Actividad Turística y Perfil del Visitante 2009

Irapuato 2009

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

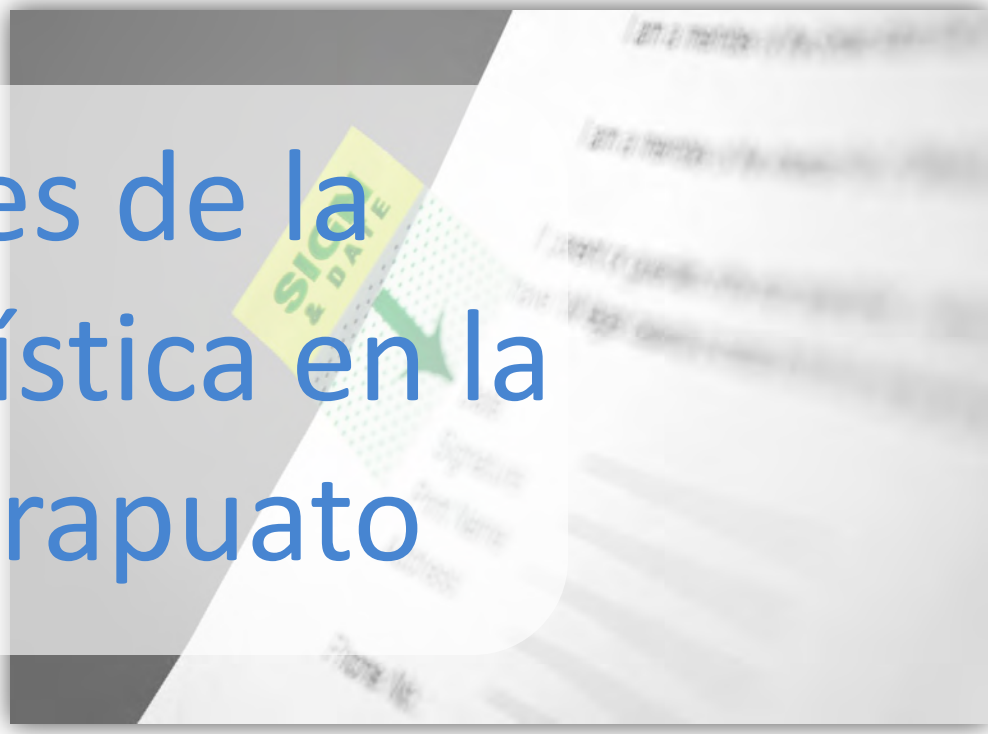
CONTENIDO

- Indicadores de la Actividad Turística en Irapuato
- Estudio del Perfil del Visitante a Irapuato
  - Vitrina Metodológica
  - Perfil General
  - Procedencia del Visitante
  - Planeación de Viaje
  - Motivo de Visita
  - Movilidad del Visitante
  - Gasto del Visitante
  - Experiencia de viaje e índices de satisfacción
  - Visitante Promedio

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Indicadores de la Actividad Turística en la ciudad de Irapuato

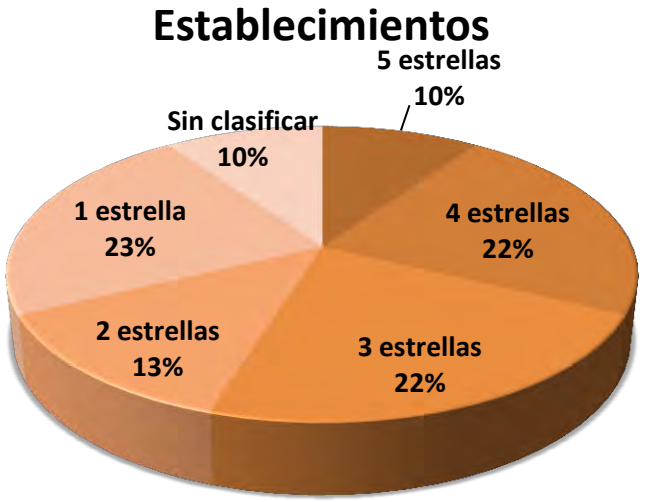


Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

INVENTARIO DE SERVICIOS

Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	31
Restaurantes	133
Agencias de viaje	30
Campos de golf	1
Balnearios	1
Empresas arrendadoras de automóviles	9
Transportadoras turística	3
Centros Congresos y Convenciones * Incluye Inforum y salones para eventos sociales.	24
Capacitación turística	13

Fuente: Sedetur. Actualización a enero 2010.

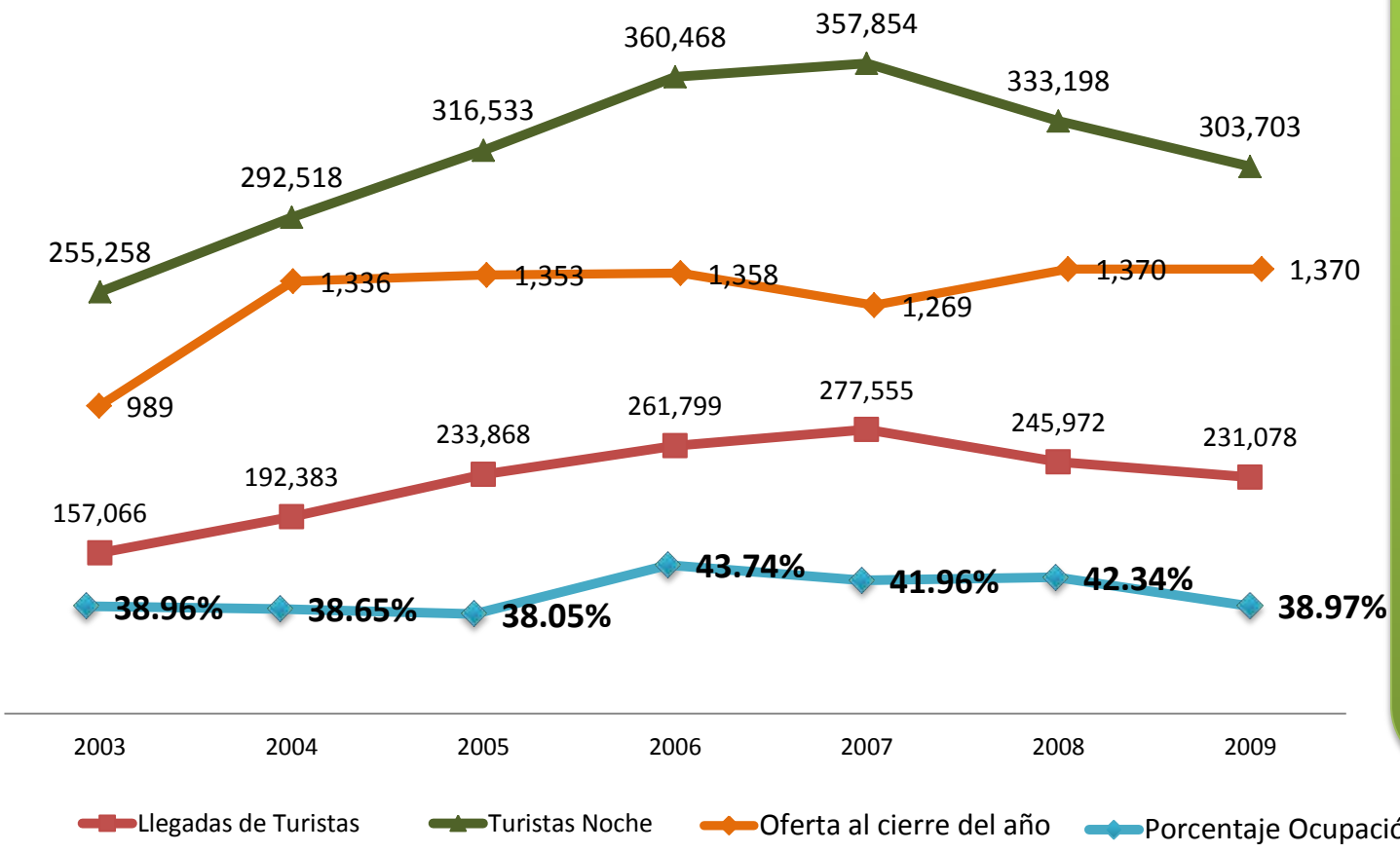


Inventario de hospedaje		
Categoría	Establecimientos	Habitaciones
5 estrellas	3	270
4 estrellas	7	633
3 estrellas	7	245
2 estrellas	4	196
1 estrella	7	164
Sin clasificar	3	184
Total	**31**	**1,692**

Fuente: Sedetur. Actualización a enero 2010.

INDICADORES DE HOSPEDAJE

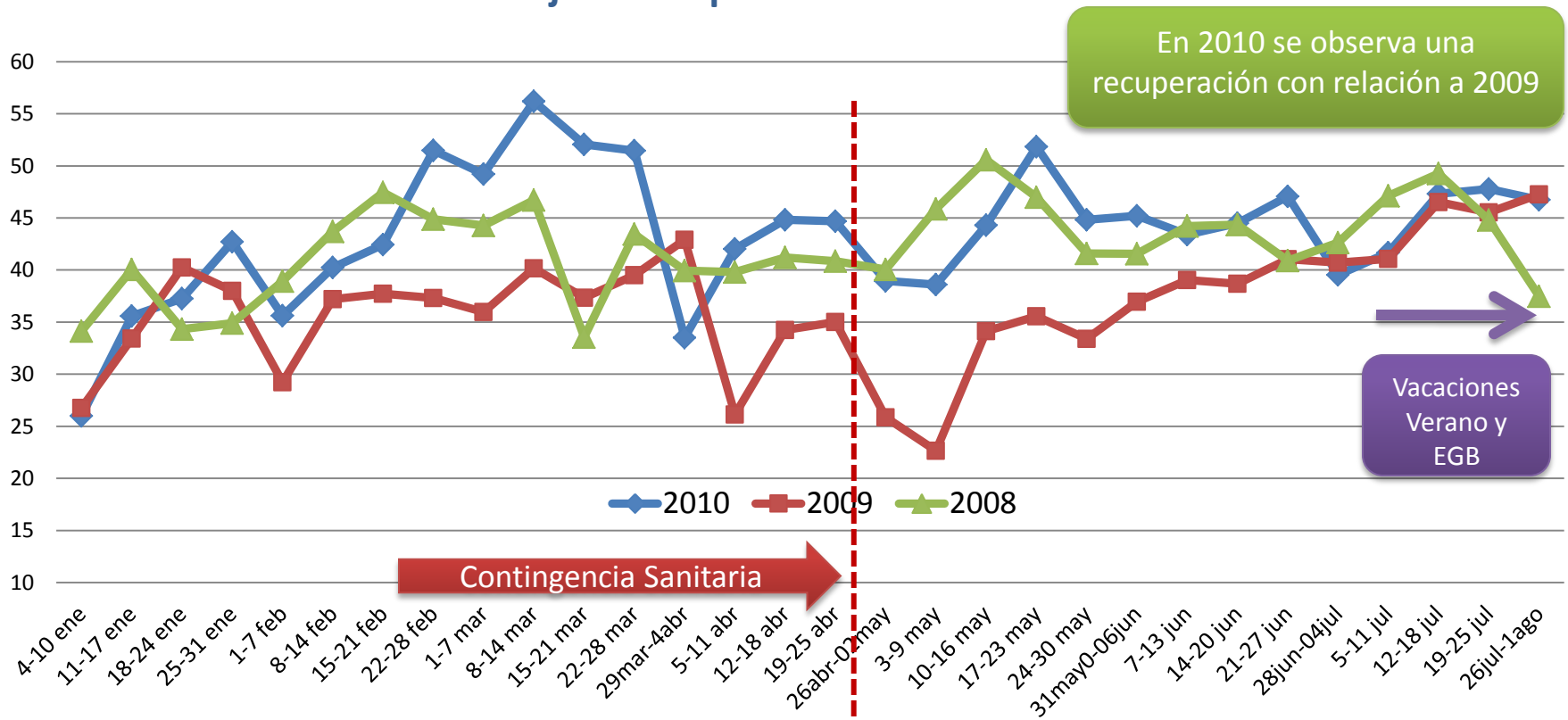
1 a 5 estrellas



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.

EFECTOS DE LA CRISIS ECONÓMICA Y CONTINGENCIA SANITARIA

Porcentaje de ocupación hotelera 2008-2010



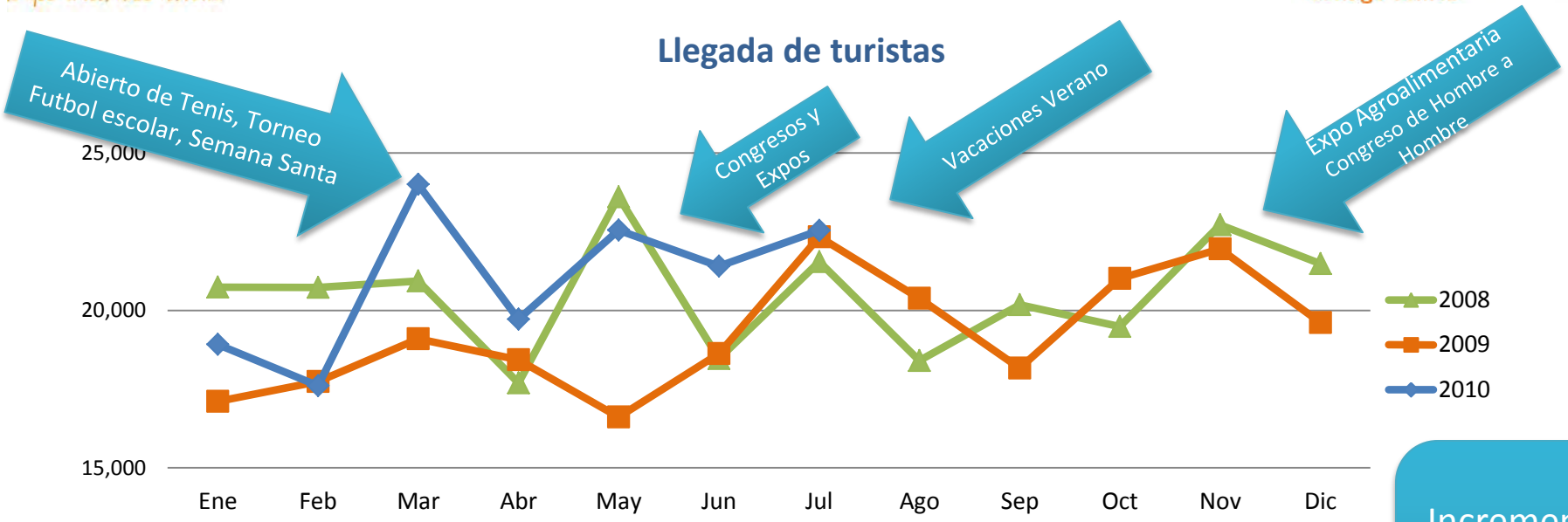
Variaciones en mayo 2009 (respecto al 2008):
La llegada de turistas disminuyó en 30%.
La ocupación hotelera cayó en 16 puntos porcentuales: de46% a 30%.

TENDENCIAS DE LOS INDICADORES DE HOSPEDAJE

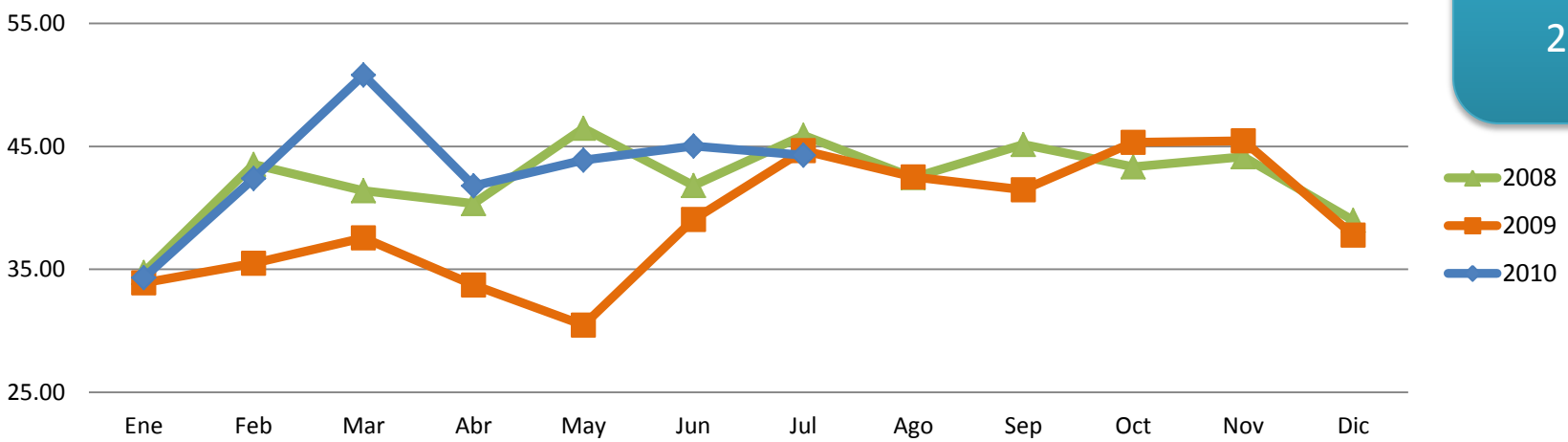
Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Llegada de turistas



Porcentaje de Ocupación



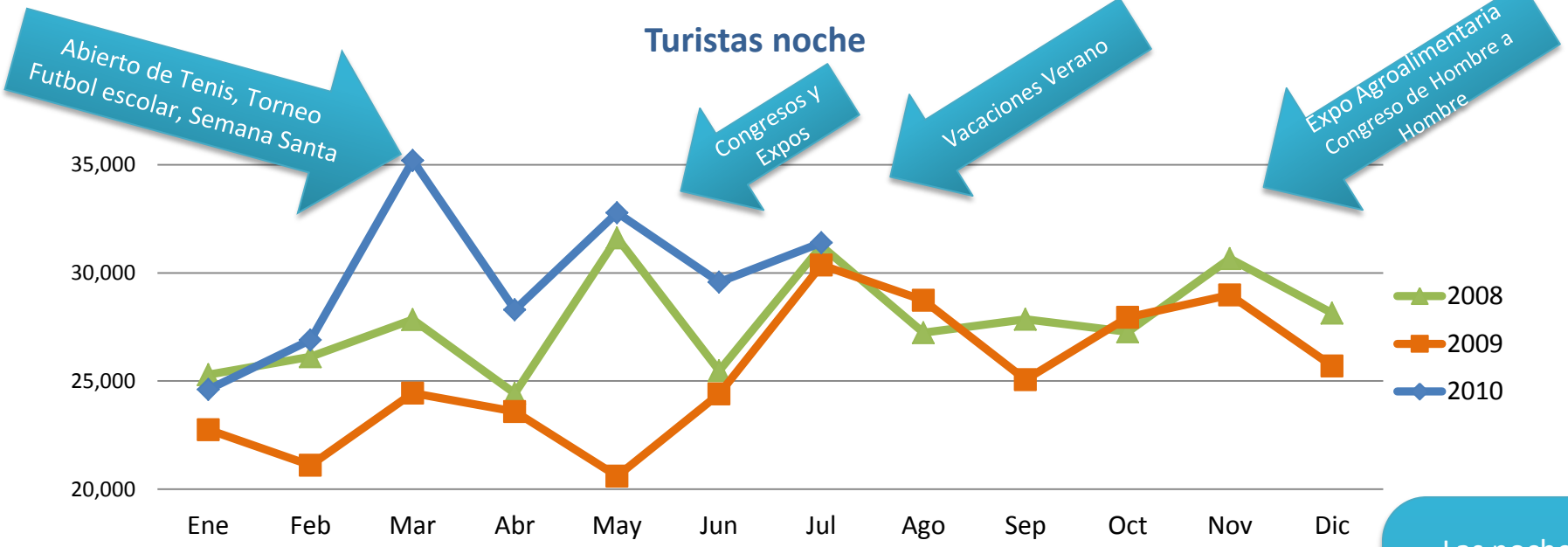
Incremento en los indicadores 2010

TENDENCIAS DE LOS INDICADORES DE HOSPEDAJE

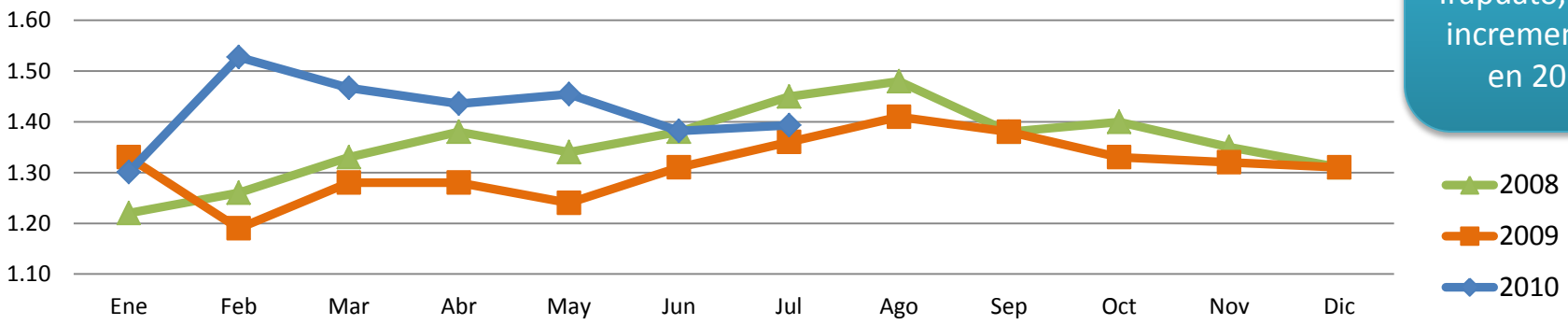
Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Turistas noche



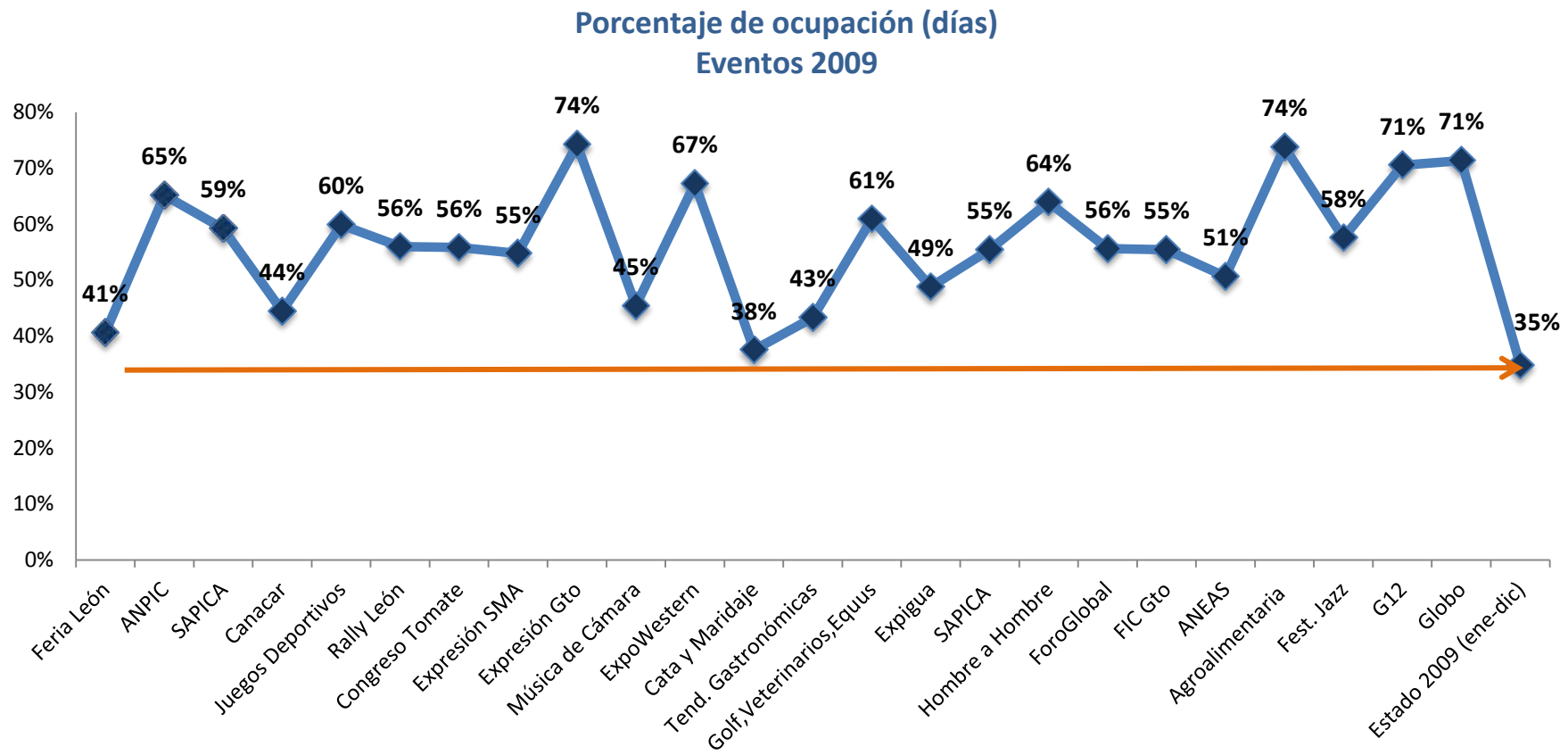
Estadía promedio



Las noches promedio de estancia en Irapuato, han incrementado en 2010

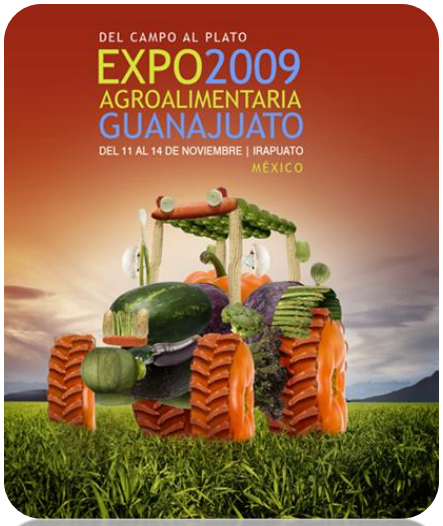
IMPACTO DE LOS EVENTOS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

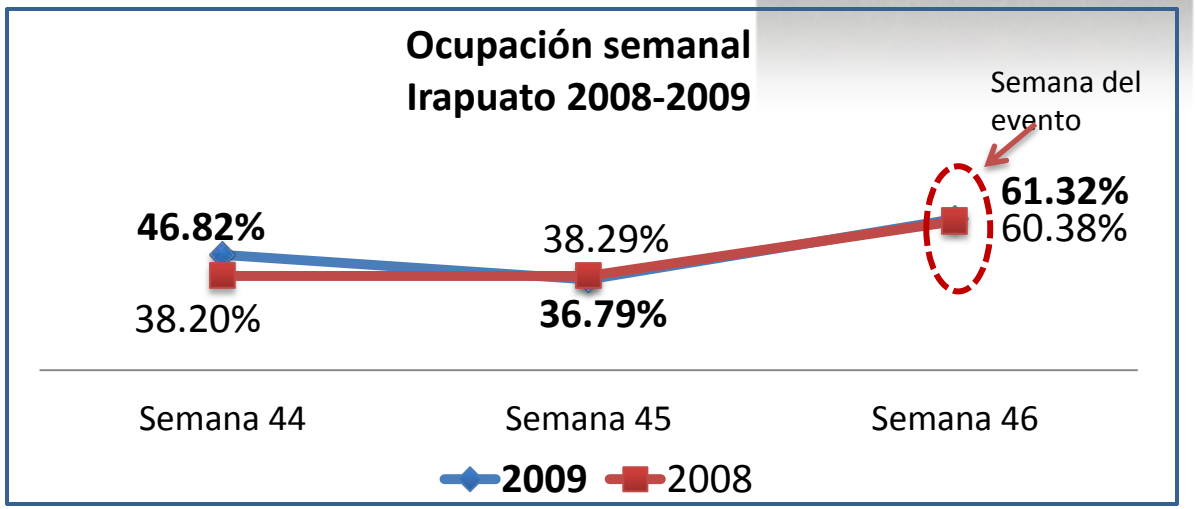
Los eventos especiales, festivales y congresos y convenciones benefician la actividad turística del destino



EXPO 2009 AGROALIMENTARIA

- Se estima que durante los días del evento los visitantes al destinos fueron más de 30 mil personas.
- La derrama económica se estima en $29.3 millones de pesos.
- El impacto del evento fue del 99%.
- La ocupación en la ciudad durante la semana del evento fue de 61%, mostrando un incremento de 24 puntos porcentuales con respecto a la semana anterior.





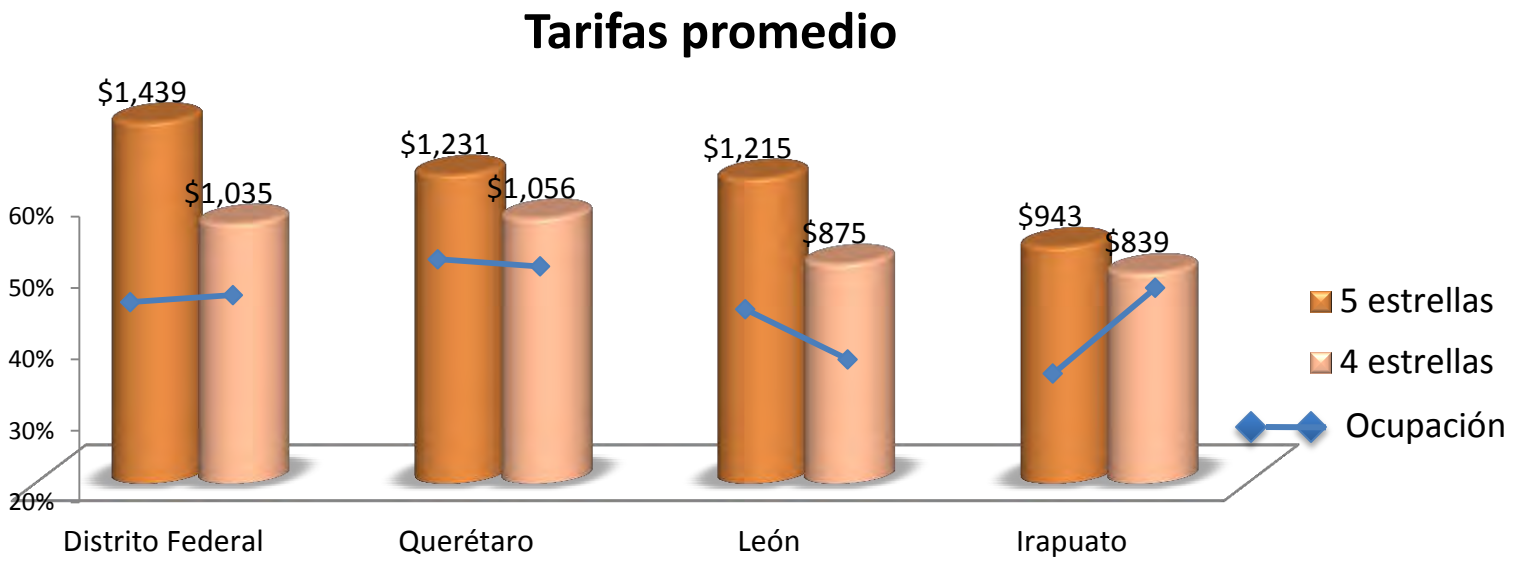
Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

Fuente: Datatur

TARIFAS DE HOTELES EN IRAPUATO

Diferencia con otros destinos

Tarifas en Hoteles y Porcentajes de Ocupación				
Categoría	Distrito Federal	Querétaro	León	Irapuato
5 estrellas				
Tarifa promedio	$1,439	$1,231	$1,215	$943
Ocupación 2009	48%	54%	47%	38%
4 estrellas				
Tafira promedio	$1,035	$1,056	$875	$839
Ocupación 2009	49%	53%	40%	50%



Fuente: Tarifas: Sondeo realizado en julio 2009.
Ocupación: Datatur-Sectur

México Plaza Express
Irapuato

- Inversión de más de $100 millones de pesos
- 102 habitaciones
- 90 empleos
- Inicio de operaciones en octubre 2009

MEXICO PLAZA

Resumen de la Actividad Turística

Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	1,692
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	89%
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2009	231,078
Porcentaje de Ocupación promedio 2009	39%
Porcentajes de ocupación más altos	Julio, octubre y noviembre con 45%
Estadía promedio	1.31

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Estudio del Perfil del Visitante a la ciudad de Irapuato

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

METODOLOGÍA

Tipo de entrevista	Cara a cara
Muestra:	**Total entrevistas efectivas 443;** levantadas en **Irapuato**
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

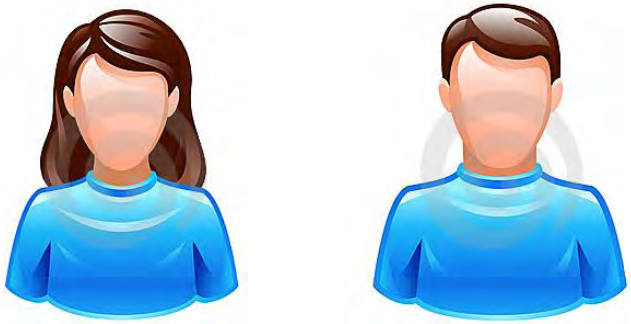
PERFIL GENERAL

Sexo y tipo de turista

El 57% de los visitante fueron turistas (5 puntos porcentuales más que el año pasado), por lo que se sugiere seguir difundiendo con mayor impacto los productos turísticos ofreciendo paquetes atractivos para incrementar la estadía , por otro lado es importante seguir uniendo esfuerzos para la atracción de eventos (congresos y exposiciones).

El género de los visitantes que predominó fue el masculino, es importante resaltar que este porcentaje incrementó 9 puntos porcentuales en relación al año anterior.

Sexo del Visitante a Irapuato



Mujer

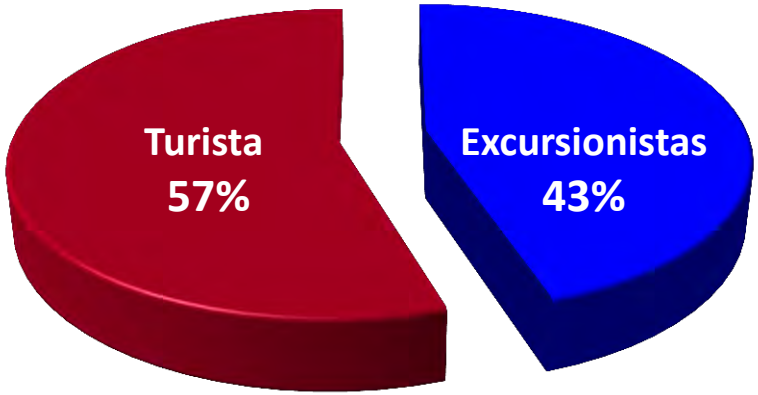
39%

48%

Hombre

61%

52% ← 2008



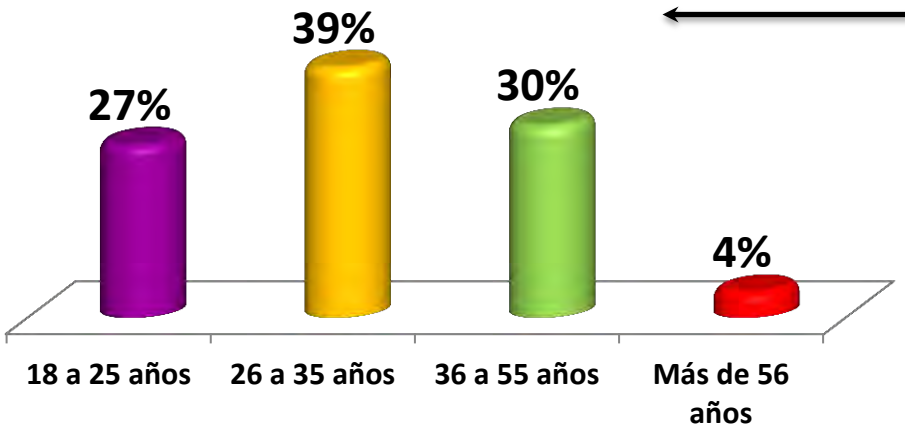
2008 → 52%

48%

PERFIL GENERAL

Edad y composición del hogar

Edad del Turista

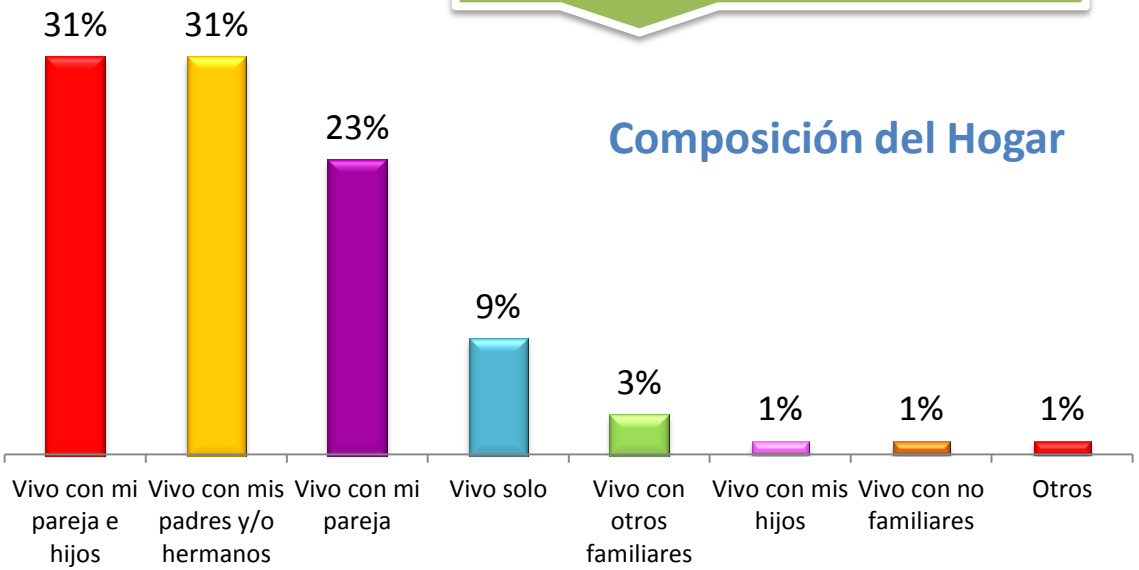


Edad promedio 2008: 31 años
Edad promedio 2009: 33 años

El 62% de los visitantes viven con pareja e hijos o con padres y/o hermanos, lo que nos indica que nuestro target demanda productos familiares que satisfagan las necesidades de cada integrante.

Un 66% de los visitantes son adultos jóvenes de entre 18 a 35 años de edad, por lo que los productos turísticos deben de ir enfocados a este segmento, sin descuidar al segmento de los adultos y adultos mayores ya que representan un 34%

Composición del Hogar



Base : Total de

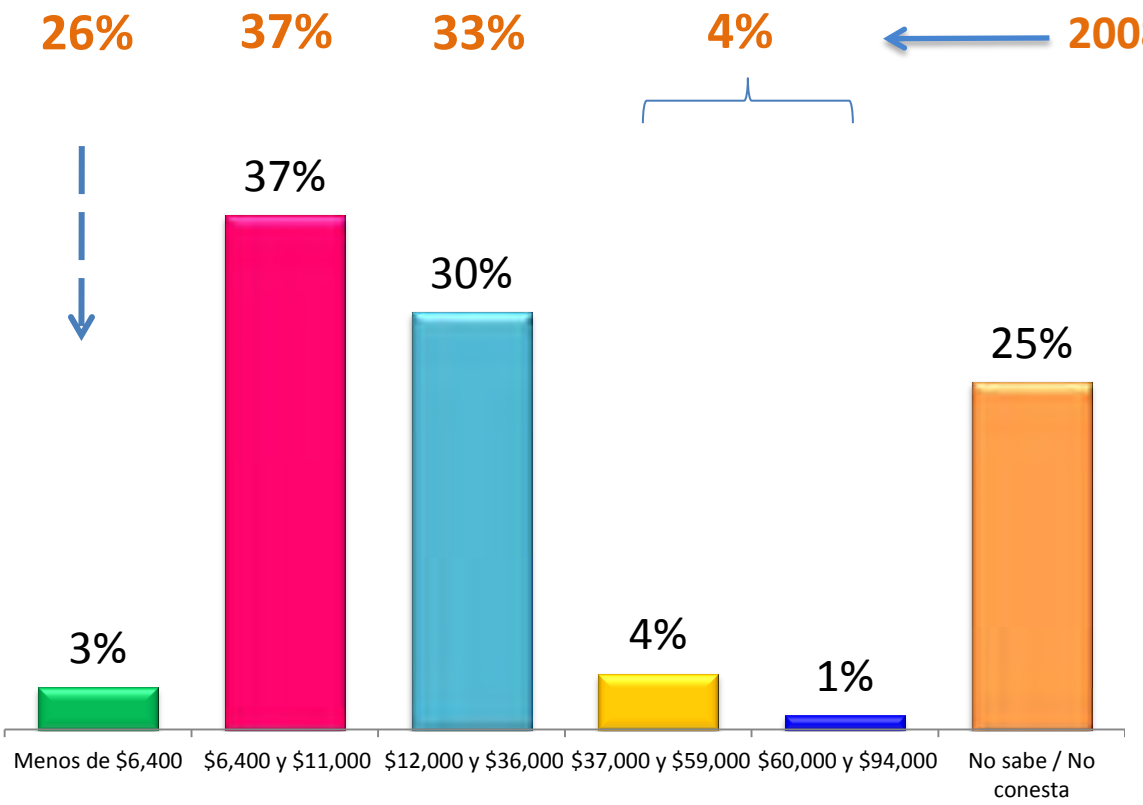
PERFIL GENERAL
Ingresos mensuales

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Ingresos Mensuales

El 70% de los visitante reportaron tener un ingreso familiar de entre $6,400 y $36,000, muy similar al reportado durante 2008, con lo anterior podemos observar que el ingreso de los visitantes se ha mantenido estable.



Resumen Perfil General

Concepto	Información Relevante
Hombres Mujeres	61% 39%
Turistas Excursionistas	57% 43%
Edad promedio	33 años
Composición del Hogar	Viven con pareja e hijos (31%) Vivo con mis padres y/o hermanos (31%)
Ingresos Mensuales	De $6,400 a $11,000 (37%, NSE D+)

PRECEDENCIA DEL VISITANTE

Lugar de residencia

El porcentaje de los visitante nacionales en 2009 fue mayor (14 puntos porcentuales) que en 2008, lo que nos indica que se ha reforzado la estrategia de atracción de eventos de índole nacional, se sugiere continuar con los esfuerzos de ser anfitriones de los organizadores de eventos para incrementar el número de visitantes y de noches de estadía.

Origen del Visitante

55%	43%	2%
70%	29%	1%

2008

Origen del Estatal

Municipio	%	Municipio	%
Salamanca	23%	Romita	6%
León	20%	Valle de Santiago	4%
Celaya	14%	Silao	4%
Guanajuato	8%	Otros	15%
Pueblo Nuevo	6%	Total	100

Origen del Visitante Internacional

Lugar	%
Estados Unidos	50%
Francia	50%

Origen del Visitante Nacional

Estado	%	Estado	%
DF/Edo. Mex.	24%	Coahuila	4%
Jalisco	16%	Aguascalientes	4%
Querétaro	15%	Tamaulipas	3%
Michoacán	12%	Otros	15%
San Luis Potosí	7%	Total	100

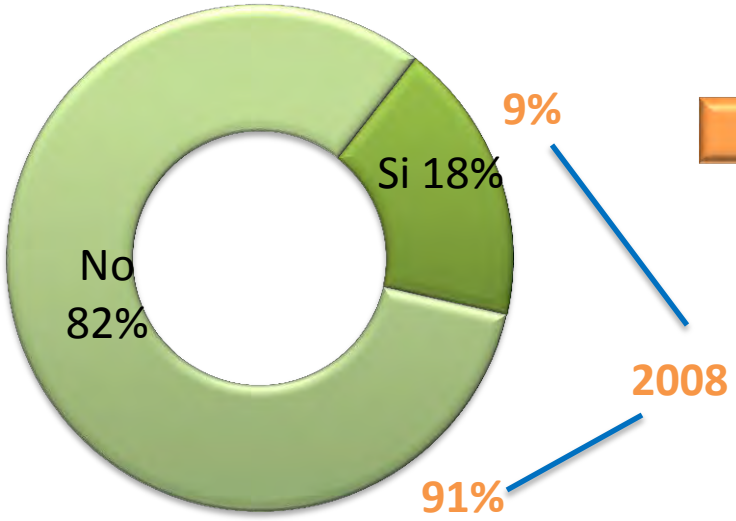
Resumen Procedencia del Visitante

Concepto	Información Relevante
Estatal Nacional Extranjero	55% 43% 2%
Principales Visitantes Estatales	Salamanca León Celaya Guanajuato
Principales Visitantes Nacionales	D.F. y Estado de México Jalisco Querétaro
Principales Visitantes Internacionales	Estados Unidos Francia

PLANEACIÓN DE VIAJE

Movilidad del visitante y paquetes turísticos

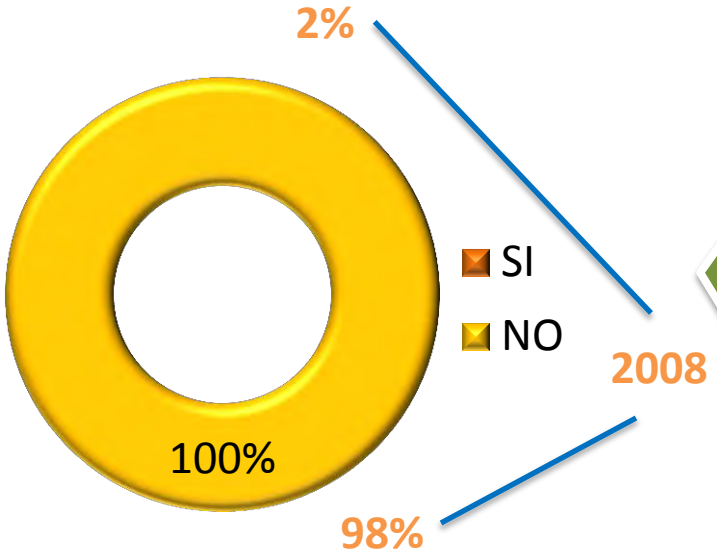
¿Dígame si visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?



¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?

Ciudades	Total Anual
León	5%
Guanajuato	1%
San Luis Potosí	1%
Salamanca	1%
La Piedad	1%
San Miguel de Allende	1%
Otros	9%
No contestó	81%

¿Su viaje forma parte de un paquete?



En 2009 un 18% visitó otras ciudades (el doble que en 2008) principalmente del Estado, lo que nos indica que debemos de ofrecer paquetes que incluyan diferentes rutas.

Los visitante 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.

Distribución del visitante

25%	27%	2%	2%	2%	43%
16%	29%	5%	1%	1%	48%

2008

El hospedaje con familiares y amigos fue el que predominó en los 2 periodos (2008 y 2009). Además en 2009 el 27% de los visitantes se hospedaron en establecimientos comerciales, mientras que en 2008 fue un 21%; el hotel muestra un incremento significativo en comparación con 2008. 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.

PLANEACIÓN DE VIAJE
Acompañantes

¿Con quién viaja en estos momentos?

33% **67%**

48% 52% ← 2008

En 2009 un 67% de los visitantes llegaron acompañados, este porcentaje incrementó 15 puntos porcentuales en relación al año 2008, 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	2008
Amigos	22%	11%
Cónyuge/ Pareja	22%	32%
Familia	45%	59%
Trabajo	11%	4%
Grupo de Viaje	0%	1%
Total	**100 %**	**NA**

Los viajes en familia se sugiere sean ser el mercado objetivo de las estrategias informativas y promocionales para la atracción de este segmento.

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

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

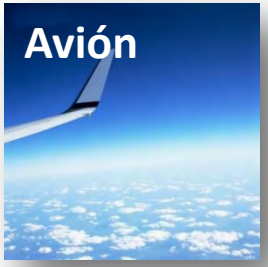
Rango de edades de los acompañantes	2009	2008
Número de adultos mayores de 18 años	2.81	
Número de adolescentes entre 12 y 18 años	1.79	
Número de niños menores de 12 años	1.69	
Promedio Total de personas	**3.42**	**2.2**

PLANEACIÓN DE VIAJE
Medio de transporte

Medio de transporte utilizado para llegar a este destino

59%

2%



39%

2008		
62%	2%	36%

El principal medio utilizado para llegar al destino fue el automóvil, por lo que se sugiere aprovechar para realizar promociones como pago de gasolina o casetas mostrando que se quedaron al menos 6 días en los destinos participantes.

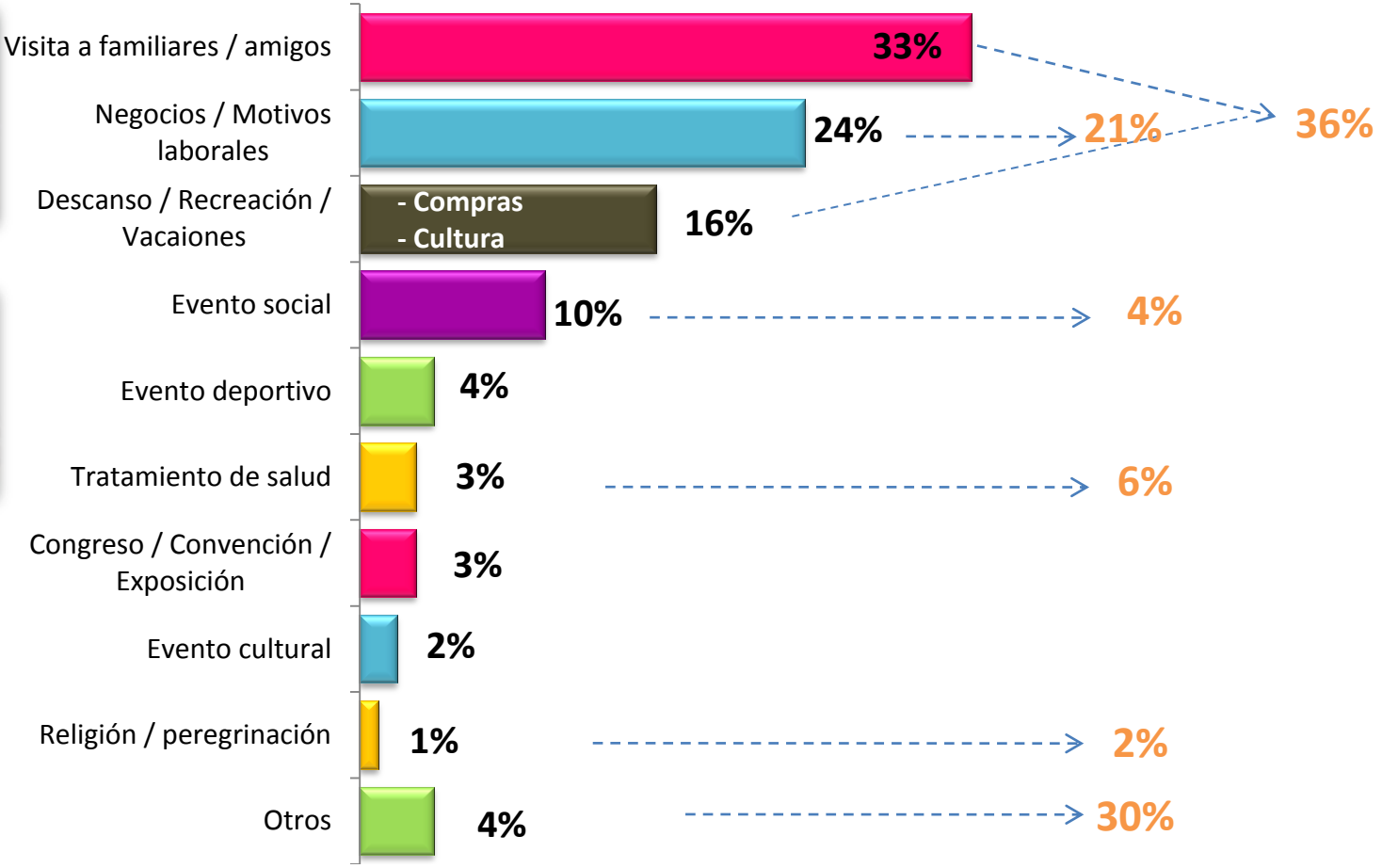
Resumen Planeación de Viaje

Concepto	Información Relevante
¿Visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?	SI 18% NO 82%
¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?	León Guanajuato San Luis Potosí Salamanca
¿El viaje forma parte de un paquete?	NO 100%
Principal opción de hospedaje	Casa de familiares o amigos
¿Con quién viaja en estos momentos?	Familia
Promedio de acompañantes	3.42 personas

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita

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



La visita a familiares o amigos y negocios son las principales razones del viajero a la ciudad, se sugiere innovar en productos turísticos e infraestructura de servicios para los turistas de reuniones ya que cada vez se cuenta con un mayor número de congresos y exposiciones en esta sede.

Resumen Motivo de Visita

Concepto	Información Relevante
Principal motivo de visita	-Visita a familiares o amigos - Negocios
Razones que motivó más su visita de descanso o placer a este destino	- Compras - Cultura

GASTO DEL VISITANTE

Promedio de gasto por persona

Gasto del visitante por viaje

Visitante	Desde que salió hasta que llego al destino	En el destino	De regreso a su origen
Turista	25%	54%	21%
Excursionista	23%	62%	15%

Distribución promedio del gasto del Turista

HOSPEDAJE 22%

TRANSPORTE LOCAL 8%

ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN 14%

OTROS 16%

ALIMENTOS Y BEBIDAS 10%

ARTESANÍAS 11%

COMPRAS 19%

GASTO DEL VISITANTE

Promedio de gasto por persona

Promedio de Gasto por Persona

TURISTA EN HOTEL

1.31días
$ 1,080

DEPTO O CASA PROPIA

3.87 días
$ 375

DEPTO O CASA RENTADA

11.38días
$ 272

TURISTA CON FAMILIARES Y/ AMIGOS

3.80 días
$ 474

OTROS

2.00 días
$ 357

EXCURSIONISTA

$ 546

GASTO DEL VISITANTE
Derrama Económica

Derrama económica estimada 2009

Visitantes y Derrama Económica Estimada Irapuato 2009		
Categoría	**Total en personas**	**Derrama Económica**
Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos	240,645	$334,790,993
Turistas en otros establecimientos comerciales	69,176	$213,911,491
Turistas en establecimientos no comerciales	426,096	$761,272,797
Excursionistas	690,279	$377,223,589
Totales	**1,426,196**	**$1,687,198,871**

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.		
Se considera excursionista al visitante que no pernocta en el destino.		

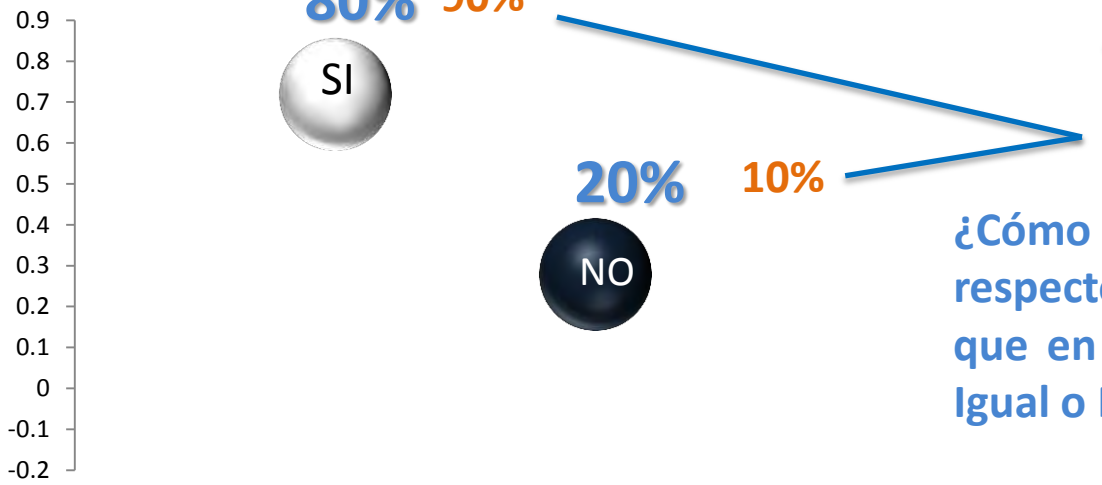
Resumen Gasto del Visitante

Concepto	Información Relevante	
Gasto en el destino:	Excursionista 62% Turista 54%	
Estadía de turista:	Hotel Familiares o amigos Casa rentada Casa propia Otros	1.31 días 3.80 días 11.38 días 3.87 días 2.00 días
Derrama Económica estimada	$1,687,198,871	

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

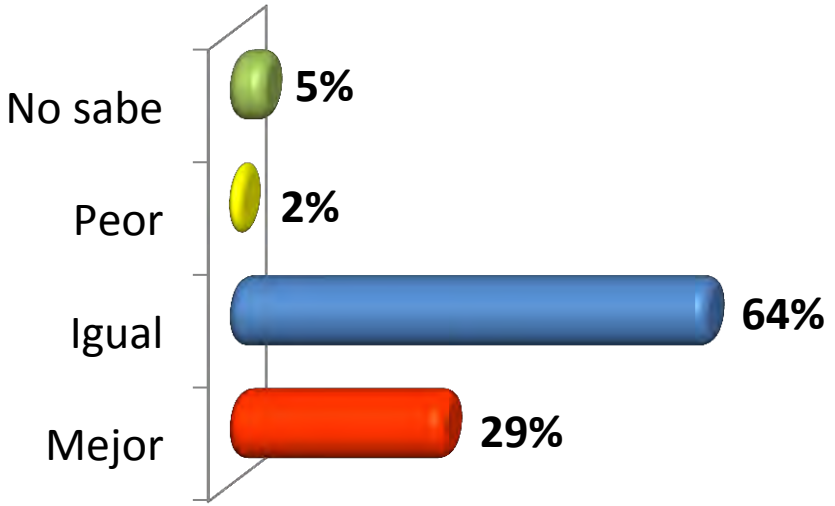
Visitas anteriores

¿Ya había visitado anteriormente este destino?



En 2009 se contó con un menor número de visitantes nuevos en comparación con 2008, lo que nos demuestra la necesidad de contar con productos turísticos novedosos tanto para la atracción de visitantes nuevos como para los recurrentes.

¿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?

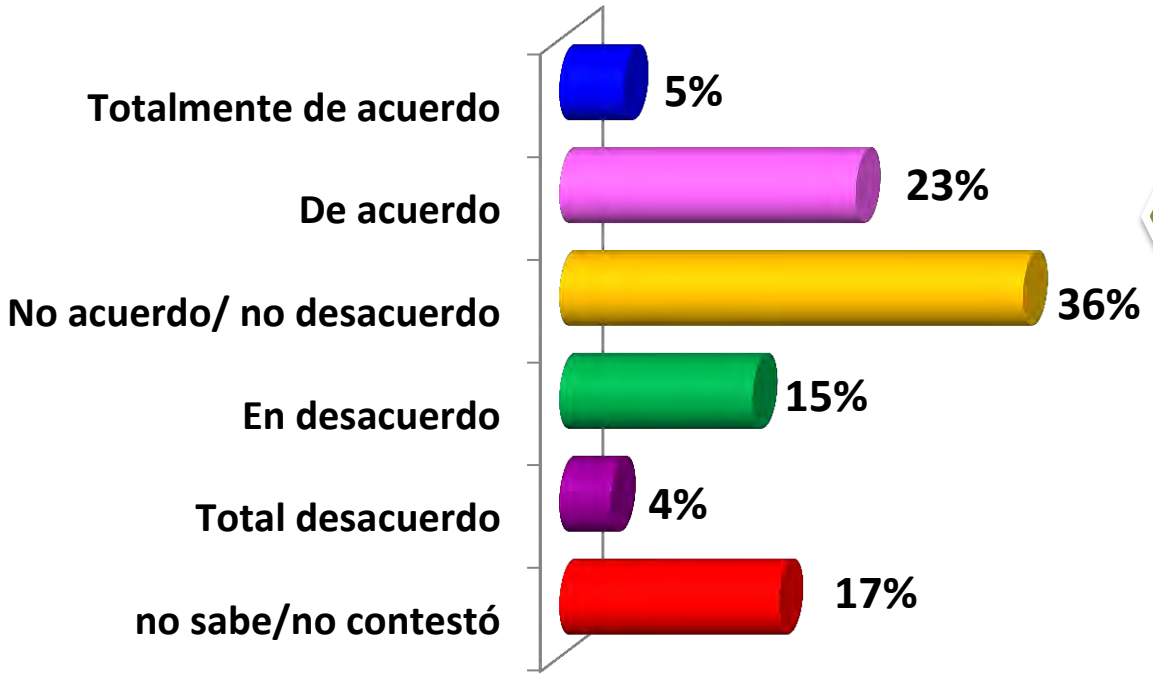


El 29% tuvo una mejor experiencia en comparación de visitas anteriores, pero el 64% mencionó haber sido igual, esto demuestra que es necesario que los prestadores de servicios, gobierno y sociedad brinden al visitante una atención de mayor calidad y ofrezcan nuevos servicios.

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia

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



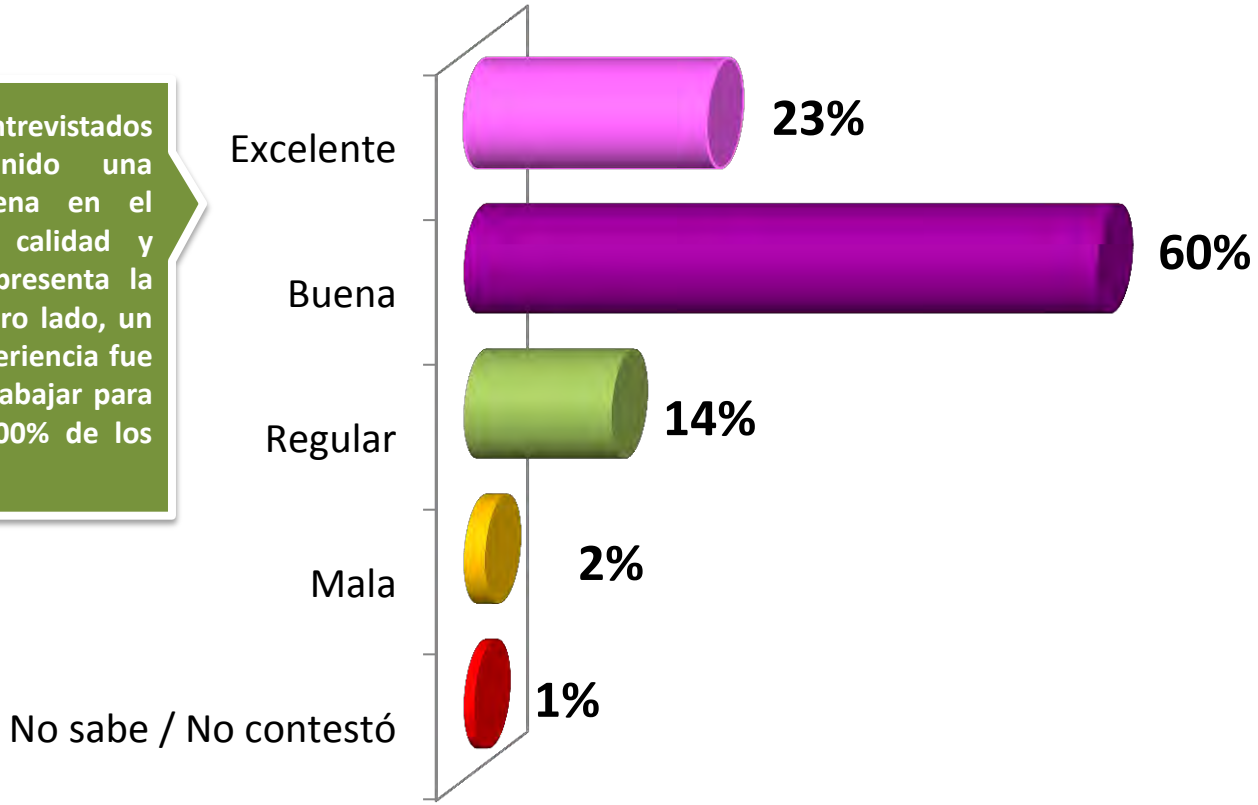
28% de los entrevistados mencionaron estar de acuerdo/totalmente de acuerdo con que su visita a Irapuato fue mejor que visitar otros destinos. Estos testimonios indican que el visitante quedó satisfecho con su experiencia. Sin embargo hubo un 36% que fue indiferente ante esta pregunta. Es importante tomar medidas que impulse a que la percepción de los visitantes al destino sea más positiva.

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia

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

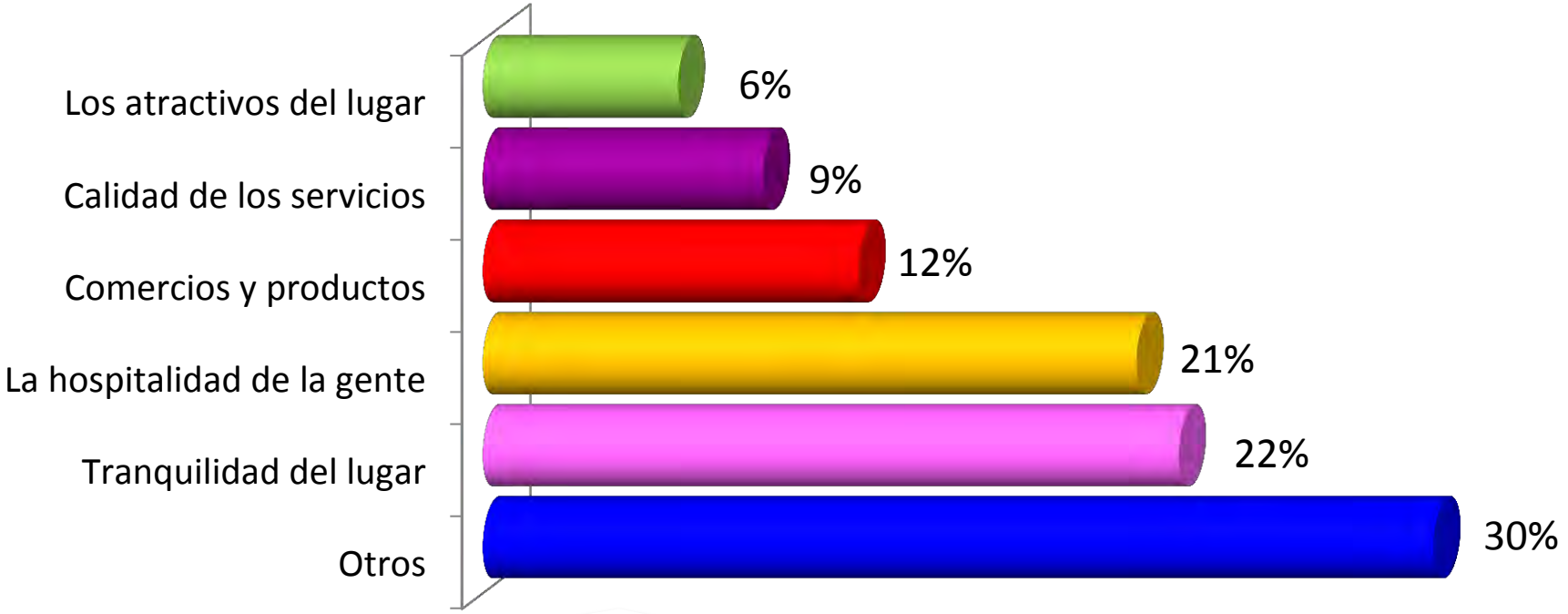
El 83% de los entrevistados mencionaron haber tenido una experiencia excelente/buena en el destino; esto refleja la calidad y variedad de oferta que presenta la ciudad de Irapuato. Por otro lado, un 16% mencionó que su experiencia fue regular/mala; se sugiere trabajar para que la percepción del 100% de los visitantes sea favorable.



EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia

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



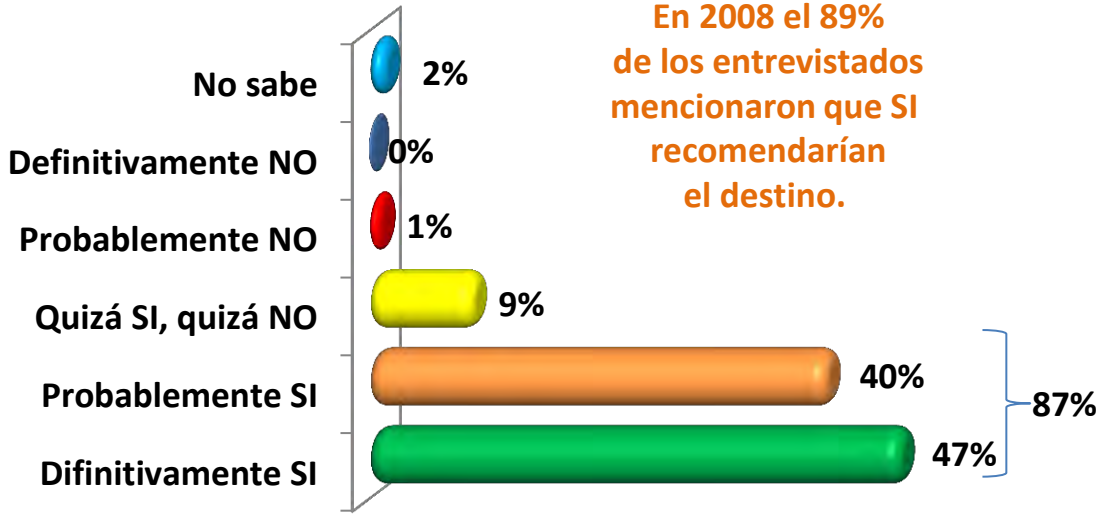
Los visitantes percibieron tranquilidad en la ciudad y gente hospitalaria, estos atributos son muy importantes ya que dan seguridad y bienestar a los visitantes. Las estrategias en promoción y publicidad se sugiere tomen en cuenta estos datos para aprovecharlos a favor de la imagen del destino.

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia

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

El 87% de los entrevistados mencionaron que recomendarían el destino; y la tasa de retorno del visitante señala que el 86% volvería a visitar la ciudad en el futuro, un porcentaje menor que en 2008 (95%).



En 2008 el 89% de los entrevistados mencionaron que SI recomendarían el destino.

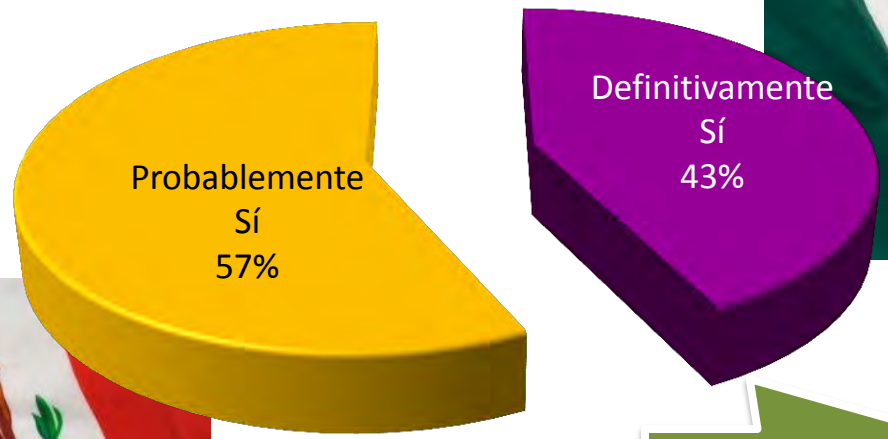
¿Qué tan probable es que Ud. vuelva a visitar este destino en el futuro?

Respuesta	2009	2008
Definitivamente SI	46%	71%
Probablemente SI	40%	24%
Quizá SI, quizá NO	9%	0%
Probablemente NO	1%	4%
Definitivamente NO	2%	1%
No sabe/no contestó	2%	0%

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia (para extranjeros)

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



El 100% 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.

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación del destino

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

Calificación general = 6.15

Calificación general = 7.05

A pesar de que en gráficas anteriores los visitantes afirmaron haber tenido experiencias satisfactorias en el destino, podemos observar que cuando se les pregunta por atributos específicos, sus calificaciones demuestran lo contrario. La calificación del destino fue de 6.15, debemos de trabajar en mejorar la imagen y servicio de rubros como servicio en módulos de información, guías de turistas, diversidad de atractivos turísticos y de actividades recreativas, limpieza de los balnearios y el mantenimientos de los recursos naturales; el atributo mejor calificado fue la hospitalidad de la gente.

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación del destino

Evaluación del Destino en general / Mapa de desempeño

Mejora Prioritaria •Los servicios de los guías de turistas •El servicio en módulos de información	**Fortaleza** •La hospitalidad de los residentes •La relación calidad/precio del destino
• El mantenimiento de los recursos naturales •La limpieza de balnearios •El servicio de los elementos de seguridad pública •La diversidad de atractivos turísticos •La diversidad de actividades recreativas **Mejora Secundaria**	• La seguridad en el destino •La limpieza en las calles y áreas públicas •El mantenimiento de los recursos culturales **Mantenimiento**

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Recomendaciones

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

Un 19% de los visitantes mencionaron no necesitar ningún complemento para tener una mejor experiencia en la ciudad de Irapuato; para el resto son necesarios más sitios o actividades turísticas/centros de diversión y recreación, más difusión e información turística, por lo que es importante tomar en cuenta esta observación y ofrecerles más opciones en sus visitas al destino.

Resumen experiencia de viaje

Concepto	Información Relevante	
¿Ya había visitado anteriormente el destino?	SI	80%
¿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	28%
Satisfacción en el destino	Excelente/Buena	83%
Recomendación del destino	Definitivamente SI/Probablemente SI	87%
Retorno al destino	Definitivamente SI/Probablemente SI	86%
Volver a visitar México (para extranjeros)	Definitivamente SI/Probablemente SI	100%
Recomendaciones	Más actividades y atractivos turísticos Más información turística Mayor difusión del destino	

Visitante Promedio

VISITANTE PROMEDIO A LA CIUDAD DE IRAPUATO

IRAPUATO	2009	2008
Edad Promedio	33 años	31 años
Acompañado por	Familia	Familia, pareja e hijos
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil
Ingreso	$6,400 y $11,000.	$6,800 y $34,999
Otros lugares por visitar	Guanajuato León	León Guanajuato Salamanca y Guadalajara
Motivo de Visita	Familiares y amigos Negocios / Motivos laborales	Vacaciones Negocios / Motivos laborales
Si regresa el mismo día gastará	$546 por persona	$528 por persona
Si se queda una noche gastará	$1,080 por persona	1,043 por persona
Experiencia del viaje	Recomendaría ampliamente y si regresaría Ya había venido	Piensa que tuvo el valor justo de lo que gasto Ya había venido
Recomendaciones	Más atractivos turísticos Más información turística Mayor difusión del destino	Más limpieza Más franquicias Más parques

COMPARATIVO DE PERFILES DEL VISITANTE PROMEDIO A LAS CIUDADES DE NEGOCIOS

PERFIL	IRAPUATO	LEÓN	CELAYA - SALAMANCA
Edad Promedio	33 años	33 años	34 años
Acompañado por	Familia	Familia	Familia
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil	Automóvil
Ingreso	$6,400 y $11,000.	$12,000 a $36,000	$6,400 y $11,000.
Otros lugares por visitar	Guanajuato León	Guanajuato Irapuato Dolores Hidalgo	León Guanajuato Irapuato
Motivo de Visita	Familiares y amigos Negocios / Motivos laborales	Descanso y Recreación Familiares y amigos	Familiares y amigos
Si regresa el mismo día gastará	$546 por persona	$1,656 por persona	$510 por persona (Celaya) $611 por persona (Salamanca
Si se queda una noche gastará	$1,080 por persona	$1,722 por persona	$971 por persona (Celaya) $1,953 por persona (Salamanca)
Experiencia del viaje	Recomendaría ampliamente y si regresaría Ya había venido	Recomendaría ampliamente y si regresaría Ya había venido	Recomendaría ampliamente y sí regresaría Es la primera vez en el destino
Recomendaciones	Más atractivos turísticos Más información turística Mayor difusión del destino	Más atractivos turísticos Más información Más seguridad	Más lugares y actividades Más promoción y publicidad Más información

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.

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

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

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. 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

POR SU ATENCION,
MUCHAS GRACIAS

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis