



RESULTADOS BARÓMETRO TURÍSTICO SEGUNDO TRIMESTRE 2013



LÍDERES DE OPINIÓN Y PRESTADORES DE SERVICIOS

JUNIO 2013

INTRODUCCIÓN

La Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato pone en marcha el Barómetro Turístico, instrumento que tiene como objetivo principal conocer la opinión que los diversos prestadores de servicios y líderes de opinión tienen respecto a la evolución y las tendencias de la actividad económica y turística del estado de Guanajuato.

Los datos presentados son resultados de una encuesta aplicada a Líderes de Opinión y Prestadores de servicios turísticos dentro y fuera del Estado.

Esta información se considera una herramienta más para el diseño de estrategias en el sector turístico del Estado de Guanajuato.



AGRADECIMIENTOS

Queremos hacer patente nuestro agradecimiento a todas aquellas personas que respondieron el cuestionario para hacer posible este reporte e invitarlos a continuar participando en este proyecto trimestralmente.

METODOLOGÍA

Objetivo

Identificar la situación real y la percepción que los entrevistados tienen de los aspectos pasados, presentes y futuros de la actividad turística y económica en el Estado de Guanajuato.

Población



• Líderes de Opinión del Estado de Guanajuato y Prestadores de Servicios a nivel nacional.

Técnica de recolección de datos



• Estudio de tipo cualitativo realizado a través de entrevistas telefónicas y vía correo electrónico.
• El período de levantamiento fue del 19 de febrero al 11 de abril de 2013.

Tamaño de la muestra



• 50 Encuestas a Líderes de Opinión.
• 102 Encuestas a Prestadores de Servicios.
• 152 Encuestas
• Con un nivel de confianza del 92% y un error de +/- 8%.

Para conocer la percepción de los líderes de opinión y prestadores de servicios respecto a la valoración pasada, presente y futura de aspectos como ocupación hotelera, llegada de turistas, inversión en el sector turístico, empleo, inflación, consumo de productos y servicios, ventas, reservaciones y expectativas, se elaboró un índice, a través de la metodología utilizada por INEGI y el Banco de México (para determinar el Índice de Confianza del Consumidor) donde cada respuesta tiene una calificación como se muestra:

Decreció Considerablemente	=====	Mucho menor	=====	Freno fuerte	➔	0-25 puntos
Decreció Moderadamente	=====	Menor	=====	Freno moderado/mínimo		26- 50 puntos
Igual	=====	Igual	=====	Sin impacto		51-60 puntos
Aumento Moderadamente	=====	Mayor	=====	Motivador moderado/mínimo		61- 80 puntos
Aumento Considerablemente	=====	Mucho mayor	=====	Motivador fuerte		81- 100 puntos

Fuente: Índice de Confianza del Consumidor. INEGI y Banco de México

NUEVA INFORMACIÓN

Con el objetivo de mostrar la información de forma más clara y concisa, a partir de esta edición 2013, los resultados se presentan a manera de 2 infografías, 1 de líderes de opinión y 1 de prestadores de servicios turísticos hipervinculadas con el resto de la presentación.

A partir de la diapositiva 7 encontrarán toda la información relacionada con los **líderes de opinión de la industria turística**; y a partir de la diapositiva 19 se encuentra toda la información relacionada con los **prestadores de servicios turísticos**.

La información de este segmento de prestadores se analiza por actividad turística conforme a 4 giros de servicios:

- *Establecimientos de Hospedaje*
- *Establecimientos de Alimentos y Bebidas*
- *Agencias y Operadoras de Viajes*
- *Transportadoras.*

Esto con la finalidad de brindar información más enfocada al giro de la actividad que representan para una mejor toma de decisiones.

Esperamos sea de utilidad.

Líderes de opinión

Percepción de Abril –Junio
2013 comparado con 2012

Percepción Actual de Abril –
Junio 2013

Expectativas Julio –
Septiembre 2013

Ocupación Hotelera



56.50
IGUAL

65.00
FAVORABLE

62.50
FAVORABLE

Llegada de turistas



58.75
IGUAL

74.25
FAVORABLE

72.75
FAVORABLE

Inversión en el sector turístico



52.00
IGUAL

59.75
IGUAL

66.00
FAVORABLE

Empleo



48.00
POCO
FAVORABLE

55.25
IGUAL

63.75
FAVORABLE

Inflación



67.00
FAVORABLE

45.25
POCO
FAVORABLE

52.00
IGUAL

Consumo de productos y servicios



59.00
IGUAL

58.25
IGUAL

66.50
FAVORABLE

Influencia que tiene el
Turismo en el Edo. De
Guanajuato

Favorable

Comparativo



Información
General de los
entrevistados



Índice de
Confianza del
Consumidor:



Le ha sido útil
el Barómetro:



2%
No

No lo he
recibido
48%

Información
adicional



SÍ
12%

Ventas hacia Guanajuato

Abril- Junio 2013

48.00

Decreció
Moderadamente



Sapica 2013

52.25
Igual



Semana Santa 2013

50.75

Decreció
Moderadamente



Rally Guanajuato 2013

48.75

Decreció
Moderadamente



Expectativas de venta en Guanajuato

Verano 2013

60.50
Igual



Guanajuato Sí Sabe 2013

56.75
Igual



Festival Internacional de Cine Guanajuato 2013

49.75
Menor



Julio – Septiembre 2013

57.50
Igual



Grito de Independencia 2013

56.50
Igual



Motivadores y Frenos

Economía en México

50.75

Freno Moderado

Tipo de cambio frente al dólar Americano

42.50

Freno Moderado

Situación Económica

51.25

Sin Impacto

Tarifas aéreas

31.00

Freno Moderado

Desastres Naturales

47.75

Freno Moderado

Tarifas de Hospedaje

50.75

Freno Moderado

Promoción turística de otros destinos

36.18

Freno Moderado

55.75

Sin Impacto

Publicidad Negativa de Inseguridad

Parque Guanajuato Bicentenario

62.75

Motivador Moderado

Promoción de Guanajuato como Destino Cultural

Turismo de Reuniones/ Negocios

81.75

Motivador Fuerte

83.00

Motivador Fuerte

Información y Origen de los Entrevistados



Información por giro



Información adicional



¿Le ha sido útil el Barómetro?



Líderes de opinión



Cargo y giro de la empresa en la que se desempeña

Cargo en que se desempeña

Director/Gerente
del área

• 58%

Organizador de
Eventos

• 8%

Presidente

• 8%

Otro

• 26%

- Coordinador
- Coordinador administrativo
- Coordinador estatal
- Director de departamento
- Ejecutivo de ventas
- Coordinador de relaciones públicas y difusión
- Jefa comercial
- Jefa de calidad
- Propietaria
- Subgerente

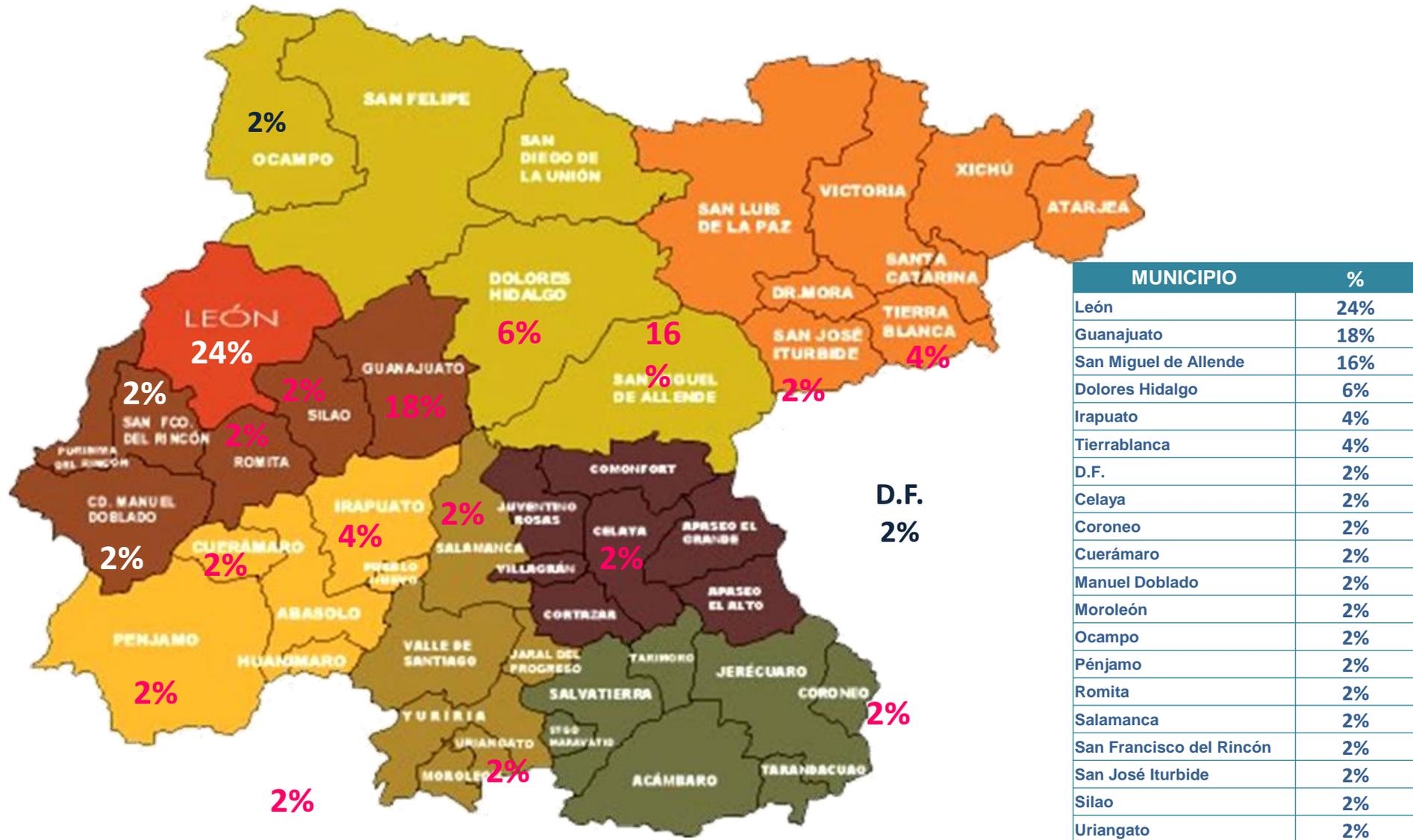
Giro de la empresa

Hotel	18%
Atractivo	14%
Sector Gobierno	14%
Asociación o Cámara	12%
Recinto/Evento	12%
Operadora de Viaje / Agencia	6%
Catedrático	4%
Escuela/Universidad	4%
Establecimiento de Alimentos	4%
Recintos/Eventos	4%
Aerolínea	2%
Medio de Comunicación	2%
Restaurante	2%
Servicios	2%
Total	100%



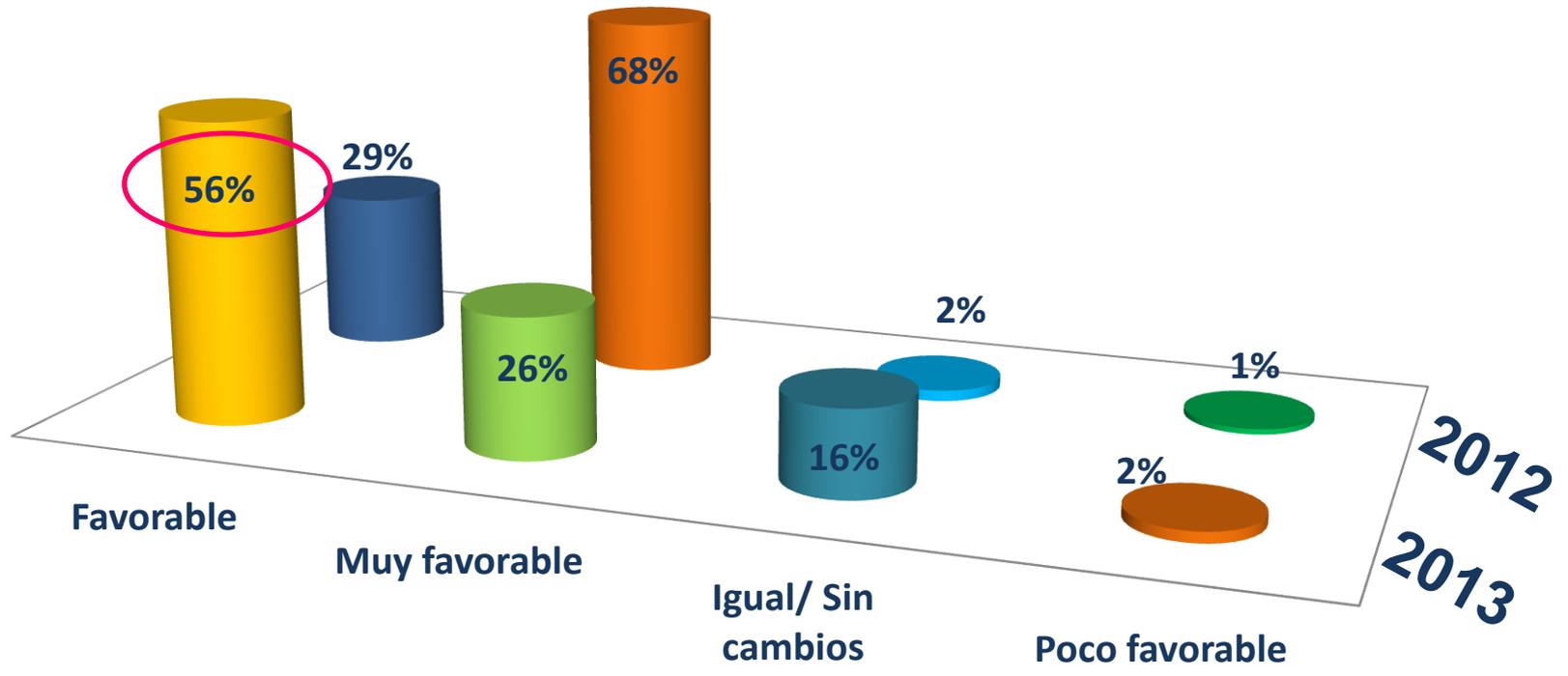
Datos Generales

Origen de los entrevistados

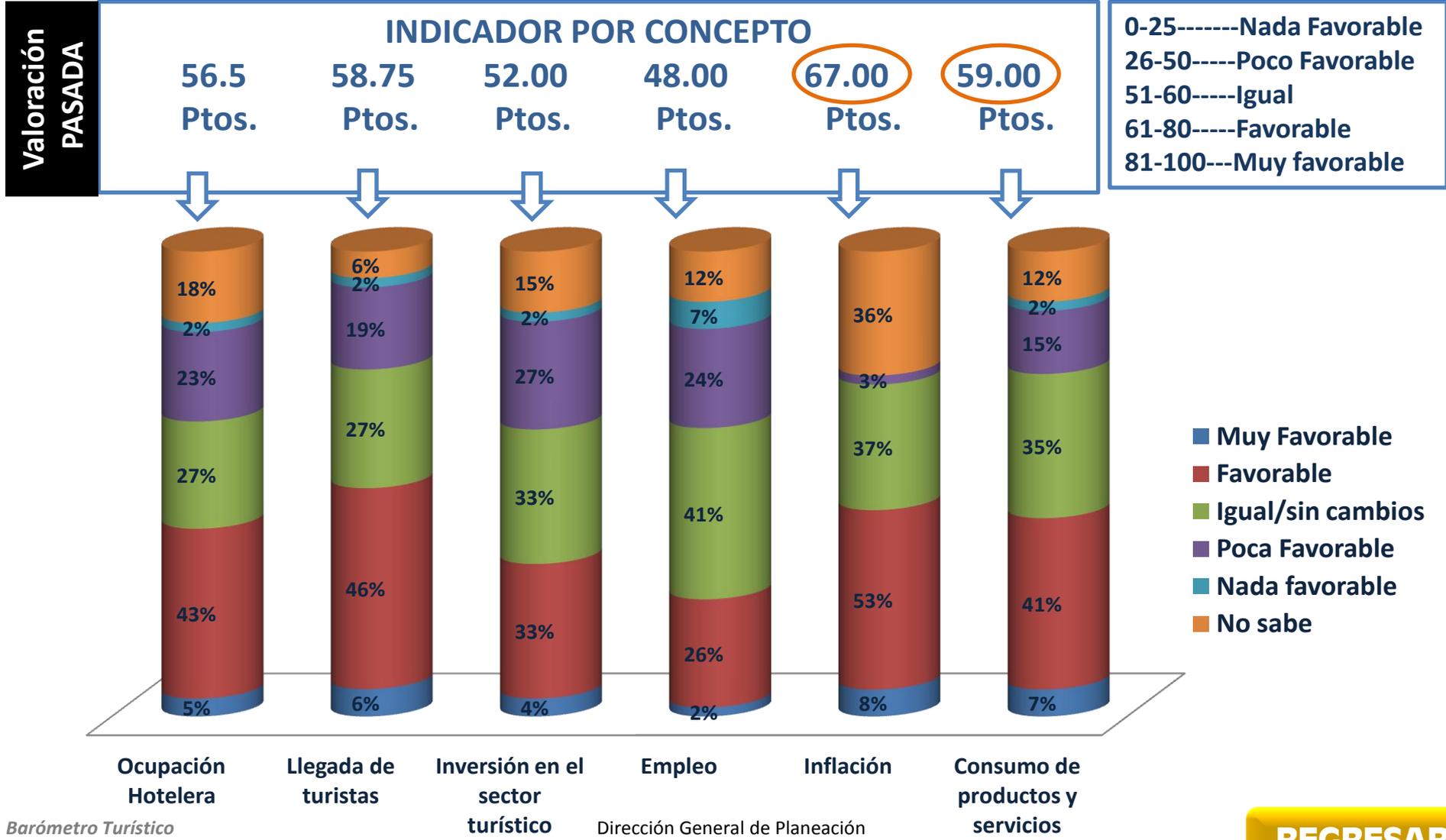


La influencia que tiene el turismo en la economía del estado de Guanajuato es:

En el segundo trimestre del 2013 el **56%** de los entrevistados consideran que el turismo tiene una influencia **Favorable/ Muy Favorable** en la economía del estado de Guanajuato.



¿Cómo percibió los siguientes aspectos en el período **Abril - Junio 2013** comparado con 2012?



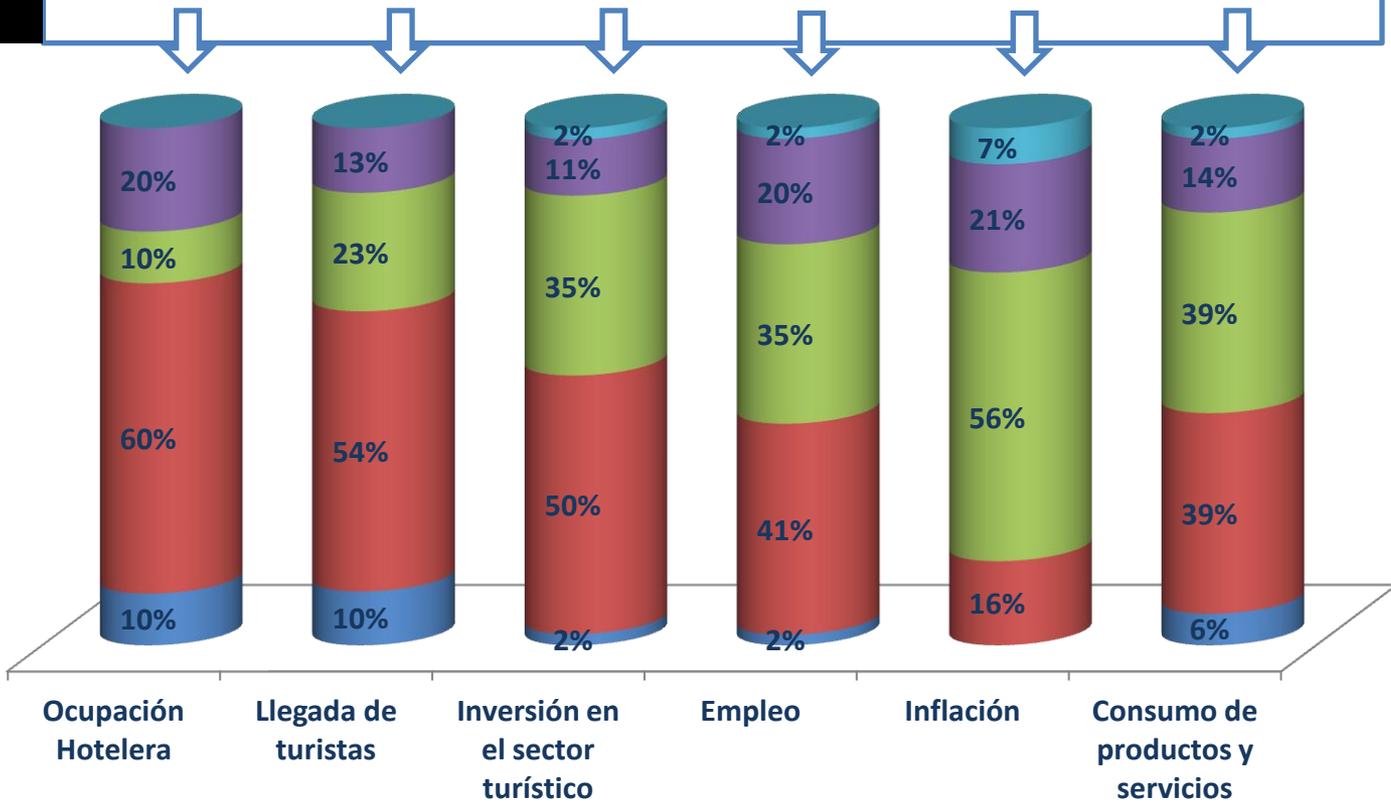
¿Cómo percibe los siguientes aspectos en el periodo de Abril-Junio 2013?

**Valoración
PRESENTE**

INDICADOR POR CONCEPTO

65.00 Ptos. 74.25 Ptos. 59.75 Ptos. 55.25 Ptos. 45.25 Ptos. 58.25 Ptos.

0-25-----Nada Favorable
26-50-----Poco Favorable
51-60-----Igual
61-80-----Favorable
81-100---Muy favorable



■ Nada favorable
■ Poca Favorable
■ Igual/sin cambios
■ Favorable
■ Muy Favorable

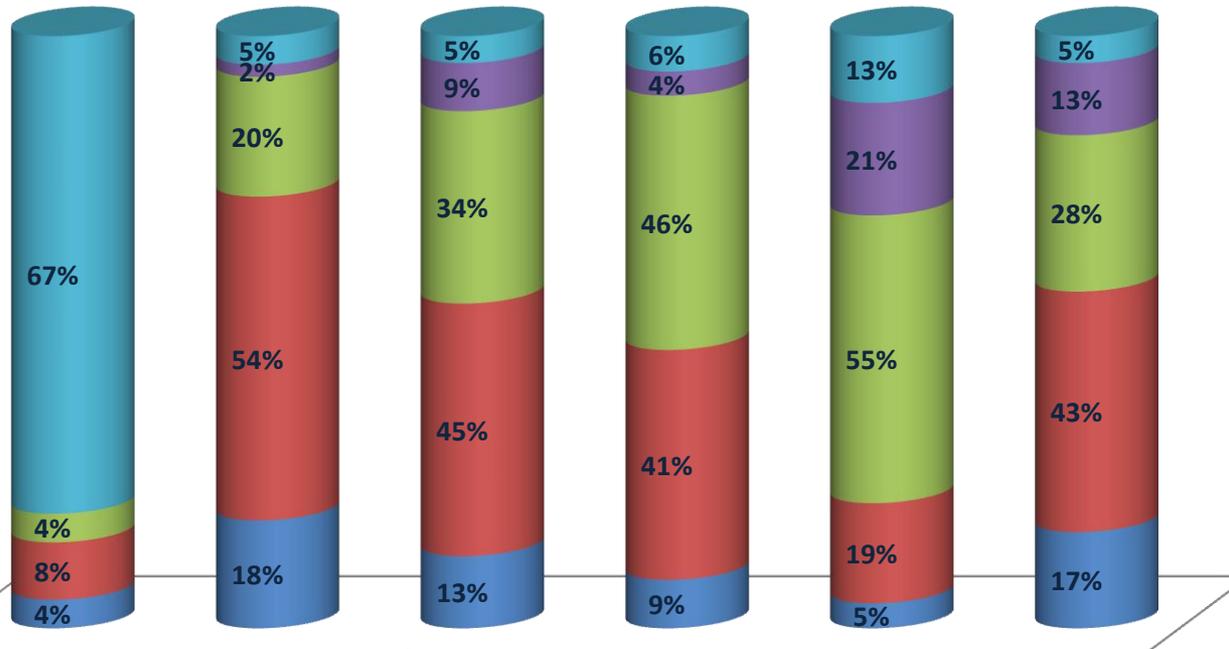
¿Cómo piensa que serán los siguientes aspectos en el período Julio- Septiembre 2013?

**Valoración
FUTURA**

INDICADOR POR CONCEPTO

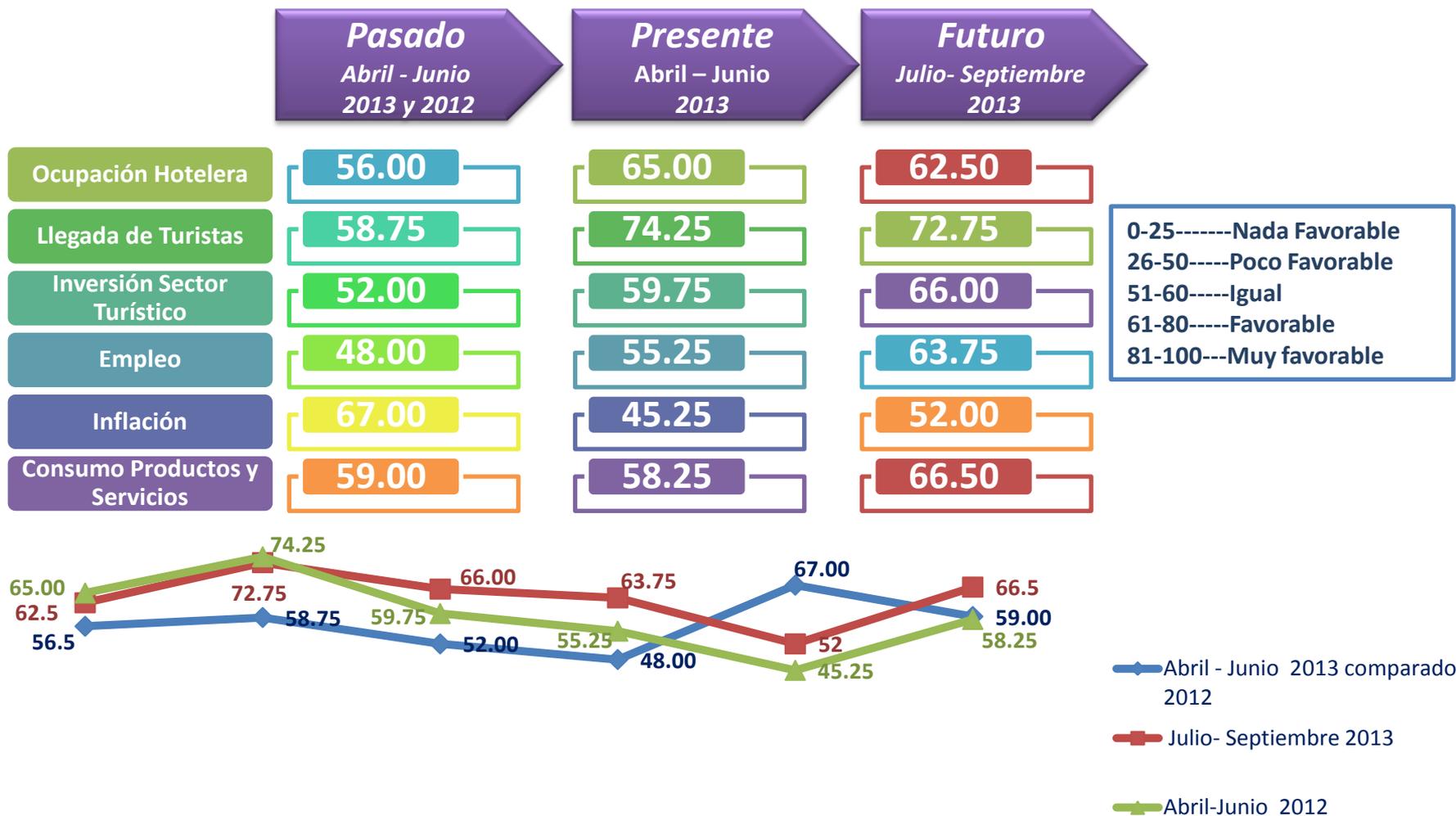
62.50 Ptos. **72.75** Ptos. 66.00 Ptos. 63.75 Ptos. 52.00 Ptos. **66.5** Ptos.

0-25-----Nada Favorable
26-50-----Poco Favorable
51-60-----Igual
61-80-----Favorable
81-100---Muy favorable



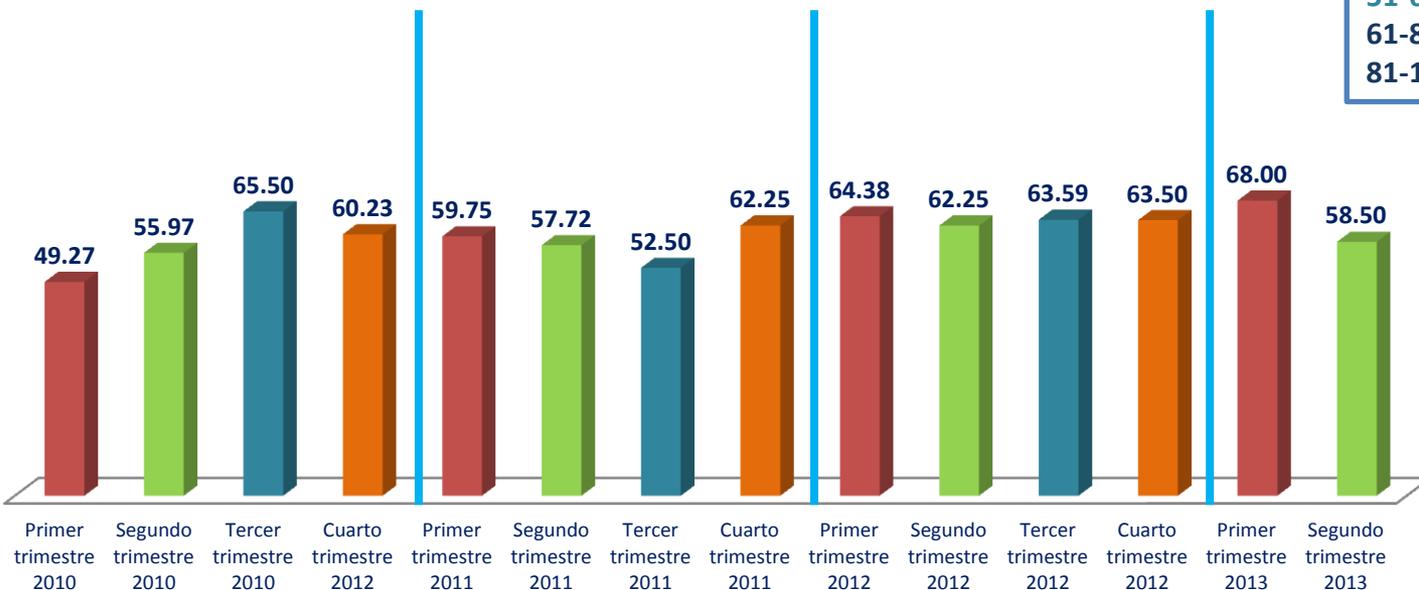
- Muy Favorable
- Favorable
- Igual/sin cambios
- Poca Favorable
- No sabe

Comparativo de Percepción Pasada, Presente y Futura



Histórico de Índices Líderes de Opinión

0-25----- NADA FAVORABLE
26-50-----POCA FAVORABLE
51-60-----IGUAL
61-80-----FAVORABLE
81-100----- MUY FAVORABLE



El índice en el 2do. trimestre de 2013 tuvo una disminución de 9.50 puntos en comparación con el primer trimestre del mismo año.

El índice en este Segundo Trimestre 2013 se sitúa en una posición

Igual

¿Le han sido de utilidad los resultados de Barómetro Turístico de trimestres anteriores que hemos enviado?

Respuestas	2do. Trimestre 2012	3er. Trimestre 2012	4to. Trimestre 2012	1er. Trimestre 2013	2do. Trimestre 2013
Sí	75%	64%	87%	69%	50%
No	14%	13%	4%	2%	2%
No los ha recibido	11%	23%	9%	29%	48%

En el 2do. trimestre de 2013 se obtuvo una respuesta positiva por parte de los líderes de opinión, el porcentaje que no lo recibió aumento considerablemente debido a la rotación de personal.

No son de utilidad 2%

No maneja la información Cultural.

No han recibido resultados 48%

No le han llegado

Contactos nuevos que contestan por primera vez en lugar del contacto marcado en la base de datos.

Si son de utilidad 50%

- Aporta la información necesaria.
- Ayuda a la toma de decisiones.
- Comparamos los municipios.
- Nos mantiene informados.
- Nos permite conocer el mercado.
- Ofrece información sobre los cambios turísticos del Estado.
- Para comparar con nuestras estadísticas.
- Proporciona la información necesaria.

¿Existe algún tipo de información adicional que le gustaría le proporcionara el Barómetro Turístico?

	2do Trimestre 2012	3er Trimestre 2012	4to Trimestre 2012	1er Trimestre 2013	2do Trimestre 2013
Sí	28%	39%	45%	25%	12%
No	67%	61%	55%	75%	88%

¿Cuál?



- Enfoque hacia turismo de negocios
- Información cultural
- Información enfocada a lugares remotos del Estado
- Infraestructura
- Llegadas de turistas por nacionalidad
- Información sobre la seguridad en los municipios

Índice de Confianza del Consumidor 2012-2013

2013

2012



Si la confianza del consumidor es mayor, los consumidores están haciendo más compras, impulsando la expansión económica. Por otra parte, si la confianza es menor, los consumidores tienden a ahorrar más de lo que gastan, lo que provoca contracciones en la economía.

¿Qué es el Índice de Confianza del Consumidor?

La confianza del consumidor es un indicador económico que mide el grado de optimismo que los consumidores sienten sobre el estado general de la economía y sobre su situación financiera personal.

En Junio el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) se ubicó en **93.30 puntos**, con una disminución de 2.10 puntos con respecto Junio 2012. **Esto refleja una pequeña baja en el optimismo que los consumidores perciben sobre el estado general de la economía y su situación financiera personal con relación al 2do. Trimestre 2012.**

“En el mes de Junio de 2013 se presentó la inflación con -0.06%, en este caso se presenta un decremento, lo que nos indica que la demanda ha disminuido, la inflación acumulada en Junio de acuerdo al Banco de México ha sido de 1.30%, esto situó a la inflación general anual en 4.09%.”

“El porcentaje de Ocupación promedio en el Estado durante el segundo trimestre de 2013 fue de 44% y la Llegada de Turistas fue de 258,050 personas, 3% respectivamente de aumento en relación al mismo periodo del año anterior (2012)”.

(“)Fuente: INEGI, Banco de México, Sedetur

Prestadores de Servicios



Cargo y Giro de la empresa donde se desempeña

Giro de la Empresa en la que actualmente labora

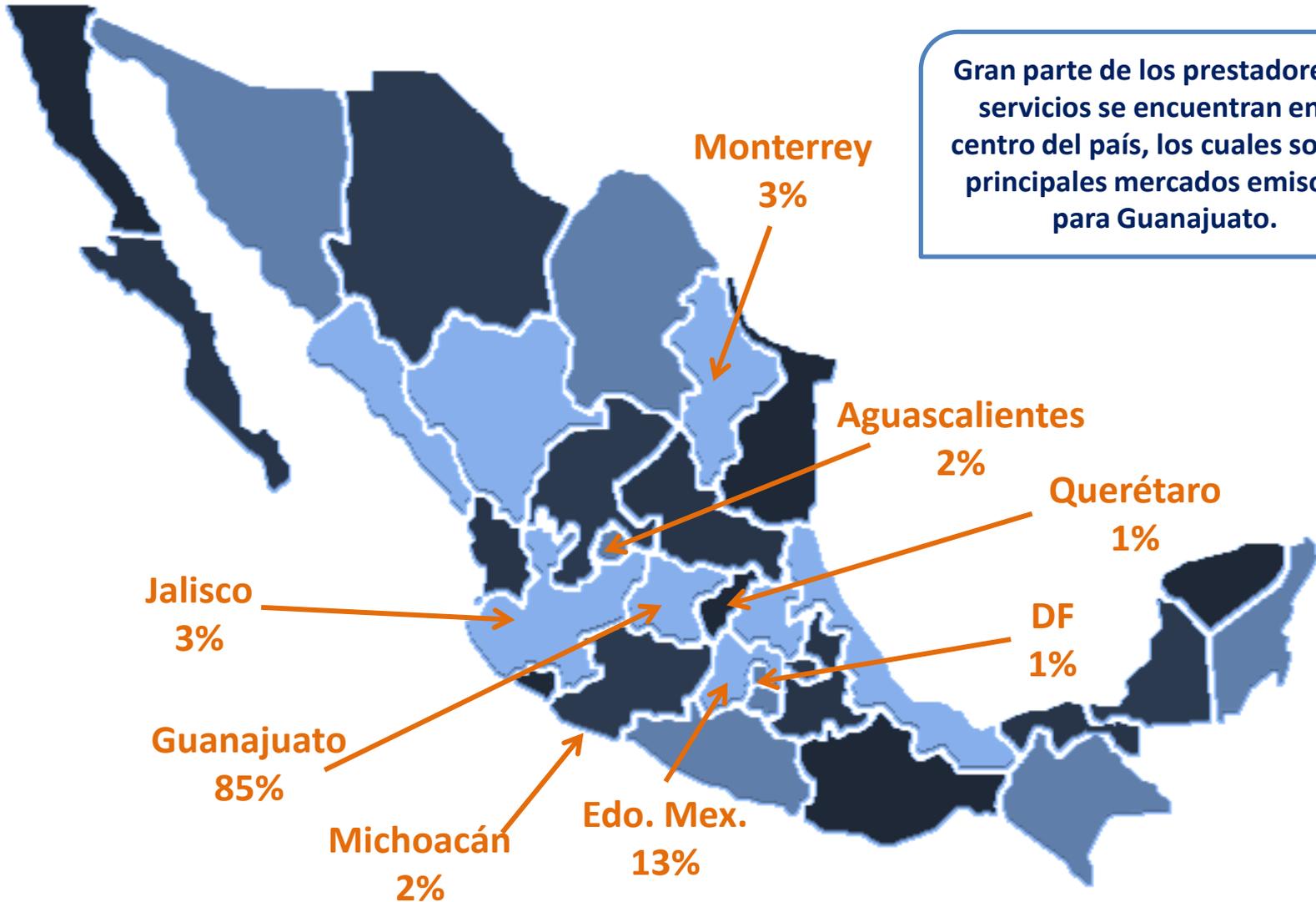


Cargo en que se desempeña



Origen de los Entrevistados

Gran parte de los prestadores de servicios se encuentran en el centro del país, los cuales son los principales mercados emisores para Guanajuato.



Ventas en el Estado

¿En qué grado cambiaron las ventas hacia el estado de Guanajuato en el período de **Abril a Junio del 2013** al compararlo con el mismo periodo del año anterior?

Rangos para definir estatus del índice

- 0-25-----Decreció Considerablemente
- 26-50-----Decreció Moderadamente
- 51-60-----Igual
- 61-80-----Aumento Moderadamente
- 81-100-----Aumento Considerablemente

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 49.25

Decreció Moderadamente



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 45.50

Decreció Moderadamente



Índice Global: 48.00

DECRECIÓ
MODERADAMENTE



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 40.75

Decreció Moderadamente



Transportadoras

Índice: 49.00

Decreció moderadamente

¿En qué grado cambiaron las ventas hacia el estado de Guanajuato en el período de **SAPICA 2013** al compararlo con el mismo periodo del año anterior?

Rangos para definir estatus del índice

- 0-25-----Decreció Considerablemente
- 26-50-----Decreció Moderadamente
- 51-60-----Igual
- 61-80-----Aumento Moderadamente
- 81-100-----Aumento Considerablemente

Establecimientos de Hospedaje

Índice: 53.00

Igual



Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Índice: 54.75

Igual



Índice Global: 52.25

Igual



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 50.00

Igual



Transportadoras

Índice: 53.00

Igual

¿En qué grado cambiaron las ventas hacia el estado de Guanajuato en el período de **Semana Santa 2013** al compararlo con el mismo periodo del año anterior?

Rangos para definir estatus del índice

- 0-25-----Decreció Considerablemente
- 26-50-----Decreció Moderadamente
- 51-60-----Igual
- 61-80-----Aumento Moderadamente
- 81-100-----Aumento Considerablemente

Establecimientos de Hospedaje

Índice: 45.75

Decreció Moderadamente



Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Índice: 56.00

Igual



Índice Global: 50.75

SIN CAMBIO



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 48.50

Decreció Moderadamente



Transportadoras

Índice: 56.25

Igual

¿En qué grado cambiaron las ventas hacia el estado de Guanajuato en el período de **Rally Guanajuato México 2013** al compararlo con el mismo periodo del año anterior?

Rangos para definir estatus del índice

- 0-25-----Decreció Considerablemente
- 26-50-----Decreció Moderadamente
- 51-60-----Igual
- 61-80-----Aumento Moderadamente
- 81-100-----Aumento Considerablemente

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 47.50

Decreció Moderadamente



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 49.00

Decreció Moderadamente



Índice Global: 48.75

DECRECIÓ
MODERADAMENTE



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 49.50

Decreció Moderadamente



Transportadoras

Índice: 53.50

Igual

VENTAS

Cambios en las ventas de viajes hacia el Estado de Guanajuato para **Abril - Junio 2013**

Cambios en las ventas de viajes hacia el estado de Guanajuato para **Semana Santa 2013**

Cambios en las ventas de viajes hacia el estado de Guanajuato para **Rally Guanajuato México 2013**

Cambios en las ventas de viajes hacia el estado de Guanajuato para **Sapica 2013**

Hospedaje	Agencias de Viaje	Transportadoras	Alimentos y Bebidas
49.25	40.75	49.00	45.50
45.75	48.50	56.25	56.00
47.25	49.50	53.50	49.00
53.00	50.00	53.00	54.75

- Para el sector Hotelero **Sapica 2013** mantuvo las ventas.
- Para las agencias de viaje **Sapica 2013** decreció moderadamente.
- Para las transportadoras y los establecimientos de Alimentos y Bebidas, la **Semana Santa 2013** se comportó igual que el año pasado.

0-25-----DECRECIÓ CONSIDERABLEMENTE
 26-50-----DECRECIÓ MODERADAMENTE
 51-60-----IGUAL
 61-80-----AUMENTO MODERADAMENTE
 81-100-----AUMENTÓ CONSIDERABLEMENTE

Expectativas

De acuerdo a su actividad actual ¿Cuál es su expectativa de ventas para el Estado de Guanajuato para **Verano 2013** en comparación con la misma temporada del año anterior?

Rangos para
definir estatus
del índice

0-25----- Mucho menor
26-50-----Menor
51-60-----Igual
61-80-----Mayor
81-100-----Mucho mayor

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 57.75

Igual



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 65.50

Mayor



Índice Global: 60.50

Igual



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 61.50

Mayor



Transportadoras

Índice: 63.75

Mayor

De acuerdo a su actividad actual ¿Cuál es su expectativa de ventas para el Estado de Guanajuato para **Semana Gastronómica Guanajuato Sí Sabe** en comparación con la misma temporada del año anterior?

Rangos para definir estatus del índice

- 0-25----- Mucho menor
- 26-50----- Menor
- 51-60----- Igual
- 61-80----- Mayor
- 81-100----- Mucho mayor

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 56.50

Igual



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 64.25

Mayor



Índice Global: 56.75

IGUAL



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 49.75

Menor



Transportadoras

Índice: 58.25

Igual

De acuerdo a su actividad actual ¿Cuál es su expectativa de ventas para el Estado de Guanajuato para **Festival Internacional de Cine Guanajuato 2013** en comparación con la misma temporada del año anterior?

Rangos para definir estatus del índice

0-25----- Mucho menor
26-50----- Menor
51-60----- Igual
61-80----- Mayor
81-100----- Mucho mayor

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 49.00

Menor



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 45.00

Menor



Índice Global: 49.75

MAYOR



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 44.50

Menor



Transportadoras

Índice: 61.75

Mayor

De acuerdo a su actividad actual ¿Cuál es su expectativa de ventas para el Estado de Guanajuato para **Temporada de Julio- Septiembre 2013** en comparación con la misma temporada del año anterior?

Rangos para definir estatus del índice

0-25----- Mucho menor
26-50----- Menor
51-60----- Igual
61-80----- Mayor
81-100----- Mucho mayor

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 51.75

Igual



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 51.00

Mayor



Índice Global: 57.50

MAYOR



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 67.25

Mayor



Transportadoras

Índice: 65.00

Mayor

De acuerdo a su actividad actual ¿Cuál es su expectativa de ventas para el Estado de Guanajuato para **Grito de Independencia 2013** en comparación con la misma temporada del año anterior?

Rangos para definir estatus del índice

- 0-25----- Mucho menor
- 26-50----- Menor
- 51-60----- Igual
- 61-80----- Mayor
- 81-100----- Mucho mayor

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 53.00

Igual



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 61.00

Mayor



Índice Global: 56.50

IGUAL



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 72.75

Mayor



Transportadoras

Índice: 61.00

Mayor

EXPECTATIVAS

Expectativa de ventas para el **Verano 2013** en el Estado de Guanajuato

Expectativa de ventas para **Guanajuato Si Sabe** en el Estado de Guanajuato

Expectativa de ventas para el **GIFF 2013** en el Estado de Guanajuato

Expectativa de ventas para la temporada **Julio – Septiembre 2013** en el Estado de Guanajuato

Expectativa de ventas para la temporada **Grito de Independencias 2013** en el Estado de Guanajuato

Hospedaje	Agencias de Viaje	Transportadoras	Alimentos y Bebidas
57.75	61.75	63.75	65.50
56.25	49.75	58.75	64.25
49.00	44.50	61.75	45.00
51.75	67.25	65.00	51.00
53.00	72.75	61.00	61.00

- Para el rubro de Hospedaje las expectativas se espera sean Iguales que el año pasado para Verano 2013.
- Para Agencias de Viajes el Grito de Independencia 2013 representa expectativas mayores que el 2012.
- Para las Transportadoras el GIFF muestra expectativas mayores al 2012.
- Los establecimientos de Alimentos y Bebidas tienen mayores expectativas que en el Verano 2012.

0-25-----Mucho Menor
26-50-----Menor
51-60-----Igual
61-80-----Mayor
81-100-----Mucho Mayor

Motivadores y Frenos

¿En qué medida la **Economía en México** motiva o frena las ventas hacia el Estado de Guanajuato en los próximos 3 meses?

Rangos para definir estatus del índice

- 0-25-----Freno fuerte
- 26-50-----Freno moderado/mínimo
- 51-60----- Sin impacto
- 61-80-----Motivador moderado/mínimo
- 81-100-----Motivador fuerte

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 61.25

Motivador Moderado



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 50.75

Freno Moderado



Índice Global: 50.75
FRENO MODERADO



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 56.00

Sin Impacto



Transportadoras

Índice: 30.25

Freno Moderado

¿En qué medida la **Tipo de cambio frente al dólar americano** motiva o frena las ventas hacia el Estado de Guanajuato en los próximos 3 meses?

Rangos para definir estatus del índice

- 0-25-----Freno fuerte
- 26-50-----Freno moderado/mínimo
- 51-60-----Sin impacto
- 61-80-----Motivador moderado/mínimo
- 81-100-----Motivador fuerte

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 48.50

Freno Moderado



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 39.50

Freno Moderado



Índice Global: 42.50
FRENO MODERADO



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 51.50

Sin Impacto



Transportadoras

Índice: 36.25

Freno Moderado

¿En qué medida la **Situación económica en Estados Unidos** motiva o frena las ventas hacia el Estado de Guanajuato en los próximos 3 meses?

Rangos para definir estatus del índice

- 0-25-----Freno fuerte
- 26-50-----Freno moderado/mínimo
- 51-60----- Sin impacto
- 61-80-----Motivador moderado/mínimo
- 81-100-----Motivador fuerte

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 43.50
Freno Moderado



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 61.75
Motivador Moderado



Índice Global: 51.25
SIN IMPACTO



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 47.00
Freno Moderado



Transportadoras

Índice: 29.00
Freno Moderado

¿En qué medida las **Tarifas aéreas** motivan o frenan las ventas hacia el Estado de Guanajuato en los próximos 3 meses?

Rangos para definir estatus del índice

0-25-----Freno fuerte
26-50-----Freno moderado/mínimo
51-60----- Sin impacto
61-80-----Motivador moderado/mínimo
81-100-----Motivador fuerte

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 46.25

Freno Moderado



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 25.00

Freno Fuerte



Índice Global: 31.00
FRENO MODERADO



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 30.25

Freno Moderado



Transportadoras

Índice: 54.75

Sin Impacto

¿En qué medida los **Desastres naturales** motivan o frenan las ventas hacia el Estado de Guanajuato en los próximos 3 meses?

Rangos para definir estatus del índice

- 0-25-----Freno fuerte
- 26-50-----Freno moderado/mínimo
- 51-60----- Sin impacto
- 61-80-----Motivador moderado/mínimo
- 81-100-----Motivador fuerte

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 42.25

Freno Moderado



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 38.75

Freno Moderado



Índice Global: 47.75
FRENO MODERADO



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 55.25

Sin impacto



Transportadoras

Índice: 27.75

Freno Moderado

¿En qué medida las **Tarifas de hospedaje** motivan o frenan las ventas hacia el Estado de Guanajuato en los próximos 3 meses?

Rangos para definir estatus del índice

- 0-25-----Freno fuerte
- 26-50-----Freno moderado/mínimo
- 51-60----- Sin impacto
- 61-80-----Motivador moderado/mínimo
- 81-100-----Motivador fuerte

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 65.75

Motivador Moderado



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 53.00

Sin Impacto



Índice Global: 50.75
FRENO MODERADO



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 62.75

Motivador Moderado



Transportadoras

Índice: 59.75

Sin Impacto

¿En qué medida la **Publicidad negativa sobre la inseguridad en el Estado de Guanajuato** motiva o frena las ventas hacia el Estado de Guanajuato en los próximos 3 meses?

Rangos para definir estatus del índice

- 0-25-----Freno fuerte
- 26-50-----Freno moderado/mínimo
- 51-60----- Sin impacto
- 61-80-----Motivador moderado/mínimo
- 81-100-----Motivador fuerte

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 24.50

Freno Fuerte



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 50.00

Freno Moderado



Índice Global: 36.18
FRENO MODERADO



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 50.25

Freno Moderado



Transportadoras

Índice: 20.00

Freno Fuerte

¿En qué medida la **Promoción turística de otros destinos** motiva o frena las ventas hacia el Estado de Guanajuato en los próximos 3 meses?

Rangos para definir estatus del índice

- 0-25-----Freno fuerte
- 26-50-----Freno moderado/mínimo
- 51-60----- Sin impacto
- 61-80-----Motivador moderado/mínimo
- 81-100-----Motivador fuerte

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 43.00

Freno Moderado



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 81.00

Motivador Fuerte



Índice Global: 55.75

SIN IMPACTO



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 28.50

Freno Moderado



Transportadoras

Índice: 57.00

Sin Impacto

¿En qué medida la **Parque Guanajuato Bicentenario** motiva o frena las ventas hacia el Estado de Guanajuato en los próximos 3 meses?

Rangos para definir estatus del índice

- 0-25-----Freno fuerte
- 26-50-----Freno moderado/mínimo
- 51-60----- Sin impacto
- 61-80-----Motivador moderado/mínimo
- 81-100-----Motivador fuerte

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 60.75

Sin Impacto



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 53.00

Sin Impacto



Índice Global: 62.75
MOTIVADOR MODERADO



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 59.25

Freno Moderado



Transportadoras

Índice: 74.25

Motivador Moderado

¿En qué medida la **Promoción del Estado de Guanajuato como destino cultural** motiva o frena las ventas hacia el Estado de Guanajuato en los próximos 3 meses?

**Rangos para
definir estatus
del índice**

0-25-----Freno fuerte
26-50-----Freno moderado/mínimo
51-60----- Sin impacto
61-80-----Motivador moderado/mínimo
81-100-----Motivador fuerte

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 82.75

Motivador Fuerte



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 83.00

Motivador Fuerte



Índice Global: 83.00
MOTIVADOR FUERTE



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 83.75

Motivador Fuerte



Transportadoras

Índice: 80.75

Motivador Moderado

¿En qué medida el **Turismo de reuniones/negocios** motiva o frena las ventas hacia el Estado de Guanajuato en los próximos 3 meses?

**Rangos para
definir estatus
del índice**

- 0-25-----Freno fuerte
- 26-50-----Freno moderado/mínimo
- 51-60----- Sin impacto
- 61-80-----Motivador moderado/mínimo
- 81-100-----Motivador fuerte

Establecimientos de **Hospedaje**

Índice: 89.00

Motivador Fuerte



Establecimientos de **Alimentos y Bebidas**

Índice: 81.00

Motivador Fuerte



Índice Global: 81.75
MOTIVADOR FUERTE



Operadoras y Agencias de Viajes

Índice: 73.50

Motivador Moderado



Transportadoras

Índice: 78.00

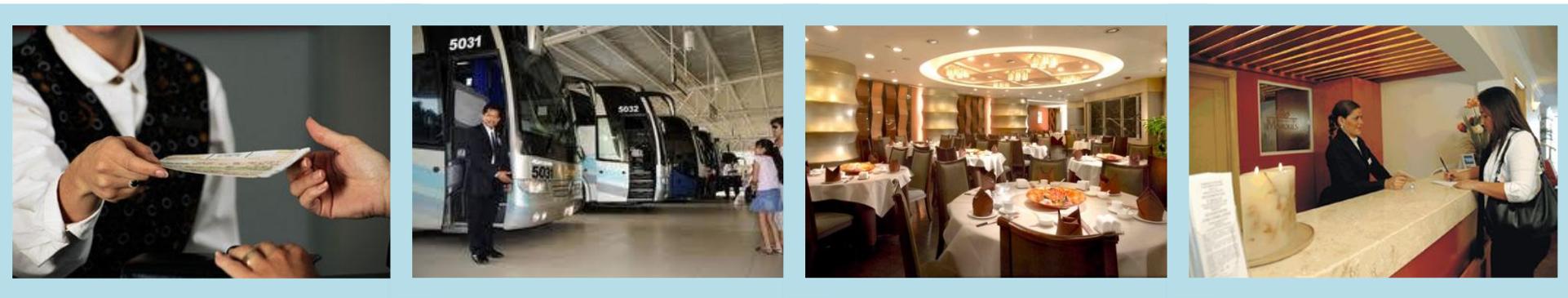
Motivador Moderado

MOTIVADORES Y FRENOS	Hospedaje	Agencias de Viaje	Transportadoras	Alimentos y Bebidas
Economía de México	61.25	56.00	30.25	50.75
Tipo de cambio frente al dólar americano	48.50	51.50	36.25	39.50
Situación económica en Estados Unidos	43.50	47.00	29.00	61.75
Tarifas aéreas	46.25	30.25	54.75	25.00
Desastres naturales	42.25	55.25	27.75	38.75
Tarifas de hospedaje	65.75	62.75	59.75	53.00
Publicidad negativa	24.50	50.25	20.00	50.00
Promoción turística de otros destinos	43.00	28.50	57.00	81.00
Parque Guanajuato Bicentenario	60.75	59.25	74.25	53.00
Promoción de Guanajuato como destino cultural	82.75	83.75	80.75	83.00
Turismo de reuniones	89.00	73.50	78.00	81.00

- Los Establecimientos de Hospedaje consideran un motivador fuerte el Turismo de Reuniones y freno fuerte la publicidad negativa.
- Las Agencias de viaje consideran un motivador fuerte la promoción de Guanajuato como destino cultural y como freno moderado la promoción turística de otros destinos.
- Las Transportadoras consideran motivador fuerte la promoción de Guanajuato como destino cultural y como freno fuerte la publicidad negativa.
- Los Establecimientos de A y B consideran un motivador fuerte la promoción de Guanajuato como destino cultural y como freno fuerte las tarifas aéreas.

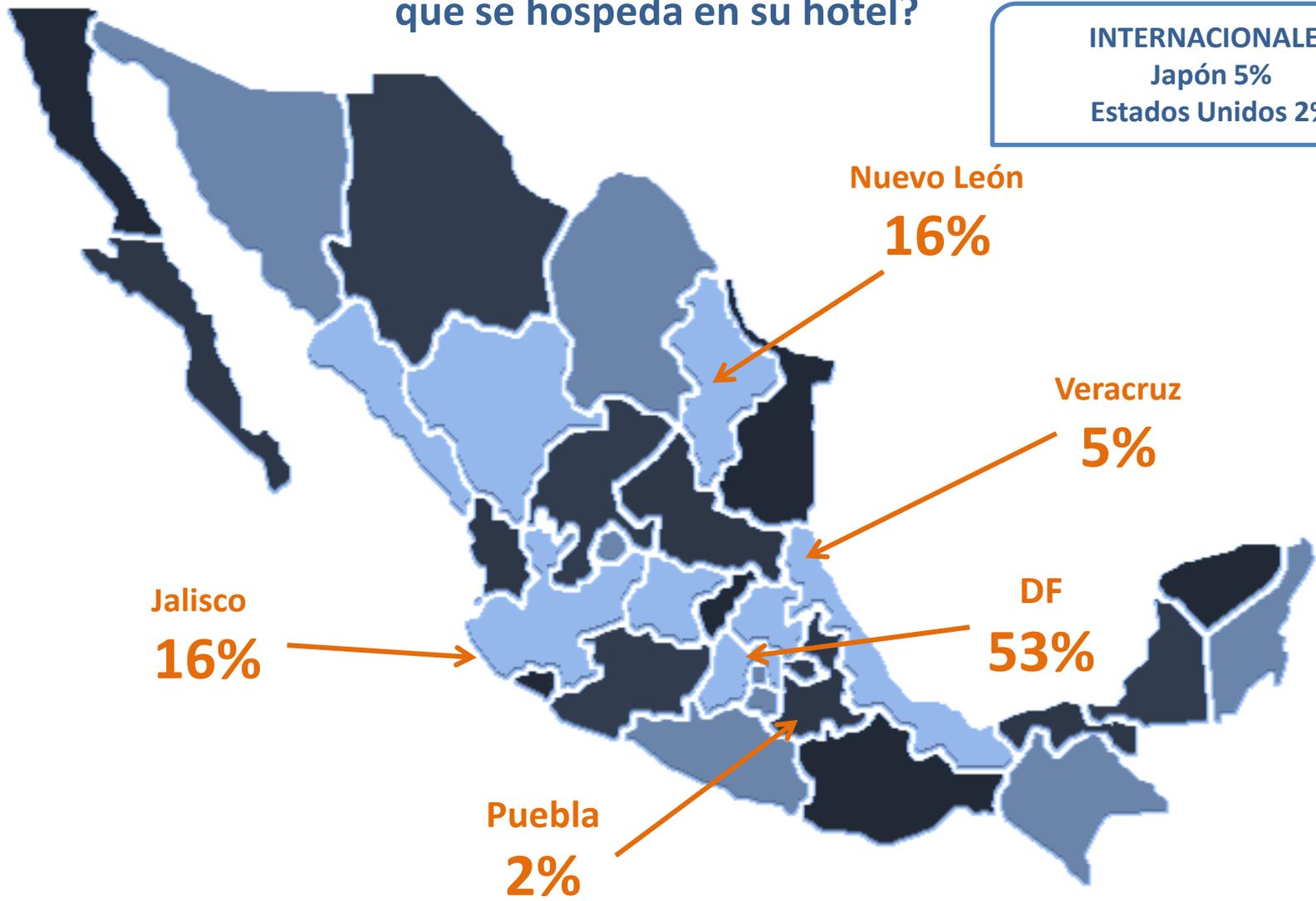
0-25-----Freno Fuerte
 26-50-----Freno Moderado/Mínimo
 51-60-----Sin Impacto
 61-80-----Motivador Moderado/Mínimo
 81-100-----Motivador Fuerte

Información por Giro

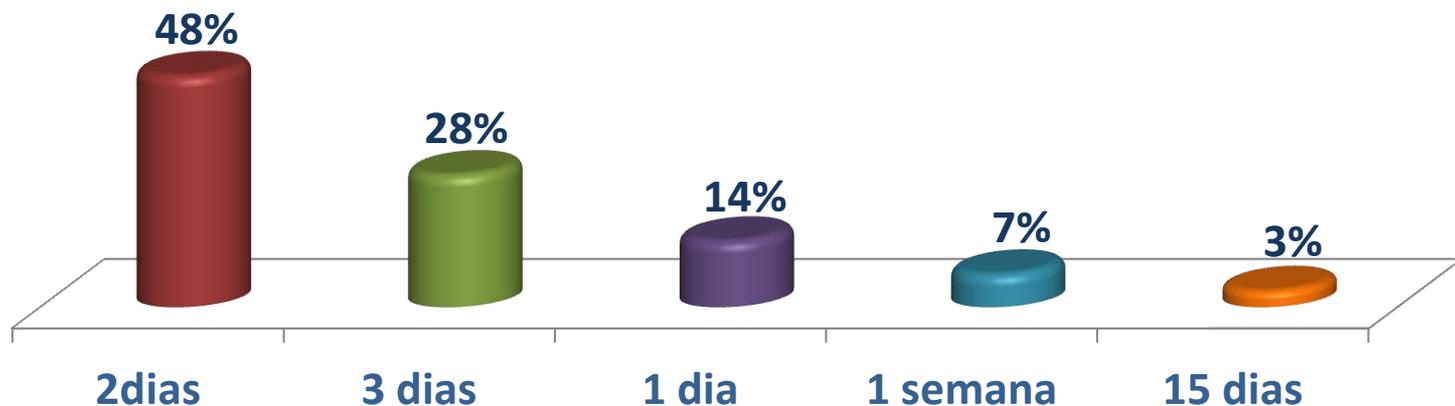


¿Cuál es el Principal origen del turista que se hospeda en su hotel?

INTERNACIONALES
Japón 5%
Estados Unidos 2%



¿Cuál es la estadía promedio en días?

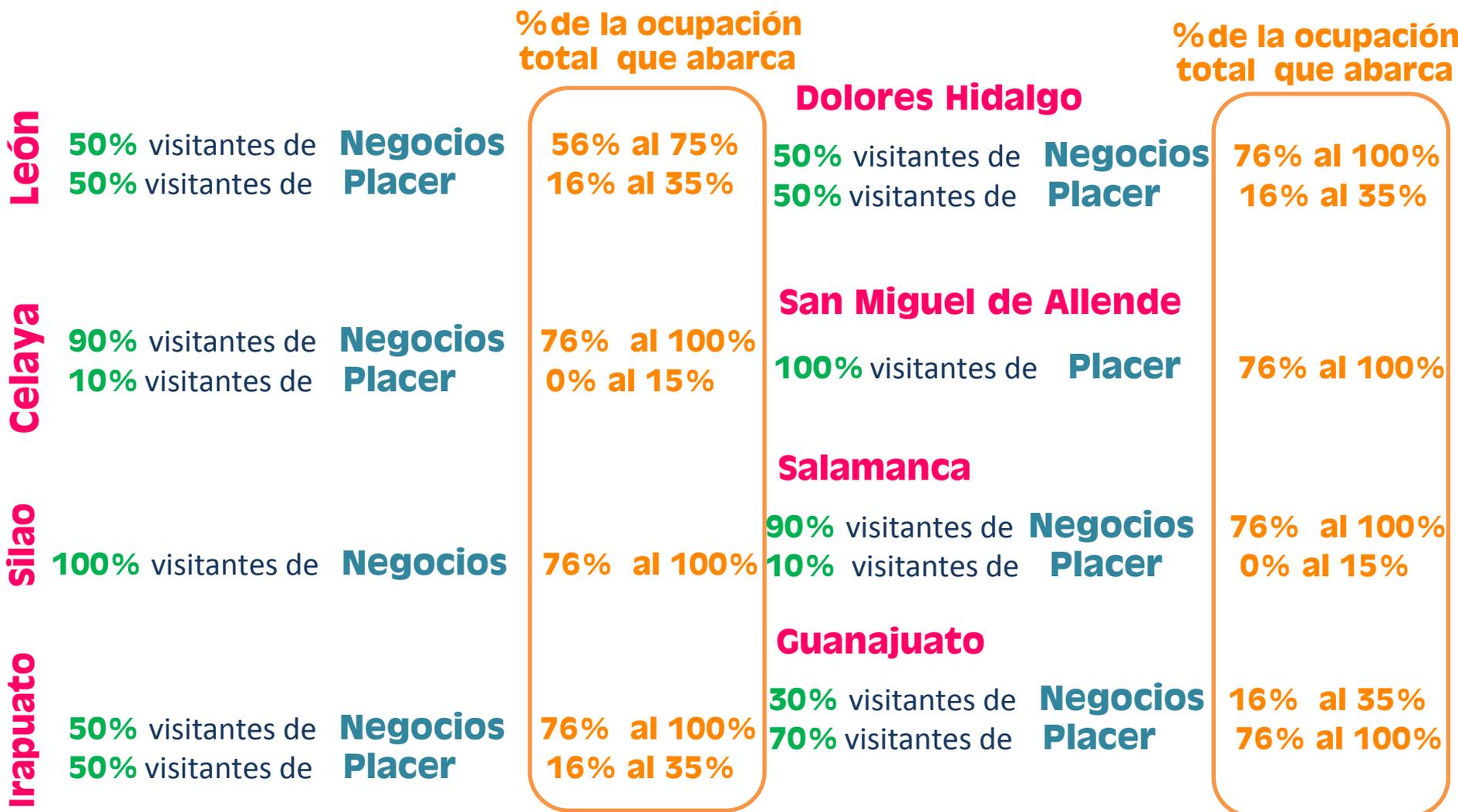


Origen del visitante

• El **59%** contestó que su clientes es de origen **Nacional** principalmente, ubicándolo entre el **76% a 100%** del total de su ocupación.

• El **41%** contestó que sus clientes de origen **Internacional** son del **0% a 15%** del total de su ocupación.

Tipo de visitante por ciudad:



Del 100% de sus huéspedes, cuánto es cuenta comercial? Y cuáles son sus principales clientes comerciales?

•El **45%** contestó que su cliente comercial se ubica entre un **76% a 100%** del total de su **ocupación.**

Hirotec Tooling
Provensa
Arneces electronicos
Contra Pink
Sevica
Jagura
Siemens
Telmex
CFE
Seguridad Privada

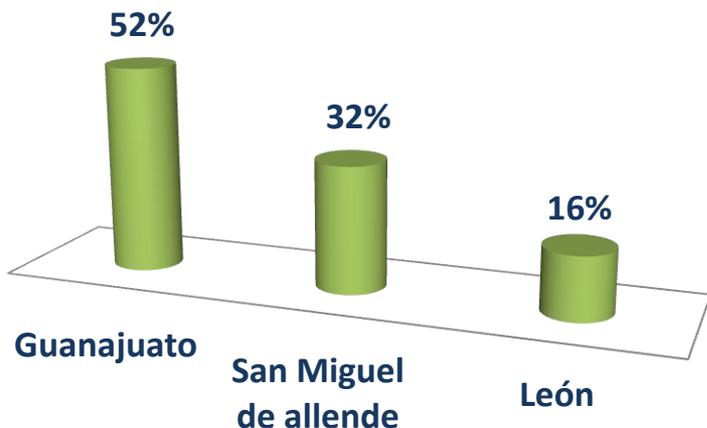
Honda
De acero
Grupo de Tecnologicos
KoblenSchmidt
La Molinera
Femsa
Minas
Sabritas
Nippon
Hiruta

Aeromexico
Centro Fox
Andrea
Deloitte
Degetti
Antera
Cepsa
Dulcemanía
Banco del Bajío
Universidad de Guanajuato
Ferremex
Nestle

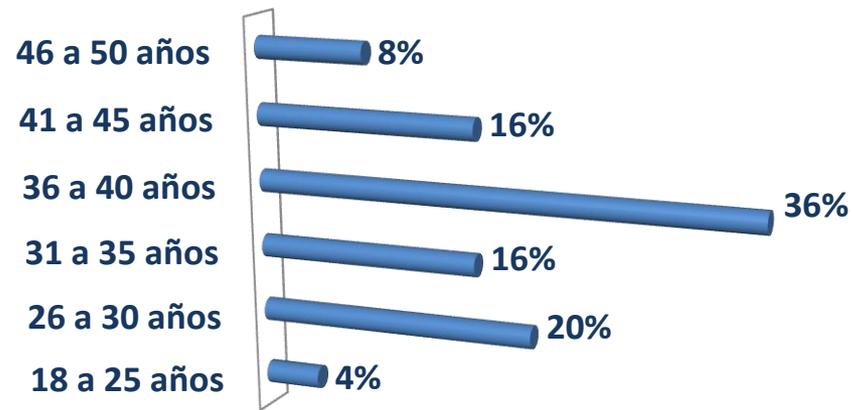
Universidad de la Salle
Casai
Nagase
Banamex
Cemex
Telmex
Megacable
Charly
Eva Green
Polimeros
Fimes
YKK Mexicana

Compartimos Banco
Serviaceros
Federacion de Cajas Populares
Coppel
Pepsi
Ferrocarriles Nacionales
General Motors
Continental
Martinera
Gobierno del Estado
Akiseat
Taikisha

Principal destino del Estado de Guanajuato que considera con el mayor índice de ventas



Rango de Edades de Visitantes que hacen reservaciones hacia el Estado de Guanajuato



¿Cuáles son los 3 atractivos del Estado de Guanajuato que llaman más la atención a sus clientes?

Ciudades coloniales	17%
Cultura	15%
Paseos	12%
León (Centro)	12%
Guanajuato (alhóndiga, momias, callejoneadas, minas)	10%
Negocios	8%
Iglesias	4%

Arquitectura	4%
Festival Internacional Cervantino	4%
Historia	4%
Forum Cultural Guanajuato	2%
Museo de Arte e Historia de Guanajuato	2%
Sapica	2%
WRC Rally México	2%
Compras	2%
San Miguel de Allende (Centro)	2%

Destinos de origen:

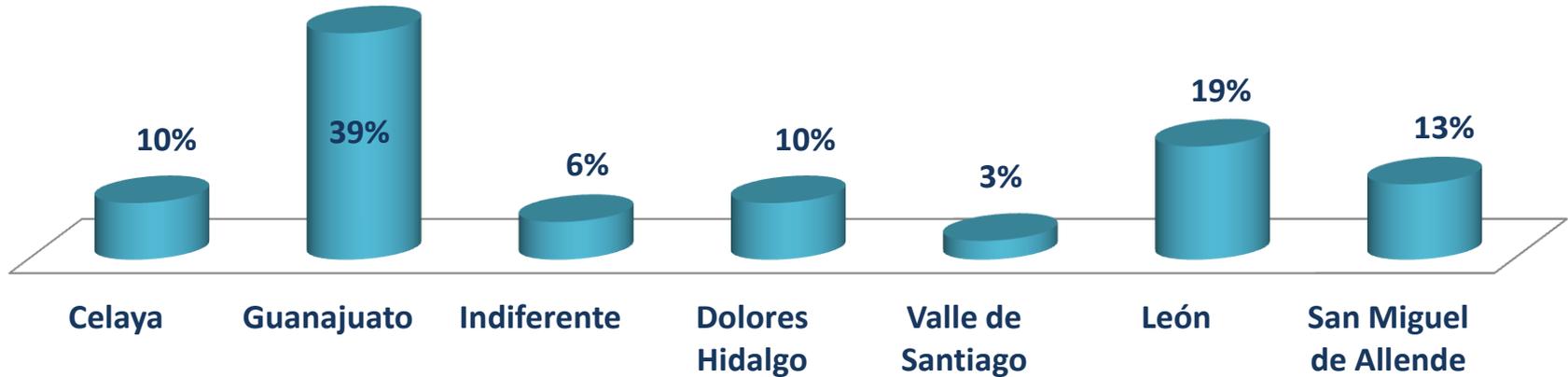
Dentro del estado

- San Miguel de Allende
- León
- Salamanca

Fuera del estado

- D.F.
- Jalisco
- Michoacán

¿Principal destino del Estado de Guanajuato al que solicitan más salidas?



Tarifa promedio que maneja hacia el Estado de Guanajuato



Número de salidas/corridos que maneja hacia el Estado de Guanajuato



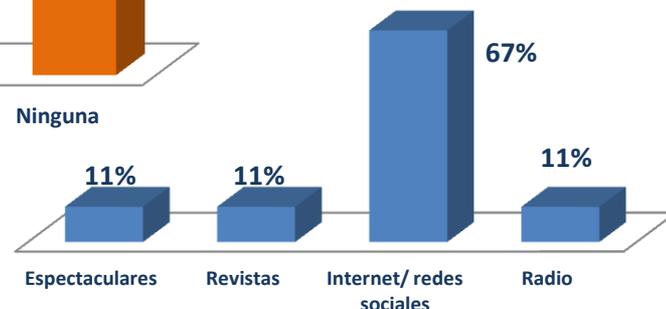
¿Está llevando a cabo alguna promoción o campaña publicitaria para los próximos eventos en el Estado de Guanajuato?



¿Cuál?



¿En que medio?



¿Qué evento(s) en la ciudad le generan mayor afluencia de turistas en su establecimiento?

Evento	Porcentaje
Cervantino	30%
Festival del Globo	16%
Indiferente	12%
Rally	9%
Sapica	7%
Festival de Cine	5%
Agroalimentaria	2%
Perigrinaciones de ciclistas	2%
Fiestas patronales	2%
Día de las madres	2%
Futbol de primera división	2%
La feria	2%
Anpic	2%
Vacaciones	2%
Semana santa	2%
Total	100%

¿Qué temporadas le generan mayor afluencia de turistas en su establecimiento?

Temporada	Porcentaje
1er semestre	3%
Días de asueto	3%
Diciembre	21%
Enero	3%
Julio	5%
Marzo	5%
Mayo	3%
Noviembre	10%
Semana Santa	13%
Septiembre	3%
Temporada vacacional	5%
Variable	3%
Agosto	3%
Verano	23%
Total	100%

¿Le han sido de utilidad los resultados de **Barómetro Turístico** de trimestres anteriores que hemos enviado?

	Establecimientos de Hospedaje	Operadoras / Agencias de Viajes	Transportadoras	Alimentos y Bebidas
Sí	66%	79%	34%	35%
No	17%	0%	0%	4%
No recibido	13%	21%	65%	61%

SI son de Utilidad

- Sirve como punto de referencia.
- Esta muy completo.
- Es una buena herramienta.
- Informan
- Para comparar y ver el crecimiento del sector.
- Para ver áreas de oportunidad y tomar decisiones.

- Esta muy completo.
- Muy buena herramienta.
- Para ver el panorama actual.
- Para poder comparar como ha crecido turísticamente el estado.
- Primera vez que lo recibe.

- Esta muy completo.
- Es información respaldada.
- Manejo de estadísticas.
- Mantiene informados.
- Así podemos tener conocimiento de lo que pasa en el estado.

- Dan información de la situación del estado.
- Para saber que nivel de competencia tenemos.
 - Información útil.
 - Es una herramienta valiosa
- Esta muy completo

NO son de Utilidad

- Cambio de correo.
- No los revisa, no le interesa.
- No siempre tiene la información que necesito, yo busco la información.

¿Existe algún tipo de Información adicional que le gustaría le proporcionara el Barómetro Turístico?

	Establecimientos de Hospedaje	Operadoras / Agencias de Viajes	Transportadoras	Alimentos y Bebidas
Sí	28%	29%	4%	0%
No	72%	71%	96%	96%
No sabe/conoce	0%	0%	0%	4%

¿Cuál?

- Así esta bien.
- Comparativo entre los estados, tarifas y tipo de turismo.
- Datos de las nuevas empresas en el estado.
- Eventos de todo el estado.
- Información sobre atractivos turísticos del estado.
- Ocupación hotelera del estado.
- Tendencias del turista.

- Así esta bien.
- Información sobre atractivos turísticos del estado.
- Información sobre los próximos eventos a realizarse.
- Programas de eventos.

- Información sobre atractivos turísticos del estado.

- Así esta bien.
- Esta muy completo.

En este sitio web encontrarás información referente a sistema de indicadores turísticos nacionales y estatales, información turística y otras publicaciones de interés del sector.

www.observatorioturistico.org



@ObservaTur_Gto

En este sitio web encontrarás información referente a eventos, destinos, planes de viaje, promociones experiencias, hoteles, restaurantes y mucha más información interesante del estado de Guanajuato.

www.gtoexperience.mx

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. Adriana Jardon Salazar,

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado

ajardon@guanajuato.gob.mx

-Lic. Regina Loya Plascencia,

Auxiliar de Investigación

rloyap@guanajuato.gob.mx

-Lic. Alejandra López Ladrón de Guevara,

Asistente de Investigación de Mercados

alladron@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



