

Actividad Turística y Perfil del Visitante 2009

Celaya-Salamanca 2009



Indicadores de la Actividad Turística en Celaya-Salamanca

Estudio del Perfil del Visitante a Celaya-Salamanca

- 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 las ciudades de Celaya y Salamanca

Celaya

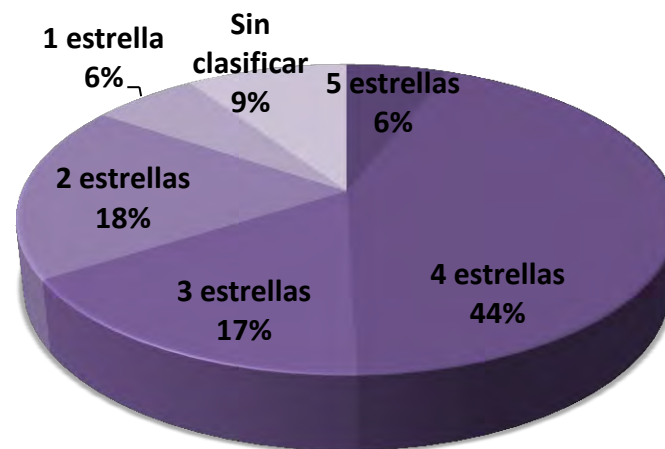
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	39
Alimentos y bebidas	148
Balnearios	3
Campos de golf	2
Agencias de viaje	32
Empresas arrendadoras de automóviles	3
Centros de congresos y convenciones	35
Transportadoras turísticas	29

Fuente: Sedetur. Actualización enero 2010

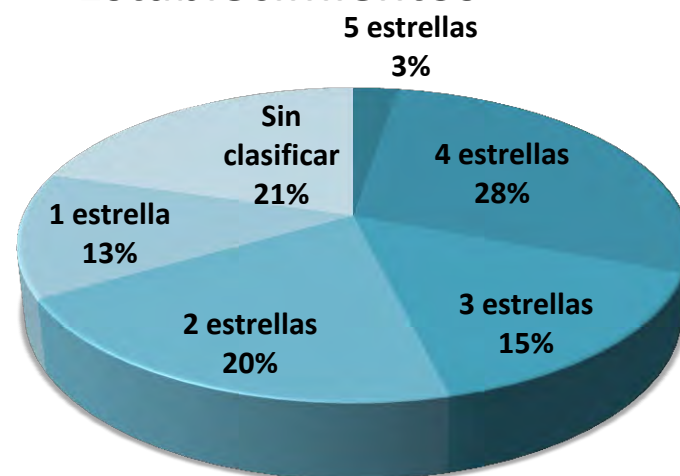
Inventario de hospedaje		
Categoría	Establecimientos	Cuartos
5 estrellas	1	126
4 estrellas	11	935
3 estrellas	6	352
2 estrellas	8	394
1 estrella	5	132
Sin clasificar	8	201
Total	39	2,140

Fuente: Sedetur, enero 2010

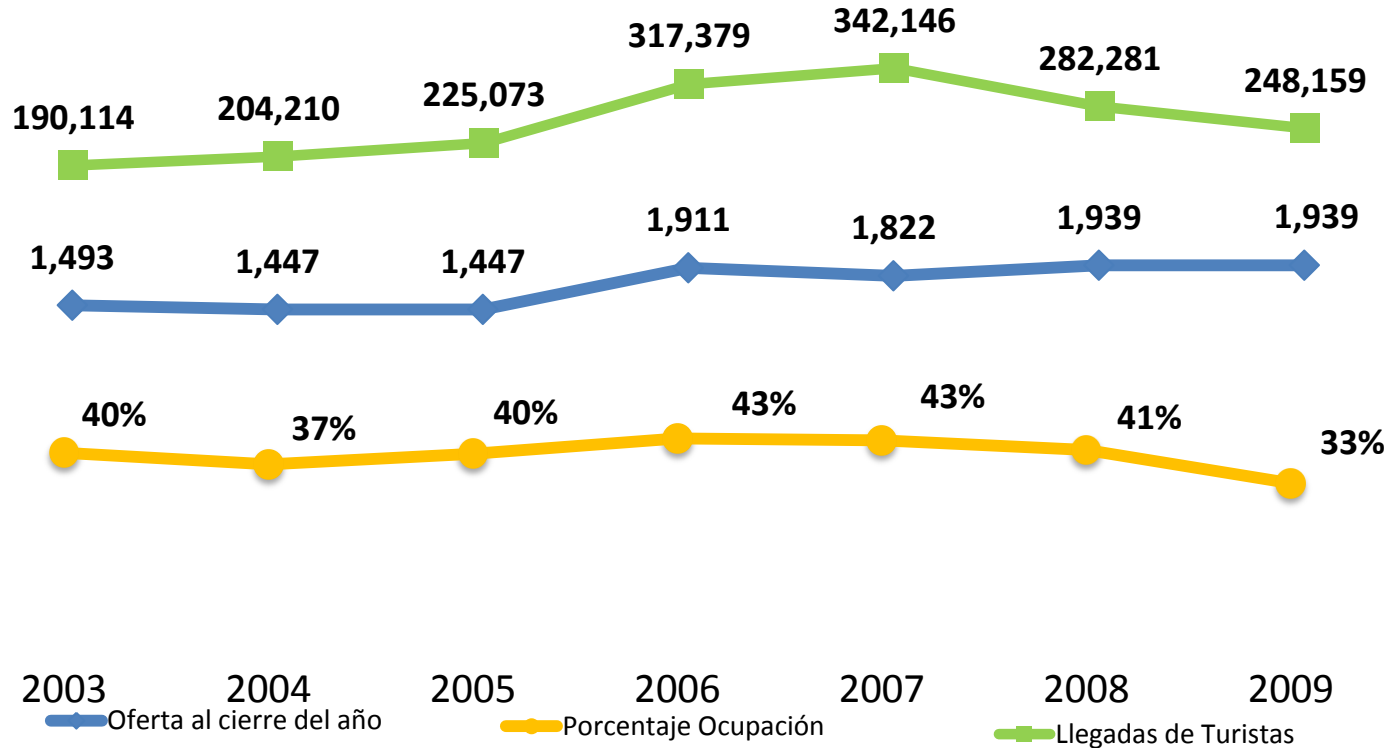
Cuartos



Establecimientos



Celaya



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

Celaya



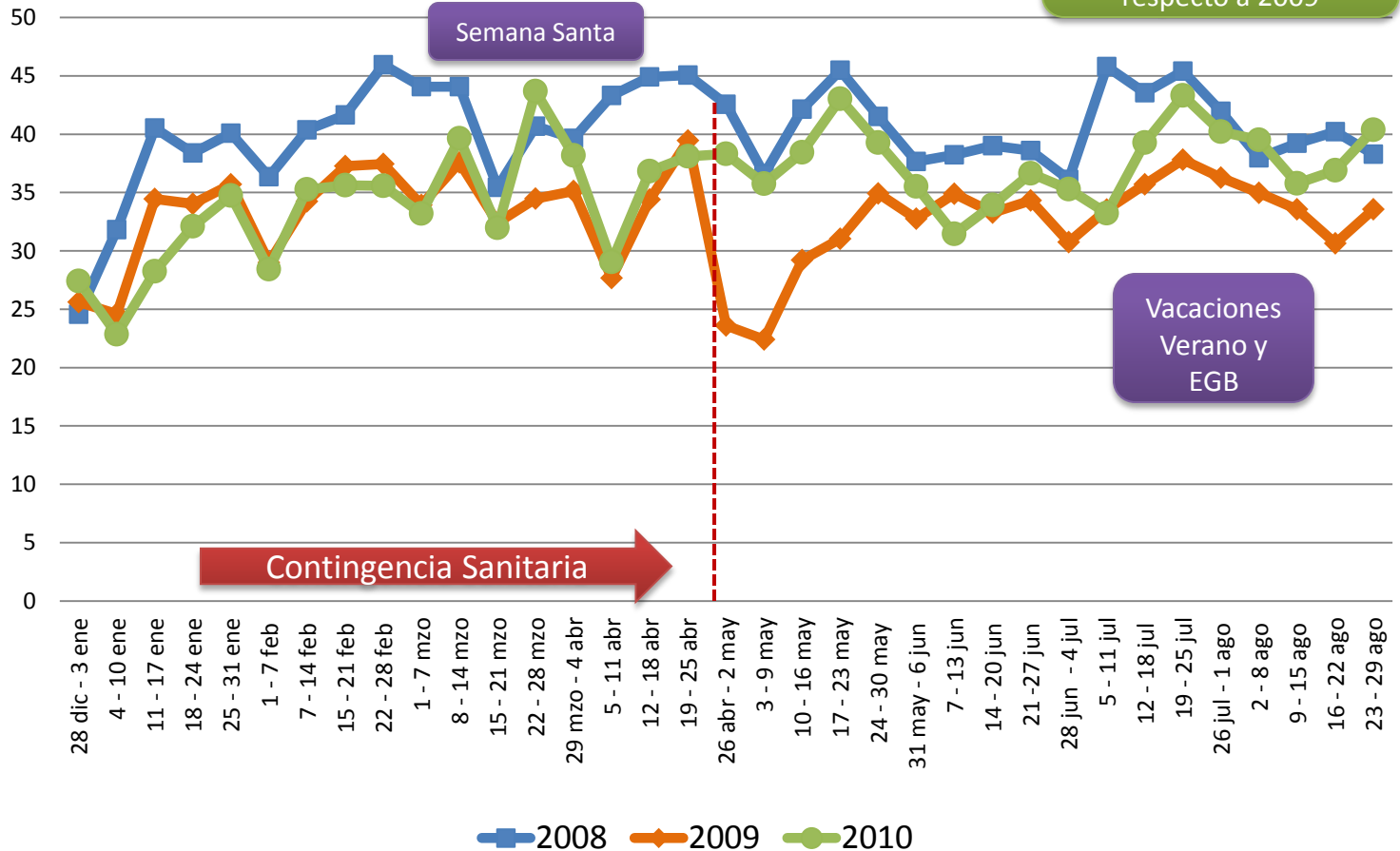
Variaciones en mayo 2009 vs. 2008

La llegada de turistas mensual disminuyó en un (-)27%.

La ocupación hotelera cayó en 13 puntos porcentuales: de 42% a 29%.

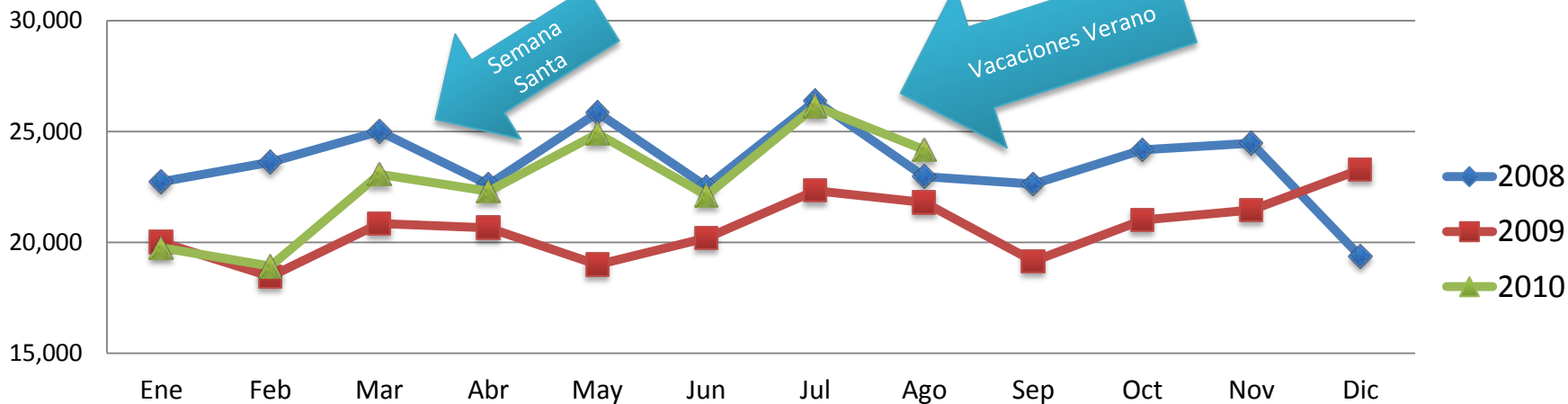
Porcentaje de ocupación semanal 2008-2010

En 2010 se observa una recuperación con respecto a 2009

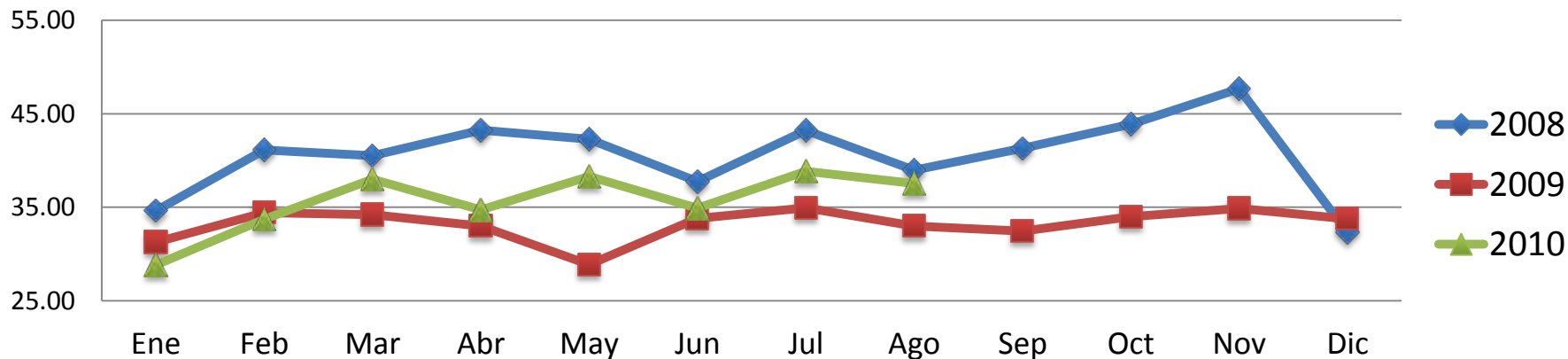


Celaya

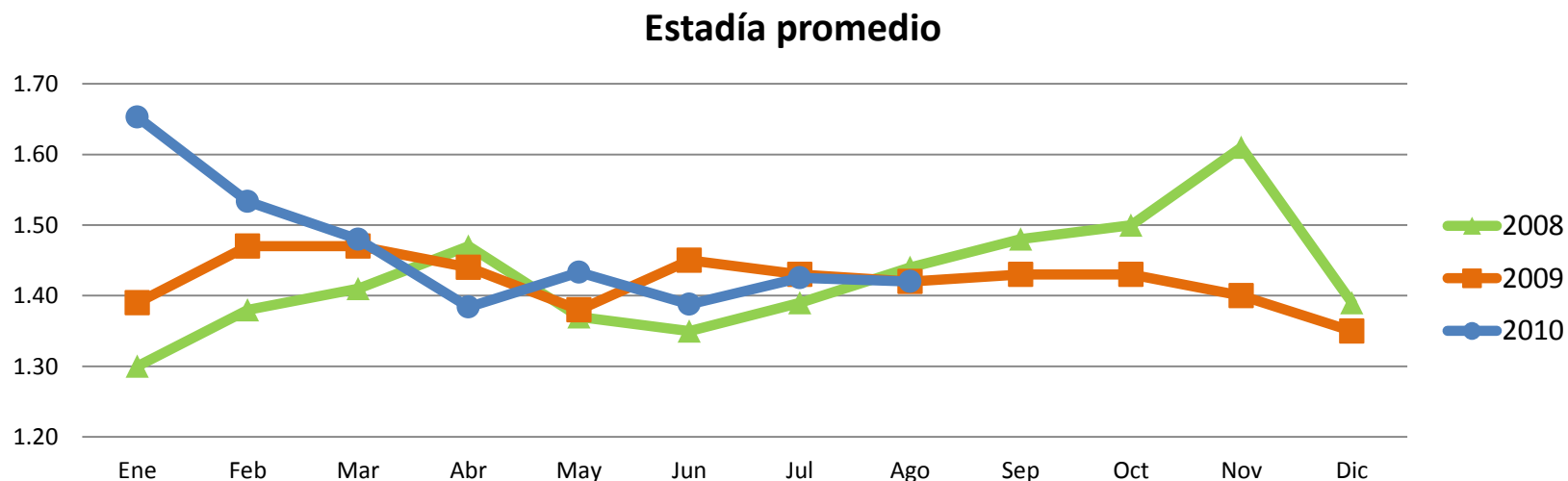
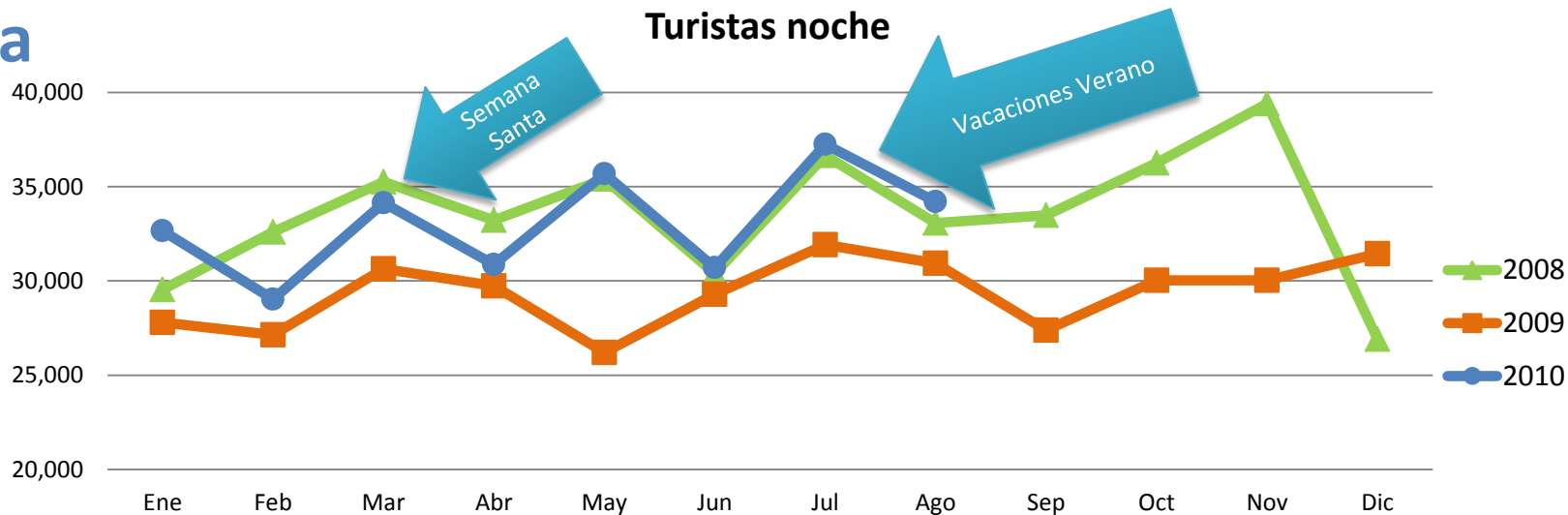
Llegada de turistas



Porcentaje de Ocupación



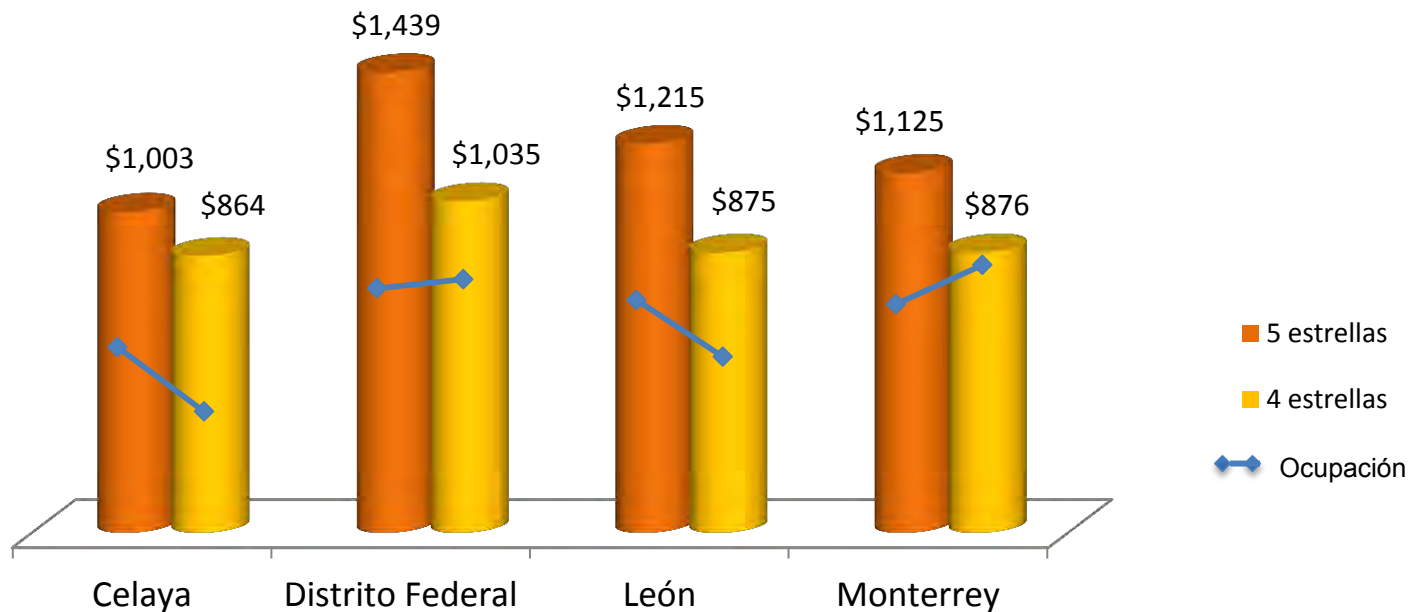
Celaya



Diferencia con otros destinos

Tarifas y ocupación en Hoteles				
	Celaya	Distrito Federal	León	Monterrey
5 estrellas				
Tarifa	\$1,003	\$1,439	\$1,215	\$1,125
Ocupación	41%	48%	47%	46%
4 estrellas				
Tarifa	\$864	\$1,035	\$875	\$876
Ocupación	34%	49%	40%	51%

Fuente: Sondeo realizado en junio 2010.



Celaya

Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	2,140
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	91%
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2009	248,159
Porcentaje de Ocupación promedio 2009	33%
Porcentajes de ocupación más altos	Julio, Noviembre
Estadía promedio	1.42

Salamanca

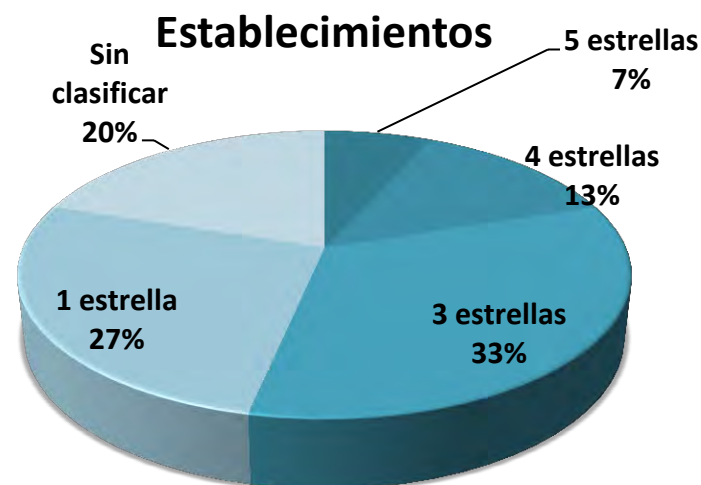
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	15
Alimentos y bebidas	82
Balnearios	3
Campos de golf	1
Agencias de viaje	14
Centros de congresos y convenciones	1
Transportadoras turísticas	11

Fuente: Sedetur. Actualización enero 2010

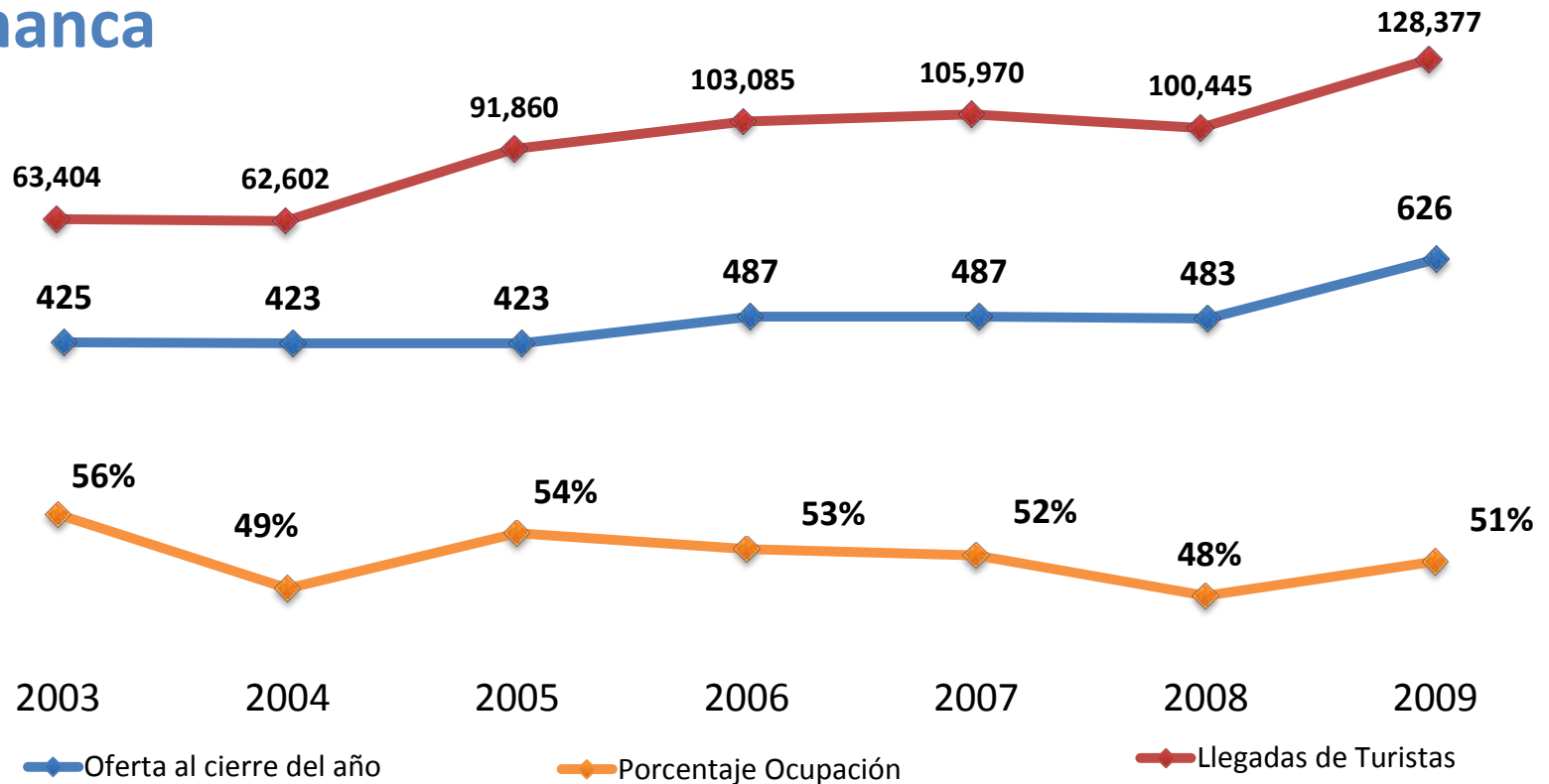


Inventario de hospedaje		
Categoría	Establecimientos	Cuartos
5 estrellas	1	103
4 estrellas	2	117
3 estrellas	5	227
1 estrella	4	119
Sin clasificar	3	75
Total	15	641

Fuente: Sedetur, enero 2010



Salamanca

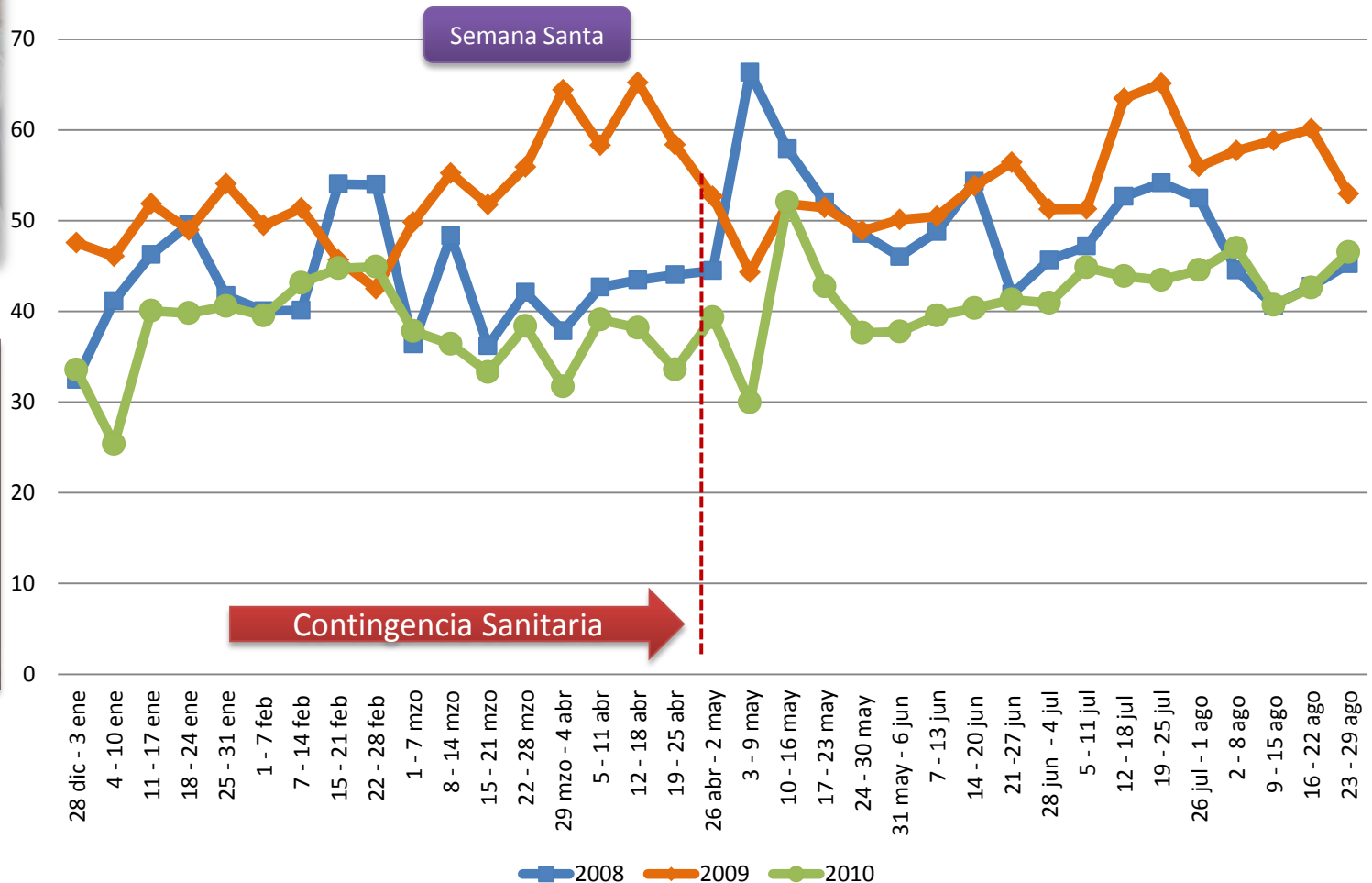


Los indicadores tienen una fuerte relación entre sí, siguen la misma tendencia. En algunas situaciones la ocupación con relación a la oferta sigue la tendencia contraria. En 2009 se presentó una situación atípica en Salamanca por lo que incrementó la ocupación promedio.

Salamanca



**Porcentaje de ocupación semanal
2008-2010**

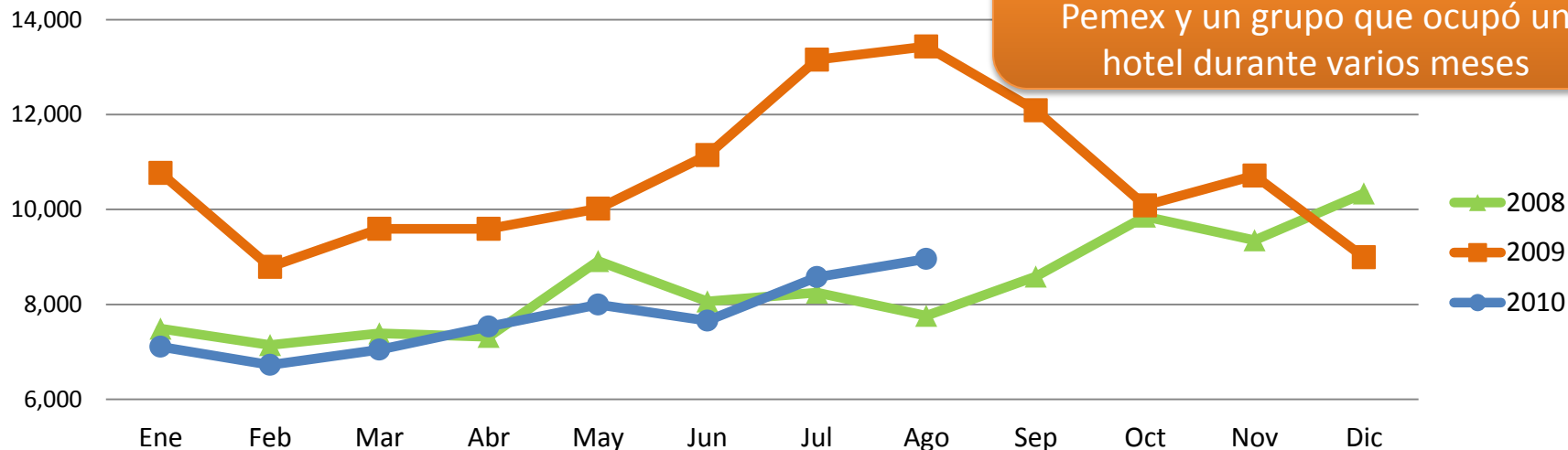


Variaciones en mayo 2009 vs. 2008
La ocupación hotelera cayó en 6 puntos porcentuales: de 55% a 49%.

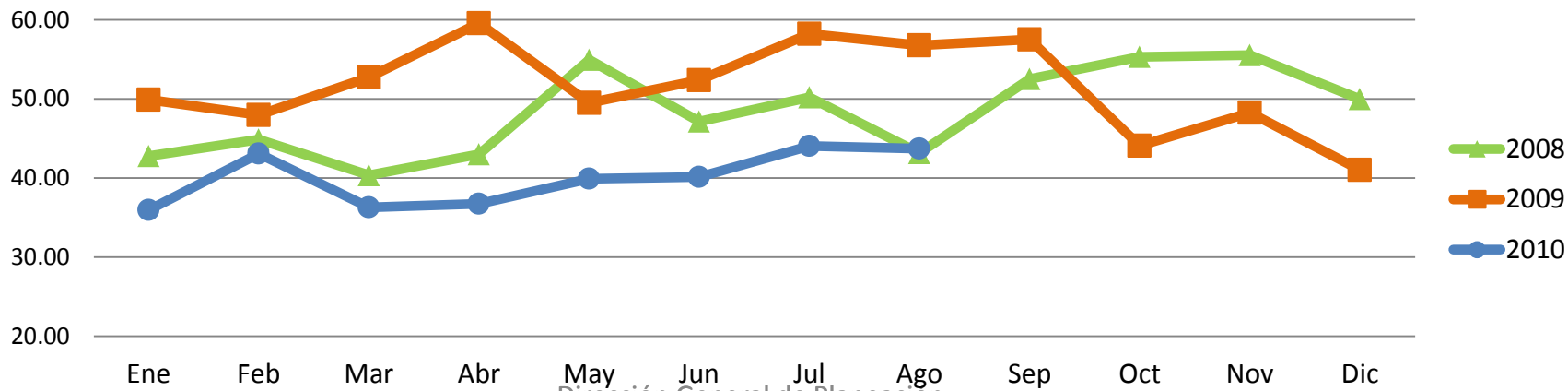
Salamanca

Llegada de turistas

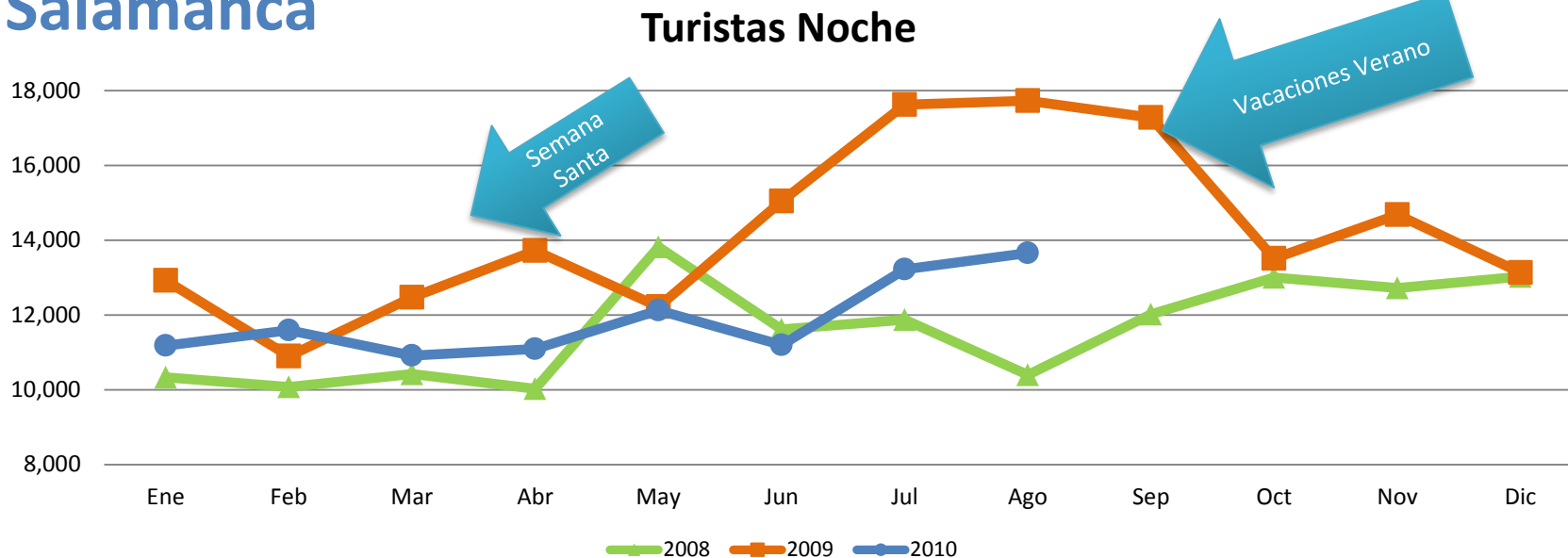
En 2009 se presentó una situación atípica: personal de Pemex y un grupo que ocupó un hotel durante varios meses



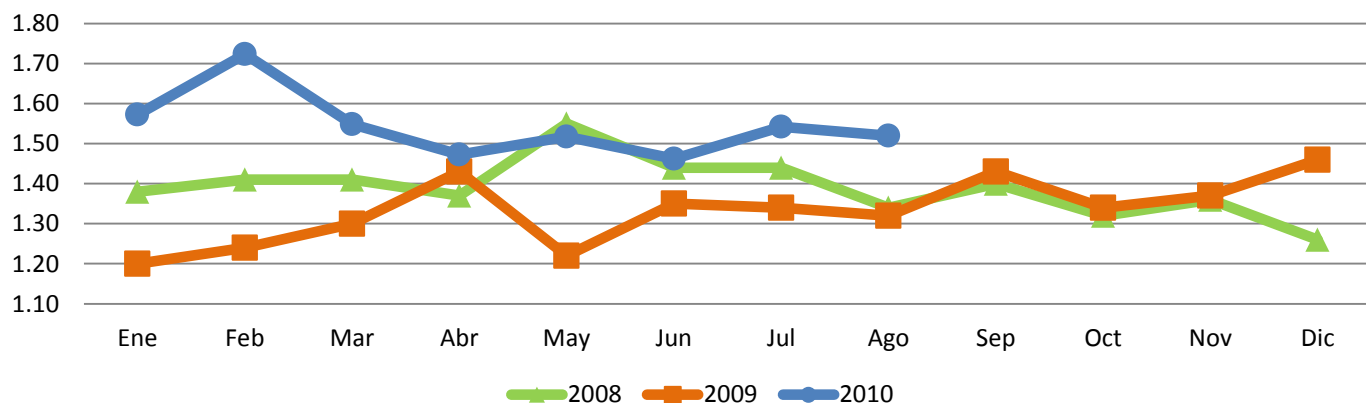
Porcentaje de Ocupación



Salamanca



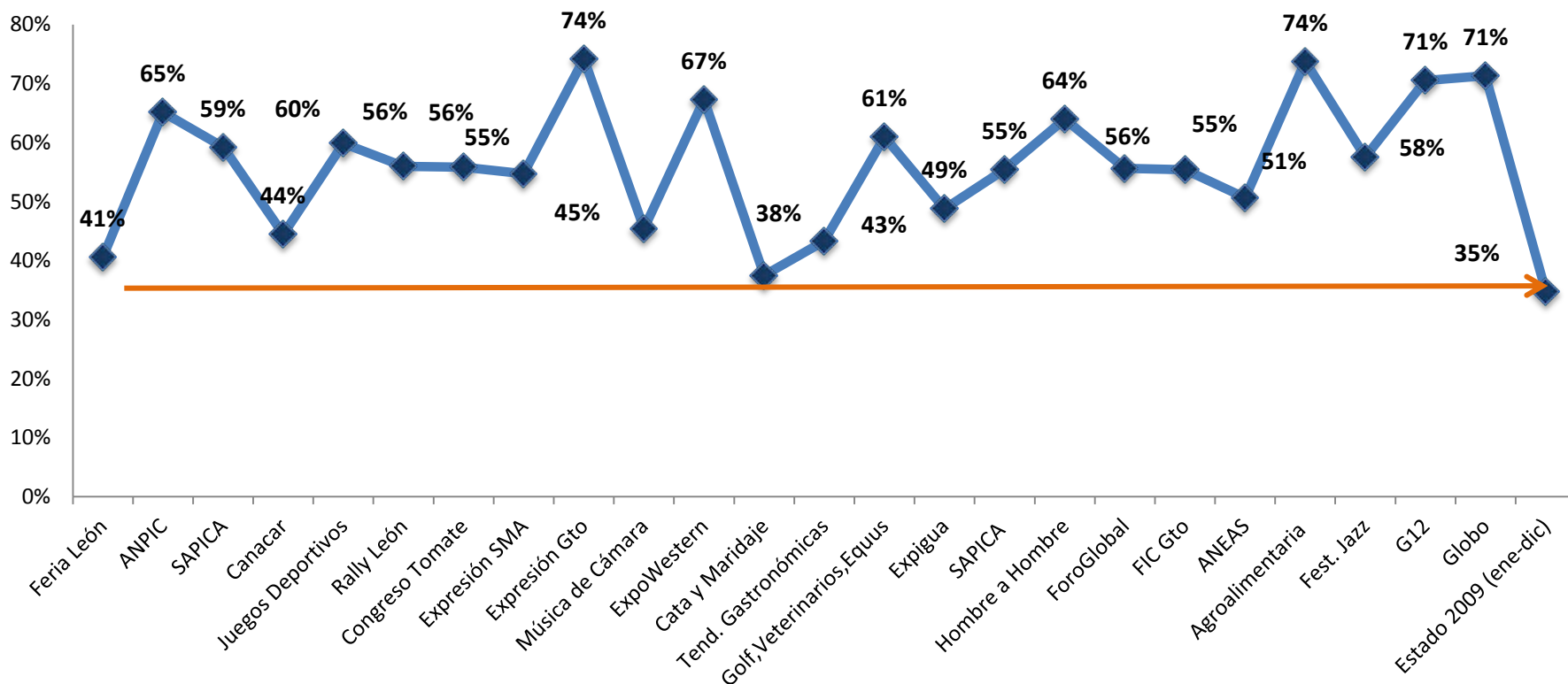
Estadía promedio



Las noches promedio de estancia en Salamanca se han incrementado en 2010

Los eventos especiales, festivos y congresos y convenciones benefician la actividad turística del destino

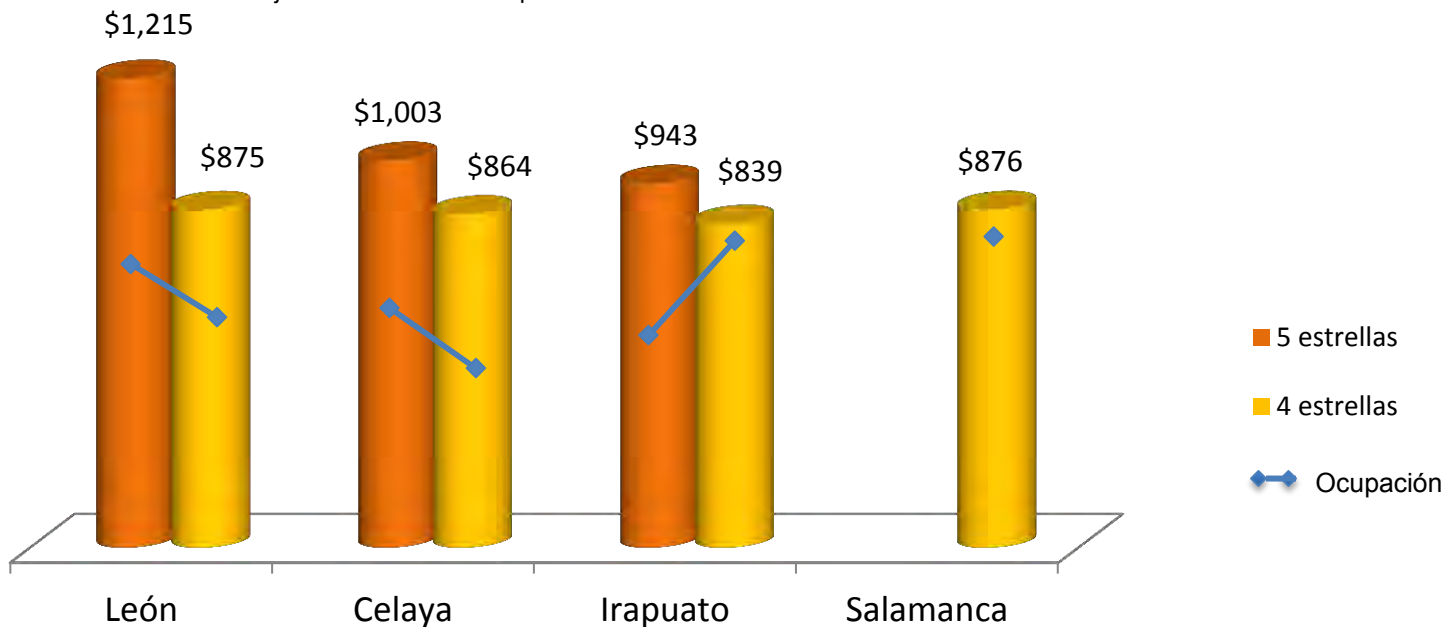
**Porcentaje de ocupación (días)
Eventos 2009**



Diferencia con otros destinos

Tarifas y ocupación en Hoteles				
	León	Celaya	Irapuato	Salamanca
5 estrellas				
Tarifa	\$1,215	\$1,003	\$943	
Ocupación	47%	41%	38%	ND
4 estrellas				
Tarifa	\$875	\$864	\$839	\$876
Ocupación	40%	34%	50%	50%

Fuente: Sondeo realizado en junio 2010. ND. No Disponible



Salamanca



Holiday Inn
Express & Suites


- 103 habitaciones
- Inversión estimada superior a los \$117 millones de pesos
- 96 empleos generados
- Habitaciones Inteligentes
Habitación controlable mediante control remoto de la T.V.
- Restaurante
- Centro de negocios
- Salones para eventos



Fuente: Sedetur

Salamanca

Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	641
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	88%
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2009	128,377
Porcentaje de Ocupación promedio 2009	51.43%
Porcentajes de ocupación más altos	Julio y agosto
Estadía promedio	1.33



Estudio del Perfil del Visitante a las ciudades de Celaya y Salamanca

Tipo de entrevista

Cara a cara

Muestra:

**Total entrevistas efectivas 877;
levantadas en Celaya y
Salamanca, la captura en el
sistema se realizó como destino
en conjunto.**

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 julio al 31 de diciembre de
2009

Levantamiento y Captura:
Universidad de Guanajuato

Análisis: Cestur

El genero de los visitantes esta superado por los hombres en los dos periodos.

Hay una mayor concentración de turistas, sin embargo; se sugiere difundir con mayor impacto los productos turísticos ofreciendo paquetes para incrementar la estadía.

Sexo del Visitante a Celaya-Salamanca



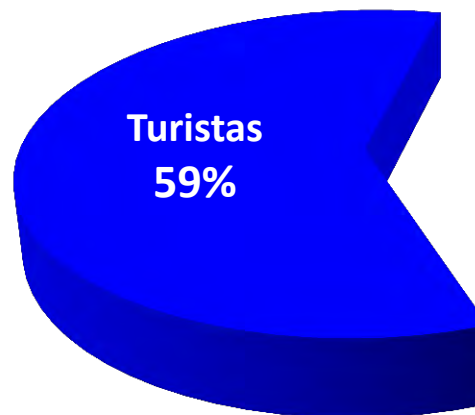
Mujer

41%



Hombre

59%



Celaya 2008 → **53%**
Salamanca 2008 → **49%**

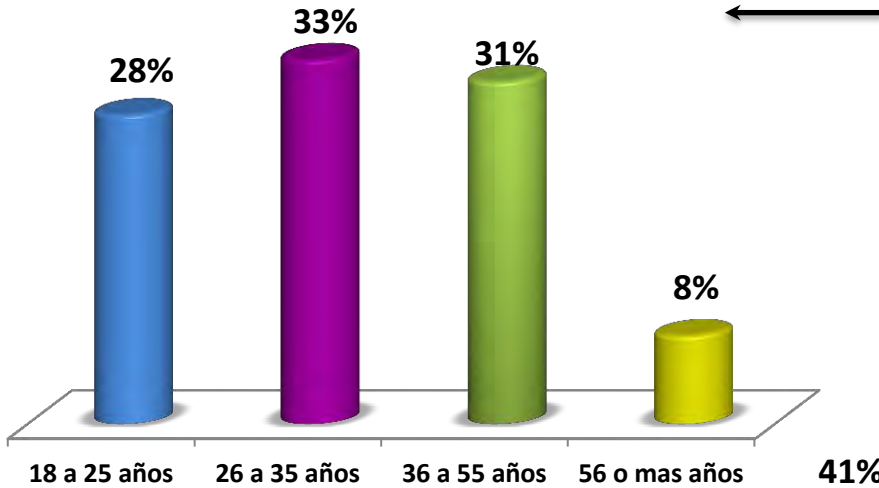
47%
51%

48%
36%

52% ← Celaya 2008
64% ← Salamanca 2008

Edad y composición del hogar

Edad del Turista

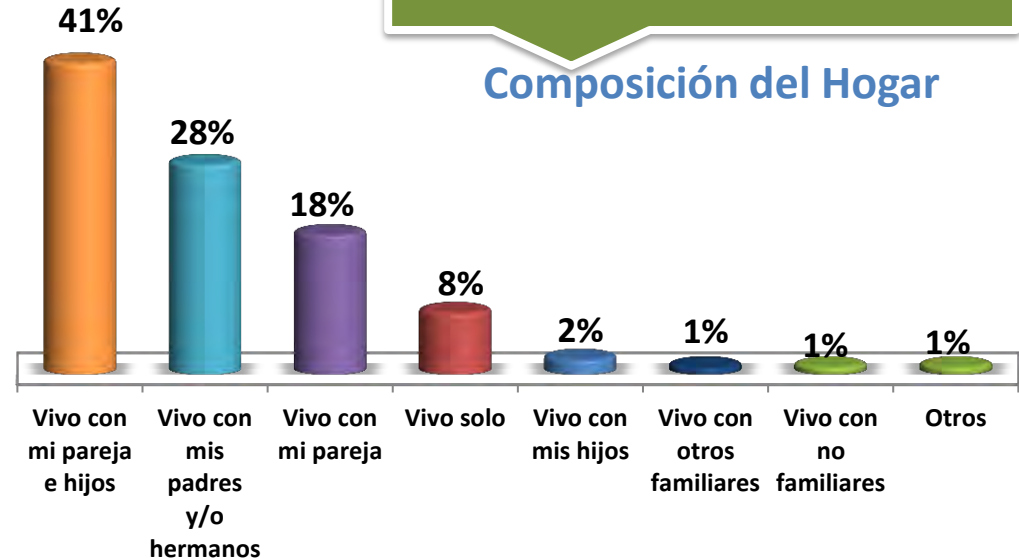


Edad promedio 2009: 34 años
Edad promedio Celaya 2008: 27 años
Edad promedio Salamanca 2008: 31 años

El 67% de los visitantes viven con su pareja e hijos o con padres y/o hermanos, lo que nos indica que nuestro mercado meta demanda productos familiares que satisfagan las necesidades de cada integrante.

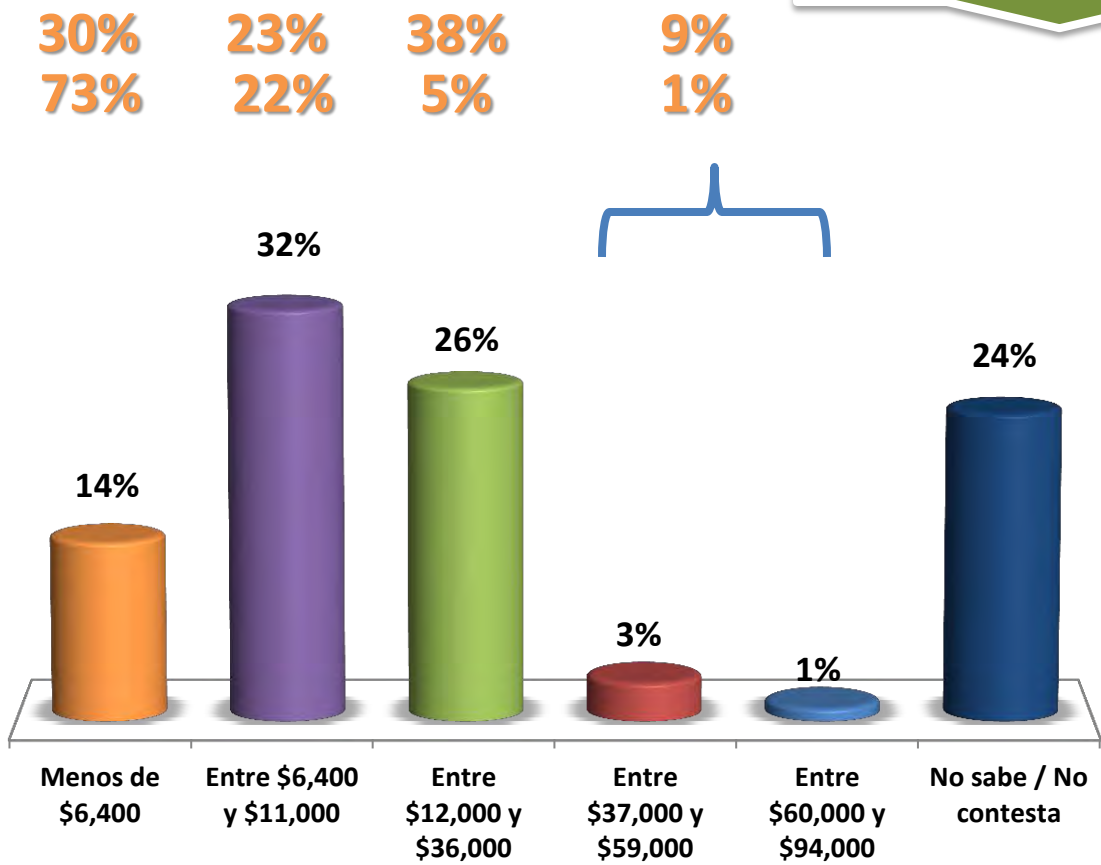
Un 64% de los visitantes son adultos de entre 26 a 55 años de edad, por lo que los productos turísticos se sugiere enfocarlos a este segmento, sin descuidar al segmento de los jóvenes y adultos jóvenes ya que representan un 28%

Composición del Hogar



Ingresos Mensuales

El 58% de los visitantes reportaron tener un ingreso familiar de entre \$6,400 a \$36,000; lo que nos indica que se deben tomar en cuenta estos niveles de ingresos para crear producto al alcance de este segmento de personas.



← Celaya 2008
← Salamanca 2008



Resumen Perfil General

Concepto	Información Relevante
Hombres	59%
Mujeres	41%
Turistas	59%
Excursionistas	41%
Edad promedio	34 años
Composición del Hogar	Viven con pareja e hijos (40%)
Ingresos Mensuales	De \$6,400 a \$11,000 (32%, NSE C)

Lugar de residencia

Contigo Vamos

Origen del Visitante



49%

58%

67%



47%

40%

31%



4%

2%

2%

← Celaya 2008

← Salamanca 2008

El porcentaje de los visitantes nacionales y estatales fue muy similar, sin embargo durante 2009 este porcentaje (nacionales) se incrementó considerablemente en comparación con el año anterior; el visitante nacional en su mayoría nos visita de Estados cercanos a Guanajuato. En cuanto a visitantes extranjeros Estados Unidos tiene el primer lugar.

Origen del Visitante Internacional

Lugar	%
Estados Unidos	82%
Alemania	6%
Noruega	6%
Costa Rica	3%
Honduras	3%

Origen del Estatal

Municipio	%	Municipio	%
Irapuato	13%	Villagrán	5%
León	12%	Salvatierra	4%
Cortázar	6%	San Miguel de Allende	1%
Guanajuato Capital	6%	Otros	53%
Total		Total	100

Origen del Visitante Nacional

Estado	%	Estado	%
DF/Edo. Mex.	18%	Puebla	3%
Querétaro	15%	Aguascalientes	2%
Michoacán	10%	Zacatecas	4%
Jalisco	9%	Otros	28
Nuevo León	6%	Total	100
San Luis Potosí	5%		

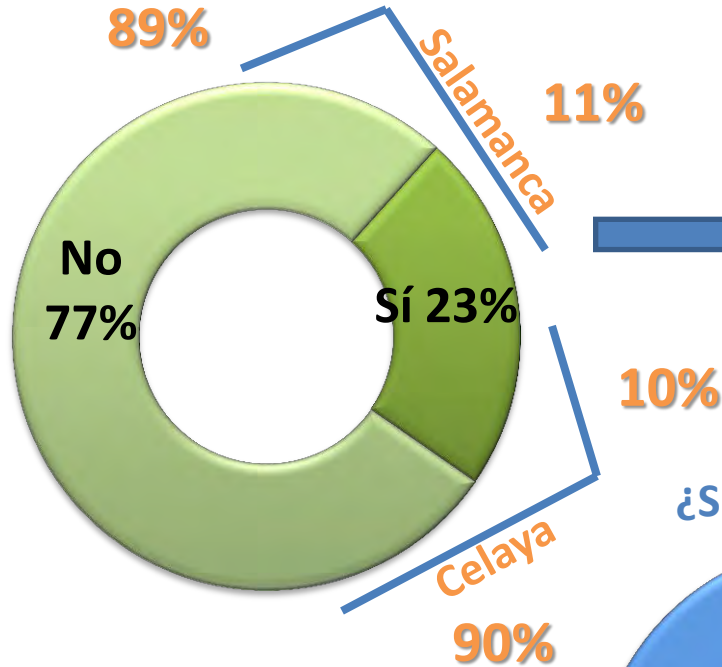
Resumen Procedencia del Visitante

Concepto	Información Relevante
Estatad	49%
Nacional	47%
Extranjero	4%
Principales Visitantes Estatales	Irapuato León Cortázar Guanajuato Capital
Principales Visitantes Nacionales	DF y Edo Mex. Querétaro Michoacán
Principales Visitantes Internacionales	Estados Unidos Alemania

Movilidad del visitante y paquetes turísticos

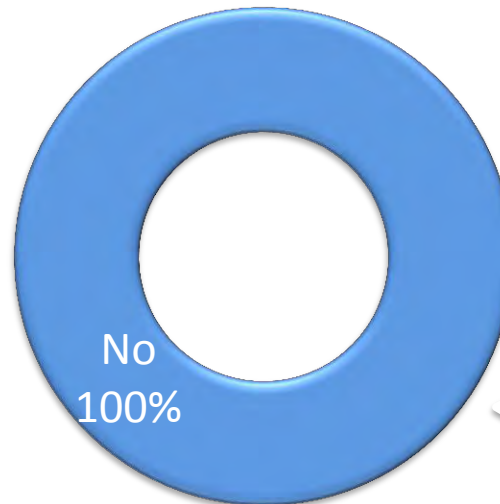
¿Dígame si visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?

¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?



Ciudades	Total Anual
León	6%
Guanajuato	4%
Irapuato	2%
Querétaro	2%
San Miguel de Allende	2%
Salamanca	1%
Cortázar	1%
Dolores Hidalgo	1%
Morelia	1%
Otros	3%
No Contestó	77%

¿Su viaje forma parte de un paquete?



Destino	Sí	No
Celaya	2%	98%
Salamanca	3%	97%

En 2009 un 23% visitó otras ciudades, principalmente del Estado, es necesario incrementar los esfuerzos para crear rutas dentro del destino como en otras Entidades para hacer atractiva la visita.

Los visitantes no están viajando al destino por la compra de paquetes turísticos, es importante crear alianzas con operadores turísticos nacionales e internacionales que promuevan el destino.

PLANEACIÓN DE VIAJE

Distribución del visitante

Contigo Vamos



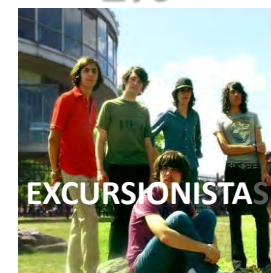
Celaya 2008
Salamanca 2008



32%
32%
26%

21%
14%
18%

3%
5%
1%



Celaya 2008
Salamanca 2008



1%
1%
3%

2%
1%
--

41%
47%
51%

Los turistas de hospedaron con familiares y amigos principalmente, seguido de hotel. 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, asimismo es necesario contar con tarifas atractivas para que el visitante opte por hospedarse en establecimientos comerciales.

¿Con quién viaja en estos momentos?



Celaya 2008
Salamanca 2008



24%
36%
48%

76%
64%
52%

En 2009 un 76% de los visitantes llegaron acompañados, por lo que se deben ofrecer 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.

Acompañantes	2009	Celaya 2008	Salamanca 2008
Amigos	18%	8%	17%
Cónyuge/ Pareja	24%	45%	52%
Familia	54%	70%	42%
Gente relacionada con mi trabajo	4%	3%	6%
Grupo de Viaje (Tour)	NA	1%	1%
Total	100 %	NA	NA

Los viajes en pareja y familia deberán ser el mercado meta de las estrategias informativas y promocionales para la atracción de este segmento.

NOTA: No aplica porque la suma es mayor a 100% debido a que se aceptaban respuestas múltiples

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

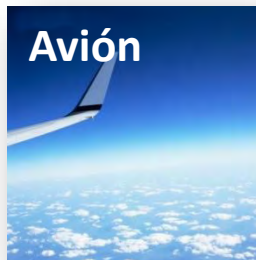
Rango de edades de los acompañantes	2009	Celaya 2008	Salamanca 2008
Número de adultos mayores de 18 años	2.85	ND	ND
Número de adolescentes entre 12 y 18 años	1.51	ND	ND
Número de niños menores de 12 años	1.61	ND	ND
Promedio Total de personas	3.67	2.5	2.2

Medio de transporte utilizado para llegar a este destino

52%



4%



43%



1%



Celaya 2008



53%

2%

45%

1%

Salamanca 2008



58%

1%

41%

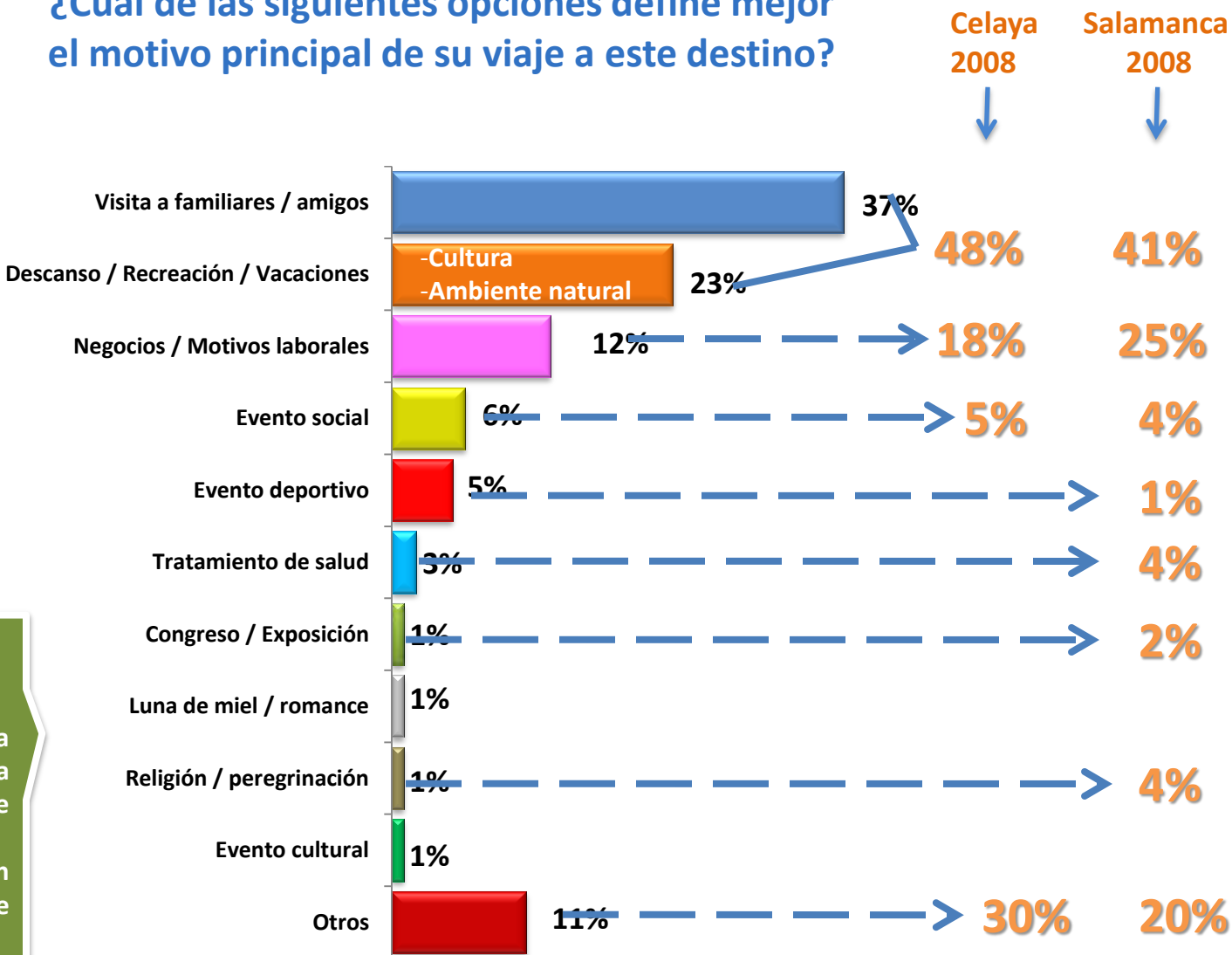
--

El principal medio utilizado para llegar al destino fue el automóvil, por lo se sugiere aprovechar para realizar promociones como pago de gasolina o casetas. Sin embargo, el camión también muestra un alto uso, por lo que sería conveniente crear estrategias promocionales como hacer descuentos en establecimientos mostrando su boleto de camión.

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	León Guanajuato Irapuato
Si el viaje forma parte de un paquete	NO 100%
Principal opción de hospedaje	Casa Familiares y Amigos
Con quién viaja en estos momentos	Familia
Promedio de acompañantes	3.67 personas
Medio de transporte utilizado	Automóvil

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



Visitar a familiares/amigos fue la principal razón del viajero a la ciudad, seguido de descanso/recreación/vacaciones, se recomienda innovar en productos turísticos especialmente para estas actividades.

Resumen Motivo de Visita

Concepto	Información Relevante
Principal motivo de visita	Visita a Familiares y Amigos
Razones que motivó más su visita de descanso o placer a este destino	- Cultura del destino - Ambiente Natural y Belleza del paisaje

Promedio de gasto por persona

Gasto del visitante por viaje

	Visitante	Desde que salió hasta que llegó al destino	En el destino	De regreso a su origen
CELAYA	Turista	27%	52%	21%
	Excursionista	22%	53%	25%
SALAMANCA	Turista	37%	49%	14%
	Excursionista	29%	62%	9%

Distribución promedio del gasto del Turista



HOSPEDAJE

- CELAYA 35%
- SALAMANCA 24%



TRANSPORTE LOCAL

- CELAYA 11%
- SALAMANCA 11%



ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN

- CELAYA 11%
- SALAMANCA 15%



ALIMENTOS Y BEBIDAS

- CELAYA 11%
- SALAMANCA 13%



ARTESANÍAS

- CELAYA 10%
- SALAMANCA 5%



COMPRAS

- CELAYA 12%
- SALAMANCA 23%

OTROS

- CELAYA 11%
- SALAMANCA 8%

GASTO DEL VISITANTE

Promedio de gasto por persona

Promedio de Gasto por Persona

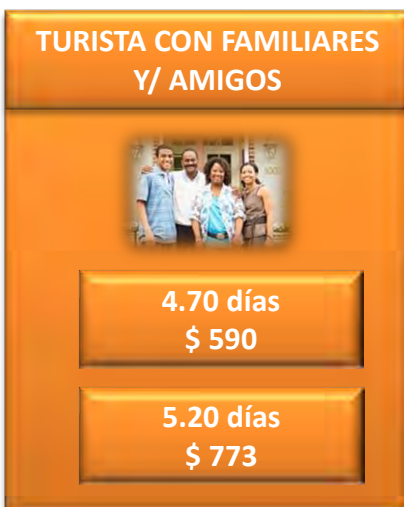
CELAYA →

SALAMANCA →



CELAYA →

SALAMANCA →



Visitantes y Derrama Económica Estimada				
Categoría	Total en personas		Derrama Económica	
	Celaya	Salamanca	Celaya	Salamanca
Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos	258,571	128,377	\$346,061,937	\$334,437,133
Turistas en otros establecimientos comerciales	88,504	10,409	\$473,761,835	\$18,937,441
Turistas en establecimientos no comerciales	572,675	208,179	\$1,602,545,308	\$910,940,010
Excursionistas	815,627	361,127	\$415,577,171	\$220,657,376
Totales	1,735,378	708,092	\$2,837,946,252	\$1,484,971,960

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. Excursionista es el visitante que no pernocta en el destino.

Resumen Gasto del Visitante

Concepto		Información Relevante	
		CELAYA	SALAMANCA
Gasto en el destino:	Excursionista	53%	49%
	Turista	52%	62%
Estadía de turista:	Hotel	1.42 días	1.33 días
	Depto. o casa rentada	13.90 días	3.28 días
	Depto. o casa propia	10.40 días	8.30 días
	Familiares o amigos	4.70 días	5.20 días
	Otros	1.00 día	-----
Derrama Económica estimada		\$2,837,946,252	\$1,484,971,960

Visitas anteriores

¿Ya había visitado anteriormente este destino?



78%

12% ← Celaya 2008
9% ← Salamanca 2008

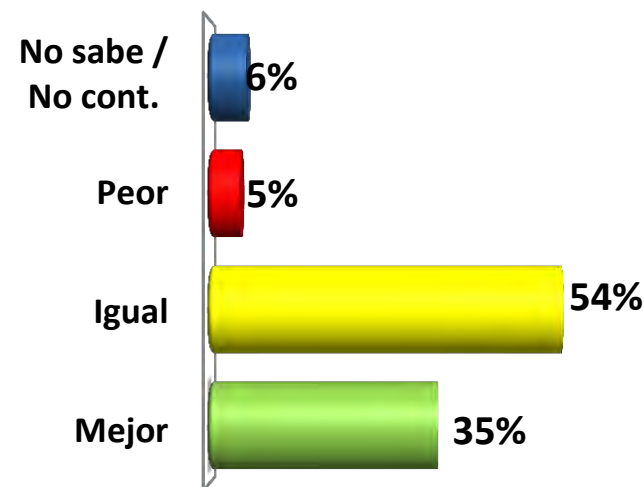


22%

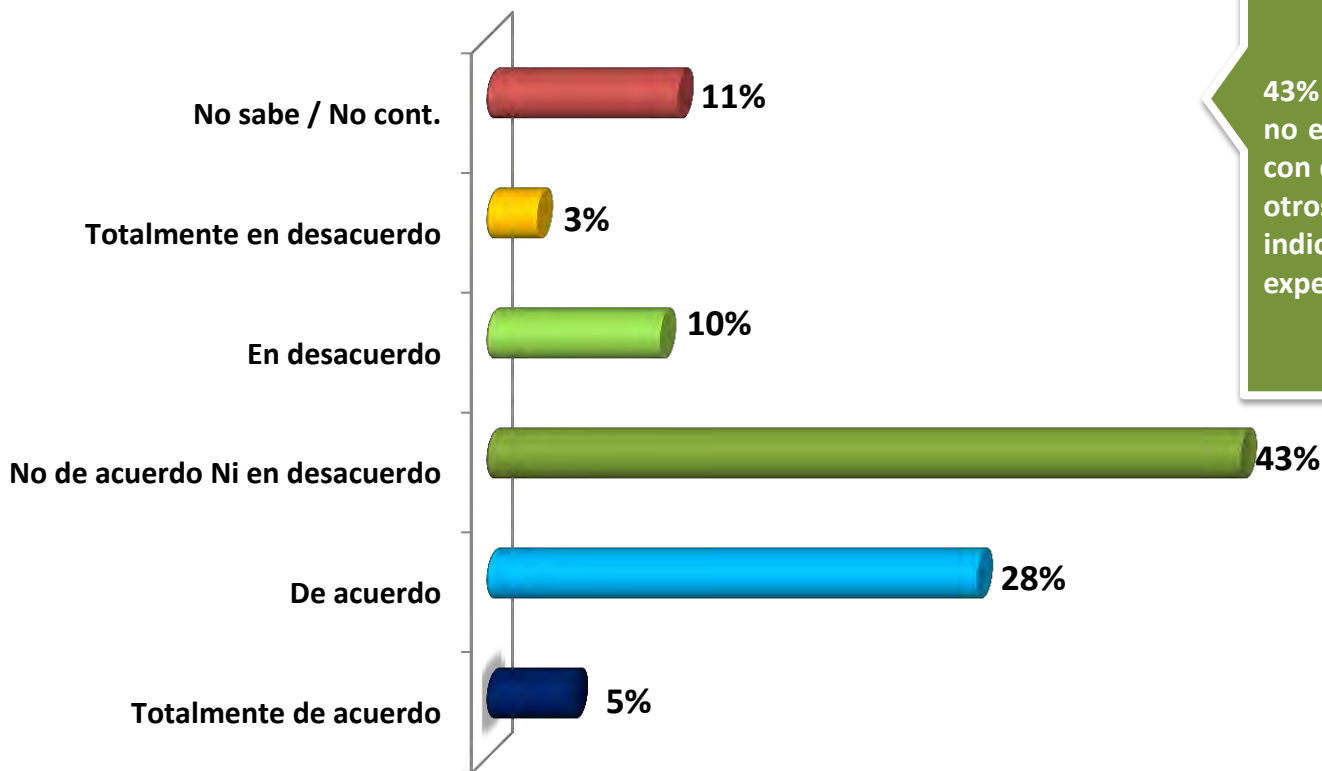
88% ← Celaya 2008
91% ← Salamanca 2008

El 35% tuvo una mejor experiencia en comparación de visitas anteriores, esto es muy positivo ya que se demuestra que los prestadores de servicios, gobierno y sociedad están brindándole el visitante una atención de mayor calidad, sin embargo, un 54% no está percibiendo cambios.

¿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?



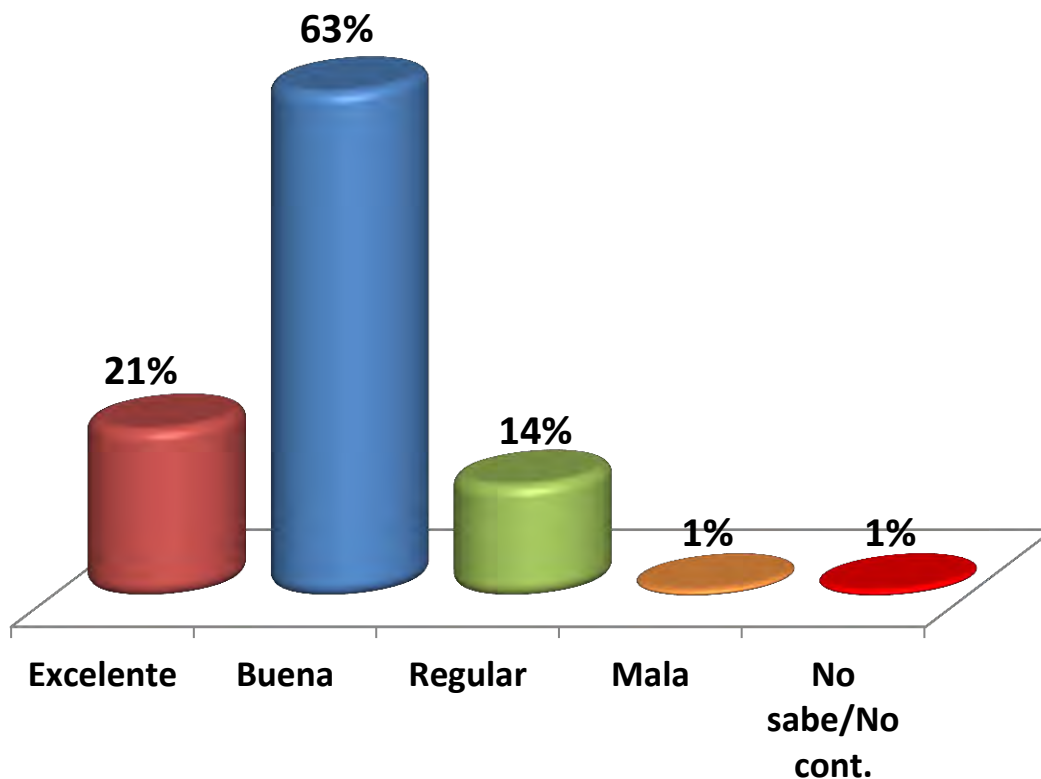
¿Qué tan de acuerdo está Ud. en que la experiencia que tuvo en este destino es mejor que el de otros destinos que ha visitado?



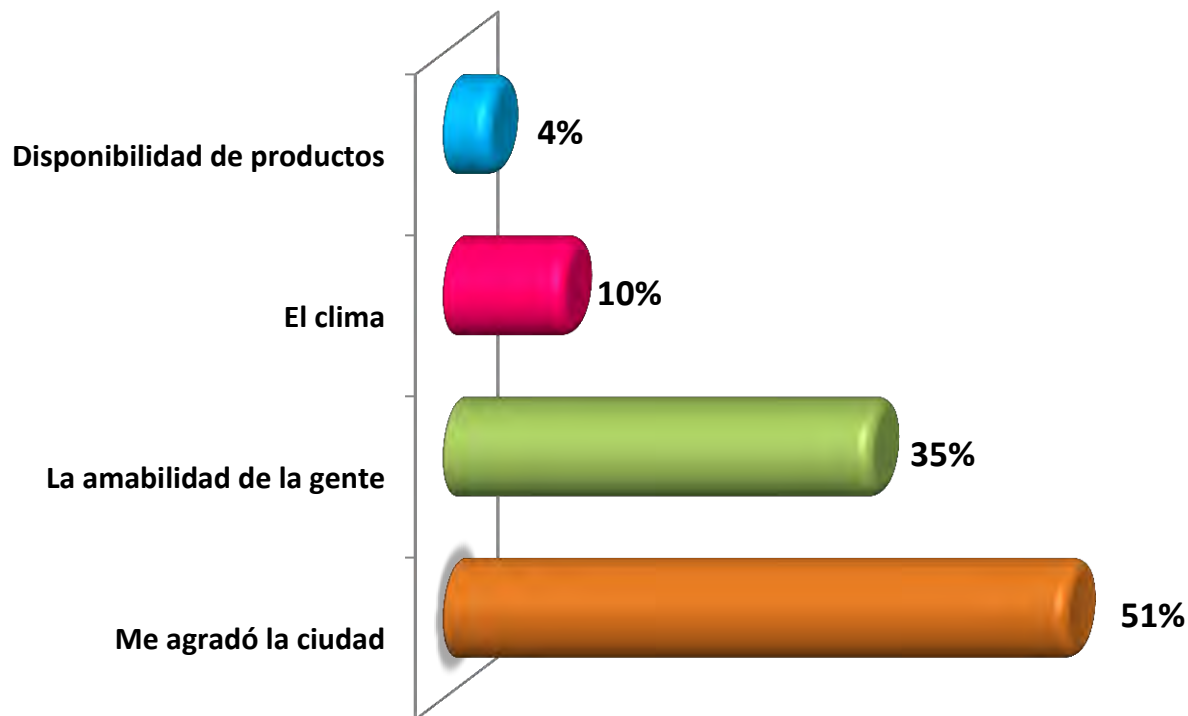
43% de los entrevistados mencionaron no estar de acuerdo ni en desacuerdo con que su visita fue mejor que visitar otros destinos. Estos testimonios indican que el visitante no tuvo una experiencia que hiciera la diferencia.

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

El 84% de los entrevistados mencionaron haber tenido una experiencia de excelente/buena; esto refleja la calidad y variedad de oferta que presenta la ciudad el destino. Es importante mantener y/o superar estas calificaciones.



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

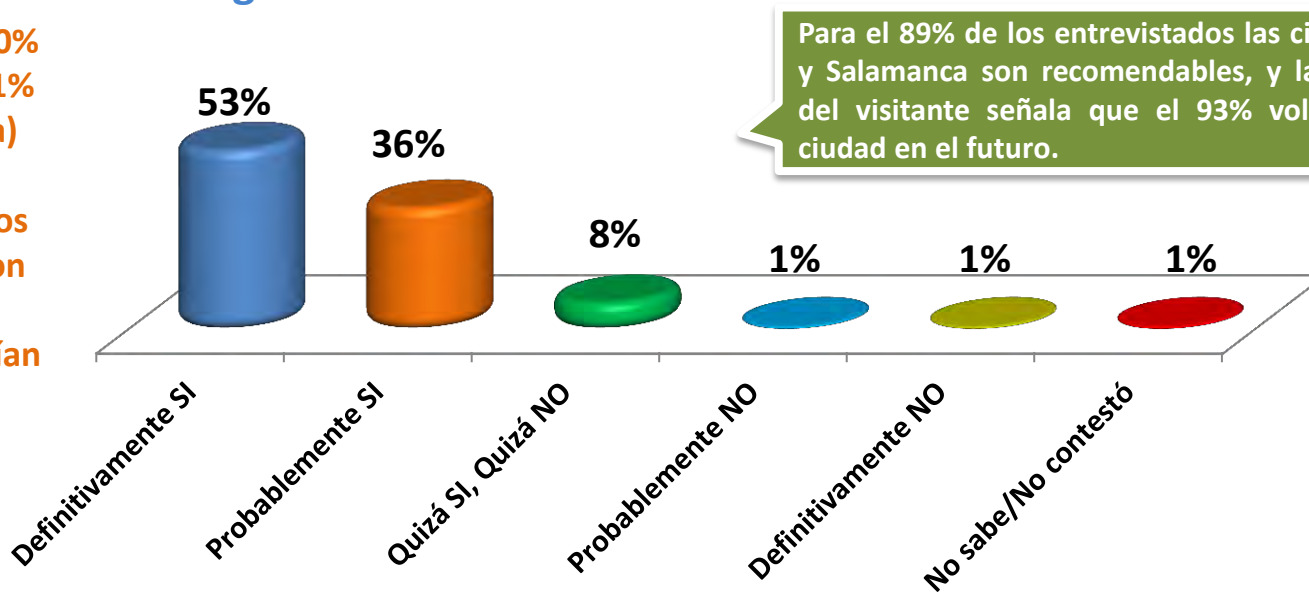


Un 86% comentó que le agradó la ciudad y la amabilidad de su gente; no hay que dejar de lado la importancia de contar con oferta turística atractiva ya que es lo que despierta el interés de los visitantes.

Las estrategias en promoción y publicidad deberán tomar en cuenta estos datos para aprovecharlos a favor de la imagen del destino.

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

En 2008 el 90% (Celaya) y 81% (Salamanca) de los entrevistados mencionaron que si recomendarían el destino.

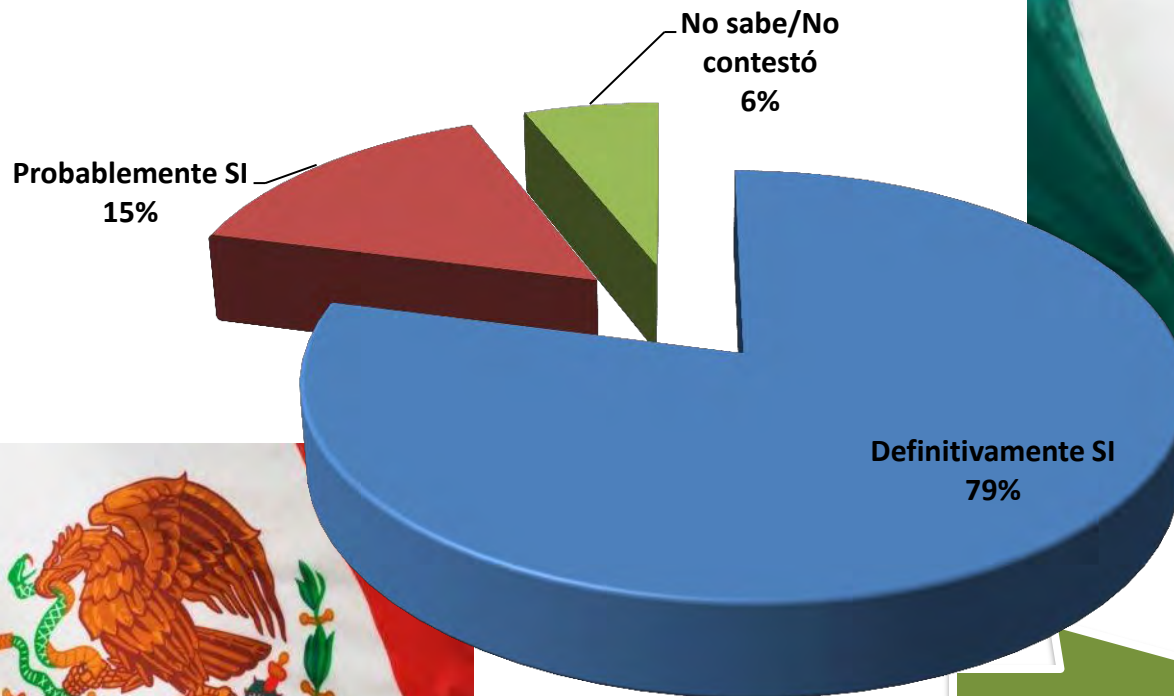


Para el 89% de los entrevistados las ciudades de Celaya y Salamanca son recomendables, y la tasa de retorno del visitante señala que el 93% volvería a visitar la ciudad en el futuro.

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

Respuesta	2009	Celaya 2008	Salamanca 2008
Definitivamente SI	62%	76%	43%
Probablemente SI	31%	19%	48%
Quizá sí, quizá NO	6%	4%	9%
No	0%	2%	0%

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



N: 33 encuestas

El 94% 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...



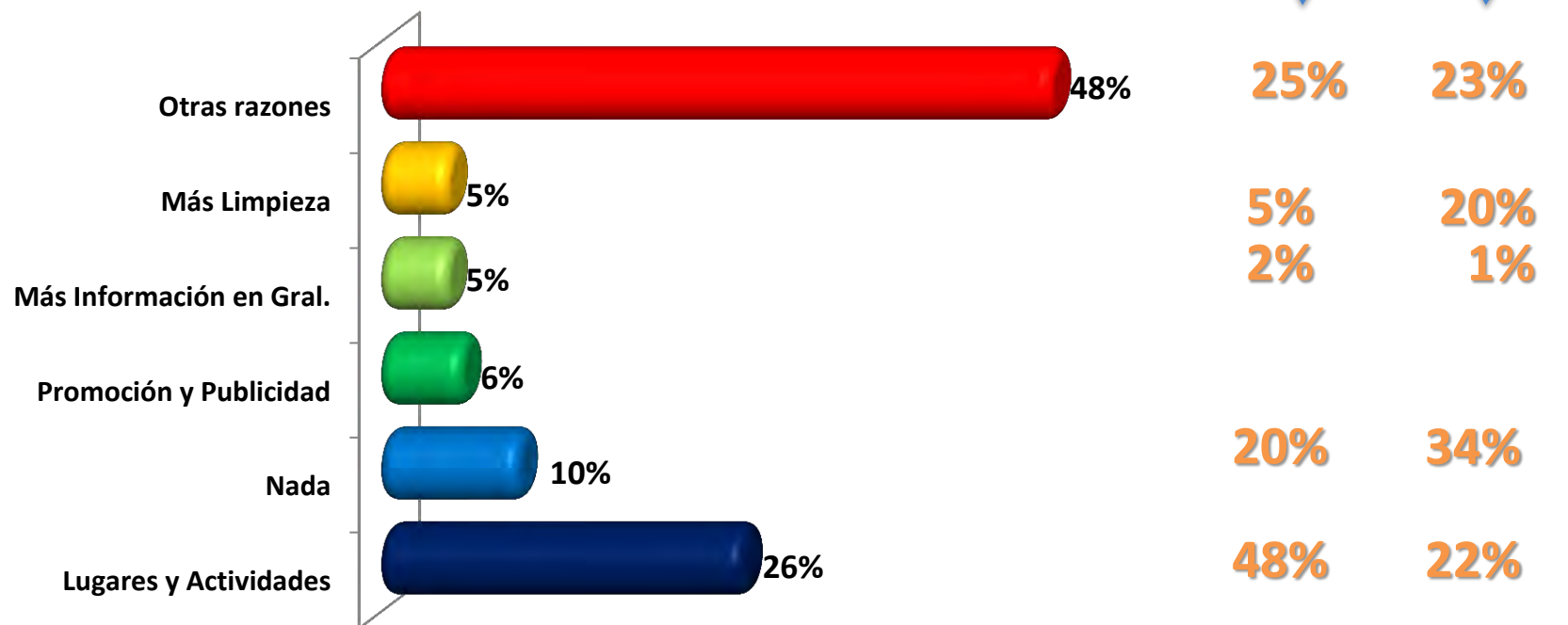
Calificación Destino = 6.43
Calificación General = 7.41

La calificación del destino fue de 6.43, fue una calificación baja, debemos de trabajar en mejorar la imagen y servicio de todos los aspectos evaluados, ya que es la imagen que el visitante se lleva de la ciudad.

Evaluación del Destino en general / Mapa de desempeño

<p>Mejora Prioritaria</p> <ul style="list-style-type: none">- El servicio recibido en módulos de información- La limpieza de los balnearios- Servicio de guías de turista	<p>Fortaleza</p> <ul style="list-style-type: none">- La hospitalidad de los residentes
<p>Mejora Secundaria</p> <ul style="list-style-type: none">- Mantenimiento de los recursos naturales- Servicio de elementos de seguridad pública- Diversidad de los atractivos- Diversidad de actividades recreativas	<p>Mantenimiento</p> <ul style="list-style-type: none">- Limpieza en calles y áreas públicas- Seguridad en el destino- Mantenimiento de recursos culturales- Relación calidad/precio del destino

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



Un 48% de los visitantes mencionaron no necesitar ningún complemento para tener una mejor experiencia en Celaya y Salamanca; pero para un 21% son necesarios más lugares y actividades, promoción y publicidad e información.

Resumen experiencia de viaje

Concepto	Información Relevante
¿Ya había visitado anteriormente el destino?	SI 22%
¿Qué tan de acuerdo esta en que la experiencia que tuvo en este destino es mejor que el de otros destinos ?	Totalmente de acuerdo/De acuerdo 33%
Satisfacción en el destino	Excelente/Buena 84%
Recomendación del destino	Definitivamente SI/Probablemente SI 89%
Retorno al destino	Definitivamente SI/Probablemente SI 93%
Volver a visitar México (para extranjeros)	Definitivamente SI/Probablemente SI 94%
Recomendaciones	Lugares y actividades Promoción y publicidad Más información

Visitante Promedio

VISITANTE PROMEDIO A LA CIUDAD DE CELAYA-SALAMANCA



	CELAYA-SALAMANCA 2009	CELAYA 2008	SALAMANCA 2008
Edad Promedio	34 años	30 años	31 años
Acompañado por	Familia	Pareja, Familiares e hijos	Pareja, Familiares e hijos
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil	Automóvil
Ingreso	\$6,400 a \$11,000	\$11,600 a \$34,999	\$2,700 a \$11,599
Otros lugares por visitar	León Guanajuato Irapuato	Guanajuato San Miguel de Allende Irapuato	Guanajuato León Celaya
Motivo de Visita	Vacaciones Familiares y amigos	Vacaciones De compras o motivo de trabajo	Vacaciones De compras o motivo de trabajo
Si regresa el mismo día gastará por persona	\$510 (Celaya) \$611 (Salamanca)	\$492	\$590
Si se queda una noche gastará	\$971 (Celaya) \$1,953 (Salamanca)	\$937	\$1,886
Experiencia del viaje	Recomendaría ampliamente y si regresaría Primera vez que viene	Piensa que tuvo el valor justo de lo que gasto Ya había venido	Piensa que tuvo el valor justo de lo que gasto Ya había venido
Recomendaciones	Más lugares y actividades Más promoción y publicidad e información	Más franquicias Plazas, Limpieza Balnearios	Limpieza, Franquicias, Balnearios Lugares de recreación

2009

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 Cárdenas Hernández, Director General de Planeación.
rcardenas@guanajuato.gob.mx
- Lic. Claudia Avalos Betancourt, Directora de Información y Análisis.
cavalosb@guanajuato.gob.mx
- Lic. Sandra Edith Hernández Murillo, Jefe de Estadística e Información.
shernandezm@guanajuato.gob.mx
- Lic. Vera Ekaterina Pomposo Vargas, Jefe de Investigación y Análisis de Mercado.
vpomposo@guanajuato.gob.mx

Dirección

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

