

# Actividad Turística y Perfil del Visitante San José Iturbide 2011



**TIPO DE  
ENTREVISTA**

**Cara a cara**

**MUESTRA**

**Total entrevistas efectivas 437 ; levantadas en el municipio de San José Iturbide, a turistas y excursionistas, con un nivel de confianza del 95% y error del  $\pm$  5%**

**PÚBLICO  
OBJETIVO**

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

**FECHA DE  
LEVANTAMIENTO**

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

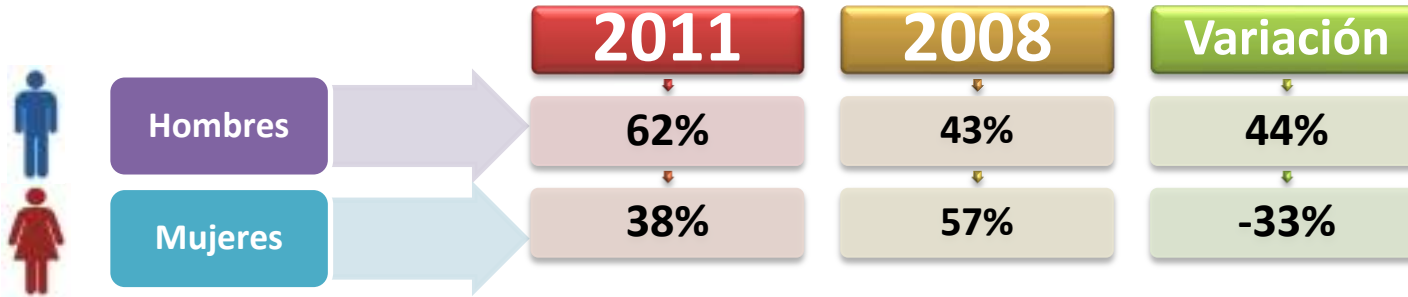
## δ Centro Histórico



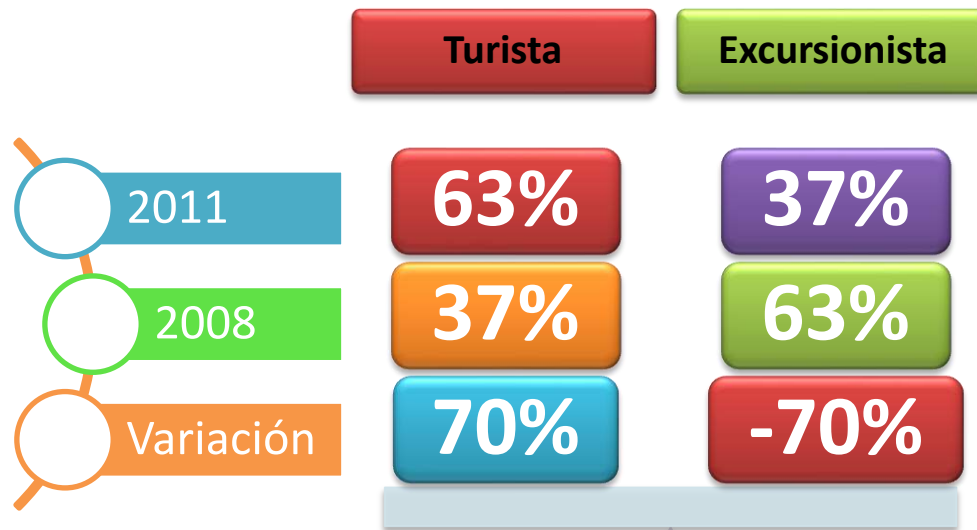
# PERFIL GENERAL

## Tipo y Sexo del visitante

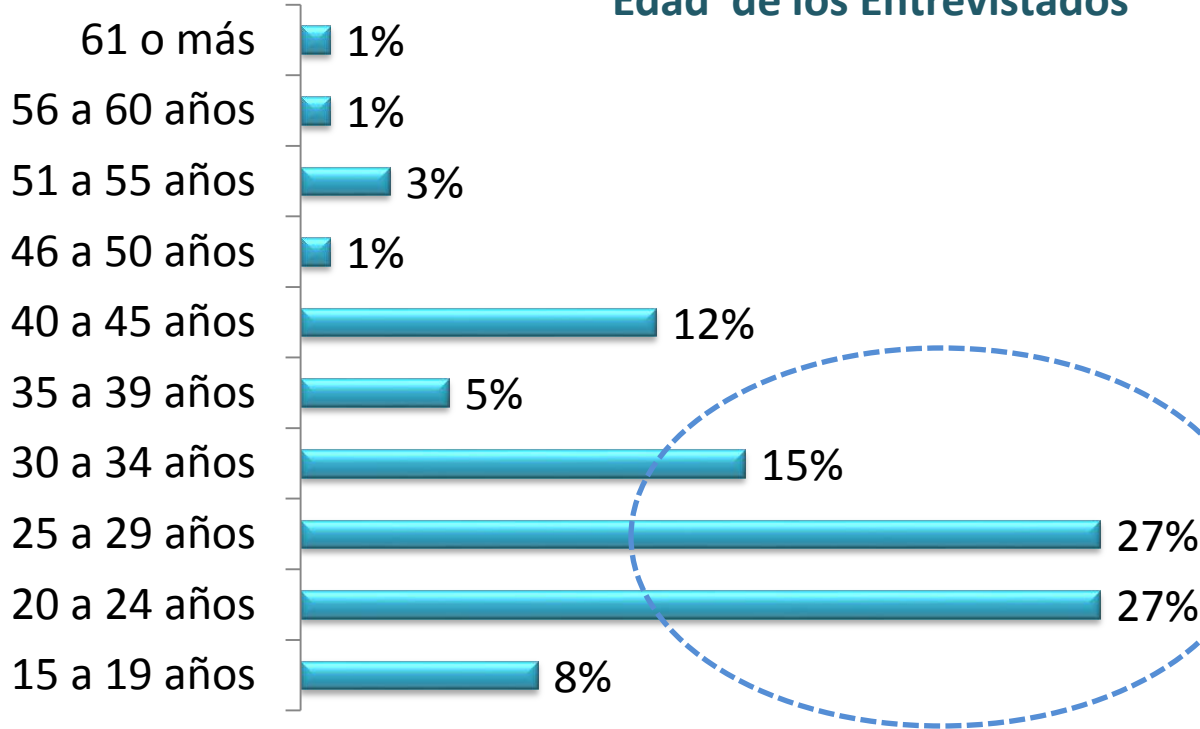
### --Sexo--



### -- Distribución del visitante --



### Edad de los Entrevistados



### Edad Promedio

El 69% de los visitantes tienen una edad que va desde los 20 a los 34 años, es un mercado joven en un lugar turístico joven.

2011

29 años

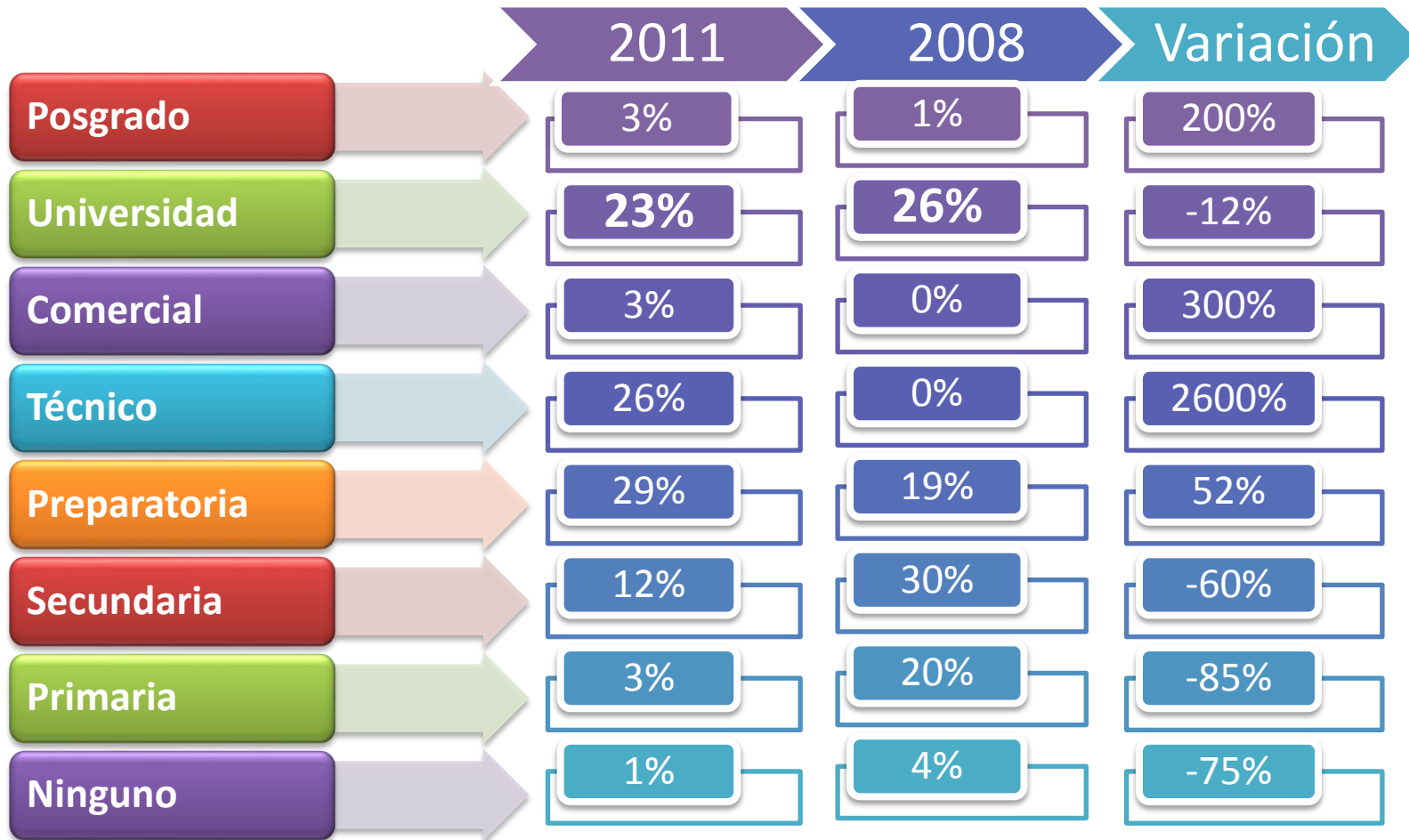
2008

31 años

Variación

-6%



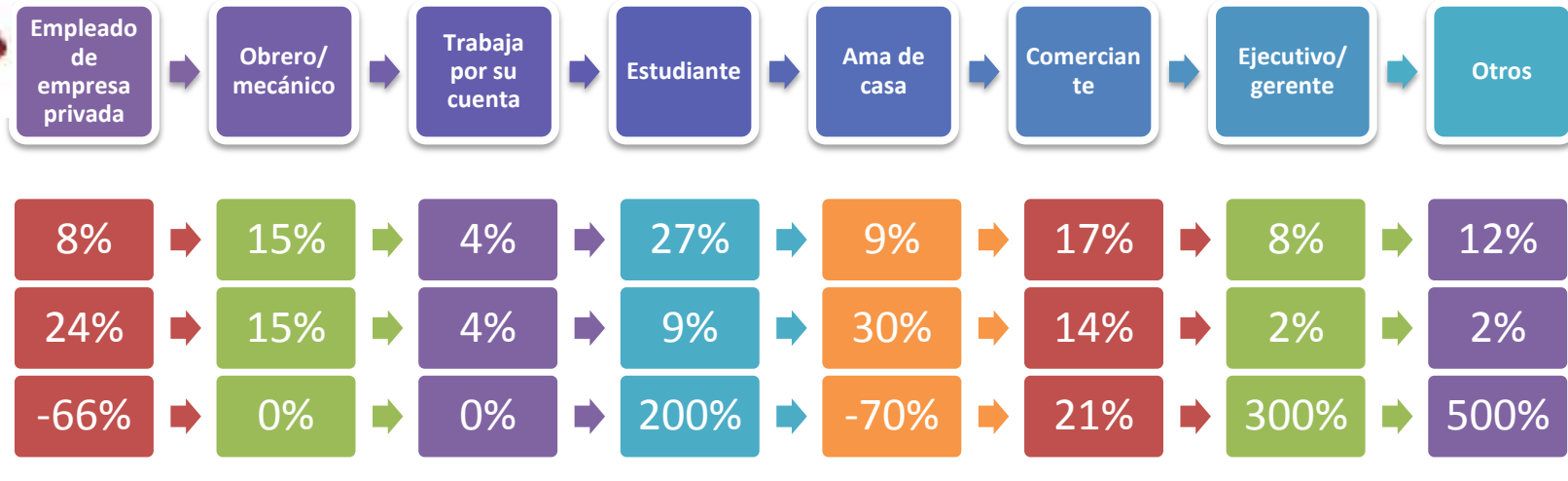


Principalmente hubo mas visitantes con un grado de estudio en preparatoria, técnico y universidad, mientras que en 2008 predominó el nivel de secundaria.

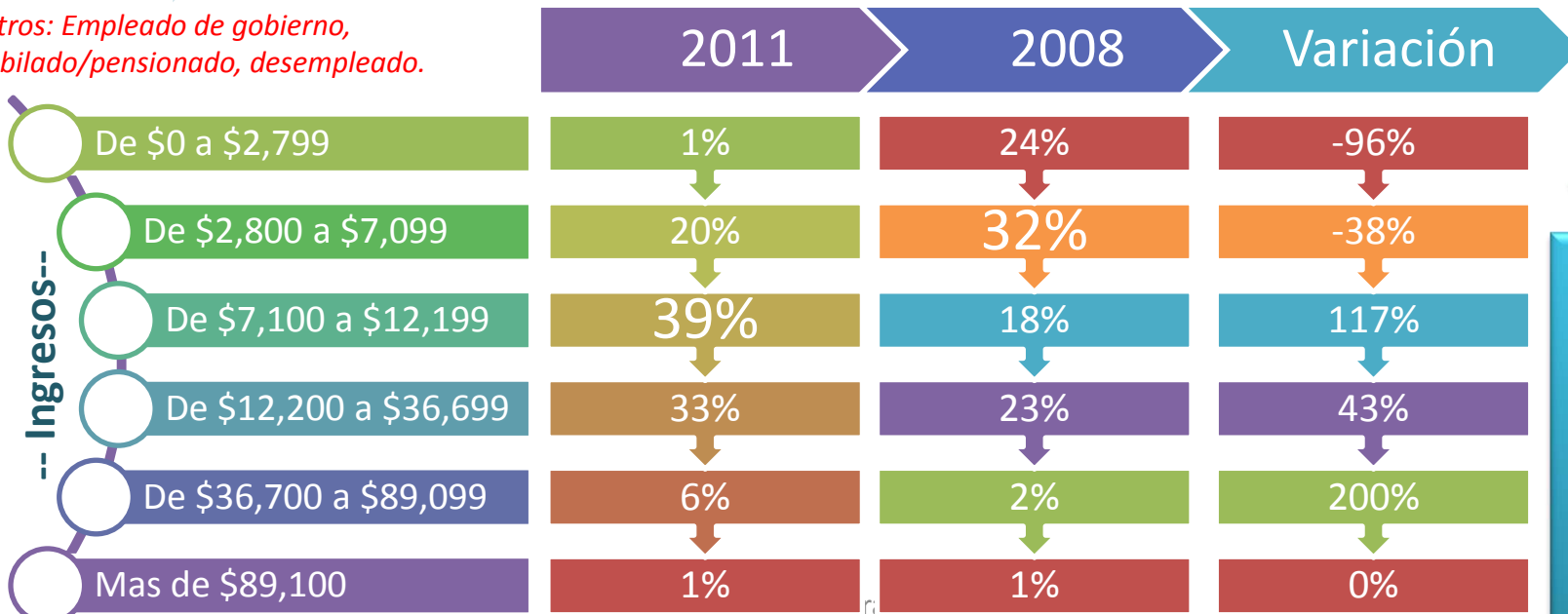




-- Ocupación del visitante --



Otros: Empleado de gobierno, jubilado/pensionado, desempleado.



El 72% de los visitantes en 2011 percibían un ingreso entre \$7,100 a \$36,699. La mayoría corresponde a un Nivel Socioeconómico Medio.

## --Composición del hogar--

2011

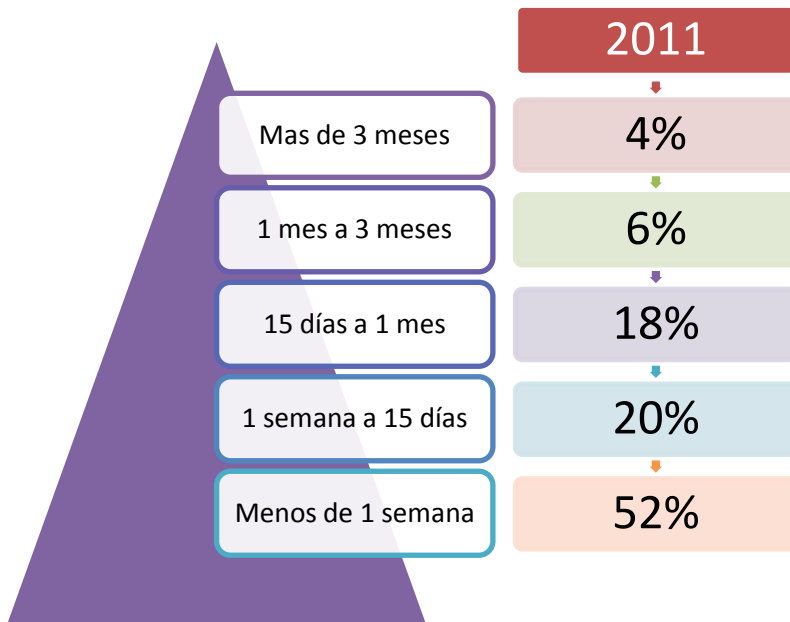


Pregunta exclusiva para el perfil 2011

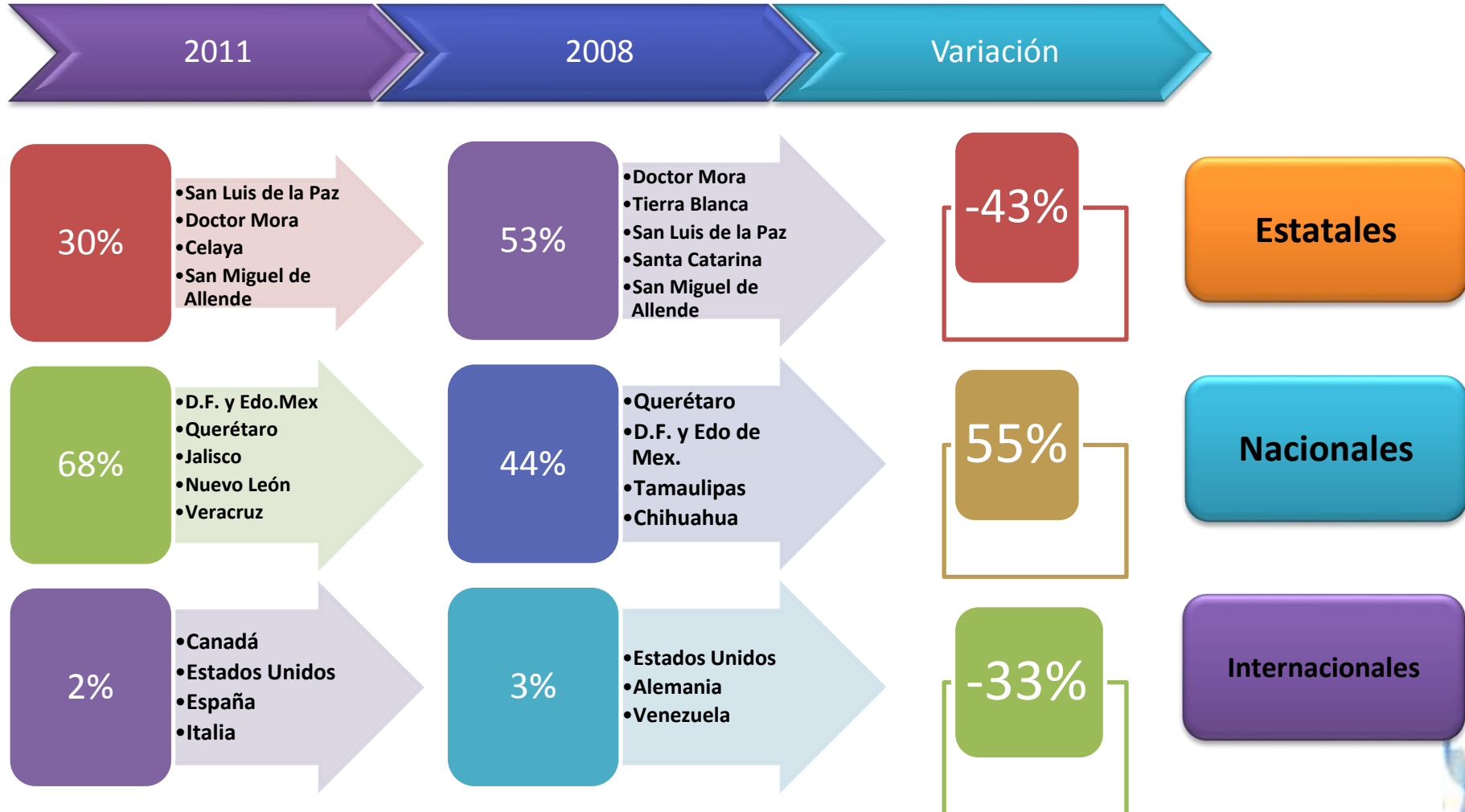




¿Con cuánto tiempo de anticipación tomó la decisión de hacer este viaje?



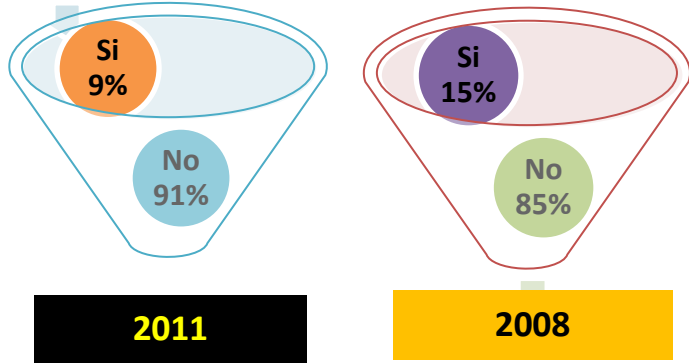
Pregunta exclusiva para el perfil 2011



La mayoría de los visitantes al estado en 2011 fueron de origen nacional, gente de diferentes regiones del país.

## Movilidad del Visitante y Paquetes Turísticos

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



Variación

-40%

7%

¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?

2011

2008

Guanajuato

Querétaro

Querétaro

Doctor Mora

Doctor Mora

Guanajuato

San Luis de la Paz

San Miguel de Allende

Mineral de Pozos

Celaya

San Miguel de Allende

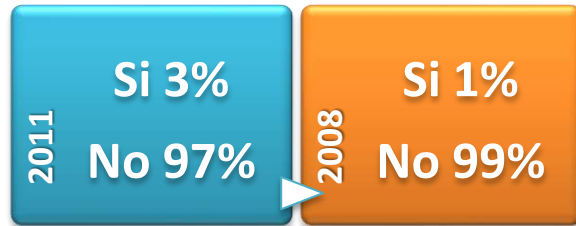
T  
O  
P  
6

Ciudades cercanas a San José Iturbide fueron visitadas para seguir generando derrama económica en el estado de Guanajuato.



## Movilidad del Visitante y Paquetes Turísticos

¿Su viaje forma parte de un paquete?



Variación

200%

-2%

De los siguientes servicios, ¿Qué incluye su paquete?

Transportación aérea



83%

Alojamiento



25%

1 Alimento



50%

Recorridos turísticos



16%

Nota: En esta pregunta se incluye más de 1 mención por Categoría, es por eso que los porcentajes suman mas del 100%

¿Cuántos destinos turísticos y cuantas noches incluye su paquete?



1.08  
destinos



2.8  
noches

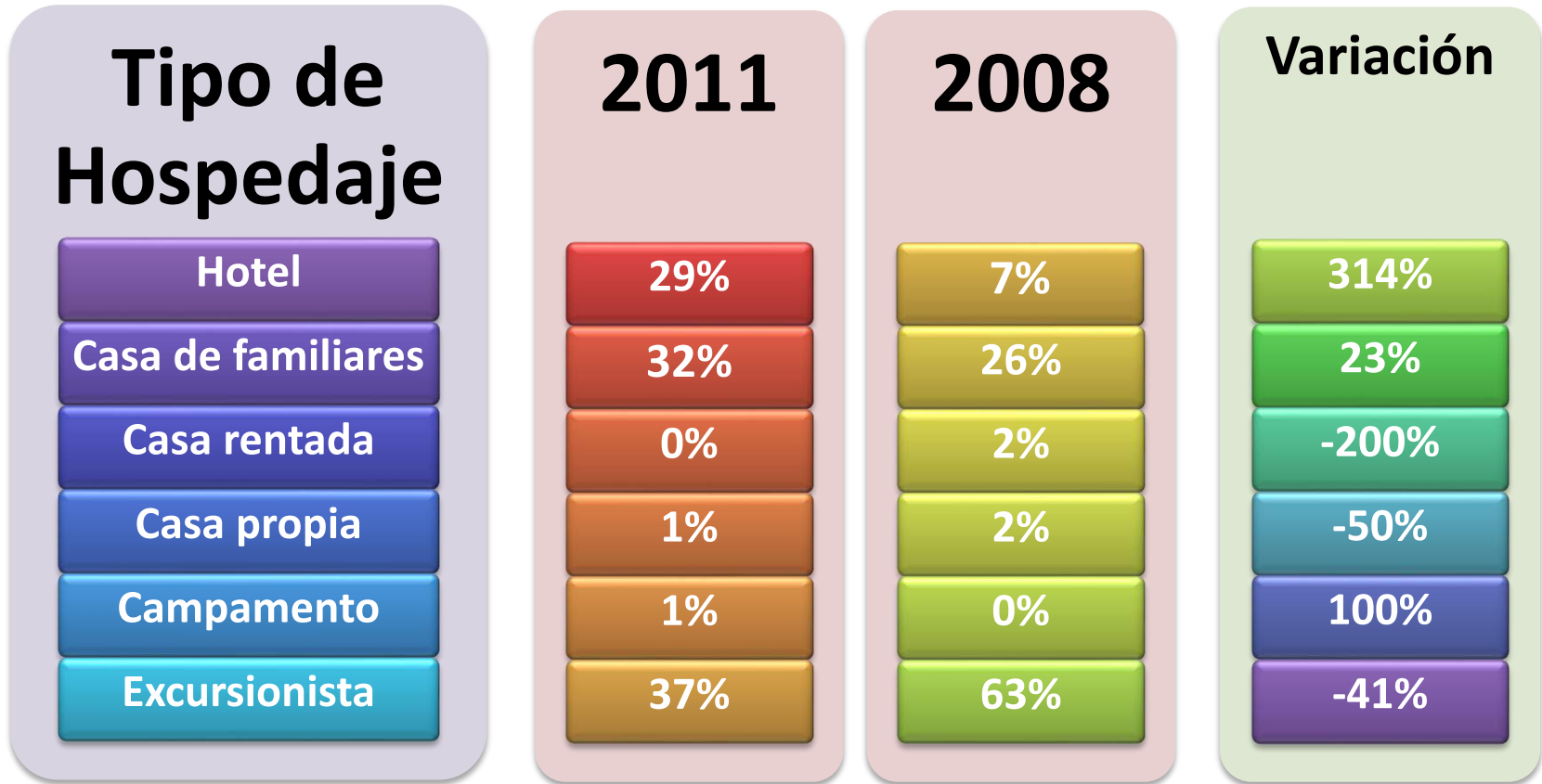
¿Cuál es el precio aproximado de su paquete por persona en pesos?

\$779.16  
Por persona



Nota: Solamente en caso de si haber comprado paquete

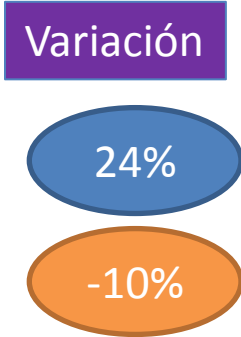
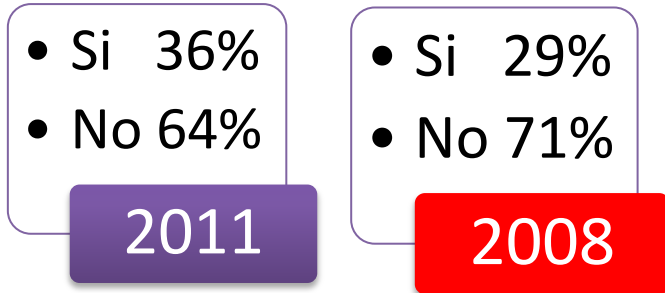
Dirección General de Planeación  
Dirección de Información y Análisis



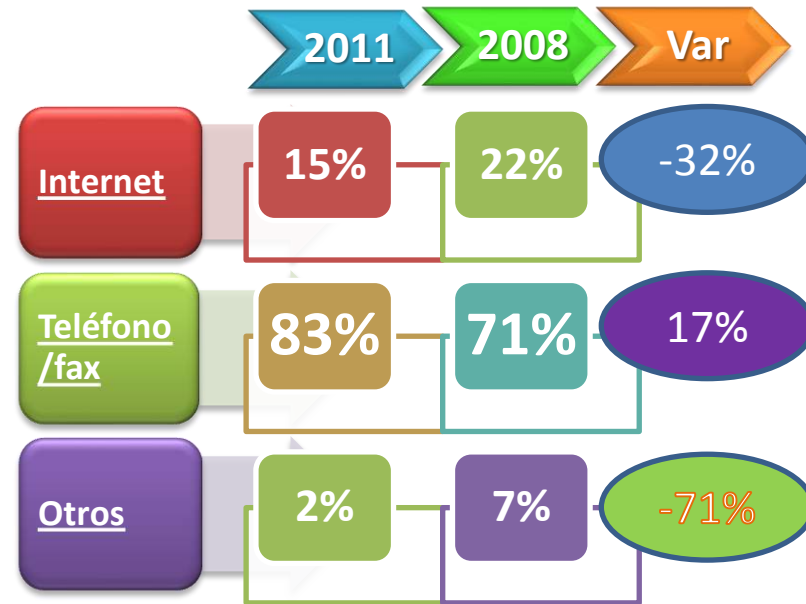


## Reservaciones

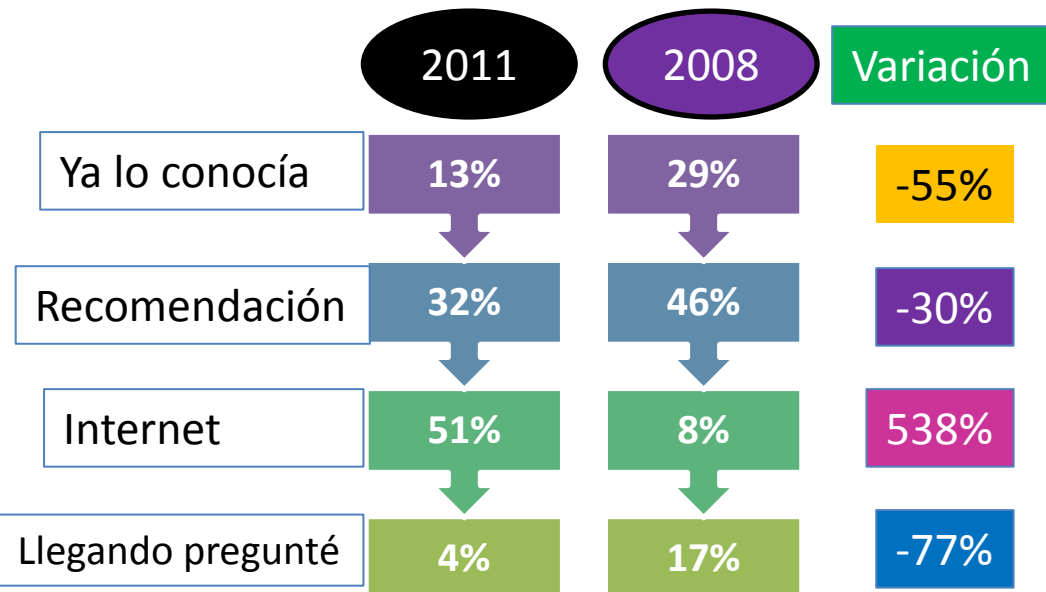
### ¿Hizo reservación?



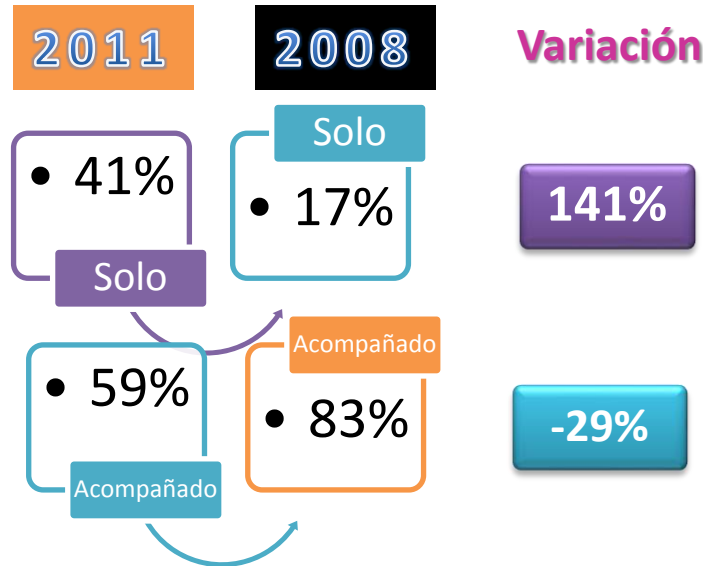
### ¿Cómo realizó su reservación?



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



### ¿Con quién viaja en estos momentos?



Más de la mitad de los visitantes viaja acompañado, sin embargo un número importante viaja solo, por este motivo es importante hacer estrategias que impacten a ambos mercados.

Los viajes en pareja son los más utilizados, seguido de los viajes con amigos. Al viajar más gente en conjunto, se genera más derrama económica en la ciudad.

Acompañantes	2011	2008	Variación
Amigos	21%	9%	133%
Familia	14%	45%	-68%
Pareja	44%	30%	46%
Hijos	17%	30%	-43%
Gente relacionada con el trabajo/escuela	4%	6%	-33%

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

Rango de edades de los acompañantes	2011	2008
Número de adultos mayores de 18 años	2.2	-
Número de adolescentes entre 12 y 18 años	1.5	-
Número de niños menores de 12 años	1.3	-
Promedio Total de personas	2.8	3.9



## Medio de transporte

### PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZÓ PARA LLEGAR A ESTE DESTINO



Automóvil



Autobús



Autobús Rentado



Avión



Auto Rentado



Otro

**2011**

62%

32%

3%

1%

1%

1%

**2008**

60%

39%

0%

1%

0%

0%

**VARIACIÓN**

3%

-18%

300%

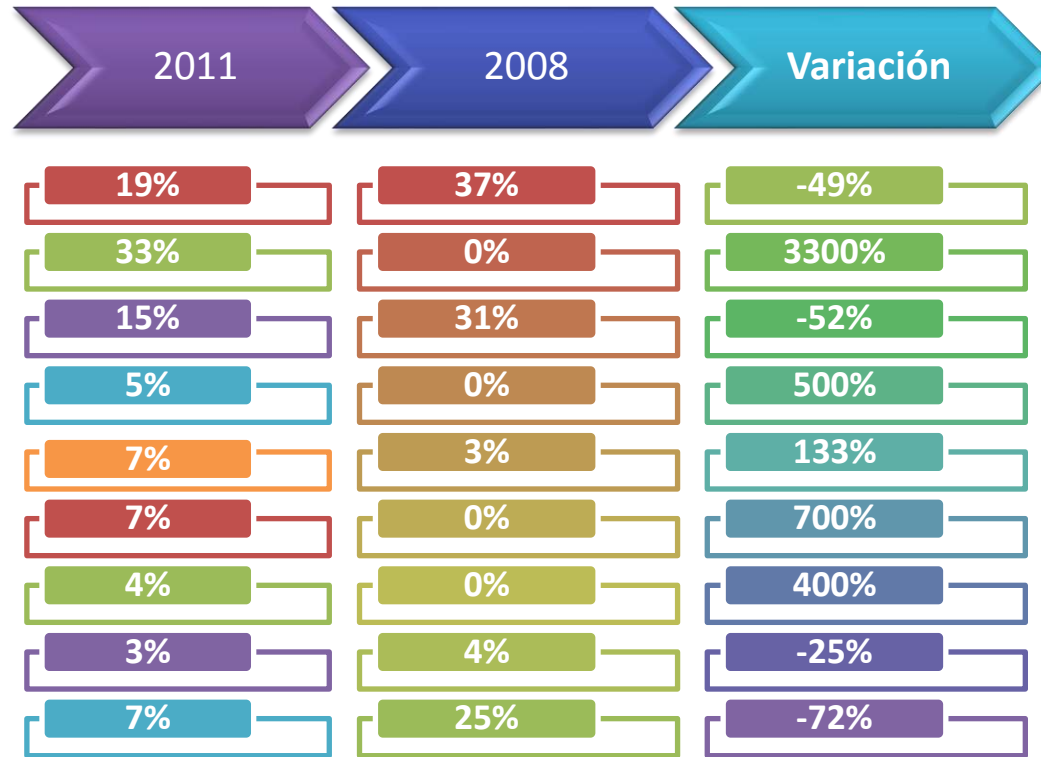
0%

100%

100%

Otros: ride.





Otros: Evento motos, compras, religión, viaje de estudios, luna de miel.



Dirección General de Planeación  
Dirección de Información y Análisis



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

## Estatal

Visita Familiares /Amigos	• 23%
Descanso / Vacaciones	• 17%
Negocios / Trabajo	• 17%
Evento cultural	• 8%
Evento deportivo	• 8%
Evento social	• 8%
Tratamiento de salud	• 5%
Compras	• 5%
Congreso /Exposición	• 3%
Solo va de paso	• 2%
Eventos de motos	• 2%
Religión /Peregrinación	• 1%
Viaje de estudios/Prácticas	• 1%

## Nacional

Visita Familiares /Amigos	• 37%
Descanso / Vacaciones	• 19%
Negocios / Trabajo	• 15%
Evento social	• 8%
Congreso/Exposición	• 7%
Evento cultural	• 6%
Evento de motos	• 2%
Evento deportivo	• 2%
Tratamiento de salud	• 1%
Religión /Peregrinación	• 1%
Luna de miel/ Romance	• 1%
Compras	• 1%

## Internacional

Visita familiares/amigos	• 33%
Negocios/ Trabajo	• 33%
Descanso/Vacaciones	• 34%

		Descanso/Vacaciones	Negocios/Trabajo	Visita familiares/Amigos	Congreso/exposición	Tratamiento de salud	Religión/peregrinación	Evento deportivo	Evento cultural	Evento social	Viaje de estudios/Prácticas profesionales	Compras	Solo va de paso	Evento de motos
Principales Destinos	Celaya	12.5%	25.0%	43.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%
	Cortázar	0.0%	28.6%	57.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Doctor Mora	19.0%	9.5%	14.3%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	9.5%	4.8%	0.0%	19.0%	9.5%	0.0%
	San Luis de la Paz	21.7%	17.4%	4.3%	0.0%	17.4%	4.3%	21.7%	4.3%	0.0%	0.0%	4.3%	4.3%	0.0%
	San Miguel De Allende	33.3%	11.1%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%
Resto de Destinos	Apaseo El Grande	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
	Acámbaro	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Dolores Hidalgo	16.7%	33.3%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%
	Guanajuato	33.3%	16.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Huanímaro	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Irapuato	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	León	14.3%	14.3%	14.3%	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

		Descanso/Vacaciones	Negocios/Trabajo	Visita familiares/Amigos	Congreso/exposición	Tratamiento de salud	Religión/peregrinación	Evento deportivo	Evento cultural	Evento social	Viaje de estudios/Prácticas profesionales	Compras	Solo va de paso	Evento de motos
Resto de Destinos	Moroleón	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Salamanca	16.7%	16.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Santa Catarina	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Tierra Blanca	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Uriangato	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Valle de Santiago	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Victoria	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Villagrán	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Xichú	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%
	Yuriria	14.3%	14.3%	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	42.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

# ESTATAL

## MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita (por mercado, NACIONAL)

		Descanso/Vacaciones	Negocios/Trabajo	Visita familiares/Amigos	Congreso/exposición	Tratamiento de salud	Religión/peregrinación	Luna de miel/Romance	Evento deportivo	Evento cultural	Evento social	Compras	Evento de motos
Principales Destinos	Querétaro	19.5%	13.3%	32.8%	1.6%	3.1%	0.0%	0.8%	2.3%	10.2%	8.6%	1.6%	4.7%
	DF/Estado de México	18.0%	18.9%	43.2%	6.3%	0.0%	0.9%	0.0%	1.8%	1.8%	8.1%	0.0%	0.9%
	Jalisco	40.0%	10.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Nuevo León	11.1%	33.3%	33.3%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Veracruz de Ignacio de la Llave	0.0%	0.0%	62.5%	12.5%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%
Resto de Destinos	Campeche	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Chiapas	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Guerrero	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Michoacán de Ocampo	28.6%	28.6%	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%
	Morelos	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Puebla	50.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%
	San Luis Potosí	0.0%	0.0%	83.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Sonora	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Tamaulipas	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%
	Zacatecas	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%

	Descanso/ Vacaciones	Negocios/ Trabajo	Visita familiares /Amigos	Congreso/ exposici ón	Tratamiento de salud	Religión /peregr inación	Luna de miel/Ro mance	Evento deportivo	Evento cultural	Evento social	Viaje de estudios/Pr ácticas profesional es	Compras	Solo va de paso	Evento de motos
Canadá	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
España	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Estados Unidos	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Italia	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

# INTERNACIONAL





# MOTIVO DE VISITA

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



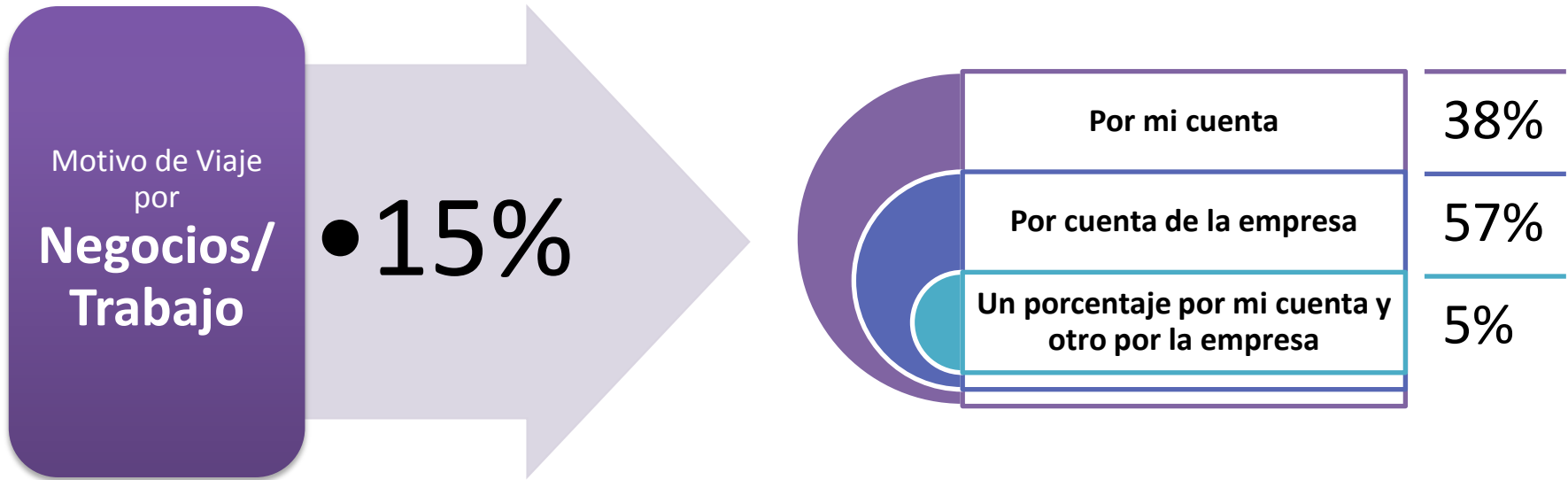
Pregunta exclusiva para el perfil 2011

Otros: Tranquilidad, actividades deportivas, vida nocturna.



Dirección General de Planeación  
 Dirección de Información y Análisis

¿Los gastos efectuados por motivo de Negocios/Trabajo corrieron a cargo de Usted o de la Empresa para la cual labora?



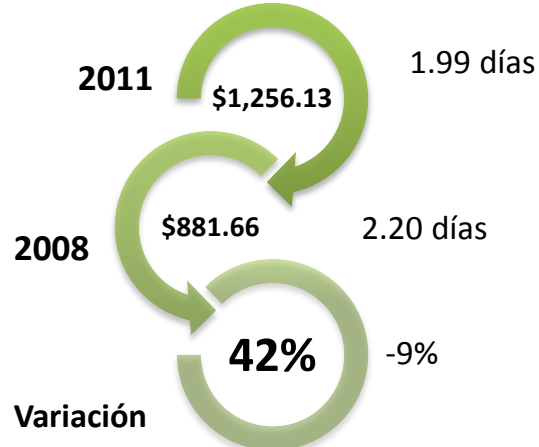
Pregunta exclusiva para el perfil 2011



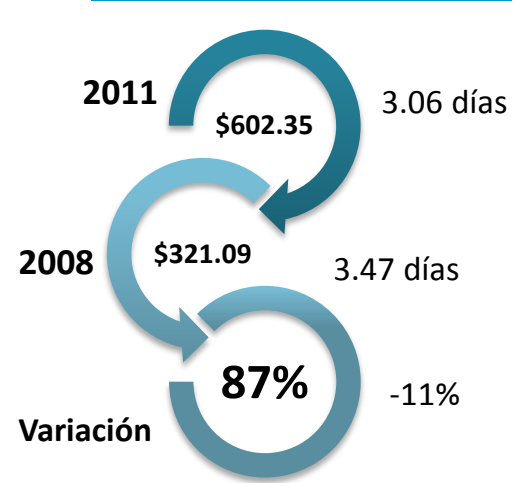
# GASTO DEL VISITANTE

## Promedio de Gasto por Persona y Estadía

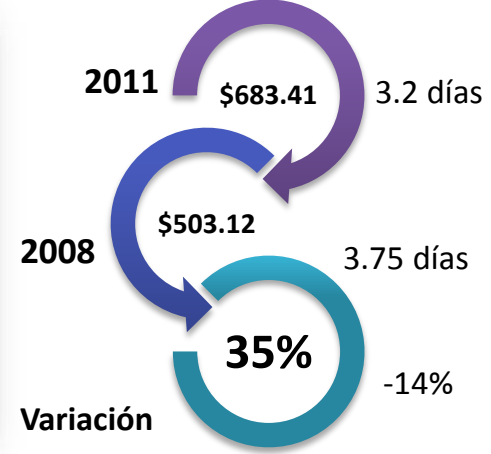
### Hotel



### Familiares /Amigos



### Vivienda Propia



**Campamento**



**Excursionista**



## Distribución promedio del gasto del Turista

Gasto	2011	2008	Variación
Hospedaje	20%	21%	-5%
Alimentos y bebidas	17%	16%	6%
Souvenirs/recuerdos	5%	0%	500%
Entradas a Eventos	3%	0%	300%
Transporte	2%	7%	-71%
Esparcimiento	5%	16%	-69%
Artesanías	7%	8%	-13%
Otras compras y más gastos	39%	32%	22%

Gasto del visitante por viaje



Dirección General de Planeación  
Dirección de Información y Análisis



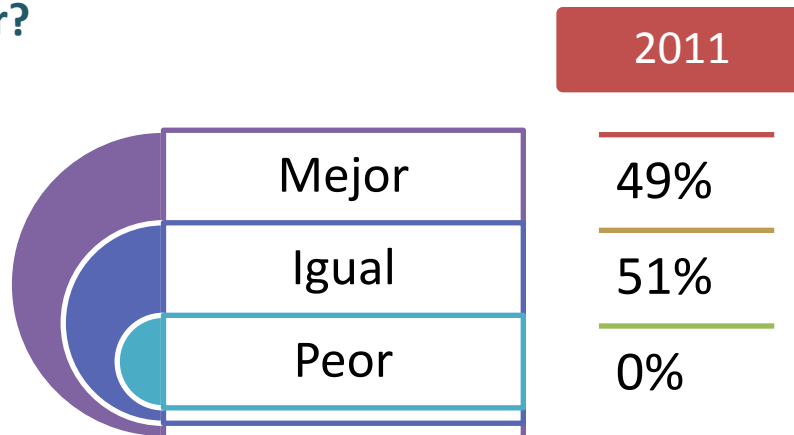
## Visitas anteriores



### ¿Ya había visitado anteriormente este destino?

	2011	2008	Variación
Sí	51%	87%	-41%
No	49%	13%	277%

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



Un 51% ya había visitado el destino, de este segmento de visitantes comentó la mitad que su experiencia actual fue mejor que las anteriores, esto indica el avance que se ha tenido en el estado.



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

## ¿Por qué en desacuerdo?

Cada lugar tiene su atractivo

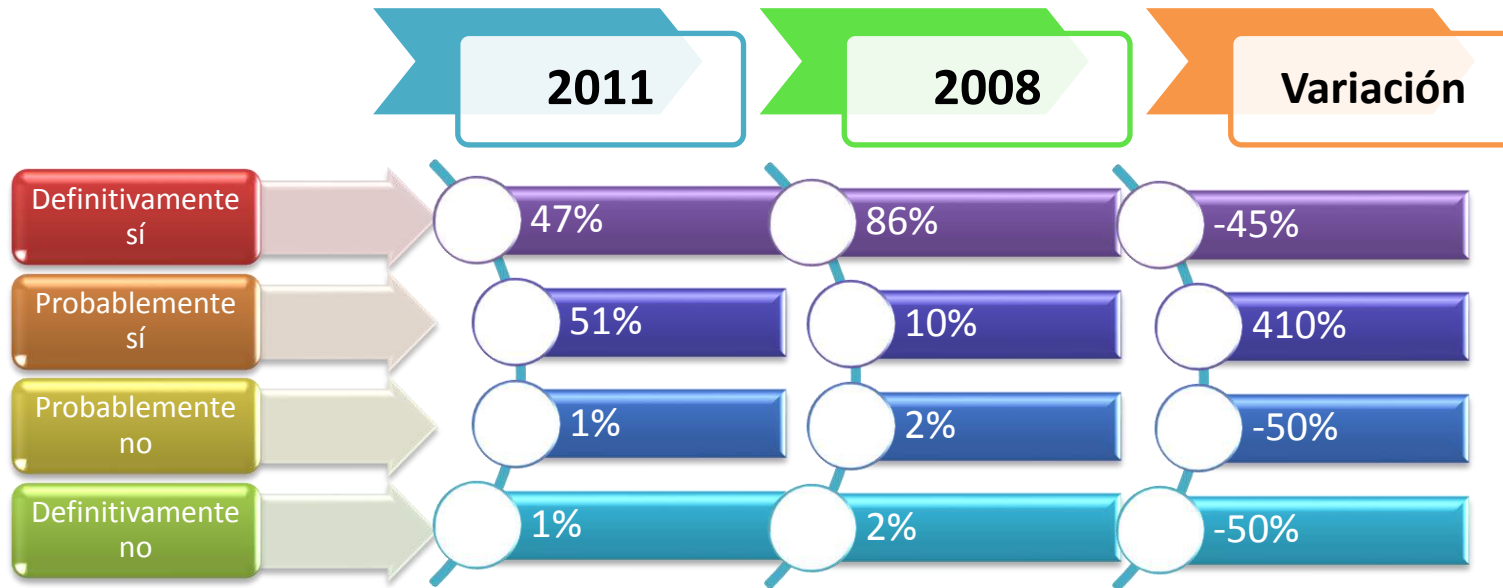
He visitado ciudades más bonitas

Esta aburrido



Pregunta exclusiva para el perfil 2011

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



El 98% si volvería a visitar el municipio de San José Iturbide, también en 2008 las respuestas fueron muy positivas; definitivamente el visitante ha percibido una muy buena imagen del lugar y lo posiciona como un destino turístico importante.



¿Por que definitivamente no?

Lejanía del destino

Malas ventas

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



Definitivamente Sí

2011

54%

2008

98%

Variación

-44%

Probablemente Sí

44%

0%

4400%

Probablemente No

1%

0%

100%

Definitivamente No

1%

2%

-50%



Algunas de las menciones del porqué no recomendarían el destino son:  
-No hay atractivos turísticos interesantes  
-Falta diversión

## Evaluación del destino

		2011	2008
INMUEBLES	Aeropuerto	6.6	NA
	Terminal de autobuses	6.2	NA
	Centro Histórico	8.1	NA
	Museos de la ciudad	7.3	6.9
	Estacionamientos	8.3	NA
	Establecimientos de hospedaje	8.2	7.0
	Establecimientos de Alimentos y Bebidas	7.8	6.0

		2011	2008
SERVICIOS	Transporte público	7.0	4.9
	Servicio de módulos de información	7.1	NA
	Diversidad de actividades turísticas	8.5	NA
	Infraestructura carretera	7.5	NA
	Servicio de guías de turistas	7.6	6.7
	Servicios de elementos de seguridad	7.7	NA
	Diversidad de actividades recreativas	8.3	NA

		2011	2008
INTANGIBLES	Hospitalidad de los residentes	8.8	NA
	Experiencia en el destino	8.3	NA
	Imagen urbana	7.9	NA
	Limpieza en las calles y áreas públicas	8.3	7.0
	Mantenimiento de recursos culturales	8.2	NA
	Seguridad en el destino	8.3	6.3
	Mantenimiento de los recursos naturales	8.3	NA
	Limpieza de los balnearios	8.3	NA
	Iluminación de la ciudad	8.1	NA
	Acceso a la ciudad	8.1	NA
	Señalización de la ciudad	8.1	NA
	Relación calidad/precio	7.9	NA

N.A. : No se evaluó en 2008.

Dirección General de Planeación  
Dirección de Información y Análisis



Calificación Global

2011

7.9

2008

6.4



### ¿Por qué su nivel de satisfacción es de regular a pésimo?

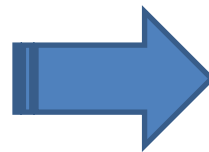
RUBRO	1ra mención	2da mención	3er mención
Hospedaje	Muy angosto	Precios altos	Faltan hoteles
Alimentos y bebidas	Faltan lugares para comer	Precios altos	No le gusta la comida
Aeropuerto	No hay aeropuerto		
Terminal de autobuses	Pequeña	Pocas corridas de autobuses	Poco transporte
Infraestructura carretera	Hay baches	Esta defectuosa	Esta descuidado
Transporte público	Precios altos	Poco transporte	Es lento, caro
Experiencia en el destino	Pocos atractivos turísticos	Pocos eventos culturales	
Acceso a la ciudad	No contestó		
Limpieza en los balnearios	Hay basura, huele mal	Es insuficiente	
Mantenimientos de los recursos naturales	Esta descuidado		
Servicio de guías de turistas	No hay guías	Pocos guías	Poca información sobre la ciudad
Elementos de seguridad	Brindan mal servicio	No he visto elementos	Falta de vigilancia
Módulos de información	No hay módulos	Poca información sobre la ciudad	No están visibles
Limpieza en las calles y áreas públicas	Hay basura, huele mal	Esta descuidado	
Diversidad de actividades recreativas	Falta de actividades		
Diversidad de atractivos	Pocos atractivos turísticos	Falta promoción	



**¿Por qué su nivel de satisfacción es de regular a pésimo?**

RUBRO	1ra mención	2da mención	3er mención
Seguridad en el destino	Falta de vigilancia		
Relación calidad/precio	Precios altos		
Mantenimiento de los recursos culturales	Falta espacio y mantenimiento a áreas ecológicas	Está descuidado	Falta mantenimiento
Museos de la ciudad	No hay museos		
Centro histórico	Falta identidad del centro histórico	Feo el centro	
Iluminación de la ciudad	Más iluminación		
Señalización de la ciudad	Falta señalización		
Imagen urbana	Ciudad pequeña	Puede mejorar la imagen urbana	
Servicio de estacionamiento	Poco estacionamiento		
Hospitalidad de los residentes	La gente no es muy amable		

Regular



Pésimo

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

Mejora Prioritaria	Fortaleza
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Transporte público local</li> <li>-Terminal de autobuses</li> <li>-Aeropuerto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La hospitalidad de los residentes</li> <li>-Experiencia en el destino</li> <li>-Servicio del estacionamiento</li> <li>-Diversidad de atractivos turísticos</li> <li>-Limpieza en calles y áreas públicas</li> <li>-Mantenimiento recursos naturales</li> <li>-Seguridad en el destino</li> <li>-Diversidad de actividades recreativas</li> <li>-Limpieza de los balnearios</li> </ul>
Mejora Secundaria	Mantenimiento
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Servicio módulos de información</li> <li>-Museos de la ciudad</li> <li>-Infraestructura carretera</li> <li>-Servicios de los elementos de seguridad</li> <li>-Servicios de guías de turistas</li> <li>-Establecimientos de alimentos y bebidas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Relación calidad/precio destino</li> <li>-Imagen urbana</li> <li>-Centros históricos</li> <li>-Accesos a la ciudad</li> <li>-Iluminación de la ciudad</li> <li>-Señalización de la ciudad</li> <li>-Establecimiento de Hospedaje</li> <li>-Mantenimiento recursos culturales</li> </ul>



¿Qué faltaría para que visitantes como Ud. tengan una experiencia más satisfactoria en este destino turístico?



**T  
O  
P  
5**



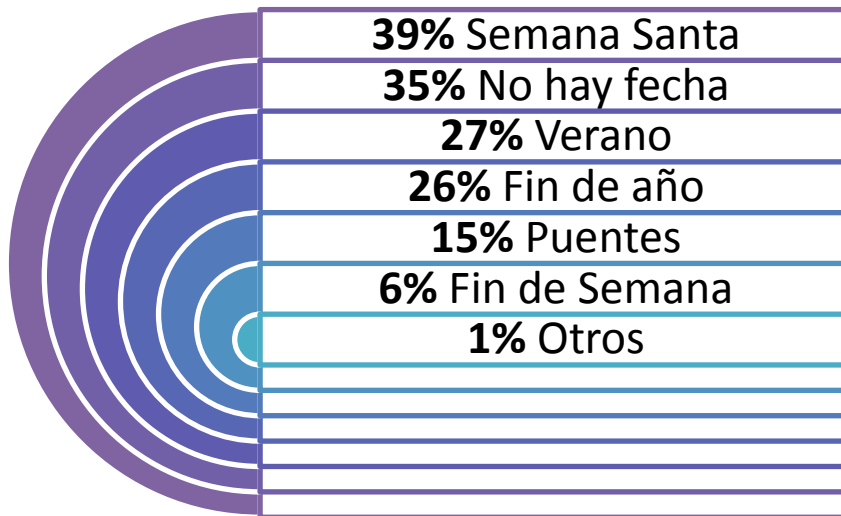
**Otros Incluyen rubros con pocas menciones de 0.1% a 1%tales como : Más atracciones para niños, traer eventos finos, mejorar la central de autobuses, más estacionamientos, etc...**



¿Cuántas veces al año acostumbra viajar por placer, diversión, descanso o vacaciones?

1.9 veces  
2011

¿En que época del año acostumbra viajar por placer, diversión, descanso o vacaciones?



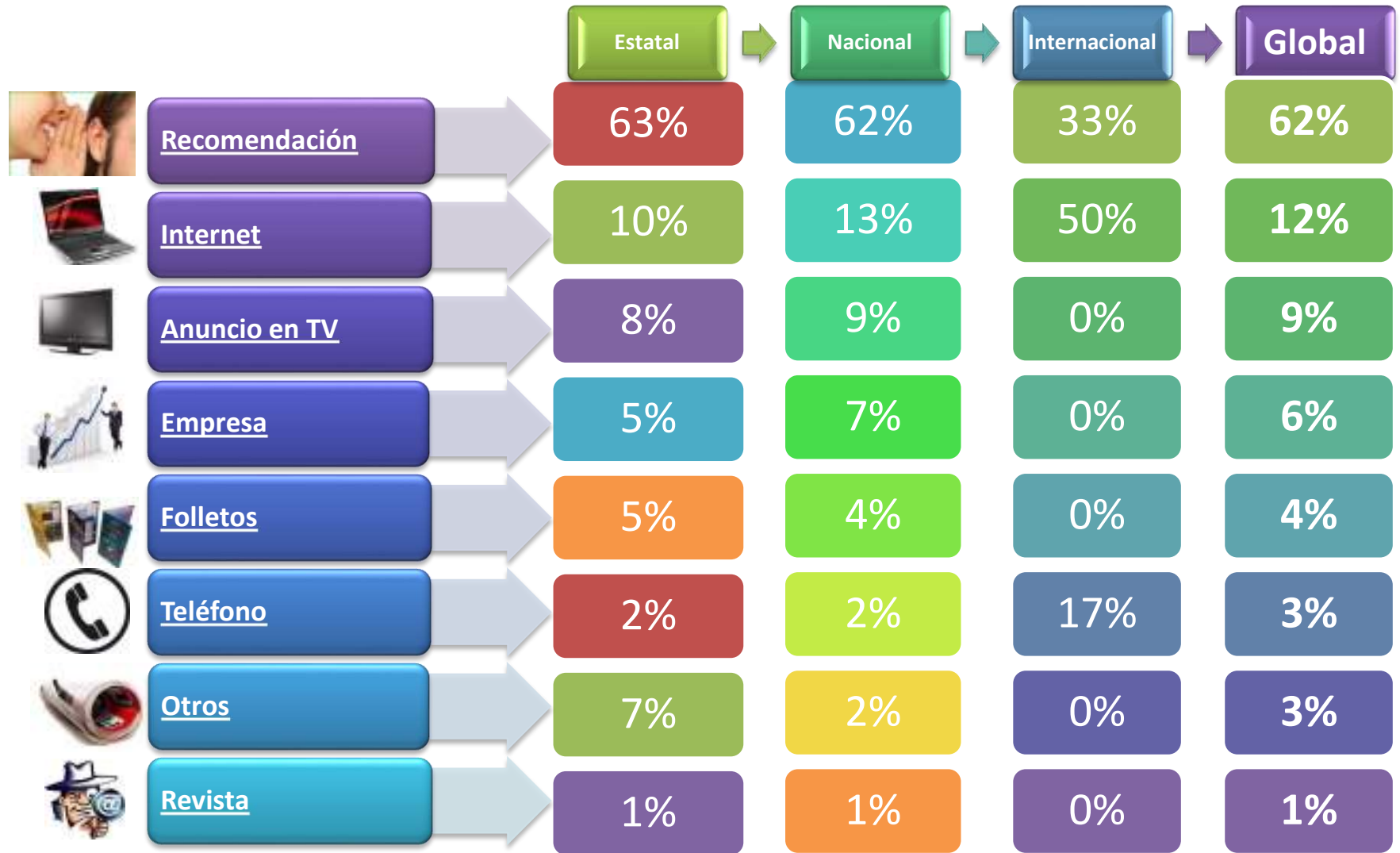
Pregunta exclusiva para el perfil 2011

Nota: la sumatoria da mas del 100% ya que es multirespuesta.



# EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

¿Qué medio consultó para planear su viaje a San José Iturbide?



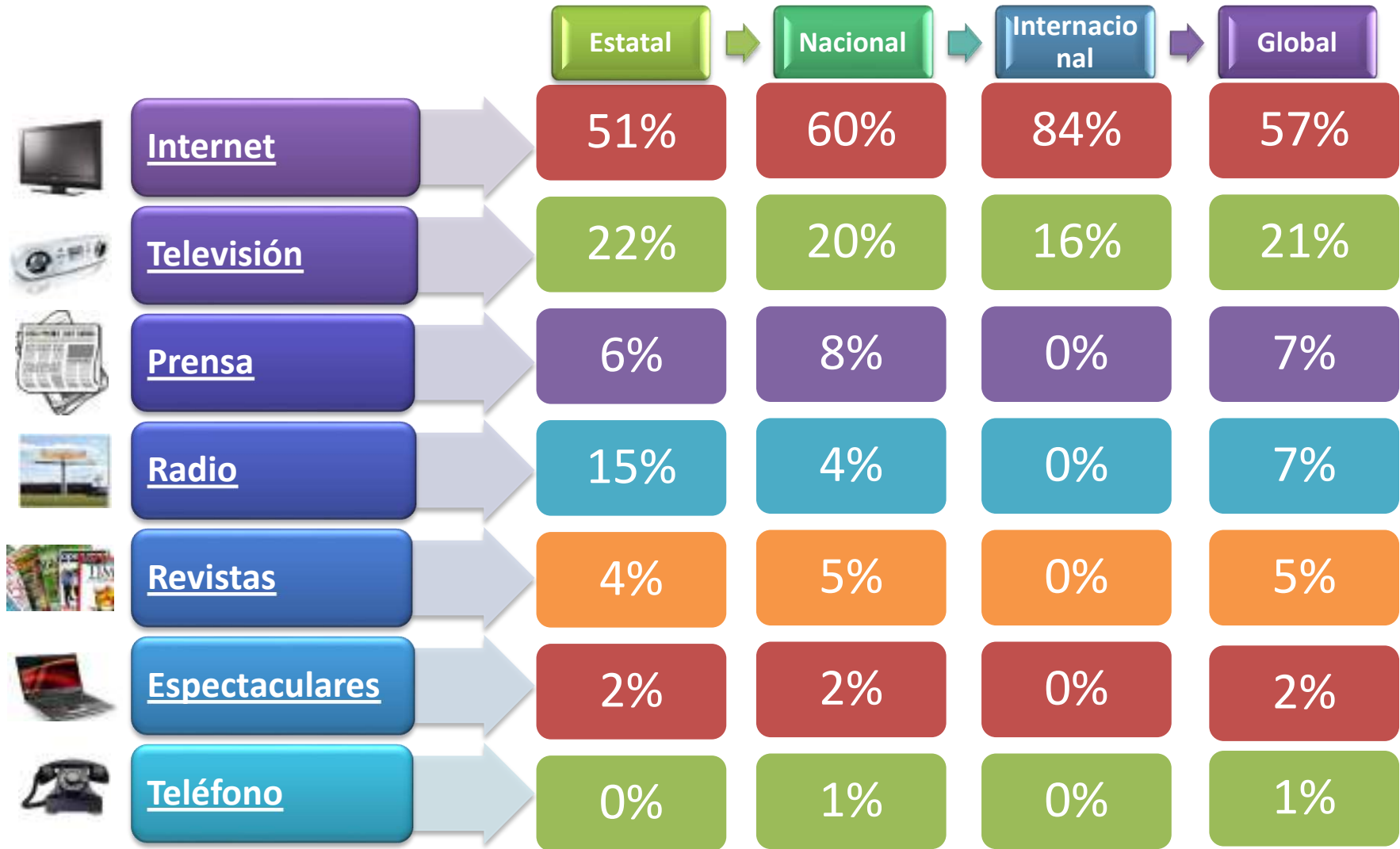
Otros: Escuela, radio, espectaculares, agencias de viajes.

Dirección General de Planeación  
 Dirección de Información y Análisis

Preguntas exclusivas para el perfil 2011

# EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

-- Medios a los que se tiene mayor exposición --

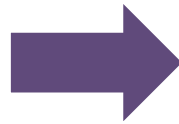


-- Medios a los que se tiene mayor exposición --

## Sistema de televisión



TV abierta  
96%



TV de paga  
4%

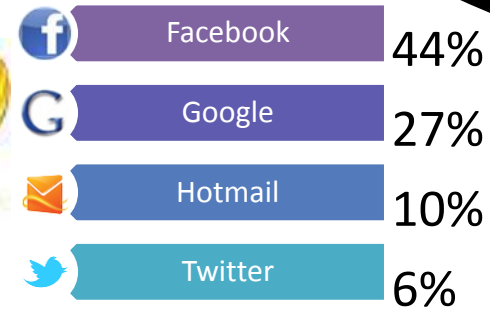
Preguntas exclusivas  
para el perfil 2011

De acuerdo al medio mencionado en la pregunta anterior ¿Cuál es el canal, estación (frecuencia, nombre), periódico, pág. Web favorito.....?

**TOP 4**



### Televisión



### Internet



### Radio



### Prensa

# VISITANTE PROMEDIO





	San José Iturbide 2011	San José Iturbide 2008
Edad Promedio	29 años	31 años
Acompañado por	Pareja	Familia
Grupo de viaje	2.8 personas	3.4 personas
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil
Ingreso	\$7,100 a \$12,199 (NSE D+)	\$2,800 a \$7,099 (NSE D-)
Otros lugares por visitar	Guanajuato Mineral de Pozos San Luis de la Paz	Querétaro Doctor Mora Guanajuato
Motivo de Visita	Visita Familiares/Amigos	Descanso/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	\$997.02 por persona	\$ 288 por persona
Si se hospeda una noche en hotel gastará	\$1,256.13 por persona	\$881.66 por persona
Principal lugar de hospedaje	Casa Familiares/Amigos	Casa Familiares/Amigos
Experiencia del viaje	Igual	-
Recomendación del destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Retorno al destino	Probablemente SI	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	7.9	6.4

Dirección General de Planeación  
Dirección de Información y Análisis



# Indicadores de la Actividad Turística **San José Iturbide**

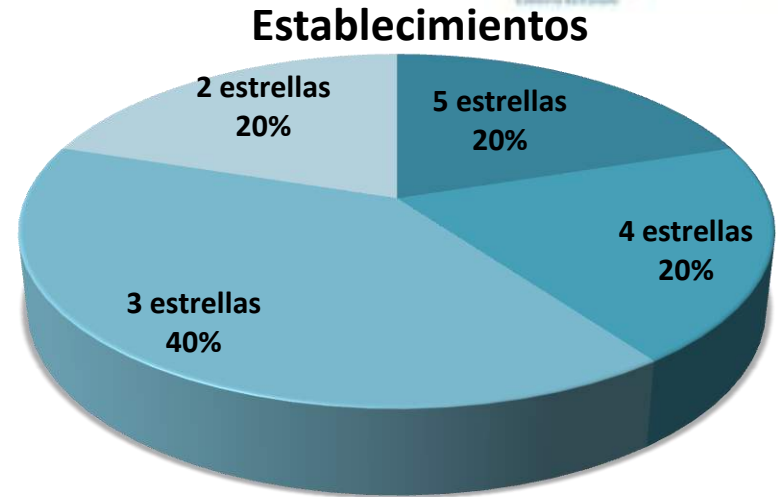


Inventario Turístico	
<b>Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)</b>	<b>10</b>
<b>Alimentos y bebidas</b>	<b>24</b>
<b>Balnearios</b>	<b>3</b>
<b>Agencias de viaje</b>	<b>3</b>
<b>Transportadoras turísticas</b>	<b>2</b>

Fuente: Sedetur, Diciembre 2011.

Inventario de Hospedaje		
Categoría	Establecimientos	Habitaciones
5 estrellas	2	76
4 estrellas	2	74
3 estrellas	4	62
2 estrellas	2	34
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>246</b>

Fuente: Sedetur, Abril 2012

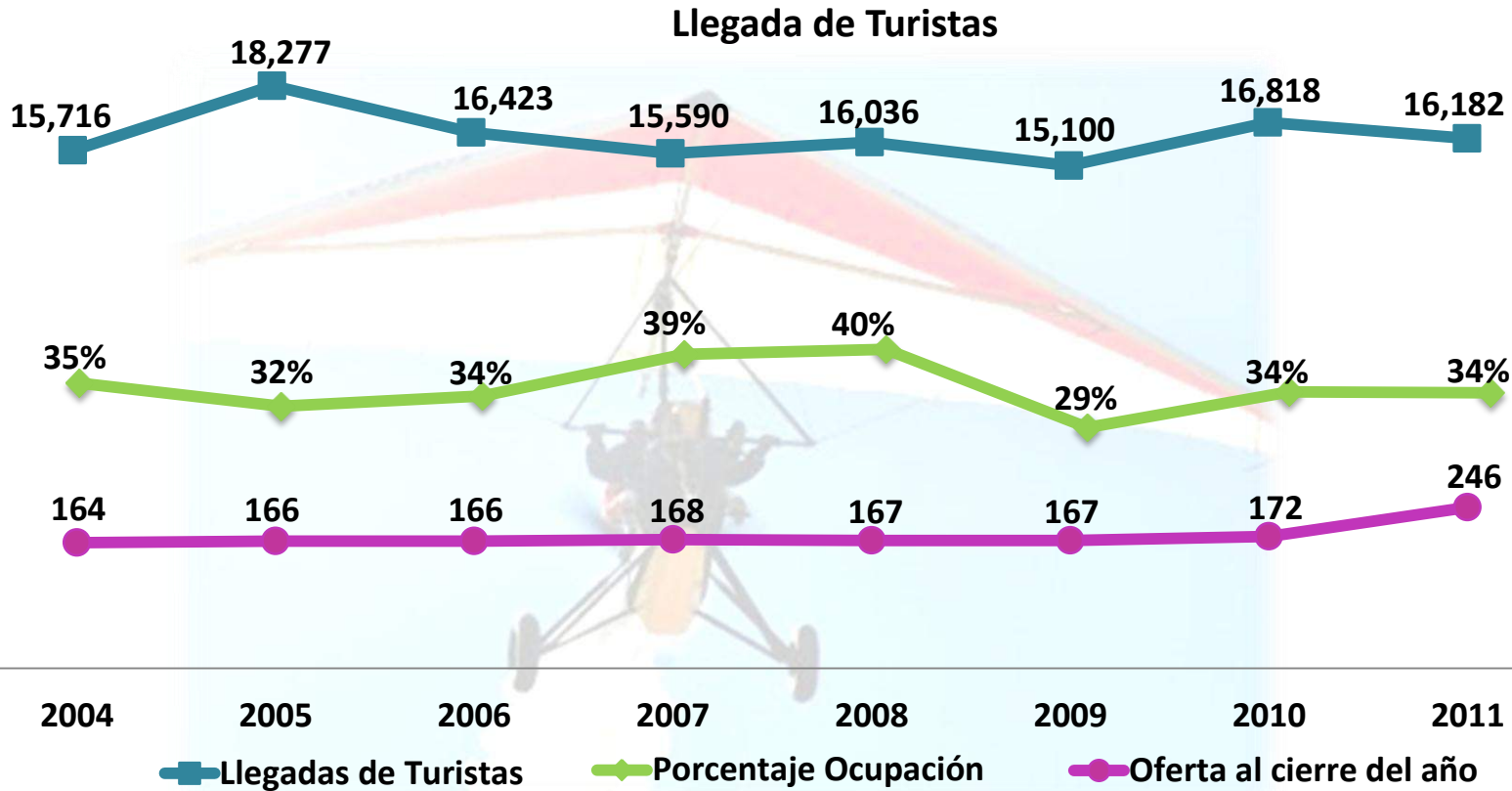


Fuente: Sedetur – Abril 2012



Fuente: Sedetur –Abril 2012

# INDICADORES DE HOSPEDAJE 1 a 5 Estrellas San José Iturbide 2004 - 2011



Llegada de Turistas  
 9,311  
 Enero – Junio 2012

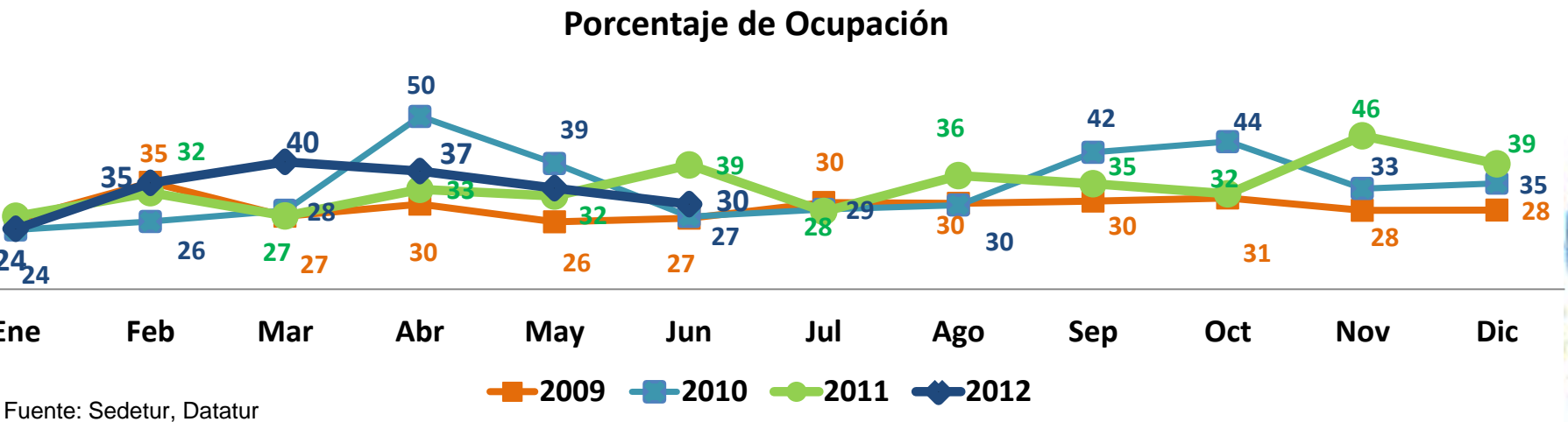
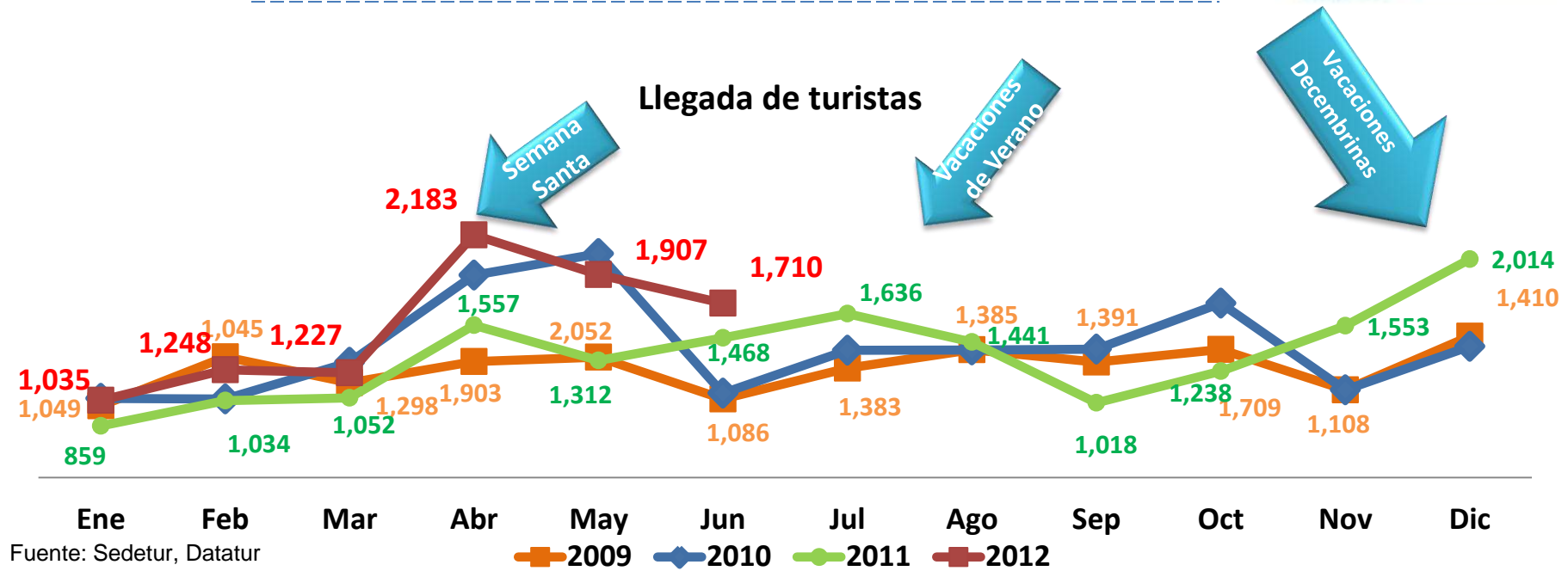
Porcentaje de Ocupación  
 33%  
 Enero –Junio 2012

Oferta a Abril  
 246

Fuente: Sedetur, Datatur

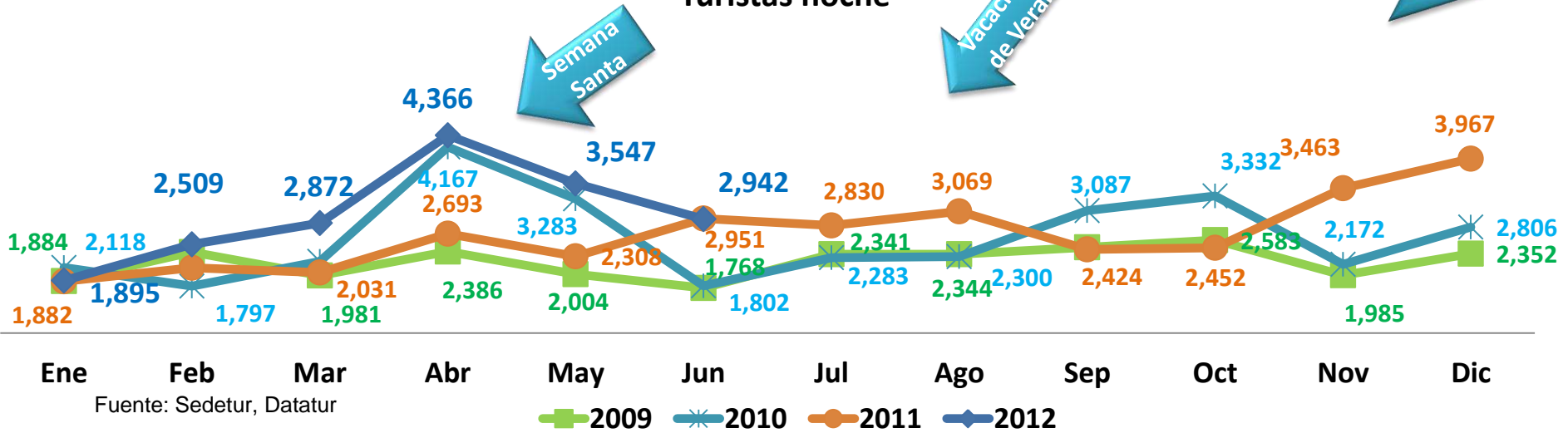
**Durante 2011 se mantuvo el mismo porcentaje de ocupación hotelera que en 2010**

# TENDENCIAS DE LOS INDICADORES DE HOSPEDAJE

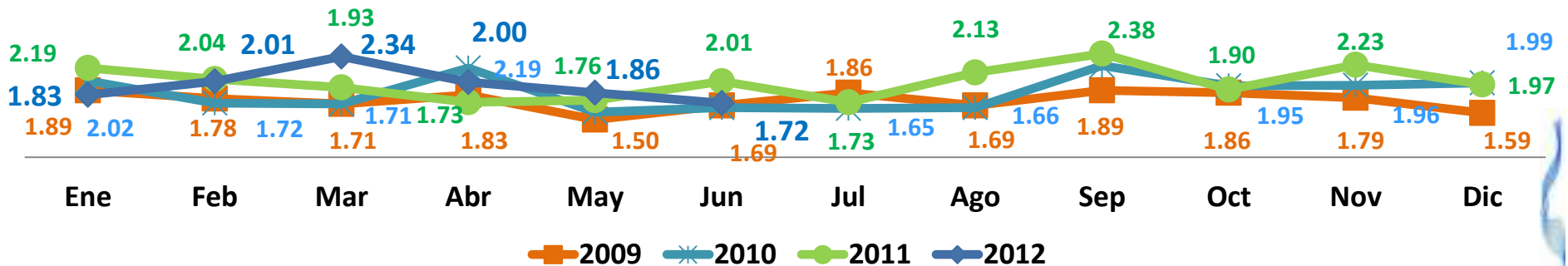


# TENDENCIAS DE LOS INDICADORES DE HOSPEDAJE

## Turistas noche



## Estadía promedio



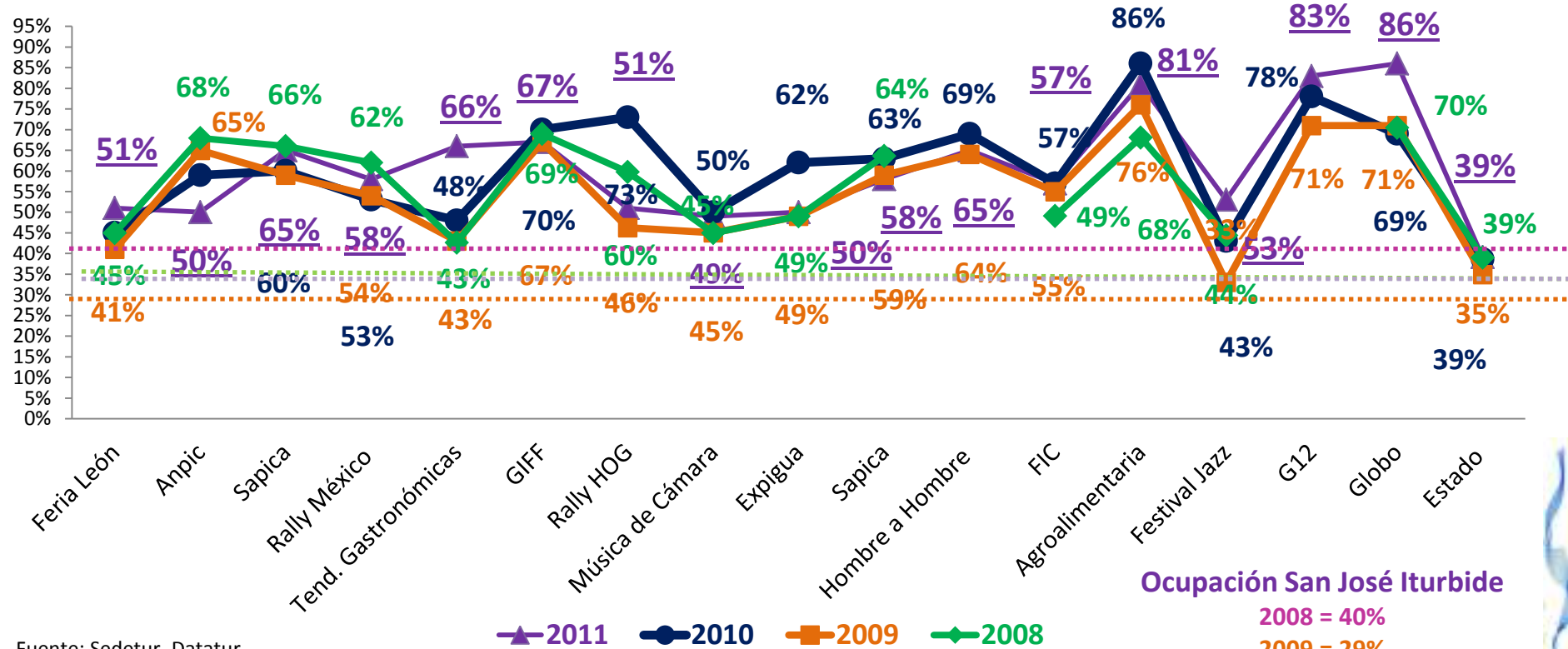
En 2011 las noches promedio de estancia mostraron un incremento del 7% por tal motivo los turistas noche presentaron un crecimiento del 3% con relación a 2010



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

Ocupación San José Iturbide 2011  
Fly = 36%  
Festival del Aire = 47%

Porcentaje de Ocupación (días)  
Eventos 2008 - 2011



Ocupación San José Iturbide  
2008 = 40%  
2009 = 29%  
2010 = 34%  
2011 = 34%

Fuente: Sedetur, Datatur

La ciudad de San José Iturbide fue anfitriona en 2011 de eventos que impactaron la actividad turística de manera positiva.



Fly evento que se llevó a cabo del 14 al 16 de Octubre, mostró un 36% de ocupación promedio.



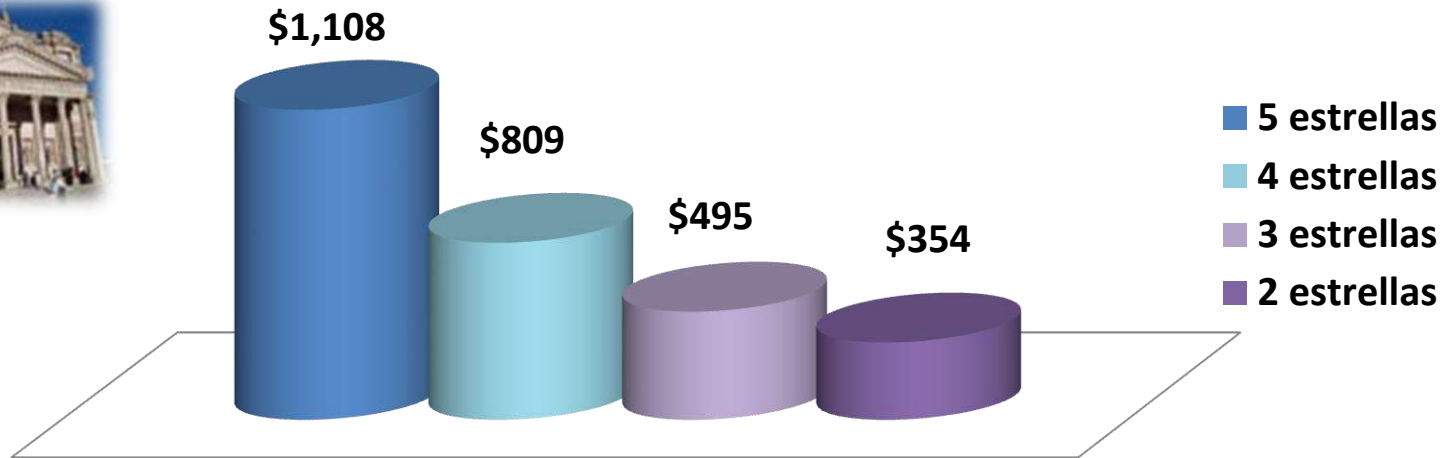
El Festival del Aire que se celebró del 4 al 6 de Noviembre, presentó una ocupación promedio de 47%.

Comparativo de Tarifas			
Categoría	San José Iturbide	Dolores Hidalgo	San Luis de la Paz
5 Estrellas	\$1,108	\$1,750	\$980
4 Estrellas	\$809	\$774	NA
3 Estrellas	\$495	\$430	\$590
2 Estrellas	\$354	\$337	\$382

Fuente: Sondeo realizado en mayo 2012.

Nota: Las cantidades corresponden a la tarifa rack.

## Tarifas Hoteles en San José Iturbide



Fuente: Sondeo realizado en mayo 2012.

Nota: Las cantidades corresponden a la tarifa rack.

# Inversión Turística Privada San José Iturbide

Inversión privada  
registrada en 2011



\$ 40 mil pesos

Aperturas recientes:

*Hotel Buenrostro*



**12 Habitaciones 2\***

Fuente: Sedetur

*Hotel Quinta Marisol*



**12 Habitaciones 4\***

*Hotel Casa Bonita*



**14 Habitaciones 5\***

Concepto	Información Relevante 2011
Número de habitaciones 1 a 5 estrellas + sin clasificar	246
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas	16,182
Porcentaje de Ocupación promedio	34%
Porcentajes de ocupación más altos	Junio, noviembre y diciembre
Estadía promedio	1.99

Fuente: Sedetur, Datatur





### Visitantes y Derrama Económica Estimada 2011

#### Visitantes

Categoría	San José Iturbide	Estado	Proporción SJI/Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	16,182	2,976,899	1%
Turistas en otros establecimientos comerciales	502	887,523	0.1%
Turistas en establecimientos no comerciales	18,315	4,641,004	0.4%
Excursionistas	19,569	9,984,630	0.2%
<b>Totales</b>	<b>54,568</b>	<b>18,490,056</b>	<b>0.30%</b>

#### Derrama Económica Estimada

Categoría	San José Iturbide	Estado	Proporción SJI/Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	\$40,421,524	\$5,984,344,827	1%
Turistas en otros establecimientos comerciales	\$504,520	\$5,390,482,143	0.01%
Turistas en establecimientos no comerciales	\$33,972,900	\$20,364,894,660	0.2%
Excursionistas	\$19,510,714	\$9,172,890,771	0.2%
<b>Totales</b>	<b>\$94,409,657</b>	<b>\$40,912,612,401</b>	<b>0.23%</b>

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

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada, Casa rentada, y Otros.

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.

## Contacto

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

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

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

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

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

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

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

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

## Dirección

Blvd. Vasco de Quiroga # 101, Torre Nissan 8º piso

Col. Los Gavilanes, C.P. 37120, León, Guanajuato

Tel. (477) 10 41 4 00



