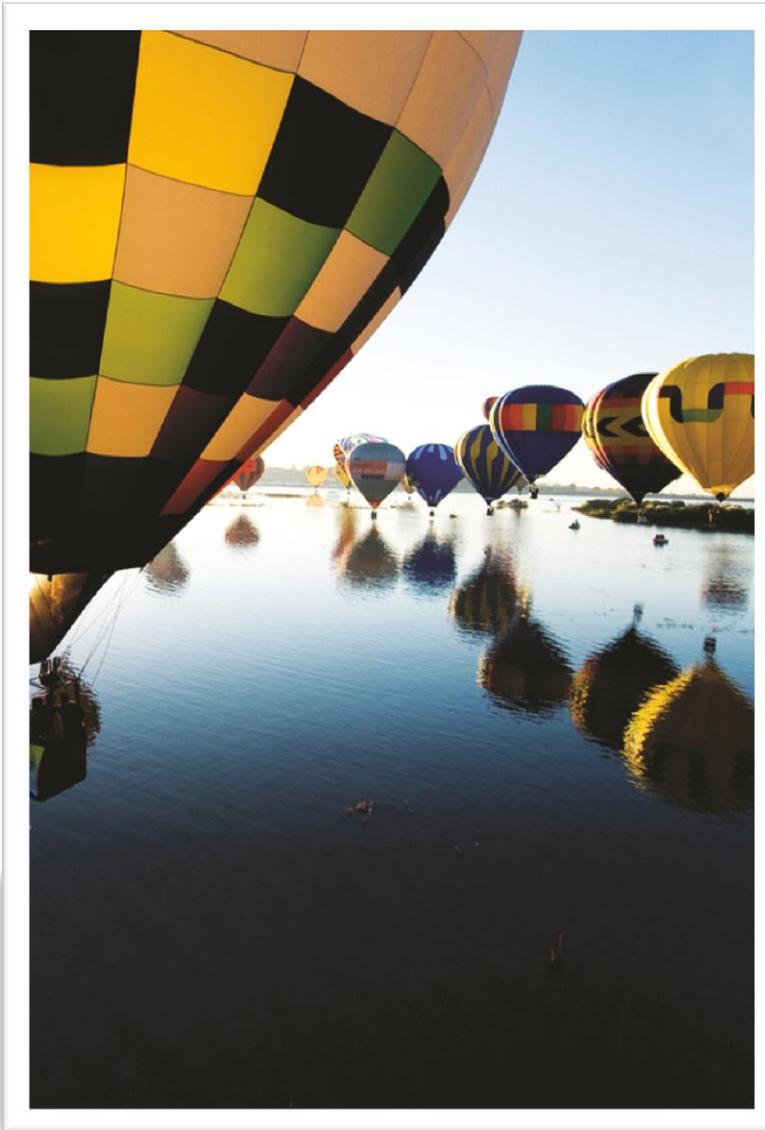


Actividad Turística y Perfil del Visitante León 2011



¿Qué es el Estudio del Perfil del Visitante al Estado de Guanajuato?

Es una investigación de mercado que a través de una muestra representativa de la población en estudio, suministra información acerca de:



Que será de gran utilidad para:

La definición de estrategias que se traduzcan en una mayor Atracción de visitantes al Estado de Guanajuato y que generen impacto social y económico en el destino.

Los resultados que se generan en este estudio sirven de base para conocer los hábitos del viajero que visita el Estado de Guanajuato, más no reflejan el comportamiento de los indicadores macroeconómicos que se viven en el país.



Contenido

- ▶ Metodología
- ▶ Lugares de Levantamiento
- ▶ Perfil General
- ▶ Procedencia del Visitante
- ▶ Movilidad del Visitante
- ▶ Distribución del Visitante
- ▶ Medio por el que realizó reservaciones
- ▶ Medio de Transporte utilizado
- ▶ Motivo de Visita
- ▶ Experiencia de Viaje
- ▶ Visitante Promedio
- ▶ Indicadores de la Actividad Turística



**TIPO DE
ENTREVISTA**

Cara a cara

MUESTRA

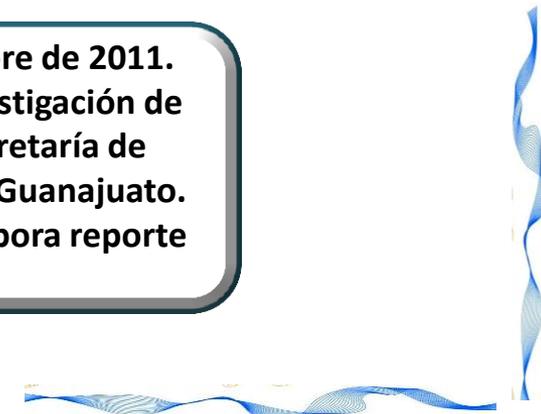
Total entrevistas efectivas 2,018 ; levantadas en la ciudad de León y Eventos: FIC, FIG y RALLY, a turistas y excursionistas, con un nivel de confianza del 95% y error del \pm 5%

**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**

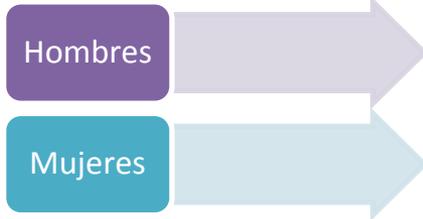
Del 4 de Febrero al 31 de Diciembre de 2011. Realizado por una agencia de investigación de mercados contratada por la Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato. La empresa codifica, captura y elabora reporte de resultados.



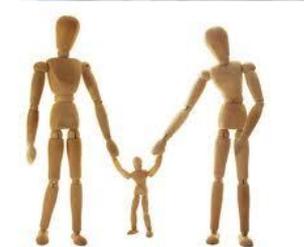
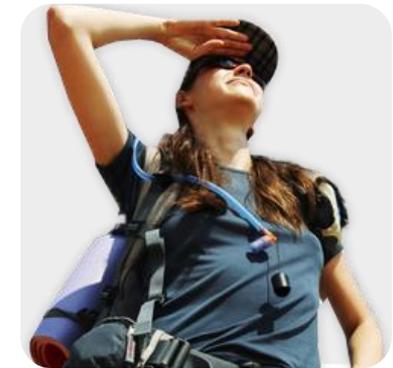
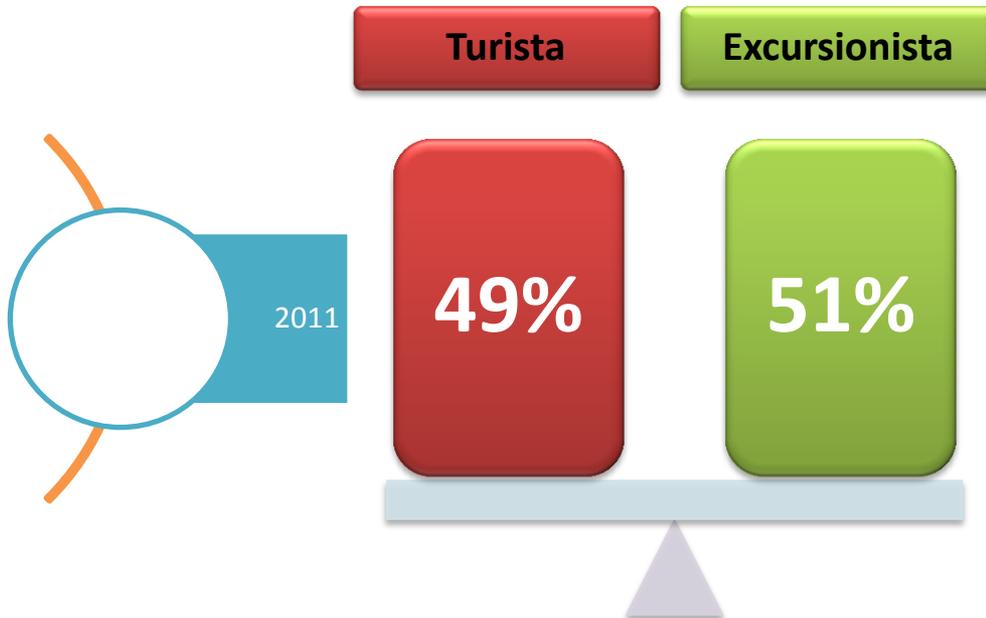
- δ **Centro Histórico**
- δ **Polígono Polifórum**
- δ **Zoológico de León**
- δ **Parque Metropolitano de León**
- δ **Centros Comerciales**
- δ **Zona Piel**
- δ **Outlet de Calzado**
- δ **Templo Expiatorio**



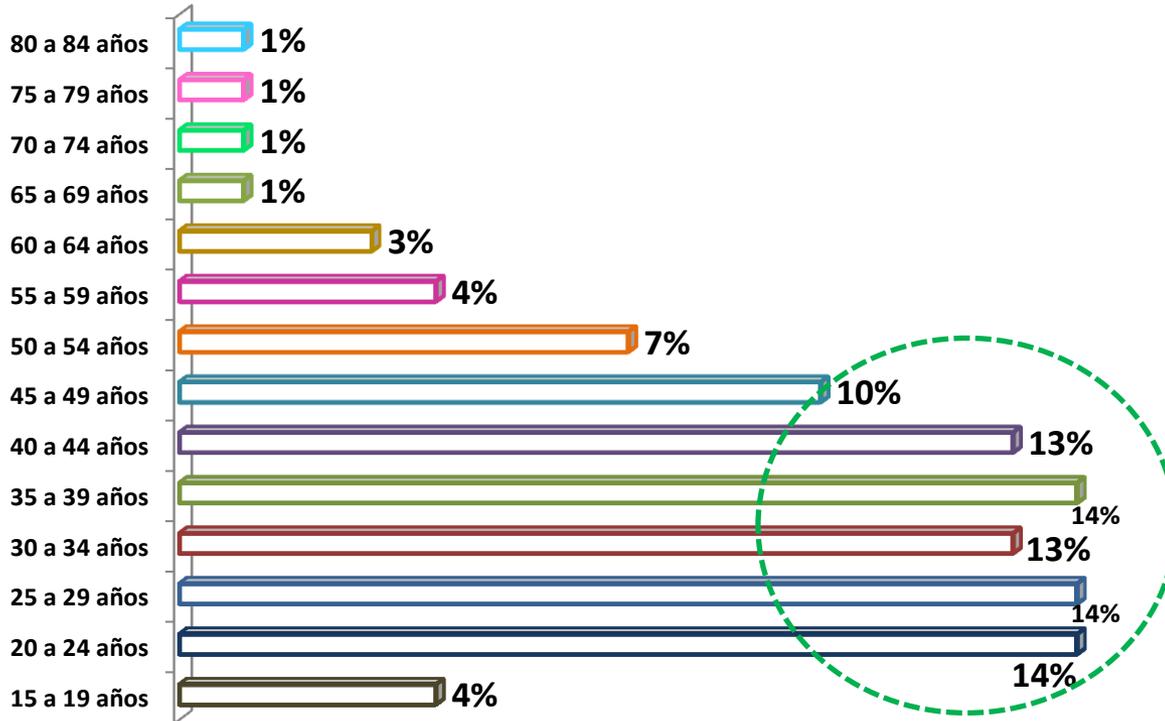
--Sexo--



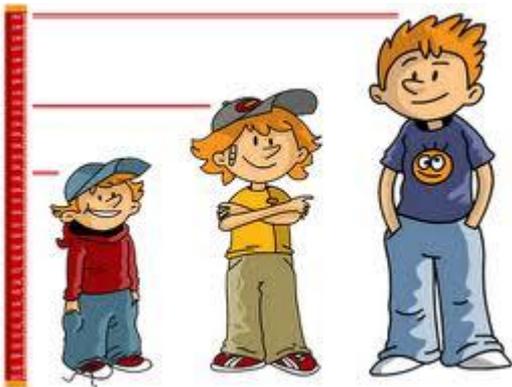
Tipo de visitante



Edad del visitante



El 78% de los visitantes son jóvenes y adultos jóvenes entre 20 y 50 años de edad. El mercado es muy amplio y requiere de diferentes productos cada vez mejores, para generar una excelente experiencia en el destino.



Perfil del Visitante León 2011



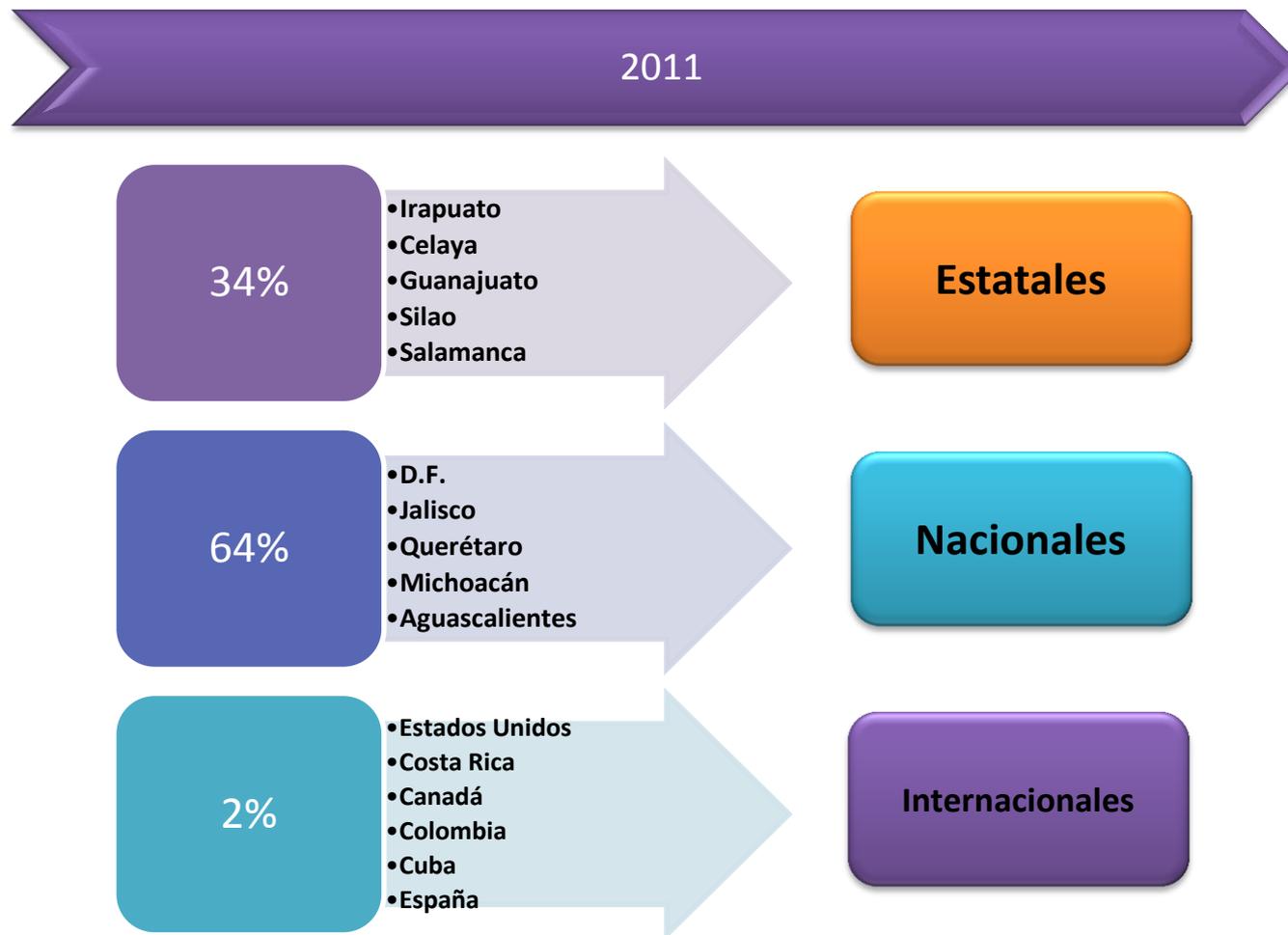
Dirección General de Planeación
 Dirección de Información y Análisis

Edad Promedio

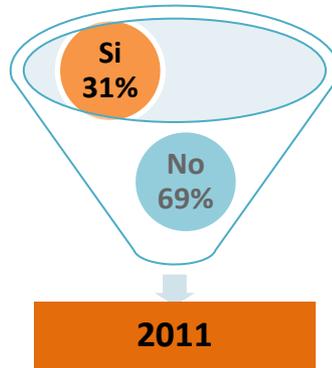
2011

36 años





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



2011

En la mayoría de las menciones de visita en 2011 aparecen ciudades del estado (a excepción de Guadalajara), lo cual indica que el visitante continuó y continuaría generando derrama económica para Guanajuato.



Perfil del Visitante León 2011

¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?

2011

Guanajuato

Dolores Hidalgo

San Miguel Allende

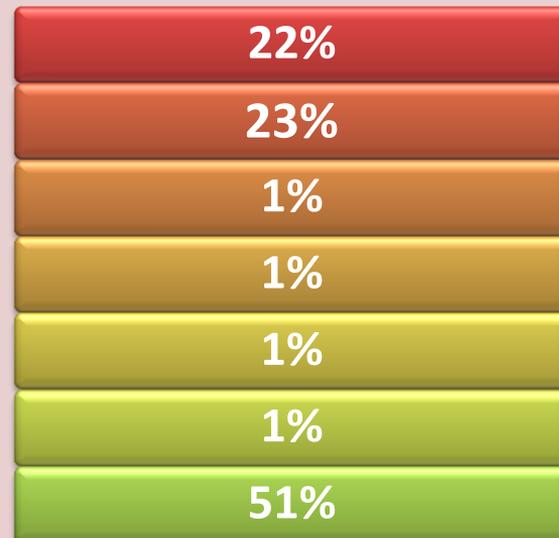
San Felipe

Guadalajara

Tipo de Hospedaje

- Hotel
- Casa de familiares
- Casa rentada
- Casa propia
- Campamento
- Otros
- Excursionista

2011



Medio por el que realizó Reservasiones

¿Hizo reservación?

- Si 46%
- No 54%

2011



¿Cómo realizó su reservación?

2011

Internet 38%

Teléfono/fax 53%

Agencia de viajes 5%

Organizador de eventos 3%

Familiar 1%

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

Ya lo conocía 38%

Recomendación 26%

Internet 24%

Agencia de viajes 7%

Empresa 3%

Otros 2%



PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZÓ PARA LLEGAR A ESTE DESTINO

2011



Automóvil

70%



Autobús

24%



Autobús Rentado

1%



Avión

3%



Auto Rentado

1%



Otro

1%

Otros: Ride, bicicleta



Otros: Congreso, salud, compras, evento cultural, evento deportivo.



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

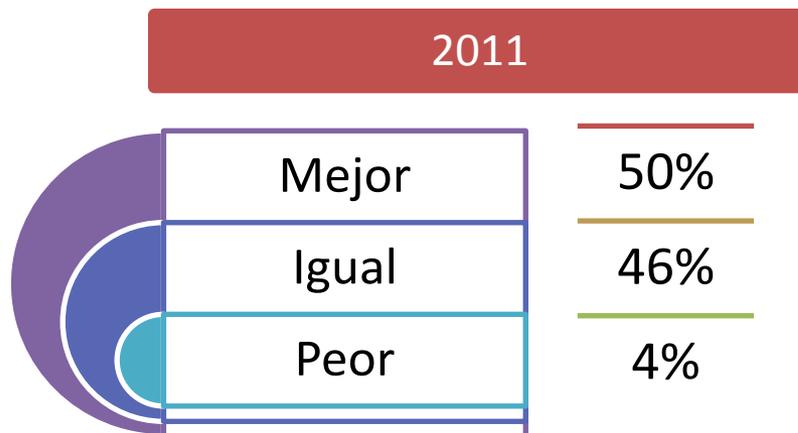




¿Ya había visitado anteriormente este destino?



¿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?

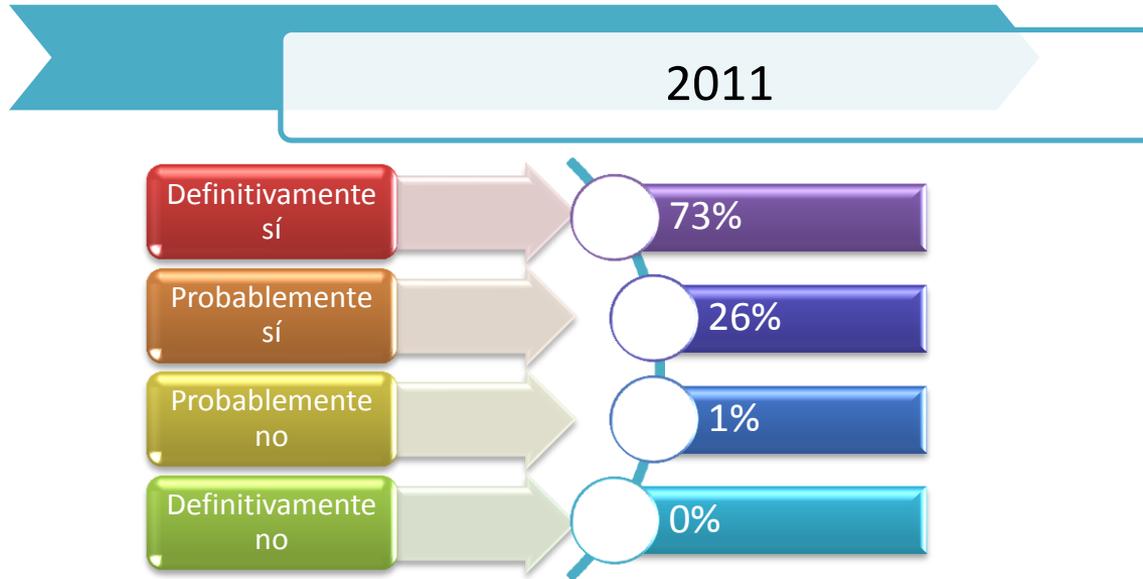


Una gran parte de los entrevistados (77%) ya había visitado la ciudad de León, la mitad considera que su experiencia ha sido mejor a visitas anteriores, esto expresa la notable mejoría que se ha dado en el destino.

¿Peor por qué?
No tiene nada nuevo



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



Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

El 99% si volverían a visitar León; la experiencia que se vive en esta ciudad es motivo de retorno, se sugiere mantener ese nivel y tener más atractivos a corto y mediano plazo.

¿Por que definitivamente no?

No me gustó

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



Definitivamente Sí

Probablemente Sí

Probablemente
No

Definitivamente
No

2011

70%

28%

1%

1%

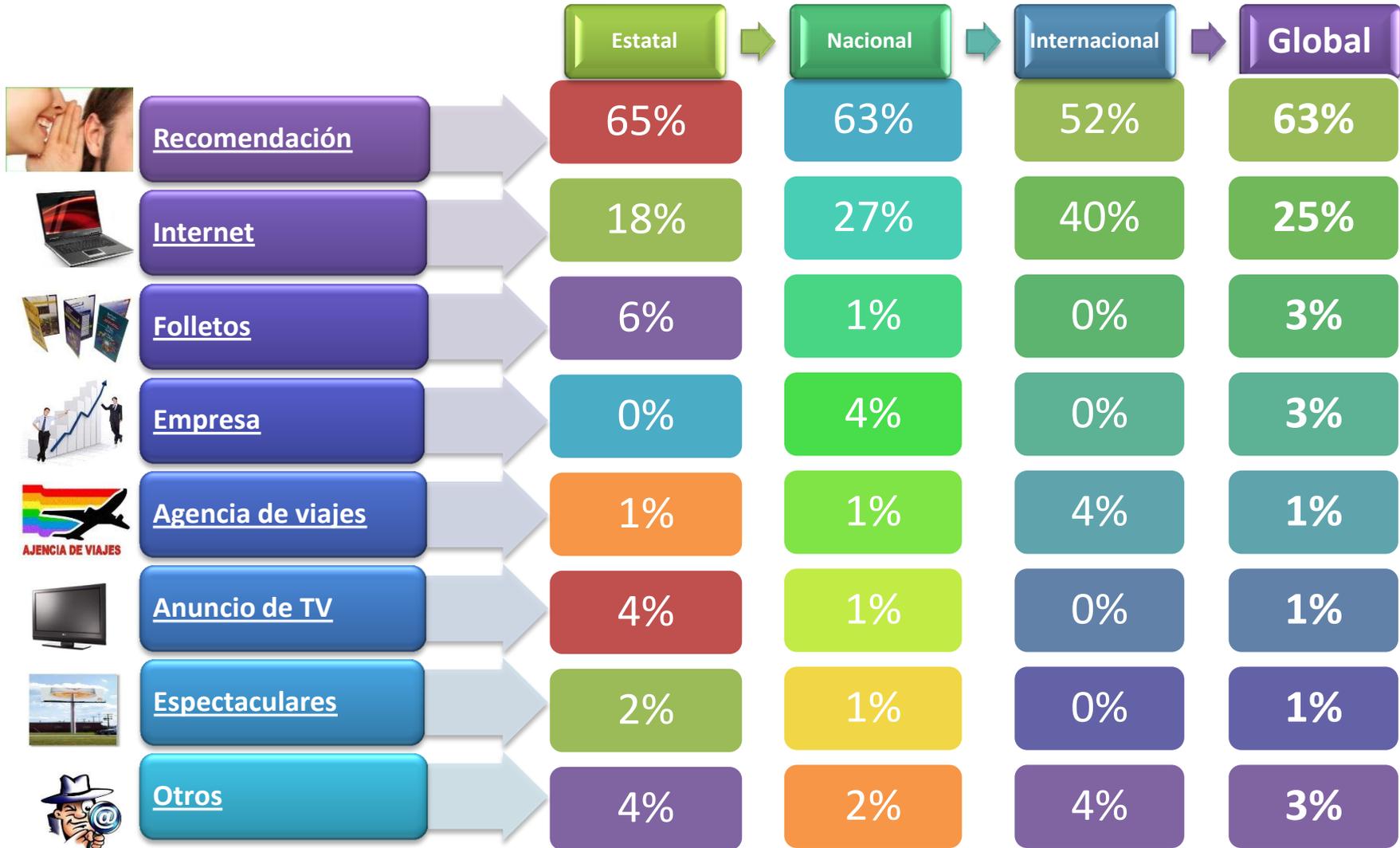


Algunas de las menciones del porque no recomendarían el destino son:

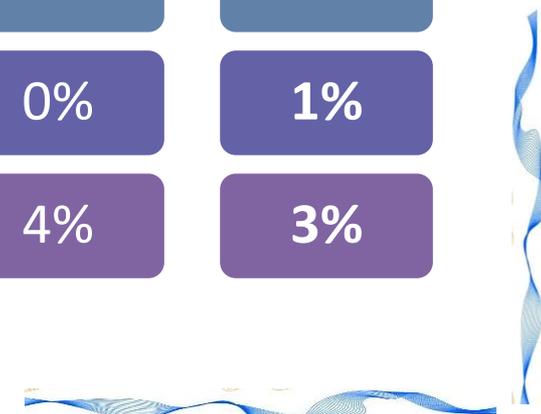
- No hay atractivos turísticos interesantes – 2 menciones
- Esta sucio – 1 mención
- Las personas no son amables – 1 mención

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

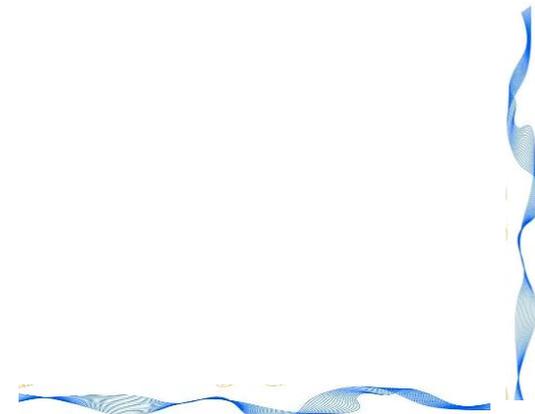
¿Qué medio consultó para planear su viaje a la ciudad de León?



Otros: Revista, teléfono, escuela, radio.



VISITANTE PROMEDIO



PERFIL	León 2011
Edad Promedio	36 años
Acompañado por	Familia
Grupo de viaje	3.36 personas
Medio de transporte	Automóvil
Ingreso	\$12,200 a \$36,699 (NSE C)
Otros lugares por visitar	San Miguel de Allende Guanajuato Querétaro
Motivo de Visita	Descanso/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	\$1,792.10 por persona
Si se hospeda una noche en hotel gastará	\$1,879.99 por persona
Principal lugar de hospedaje	Hotel
Experiencia del viaje	Mejor
Recomendación del destino	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	8.0



Indicadores de la Actividad Turística León



Inventario de Servicios Turísticos	
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	124
Restaurantes	288
Agencias de viaje	114
Campos de golf	4
Spas	6
Capacitación turística	14
Empresas arrendadoras de automóviles	15
Centros de congresos y convenciones	16
Transportadoras turísticas	27

Fuente: Sedetur, diciembre 2011

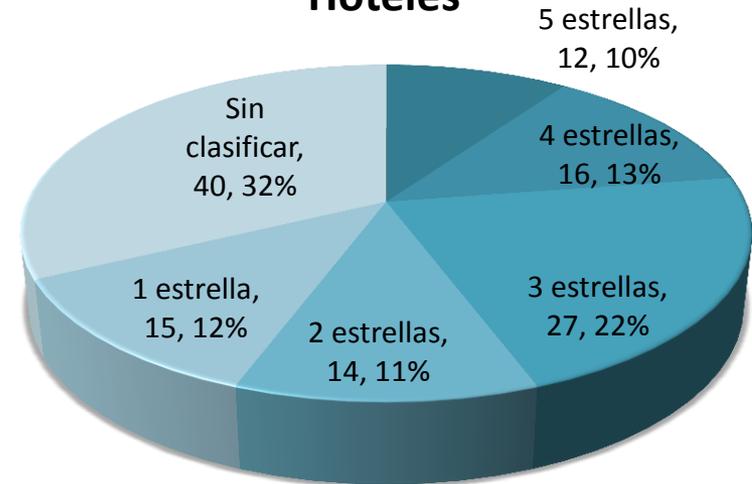
Inventario de hospedaje		
Categoría	Establecimientos	Cuartos
5 estrellas	12	1,416
4 estrellas	16	1,456
3 estrellas	27	1,330
2 estrellas	14	520
1 estrella	15	629
Sin clasificar	40	1,435
Total	124	6,786
1 a 5 estrellas	84	5,351

Fuente: Sedetur, abril 2012

Perfil del Visitante León 2011

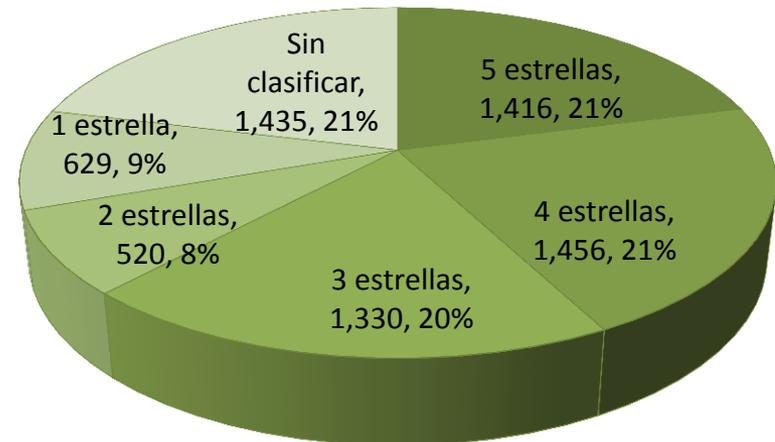
Dirección General de Planeación
 Dirección de Información y Análisis

Hoteles

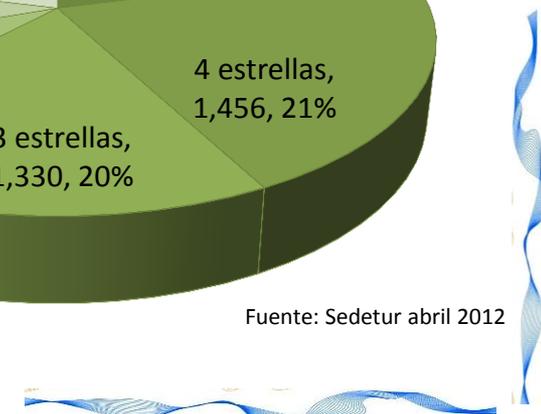


Fuente: Sedetur abril 2012

Habitaciones



Fuente: Sedetur abril 2012

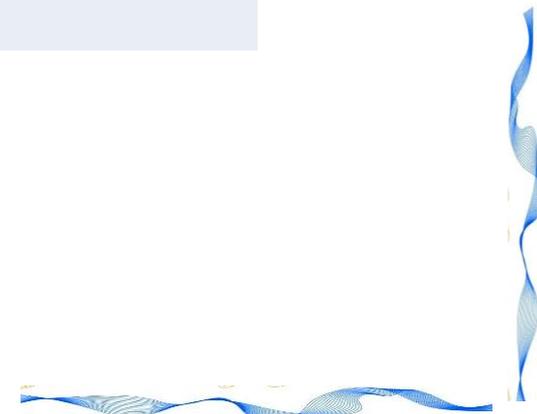


Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones 1 a 5 estrellas más sin clasificar	6,786
Porcentaje de habitaciones 1 a 5 estrellas	79 %
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2011	1,146,978
Porcentaje de Ocupación promedio 2011	45%
Porcentajes de ocupación más altos	Julio, octubre y noviembre
Estadía promedio	1.28

Fuente: Sedetur, Datatur



Dirección General de Planeación
 Dirección de Información y Análisis



Visitantes y Derrama Económica Estimada 2011

Visitantes

Categoría	León	Estado	Proporción León/Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	1,146,978	2,976,899	39%
Turistas en otros establecimientos comerciales	106,483	887,523	12%
Turistas en establecimientos no comerciales	1,274,758	4,641,004	27%
Excursionistas	2,683,380	9,984,630	27%
Totales	5,211,599	18,490,056	28%

Derrama Económica Estimada

Categoría	León	Estado	Proporción León/Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	\$2,768,801,995	\$5,984,344,827	39%
Turistas en otros establecimientos comerciales	\$758,871,142	\$5,390,482,143	12%
Turistas en establecimientos no comerciales	\$6,918,784,845	\$20,364,894,660	27%
Excursionistas	\$4,808,885,810	\$9,172,890,771	27%
Totales	\$15,255,343,792	\$40,912,612,401	28%

Fuente: Datatur-Sector, Estudio del Perfil del Turista 2011, Sedetur.

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Casa rentada, Campamentos 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

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

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

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis



