

BARÓMETRO TURÍSTICO 2019

1era. Edición

guanajuato.mx



GuanajuatoMexico



@guanajuato



guanajuato_mex

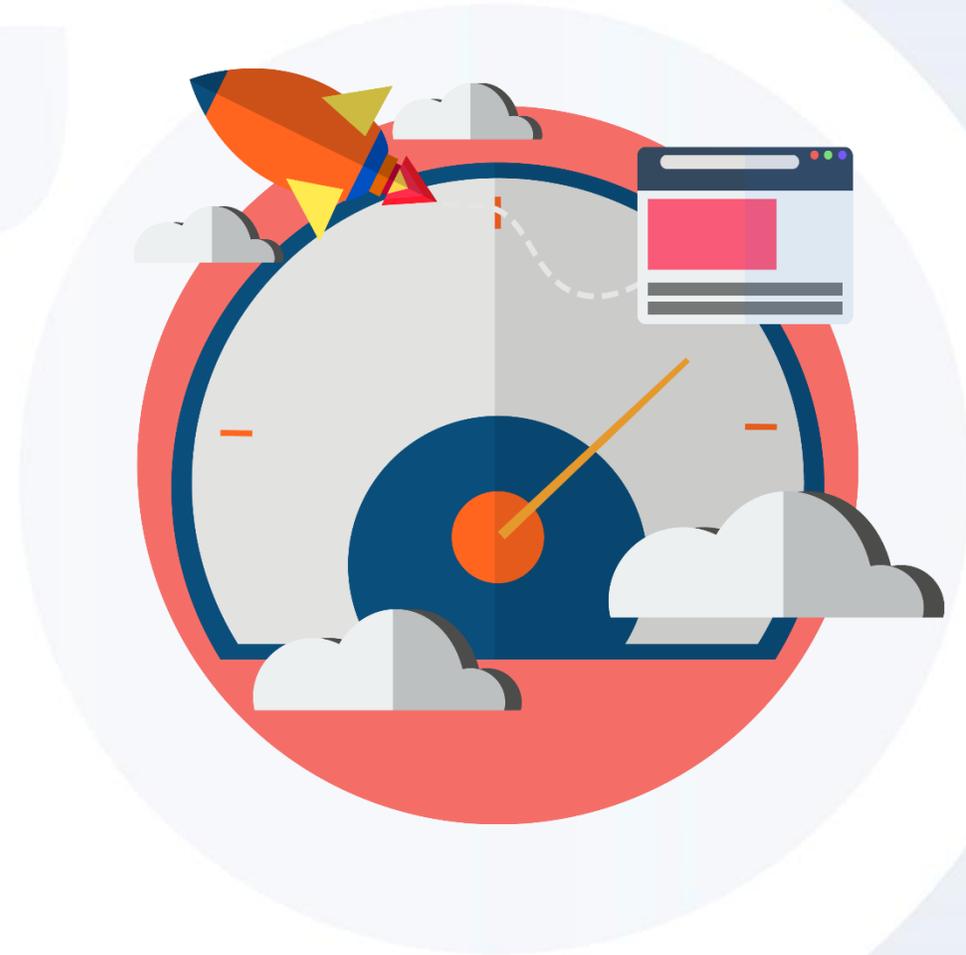
GUANAJUATO
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO



Secretaría
de Turismo

BARÓMETRO TURÍSTICO

Estudio **cualitativo y cuantitativo** que examina la opinión y valoración **presente y futura** de la actividad turística y económica dentro del estado de Guanajuato con fundamento en la experiencia de líderes de opinión vía **telefónica e internet**, complementando su análisis con **datos numéricos** de distintas fuentes de información para el diseño de estrategias en pro del desarrollo turístico del Estado.



METODOLOGÍA

¿A QUIÉN?

62 Líderes de Opinión del estado de Guanajuato

¿CÓMO?

Estudio cualitativo por medio de entrevistas telefónicas y correo electrónico.

¿CUÁNDO?

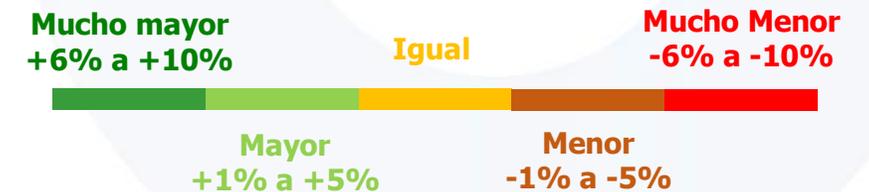
Junio 2019

OBJETIVO

Conocer la opinión que líderes de opinión tienen respecto de la evolución y las tendencias de la actividad turística y económica del estado de Guanajuato

ÍNDICE

Cada respuesta tiene una calificación como se muestra:



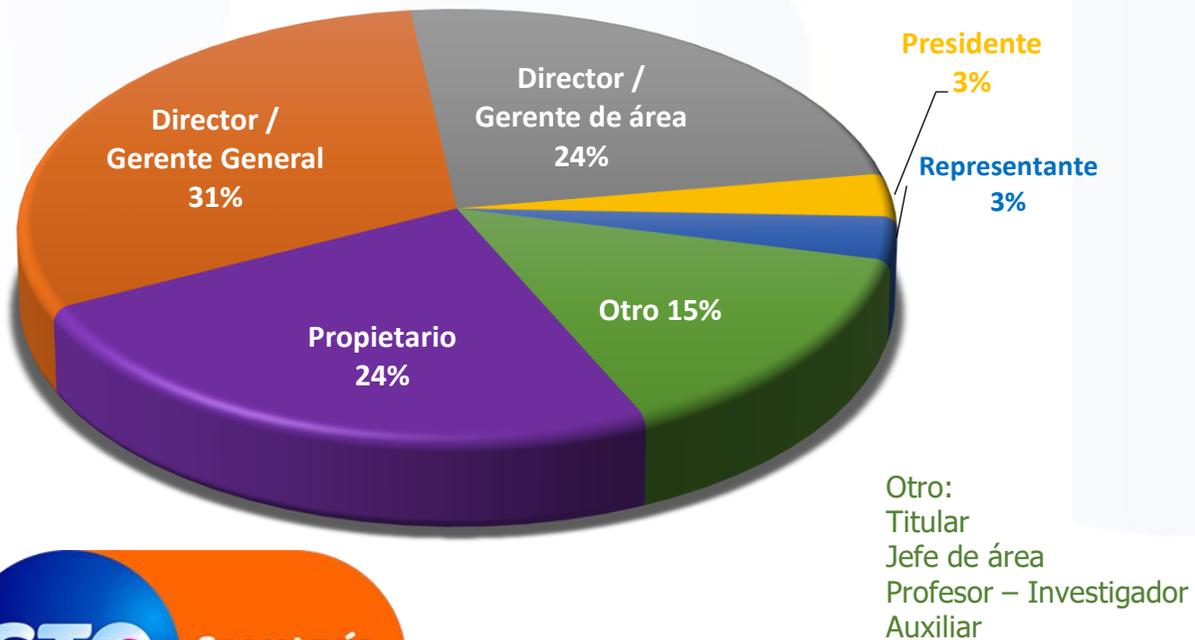
ANÁLISIS

Se realiza a través de tablas de frecuencia mediante el uso de un programa estadístico.

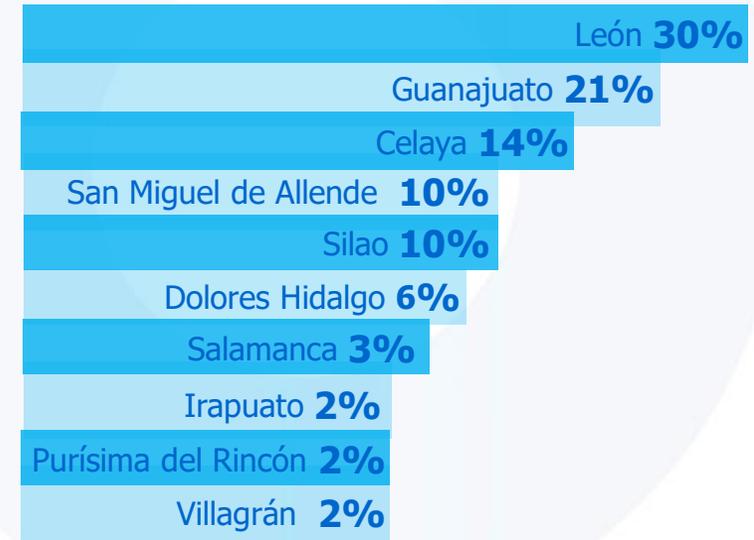
GIRO DE LA EMPRESA



CARGO QUE DESEMPEÑA ACTUALMENTE



ORIGEN



GÉNERO

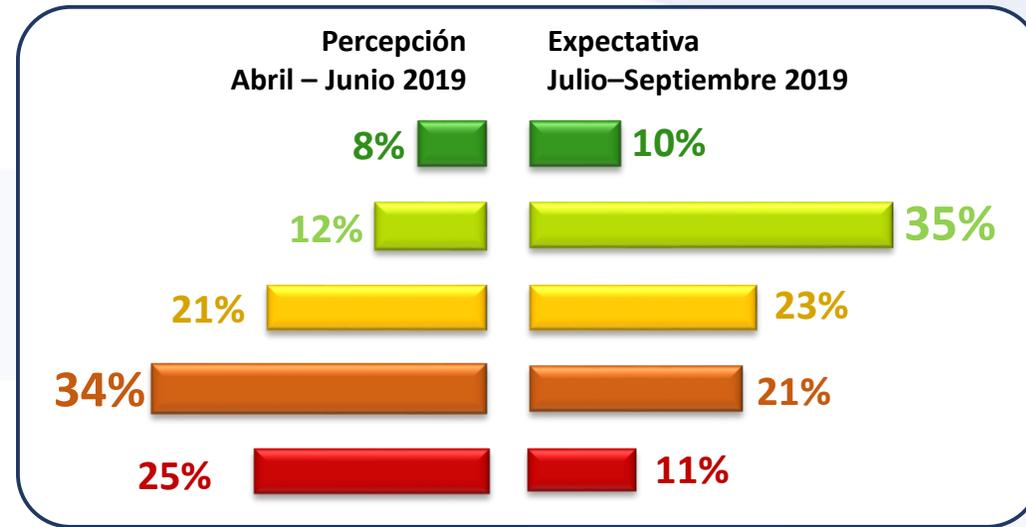
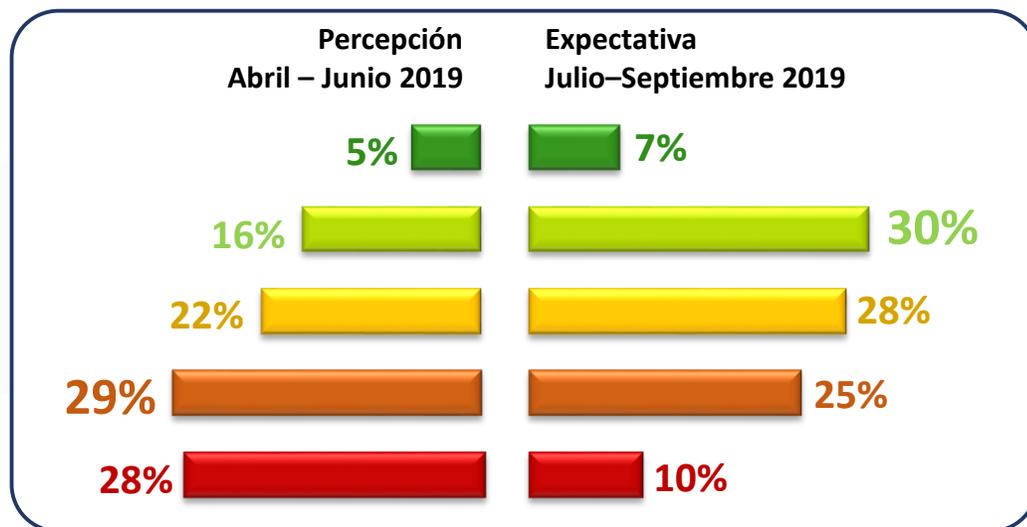
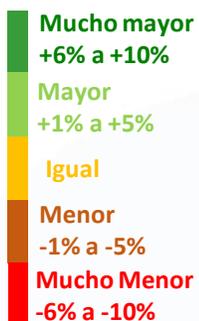


OCUPACIÓN HOTELERA

LLEGADA DE TURISTAS

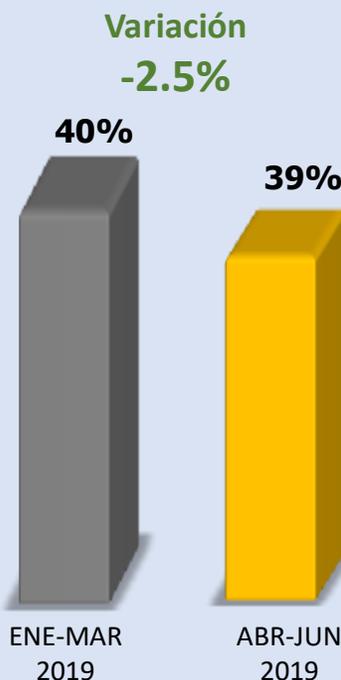


Líderes de opinión

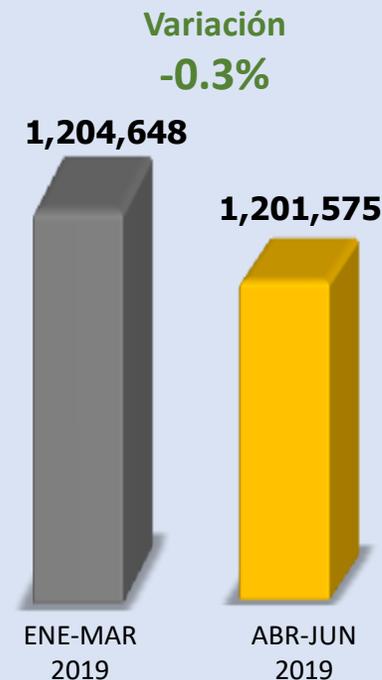


Las cifras

* Resultados obtenidos por la Secretaría de Turismo del estado de Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de Estadística e Información



Durante el periodo Abril – Junio 2019, la ocupación hotelera presentó una variación **negativa** de **-2.5%** con respecto al primer trimestre del año. El **29%** de los líderes percibieron que esta actividad fue **menor** (-1 a -5%). Sin embargo, las expectativas del periodo Julio – Septiembre 2019 son **mayores** para el **30%** de los líderes.



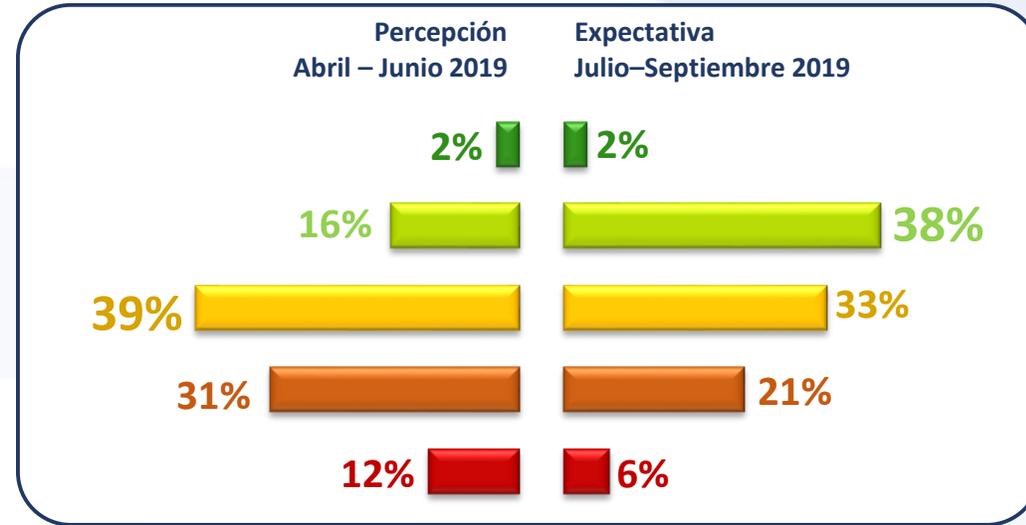
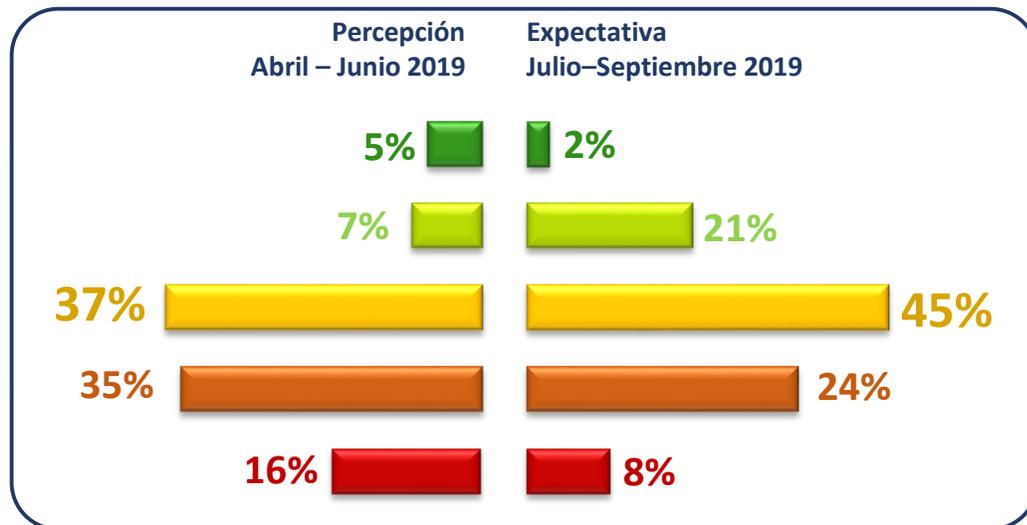
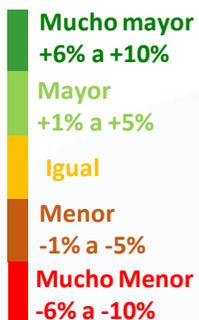
Durante el periodo Abril – Junio 2019, la llegada de turistas presentó una variación **negativa** de **-0.3%** con respecto al primer trimestre del año. El **34%** de los líderes percibieron que este indicador fue **menor** (-1 a -5%) que el trimestre pasado. Las expectativas para el periodo Julio – Septiembre 2019 son **mayores** para el **35%** de los líderes.

INVERSIÓN PRIVADA

GENERACIÓN DE EMPLEO

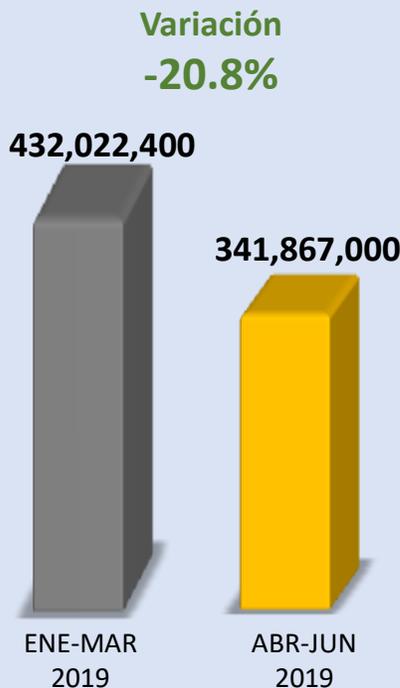


Líderes de opinión



Las cifras

* Resultados obtenidos por la Secretaría de Turismo del estado de Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de Estadística e Información



Durante el periodo Abril – Junio 2019, las cifras de inversión en el sector turístico presentaron una variación **negativa** del **-20.8%**.

Sin embargo, el **37%** de los líderes percibieron esta actividad **igual**, que el primer trimestre.

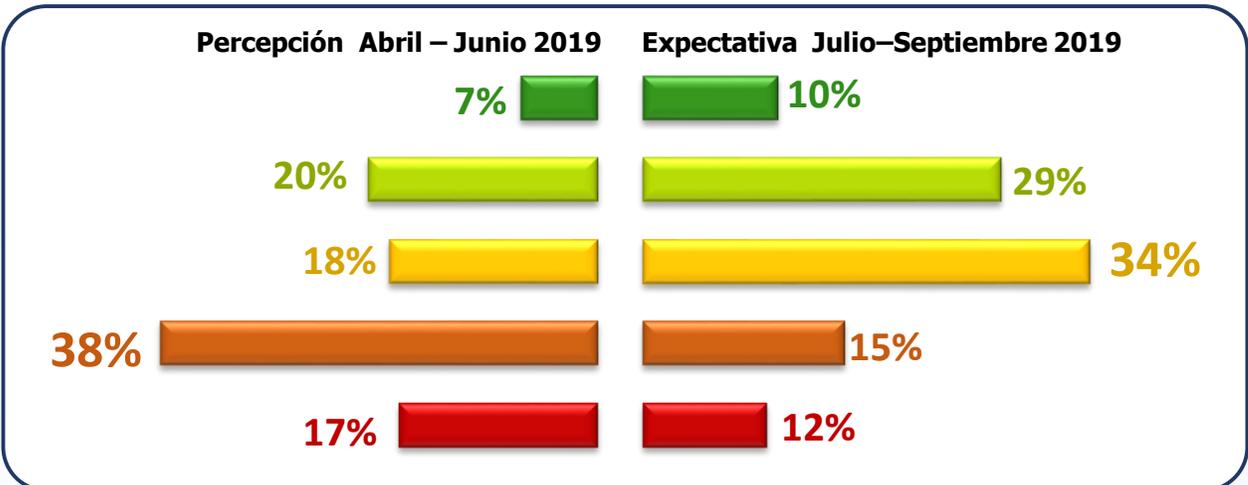
Las expectativas para el periodo Julio – Septiembre 2019 se mantendrán **iguales** para el **45%** de los líderes.

Durante el periodo Abril – Junio 2019, la percepción del de los líderes coloca a este indicador en una posición de igual a menor.

Sin embargo, las expectativas de los líderes para el próximo trimestre Julio – Septiembre son **mayores** para el **38%**.

Percepción de la actividad turística y económica

AFLUENCIA DE ASISTENCIA A EVENTOS ORGANIZADOS POR SECTUR

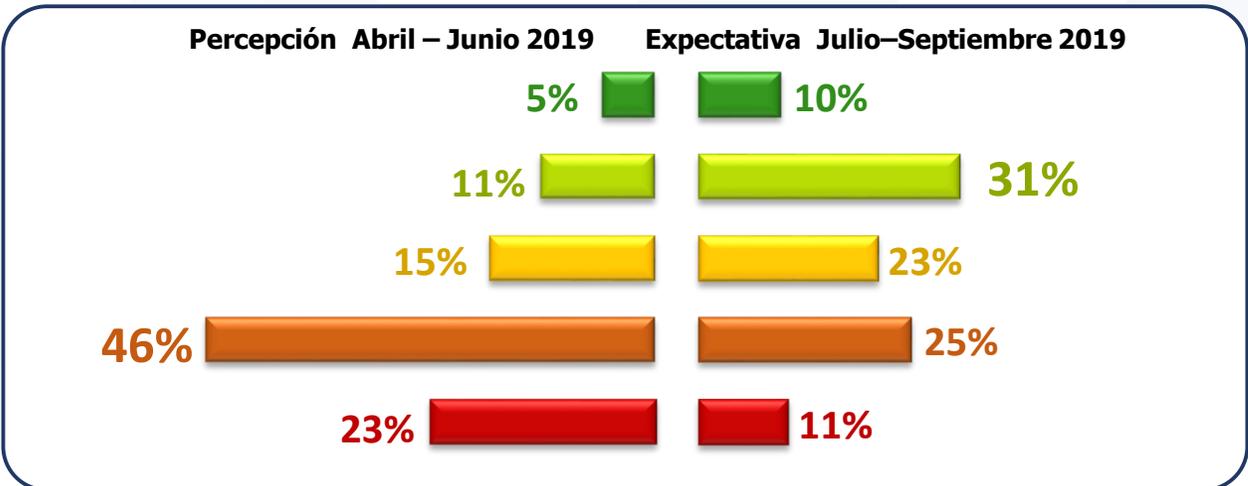


Durante el periodo Abril – Junio 2019, la percepción del **38%** de los líderes muestra una variación **negativa** en la afluencia de asistencia a los eventos organizados por el Estado. Este panorama mejora en cuanto a sus expectativas para el próximo trimestre Julio – Septiembre 2019, donde el **34%** las considera **Igual** al trimestre anterior y un **29%** cree que serán aún **Mayores**.

Líderes de opinión

- Mucho mayor +6% a +10%
- Mayor +1% a +5%
- Igual
- Menor -1% a -5%
- Mucho Menor -6% a -10%

VENTAS Y RESERVACIONES

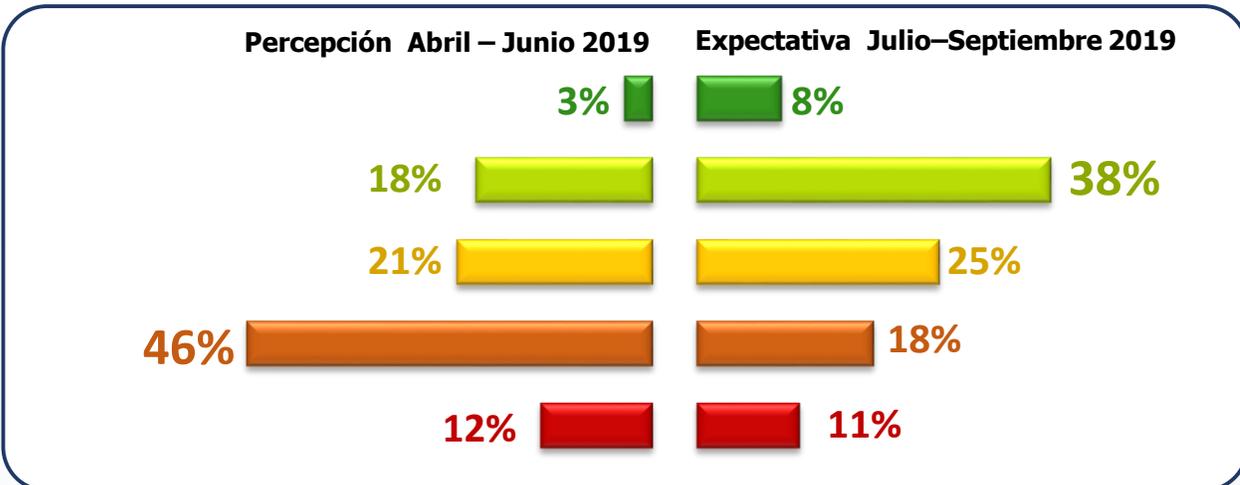


Durante el periodo Abril – Junio 2019, la percepción en ventas y reservaciones fue **Menor** de acuerdo al **46%** de las respuestas. Mientras que sus expectativas para el próximo trimestre Julio – Septiembre 2019, son **Mayores** en un **31%**. Sin embargo, hay mucha incertidumbre para este periodo ya que el **36%** tiene una percepción de **Menor** a **Mucho menor** crecimiento en este mismo rubro para el futuro.



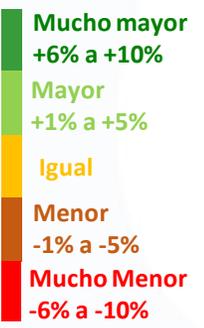
Percepción de la actividad turística y económica

CONSUMO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

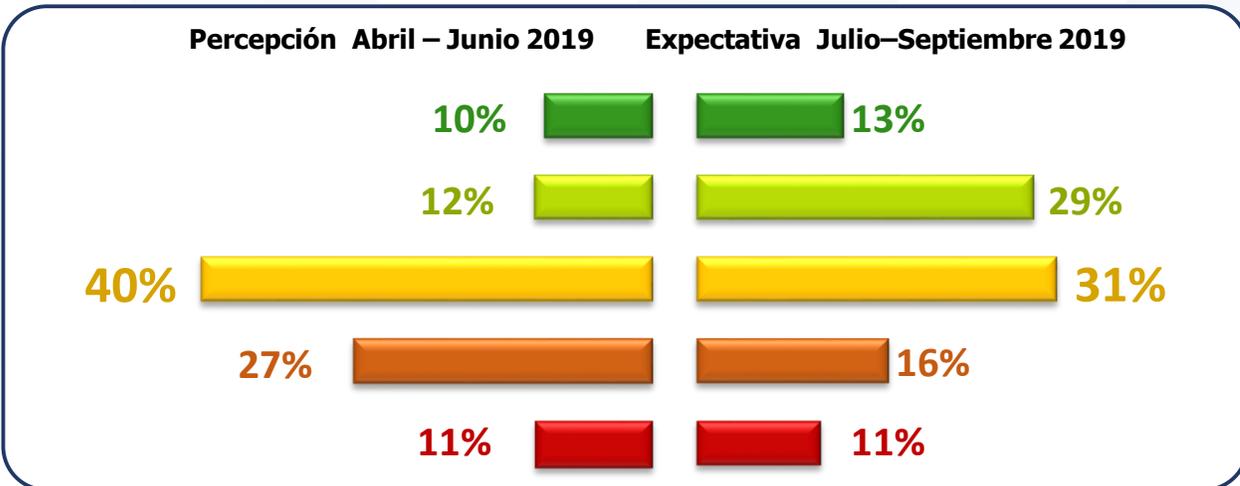


Durante el periodo Abril – Junio 2019, se percibió un impacto **Menor** (46%) en el consumo de productos turísticos. Sin embargo, para el siguiente periodo Julio-Septiembre 2019 las proyecciones se espera que sean de **mayor** a **mucho mayor**.

Líderes de opinión

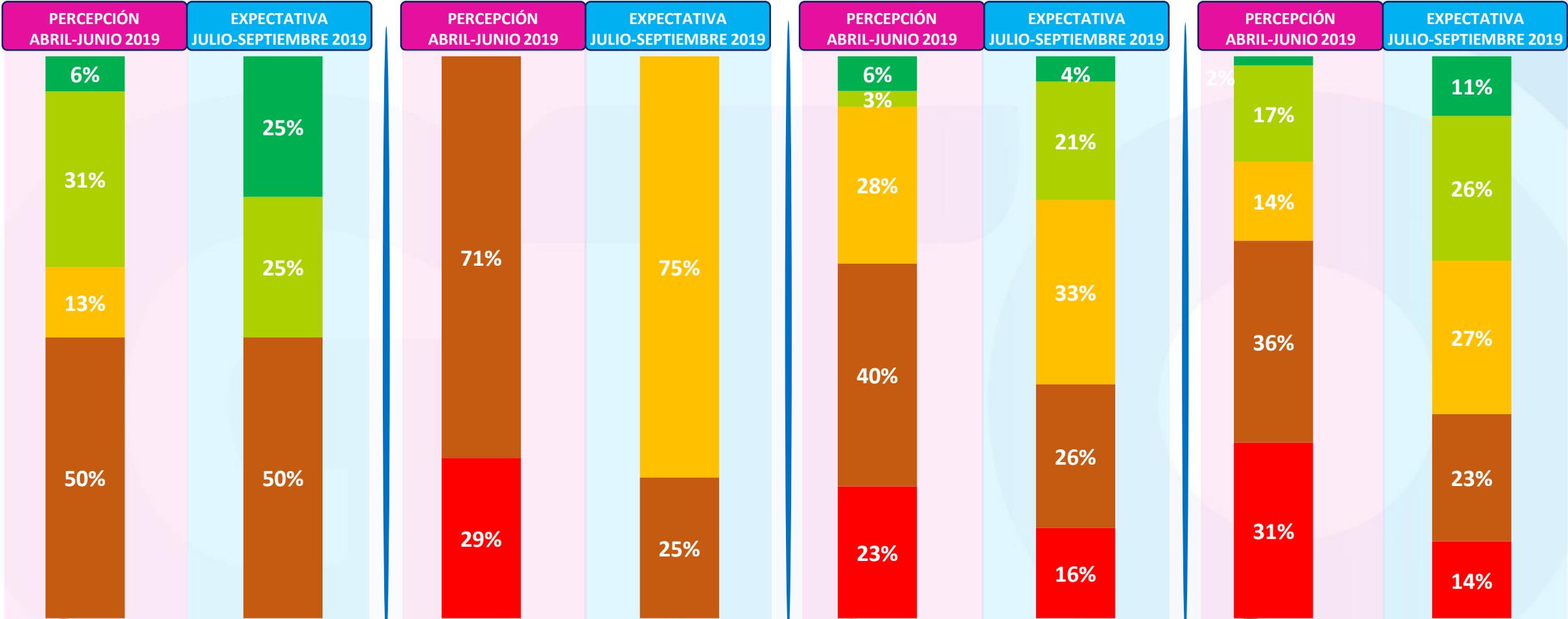


RESERVA DE HOSPEDAJE EN PLATAFORMAS COLABORATIVAS



La percepción en relación a la reserva de hospedaje en plataformas colaborativas, muestra para el **40%** un impacto **Igual**. La opinión se centra más hacia lo **negativo** (38%). Para el periodo Julio-Septiembre 2019 las expectativas tienden a lo **positivo** para el **42%** de los líderes.

Percepción de la Actividad Turística / Sector



Operadora / Agencia de viajes



Línea de transporte terrestre



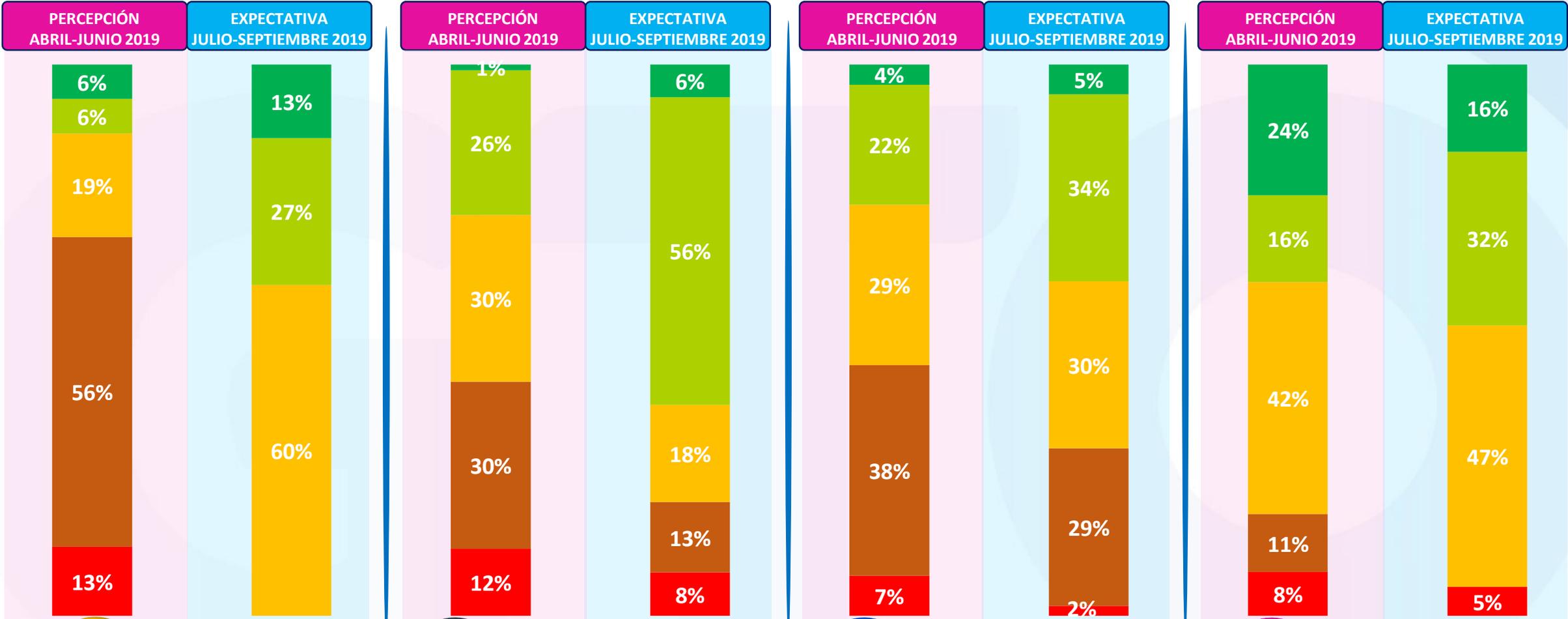
Establecimientos de hospedaje



Establecimientos alimentos y bebidas



Percepción de la Actividad Turística / Sector



Asociación o cámara



Sector gobierno



Academia



Comité organizador

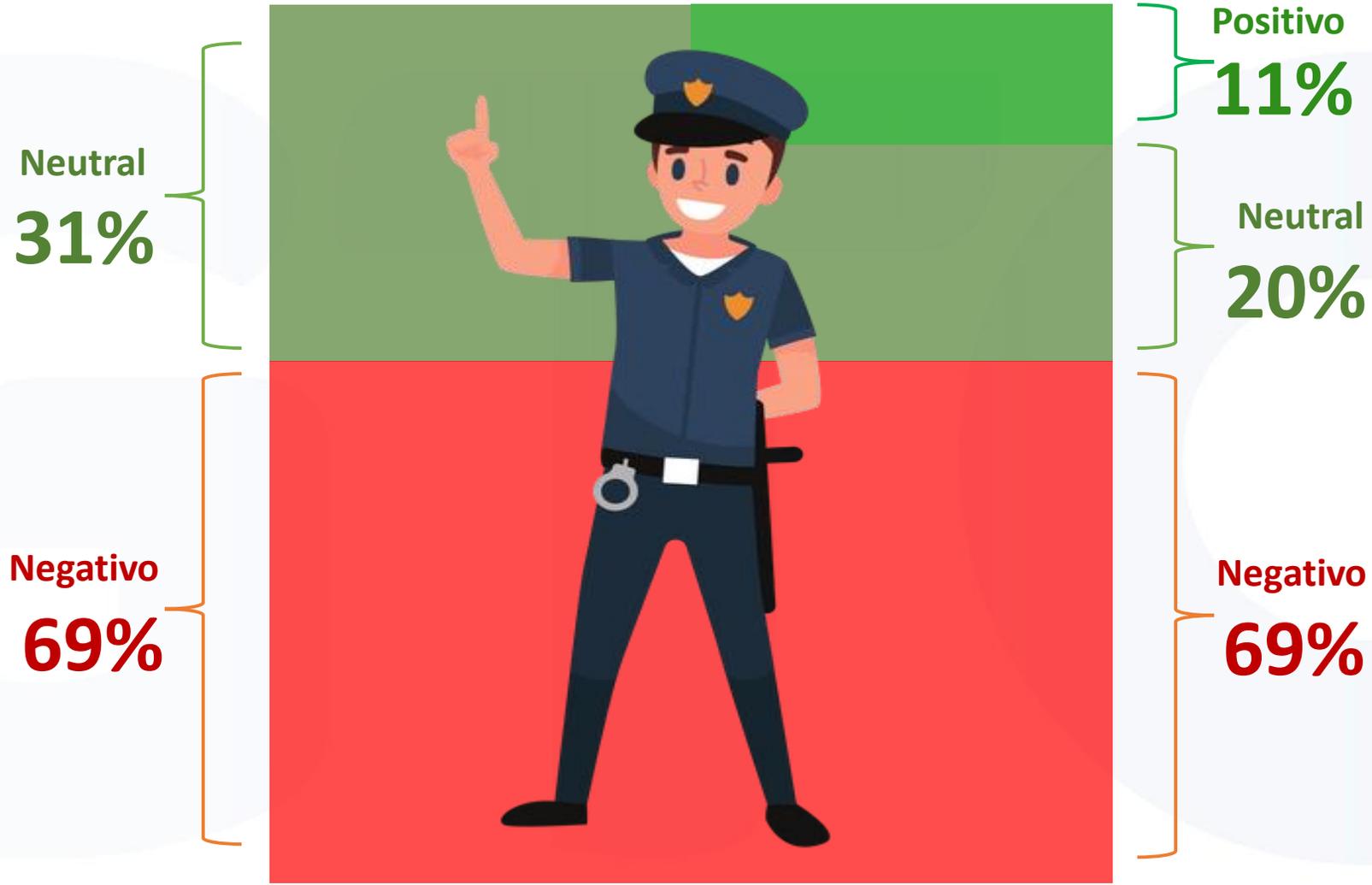


Impacto de Seguridad

Percepción Seguridad
Abril –Junio 2019

Expectativa seguridad
Julio – Septiembre 2019

Durante el periodo Abril-Junio 2019, se presentó un panorama no favorable para el Estado, afectando a varios establecimientos con un impacto **Negativo** del **69%**. No obstante, el **31%** fue **Neutral**, aunque no se observo un impacto positivo.



Para el periodo Julio-Septiembre 2019, las expectativas del panorama se mantendrá igual, con un impacto **Negativo** del **69%**. Sin embargo, el **11%** espera que el impacto de la seguridad para este periodo sea **Positivo**.



Principales problemáticas que experimentaron en su actividad durante el período (Abril – Junio 2019)



COMENTARIOS:

Menor consumo, faltan eventos y atractivos turísticos, falta de promoción y difusión en el destino, economía a la baja, bajan las ventas y reservaciones, hay más competencia (casas irregulares y plataformas), inseguridad (secuestro, extorsión, homicidios, asaltos), incertidumbre económica, incertidumbre, falta de regulación en las tarifas, cancelación de presupuestos y poca inversión, inestabilidad política, clima, incertidumbre de la federación, guías de turistas y tour operadores poco accesibles, calidad en el servicio, vías de acceso deficiente, cierre del consejo de promoción turística, desempleo, disminución de walks-in y venta a crédito.

Plataformas de hospedaje

MUNICIPIO	VIVIENDAS ACTIVAS	TASA DE OCUPACIÓN	TARIFA PROMEDIO DIARIA	CUARTOS PROMEDIO	HUÉSPEDES PROMEDIO
1 Acámbaro	19	3%	\$ 1,016.17	2.3	6.7
2 San Miguel de Allende	3233	29%	\$ 2,188.68	2.4	5.8
3 Apaseo el Grande	26	43%	\$ 664.42	2.4	6.3
4 Celaya	188	29%	\$ 605.80	2.2	4.8
5 Comonfort	10	3%	\$ 4,396.91	3.4	9.6
6 Dolores	37	6%	\$ 898.92	2.3	5.4
7 Guanajuato	1490	35%	\$ 938.01	2.1	5.2
8 Irapuato	193	21%	\$ 683.96	2.3	4.8
9 León	1448	40%	\$ 683.96	2.3	5.3
10 Moroleón	4	55%	\$ 508.09	2	4
11 Pénjamo	4	52%	\$ 1,524.26	1	2.5
12 Pueblo Nuevo	30	10%	\$ 1,778.30	3.5	9.8
13 Purísima del Rincón	20	6%	\$ 1,387.47	2.4	6
14 Salamanca	45	68%	\$ 469.00	2.5	4.2
15 Salvatierra	5	3%	\$ 566.71	3.7	7.3
16 San Francisco del Rincón	15	6%	\$ 977.09	2.1	5.7
17 San José Iturbide	23	29%	\$ 586.25	2.2	5.1
18 San Luis de la Paz	41	9%	\$ 1,250.68	2.5	5.4
19 Santa Catarina	98	32%	\$ 1,192.05	1.5	3.4
20 Santa Cruz de Juventino Rosas	15	4%	\$ 2,559.98	2	9.3
21 Silao de la Victoria	95	16%	\$ 879.38	2.8	6.3
22 Tierra Blanca	6	50%	\$ 390.84	1.2	2.8
23 Uriangato	4	36%	\$ 781.67	2	5
24 Valle de Santiago	6	13%	\$ 938.01	1.7	4.7
25 Yuriria	7	3%	\$ 3,908.36	3.5	7
TOTAL	7062	24.04%	\$ 1,271.00	2.33	5.69

*AIRDNA. Short-Term Rental Data & Analytics. Airbnb & Vrbo.

** Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis, Coordinación de Estadística e Información

	Hospedajes activos	Cuartos	Tasa de ocupación
Establecimientos 	938	31,675	40%
Plataformas 	7,062	16,468	24%

En establecimientos se incluyen Hoteles 1 a 5 estrellas más sin clasificar.

En plataformas se incluyen viviendas a partir de un cuarto en adelante y cuartos compartidos

Al 30 de Junio de 2019, las plataformas de hospedaje están presentes en 25 municipios del Estado de Guanajuato. Cuentan con 7,062 hospedajes activos y 16,468 cuartos, teniendo una tasa de ocupación del 24%. En comparación, los establecimientos cuentan con un menor número de hospedajes activos, en este caso 938. Sin embargo, cuentan con 31,675 cuartos, lo que representa un 92% más en comparación con las plataformas y una tasa mayor de ocupación del 40%.

CONTACTO

www.sectur.guanajuato.gob.mx

www.guanajuato.mx

www.observatorioturistico.org



@ObservaTur_GTO

Roberto W. Cárdenas Hernández

Director General de Planeación

rcardenas@guanajuato.gob.mx

Miriam Cecilia Adame Alcaraz

Directora de Información y Análisis

madame@guanajuato.gob.mx

Adriana Jardon Salazar

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado

ajardon@guanajuato.gob.mx

Regina Loya Plascencia

Analista de Información

rloyaplasc@guanajuato.gob.mx

Luis Fernando Castellanos Zúñiga

Practicante de apoyo



Dirección
Parque Guanajuato Bicentenario, Carretera de Cuota Silao-
Guanajuato Km. 3.8, 36270 Silao, Gto
Teléfono 472 103 99 00