


Actividad Turística y Perfil del Visitante 2009

Estado de Guanajuato 2009

Estudio del Perfil del Visitante al estado de Guanajuato

- Vitrina Metodológica
- Perfil General
- Procedencia del Visitante
- Planeación de Viaje
- Motivo de Visita
- Movilidad del Visitante
- Gasto del Visitante
- Experiencia de viaje e índices de satisfacción
- Visitante Promedio

A young couple is taking a selfie in a narrow, historic street in Guanajuato. The woman is holding a blue camera up to take the picture, and both are smiling. They are wearing backpacks, suggesting they are tourists. The street is lined with old buildings and has a street lamp visible in the background.

Estudio del Perfil del Visitante al Estado de Guanajuato

Tipo de entrevista

Cara a cara

Muestra:

Total entrevistas efectivas 3,453;
levantadas en el Estado de
Guanajuato.
Estudio realizado por Cestur

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 mismo.

Fecha de
levantamiento

Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2009 (Resultados Anuales).
Levantamiento con apoyo de la
Universidad de Guanajuato

Hay una mayor concentración de excursionistas, este porcentaje no tuvo cambios comparándolo con 2008.

Distribución del Visitante*

Sexo del Visitante a Guanajuato



Mujer

44%

46%

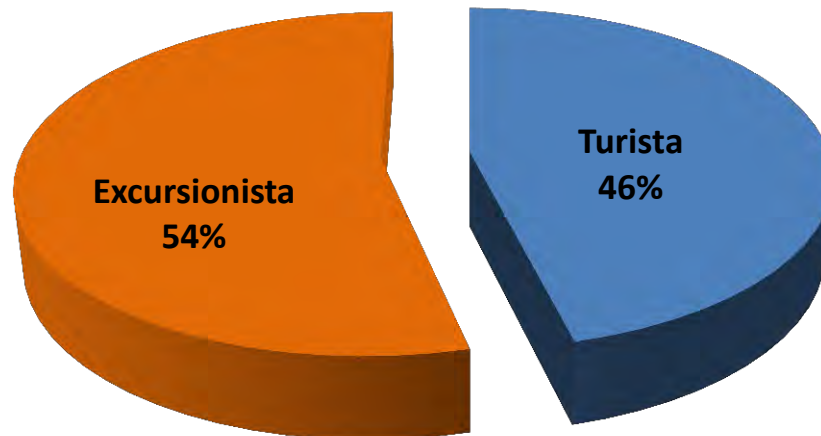


Hombre

56%

54% ← 2008

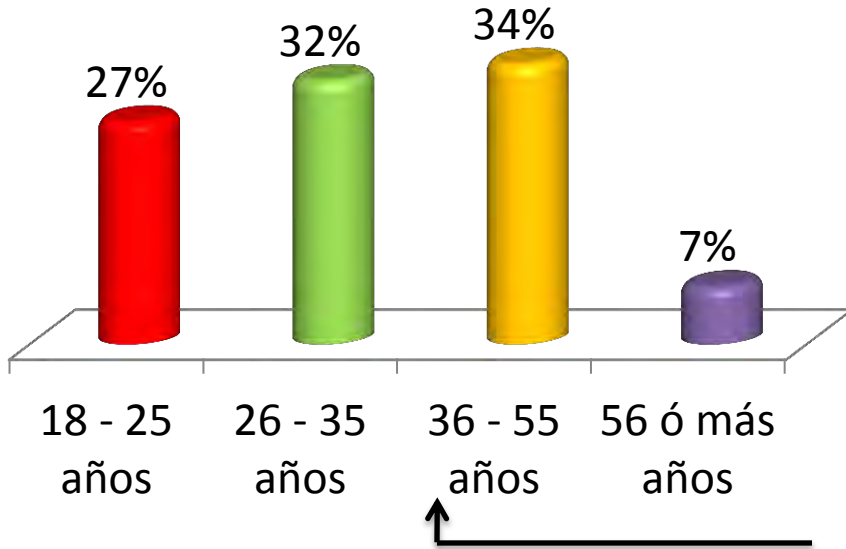
2008 → 54%



46%

Edad y composición del hogar

Edad del Turista



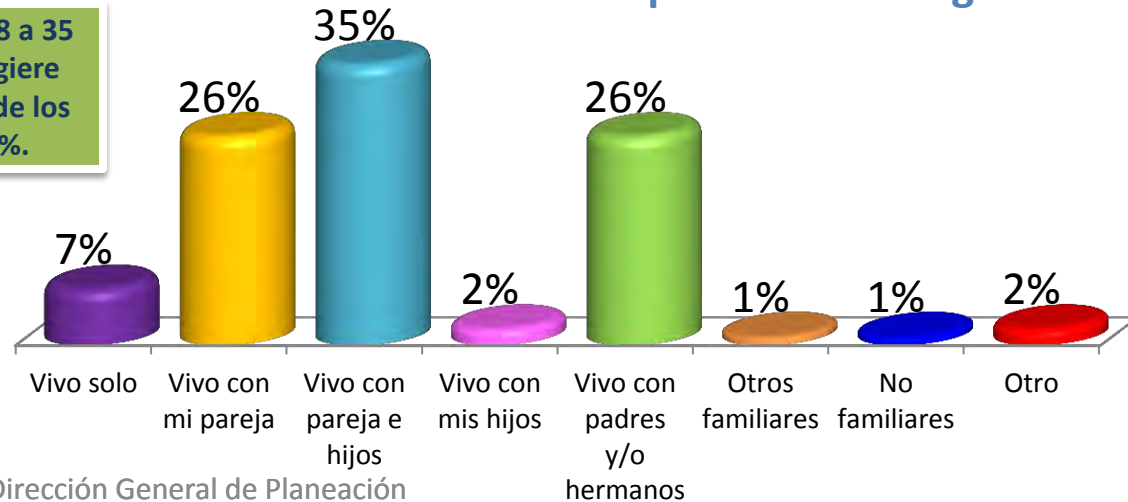
El 61% de los visitantes viven con su pareja o con pareja e hijos, lo que nos indica que nuestro mercado meta demanda productos familiares que satisfagan las necesidades de cada integrante.

Edad promedio 2008: 31 años

Edad promedio 2009: 35 años

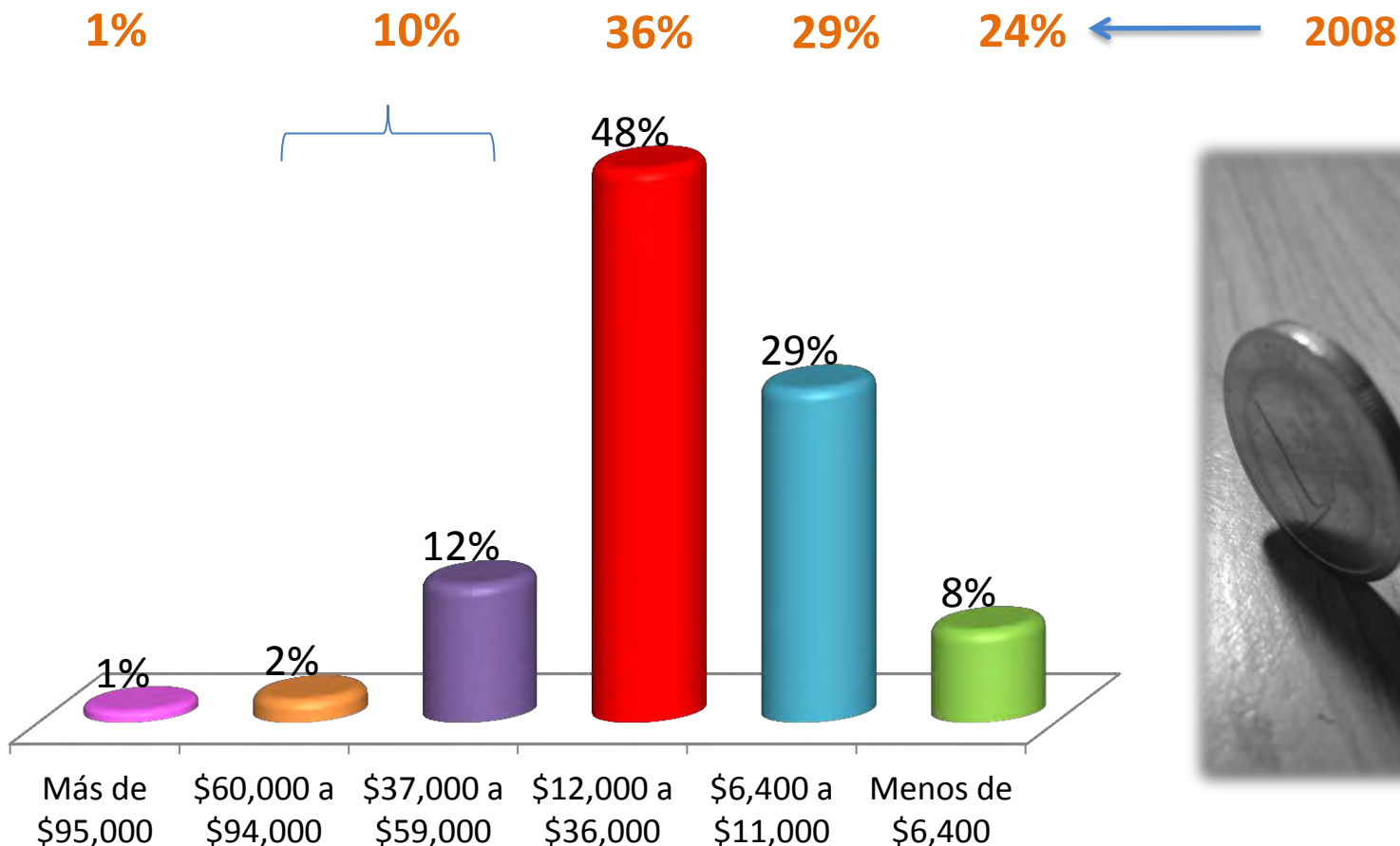
Composición del Hogar

Un 59% de los visitantes son adultos jóvenes de entre 18 a 35 años de edad, por lo que los productos turísticos se sugiere enfocarlos a este segmento, sin descuidar al segmento de los adultos y adultos mayores ya que representan un 41%.



Ingresos Mensuales

El 77% de los visitantes reportaron tener un ingreso familiar de entre \$6,400 a \$36,000, y en 2008 el 65% reportó tener este mismo ingreso, lo que nos indica que en 2009 los visitantes tenían un nivel socioeconómico más elevado.



Resumen Perfil General

Concepto	Información Relevante
Hombres	56%
Mujeres	44%
Turistas	46%
Excursionistas	54%
Edad promedio	35 años
Composición del Hogar	Viven con pareja (26%) Vive con padres y/o hermanos (26%)
Ingresos Mensuales	De \$12,000 a \$36,000 (35%, NSE C)

Lugar de residencia

Origen del Visitante



39%

39%



56%

55%



5%

6%

← 2008

El porcentaje de los visitantes estatales, nacionales y extranjeros en 2009 fue similar que en 2008; cerca del 60% fueron visitantes nacionales, lo que nos indica que el Estado tiene una posición favorable en el mercado nacional.

Origen del Visitante Internacional

Lugar	%
Estados Unidos	61%
España	4%
Francia	4%
Otros	31%
Total	100%

Origen del Visitante Nacional

Estado	%	Estado	%
DF/Edo. Mex.	23%	Puebla	4%
Jalisco	15%	Aguascalientes	3%
Querétaro	12%	Durango	3%
Michoacán	9%	Tamaulipas	3%
Nuevo León	6%	Otros	17%
San Luis Potosí	5%	Total	100

Origen del Estatal

Municipio	%	Municipio	%
León	23%	Guanajuato	8%
Irapuato	13%	Valle de Santiago	3%
Celaya	10%	San Miguel de Allende	3%
Salamanca	9%	Otros	31%
		Total	100

Resumen Procedencia del Visitante

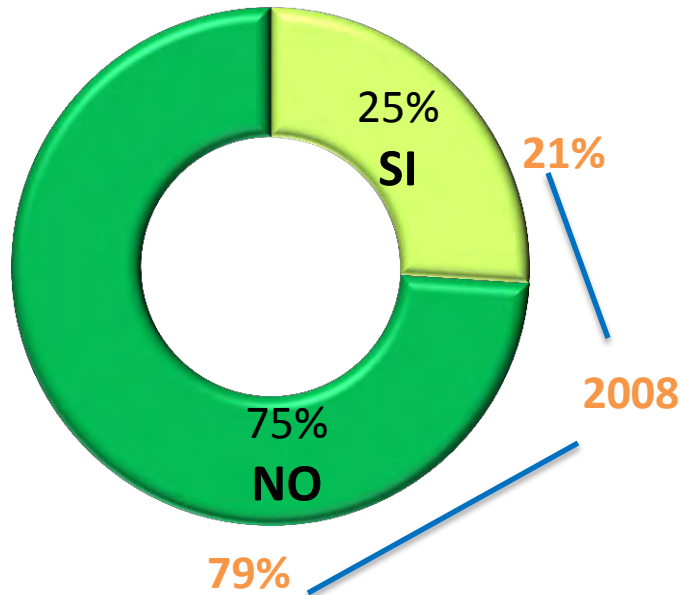
Concepto	Información Relevante
Estatad	39%
Nacional	56%
Extranjero	5%
Principales Visitantes Estatales	León Irapuato Celaya Salamanca
Principales Visitantes Nacionales	DF y EdoMex. Jalisco Querétaro
Principales Visitantes Internacionales	Estados Unidos España Francia

Movilidad del visitante y paquetes turísticos

¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?

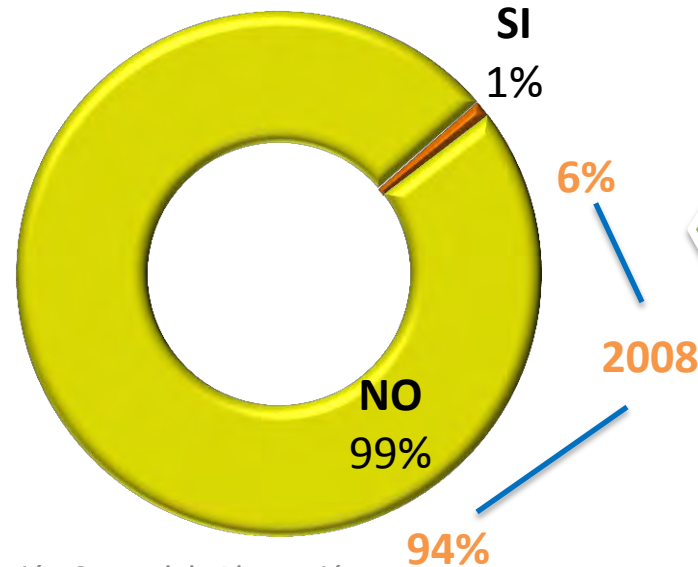
¿Dígame si visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?

Ciudades	Total Anual
León	9%
San Miguel de A.	8%
Guanajuato	5%
Dolores H.	4%
Querétaro	2%
Jiutepec	1%
Irapuato	1%
No contestó	25%
Otro	45%



En 2009 un 25% visitó otras ciudades, mientras que en 2008 fue sólo un 21%, lo que nos indica que los visitantes buscaron conocer más destinos que en 2008.

¿Su viaje forma parte de un paquete?



Los visitantes no están viajando al Estado por la compra de paquetes turísticos, para 2009 esto disminuyó notablemente en comparación de 2008, es importante crear alianzas con operadores turísticos nacionales e internacionales que promuevan el Estado.

Distribución del visitante



HOTEL 16.1%



**HOSTAL /
POSADA 0.6%**



**CASA
RENTADA 2.6%**



**CASA
PROPIA 1.8%**



**CASA DE
FAMILIARES/
AMIGOS 23.3%**



OTROS 1.6%



EXCURSIONISTAS 54%

En 2009 el 19% de los visitantes se hospedaron en establecimientos comerciales. Se sugiere que los hoteles cuenten con una página de internet en donde se puedan realizar reservaciones, ya que hoy en día el internet es uno de los medios de mayor impacto, además de la creación de paquetes que le den un plus a su estadía en el hotel.

¿Con quién viaja en estos momentos?



16%

84%

24%

76% ← 2008

En 2009 un 84% de los visitantes llegaron acompañados, este porcentaje incrementó 8 puntos porcentuales en relación al año 2008, por lo que se sugiere ofrecer una variedad de actividades para satisfacer las necesidades de cada integrante.

Los productos turísticos para el segmento de niños y adolescentes deben ser otra estrategia para poder posicionar al Estado con una imagen fresca y divertida, sin descuidar a las personas mayores que buscan de la tranquilidad y la cultura.

Acompañantes	2009	2008
Amigos	17%	13%
Cónyuge/ Pareja	29%	41%
Familia	50%	63%
Compañeros de Trabajo	4%	3%
Otro	0%	2%
Total	100 %	100%

Los viajes en pareja y familia se sugiere sean el mercado meta al que se dirijan los esfuerzos de promoción, sin descuidar a los grupos de amigos que representan una participación importante.

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

Rango de edades de los acompañantes	2009	2008
Número de adultos mayores de 18 años	3.00	
Número de adolescentes entre 12 y 18 años	1.78	
Número de niños menores de 12 años	1.77	
Promedio Total de personas	3.86	3

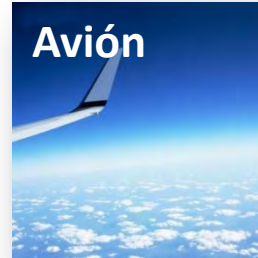
Medio de transporte utilizado para llegar a este destino

63%

7%

27%

3%



66%

4%

30%

0%

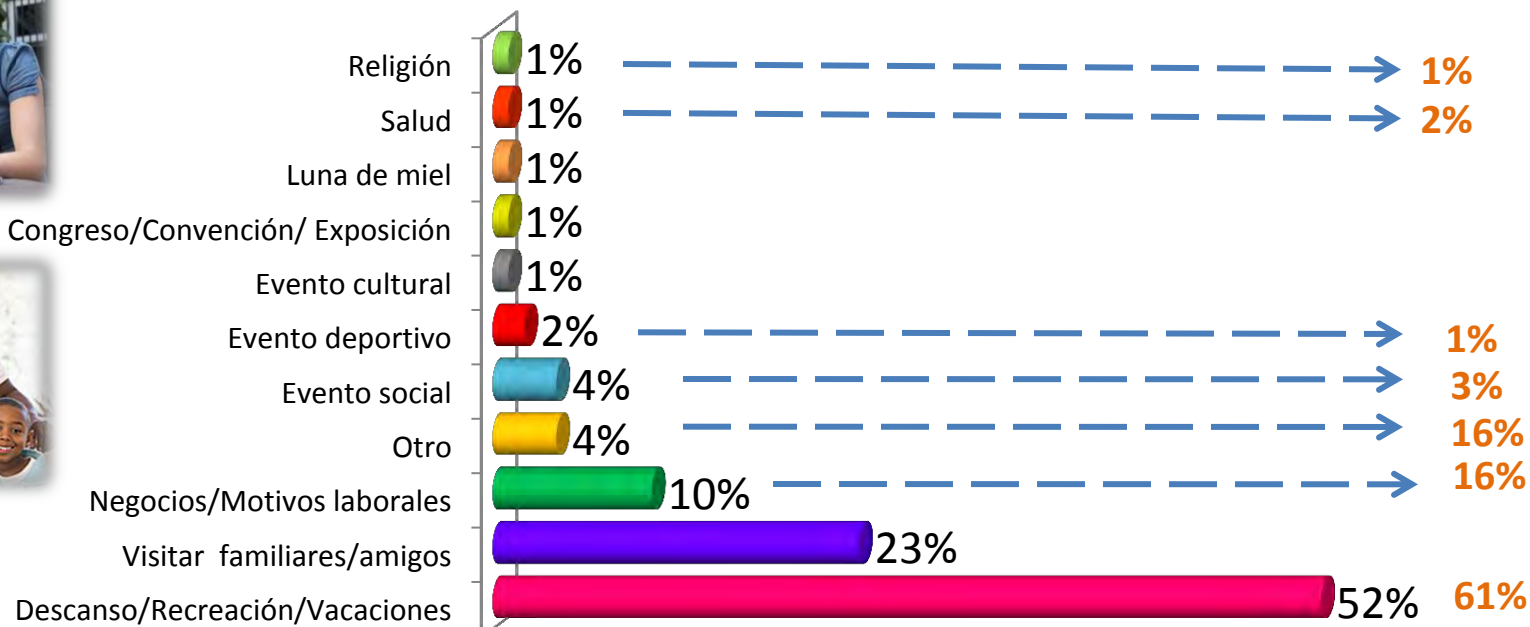
2008

El principal medio utilizado para llegar al destino fue el automóvil, se sugiere en este sentido aprovechar para realizar promociones como pago de gasolina o casetas demostrando una estadía mínima en los destinos participantes del Estado.

Resumen Planeación de Viaje

Concepto	Información Relevante	
¿Visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?	SI	25%
	NO	75%
¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?	León San Miguel de Allende Guanajuato Dolores Hidalgo	
¿El viaje forma parte de un paquete?	NO	99%
Principal opción de hospedaje	Hotel	
¿Con quién viaja en estos momentos?	Familia	
Promedio de acompañantes	3.86 personas	
Medio de transporte utilizado	Automóvil	

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



Congreso/Convención/ Exposición

Evento cultural

Evento deportivo

Evento social

Otro

Negocios/Motivos laborales

Visitar familiares/amigos

Descanso/Recreación/Vacaciones

- Cultura del destino
- Ambiente Natural y Belleza del paisaje
- Compras

El descanso y recreación son las principales razones del viajero al Estado, se debe innovar en productos turísticos especialmente para actividades de cultura, naturaleza y compras.

2008

Resumen Motivo de Visita

Concepto	Información Relevante
Principal motivo de visita	Descanso/ Recreación
Razones que motivó más su visita de descanso o placer a este destino	<ul style="list-style-type: none">- Cultura del destino- Ambiente Natural y Belleza del paisaje- Compras

Gasto del visitante por viaje

Visitante	Desde que salió hasta que llegó al destino	En el destino	De regreso a su origen
Turista	31%	52%	17%
Excursionista	27%	55%	18%

Distribución promedio del gasto del Turista



HOSPEDAJE
24%



TRANSPORTE LOCAL
10%



ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN
10%



ALIMENTOS Y BEBIDAS
10%



ARTESANÍAS
8%



COMPRAS
20%



OTROS
18%

GASTO DEL VISITANTE

Promedio de gasto por persona

TURISTA EN HOTEL



1.45 días
\$ 1,499

TURISTA EN HOSTAL O POSADA



3.15 días
\$ 1,053

DEPTO O CASA RENTADA



11.30 días
\$ 751

DEPTO O CASA PROPIA



10.23 días
\$ 799

TURISTA CON FAMILIARES Y/ AMIGOS



5.65 días
\$ 725

OTROS



6.5 días
\$ 703

EXCURSIONISTA



\$ 350

GASTO DEL VISITANTE

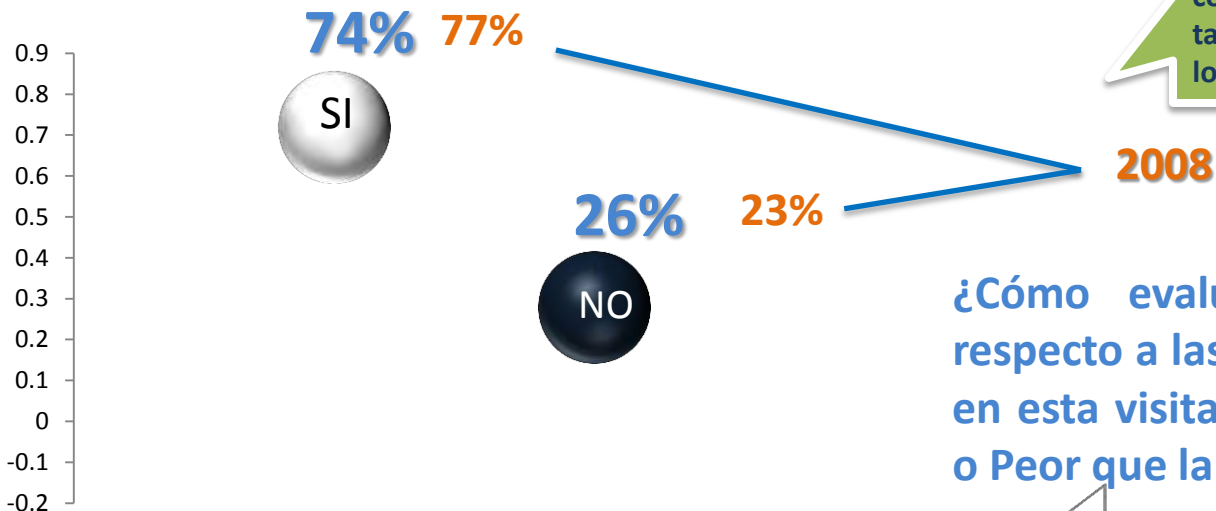
Derrama Económica Estimada

Estado de Guanajuato 2009		
Categoría	Total en personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos	2,750,186	\$6,579,248,672
Turistas en otros establecimientos comerciales	497,209	\$3,738,548,362
Turistas en establecimientos no comerciales	3,899,982	\$17,116,745,120
Excursionistas	8,390,399	\$2,939,627,479
Totales	15,537,776	\$30,374,169,633
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

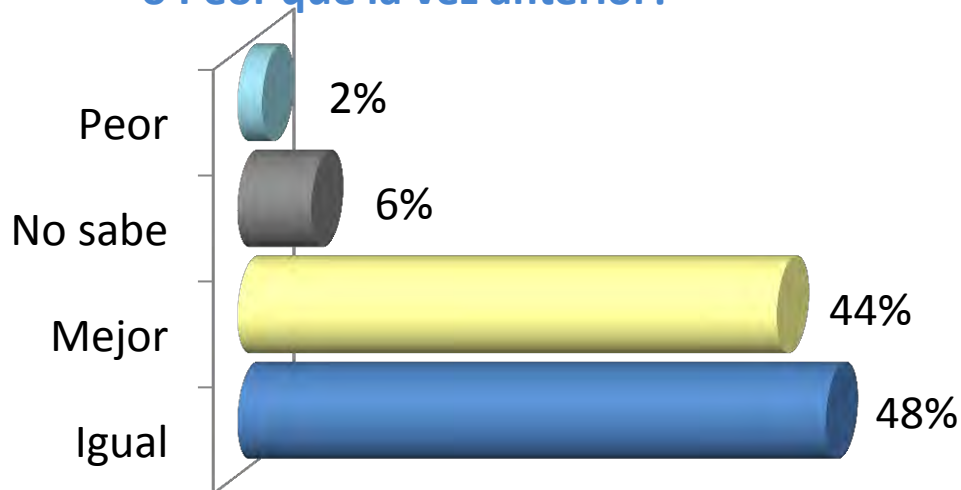
Concepto	Información Relevante	
Gasto en el destino:	Excursionista	52%
	Turista	55%
Estadía de turista:	Hotel	1.45 días
	Hostal o posada	3.15 días
	Familiares o amigos	5.65 días
	Casa / depto. rentado	11.30 días
	Casa propia	10.23 días
	Otros	6.50 días
Derrama Económica estimada	\$30,374,169,633	

¿Ya había visitado anteriormente este destino?



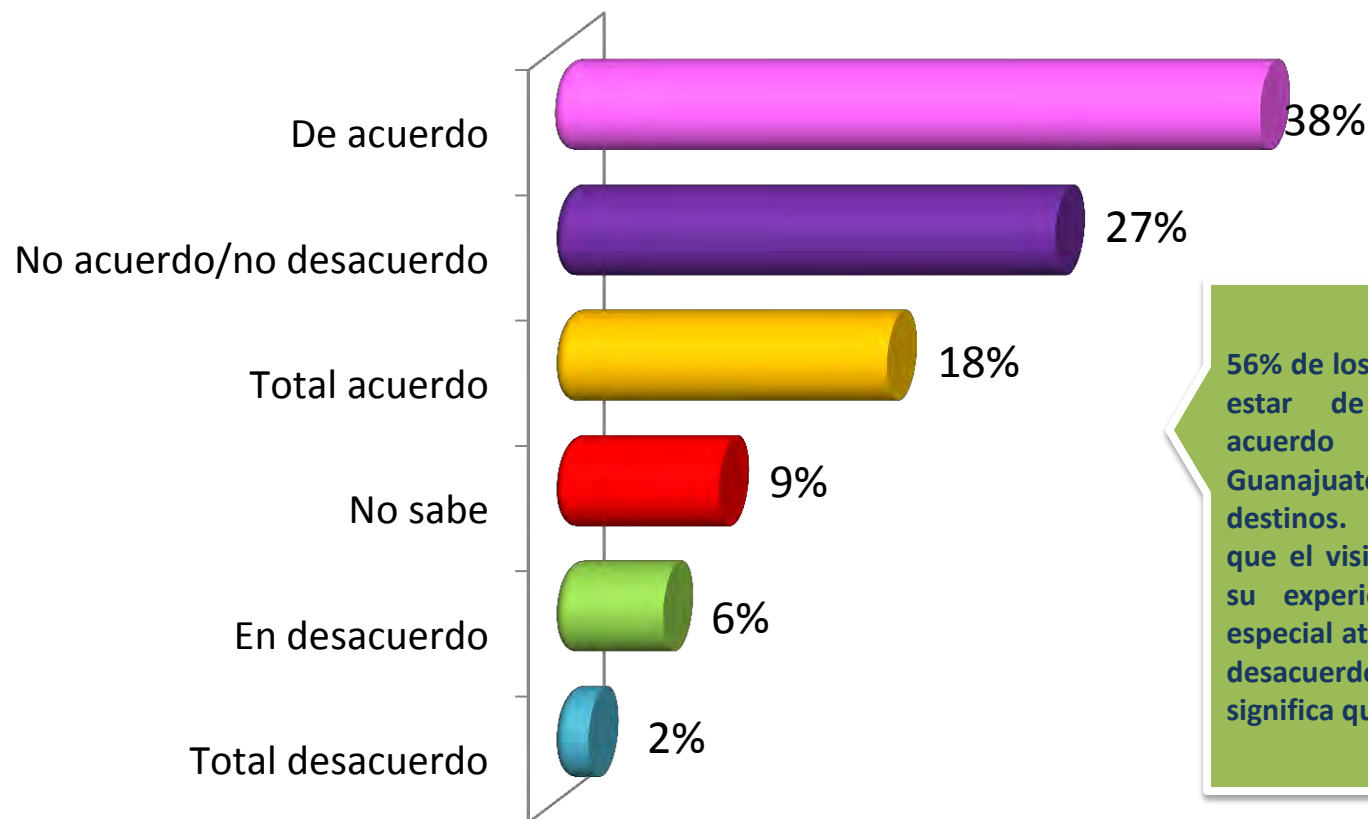
En 2009 se contó con un mayor número de visitantes nuevos en comparación con 2008, lo que nos demuestra la necesidad de contar con productos turísticos novedosos tanto para los visitantes nuevos como para los recurrentes.

¿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?



El 44% tuvo una mejor experiencia en comparación de visitas anteriores, esto es positivo ya que se demuestra que los prestadores de servicios, gobierno y sociedad están brindándole el visitante una atención de mayor calidad, aunque hay que cuidar a los menos que dicen que fue peor ya que son focos de alarma.

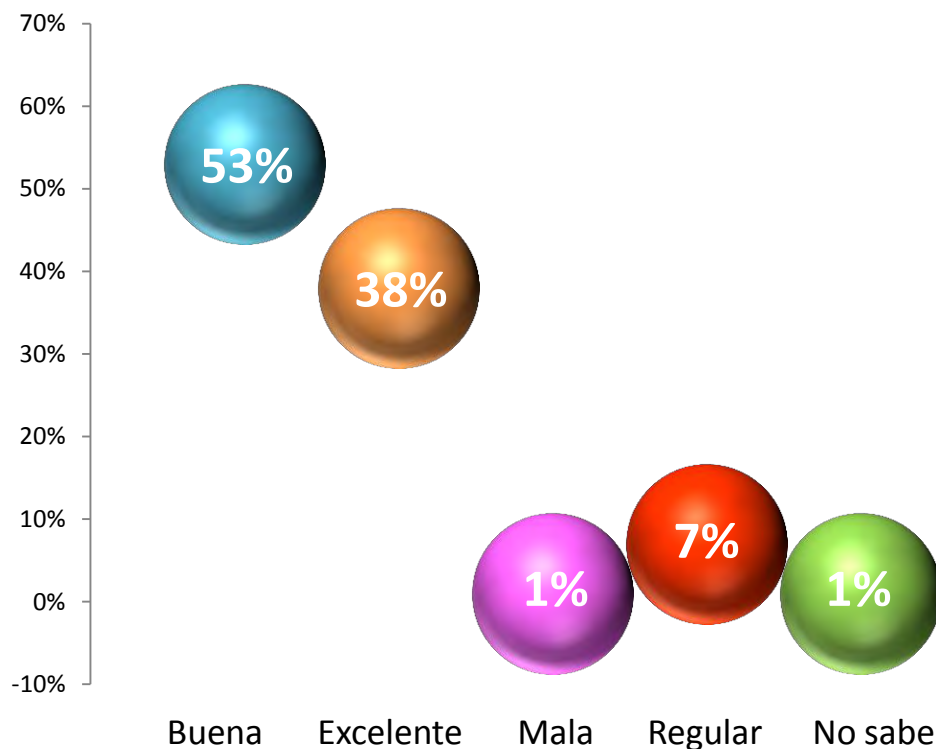
¿Qué tan de acuerdo está Ud. en que la experiencia que tuvo en este destino es mejor que el de otros destinos que ha visitado?



56% de los entrevistados mencionaron estar de acuerdo/totalmente de acuerdo con que su visita a Guanajuato fue mejor que visitar otros destinos. Estos testimonios indican que el visitante quedó satisfecho con su experiencia. Es importante poner especial atención en el 8% que está en desacuerdo/total desacuerdo lo que significa que hay aspectos a mejorar.

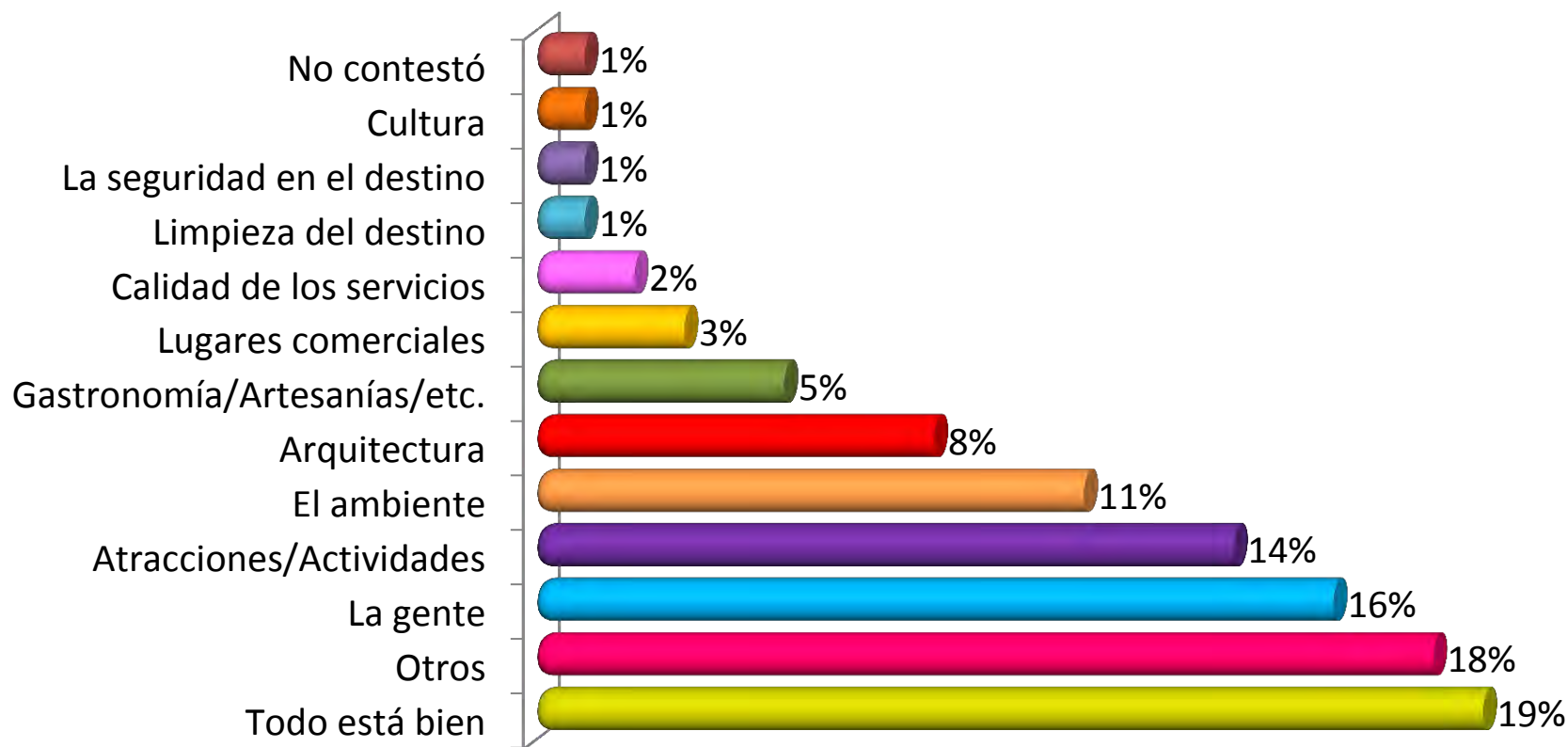
En general, ¿Qué tan satisfecho está usted con la experiencia que tuvo en este destino?

El 91% de los entrevistados mencionaron haber tenido una experiencia de excelente/buena; esto refleja la calidad y variedad de oferta que presenta el Estado. Es importante mantener y/o superar estas calificaciones para eliminar las calificaciones de mala/regular.



Evaluación de la experiencia

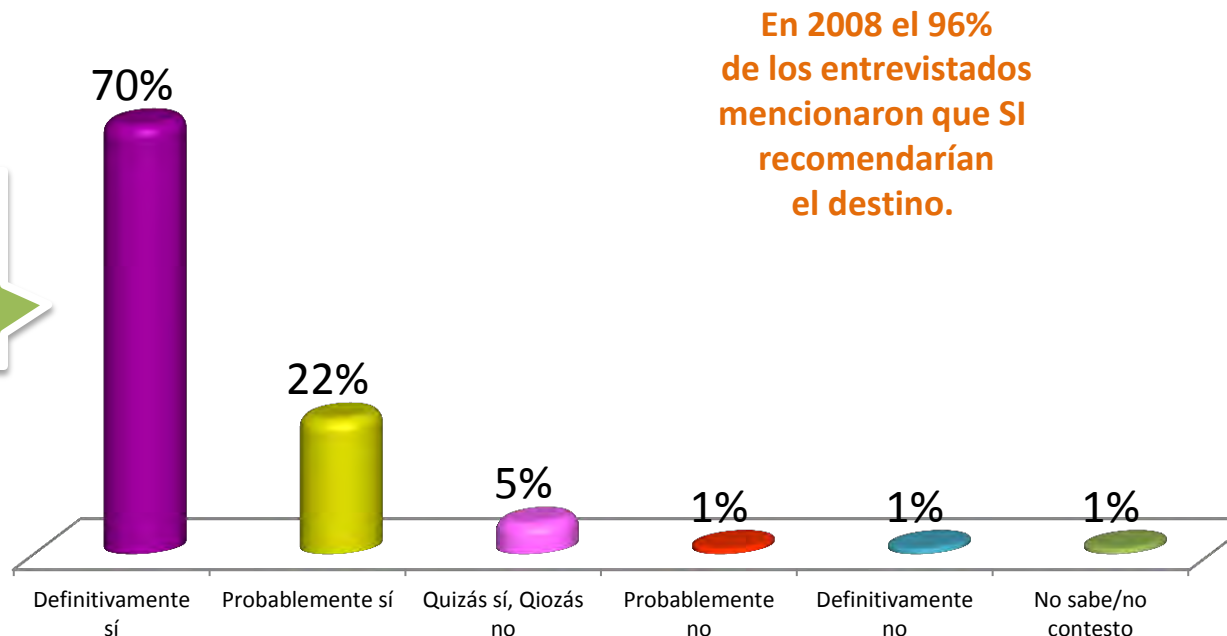
¿Por qué calificó su Satisfacción con la experiencia que tuvo en este destino como... Excelente – Buena?



Es indispensable mantener, mejorar y crear oferta de atracciones y actividades turísticas dado que es uno de los principales satisfactores de los visitantes así como la gente, seguido de la gastronomía, el ambiente y la arquitectura. Las estrategias en promoción y publicidad se sugiere tomen en cuenta esta información.

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

El estado de Guanajuato es ampliamente recomendable.



En 2008 el 96% de los entrevistados mencionaron que **SI** recomendarían el destino.

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

Respuesta	2009	2008
Definitivamente sí	63%	68%
Probablemente sí	31%	25%
Quizá sí, quizá no	5%	4%
No	0%	3%
No sabe / No contesto	1%	0%

El 94% de los entrevistados aseguraron que probablemente **SI**/definitivamente **SI** volverán a visitar el destino en el futuro, esto se deriva de la buena experiencia que tuvieron, por lo que resulta importante generar nuevas atracciones para cuando vuelvan a visitar el Estado.

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

Quizás sí, quizás no
3%

No sabe/no
contestó
2%



Definitivamente sí
69%

El 95% de los extranjeros entrevistados mencionaron que definitivamente SI/probablemente SI volverán a visitar México en el futuro; este segmento es muy importante ya que son los que generan mayor estadía y gasto, además que promueven en su país la experiencia y cultura mexicana.

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



La calificación del destino fue de 7.46, se sugiere trabajar en mejorar la imagen y servicio de rubros como limpieza de los balnearios, calles y áreas públicas así como en el mantenimientos de los recursos naturales; el rubro mejor calificado fue la hospitalidad de la gente.

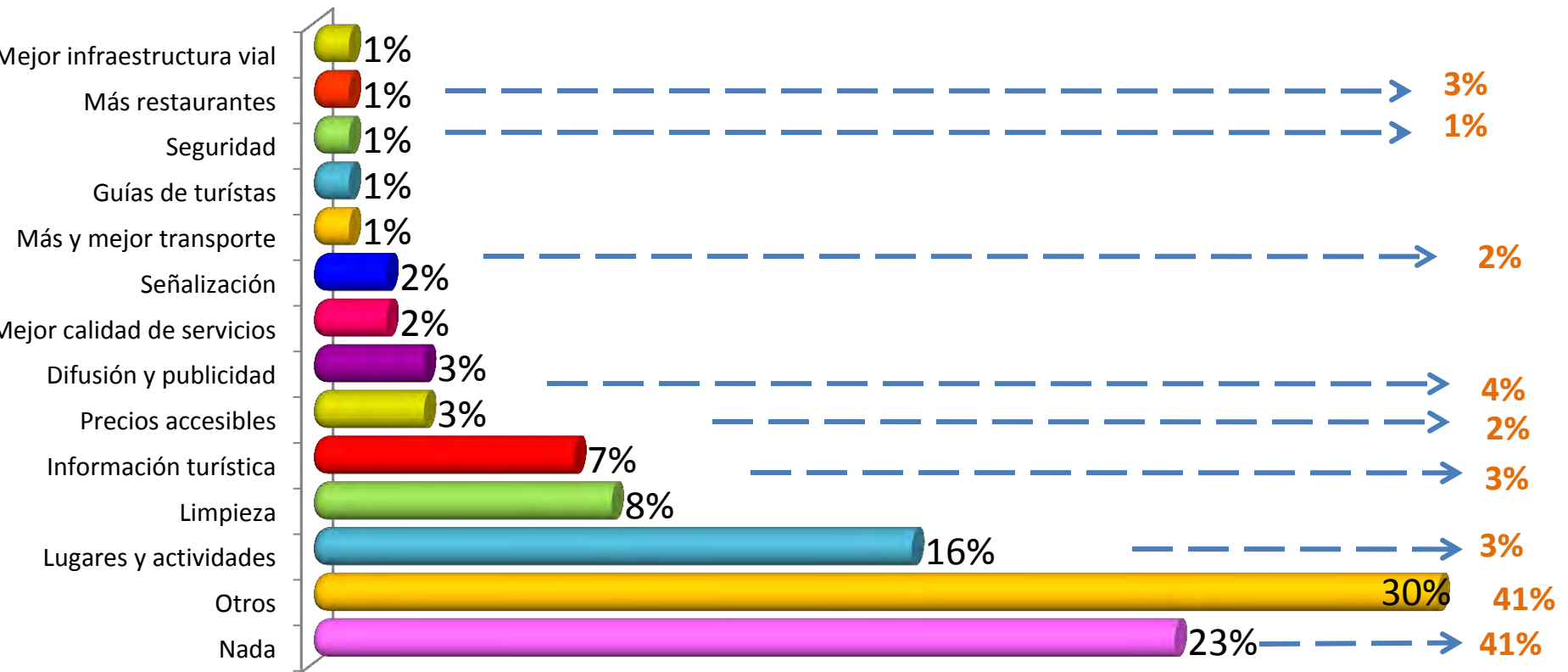
Calificación del destino = 7.46

Calificación general = 7.63

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

<p>Mejora Prioritaria</p> <ul style="list-style-type: none"> - Limpieza de los balnearios - El mantenimiento y conservación de los recursos naturales - La limpieza en calles y áreas públicas - La diversidad de actividades recreativas - El servicio recibido por elementos de seguridad pública - La diversidad de atractivos turísticos - La relación calidad/precio de esta ciudad como destino turístico 	<p>Fortaleza</p> <ul style="list-style-type: none"> - La hospitalidad de los residentes
<p>Mejora Secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> - El servicio recibido en módulos de información - Los servicios ofrecidos por guías de turistas - La seguridad en el destino 	<p>Mantenimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mantenimiento de los recursos culturales

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



2008

Un 23% de los visitantes mencionaron no necesitar ningún complemento para tener una mejor experiencia en la ciudad de Guanajuato; pero para un 16% son necesarios más lugares y actividades, mayor limpieza en el Estado e información turística.

Resumen experiencia de viaje

Concepto	Información Relevante	
¿Ya había visitado anteriormente el destino?	SI	74%
¿Qué tan de acuerdo está en que la experiencia que tuvo en este destino es mejor que el de otros destinos ?	De acuerdo	38%
Satisfacción en el destino	Excelente/Buena	91%
Recomendación del destino	Definitivamente SI/Probablemente SI	92%
Retorno al destino	Definitivamente SI/Probablemente SI	94%
Volver a visitar México (para extranjeros)	Definitivamente SI/Probablemente SI	95%
Recomendaciones	Nada Lugares y actividades Limpieza en el destino Información turística	

Visitante Promedio



	GUANAJUATO 2009	GUANAJUATO 2008
Edad Promedio	35 años	31 años
Acompañado por	Familia	Pareja, Familiares e hijos
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil
Ingreso	\$12,000 A \$36,000	\$11,600 a \$34,999
Otros lugares por visitar	<ul style="list-style-type: none"> - León - San Miguel de Allende - Guanajuato - Dolores Hidalgo 	<ul style="list-style-type: none"> - Guanajuato - San Miguel de Allende - León - Dolores Hidalgo
Motivo de Visita	<ul style="list-style-type: none"> - Descanso y Recreación - Visita familiares/amigos 	<ul style="list-style-type: none"> -Vacaciones - Compras
Si regresa el mismo día gastará por persona	\$350	\$333
Si se queda una noche gastará	\$1,499	\$1,423
Experiencia del viaje	<ul style="list-style-type: none"> - Recomendaría ampliamente y si regresaría al destino. - Había visitado con anterioridad el destino. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recomendaría ampliamente el destino. - Había visitado con anterioridad el destino.
Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Lugares y actividades - Limpieza del destino - Información turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - Más estacionamientos - Tiendas departamentales - Más limpieza.

Visitante Deseado



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

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

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

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

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

Contacto

- Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández, Director General de Planeación.
rcardenas@guanajuato.gob.mx
- Lic. Claudia Avalos Betancourt, Directora de Información y Análisis.
cavalosb@guanajuato.gob.mx
- Lic. Irazema Alvarez Pérez , Estadística e Información.
ialvarezp@guanajuato.gob.mx
- Lic. Vera Ekaterina Pomposo Vargas, Jefe de Investigación y Análisis de Mercado.
vpomposo@guanajuato.gob.mx

Dirección

Blvd. Vasco de Quiroga # 101, Torre Nissan 8º piso
Col. Los Gavilanes, C.P. 37120, León, Guanajuato
Tel. (477) 10 41 4 00

