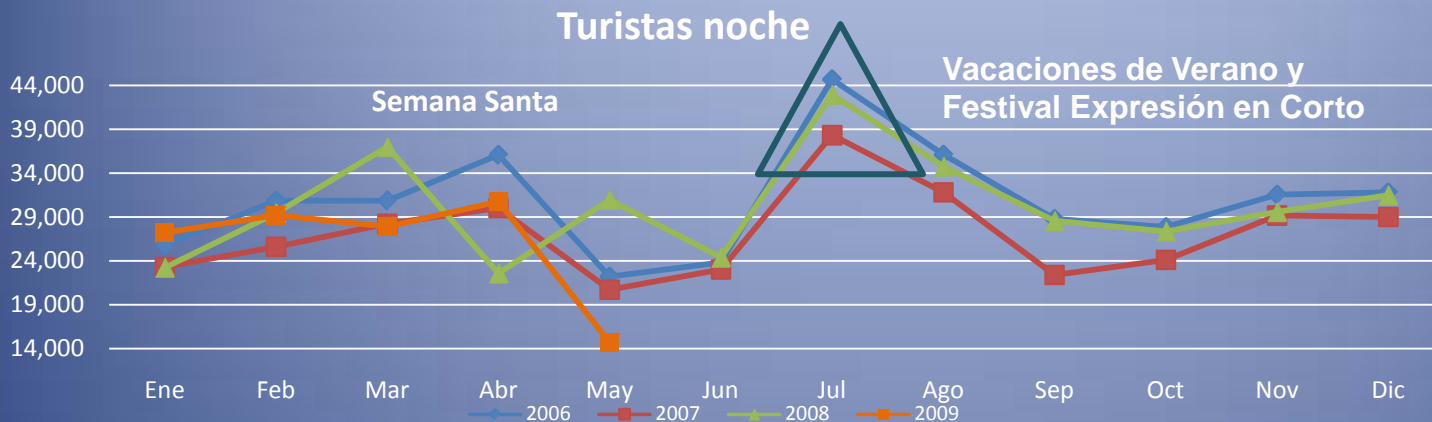


Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	31.58	44.39	38.98	43.43	27.56	30.39	52.05	42.20	36.24	37.18	41.43	37.90	38.57%
2007	28.76	37.60	36.19	35.90	26.34	30.15	44.77	38.22	28.47	30.92	38.71	33.21	34.09%
2008	29.58	40.92	44.95	27.52	35.30	29.60	45.54	37.81	31.22	30.61	34.38	33.15	34.99%
2009	30.96	39.19	34.01	34.77	17.37								

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

# San Miguel de Allende

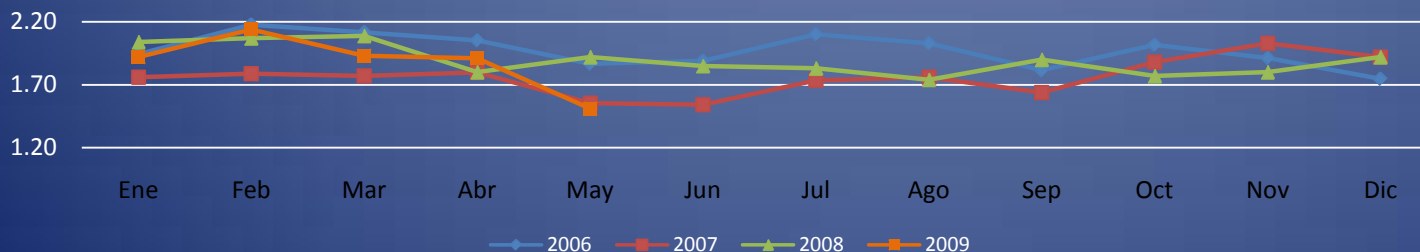
## Tendencia de los Indicadores de Hospedaje



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	25,797	30,860	30,848	36,073	22,217	23,830	44,693	36,131	28,783	27,878	31,560	31,820	370,491
2007	23,300	25,600	28,218	30,034	20,707	23,009	38,333	31,818	22,408	24,112	29,171	29,016	325,725
2008	23,235	29,426	37,007	22,571	30,970	24,381	42,935	34,787	28,545	27,361	29,586	31,474	362,276
2009	27,194	29,207	27,911	30,749	14,718								

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

### Estadía promedio



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	1.94	2.18	2.12	2.05	1.87	1.89	2.10	2.03	1.81	2.02	1.91	1.75	1.98
2007	1.76	1.79	1.77	1.80	1.55	1.54	1.73	1.76	1.64	1.88	2.03	1.92	1.76
2008	2.04	2.07	2.09	1.80	1.92	1.85	1.83	1.74	1.90	1.77	1.80	1.92	1.89
2009	1.92	2.14	1.93	1.91	1.51								

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

# San Miguel de Allende

## Porcentaje de ocupación semanal 2009

### Porcentaje de Ocupación



Semana 1:  
1-enero  
Vacaciones de  
Invierno

Semana 5:  
26 enero-1  
febrero  
Festejos de la  
Candelaria.

Semana 8:  
16-22 febrero

Semana 11:  
9-15 marzo  
Jornada Cubana

Semana 15:  
6-12 abril  
Semana Santa

**Afectadas por  
el brote de  
Influenza A  
H1N1**

**Efecto  
negativo  
inicia** en la  
semana 19  
(del 4 al 10 de  
mayo)

**Inicia la  
recuperación**  
Semana 20:  
del 11 al 17  
de mayo.

# San Miguel de Allende

## Inversiones

### Proyecto Ventanas de San Miguel

- Área Comercial
- Hotel Boutique con Spa
- Centro de Convenciones
- Casa Club
- Restaurante mexicano con plaza de toros
- Campo de Golf profesional de 18 hoyos diseñado por Nick Faldo
- Inversión estimada de \$30 millones de dólares.
- Empleos: 280

### Proyecto Artesana

- Complejo inmobiliario turístico
- Rosewood Hotel and Resorts
- Hotel de Lujo (65 suites)
- 4 restaurantes
- Salón de conferencias
- Spa
- 87 residencias
- Inversión: \$198 millones de dólares
- Empleos: 500

# Resumen Actividad Turística:



Guanajuato  
Gobierno  
del Estado

Secretaría  
de Desarrollo  
Turístico

Contigo Vamos

Concepto	Información Relevante
Número de Habitaciones	1,529
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	94%
Establecimientos de Hospedaje Alternativo	22
Llegada de Turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2008	191,925
Porcentaje de Ocupación promedio 2008	34.99%
Porcentajes de Ocupación más altos	Febrero, marzo/abril, julio y agosto.
Estadía Promedio	1.89
Proyectos de Inversión	Ventanas de San Miguel y Artesana \$230 millones de dólares

## 2. Estudio del Perfil del Visitante a San Miguel de Allende

## 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.

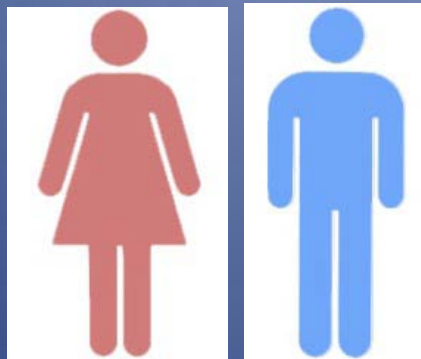
El diseño de la muestra tiene una confianza del 95% y un margen de error estadístico calculado en los resultados de +/- 2.5%, del total del universo estudiado.

# Perfil General



El visitante a San Miguel de Allende está equilibrado en cuanto a sexo. El nivel socioeconómico es el más alto del Estado, por lo que se sugiere dirigir los esfuerzos publicitarios a los niveles medio, medio alto y alto.

### Sexo del Visitante a San Miguel de Allende



**Mujer**  
 45%

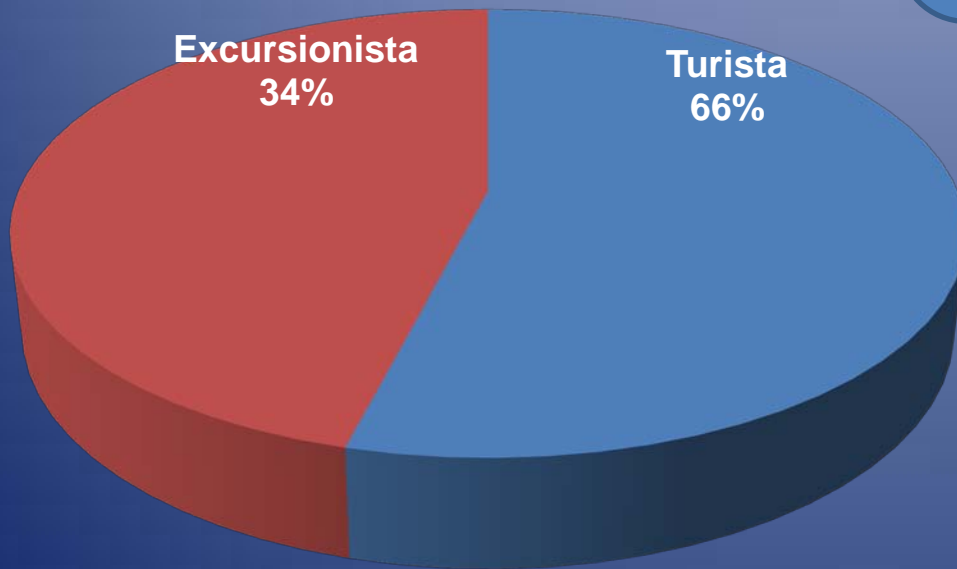
**Hombre**  
 55%

### Nivel Socioeconómico del Visitante



AB	Más de \$85,000.00	2%
C+	\$35,000.00 a \$84,999.00	23%
C	\$11,600.00 a \$34,999.00	39%
D+	\$6,800.00 a \$11,599.00	23%
D	\$2,700.00 a 6,799.00	10%
E	\$0.00 a \$2,699.00	3%

# Clasificación del Visitante



San Miguel de Allende es un destino que en su mayoría recibe turistas, es decir visitantes que se hospedan en algún establecimiento de hospedaje, por lo que hay que ofrecer paquetes que incluyan alternativas de hoteles y tarifas atractivas.

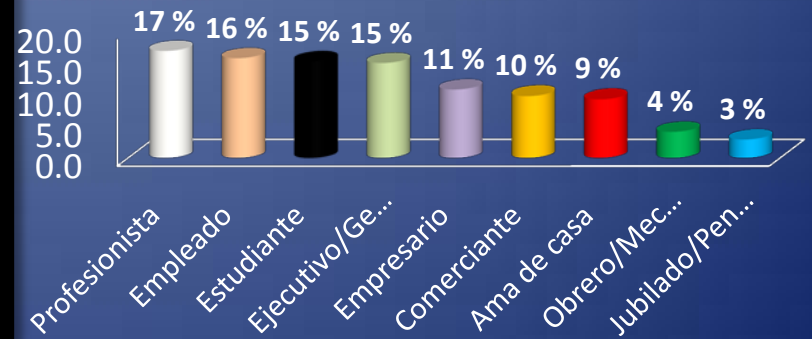
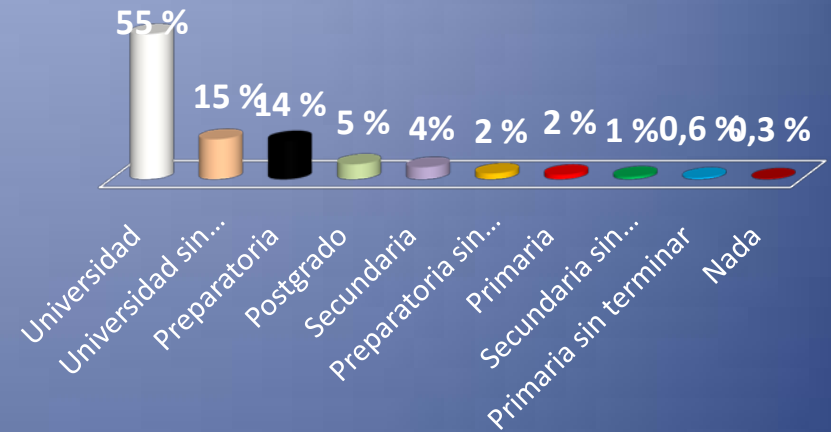
# Edad Promedio del Turista

Tipo de Promedio	Edad
Promedio de Edad del Visitante en Gral. Incluyendo el entrevistado al Estado de Guanajuato	<b>32,4</b>
Promedio de Edad del Entrevistado	<b>35,8</b>
Promedio de Edad de los acompañantes del entrevistado	<b>30,4</b>

Las estrategias de desarrollo de productos y publicidad se deben orientar a personas entre los 30 y 35 años de edad con un nivel educativo de licenciatura y que sean profesionistas o empleados .



# Escolaridad del Visitante



El visitante a San Miguel de Allende lo hace en su mayor parte en grupo de viaje, principalmente con su pareja, familiares o amigos.



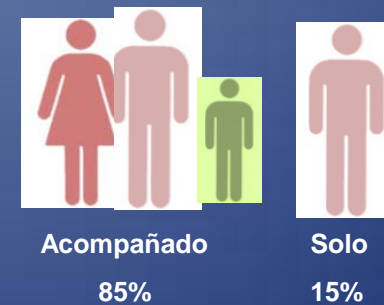
### Tamaño Promedio del Grupo de Viaje

Tipo de Visitante	Promedio
Excursionista	2,9
Turista	3,6
<b>Visitante en General</b>	<b>3,1</b>

La compañía de viaje de familiares e hijos suman el 45%, se sugiere desarrollar productos o actividades dirigidas a este mercado.



### ¿Con quién viene acompañado?



# Resumen Perfil General:

Concepto	Información Relevante
Nivel Socioeconómico	C, C+, A/B 64%
Turistas	66%
Excursionistas	44%
Edad promedio del Visitante	32.4 años
Escolaridad	Licenciatura
Ocupación	Profesionista/Empleado
Grupo de Viaje Promedio	3.1 personas

# Procedencia del Visitante

**San Miguel de Allende** tiene una afluencia principalmente nacional y es el municipio que más visitantes extranjeros recibe, se sugiere realizar estrategias de promoción en Querétaro, Nuevo León, Jalisco y San Luis Potosí a nivel nacional. En el ámbito internacional se sugiere realizar esfuerzos más intenso en Canadá, Francia, España y Alemania.



### Origen del Visitante Nacional por Estados

Estado	%	Estado	%
D.F.	27	Puebla	4
Querétaro	15	Coahuila	2
Nuevo León	8	Chihuahua	2
Edo. México	7	Aguascalientes	2
Jalisco	7	Morelos	1
San Luis Potosí	5	Oaxaca	1
Michoacán	4	Baja California Norte	1
Tamaulipas	4	Sinaloa	1
Hidalgo	4	<b>Otros Estados</b>	<b>6</b>
		<b>Total</b>	<b>100</b>

#### Otros Estados:

Durango, Quintana Roo, Guerrero, Zacatecas, Yucatán, Colima, Tabasco, Campeche, Sonora, Veracruz, Chiapas, Nayarit, Tlaxcala.

### Origen del Visitante Internacional por País

País	Porcentaje
Estados Unidos	82
Canadá	7
Colombia	2
Francia	1
España	1
Alemania	1
Nicaragua	1
Rusia	1
Otros Países	3
<b>Total</b>	<b>100</b>

#### Otros Países:

Inglaterra, Holanda, Puerto Rico, El Salvador, Costa Rica.

Estado	%
Texas	66
California	18
Florida	3
Illinois	3
New York	2
Arizona	1
Colorado	1
Missouri	1
Oregon	1
<b>Total</b>	<b>100</b>

San Miguel de Allende en 2008 recibió más de 761 mil visitantes, de los cuales entre el D.F. y Querétaro representaron el 26% del total equivalentes a más de 198 mil. Del extranjero, entre Estados Unidos y Canadá se recibieron al 10% del total que son más de 74 mil visitantes.

Debido a la contingencia sanitaria, es importante realizar esfuerzos publicitarios a nivel estatal. Se observa una mayor afluencia de los destinos cercanos a San Miguel Allende.

## Origen del Visitante interno

Ciudad	%	Ciudad	%
León	24	Acámbaro	2
Celaya	20	Comonfort	2
Dolores Hidalgo	15	Moroleón	2
Irapuato	6	Pénjamo	2
Guanajuato	5	Salvatierra	1
Salamanca	4	San Diego de la Unión	1
San Luis de la Paz	4	<b>Otras Ciudades</b>	<b>8</b>
San José Iturbide	3	<b>Total</b>	<b>100</b>

San Miguel de Allende en 2008 recibió entre León, Celaya y Dolores Hidalgo el 18% del total de visitantes que son más de 133 mil, y entre estos destinos y el D.F. y Querétaro suman el 44% del total de visitantes.

### Otros Ciudades:

San Francisco del Rincón, Jerécuaro, Ocampo, Purísima del Rincón, Santiago Maravatío, Tierra Blanca, Valle de Santiago, Apaseo el Alto, Cortazar, Juventino Rosas, Villagrán, Silao, Apaseo el Grande, Doctor Mora, San Felipe.



# Resumen Procedencia del Visitante:

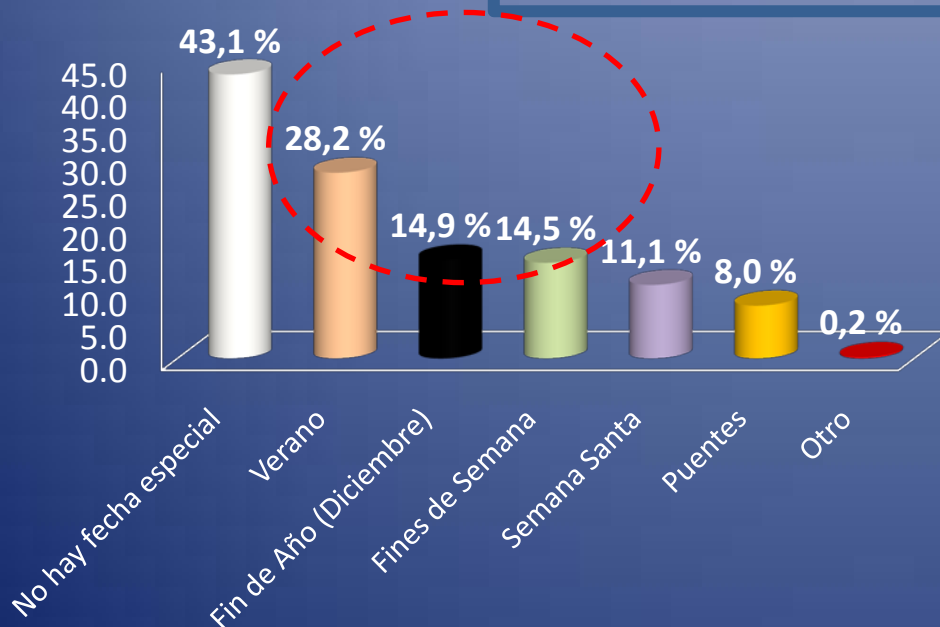
Concepto	Información Relevante
Nacional	62%
Del Estado	27%
Del Extranjero	11%
Principales Destinos Nacionales	Distrito Federal Querétaro Nuevo León Estado de México Jalisco
Principales Destinos Del Estado	León Celaya Dolores Hidalgo Irapuato Guanajuato
Principales Destinos del Extranjero	Estados Unidos Canadá Colombia España Francia

# Planeación de Viaje

Los visitantes de San Miguel de Allende realizan viajes con mayor frecuencia en Verano, Fin de Año y fines de Semana. Se sugiere realizar campañas de publicidad previo a estas fechas con una anticipación de por lo menos 15 días para lograr un mayor impacto .

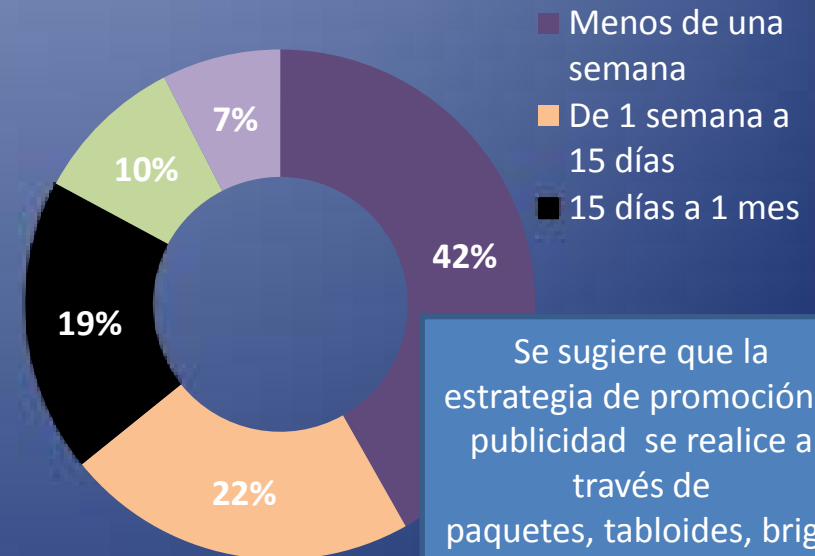
## En qué época del año acostumbra a viajar

Los visitantes acostumbran a viajar en diferentes épocas del año, razón por la cual suma más del 100%.



Otros época en que acostumbra viajar:  
 Noviembre.

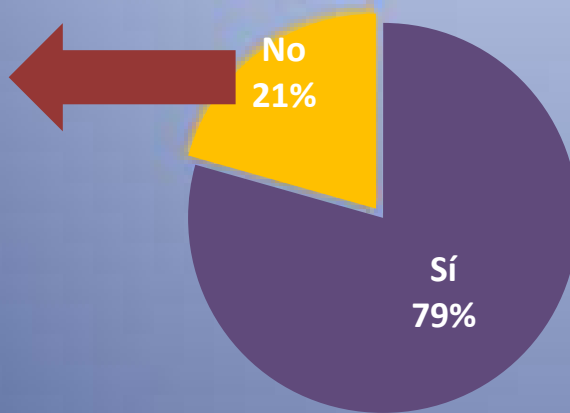
## ¿Con cuánto tiempo de anticipación decidió su viaje?



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 53,1 % 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.

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

Destino	%	Destino	%
Guanajuato	17	Cuernavaca	2
Querétaro	17	Cancún	2
Dolores Hidalgo	10	D.F.	2
Morelia	7	Salvatierra	1

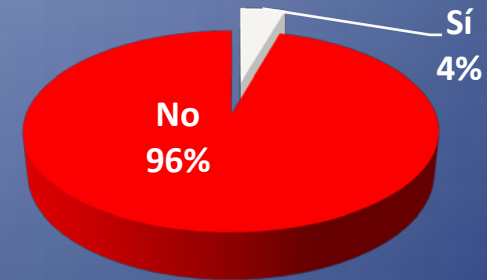
Se observa que las tres primeras opciones son de destinos que se encuentran cerca de San Miguel de Allende, por ejemplo Querétaro se encuentra a 64 km, 45 minutos, Dolores Hidalgo a 44 km que en tiempo representan 30 minutos y Guanajuato a 97 km, a 1 hora de distancia.

Tequisquiapan	2	Otros destinos	9
		<b>Total</b>	<b>100</b>

### Otros Destinos:

Cortazar, Ocampo, Pénjamo, Colima, Mazatlán, San Cristobal de las Casas, Tlaxcala, Pachuca, Zapopan, Tepic, Tepatitlán, Guaymas, Tonalá, Ixcalli, Peña de Bernal, Cañada de Negros.

## ¿Contrató algún paquete de viaje?



78%



15%



7%

El turista de San Miguel de Allende se hospeda principalmente en hoteles, hay que aprovechar esta situación con tarifas más accesibles y ofreciéndole paquetes que incluyan un plus además del hospedaje, como recorridos, espectáculos, alimentos, entre otros.

## Distribución del Visitante en el Estado de Guanajuato

### TURISTA EN HOTEL



25%

### TURISTA EN HOSTAL O POSADA



9%

### TURISTA EN CASA O DPTO. PROPIO



3%

### EXCURSIONISTA



34%

### TURISTA CON FAMILIARES



22%

### TURISTA EN CASA O DPTO. RENTADO



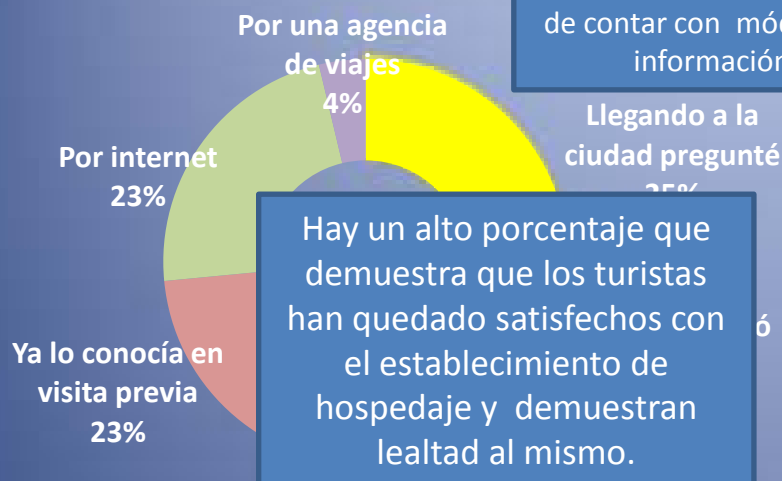
5%

### OTROS



2%

# ¿Cómo se enteró del establecimiento donde se hospeda?

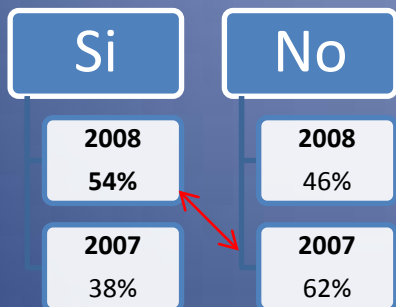


Se observa la importancia de contar con módulos de información.

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 3 a 5 estrellas. La Sedetur apoya a los prestadores turísticos mediante la página web y el call center.

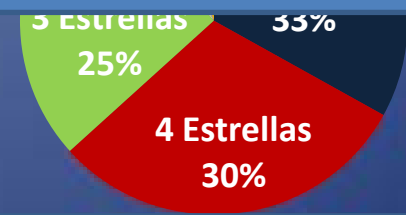
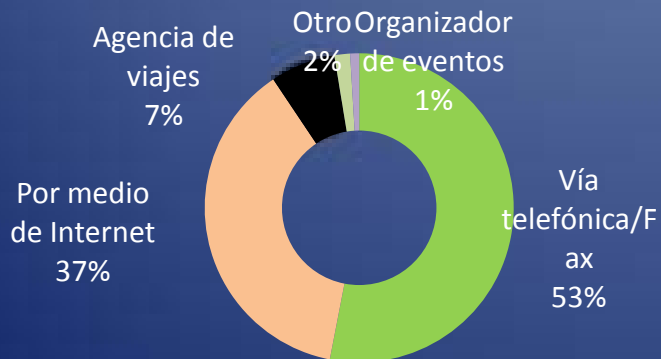
## Uso de Reservaciones



Categoría 2 Estrellas 4%

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.

# ¿Cómo realizó su reservación en dónde se hospedó?



El 88% de los entrevistados contestó que se hospedaron en hoteles de 3 a 5 estrellas.

# Resultados en Establecimientos de Hospedaje 2008

## Indicadores Establecimientos de Hospedaje San Miguel de Allende

<b>Indicador</b>	<b>2008</b>
Porcentaje Ocupación	34.99%
Llegadas de Turistas	191,925
Turistas Noche	362,276
Estadía Promedio	1.89

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

# Resumen Planeación del Viaje:



Guanajuato  
Gobierno  
del Estado

Secretaría  
de Desarrollo  
Turístico

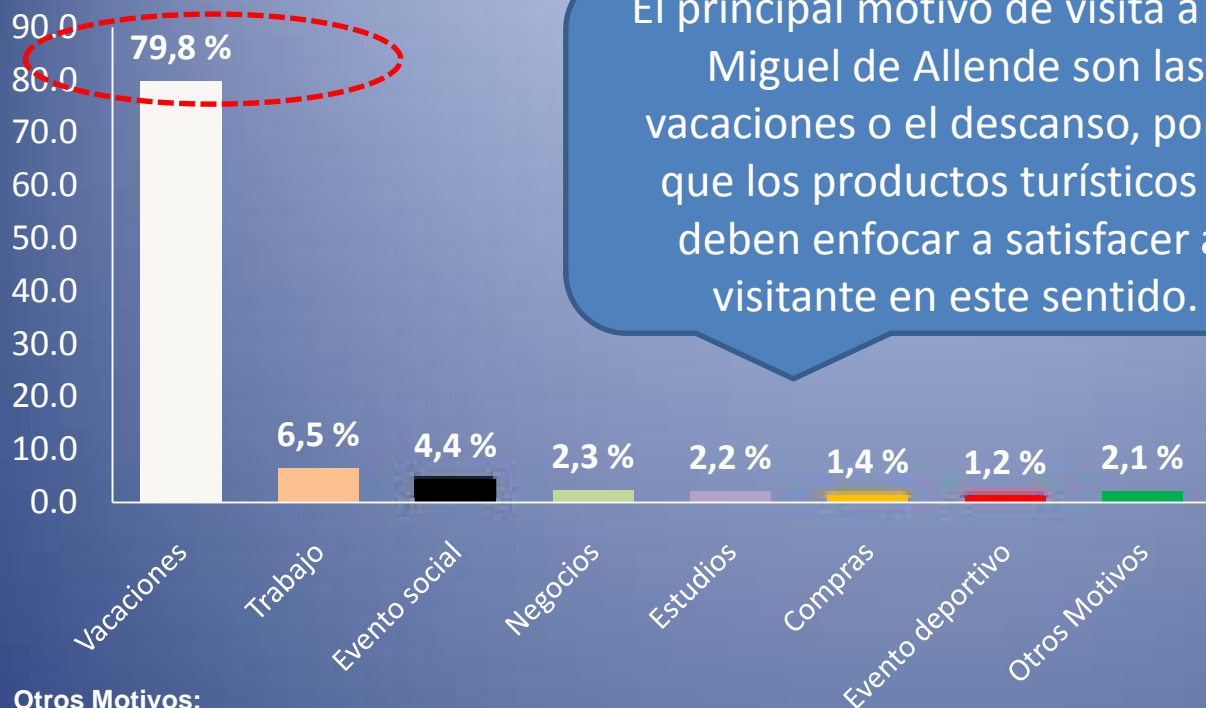
Contigo Vamos

Concepto	Información Relevante
Épocas del año en que acostumbran viajar los visitantes a San Miguel de Allende:	Verano Invierno Fines de Semana
Tiempo de Anticipación de la decisión de viajar:	Menos de una semana
Principal medio por el que se enteraron del establecimiento de hospedaje:	Recomendación Llegando a la ciudad preguntó Ya se había hospedado anteriormente
Destinos que consideraron antes de decidir viajar a San Miguel de Allende:	Guanajuato Querétaro Dolores Hidalgo Morelia Guadalajara
Contrató algún paquete de Viaje:	El 96% respondió que no
Principal medio de transporte:	Automóvil
Principal opción de hospedaje:	Hotel
Uso de reservaciones:	54% contestó que si
Principal medio de reservaciones:	Vía telefónica e Internet
Principal categoría de hotel:	5 estrellas



# Motivo de Visita

# Motivo de viaje del visitante



El principal motivo de visita a San Miguel de Allende son las vacaciones o el descanso, por lo que los productos turísticos se deben enfocar a satisfacer al visitante en este sentido.

### Otros Motivos:

Religión, Salud, Investigación, Congresos y Convenciones, Tramitar documentos.

## 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	11%	9%	15%	45%	12%	15%	11%	11%	0%	13%
Compras	3%	0%	0%	10%	4%	5%	0%	0%	0%	3%
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**

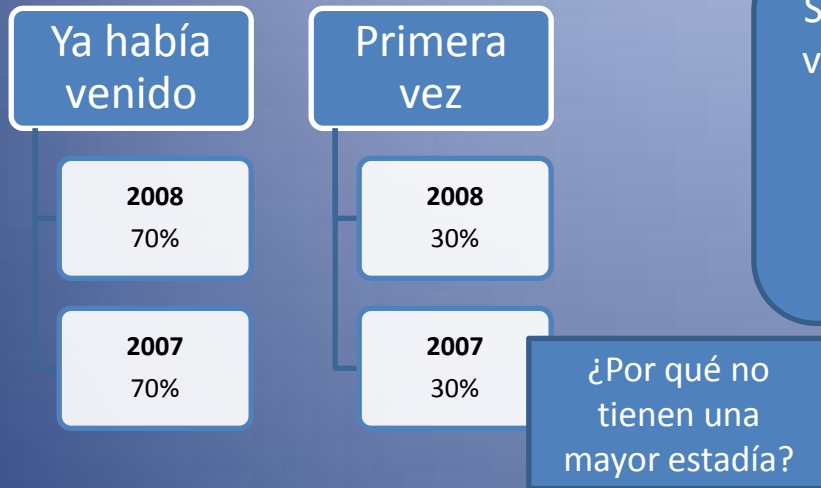
<b>Principales viajeros</b>	Buscan actividades de aventura como kayaking y ciclismo de montaña	Asistentes a bodas o fiestas de fin de año de la empresa donde trabajan	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Solos. Personas solteras que trabajan</li> <li>- Familia. Nuclear o extensa</li> <li>- Amigos. 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:	Vacaciones
Principal motivo de visita mercados emisores:	Placer Familiar Cultural

# Movilidad del Visitante

## Porcentajes de Nuevas Visitas

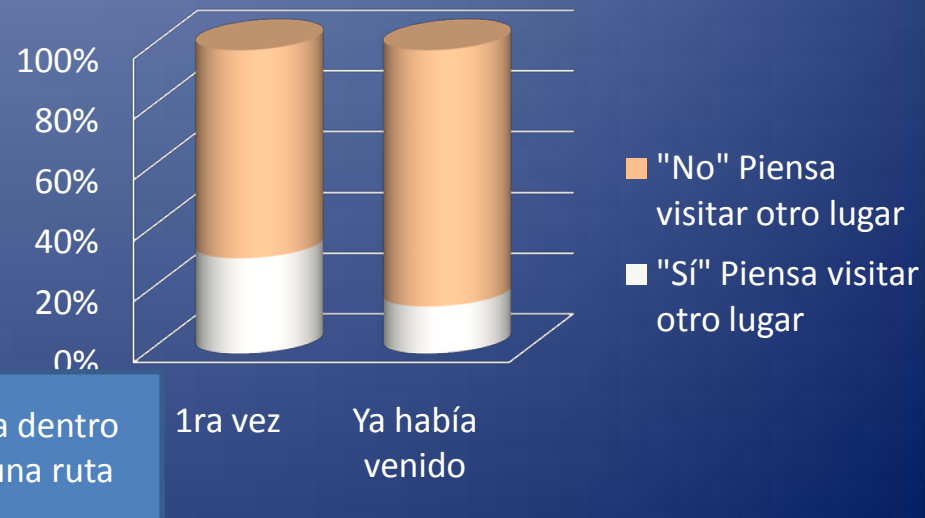


San Miguel de Allende tiene una fuerte afluencia de visitantes recurrentes por lo que hay que ofrecerles nuevas alternativas. También hay que tomar en cuenta que los visitantes nuevos contemplan la posibilidad de ir a otro destino, aquí se presenta nuevamente la oportunidad de realizar alianzas.

## Visitantes que sí piensan visitar otra ciudad



## Nuevas visitas que sí piensan visitar otra ciudad



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

Ciudad	%	Ciudad	%
Guanajuato	22,5	Monterrey	4,0
Querétaro	18,6	San Juan de los Lagos	1,9
León	9,8	Matehuala	1,9
Dolores Hidalgo	9,3	Morelia	1,3
Celaya	5,6	Guadalajara	1,1
D.F.	5,3	Otros Ciudades	14,3
San Luís Potosí	4,5	Total	100

### Ciudades de otro estado

#### Otras Ciudades:

Irapuato, Aguascalientes, Saltillo, San Miguel de Allende, Comonfort, Moroleón, Pénjamo, San Luis de la Paz, Oaxaca, Cd. Juárez, Juárez, Piedras Negras, San Cristobal de las Casas, Tequisquiapan, Toluca, San Juan del Río, Villahermosa, Apaseo el Grande, Cortazar, Jerécuaro, Ocampo, San José Iturbide, Tierra Blanca, Cuernavaca, Tijuana, Pátzcuaro, Mazatlán, Acapulco, Puerto Escondido, Lagos de Moreno, Santa Rosa, Sahuayo, Laredo, Juriquilla, La Huasteca.

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 San Miguel de Allende.

Ej. Querétaro-San Miguel de Allende-Guanajuato.

D.F.-Querétaro-San Miguel de Allende

San Miguel de Allende-Guanajuato- León-Guadalajara

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

Ciudad	%	Ciudad	%
Dolores Hidalgo	30,5	Guadalajara	2,7
Guanajuato	29,9	Celaya	2,4
Querétaro	9,8	San Luís Potosí	1,5
D.F.	4,9	San Juan de los Lagos	1,2
León	4,0	Otras Ciudades	9,5
Morelia	3,7	Total	100

### Ciudades de otro estado

#### Otras Ciudades:

Pénjamo, Salvatierra, San Luis de la Paz, Cuernavaca, Puerto Vallarta, Mazatlán, Cancun, Tequisquiapan, San Miguel de Allende, Irapuato, Salamanca, Tierra Blanca, Oaxaca, Aguascalientes, Monterrey, San Cristóbal de las Casas, Puerto Escondido, Pachuca, Ixtapa - Zihuatanejo, Monclova, Tequila, Texcoco.

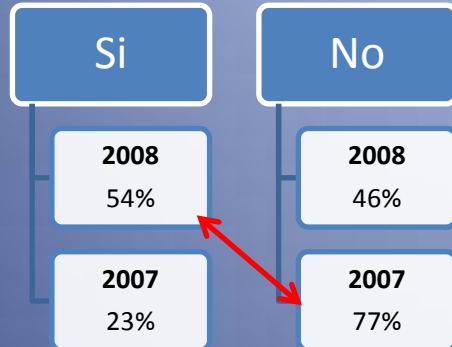


# Resumen Movilidad del Visitante:

Concepto	Información Relevante
Visitantes Nuevos:	30%
Visitantes Recurrentes:	70%
Visitantes a otra ciudad adicional a SMA:	20%
Lugares visitados antes de SMA:	Guanajuato Querétaro León Dolores Hidalgo Celaya
Lugares visitados después de SMA:	Dolores Hidalgo Guanajuato Querétaro Distrito Federal León

# 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 TV e Internet ya que son los medios en dónde hay una mayor recordación y así poder influir en la decisión de visitar San Miguel de Allende.

Por otra parte, los invitamos a formar parte del Call Center y la página Web de Sedetur.

¿En dónde vió, escuchó o leyó publicidad?



TV  
47%



Familiares  
y Amigos  
39%



Internet  
44%



Radio  
14%



Folletos  
14%



Revistas  
25%



Espectaculares  
6%

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



# 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:



# Resumen Recordación Publicitaria:

Concepto	Información Relevante
Vió publicidad sobre el destino:	54%
¿Dónde la vió?	Televisión 47% Internet 44% Recomendación de familiares y amigos 39%
Influencia en la decisión de elegir el destino:	Influyó 49%

# Gasto del Visitante

# Gasto del visitante por viaje:

\$5,701.00

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 llego al destino	En el destino	De regreso a su origen	Total
Turista	26%	63%	11%	100%
Excursionista	26%	59%	15%	100%

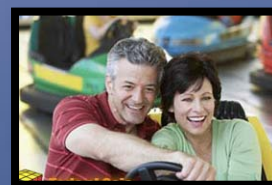
## Distribución promedio del gasto del Turista



**HOSPEDAJE**  
23%



**TRANSPORTE LOCAL**  
8%



**ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN**  
9%



**ALIMENTOS Y BEBIDAS**  
10%



**ARTESANÍAS**  
10%



**COMPRAS**  
13%



**OTROS**  
28%

# 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 del desarrollo de paquetes y alianzas.

## TURISTA EN HOTEL



1.89 días  
\$1,328

## TURISTA EN HOSTAL O POSADA



3.7 días  
\$882

## TURISTA EN CASA O DPTO. PROPIO



12.1 días  
\$921

## TURISTA CON FAMILIARES Y/ AMIGOS



6.0 días  
\$598

## TURISTA EN CASA O DPTO. RENTADO



13.9 días  
\$810

## OTROS



2.4 días  
\$345

## EXCURSIONISTA



\$776



# Derrama Económica Estimada 2008

## Visitantes y Derrama Económica Estimada San Miguel de Allende 2008

Categoría	Total en personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos	209,007	\$486,853,042
Turistas en otros establecimientos comerciales	108,523	\$683,423,618
Turistas en establecimientos no comerciales	185,394	\$828,779,587
Excursionistas	258,823	\$200,810,032
<b>Totales</b>	<b>761,747</b>	<b>\$2,199,866,279</b>

Fuente: Datatur-Sector, 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.

Fuente: Datatur-Sector. Sedetur

# Resumen Gasto del Visitante:

Concepto	Información Relevante												
Gasto en el destino:	Excursionista 59% Turista 63%												
Estadía de turista:	<table> <tr> <td>Hotel</td> <td>1.89 días</td> </tr> <tr> <td>Hostal o posada</td> <td>3.70 días</td> </tr> <tr> <td>Casa o depto. propio</td> <td>12.10 días</td> </tr> <tr> <td>Familiares o amigos</td> <td>6.00 días</td> </tr> <tr> <td>Casa o depto. rentado</td> <td>13.90 días</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>2.40 días</td> </tr> </table>	Hotel	1.89 días	Hostal o posada	3.70 días	Casa o depto. propio	12.10 días	Familiares o amigos	6.00 días	Casa o depto. rentado	13.90 días	Otros	2.40 días
Hotel	1.89 días												
Hostal o posada	3.70 días												
Casa o depto. propio	12.10 días												
Familiares o amigos	6.00 días												
Casa o depto. rentado	13.90 días												
Otros	2.40 días												
Derrama económica estimada	\$ 2,199,866,279 pesos												

# Experiencia de viaje e índices de satisfacción

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



Estacionamientos



Módulos de Información



Más barato



Centros Nocturnos



Baños Públicos



Lugares de Recreación

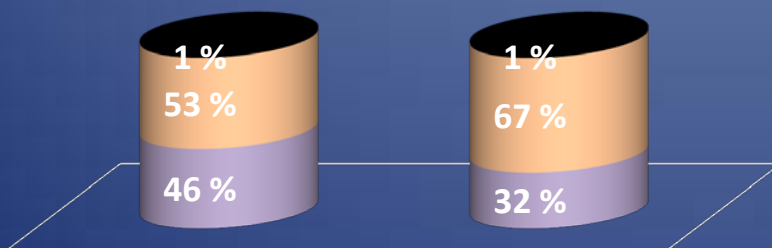


Gente Amable

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

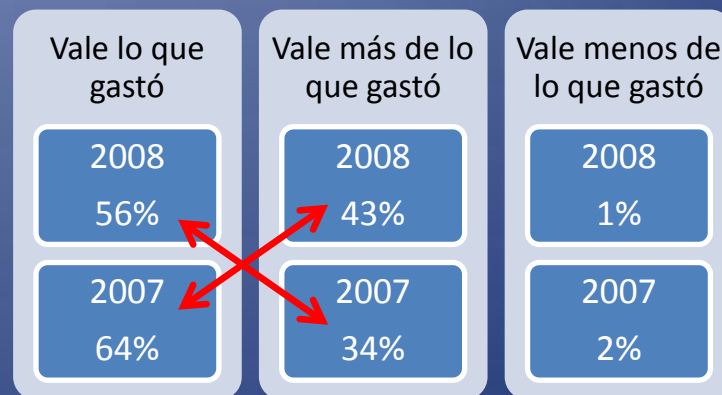
- Vale más de lo que gastó
- Vale lo que gastó
- Vale menos de lo que gastó



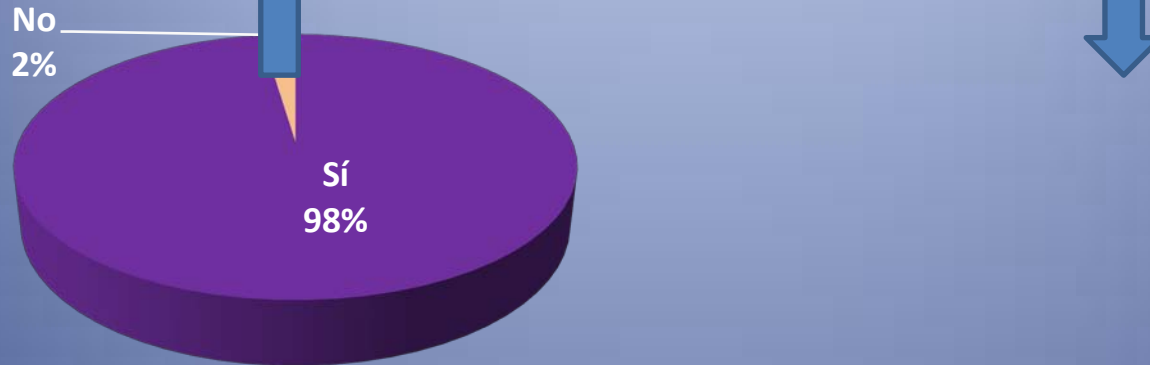
Turista

Excursionista

502,924 + 258,823 = 761,747 visitantes



## Recomendación del destino



### ¿Porque sí?

Lindo/Bonito (46%)

Tranquilidad (14%)

Agradable (6%)

Es turístico (4%)

Es seguro (4%)

Por su historia (3.4%)

Ambiente (2%)

Limpio (2%)

### ¿Porqué no?

Es poco atractivo (40%)

Es sucio (20%)

Es caro (20%)

Mucha Gente (20%)

# San Miguel de Allende

## Diferencia en tarifas

### Tarifas Promedio en Hoteles

Categoría	Querétaro	Guanajuato Capital	San Miguel de Allende
Especial/Boutique	\$1,597.58	\$1,686.00	<b>\$2,250.57</b>
5 estrellas	\$1,241.13	\$1,229.25	<b>\$1,804.40</b>
4 estrellas	\$857.75	\$1,226.55	<b>\$923.83</b>

Fuente: Sondeo realizado en 2009.



Comparativo Tarifas fechas Entrada Jueves 16 de Julio Salida Domingo 19 de Julio

Sólo habitación

- 24 establecimientos categoría especial
- 8 establecimientos 5\*
- 9 establecimientos 4\*

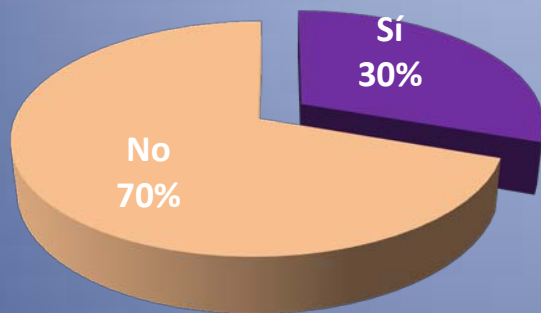
Fuente: Sedetur

Destino	Tarifa 3 Estrellas	Tarifa 4 estrellas	Tarifa 5 Estrellas
1 Zacatecas	\$969.00	\$1,289.00	\$3,877.00
2 San Miguel de Allende	\$959.00	\$1,180.00	\$3,675.00
3 Ixtapa-Zihuatanejo	\$1,044.00	\$1,160.00	\$1,667.00
4 Guanajuato Capital	\$1,459.00	\$1,062.00	\$1,269.00
5 Nuevo Vallarta	N.D.	\$967.00	\$2,472.00
6 Riviera Maya	\$525.00	\$962.00	\$1,068.00
7 Guadalajara	\$660.00	\$839.00	\$1,180.00
8 León	\$613.00	\$811.00	\$1,707.00
9 Cancún	\$600.00	\$807.00	\$1,728.00
10 Aguascalientes	\$428.00	\$800.00	\$1,879.00
11 Puerto Vallarta	\$667.00	\$800.00	\$1,359.00
12 Morelia	\$586.00	\$794.00	\$2,935.00
13 Querétaro	\$648.00	\$780.00	\$1,577.00

N.D. No Disponible

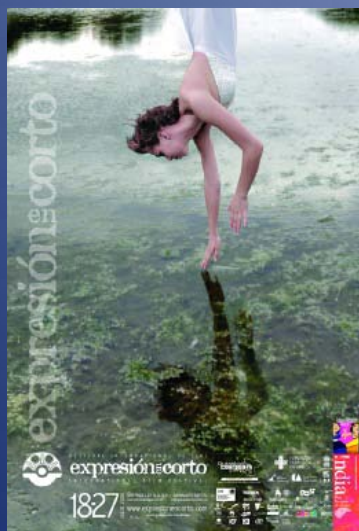
Fuente: <http://www.rivieranayarit.ws/paquetes-turisticos-en-riviera-nayarit.php>

Durante su visita ¿visitó algún evento o festividad?



Los eventos son un elemento importante en la generación de demanda y derrama económica

### Principales Eventos en San Miguel de Allende



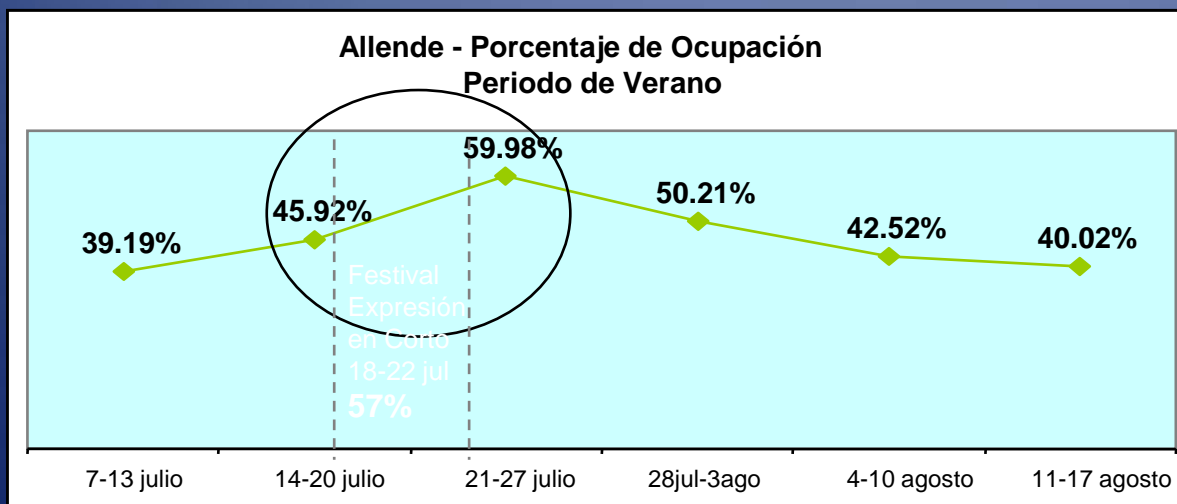
# San Miguel de Allende Eventos



## Festival de Cine Expresión en Corto

La ciudad registró 19,611 visitantes, entre turistas y excursionistas (visitantes que no pernoctan). Se estima una derrama económica de \$41.6 millones de pesos.

San Miguel de Allende	
Indicador	2008
Cuartos Ocupados	4,136
Llegadas de Turistas	5,148
Turistas Noche	8,843
% de Ocupación	56.6%
Estadía	1.72



En San Miguel, el Festival (18-22 julio) tuvo una contribución marginal de 44% con respecto a la semana anterior a él.



# San Miguel de Allende

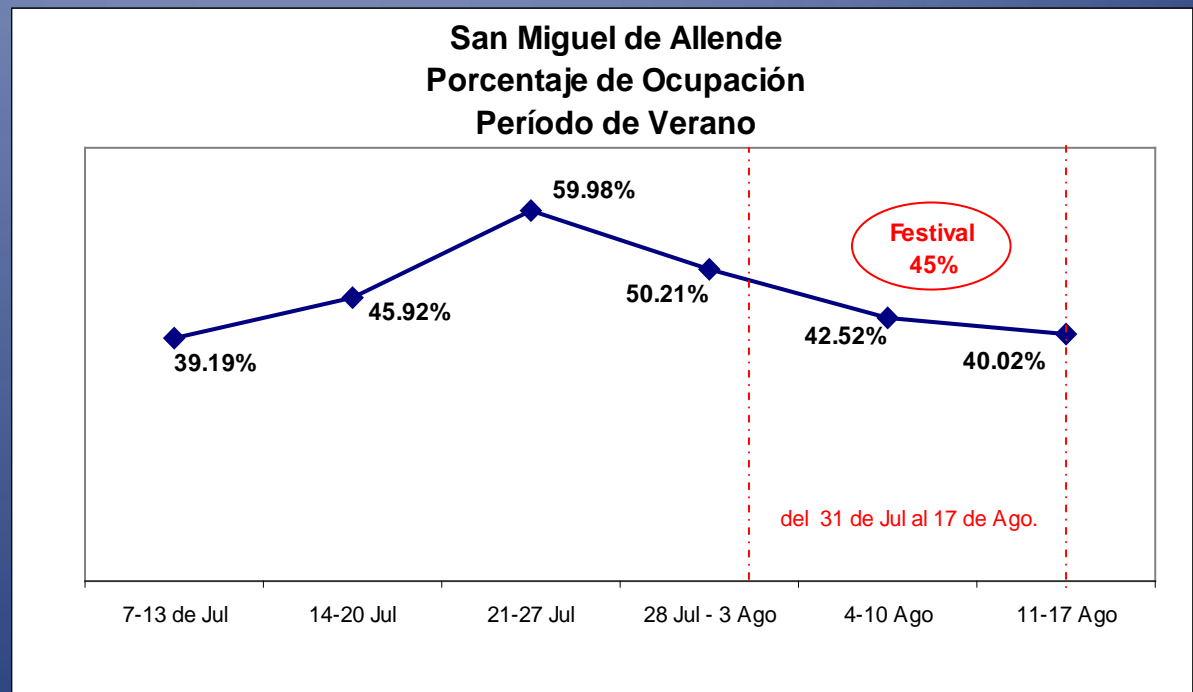
## Eventos



### Festival de Música de Cámara

San Miguel de Allende registró una ocupación del 45% durante el Festival de Música de Cámara 2008, con la llegada de más de 14 mil turistas.

La ocupación promedio durante el desarrollo del Festival (45%) fue superior a la de las dos semanas completas del 4 al 10 de agosto y del 11 al 17 de agosto, debido a que los primeros días del festival (31 de julio al 3 de agosto) coincidieron con la segunda mejor semana del período vacacional de verano.



# San Miguel de Allende

## Eventos



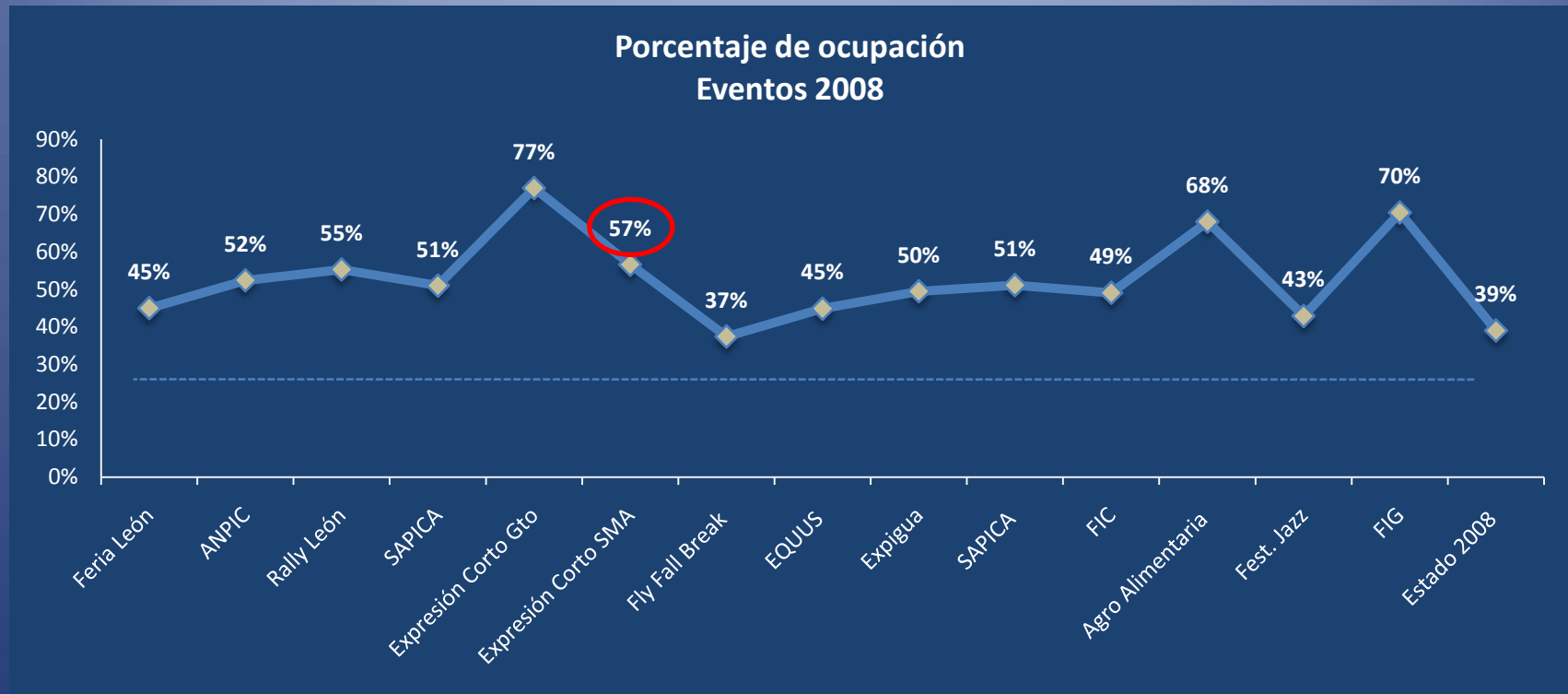
## Festival de Jazz

- Del 28 al 30 de noviembre la ciudad recibió una llegada cercana a los 2 mil turistas
- La ocupación durante estos tres días fue de 44%.
- En la categoría 3 estrellas se presentó el mejor resultado de ocupación, con un 49%, mientras que la categoría 4 estrellas presentó un 47% en ocupación.
- La derrama económica estimada generada únicamente por los turistas hospedados en hoteles 1 a 5 estrellas, se calcula superior a los \$3.8 millones de pesos.

Indicadores en Establecimientos de Hospedaje Hospedaje 1 a 5 estrellas Festival de Jazz San Miguel de Allende 28 al 30 de noviembre 2008	
Indicador	
Llegada de turistas	1,891
Turistas noche	3,855
Ocupación	44.00%
Estadía	2.04
Gasto promedio diario	\$992.57
Derrama económica estimada	\$3,826,203

# Estado de Guanajuato

## Eventos



Fuente: Sedetur, Datatur

# Índice de Satisfacción- Servicios de Hospedaje

Aspectos	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Limpieza de la Habitación	42%	51%	7%	0%	100 %
Mobiliario del establecimiento	40 %	53 %	6%	1 %	100 %
Atención del personal	45%	51%	4%	0%	100 %
Seguridad	45 %	51%	3%	1 %	100 %

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

Aspectos / Servicios	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Hospedaje	45 %	47 %	7 %	1 %	100 %
Establecimientos de Alimentos	42%	55%	3%	0 %	100 %
Transporte	41%	51%	7 %	1 %	100 %
Servicios públicos	27%	61%	10 %	2%	100 %
Seguridad	32 %	55%	12 %	1%	100 %
Áreas públicas	48 %	49 %	3%	0 %	100 %
Sitios históricos / culturales	42 %	51 %	5%	2 %	100 %
Eventos	56 %	41 %	2 %	1 %	100 %
Actitud de prestadores de servicios	46%	49 %	4 %	1 %	100 %
Actitud de la gente en general	54 %	44 %	2%	0 %	100 %

Establecimientos que pertenecen al Club de Calidad Tesoros de Guanajuato (9)

1. Dos Casas Luxury Boutique
2. Hotel Casa de Aves
3. Hotel Suites Doña Urraca
4. Hotel Bicentenario
5. La Puertecita Boutique Hotel
6. Casa de Sierra Nevada Hotel
7. Hotel Casa de los Olivos
8. Hotel Casa Rosada
9. La Casa de Liza Villas en el Parque

¿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?	Estacionamientos Módulos de información Servicios y productos más baratos Centros nocturnos																
Índices de satisfacción	Valió más de lo que gastó pasa del 34% en 2007 a 43% en 2008																
Recomendación del destino	SI 98% } ¿Por qué? = <table style="display: inline-table; vertical-align: middle; margin-left: 20px;"> <tr> <td>Lindo/bonito</td> <td>46%</td> </tr> <tr> <td>Tranquilo</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Agradable</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Es turístico</td> <td>4%</td> </tr> </table>	Lindo/bonito	46%	Tranquilo	14%	Agradable	6%	Es turístico	4%								
Lindo/bonito	46%																
Tranquilo	14%																
Agradable	6%																
Es turístico	4%																
Número de visitantes	761,747																
Tarifas promedio en hoteles	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Querétaro</th> <th>Guanajuato</th> <th>San Miguel de Allende</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Especial</td> <td>\$ 1,598</td> <td>\$ 1,686</td> <td>\$ 2,251</td> </tr> <tr> <td>5 estrellas</td> <td>\$ 1,241</td> <td>\$ 1,229</td> <td>\$ 1,804</td> </tr> <tr> <td>4 estrellas</td> <td>\$ 858</td> <td>\$ 1,227</td> <td>\$ 924</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Querétaro	Guanajuato	San Miguel de Allende	Especial	\$ 1,598	\$ 1,686	\$ 2,251	5 estrellas	\$ 1,241	\$ 1,229	\$ 1,804	4 estrellas	\$ 858	\$ 1,227	\$ 924
Categoría	Querétaro	Guanajuato	San Miguel de Allende														
Especial	\$ 1,598	\$ 1,686	\$ 2,251														
5 estrellas	\$ 1,241	\$ 1,229	\$ 1,804														
4 estrellas	\$ 858	\$ 1,227	\$ 924														
Visita a festivales	Visitó 30%																
Regresaría al destino en los próximos 12 meses	SI 80%																

# Resumen experiencia de viaje e índices de satisfacción

Concepto	Información Relevante
Principales eventos	<b>Festival de Cine Expresión en Corto:</b> - Visitantes 19,611                      - Porcentaje de ocupación                      57% - Derrama económica \$41.6 millones de pesos
	<b>Festival de Música de Cámara:</b> - Turistas 14,000                      -Porcentaje de ocupación                      45% - Derrama económica \$ 23.9 millones de pesos
	<b>Festival del Jazz &amp; Blues:</b> -Turistas 2,000                      - Porcentaje de ocupación                      44% - Derrama económica \$ 3.8 millones de pesos
	<b>Porcentaje de ocupación promedio anual                      34.99%</b>
Calificación de los servicios	Hospedaje                      Bueno                      47%
	Establecimiento de alimentos                      Bueno                      55%
	Transporte                      Bueno                      51%
	Servicios públicos                      Bueno                      61%
	Seguridad                      Bueno                      55%
	Áreas públicas                      Bueno                      49%
	Sitios históricos                      Bueno                      51%
	Eventos                      Excelente                      56%
	Actitud de prestadores de servicios                      Bueno                      49%
	Actitud de gente                      Excelente                      54%

# Visitante Promedio

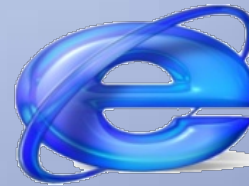




## Visitante Promedio a San Miguel de Allende

2008

- Edad promedio 32 años.
- Es profesionista/empleado, tiene un ingreso entre \$ 11,600 y \$ 34,999 (NSE C).
- Viene a San Miguel de Allende acompañado de su pareja.
- Viene de vacaciones, a descansar, conocer la ciudad y visitar a familiares y amigos.
- El viaje lo decidió con menos de una semana de anticipación.
- El viaje lo realizó en su automóvil y su lugar de origen está, a una distancia de 370 kilómetros (4 horas).
- Si se regresa el mismo día gastará alrededor de \$ 3,335.00 por toda su familia.
- Si se queda a dormir gastará aproximadamente \$ 11,100 en el viaje por su familia, la estancia la realizará en un hotel de 4 o 5 estrellas.
- Aprovechando sus vacaciones tratará de ir a otros lugares, los cuales preferentemente serán Querétaro, Guanajuato y Dolores Hidalgo.
- Si es que ha visto publicidad, ésta no influyó en su decisión de venir de vacaciones.
- Al regresar pensará que la experiencia vacacional tuvo el valor justo de lo que gastó.
- Su sugerencia será: “ Más estacionamientos, módulos de información y más barato”



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

Aprovechar la celebración del bicentenario

Desarrollo de Productos para generar demanda, estadía y derrama económica



**Visitante Deseado**



# 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. dptvo. 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

- 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
----------------------------------	---	---	---	---

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:	_____



---

**POR SU ATENCIÓN,  
GRACIAS**