Actividad Turística y Perfil del Visitante 2010

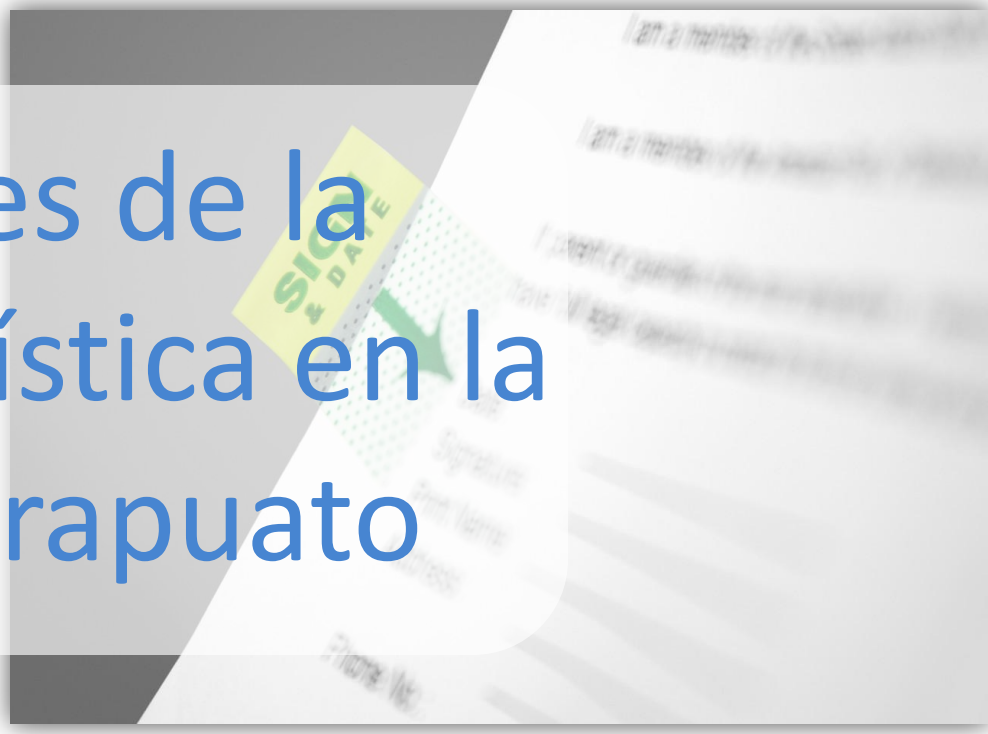
Irapuato 2010

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

CONTENIDO

- Indicadores de la Actividad Turística en Irapuato
- Estudio del Perfil del Visitante a Irapuato
  - 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

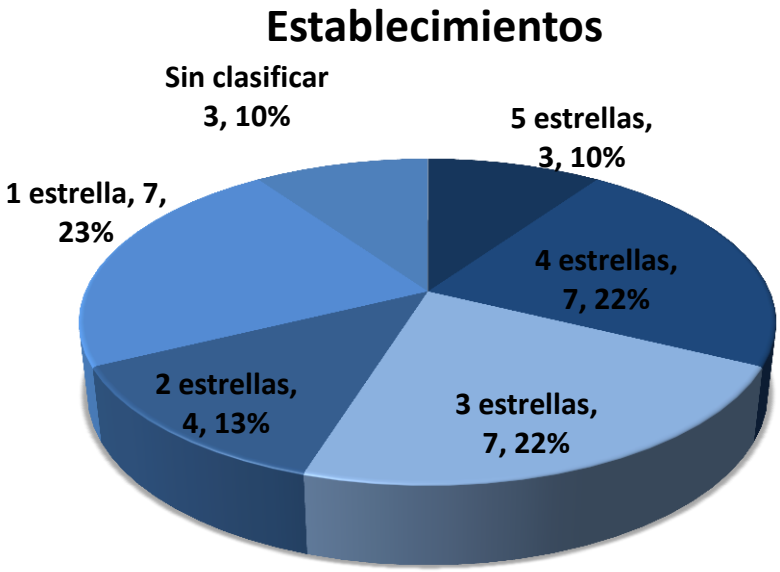
Indicadores de la Actividad Turística en la ciudad de Irapuato



INVENTARIO DE SERVICIOS

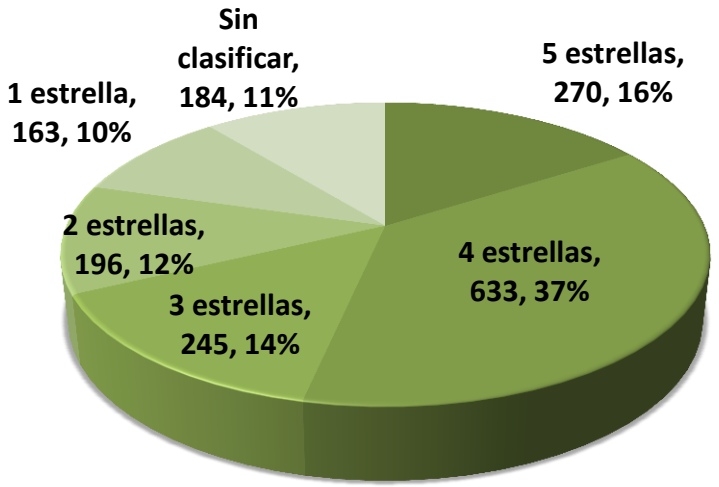
Inventario Turístico	
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	31
Restaurantes	95
Agencias de viaje	36
Campos de golf	1
Balnearios	1
Empresas arrendadoras de automóviles	9
Transportadoras turísticas	3

Fuente: Sedetur, mayo 2011



Inventario de hospedaje		
Categoría	Establecimientos	Habitaciones
1 a 5 estrellas	**28**	**1,507**
5 estrellas	3	270
4 estrellas	7	633
3 estrellas	7	245
2 estrellas	4	196
1 estrella	7	163
Sin clasificar	3	184
Total	**31**	**1,691**

Fuente: Sedetur, mayo 2011

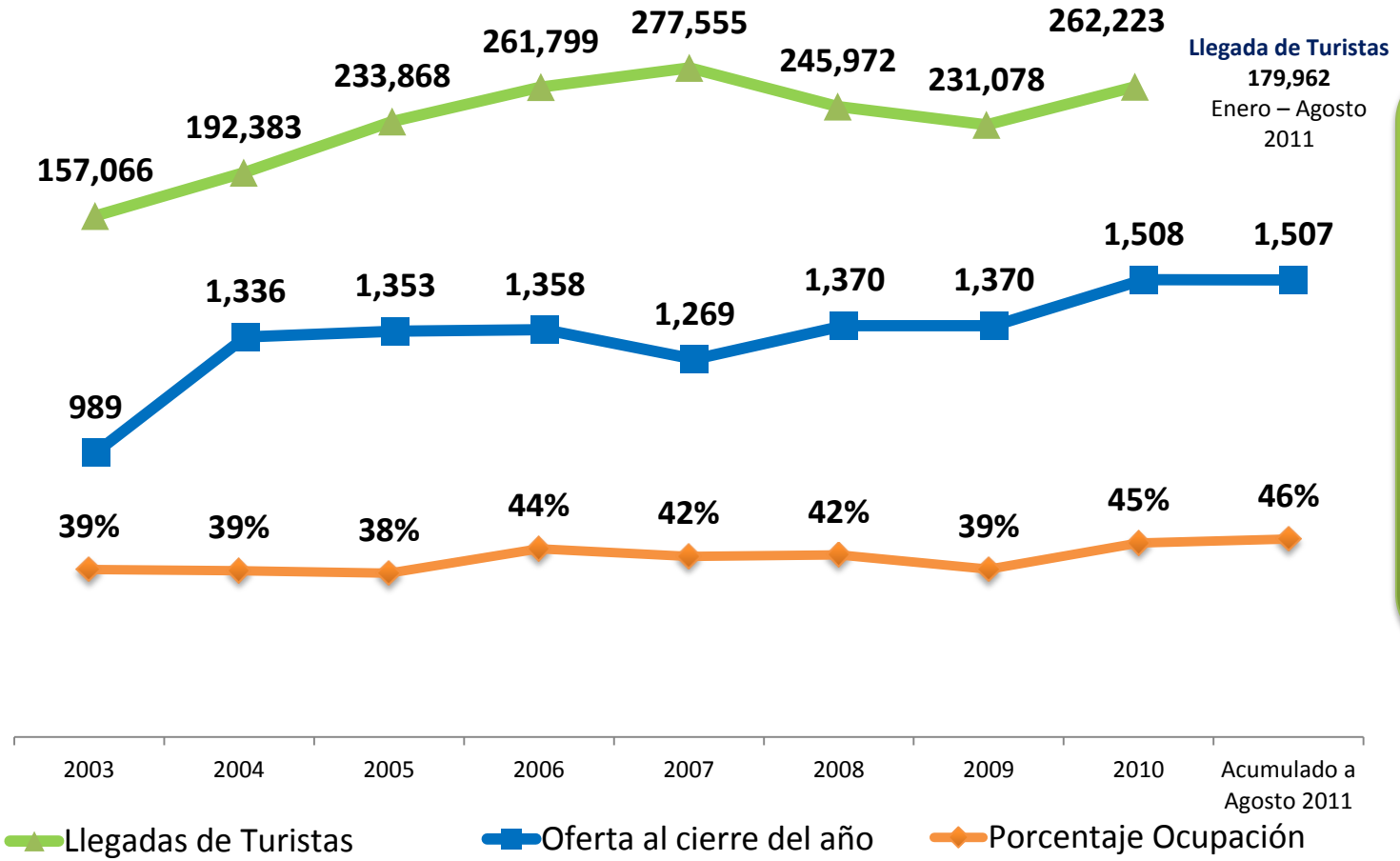


Fuente: Sedetur - Actualización mayo 2011

INDICADORES DE HOSPEDAJE

1 a 5 estrellas

Irapuato 2003 - 2011

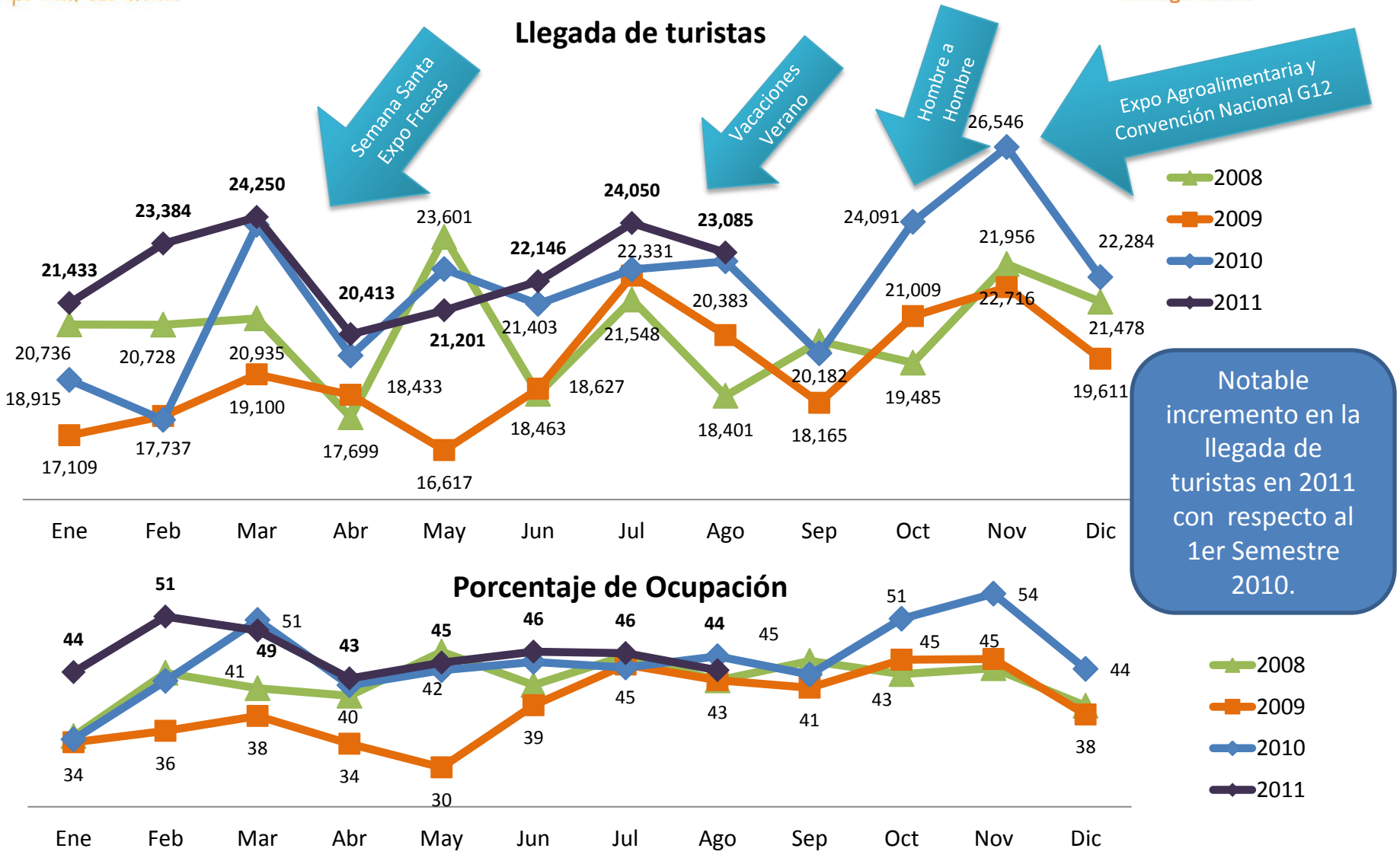


Los indicadores tienen una fuerte relación entre sí.
La llegada de turistas y el porcentaje de ocupación siguen la misma tendencia.

Fuente: Sedetur, Datatur

Irapuato 2010

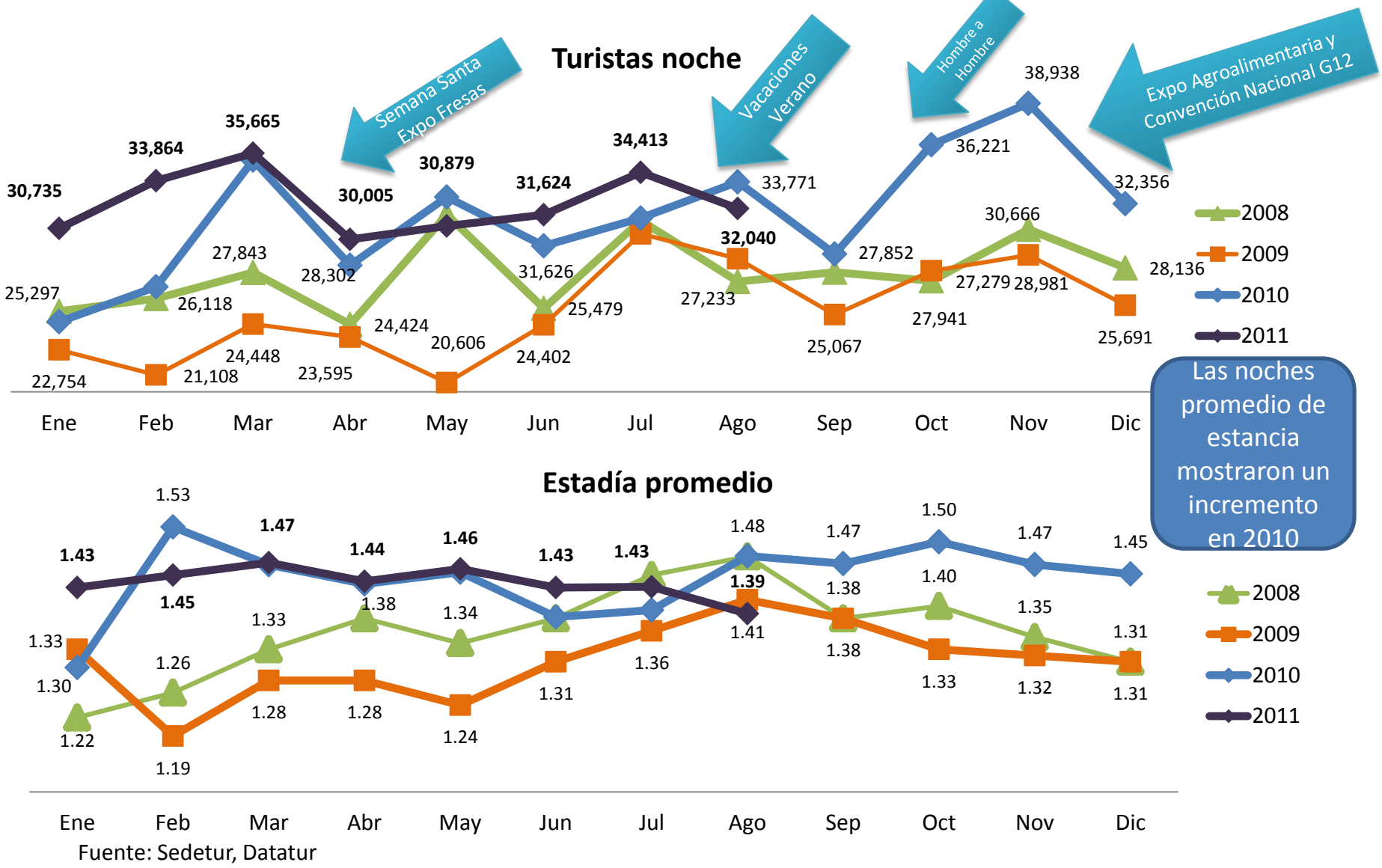
TENDENCIAS DE LOS INDICADORES DE HOSPEDAJE



Notable incremento en la llegada de turistas en 2011 con respecto al 1er Semestre 2010.

Fuente: Sedetur, Datatur

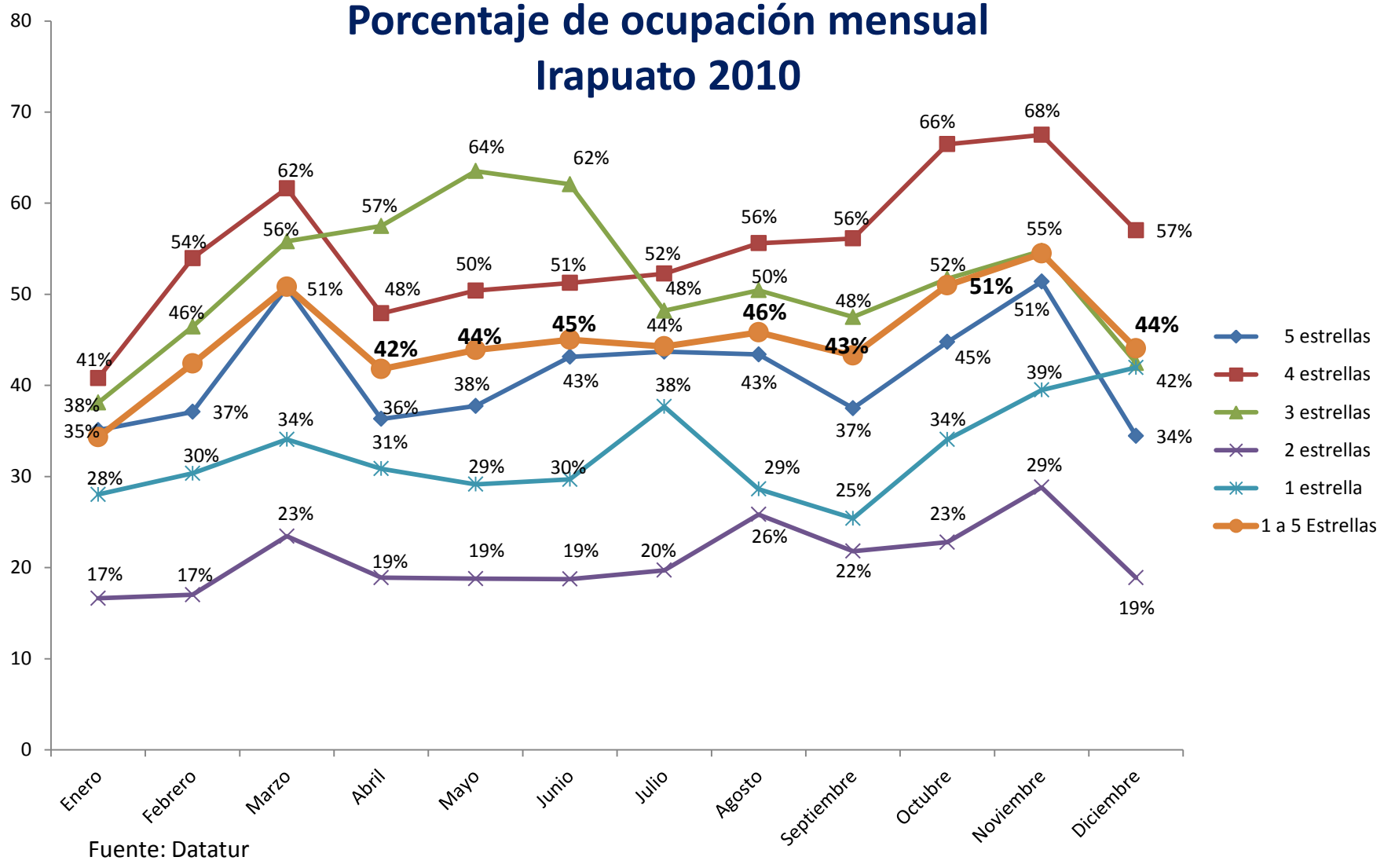
TENDENCIAS DE LOS INDICADORES DE HOSPEDAJE



Fuente: Sedetur, Datatur

RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Porcentaje de ocupación mensual Irapuato 2010



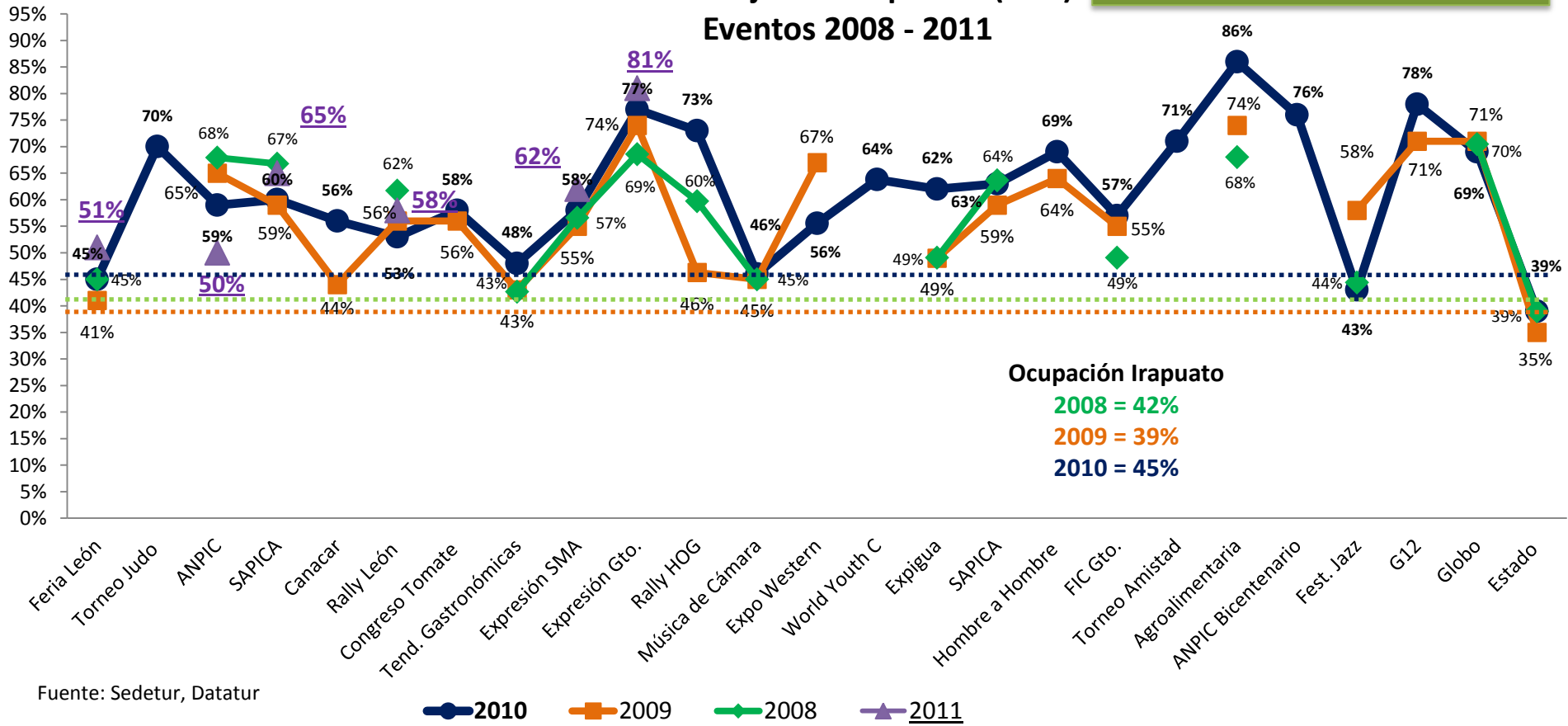
Fuente: Datatur

IMPACTO DE LOS EVENTOS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

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

Ocupación 2010
Torneo de Judo 70%
Expo Agroalimentaria 86%
Expigua 56%
Convención Hombre a Hombre 69%
Convención G12 78%

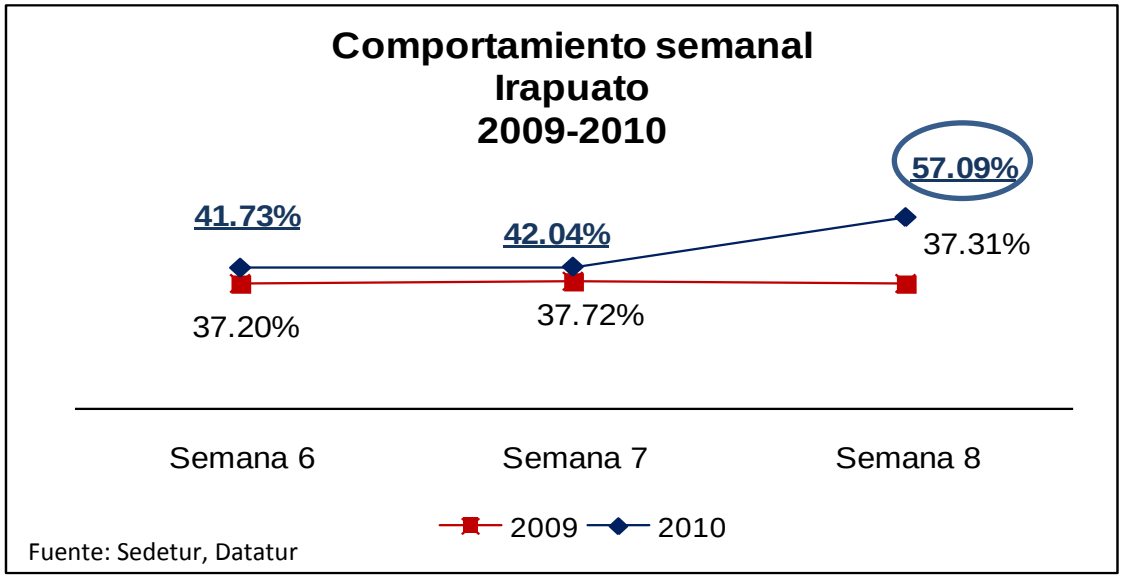
Porcentaje de Ocupación (días)
Eventos 2008 - 2011



Ocupación Irapuato
2008 = 42%
2009 = 39%
2010 = 45%

Fuente: Sedetur, Datatur

Torneo Nacional de Judo 2010



Fuente: Sedetur, Datatur

- El Torneo Nacional de Judo se llevó a cabo los días 26 y 27 de febrero en el Inforum Irapuato.
- La ocupación promedio durante los días del evento fue de 70%, registrando la llegada de mas de 2 mil 300 turistas en establecimientos de 1 a 5 estrellas.

En Irapuato la ocupación durante la semana del evento (57%) tuvo un incremento de 20 puntos porcentuales con relación a la misma semana del año anterior.

- Para el evento se estima la asistencia de 2 mil 700 personas (visitantes y locales) que generaron una derrama económica superior a lo $2 millones de pesos.

Fuente: Datatur, Inforum

Expo Pecuaria Internacional de Guanajuato

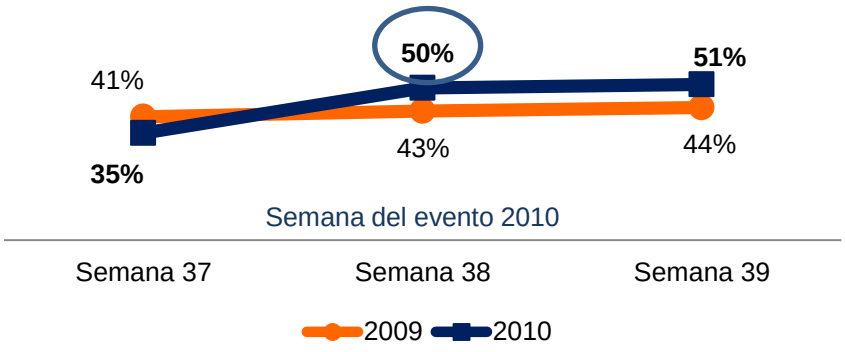
La Expo Pecuaria Internacional de Guanajuato se llevó acabo del 23 al 26 de septiembre en Inforum Irapuato.

- Se estima una derrama económica superior a $23 millones de pesos durante los días del evento.
- Los asistentes reportados durante los días del evento fueron 34 mil personas
- La ocupación hotelera promedio durante los días del evento fue de 56%.
- En la semana del evento la ocupación fue de 50% con un incremento de 7 puntos porcentuales con respecto a 2009.

Estimación de los Asistentes Expigua Irapuato 23 al 26 de septiembre 2010		
Categoría	**Personas**	**Derrama Económica**
Turistas en Hotel 1 a 5*	2,189	$6,601,730
Familiares y amigos	1,135	$2,725,267
Excursionistas	20,676	$12,917,986
Locales	10,000	$1,000,000
Total de Asistentes	**34,000**	**$23,244,983**

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

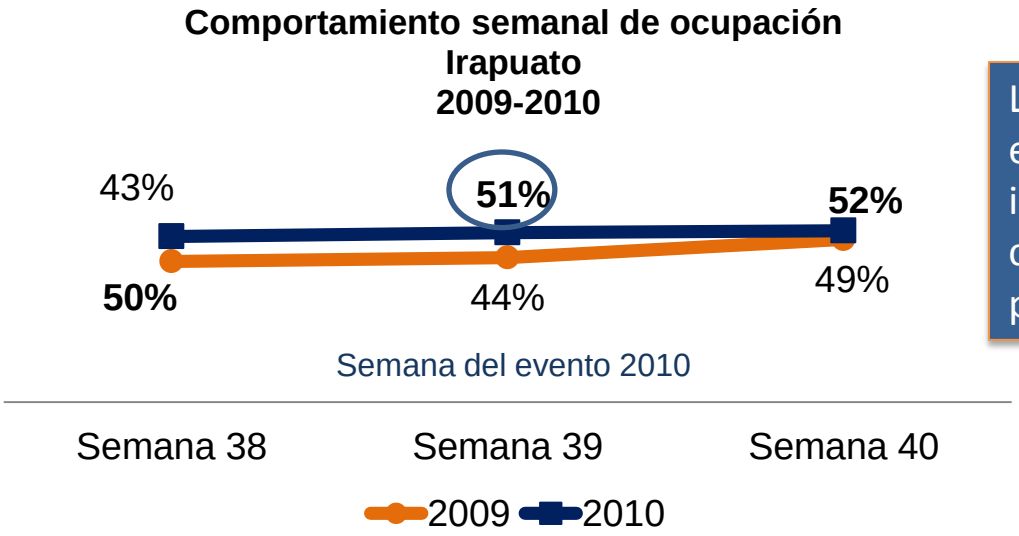
Comportamiento semanal de ocupación Irapuato 2009-2010



Fuente: Sedetur, Datatur

Convención Internacional Hombre a Hombre 2010

- La Convención Internacional Hombre a Hombre se celebró los días 1 y 2 de octubre.
- En Irapuato la ocupación promedio durante los días del evento fue de 69%, registrando la llegada de mas de 1 mil 600 turistas en establecimientos 1 a 5 estrellas.
- La derrama económica generada por el total de asistentes (visitantes y locales) se estima superior a los $3 millones de pesos



La ocupación durante la semana del evento fue de 51% registrando un incremento de 7 puntos porcentuales con relación a la misma semana del año pasado.

Fuente: Datatur

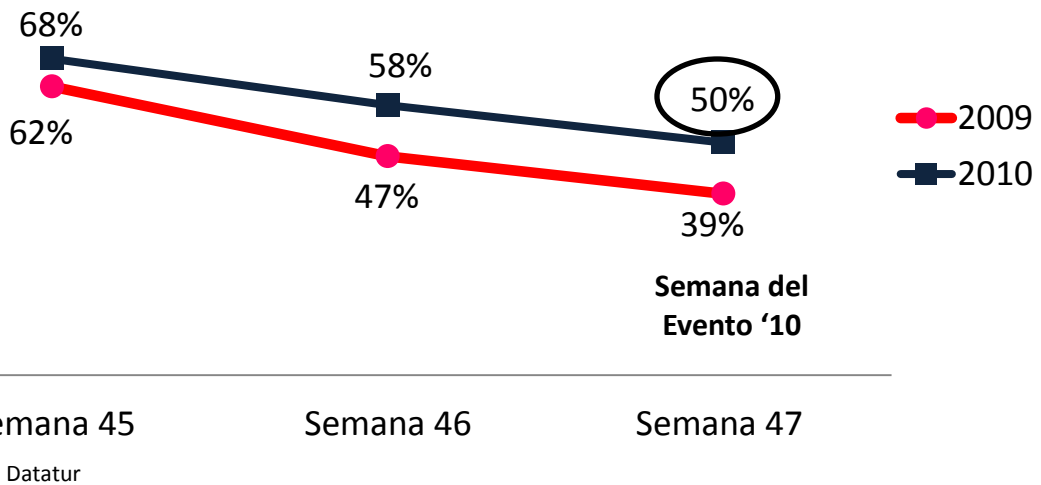
Convención Internacional G12

La Convención Internacional G12 se llevó a cabo del 18 al 20 de noviembre de 2010, en Irapuato.

El evento contó con la asistencia de 4 mil 500 personas considerando visitantes y locales.
La **Derrama Económica total** de los asistentes se estima cercana a los **$7 millones de pesos.**

- ✓ **La ocupación promedio durante los días del evento fue de 78%.**
- ✓ **La ciudad registro una llegada de más de 3 mil turistas en establecimientos de 1 a 5 estrellas.**

Irapuato - Porcentaje de Ocupación Semanal 2009-2010



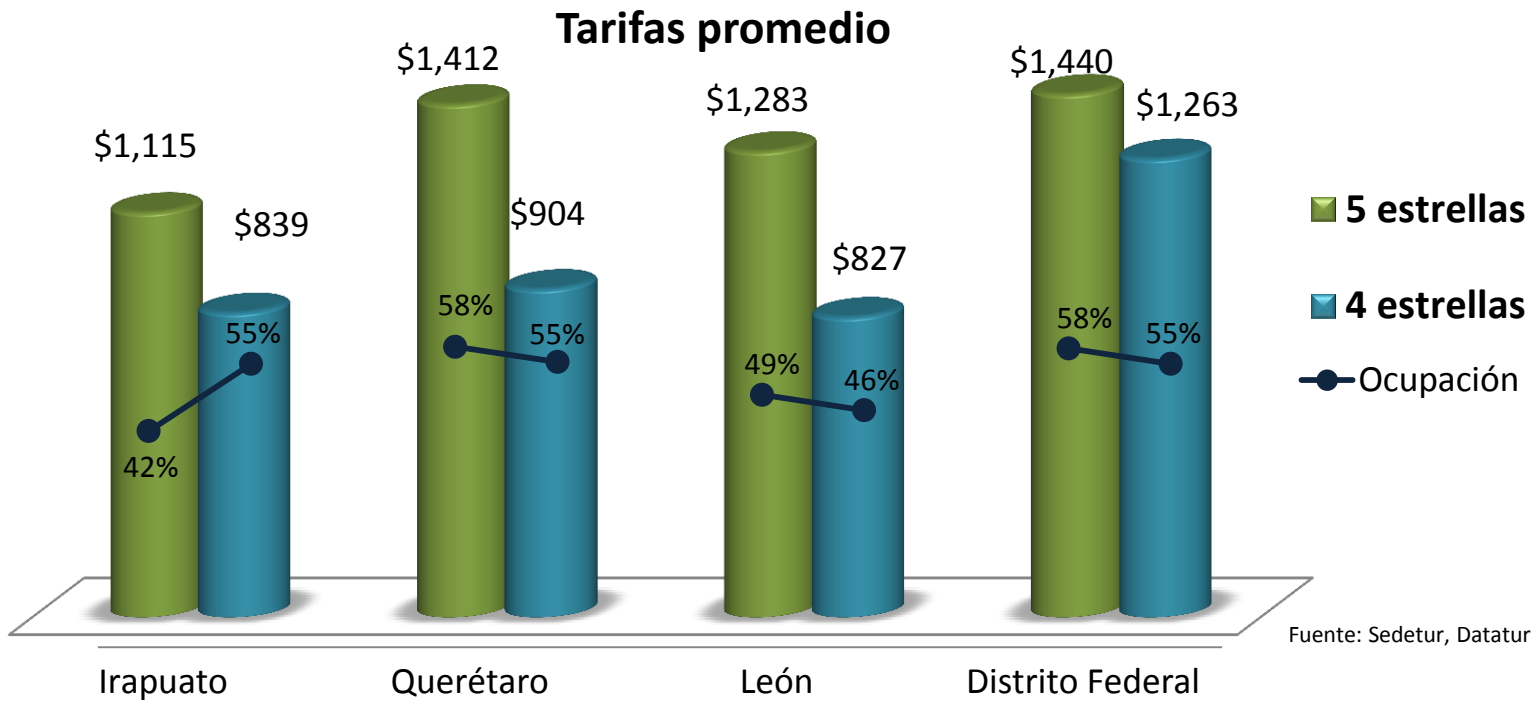
Fuente: Datatur

TARIFAS DE HOTELES EN IRAPUATO

Diferencia con otros destinos

Tarifas en Hoteles				
Categoría	Irapuato	Querétaro	León	Distrito Federal
5 estrellas	**$1,115**	$1,412	$1,283	$1,440
4 estrellas	**$839**	$904	$827	$1,263

Fuente: Sondeo realizado en mayo 2011. Nota: Las cantidades corresponden a la tarifa rack



Fuente: Sedetur, Datatur

Inversión privada 2010
5 agencias de viajes
$ 255 mil pesos

Resumen de la Actividad Turística

Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	1,691
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	89%
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2010	262,223
Porcentaje de Ocupación promedio 2010	45%
Porcentajes de ocupación más altos	Marzo, octubre y noviembre
Estadía promedio	1.45

Estudio del Perfil del Visitante a la ciudad de Irapuato

METODOLOGÍA

Tipo de entrevista	Cara a cara
Muestra:	Total entrevistas efectivas 428; levantadas en Irapuato, con un nivel de confianza del 95% y error del ± 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 10 de julio 2010 al 09 de enero 2011 Levantamiento y Captura: Universidad de Celaya

LUGAR DEL LEVANTAMIENTO

- ✓ Casa de Agustín de Iturbide
- ✓ Centro Histórico
- ✓ Deportiva Norte
- ✓ Jardín Principal
- ✓ Módulo de información
- ✓ Parque Ecológico de Irapuato
- ✓ Plaza Cibeles
- ✓ Zoológico
- ✓ Zoológico de Irapuato

PERFIL GENERAL

Sexo y tipo de turista

El 59% de los visitantes fueron hombres, cifra similar en 2009; aunque se puede observar un ligero incremento de 2 puntos porcentuales de mujeres en comparación con el 2009.

El 63% de los visitantes fueron excursionistas en 2010
Es importante que se promuevan un número mayor de paquetes turísticos que motiven al visitante a quedarse en el destino.

Sexo del Visitante a Irapuato

Mujer

Hombre

41%

59%

39%

61%

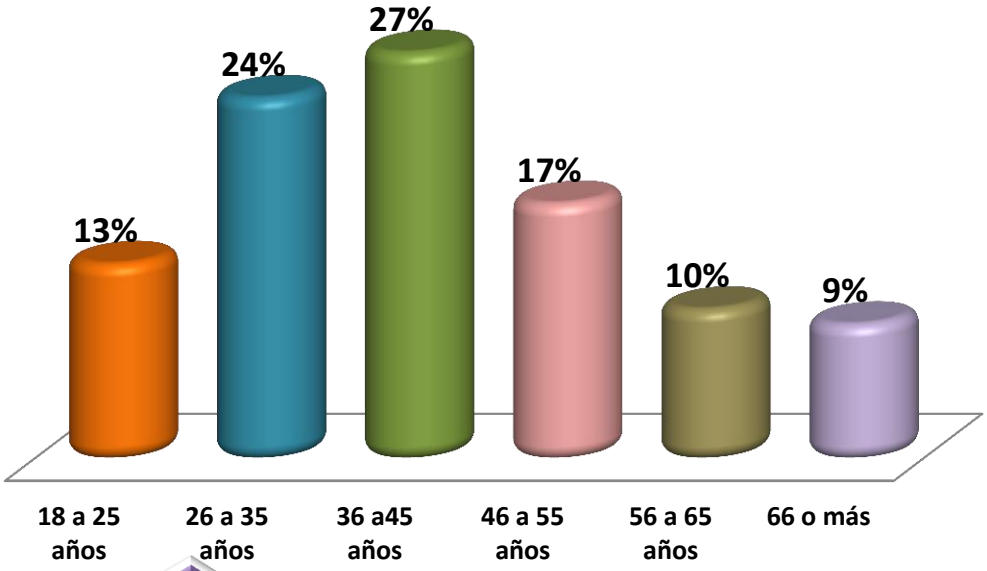
2009

2009 → 43% 57%

PERFIL GENERAL

Edad y composición del hogar

Edad del Turista



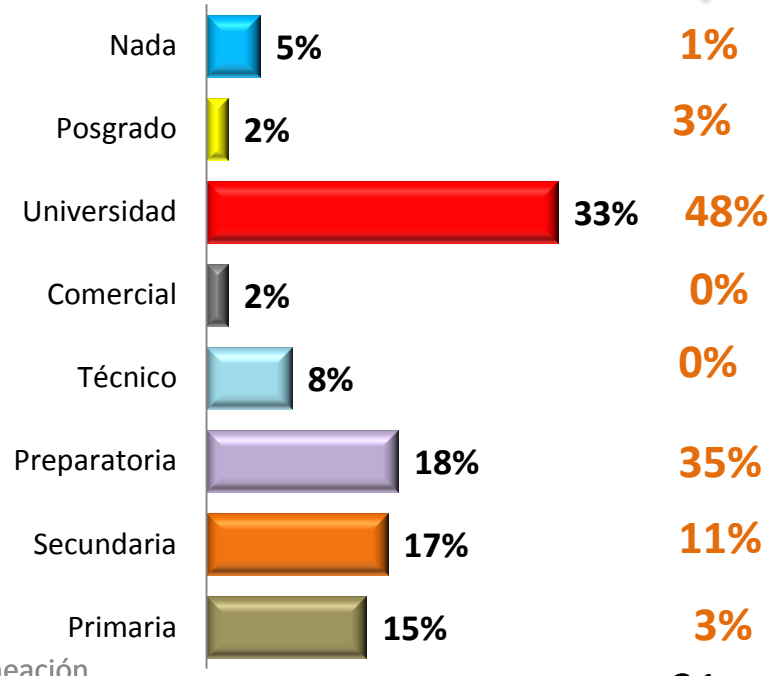
Edad promedio 2009: 33 años

Edad promedio 2010: 42 años

En 2010, el 33% de los visitantes reportaron un grado de estudios de Universidad, seguido de la preparatoria, lo cual indica que los visitantes cuentan con un nivel educativo alto.

La mayor parte de los visitantes en 2010 fueron adultos jóvenes de 26 a 45 años de edad (51%). La edad promedio en 2010 fue de 42 años contra 33 años de 2009.

Grado de estudios



Irapuato 2010

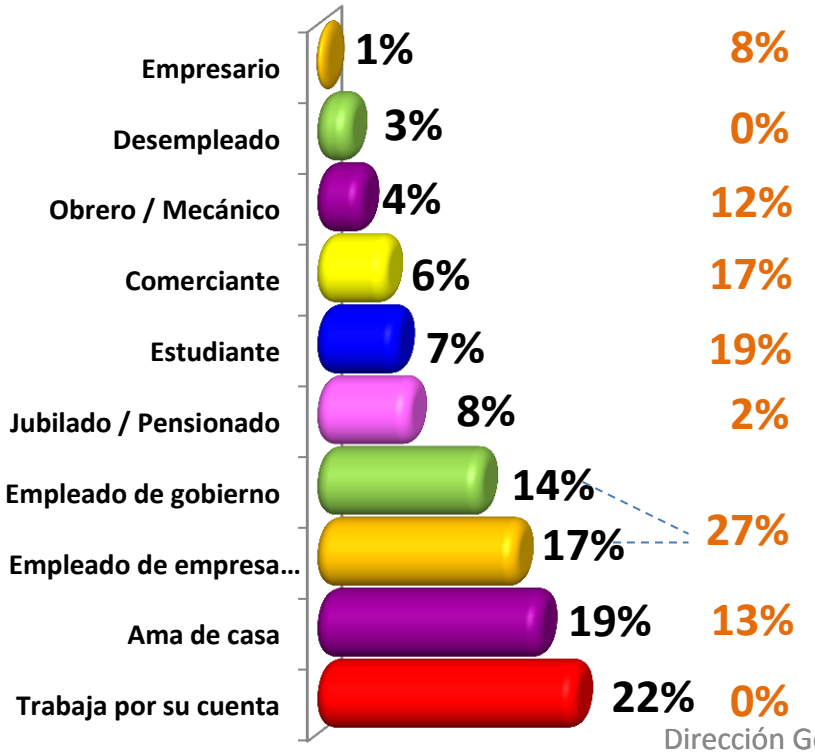
Nota: En 2009 no se aplicó

PERFIL GENERAL

Ingresos mensuales

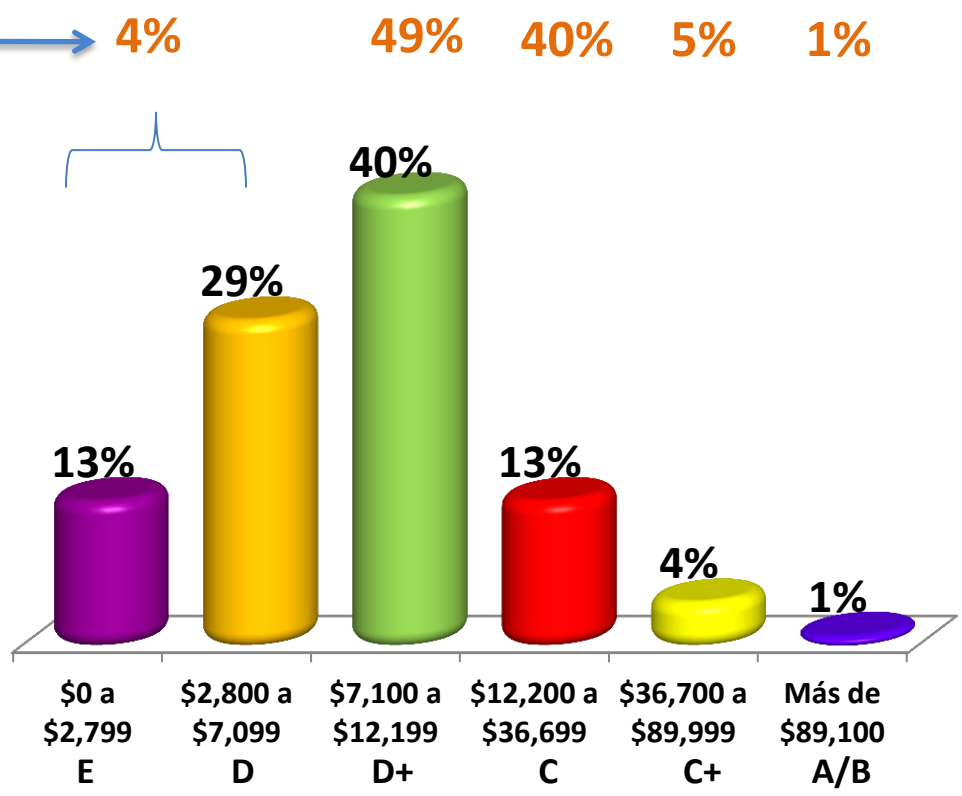
El 22% de los visitantes a Irapuato en 2010 trabajaban por su cuenta, seguido de las amas de casa (19%) y empleado de empresa privada (17%), mientras que los menos recurrentes fueron los empresarios (1%), los desempleados (3%) y obreros (4%).

Ocupación



Nota: En 2009 no se aplicó

Ingresos Mensuales



En 2010 el 69% de los visitantes reportaron un ingreso de $2,800 a $12,199; se sugiere que las estrategias de promoción y publicidad se enfoquen a niveles socioeconómico C, C+ y A/B, sin descuidar el nivel que nos está visitando.

Resumen Perfil General

Concepto	Información Relevante
Hombres Mujeres	59% 41%
Turistas Excursionistas	37% 63%
Edad promedio	42 años
Escolaridad	Universidad(33%)
Ocupación	Trabaja por su cuenta (22%)
Ingresos Mensuales	De $7,100 a $12,199 (40%, NSE D+)

PROCEDENCIA DEL VISITANTE
Lugar de residencia

Origen del Visitante

63% **33%** **4%**

55% **43%** **2%** ← **2009**

Origen del Visitante Internacional

Lugar	%
Estados Unidos	100%

Origen del Estatal

Municipio	%	Municipio	%
Abasolo	29%	Valle de Santiago	6%
Salamanca	17%	Guanajuato	5%
León	7%	Otros municipios	32%
Celaya	6%	Total	100%

Origen del Visitante Nacional

Estado	%	Estado	%
D.F.	32%	Veracruz	4%
Michoacán	11%	Nuevo León	4%
Jalisco	9%	Chihuahua	3%
Querétaro	9%	Otros estados	23%
Tamaulipas	4%	Total	100%

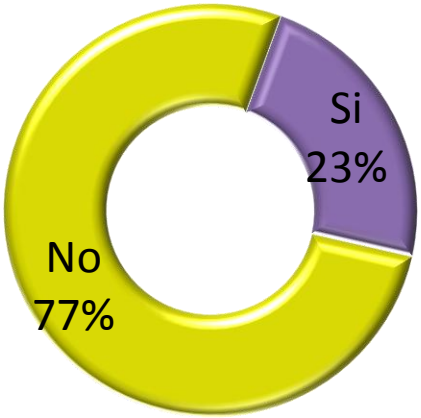
Resumen Procedencia del Visitante

Concepto	Información Relevante
Estatal Nacional Extranjero	63% 33% 4%
Principales Visitantes Estatales	Abasolo Salamanca León Celaya
Principales Visitantes Nacionales	D.F. y Edo. Mex. Michoacán Jalisco
Principales Visitantes Internacionales	Estados Unidos

PLANEACIÓN DE VIAJE

Movilidad del visitante y paquetes turísticos

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



18%

2009

82%

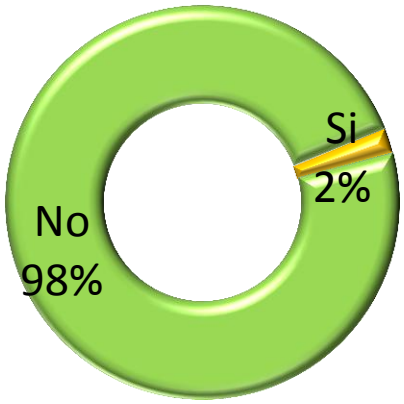
El 23% de los visitantes en 2010 si visitó otras ciudades, principalmente Guanajuato, León y Celaya, observándose un incremento porcentual de 5 puntos respecto al 2009.

Irapuato 2010

¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?

Ciudades
Guanajuato
León
Celaya
San Miguel
Dolores Hidalgo

¿Su viaje forma parte de un paquete?



2009

NO 100%

En el 2010 el 2% de los visitantes mencionaron que su viaje formó parte de un paquete, mientras que en 2009 nadie lo mencionó, por lo que es importante que se continúe ofreciendo paquetes que motiven y sean una opción favorable para el visitante.

PLANEACIÓN DE VIAJE

Distribución del visitante

	2009	2010	Variación
HOTEL	25%	16%	-36.0%
CASA DE FAMILIARES /AMIGOS	27%	19%	-29.6%
OTROS	2%	2%	0.0%

	2009	2010	Variación
EXCURSIONISTA	43%	63%	46.5%

PLANEACIÓN DE VIAJE
Acompañantes

¿Con quién viaja en estos momentos?

Solo

26%

33%

Acompañado

74%

67% ← 2009

Acompañantes	2010	2009
Amigos	5%	22%
Cónyuge/ Pareja	28%	22%
Familia	66%	45%
Trabajo	1%	11%
Total	100 %	100%

En 2010 al igual que en 2009 predominan los viajes en familia, seguidos de los viajes con la pareja, mientras que los viajes de trabajo y con amigos disminuyeron considerablemente en comparación al año 2009.

El 74% de los visitantes en 2010 viajó acompañado, porcentaje mayor en comparación con 2009, mientras que hubo un decremento de 7 puntos porcentuales de visitantes que viajaron solos respecto al 2009.

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

Rango de edades de los acompañantes	2009	2010	Variación
Número de adultos mayores de 18 años	2.81	2.27	-19.21%
Número de adolescentes entre 12 y 18 años	1.79	1.44	-19.55%
Número de niños menores de 12 años	1.69	1.46	-13.60%
Promedio Total de personas	**3.42**	**3.22**	**-5.84%**

PLANEACIÓN DE VIAJE

Medio de transporte

	2009	2010	Variación
Automóvil	59%	57%	-3.38%
Avión	2%	2%	0%
Autobús	39%	38%	-2.56%
Otro	0%	3%	NA

El principal medio de transporte utilizado por más del 50% de los visitantes para llegar a Irapuato fue el automóvil, tanto en 2010 como en 2009, seguido del autobús (38%) y el avión (2%).

NA = NO APLICA

Resumen Planeación de Viaje

Concepto	Información Relevante
¿Visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?	SI 23% NO 77%
¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?	Guanajuato León Celaya
¿El viaje forma parte de un paquete?	NO 98%
Principal opción de hospedaje	Casa de familiares y amigos
¿Con quién viaja en estos momentos?	Familia
Promedio de acompañantes	3.22 personas
Medio de transporte utilizado	Automóvil

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita

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

	Descanso/ Vacaciones	Visita Familiares / Amigos	Compras	Bicentenario	Negocios / trabajo	Evento deportivo	Romance / luna de miel	Tratamiento de salud	Evento Social	Otro
2009	16%	33%			24%	4%		3%	10%	4%

Es importante seguir fomentando la atracción de congresos, convenciones y exposiciones al destino ya que este visitante es el que genera una derrama económica y estadía mayor que un visitante tradicional.

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita (por mercado)

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

MOTIVO	Interno	Nacional	Internacional
Descanso/Vacaciones	53%	31%	33%
Visita a familiares/amigos	7%	32%	50%
Negocios/Trabajo	7%	7%	--
Bicentenario	5%	16%	6%
Evento Cultural	1%	--	--
Evento Social	1%	1%	--
Luna de miel/Romance	1%	1%	--
Tratamiento de salud	1%	--	--
Religión /peregrinación	1%	1%	--
Evento deportivo	--	9%	--
Compras	22%	1%	11%
Otro	1%	1%	

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita (por mercado, INTERNO)

		Descanso /Vacaciones	Negocios/ trabajo	Visita a familiares /amigos	Congreso/ Exposición	Tratamiento de salud	Religión / peregrinación	Luna de miel / romance	Evento deportivo	Evento cultural	Evento social	Otro	Bicentenario	Compras	Evento educativo
Principales destinos	Abasolo	56%	3%	3%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	36%	0%
	Salamanca	67%	0%	5%	0%	2%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	10%	14%	0%
	León	44%	11%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	12%	0%	0%
	Celaya	29%	28%	14%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	29%	0%	0%
	Valle de Santiago	58%	14%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	7%	7%	7%	0%
	Guanajuato	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	8%	42%	0%
Resto de destinos	Acámbaro	67%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Apaseo el Alto	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
	Comonfort	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Cortazar	73%	0%	9%	0%	0%	0%	9%	0%	0%	0%	0%	0%	9%	0%
	Cuerámaro	60%	0%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%
	Doctor Mora	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Dolores Hidalgo	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	50%	0%
	Huanímaro	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Jaral del Progreso	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Juventino Rosas	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Manuel Doblado	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita (por mercado, INTERNO)

Resto de destinos	Pénjamo	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	67%	0%
	Pueblo Nuevo	56%	11%	0%	0%	11%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	22%	0%
	Purísima del Rincón	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Romita	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Salvatierra	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	San Felipe	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	San Francisco del Rincón	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	34%	0%
	San José Iturbide	0%	34%	0%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%
	San Miguel de Allende	50%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Silao	75%	0%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Uriangato	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Villagrán	60%	0%	10%	0%	0%	0%	10%	0%	0%	10%	0%	0%	10%	0%

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita (por mercado, NACIONAL)

		Descanso /Vacaciones	Negocios/ trabajo	Visita a familiares /amigos	Congreso/ Exposición	Tratamiento de salud	Religión / peregrinación	Luna de miel / romance	Evento deportivo	Evento cultural	Evento social	Otro	Bicentenario	Compras	Evento educativo
Principales destinos	D.F.	27%	16%	31%	0%	0%	0%	0%	13%	0%	0%	0%	13%	0%	0%
	Michoacán	18%	0%	46%	0%	0%	0%	0%	12%	0%	6%	0%	12%	6%	0%
	Jalisco	18%	8%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	8%	33%	0%	0%
	Querétaro	43%	8%	17%	0%	0%	8%	8%	0%	0%	0%	0%	8%	8%	0%
	Tamaulipas	50%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	17%	0%	0%
	Veracruz	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	0%	17%	0%	0%
	Nuevo León	40%	0%	20%	0%	0%	0%	0%	40%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Chihuahua	25%	0%	75%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Resto de destinos	Aguascalientes	50%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Baja California	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Campeche	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Coahuila	50%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Colima	0%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	67%	0%	0%
	Durango	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Estado de México	40%	13%	27%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	7%	0%	13%	0%	0%
	Guerrero	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Hidalgo	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	Morelos	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	Nayarit	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%
	Oaxaca	50%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Puebla	50%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	San Luis Potosí	0%	0%	34%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	33%	0%	0%
	Sinaloa	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Tabasco	0%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Yucatán	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Zacatecas	0%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita (por mercado INTERNACIONAL)

		Descanso/ vacaciones	Negocios/ trabajo	Visita a familiares/ amigos	Congreso/ Exposición	Tratamiento de salud	Religión/ peregrinación	Luna de miel/romance	Evento deportivo	Evento cultural	Evento Social	Otro	Bicentenario	Compras	Evento educativo
Principales Destinos	Estados Unidos	33%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	11%	0%

Resumen Motivo de Visita

Concepto	Información Relevante
Principal motivo de visita	Descanso/vacaciones

GASTO DEL VISITANTE

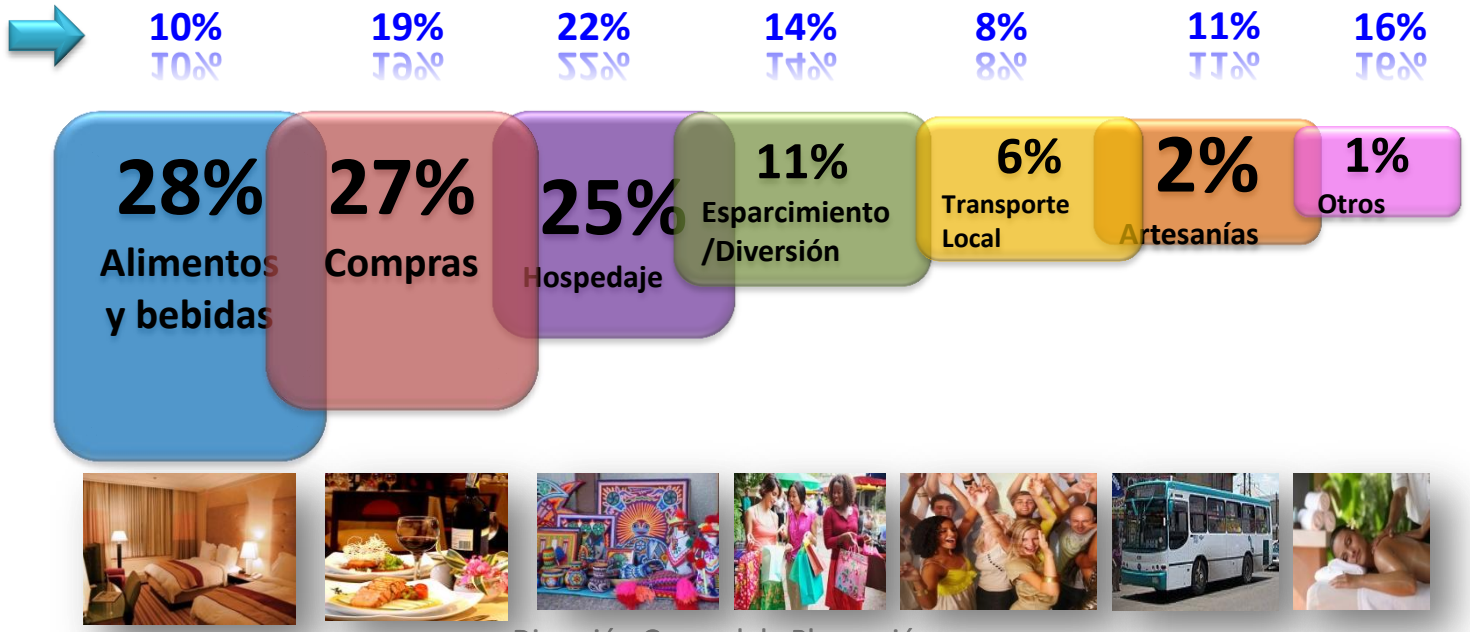
Promedio de gasto por persona

Gasto del visitante por viaje

Visitante	Desde que salió hasta que llego al destino	En el destino	De regreso a su origen
Turista	21%	56%	23%
Excursionista	25%	54%	21%

Distribución promedio del gasto del Turista

2009



GASTO DEL VISITANTE

Promedio de gasto por persona

Promedio de Gasto por Persona

Tipo	Promedio Días	Promedio Gasto
Turista en hotel 2010	1.45	$1,184
Turista en hotel 2009	1.31	$1,080
Variación	10.68%	9.62%
Turista Familiares y/o amigos 2010	6.30	$420
Turista Familiares y/o amigos 2009	3.80	$474
Variación	65.78%	-11.39

Tipo	Promedio Días	Promedio Gasto
Otros 2010	12.88	$435
Otros 2009	2.00	$357
Variación	544%	21.84%
Excursionista 2010	--	$561
Excursionista 2009	--	$546
Variación		2.74%

GASTO DEL VISITANTE

Promedio de gasto por persona

TEMPORADA	EXCURSIONISTA		HOTEL		POSADA/HOSTAL		CASA FAMILIARES/ AMIGOS	
	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA
NEGOCIOS	$798	NA	$1,426	4.32 días	$1,000	1.00 día	$288	5.58 días
IRAPUATO	$561	NA	$1,184	1.45	NA	NA	$420	6.30 días
ESTADO	$885	NA	$1,351	1.47	$716	3.87 días	$652	6.04 días

TEMPORADA	CASA / DEPARTAMENTO PROPIO		CASA/DEPARTAMENTO RENTADO		OTRO	
	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA	GASTO	ESTADÍA
NEGOCIOS	NA	NA	$515	14.12 días	$419	4.37 días
IRAPUATO	NA	NA	NA	NA	$435	12.88 días
ESTADO	$633	12.52 días	$551	14.59 días	$514	6.70 días

Derrama Económica Estimada

Visitantes y Derrama Económica Estimada			
Total Visitantes 2010			
Categoría	**Irapuato**	**Estado**	**Proporción Irapuato/Estado**
Turistas en Hotel 1 a 5*	262,223	2,828,975	9%
Turistas en otros establecimientos comerciales	32,778	862,021	4%
Turistas en establecimientos no comerciales	311,390	4,604,790	7%
Excursionistas	1,032,503	12,026,488	9%
Totales	**1,638,894**	**20,322,274**	**8%**

Derrama Económica 2010			
Categoría	**Irapuato**	**Estado**	**Proporción Irapuato/Estado**
Turistas en Hotel 1 a 5*	$448,972,998	$5,612,771,494	8%
Turistas en otros establecimientos comerciales	$183,794,585	$4,993,593,894	4%
Turistas en establecimientos no comerciales	$823,393,057	$19,279,243,992	4%
Excursionistas	$579,181,560	$9,709,809,440	6%
Totales	**$2,035,342,200**	**$39,595,418,820**	**5%**

Fuente: Datatur-Sectur, Banco de México, Estudio del Perfil del Turista 2007,2008 y 2010 Sedetur .

Considera los asistentes y derrama económica estimada de la Expo Guanajuato Bicentenario del 17 de julio al 31 de diciembre 2010. Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada , Casa rentada, y Campamentos. 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.

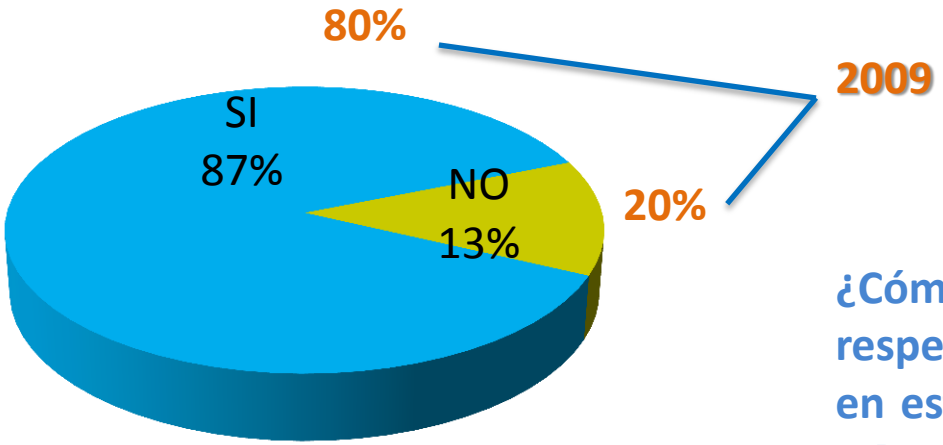
Resumen Gasto del Visitante

Concepto	Información Relevante	
Gasto en el destino:	Excursionista Turista	54% 56%
Estadía de turista:	Hotel Familiares o amigos Otros	1.45 días 6.30 días 12.88 días
Derrama Económica estimada 2010	$ 2,035, 342,201	

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Visitas anteriores

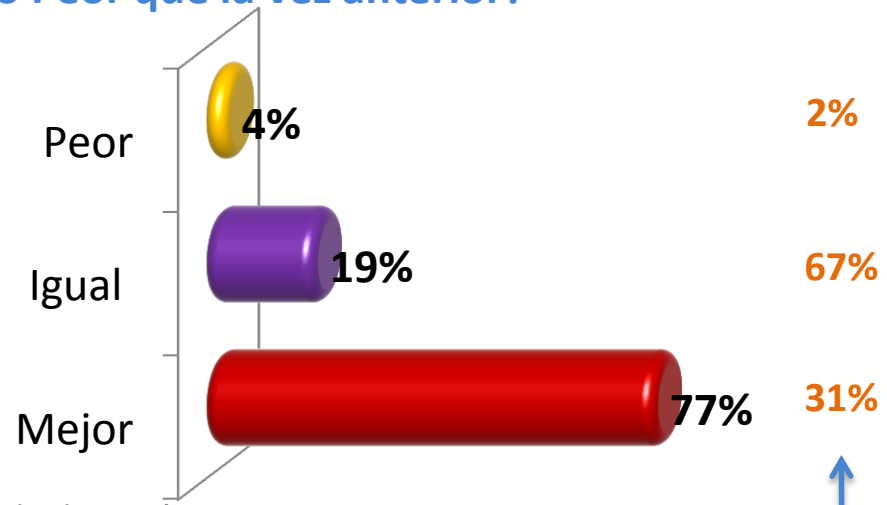
¿Ya había visitado anteriormente este destino?



En 2010 el 87% fueron visitantes recurrentes, porcentaje mayor que en 2009, cifra que refleja el agrado del visitante por el destino;

El 77% de los visitantes manifestó que su experiencia fue mejor en comparación a visitas anteriores, observándose un incremento porcentual favorable en comparación al 2009, lo que significa que se esta trabajando en la satisfacción del visitante.

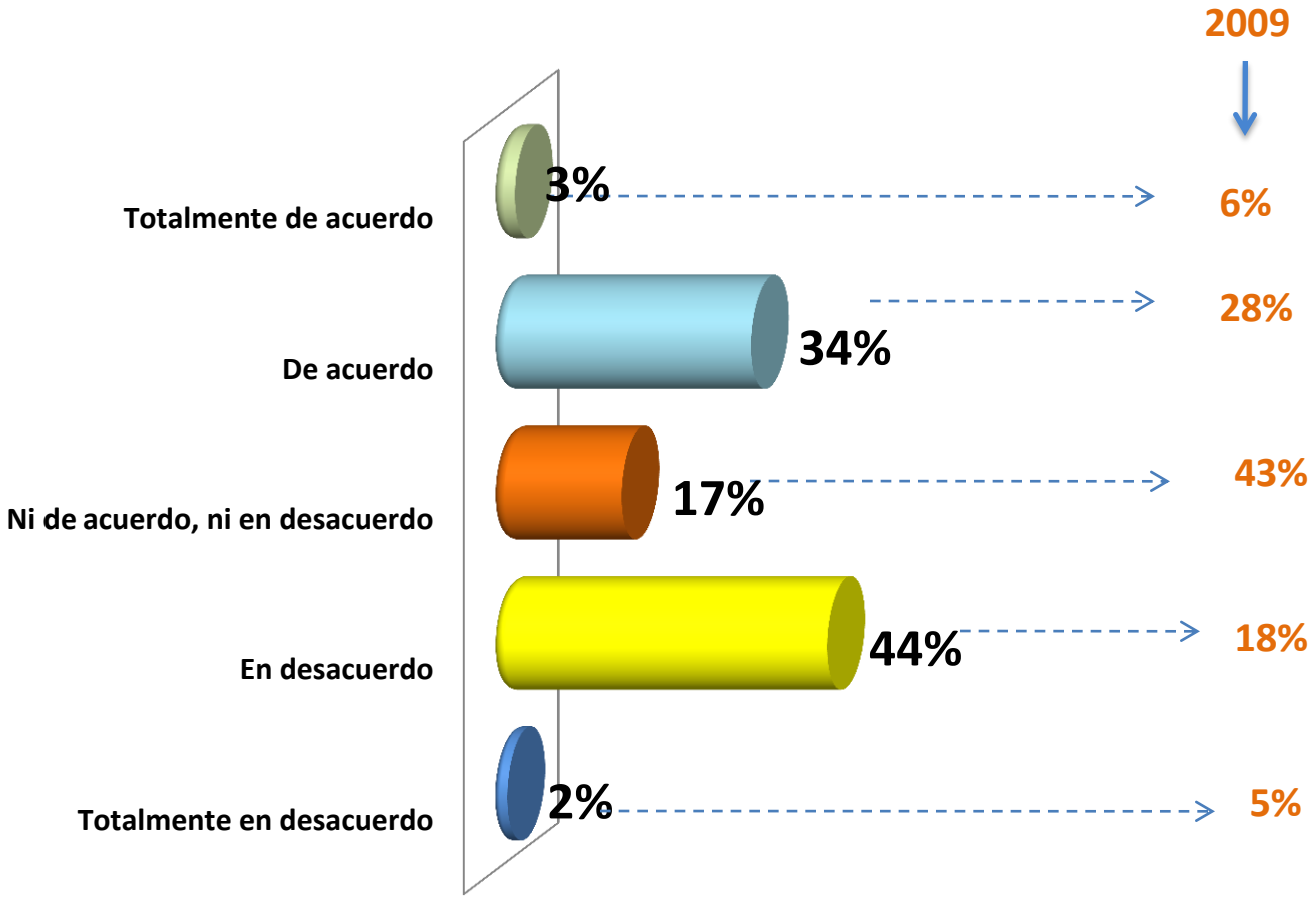
¿Cómo evalúa su experiencia actual con respecto a las visitas anteriores? Diría Ud. que en esta visita su experiencia fue: Mejor, Igual o Peor que la vez anterior?



EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia

¿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?



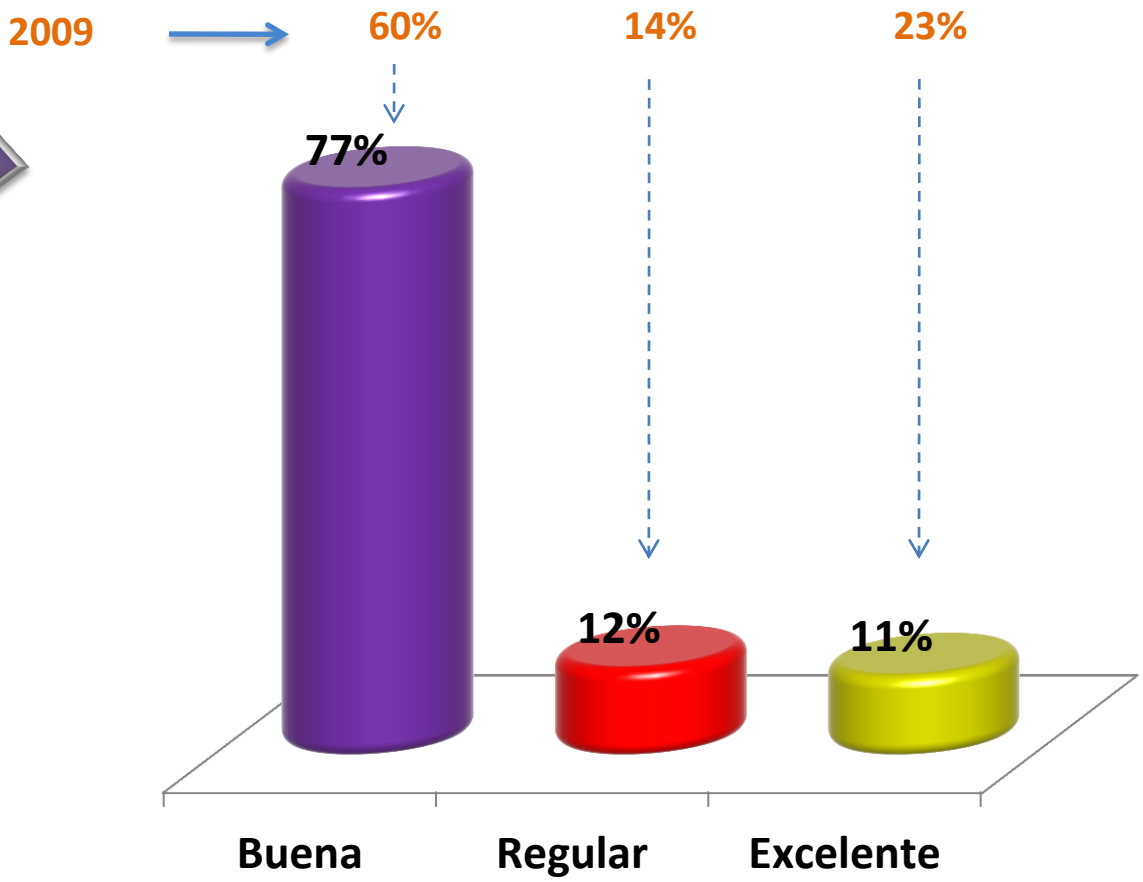
En 2010 el 37% de los visitantes estuvo de acuerdo / totalmente de acuerdo en que la experiencia que tuvo en este destino fue mejor que el de otros destinos que había visitado, pero el 46% estuvo en descuerdo y totalmente en desacuerdo con dicha postura (porcentaje mayor al 2009), por lo que se debe de poner especial atención en este aspecto y generar nuevas estrategias para ofrecer experiencias únicas.

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia

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

El 88% de los visitantes en 2010 mencionó que su experiencia en el destino fue buena/excelente, observándose un incremento de 5 puntos porcentuales respecto al 2009, mientras que el 12% considero su experiencia como regular. Es importante seguir trabajando para identificar áreas de oportunidad en Irapuato, para que la experiencia del visitante sea totalmente de excelencia .

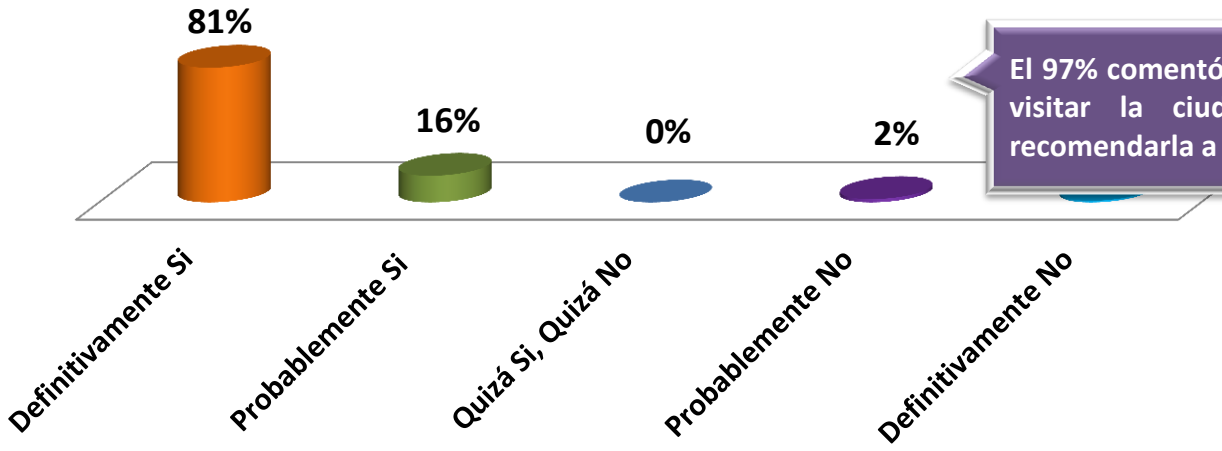


EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia

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

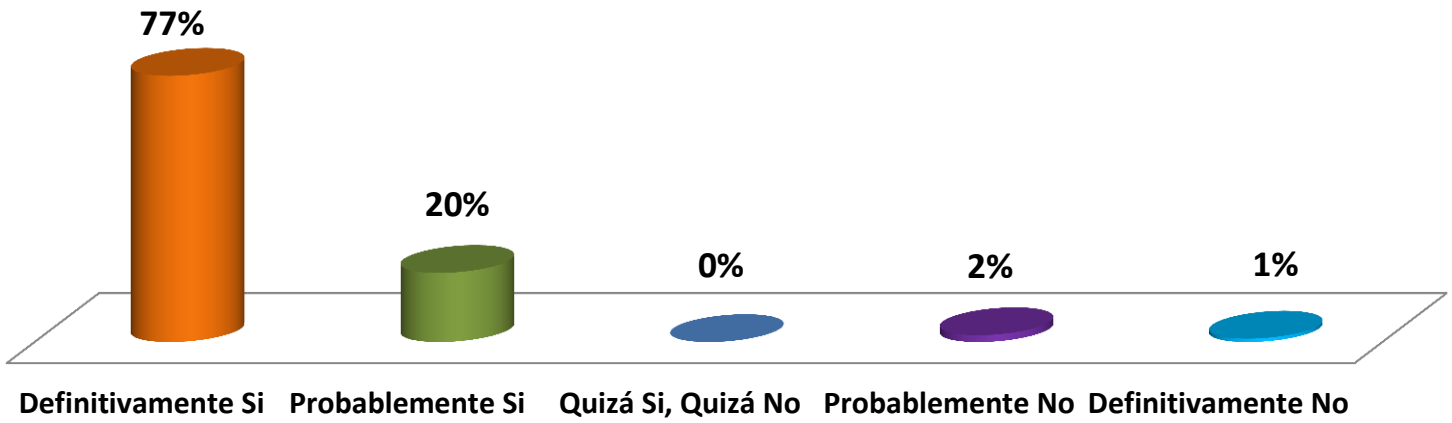
2009 → 47% 41% 9% 1% 2%



El 97% comentó la posibilidad de volver a visitar la ciudad de Irapuato y de recomendarla a un amigo.

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

2009 → 48% 41% 9% 1% 0%



Irapuato 2010

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

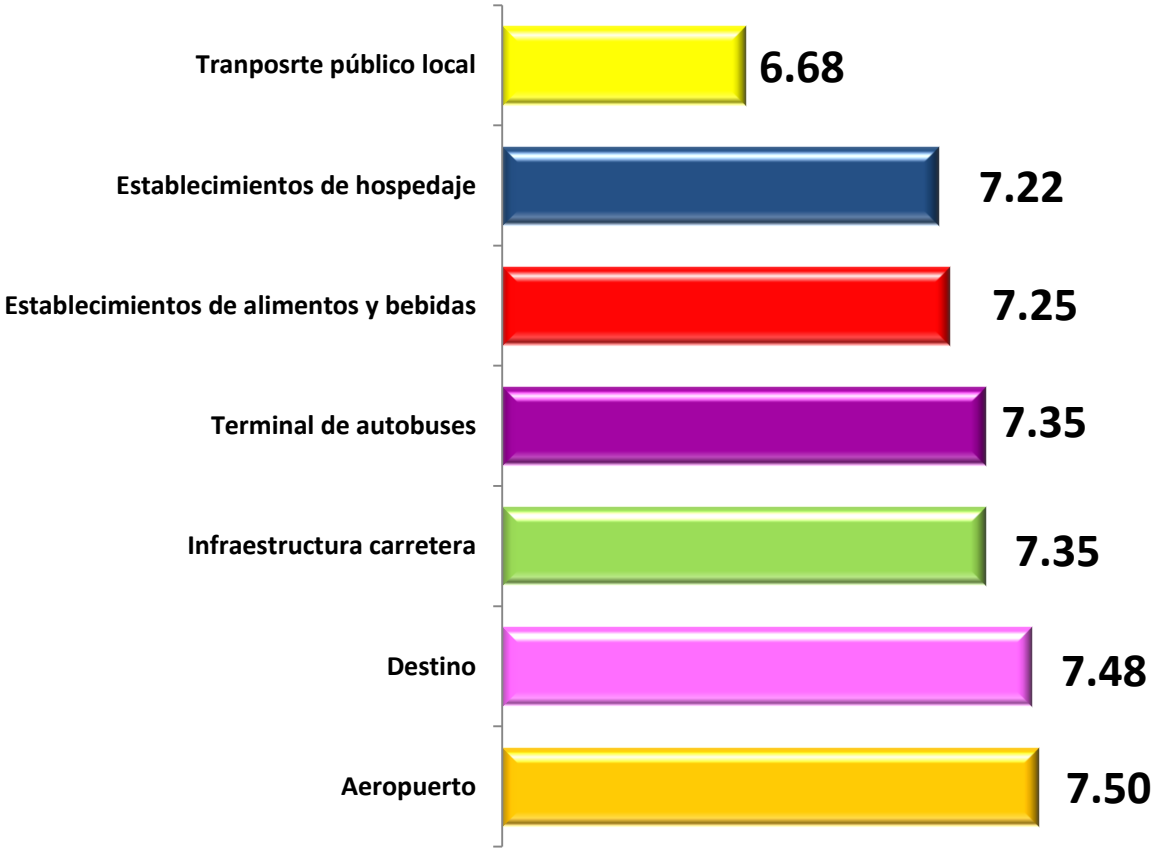
Evaluación de la experiencia (por mercado)

	Interno	Nacional	Internacional
Definitivamente Sí	86%	59%	94%
Probablemente Sí	14%	35%	6%
Probablemente No	0%	5%	0%
Definitivamente No	0%	1%	0%

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación del destino

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



La calificación mejoró de 2009 (7.05) a 2010 (7.26), que si bien esta última no es una calificación del todo favorable, refleja el trabajo y la mejora que ha tenido el destino. Seis de siete aspectos fueron calificados de manera similar, siendo el mejor calificado el aeropuerto (7.50), seguido del destino (7.48), mientras que el que reflejó menor calificación fue el transporte público local (6.68).

Calificación general = 7.26

Calificación general 2009 = 7.05

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación del destino

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

Mejora Prioritaria	Fortaleza
- Transporte público local	- Destino - Aeropuerto
- Establecimiento de alimentos y bebidas - Establecimientos de hospedaje	- Infraestructura carretera - Terminal de autobuses
Mejora Secundaria	**Mantenimiento**

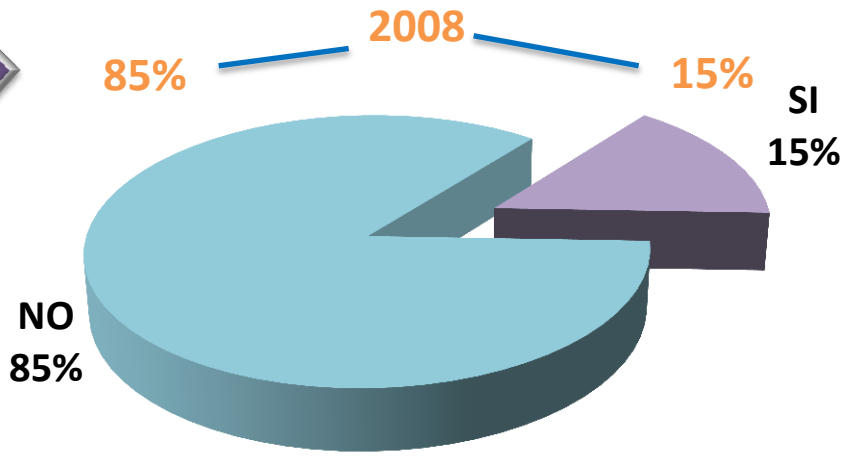
Resumen experiencia de viaje

Concepto	Información Relevante
¿Ya había visitado anteriormente el destino?	SI 87%
¿Qué tan de acuerdo esta en que la experiencia que tuvo en este destino es mejor que el de otros destinos ?	En desacuerdo 44%
Satisfacción en el destino	Excelente/Buena 88%
Recomendación del destino	Definitivamente SI/Probablemente SI 97%
Retorno al destino	Definitivamente SI/Probablemente SI 97%
Calificación del destino	7.26

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

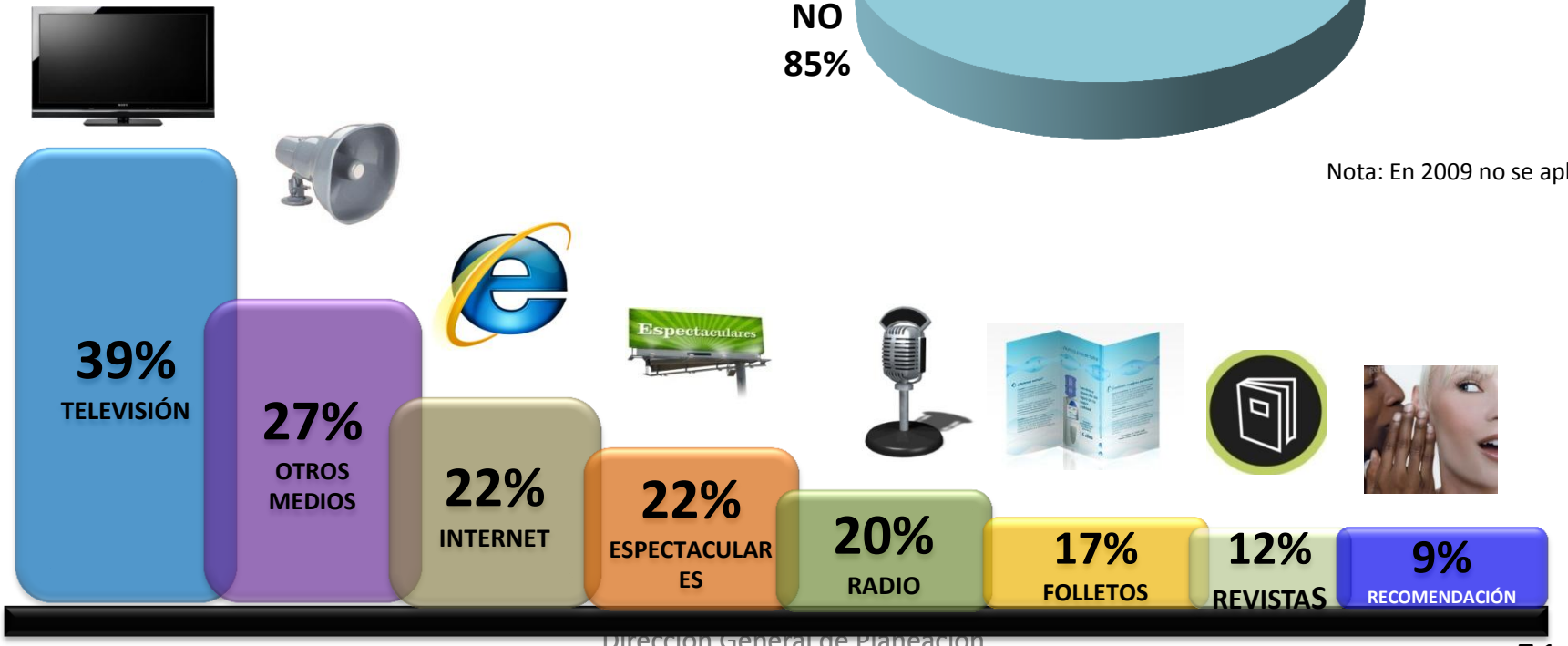
En 2010 sólo el 15% de los visitantes vio o escuchó publicidad sobre el destino , por lo que es importante que se realice mayor difusión y promoción sobre Irapuato, para atraer más nuevos visitantes.

Durante los últimos 12 meses, ¿ha visto o escuchado publicidad sobre el destino?



Nota: En 2009 no se aplicó

Medios en los que escuchó/vio publicidad del destino*



Irapuato 2010

*NOTA: El porcentaje puede sumar más de 100 por ser multirespuesta.

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

Por mercado

	Interno	Nacional	Internacional
Anuncio de TV	**29%**	**18%**	--
Internet	--	**25%**	**50%**
Folletos	**11%**	**8%**	**50%**
Recomendación	**7%**	**4%**	**--**
Radio	20%	4%	--
Revistas	4%	12%	--
Otros Medios	9%	23%	--
Espectaculares	20%	6%	--

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

Por mercado, INTERNO

		Folletos	Radio	Revistas	Espectaculares	Anuncio en TV	Internet	Recomendación	Otros medios
Principales Destinos	Abasolo	0%	33%	0%	17%	33%	0%	0%	17%
	Salamanca	11%	22%	0%	22%	12%	0%	11%	22%
	León	11%	34%	0%	22%	22%	0%	11%	0%
	Celaya	30%	10%	10%	10%	20%	0%	10%	10%
	Valle de Santiago	0%	0%	0%	33%	67%	0%	0%	0%
	Guanajuato	0%	0%	34%	33%	33%	0%	0%	0%
Resto de Destinos	Acámbaro	0%	50%	0%	0%	50%	0%	0%	0%
	Comonfort	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Irapuato	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Juventino Rosas	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	50%
	San Francisco del Rincón	0%	34%	0%	33%	33%	0%	0%	0%
	San José Iturbide	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	Villagrán	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

Por mercado, NACIONAL

		Folletos	Radio	Revistas	Espectaculares	Anuncio en TV	Internet	Recomendación	Otros medios
Principales Destinos	D.F	0%	0%	14%	0%	29%	14%	0%	43%
	Michoacán	17%	17%	0%	0%	17%	17%	0%	32%
	Jalisco	0%	0%	33%	0%	0%	34%	0%	33%
	Querétaro	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%
	Tamaulipas	0%	0%	0%	0%	25%	50%	0%	25%
	Veracruz	11%	0%	0%	11%	22%	34%	0%	22%
	Aguascalientes	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
Resto de Destinos	Campeche	0%	0%	0%	0%	0%	34%	33%	33%
	Cohahuila	0%	0%	33%	0%	34%	33%	0%	0%
	Colima	50%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	0%
	Estado de México	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
	Nayarit	0%	0%	20%	0%	20%	40%	0%	20%
	Oaxaca	25%	25%	0%	0%	0%	25%	25%	0%
	San Luis Potosí	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

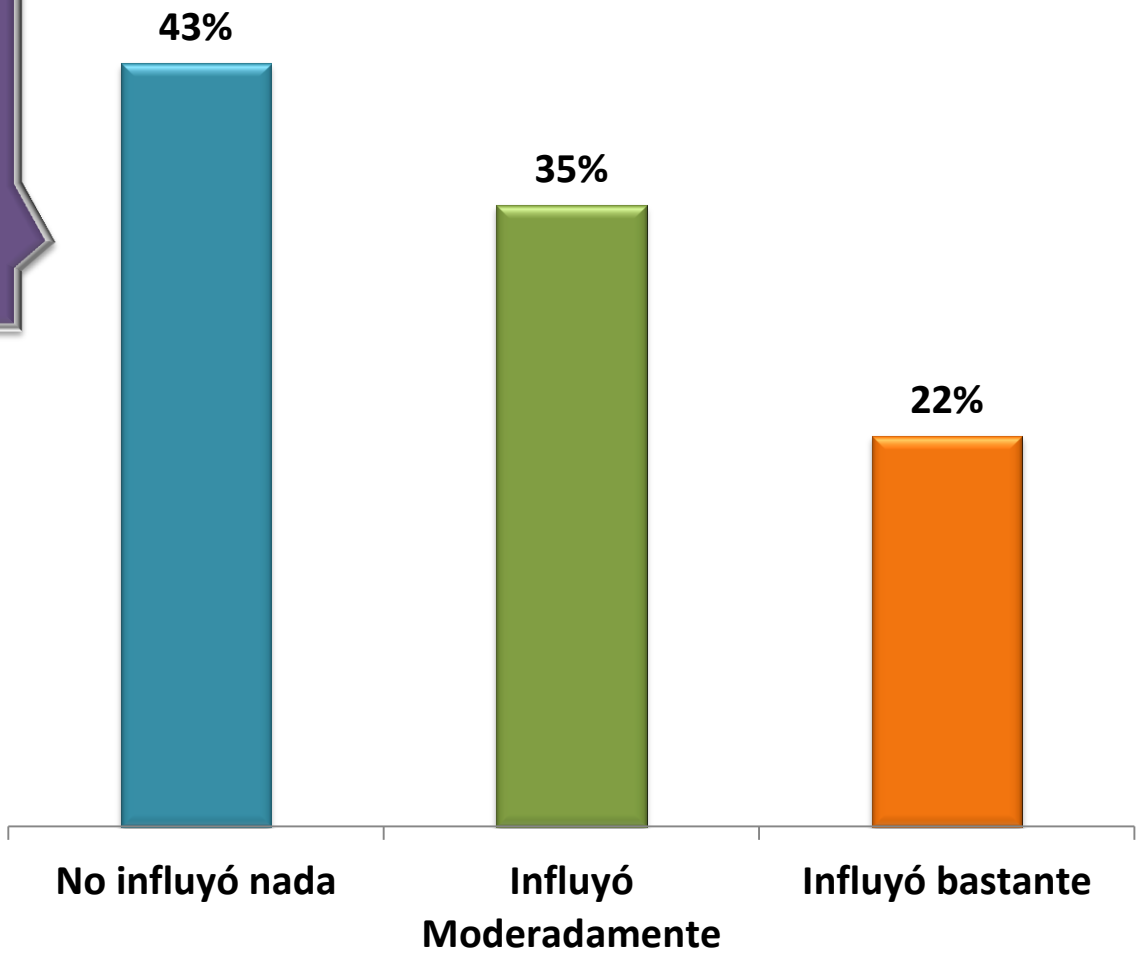
Por mercado, INTERNACIONAL

		Folletos	Radio	Revistas	Espectaculares	Anuncio en TV	Internet	Recomendación	Otros medios
Principales Destinos	Estados Unidos	50%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

¿Qué tanto influyó la publicidad en su decisión de venir a este destino?

Para el 58% de los entrevistados la publicidad influyó en su decisión de visitar la ciudad de Irapuato. Es importante seguir promoviendo el destino para provocar la llegada de un mayor número de visitantes.



Resumen publicidad

Concepto	Información Relevante
¿Ha visto o escuchado publicidad del destino?	SI 15%
Principal medio en los que vio publicidad	Televisión
Influencia de la publicidad	No influyó 43%

Visitante Promedio

VISITANTE PROMEDIO A LA CIUDAD DE IRAPUATO

	Irapuato 2009	Irapuato 2010	Estatal 2010
Edad Promedio	33 años	42 años	41 años
Acompañado por	Familia	Familia	Familia
Grupo de viaje	3.42 personas	3.22 personas	3.28 personas
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil	Automóvil
Ingreso	$7,100 a $12,199 (NSE D+)	$7,100 a $12,199 (NSE D+)	$7,100 a $12,199 (NSE D+)
Otros lugares por visitar	León Guanajuato San Luis Potosí	Guanajuato León Celaya	Guanajuato San Miguel de Allende León
Motivo de Visita	Visita a Familiares y amigos	Descanso/vacaciones	Descanso/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará por persona	$546 por persona	$ 561 por persona	$ 885 por persona
Si se queda una noche gastará	$1,080 por persona	$1,184 por persona	$1,351 por persona
Principal lugar de hospedaje	Casa de familiares/amigos	Casa de familiares/amigos	Familiares y/o amigos y Hotel
Experiencia del viaje	Buena	Buena	Buena
Recomendación del destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	7.05	7.26	7.63

VISITANTE PROMEDIO

	Irapuato 2010	León 2010	Celaya 2010
Edad Promedio	42 años	40 años	40 años
Acompañado por	Familia	Familia	Familia
Grupo de viaje	3.22 personas	3.58 personas	2.96 personas
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil	Automóvil
Ingreso	$7,100 a $12,199 (NSE D+)	$7,100 a $12,199 (NSE D+)	$7,100 a $12,199 (NSE D+)
Otros lugares por visitar	Guanajuato León Celaya	Guanajuato San Miguel de Allende Silao	Guanajuato San Miguel de Allende Querétaro
Motivo de Visita	Descanso/Vacaciones	Descanso/Vacaciones	Descanso/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	$561 por persona	$1,127por persona	$775 por persona
Si se queda una noche gastará	$1,184 por persona	$1,499 por persona	$ 1, 078 por persona
Principal lugar de hospedaje	Casa de Familiares/Amigos	Hotel	Casa de Familiares/Amigos
Experiencia del viaje	Buena	Buena	Buena
Recomendación del destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	7.26	7.62	7.23

VISITANTE PROMEDIO

	Irapuato 2010	Negocios 2010
Edad Promedio	42 años	40 años
Acompañado por	Familia	Gente relacionada con el trabajo
Grupo de viaje	3.22 personas	3.19 personas
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil
Ingreso	$7,100 a $12,199 (NSE D+)	$7,100 a $12,199 (NSE D+)
Otros lugares por visitar	Guanajuato León Celaya	León Guanajuato Querétaro
Motivo de Visita	Descanso/Vacaciones	Negocios
Si regresa el mismo día gastará	$561 por persona	$798 por persona
Si se queda una noche gastará	$1,184 por persona	$1,426 por persona
Principal lugar de hospedaje	Casa de Familiares/Amigos	Hotel
Experiencia del viaje	Buena	Buena
Recomendación del destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	7.26	7.33

Visitante Deseado

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

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

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

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.

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 Álvarez Pérez, Jefe de 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

Estado de
Guanajuato
lo que vives, hace historia