

Actividad Turística y Perfil del Visitante

San José Iturbide 2008



Guanajuato
Gobierno
del Estado

Secretaría
de Desarrollo
Turístico

Contigo Vamos

CONTENIDO

1. Indicadores de la Actividad Turística en San José Iturbide
2. Estudio del Perfil del Visitante a San José Iturbide
 - 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 San José Iturbide

San José Iturbide

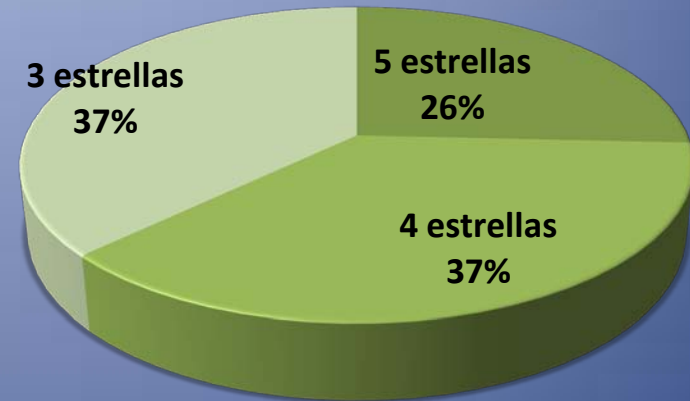
Inventarios

Inventario

Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	4
Alimentos y bebidas	13
Balnearios	4
Campos de golf	0
Agencias de viaje	3
Empresas arrendadoras de automóviles	0
Centros de congresos y convenciones	0
Transportadoras turísticas	2

Fuente: Sedetur

Habitaciones



Inventario de hospedaje

Categoría	Establecimientos	Cuartos
5 estrellas	2	43
4 estrellas	1	62
3 estrellas	1	62
Total	4	167

Fuente: Sedetur, junio 2009.

Movimientos en el inventario de establecimientos de hospedaje:

2007:

Baja de un establecimiento sin clasificar con 11 habitaciones.

San José Iturbide

Tendencia de los Indicadores de Hospedaje

Oferta de cuartos 3 a 5 estrellas



Fuente: Anuarios INEGI. Sedetur

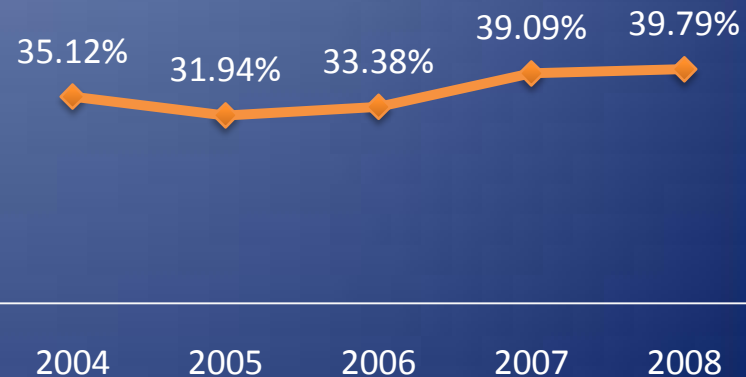
Hay una relación estrecha entre la oferta hotelera, la llegada de turistas y el porcentaje de ocupación.

Indicadores Hoteles 3 a 5 estrellas



Fuente: Datatur-Setur. Sedetur

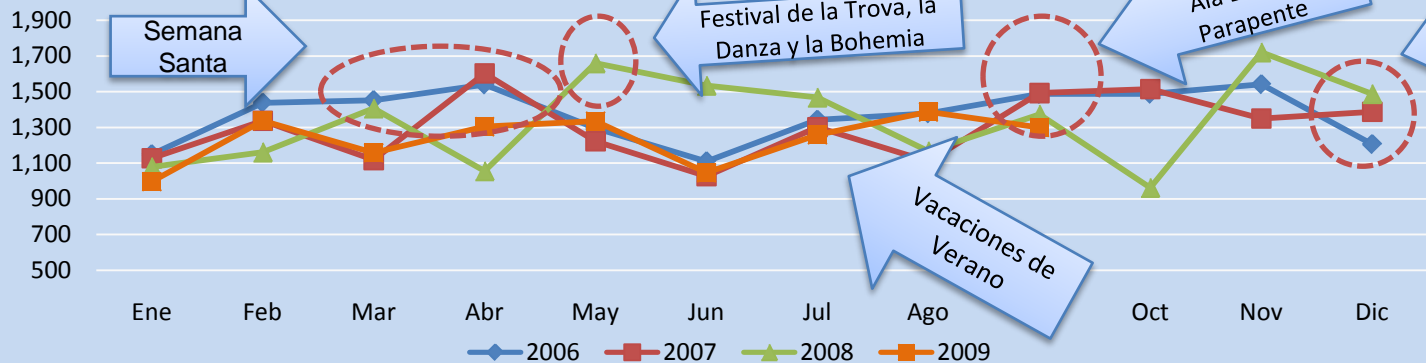
Ocupación en Hoteles 3 a 5 estrellas



San José Iturbide

Tendencia de los Indicadores de Hospedaje

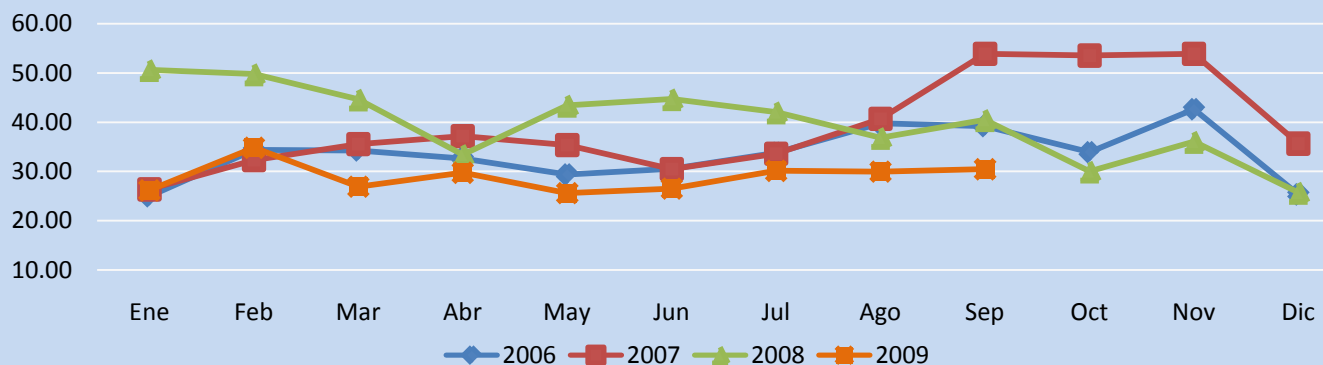
Llegada de turistas



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	1,148	1,438	1,451	1,540	1,295	1,109	1,342	1,378	1,487	1,488	1,541	1,206	16,423
2007	1,128	1,337	1,118	1,603	1,222	1,027	1,301	1,110	1,492	1,515	1,350	1,387	15,590
2008	1,079	1,161	1,407	1,056	1,660	1,534	1,467	1,166	1,374	963	1,721	1,487	16,076
2009	997	1,336	1,159	1,304	1,336	1,046	1,259	1,387	1,300				

Fuente: Datur-Sector, Sedetur

Porcentaje de Ocupación



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	24.99	34.37	34.29	32.63	29.36	30.58	33.81	39.80	39.24	33.95	42.65	25.34	33.38%
2007	26.37	32.31	35.58	37.19	35.39	30.53	33.63	40.74	53.91	53.56	53.91	35.68	39.09%
2008	50.69	49.79	44.67	33.43	43.43	44.76	42.05	36.87	40.50	30.06	36.08	25.72	39.79%
2009	26.18	34.84	26.95	29.77	25.63	26.53	30.15	29.98	30.47				

Fuente: Datur-Sector, Sedetur

San José Iturbide

Tendencia de los Indicadores de Hospedaje

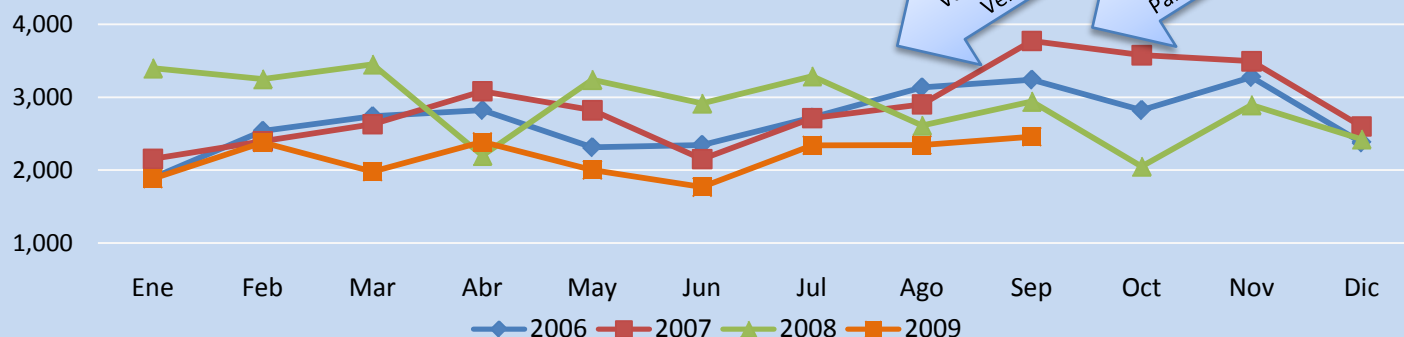


Guanajuato
Gobierno
del Estado

Secretaría
de Desarrollo
Turístico

Contigo Vamos

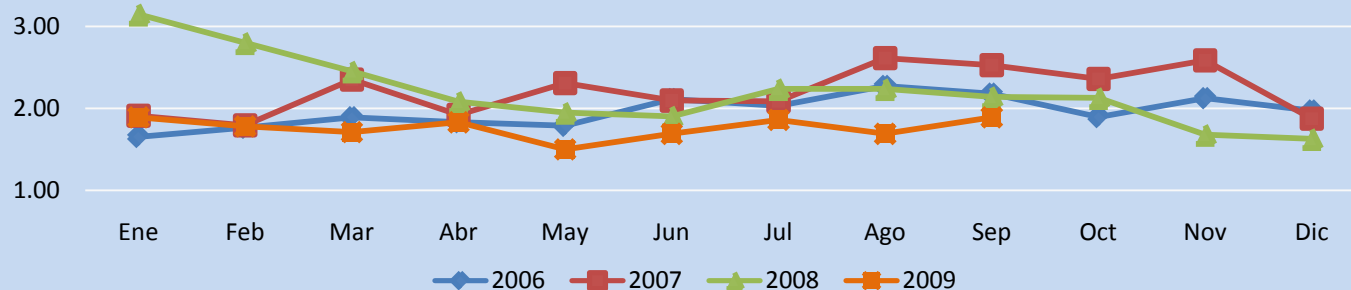
Turistas noche



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	1,896	2,536	2,741	2,822	2,315	2,343	2,723	3,135	3,240	2,821	3,275	2,377	32,224
2007	2,154	2,398	2,630	3,081	2,821	2,153	2,714	2,902	3,770	3,576	3,492	2,600	34,291
2008	3,396	3,250	3,452	2,198	3,238	2,915	3,287	2,611	2,939	2,051	2,891	2,424	34,653
2009	1,884	2,379	1,981	2,386	2,004	1,768	2,341	2,344					

Fuente: Datatur-Sector, Sedetur

Estadía promedio



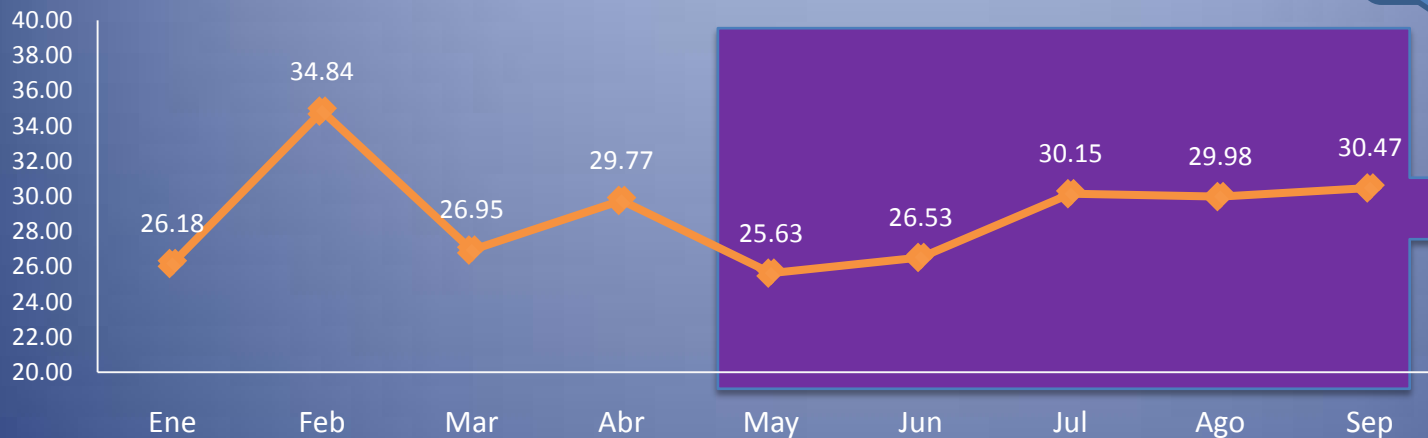
Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	1.65	1.76	1.89	1.83	1.79	2.11	2.03	2.28	2.18	1.90	2.13	1.97	1.96
2007	1.91	1.79	2.35	1.92	2.31	2.10	2.09	2.61	2.53	2.36	2.59	1.87	2.20
2008	3.15	2.80	2.45	2.08	1.95	1.90	2.24	2.24	2.14	2.13	1.68	1.63	2.16
2009	1.89	1.78	1.71	1.83	1.50	1.69	1.86	1.69					

Fuente: Datatur-Sector, Sedetur

San José Iturbide

Porcentaje de ocupación semanal 2009

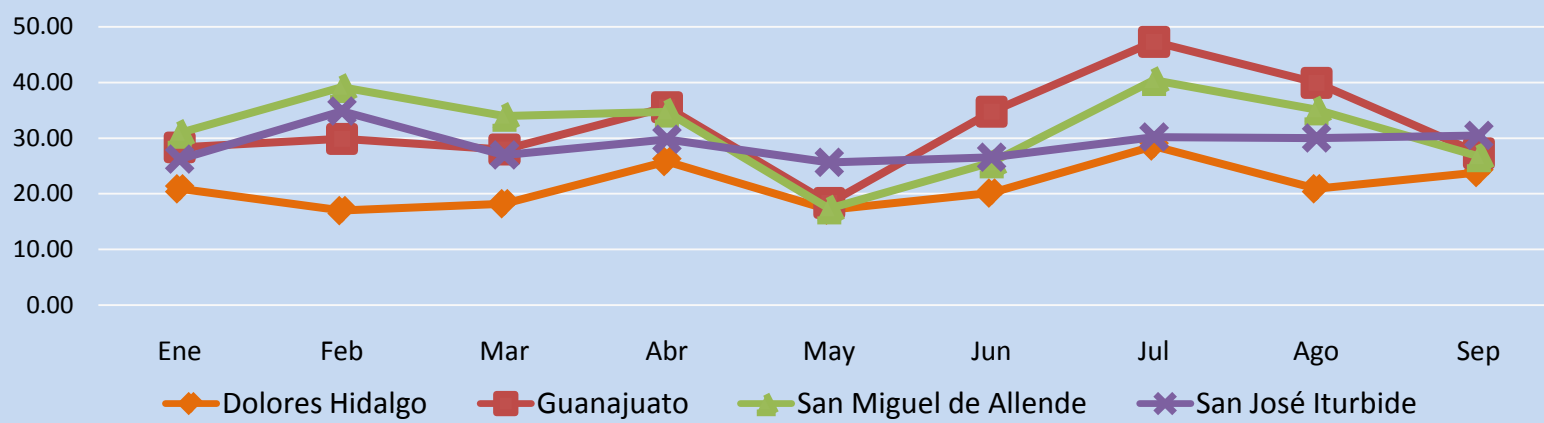
Porcentaje de ocupación mensual 2009



Recuperación gradual

Afectación por la contingencia sanitaria
A partir de mayo.

Porcentaje de ocupación mensual 2009



Resumen Actividad Turística

Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	167
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	100%
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2008	16,076
Porcentaje de Ocupación promedio 2008	39.79%
Porcentajes de ocupación más altos	Marzo, mayo, junio, julio y septiembre
Estadía promedio	2.16

2. Estudio del Perfil del Visitante a San José Iturbide

Vitrina metodológica

El estudio fue realizado de marzo a diciembre de 2008.

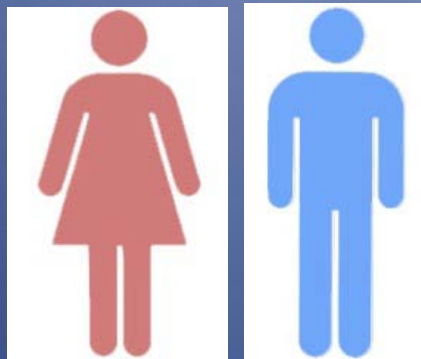
Se aplicaron 385 encuestas, cara a cara en los sitios de más afluencia y en hoteles.

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 José Iturbide se inclina ligeramente hacia el género femenino. El nivel socioeconómico es principalmente de nivel medio y medio bajo. Se sugiere dirigir los esfuerzos de publicidad y promoción al segmento de nivel medio.

Sexo del Visitante a San José Iturbide



Mujer
57%

Hombre
43%

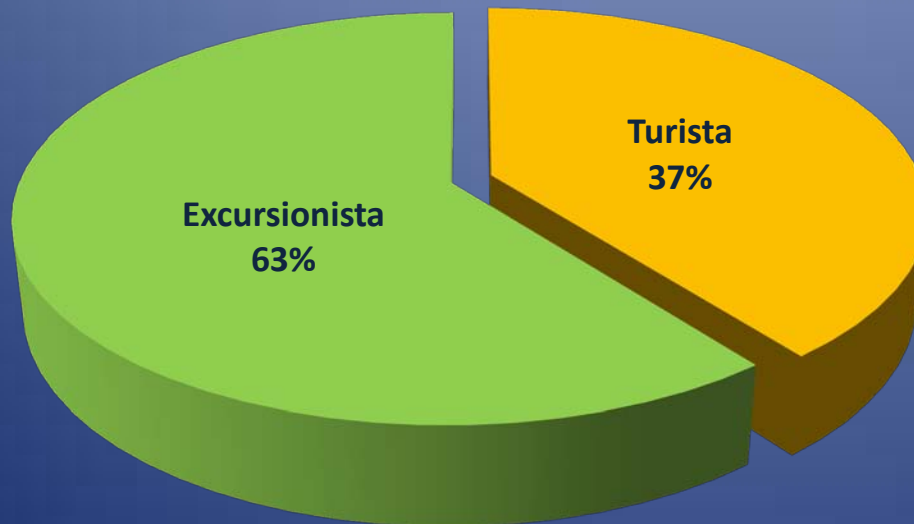
Nivel Socioeconómico del Visitante



AB	Más de \$85,000.00	1%
C+	\$35,000.00 a \$84,999.00	2%
C	\$11,600.00 a \$34,999.00	23%
D+	\$6,800.00 a \$11,599.00	18%
D	\$2,700.00 a 6,799.00	32%
E	\$0.00 a \$2,699.00	24%

Clasificación del Visitante

San José Iturbide es un destino que recibe un alto porcentaje de excursionistas, pero también de turistas, 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	30,8
Promedio de Edad del Entrevistado	36,1
Promedio de Edad de los acompañantes del entrevistado	27,8



Las estrategias de desarrollo de productos y publicidad se deben orientar a personas entre los 20 y 40 años de edad con un nivel educativo de licenciatura y que sean ejecutivos, empleados, empresarios, estudiantes y/o comerciantes



La suma de empleados, empresarios, ejecutivos y profesionistas es del 31%

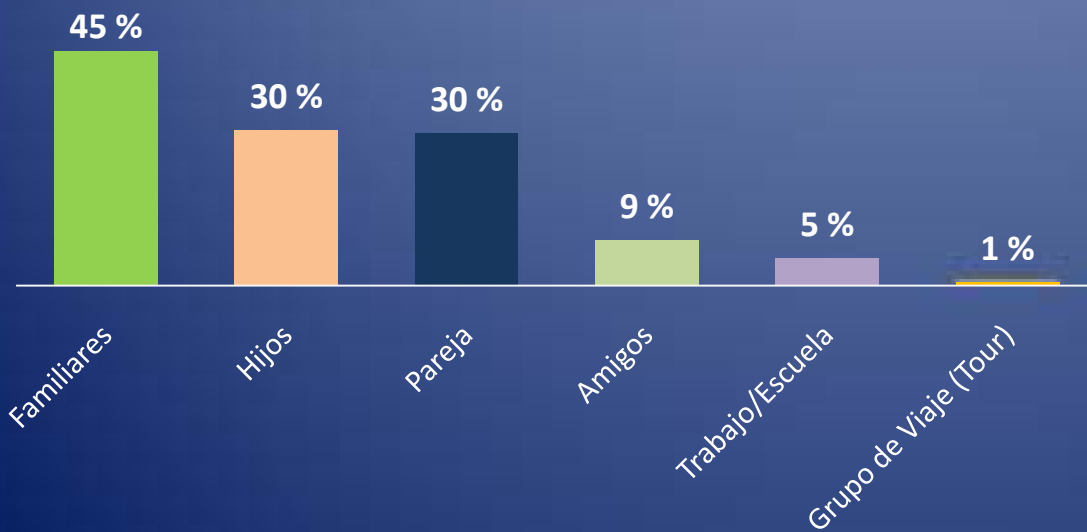
El visitante a San José Iturbide lo hace en su mayoría acompañado y en menor porcentaje sólo por lo que hay que desarrollar estrategias para ambos mercados.

Promedio de Tamaño del Grupo de Viaje

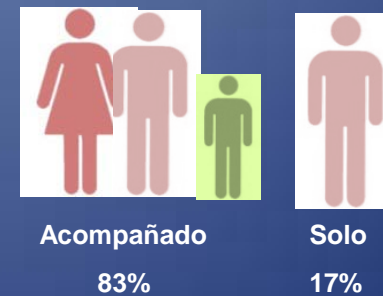


La compañía de viaje de familiares e hijos suman el 75% se sugiere desarrollar productos o actividades dirigidas a este mercado

Tipo de Visitante	Promedio
Excursionista	3,1
Turista	3,9
Total	3,4



¿Con quién viene acompañado?



Resumen Perfil General:

Concepto	Información Relevante
Nivel Socioeconómico	C, D y E 79%
Turistas	37%
Excursionistas	63%
Edad promedio del Visitante	31 años
Escolaridad	Secundaria, licenciatura y preparatoria
Ocupación	Ama de casa, empleado, obrero y comerciante
Grupo de Viaje Promedio	3.4 personas

Procedencia del Visitante

San José Iturbide tiene una afluencia principalmente estatal y nacional, se sugiere realizar estrategias de promoción en Distrito Federal, Estado de México y Tamaulipas en adición a los destinos del Estado; se observa que también hay una tendencia de visitantes del norte del país.

Origen del Visitante Nacional por Estados

Estado	%	Estado	%
Querétaro	40	Veracruz	2
D.F. y Edo de Mex.	32	Coahuila	2
Tamaulipas	4	Chiapas	2
Chihuahua	2	Hidalgo	1
Nuevo León	2	Michoacán	1
Puebla	2	Oaxaca	1
San Luis Potosí	2	Zacatecas	1
Jalisco	2	* Otros Estados	4
		Total	100

Otros Estados:

Aguascalientes, Baja California Sur, Guerrero, Morelos, Sinaloa, Tabasco, Tlaxcala.

Origen de los visitantes



Origen del Visitante Internacional por País

Estados Unidos	84
Alemania	8
Venezuela	8

Estado	%
Texas	45
California	22
Illinois	11
Nevada	11
Ohio	11
Total	100

San José Iturbide en 2008 recibió más de 201 mil visitantes, de los cuales entre Querétaro, D.F. y Estado de México representaron el **32%** del total, equivalente a más de **64 mil**.

Del extranjero, entre Estados Unidos, Alemania y Venezuela se recibieron al **3%** del total que son más de **6 mil** visitantes.

Origen del Visitante interno

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

Ciudad	%	Ciudad	%
Doctor Mora	23	Victoria	2
Tierra Blanca	20	Dolores Hidalgo	2
San Luis de la Paz	16	Salamanca	1
Santa Catarina	7	Xichú	1
San Miguel de Allende	5	Irapuato	1
Celaya	4	Pueblo Nuevo	1
León	4	San Francisco del Ricón	1
Atarjea	4	San José Iturbide	1
Guanajuato	3	Otras Ciudades	4
		Total	100

Otras Ciudades:

Acámbaro, Apaseo el Alto, Romita, San Diego de la Unión, Silao, Tarandacuaio, Tarimoro, Uriangato.

San José Iturbide en 2008 recibió entre Doctor Mora, Tierra Blanca y San Luis de la Paz el **31%** del total de visitantes, que son más de **64 mil**, y entre estos destinos y Querétaro, D.F. y Estado de México suman el **63%** del total de visitantes.

Resumen Procedencia del Visitante:

Concepto	Información Relevante
Nacional	44%
Del Estado	53%
Del Extranjero	3%
Principales Destinos Nacionales	Querétaro Distrito Federal y Estado de México Tamaulipas
Principales Destinos Del Estado	Doctor Mora Tierra Blanca San Luis de la Paz
Principales Destinos del Extranjero	Estados Unidos Alemania

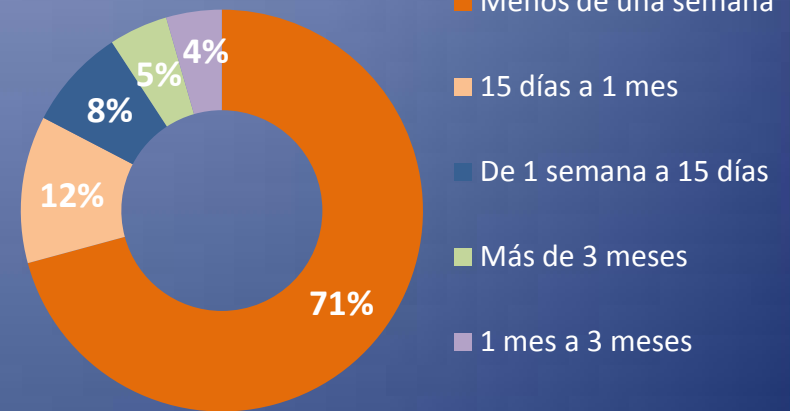
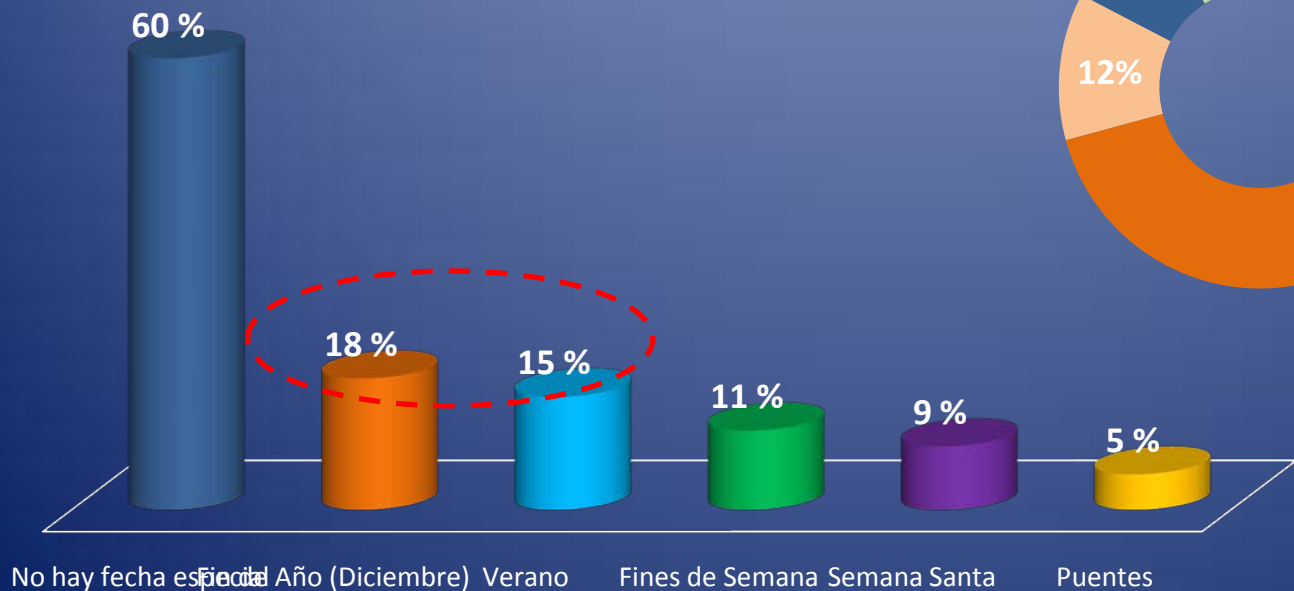
Planeación de Viaje

Los visitantes de San José Iturbide no tienen una fecha especial para viajar; sin embargo, fin de año y Verano fueron los que mencionaron como segunda y tercera 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%.

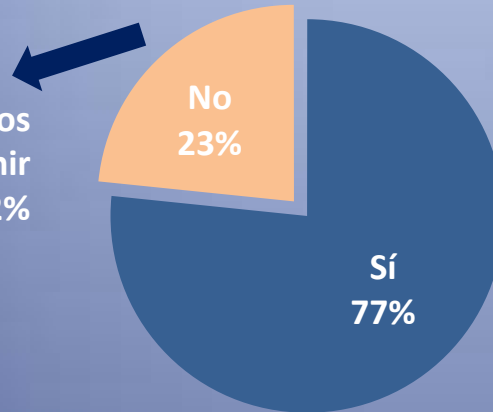
¿Con cuánto tiempo de anticipación decidió su viaje?



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.

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

Destino	%
San Miguel de Allende	30
Querétaro	25
Guadalajara	10
Dolores Hidalgo	5
Guanajuato	5
San Luis de la Paz	5
Acapulco	5
San Luís Potosí	5
Pachuca	5
Xilitla	5
Total	100

Se observa que varias de las opciones son destinos que se encuentran cerca de San José Iturbide, por ejemplo San Miguel de Allende se encuentra a 53 km, a 38 minutos y Querétaro a 54 km que en tiempo representan 36 minutos.

¿Contrató algún paquete de viaje?



Principal medio de transporte



60%



39%



1%

El turista de San José Iturbide se hospeda principalmente con familiares y amigos y hoteles. En el caso de hoteles se sugiere desarrollar estrategias con tarifas más accesibles y ofreciéndoles paquetes que incluyan un plus además del hospedaje, como recorridos, espectáculos, alimentos, entre otros. Para los excursionistas y turistas con familiares la estrategia que se sugiere es promocionar tours o recorridos en el destino y sus alrededores.

Distribución del Visitante en San José Iturbide

TURISTA CON FAMILIARES



25%

TURISTA EN HOTEL



6%

TURISTA EN CASA O DPTO. RENTADA



2%

TURISTA EN CASA O DPTO. PROPIO



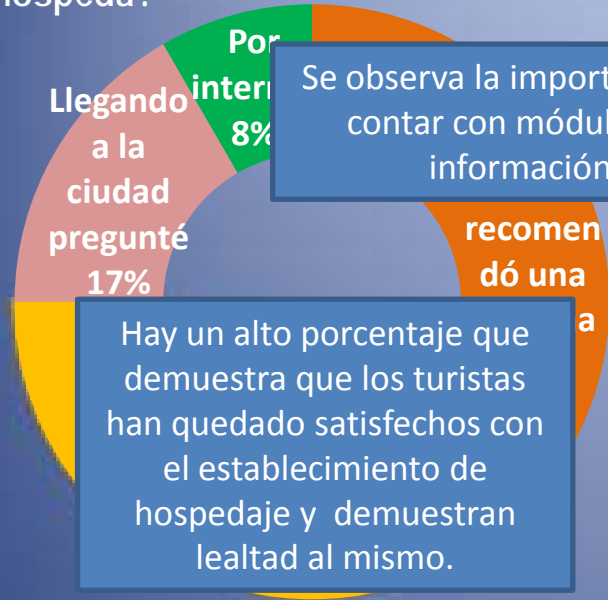
2%

EXCURSIONISTA



63%

¿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.

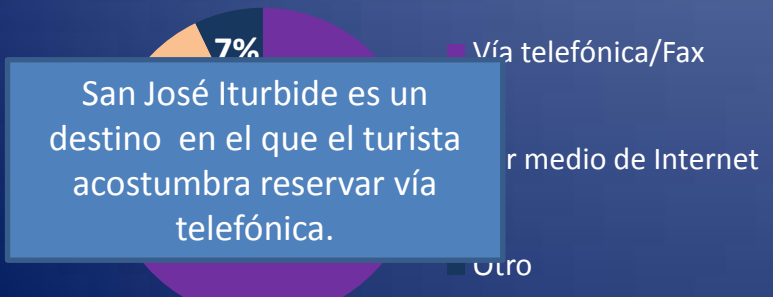
La recomendación es un factor importante por lo que la calidad en los servicios se hace indispensable. Por otro lado, los turistas en su mayoría continúan realizando reservaciones vía telefónica y se hospedan en hoteles de 3 a 5 estrellas. La Sedetur apoya a los prestadores turísticos mediante la página web y el call center.

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 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.

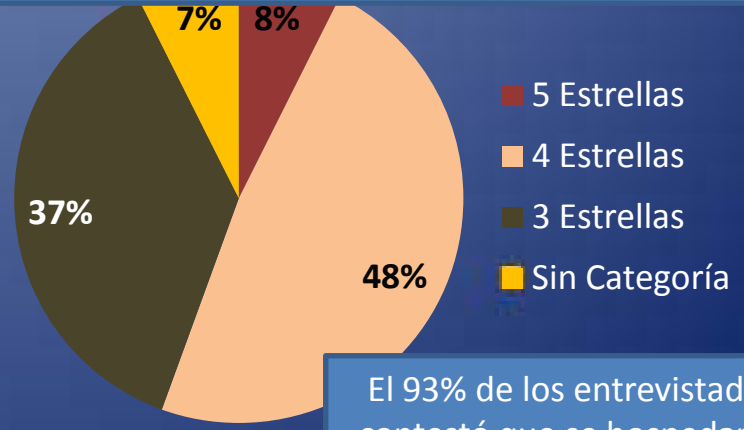
Uso de Reservaciones

Si		No	
2008	29%	2008	71%
2007	--	2007	100%

¿Cómo realizó su reservación en dónde se hospedó?



San José Iturbide es un destino en el que el turista acostumbra reservar vía telefónica.



El 93% de los entrevistados contestó que se hospedaron en hoteles de 3 a 5 estrellas.

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 San José Iturbide

Indicador	2008
Porcentaje Ocupación	39.79%
Llegadas de Turistas	16,076
Turistas Noche	34,653
Estadía Promedio	2.16

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 José Iturbide:	No hay fecha especial Fin de Año Verano
Tiempo de Anticipación de la decisión de viajar:	Menos de una semana
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 San José Iturbide:	San Miguel de Allende Querétaro Guadalajara
Contrató algún paquete de Viaje:	El 1% respondió que SI
Principal medio de transporte:	Automóvil y autobús
Principal opción de hospedaje:	Familiares o Amigos y hotel
Uso de reservaciones:	29% 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 San José Iturbide son las vacaciones/descanso, las compras y por motivos de trabajo, por lo que los productos turísticos se deben enfocar a satisfacer al visitante en este sentido.

Las compras son una actividad que se debe de explotar ya que este municipio ofrece una gran variedad de productos como herrería y muebles coloniales, alfarería, rompecabezas de madera, talabartería, ropa de punto, vitrales, entre otros.



Otros Motivos:
Religión, Salud y Evento Deportivo

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



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



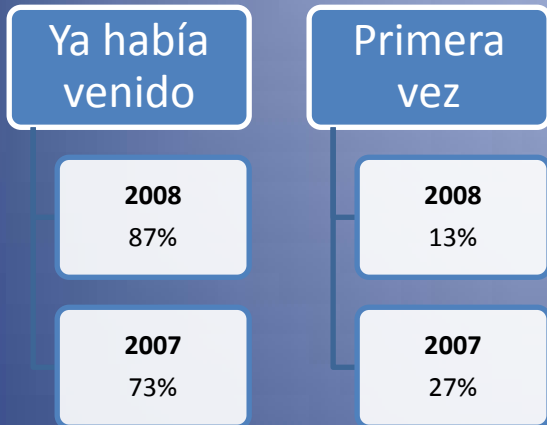
Principales viajeros	Buscan actividades de aventura como kayaking y ciclismo de montaña	Asistentes a bodas o fiestas de fin de año de la empresa donde trabajan	<ul style="list-style-type: none"> -Solos. Personas solteras que trabajan - Familia. Nuclear o extensa - Amigos. Jóvenes estudiantes o trabajadores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

Resumen Motivo de Visita:

Concepto	Información Relevante
Principal motivo de visita:	Vacaciones, compras, trabajo y negocios
Principal motivo de visita mercados emisores:	Placer Familiar Cultural

Movilidad del Visitante

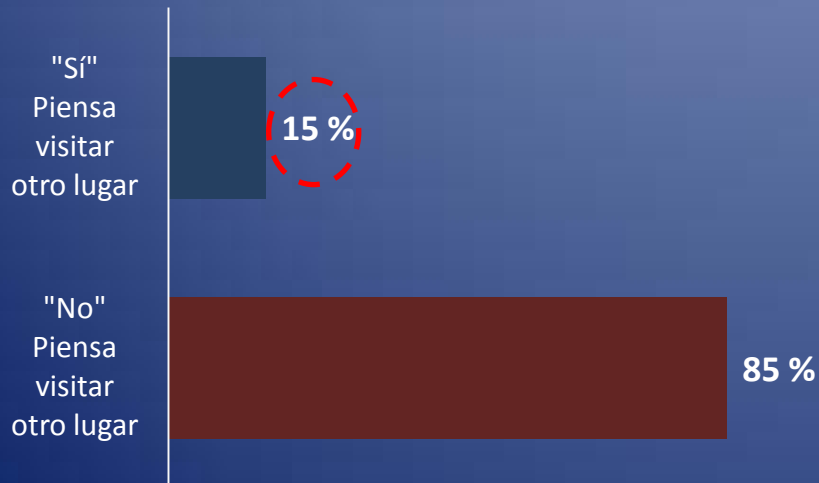
Porcentajes de Nuevas Visitas



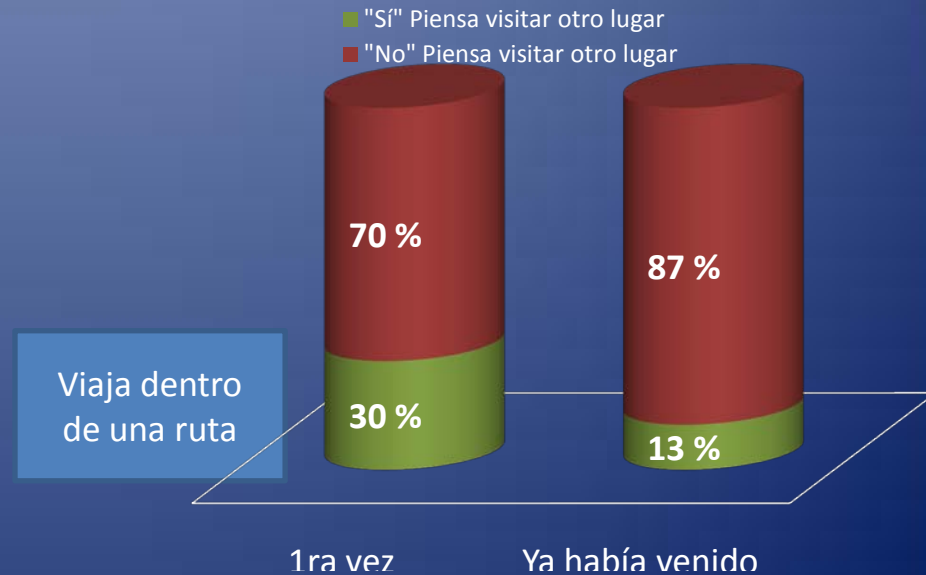
San José Iturbide tiene una fuerte afluencia de visitantes recurrentes por lo que hay que ofrecerles nuevas alternativas. También hay que tomar en cuenta que los visitantes nuevos contemplan la posibilidad de ir a otro destino, aquí se presenta nuevamente la oportunidad de realizar alianzas.

¿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

1ra vez

Ya había venido

Ciudades que ya visitó antes de llegar a este lugar:

Ciudad	%	Ciudad	%	Ciudad	%
Querétaro	27	Puebla	3	Aguascalientes	1
Doctor Mora	11	Acapulco	3	Veracruz	1
Guanajuato	8	Dolores Hidalgo	2	Mazatlán	1
San Miguel de Allende	6	Santa Catarina	2	Ixtapa Zihuatanejo	1
Celaya	5	Victoria	2	Chihuahua	1
San Luis de la Paz	5	Guadalajara	2	San Antonio	1
San Luís Potosí	5	San Juan de los Lagos	2	Chilpancingo	1
Tierra Blanca	3	Oaxaca	2	Total	100
Morelia	3	Colima	2		

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 San José Iturbide. Ej. Querétaro – San José I. – San Miguel de Allende; Doctor Mora – San José I. – Guanajuato.

Ciudades que piensan visitar después de estar en el lugar:

Ciudad	%	Ciudad	%
Querétaro	23	Ocampo	2
San Miguel de Allende	14	Acapulco	2
Guanajuato	12	Cancún	2
San Luis de la Paz	9	San Luís Potosí	2
Doctor Mora	5	Amealco	2
Dolores Hidalgo	5	Manzanillo	2
Morelia	4	Zapópan	1
D.F.	4	Tenocatlán	1
Chihuahua	4	Las Palmas	1
Celaya	2	Agua Prieta	1
León	2	Total	100

Ciudades de otro estado

Resumen Movilidad del Visitante:

Concepto	Información Relevante
Visitantes Nuevos:	87%
Visitantes Recurrentes:	13%
Visitantes a otra ciudad adicional a San José Iturbide:	15%
Lugares visitados antes de San José Iturbide:	Querétaro Doctor Mora Guanajuato San Miguel de Allende Celaya
Lugares visitados después de San José Iturbide:	Querétaro San Miguel de Allende Guanajuato San Luis de la Paz Doctor Mora

El Visitante y la Publicidad

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



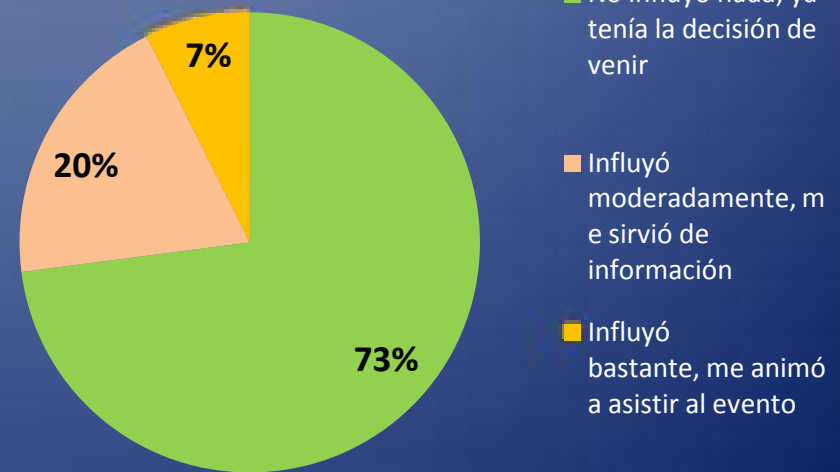
Se sugiere dirigir las campañas de promoción y publicidad a través de la Radio, TV y Folletos ya que son los medios en donde hay una mayor recordación y así poder influir en la decisión de visitar San José I., así como en el servicio a los visitantes ya que la recomendación de familiares y amigos es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

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

¿En dónde vió, escuchó o leyó publicidad?



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
Vio publicidad sobre el destino:	33%
¿Dónde la vio?	Radio 38% Televisión 28% Folletos 22% Recomendación de familiares y amigos 18%
Influencia en la decisión de elegir el destino:	Influyó 27%

Gasto del Visitante

Gasto del visitante por viaje:

\$4,594.00

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	33%	47%	20%
Excursionista	29%	41%	30%
Total	32%	45%	23%

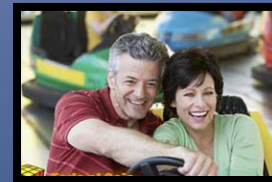
Distribución promedio del gasto del Turista



HOSPEDAJE
21%



TRANSPORTE LOCAL
7%



ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN
16%



ALIMENTOS Y BEBIDAS
16%



ARTESANÍAS
8%



COMPRAS
21%

OTROS
12%

Estadía y Gasto Promedio por tipo de visitante

Hay que impulsar la estadía en el destino para generar un mayor gasto promedio, principalmente en hoteles, ya que es donde podemos observar una menor estadía, esto se puede lograr a través del desarrollo de paquetes y alianzas.

TURISTA CON FAMILIARES Y/ AMIGOS



3.47 días
\$321.09

TURISTA EN HOTEL



2.20 días
\$881.66

TURISTA EN CASA O DEPTO. RENTADO



6.12 días
\$ 494.28

TURISTA EN CASA O DPTO. PROPIO



3.75 días
\$503.12

EXCURSIONISTA



\$ 288

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

San José Iturbide

Derrama Económica Estimada 2008

Visitantes y Derrama Económica Estimada San José Iturbide 2008

Categoría	Total en personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos	16,076	\$32,547,220
Turistas en otros establecimientos comerciales	4,421	\$31,658,808
Turistas en establecimientos no comerciales	54,257	\$124,985,895
Excursionistas	126,599	\$38,841,230
Totales	201,352	\$228,033,154

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
Totales	16,493,106	\$30,666,965,983

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 41% Turista 47%
Estadía de turista:	Casa o depto. propio 3.75 días Familiares o amigos 3.47 días Casa o depto. rentada 6.12 días Hotel 2.20 días
Derrama económica estimada 2008	\$228,033,154

Experiencia de viaje e índices de satisfacción

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



Lugares de Recreación
10%



Más tiendas/franquicias
8%



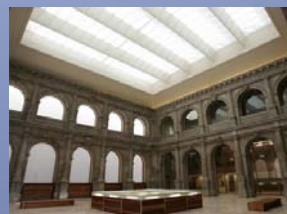
Más plazas
3%



Más lugares para comer
3%



Más eventos culturales
2%

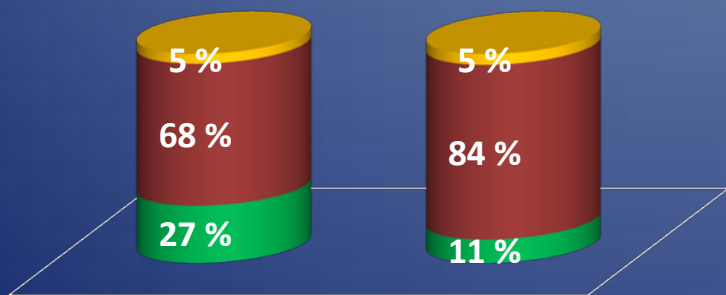


Museo Histórico
2%

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



Turista

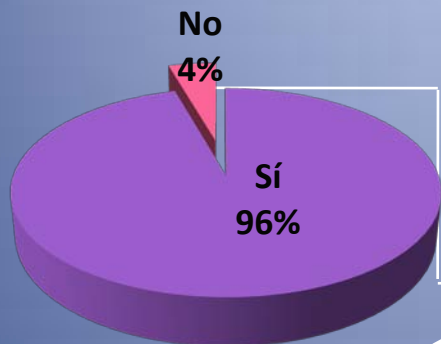
Excursionista

$$74,754 + 126,599 = 201,352$$

Vale lo que gastó	Vale más de lo que gastó	Vale menos de lo que gastó
2008 77%	2008 5%	2008 18%
2007 65%	2007 2%	2007 33%

Recomendación del destino

Hay que trabajar en el desarrollo de productos turísticos y realzar los atributos de la ciudad.



¿Porque sí?

¿Porqué no?

- Tranquilidad (39%)
- Lindo/Bonito (29%)
- Agradable (7%)
- Por su variedad (4%)
- Limpio (3%)
- Es un lugar atractivo (2%)
- Es un lugar para descansar (1%)
- Ambiente (1%)
- Por las compras (1%)
- Por su gente (1%)
- Es seguro (1%)
- Otros (1%)

- No hay nada (58%)
- Aún no conoce (17%)
- Es poco atractivo 17%)
- Es sucio (8%)

San José Iturbide

Diferencia en tarifas

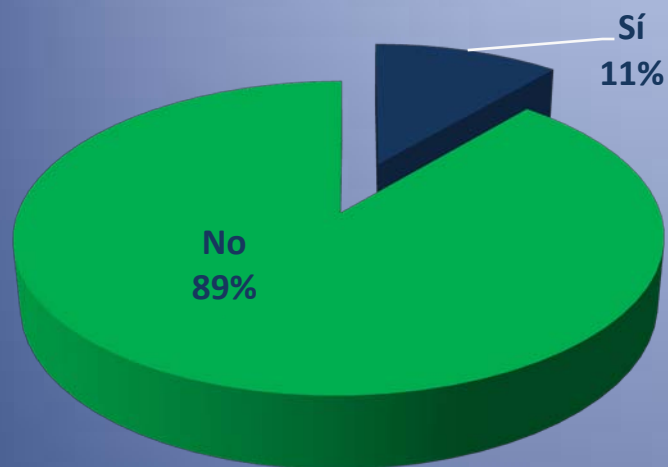
Tarifas en Hoteles			
Categoría	San José Iturbide	Guanajuato Capital	San Miguel de Allende
5 estrellas	\$1,287.00	\$1,229.25	\$1,804.40
4 estrellas	\$740.00	\$1,226.55	\$1,012.86

Fuente: Sondeo realizado en 2009.

1 establecimientos 5*

1 establecimientos 4*

Durante su visita ¿asistió a algún evento o festividad?



Principales Eventos en San José Iturbide

Los eventos son un elemento importante en la generación de demanda y derrama económica; se sugiere que se organicen más eventos en este destino aprovechando las fortalezas eco turísticas y de aventura.



San José Iturbide

Eventos

Fly Fall Break

- El Encuentro de Ala Delta y Parapente “Fly Guanajuato” es un evento donde participan pilotos nacionales y extranjeros, de parapente, ala delta, ultraligero y paracaidismo.
- Se llevó a cabo del 26 al 28 de septiembre de 2008, en el Centro Vacacional “El Salto” localizado en Tierra Blanca, Guanajuato, en un hermoso valle del semidesierto de la región noreste del Estado.
- Durante los días del evento el porcentaje de ocupación hotelera fue de 37%. La estadía promedio fue de 2.24 noches.
- Se estima la llegada de 151 turistas a hoteles.

Fly Guanajuato 2008 San José Iturbide 26-28 de Septiembre 2008	
Llegada de turista a hoteles	151
Porcentaje de ocupación	37.44%
Número de visitantes	757
Derrama económica estimada	\$914,174

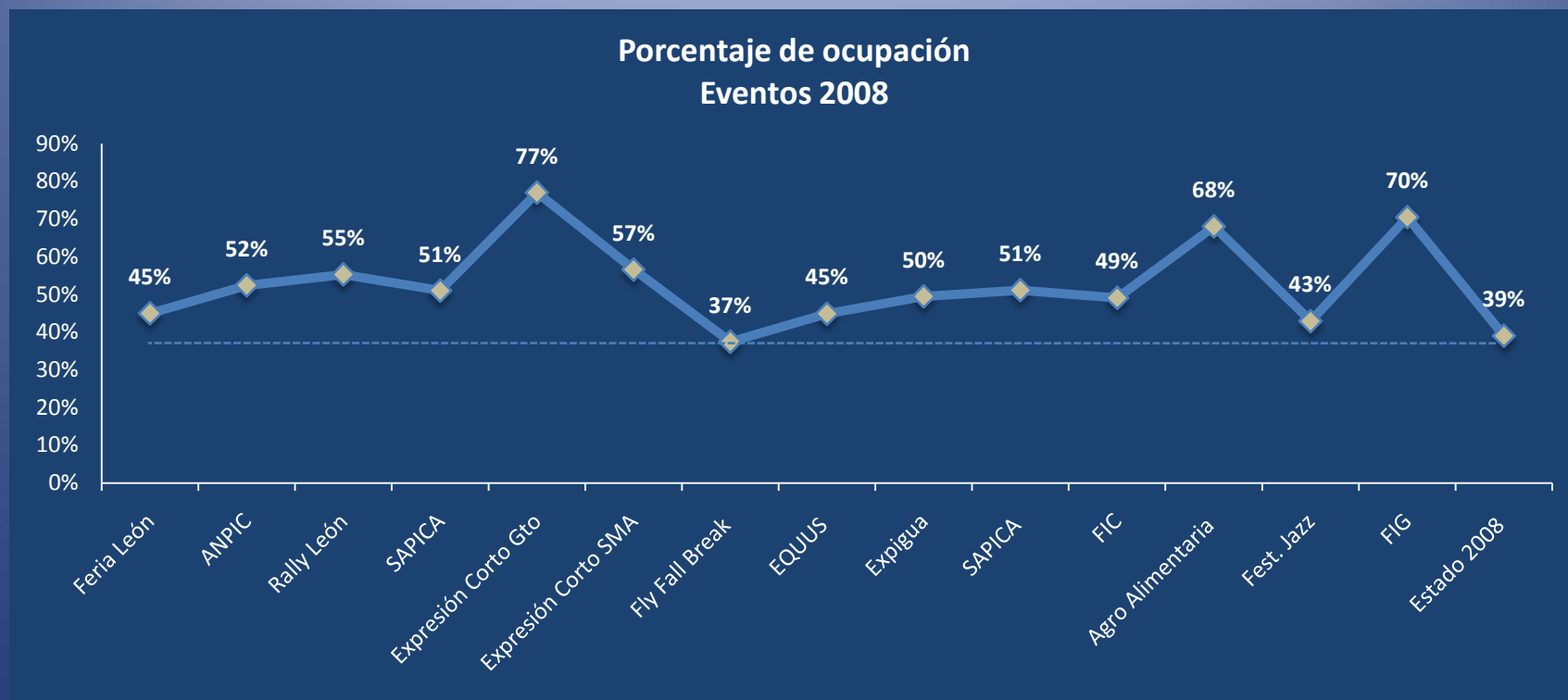
**77.5% personas que
Viajaron motivadas
por el Festival**

**Estimación de la derrama
económica generada por el
Fly Guanajuato 2008
\$708,484 pesos**



Estado de Guanajuato

Eventos



Fuente: Sedetur, Datatur

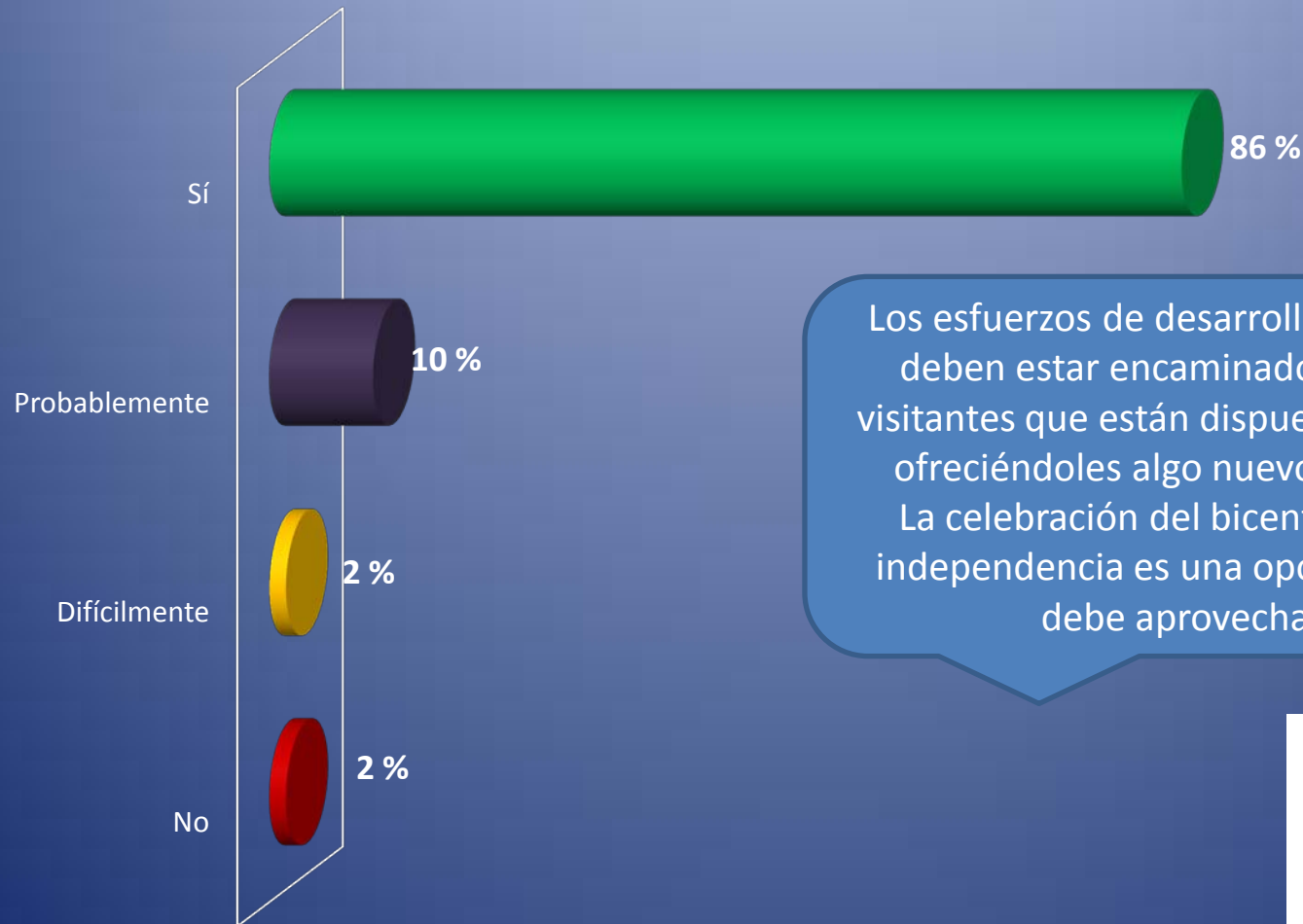
Índice de Satisfacción- Servicios de Hospedaje

Aspectos	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Limpieza de la Habitación	31,%	63%	6%	-	100 %
Mobiliario del establecimiento	19 %	66 %	12%	3%	100 %
Atención del personal	41 %	53 %	6 %	-	100 %
Seguridad	38 %	53 %	6 %	3 %	100 %

Atributos del destino ¿cómo califica...?

Aspectos / Servicios	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Hospedaje	16%	68 %	14 %	2 %	100 %
Establecimientos de Alimentos	5 %	63 %	30 %	2 %	100 %
Transporte	3 %	49 %	37 %	11 %	100 %
Servicios públicos	8 %	73 %	17 %	2 %	100 %
Seguridad	8 %	66 %	21 %	5%	100 %
Áreas públicas	9 %	76 %	14%	0,3 %	100 %
Sitios históricos / culturales	13 %	69 %	15 %	3 %	100 %
Eventos	17 %	61 %	20 %	2 %	100 %
Actitud de prestadores de servicios	8 %	72 %	18 %	2 %	100 %
Actitud de la gente en general	11%	76 %	12 %	1 %	100 %

¿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 de Recreación Tiendas / Franquicias Plazas Comerciales			
Índices de satisfacción	Valió lo que gastó %			
Recomendación del destino	SI 96%	¿Por qué?	Tranquilo 39% Lindo/Bonito 29% Agradable 7% Por su Variedad 4%	
Número de visitantes	205,371			
Tarifas promedio en hoteles	Categoría	San José Iturbide	Guanajuato Capital	San Miguel de Allende
	5 estrellas	\$1,287	\$1,229	\$1,804
	4 estrellas	\$740	\$1,226	\$1,013
Visita a festivales o eventos	Si visitó	11%		
Regresaría al destino en los próximos 12 meses	SI	86%		

Resumen experiencia de viaje e índices de satisfacción

Concepto	Información Relevante		
Principales eventos	Fly Fall Break -Derrama económica : \$708,484 pesos		
Calificación de los servicios	Hospedaje	Bueno	68%
	Establecimiento de alimentos	Bueno	63%
	Transporte	Bueno	49%
	Servicios públicos	Bueno	73%
	Seguridad	Bueno	66%
	Áreas públicas	Bueno	76%
	Sitios históricos	Bueno	69%
	Eventos	Bueno	61%
	Actitud de prestadores de servicios	Bueno	72%
Actitud de gente	Bueno	76%	

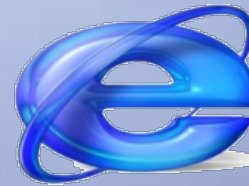
Visitante Promedio



Visitante Promedio a San José Iturbide

2008

- Edad promedio 31 años.
- Es empleado, ama de casa, obrero/mecánico o comerciante con un ingreso entre \$2,700 y \$6,799 (D).
- Viene al **Municipio de San José Iturbide** acompañado de sus familiares, hijos y pareja.
- Viene de vacaciones y de compras.
- El viaje lo decidió con menos de una semana de anticipación.
- Si se regresa el mismo día sólo gastará en el lugar alrededor de \$893 y si se queda a dormir gastará aproximadamente \$4,344 en su viaje por toda la familia, preferirá quedarse con familiares y/o amigos.
- Aprovechando sus vacaciones tratará de ir a otros lugares, los cuales preferentemente serán Querétaro, San Miguel de Allende y Guanajuato.
- Si es que ha visto publicidad, ésta no influyó en su decisión de venir de vacaciones.
- De regreso a su origen pensará que la experiencia vacacional, aunque no se haya quedado a dormir, tuvo el valor justo de lo que gastó.
- Su sugerencia será: Lugares de recreación, más tiendas/franquicias, más plazas comerciales, lugares para comer y eventos culturales.



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 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

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? _____ ()

1) Vacaciones >P17	4) Trabajo	7) Estudios	10) Cong. y Conv.
Especificar _____			
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 >>> P35
8	Departamento o Casa Propia >>> P35
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:	\$ _____
Total	_____

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

Bld. 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**