Actividad Turística y Perfil del Visitante 2008

Irapuato 2008

Guanajuato
Gobierno
del Estado

Secretaría
de Desarrollo
Turístico

Contigo Vamos

CONTENIDO

1. Indicadores de la Actividad Turística en Irapuato
2. Estudio del Perfil del Visitante a Irapuato
   a. Vitrina Metodológica
   b Perfil General
   c. Procedencia del Visitante
   d. Planeación de Viaje
   e. Motivo de Visita
   f. Movilidad del Visitante
   g. El Visitante y la Publicidad
   h. Gasto del Visitante
   i. Experiencia de viaje e índices de satisfacción
   j. Visitante Promedio

1. Indicadores de la Actividad Turística en Irapuato

Irapuato
Inventarios

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Inventario

Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	29
Alimentos y bebidas	134
Balnearios	1
Campos de golf	1
Agencias de viaje	28
Empresas arrendadoras de automóviles	11
Centros de congresos y convenciones	24
Transportadoras turísticas	3

Fuente: Sedetur

Inventario de hospedaje

Categoría	Establecimientos	Cuartos
5 estrellas	3	270
4 estrellas	6	531
3 estrellas	6	209
2 estrellas	4	196
1 estrella	7	164
Sin clasificar	3	184
Total	**29**	**1,554**

Fuente: Sedetur, junio 2009.

Movimientos en el inventario de establecimientos de hospedaje:

2004:
Altas de los hoteles: Holiday Inn y City Express
Reclasificación de hoteles
2006:
Alta del hotel San Francisco Business
Reclasificación de hoteles
2007:
Reclasificación de hoteles
2008:
Alta del hotel Holiday Inn Express & Suites

Irapuato

Tendencia de los Indicadores de Hospedaje

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

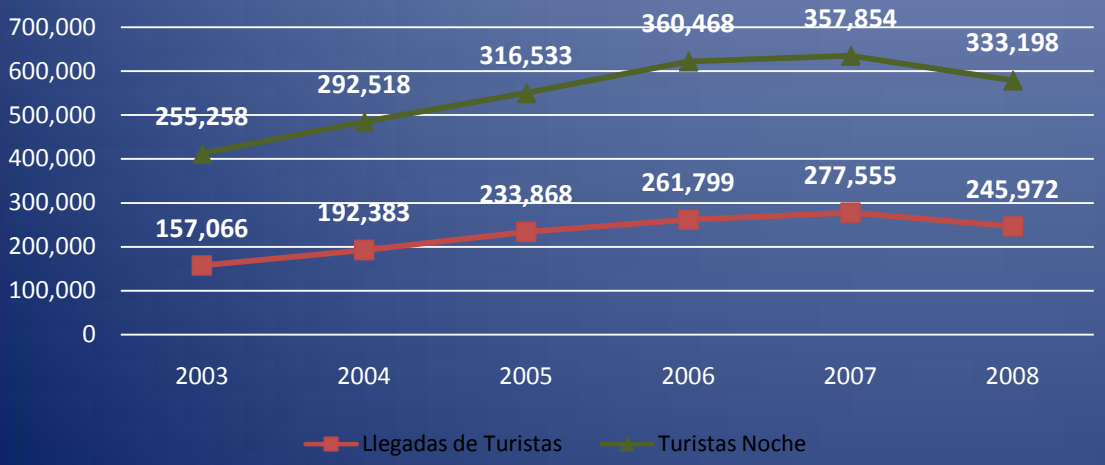
Contigo Vamos

Oferta de cuartos 1 a 5 estrellas, 2003-2008

Fuente: Anuarios INEGI. Sedetur

Hay una relación estrecha entre la oferta hotelera, la llegada de turistas y el porcentaje de ocupación.

Indicadores Hoteles 1 a 5 estrellas

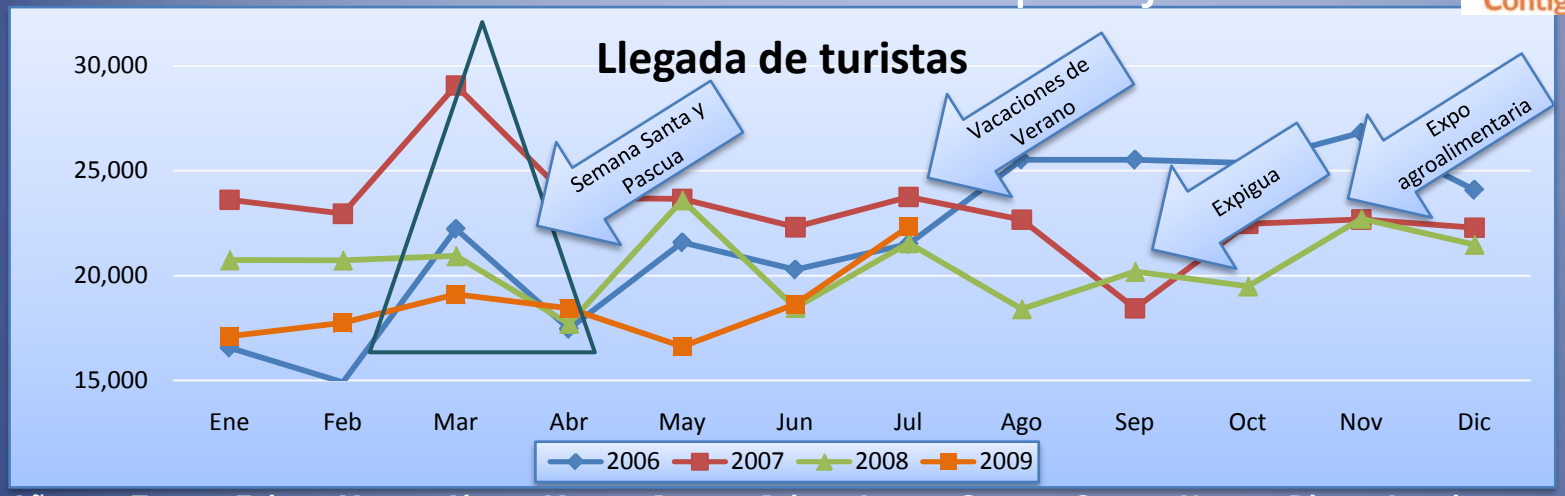


Fuente: Datatur-Sectur. Sedetur

Ocupación en Hoteles 1 a 5 estrellas

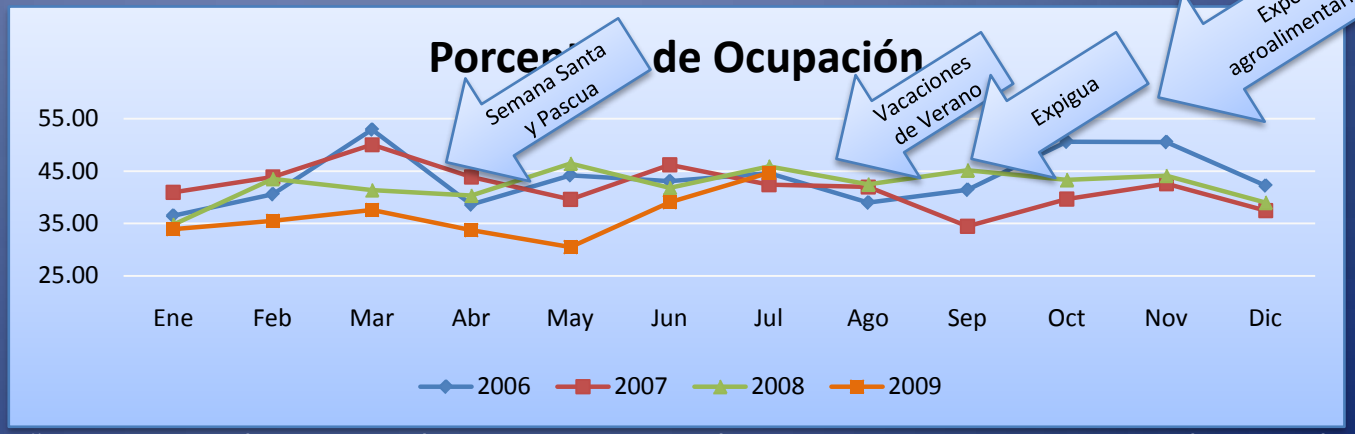
Irapuato

Tendencia de los Indicadores de Hospedaje



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	16,553	14,905	22,221	17,452	21,577	20,278	21,509	25,520	25,516	25,365	26,824	24,079	261,799
2007	23,610	22,947	29,067	23,696	23,653	22,305	23,750	22,670	18,433	22,464	22,673	22,287	277,555
2008	20,736	20,728	20,935	17,699	23,601	18,463	21,548	18,401	20,182	19,485	22,716	21,478	245,972
2009	17,109	17,737	19,100	18,433	16,617	18,627	22,331						

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

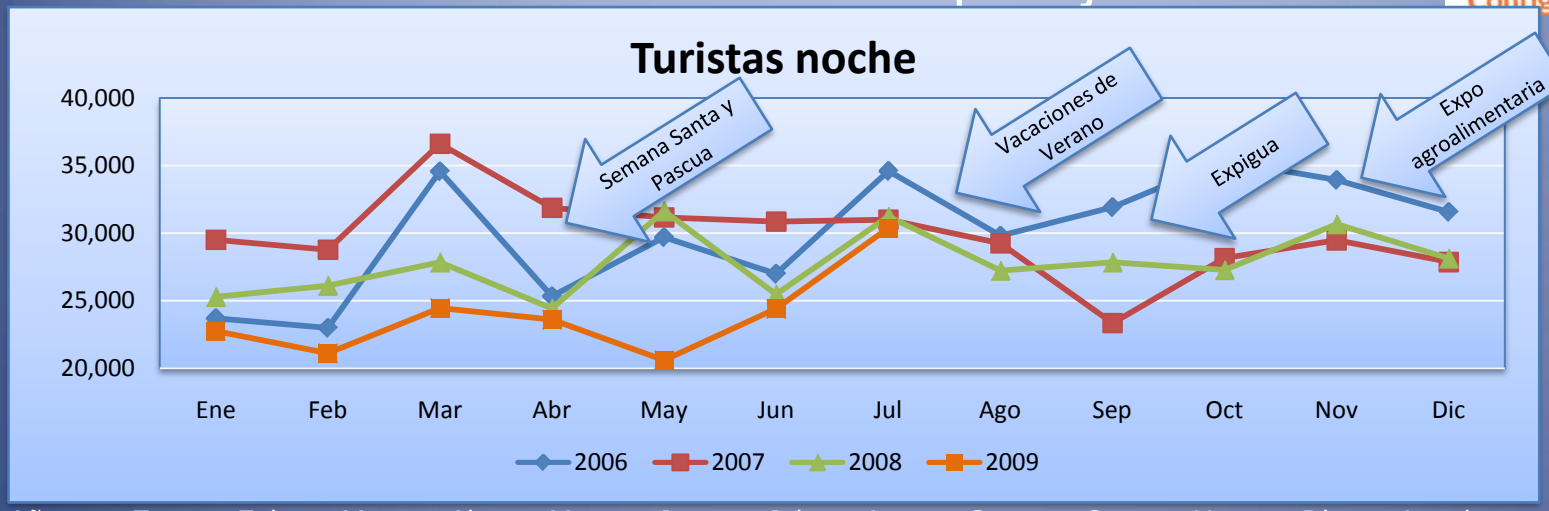


Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	36.48	40.57	52.95	38.62	44.21	43.12	44.63	38.98	41.43	50.59	50.53	42.25	43.74%
2007	40.93	43.86	50.08	43.86	39.60	46.18	42.43	42.00	34.45	39.66	42.61	37.47	41.96%
2008	34.76	43.54	41.39	40.35	46.47	41.83	45.91	42.47	45.16	43.34	44.15	38.97	42.34%
2009	33.91	35.50	37.57	33.72	30.47	39.06	44.66						

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

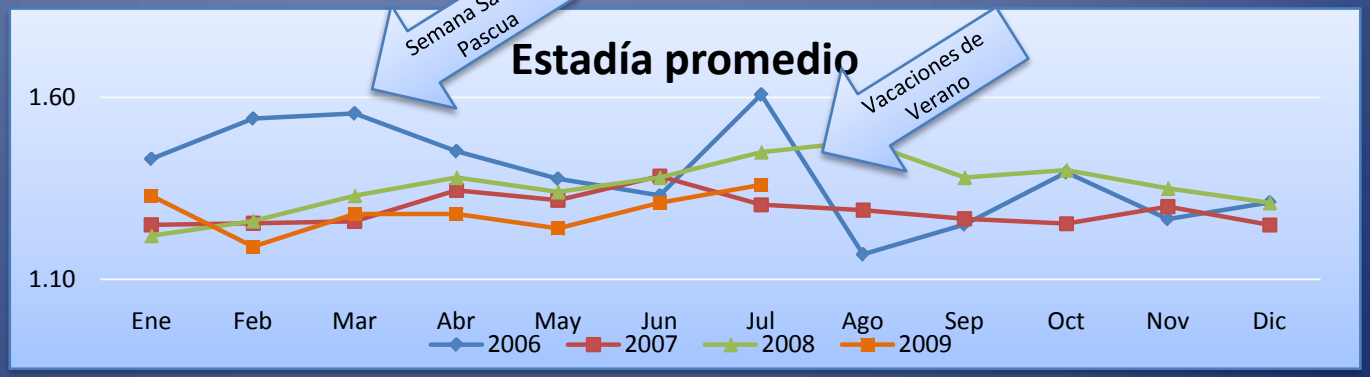
Irapuato

Tendencia de los Indicadores de Hospedaje



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	23,692	22,988	34,575	25,345	29,692	26,987	34,593	29,813	31,913	35,359	33,945	31,566	360,468
2007	29,502	28,772	36,609	31,874	31,160	30,858	31,001	29,245	23,343	28,156	29,475	27,859	357,854
2008	25,297	26,118	27,843	24,424	31,626	25,479	31,245	27,233	27,852	27,279	30,666	28,136	333,198
2009	22,754	21,108	24,448	23,595	20,606	24,402	30,370						

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur



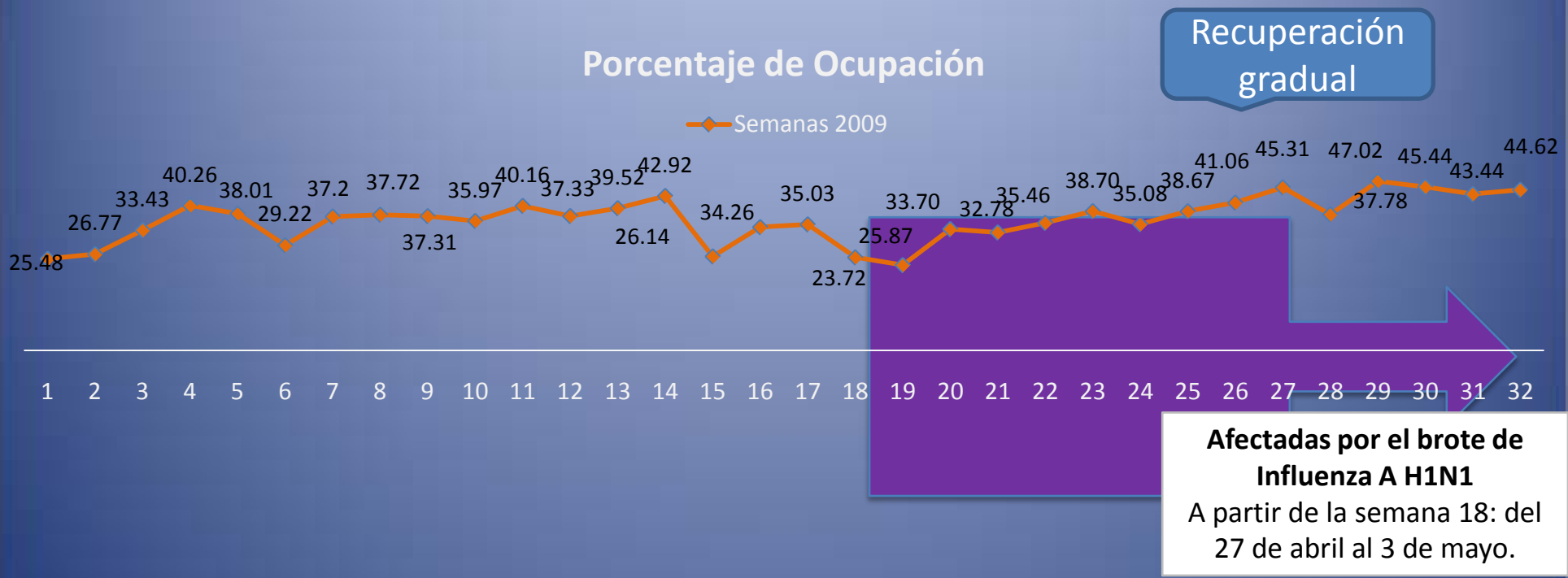
Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2006	1.43	1.54	1.56	1.45	1.38	1.33	1.61	1.17	1.25	1.39	1.27	1.31	1.38
2007	1.25	1.25	1.26	1.35	1.32	1.38	1.31	1.29	1.27	1.25	1.30	1.25	1.29
2008	1.22	1.26	1.33	1.38	1.34	1.38	1.45	1.48	1.38	1.40	1.35	1.31	1.35
2009	1.33	1.19	1.28	1.28	1.24	1.31	1.36						

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

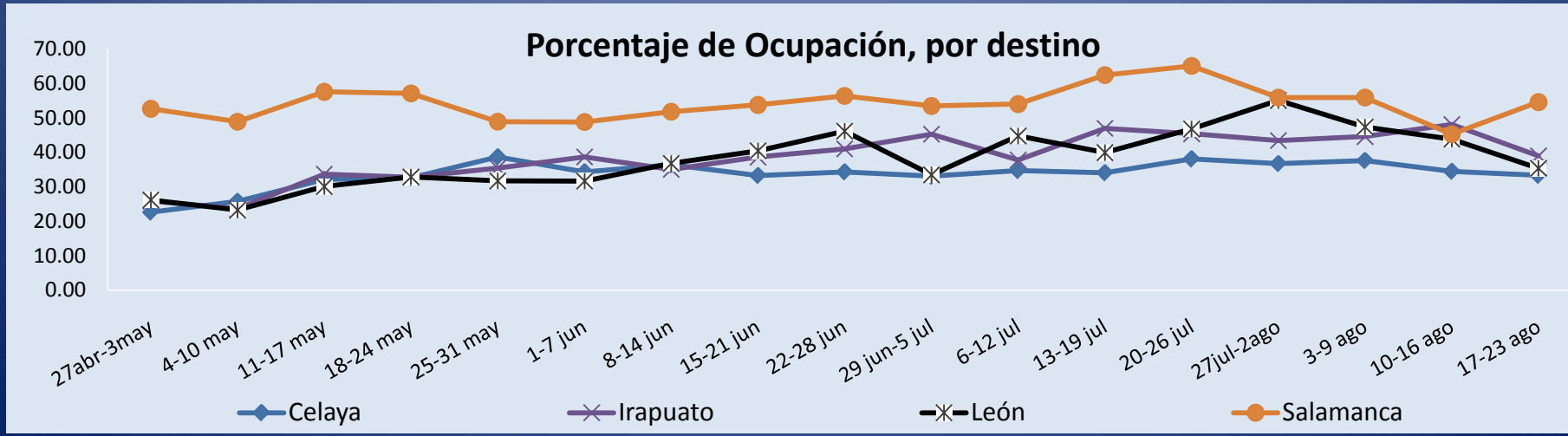
Irapuato

Porcentaje de ocupación semanal 2009

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos



Afectadas por el brote de Influenza A H1N1
A partir de la semana 18: del 27 de abril al 3 de mayo.



Fuente: Datatur-Sectur. Sedetur

Resumen Actividad Turística

Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	1,554
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	88%
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2008	245,972
Porcentaje de Ocupación promedio 2008	42.34%
Porcentajes de ocupación más altos	Mayo, julio, septiembre y noviembre
Estadía promedio	1.35

2. Estudio del Perfil del Visitante a Irapuato
Vitrina metodológica

El estudio fue realizado de marzo a diciembre de 2008.

Se aplicaron 1,536 encuestas, cara a cara en los sitios de más afluencia y en hoteles.

El diseño de la muestra tiene una confianza del 95% y un margen de error estadístico calculado en los resultados de +/- 2.5%, del total del universo estudiado.

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

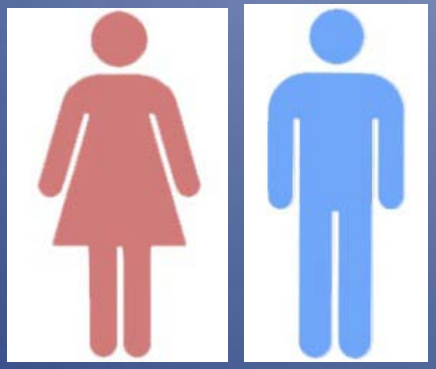
Perfil General

El visitante a Irapuato se inclina ligeramente hacia el género masculino. El nivel socioeconómico es principalmente media y media baja. Se sugiere dirigir los esfuerzos de publicidad y promoción a este segmento.

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Sexo del Visitante a Irapuato



Mujer **48%**

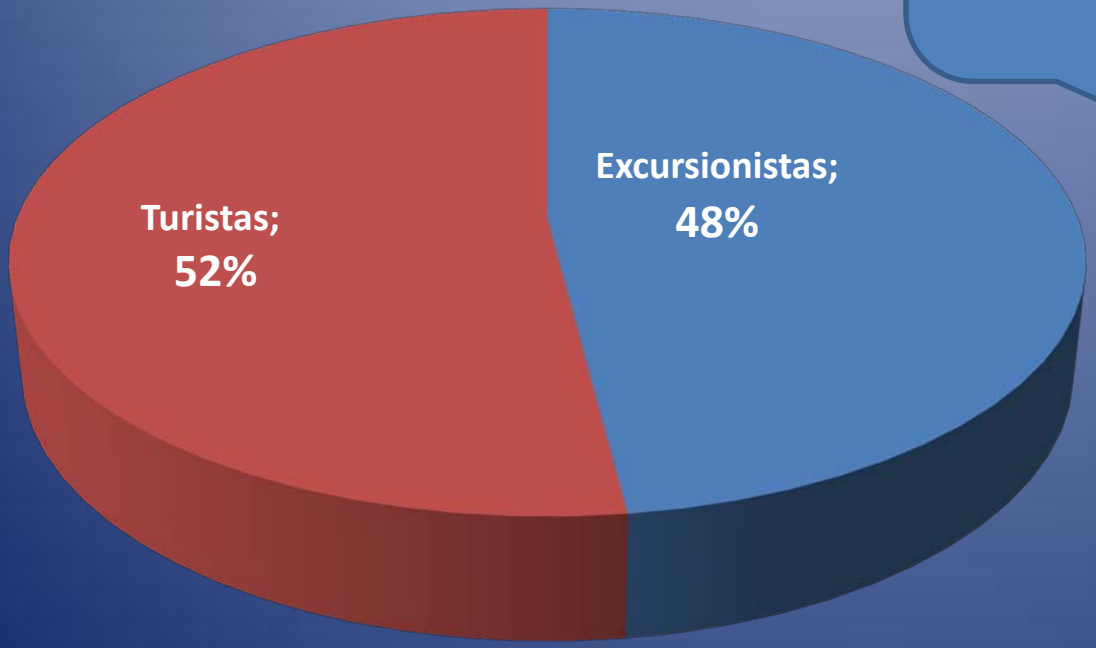
Hombre **52%**

Nivel Socioeconómico del Visitante

AB	Más de $85,000.00	0.5%
C+	$35,000.00 a $84,999.00	4%
C	$11,600.00 a $34,999.00	33%
D+	$6,800.00 a $11,599.00	37%
D	$2,700.00 a 6,799.00	21%
E	$0.00 a $2,699.00	5%

Clasificación del Visitante

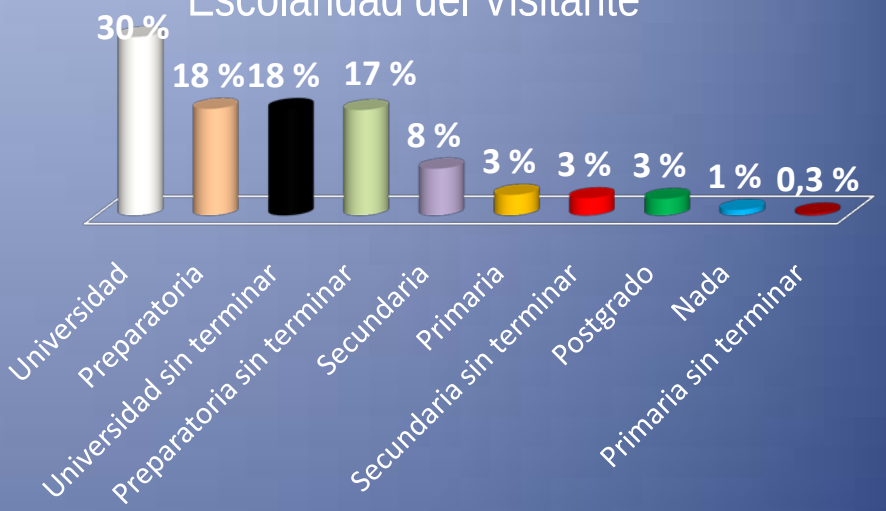
Irapuato es un destino que recibe un alto porcentaje de turistas, pero también de excursionistas, por lo que hay que ofrecer paquetes que incluyan alternativas para los dos tipos de mercado.



Edad Promedio del Turista

Tipo de Promedio	Edad
Promedio de Edad del Visitante en Gral. Incluyendo el entrevistado al Estado de Guanajuato	**30,8**
Promedio de Edad del Entrevistado	**36,1**
Promedio de Edad de los acompañantes del entrevistado	**27,8**

Escolaridad del Visitante



Las estrategias de desarrollo de productos y publicidad se deben orientar a personas entre los 35 y 40 años de edad con un nivel educativo de licenciatura y que sean ejecutivos, empleados, empresarios, estudiantes y/o comerciantes

Ocupación del Visitante

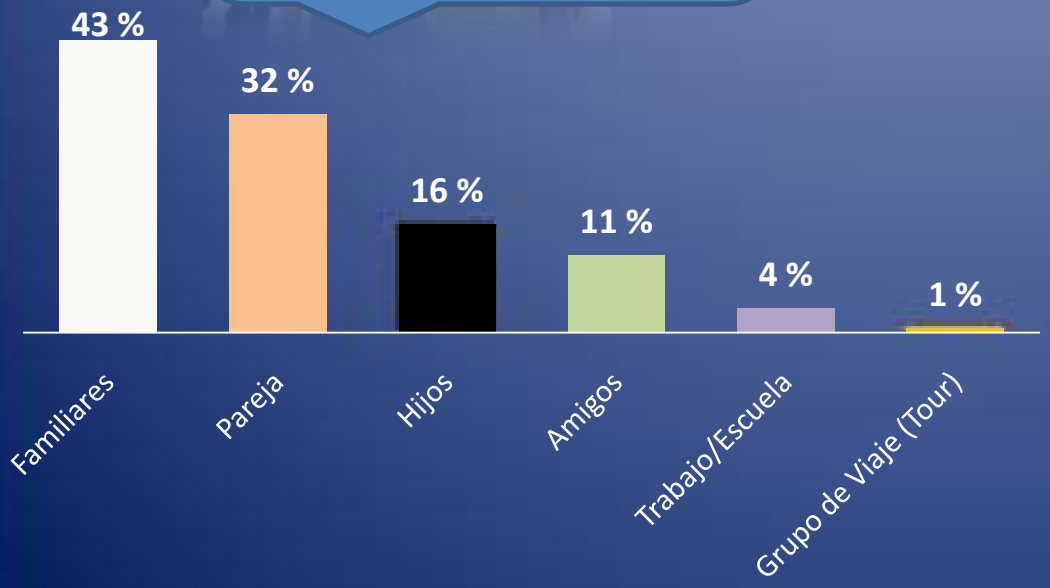
La suma de empleados, empresarios, ejecutivos y profesionistas es del 39%

El visitante a Irapuato lo hace tanto acompañado como sólo por lo que hay que desarrollar estrategias para ambos mercados.

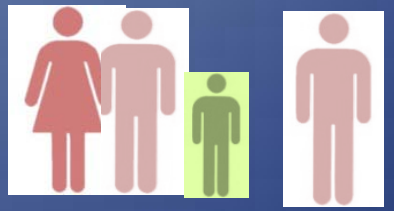
Promedio de Tamaño del Grupo de Viaje

Tipo de Visitante	Promedio
Excursionista	2,5
Turista	1,9
Total	2,2

La compañía de viaje de familiares e hijos suman el 59% se sugiere desarrollar productos o actividades dirigidas a este mercado



¿Con quién viene acompañado?



Acompañado 52%

Solo 48%

Resumen Perfil General:

Concepto	Información Relevante
Nivel Socioeconómico	C, D+ y D 73%
Turistas Excursionistas	52% 48%
Edad promedio del Visitante	31 años
Escolaridad	Licenciatura
Ocupación	Empleado, empresario, ejecutivo/Estudiante
Grupo de Viaje Promedio	2.2 personas

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Procedencia del Visitante

Irapuato tiene una afluencia principalmente estatal y nacional, se sugiere realizar estrategias de promoción en Distrito Federal, Estado de México, Michoacán, Querétaro y Jalisco; en general en los estados cercanos.

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Origen de los visitantes

Visitantes Nacionales
2008 29%
2007 38%

Visitantes Estatales
2008 70%
2007 60%

Visitantes Extranjeros
2008 1%
2007 2%

Origen del Visitante Nacional por Estados

Estado	%	Estado	%
D.F. y Edo. de México	31	Coahuila	2
Michoacán	15	Tamaulipas	2
Querétaro	11	Sonora	2
Jalisco	10	Hidalgo	1
San Luis Potosí	4	Nayarit	1
Aguascalientes	4	Veracruz	1
Nuevo León	4	Chihuahua	1
Zacatecas	3	Otros Estados	5
Puebla	3	Total	100

Otros Estados:
Baja California
Norte, Colima, Sinaloa, Chiapas, Durango, Guerrero, Morelos, Quintana Roo, Tabasco, Yucatán.

Origen del Visitante Internacional por País

Estados Unidos	85 %
España	10 %
Inglaterra	5%
Total	100 %

Estado	%
California	53
Texas	26
Illinois	16
Lousiana	5
Total	100

Irapuato en 2008 recibió más de 1.5 millones de visitantes, de los cuales entre el D.F. y Estado de México, Michoacán y Querétaro representaron el **16%** del total, equivalente a más de **242 mil**. Del extranjero, entre Estados Unidos, España e Inglaterra se recibieron al **1%** del total que son más de **15 mil** visitantes.

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Origen del Visitante interno

Debido a la contingencia sanitaria, es importante realizar esfuerzos publicitarios a nivel estatal. Se observa una mayor afluencia de los destinos cercanos a Irapuato.

Ciudad	%	Ciudad	%
Salamanca	16	Celaya	5
León	12	Pueblo Nuevo	3
Abasolo	10	Valle de Santiago	3
Romita	9	Moroleón	3
Silao	8	Huanímaro	2
Cuerámaro	7	Salvatierra	2
Guanajuato	7	Otros	7
Pénjamo	6	**Total**	**100**

Otros Ciudades:
San Miguel de Allende, Uriangato, Acambaro, Dolores Hgo, Manuel Doblado, Cortazar, Purísima del Rincón, San Luis de la Paz, Atarjea, Doctor Mora, San Felipe, San Francisco del Rincón, Juventino Rosas, Yuriria, Apaseo el Grande, Comonfort, Jaral del Progreso, Ocampo, Villagrán.

Irapuato en 2008 recibió entre Salamanca, León, Abasolo y Romita el **32%** del total de visitantes, que son más de **485 mil,** y entre estos destinos y el D.F. y Estado de México, Michoacán y Querétaro suman el **48%** del total de visitantes.

Resumen Procedencia del Visitante:

Concepto	Información Relevante
Nacional Del Estado Del Extranjero	29% 70% 1%
Principales Destinos Nacionales	México Michoacán Querétaro Jalisco San Luis Potosí
Principales Destinos Del Estado	Salamanca León Abasolo Romita Silao
Principales Destinos del Extranjero	Estados Unidos España

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

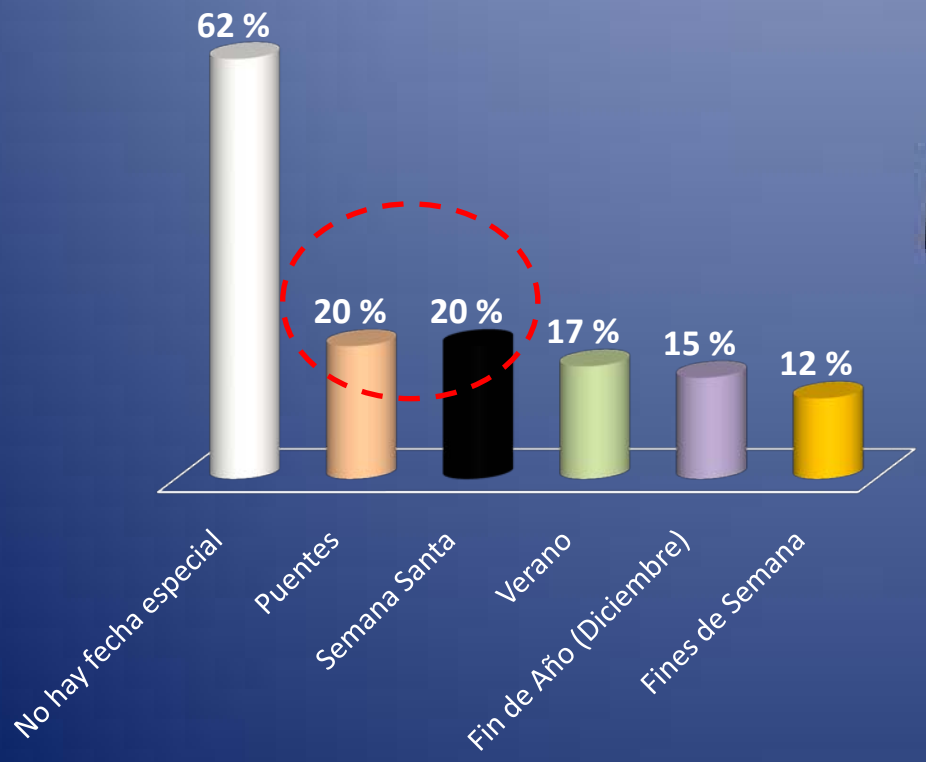
Contigo Vamos

Planeación de Viaje

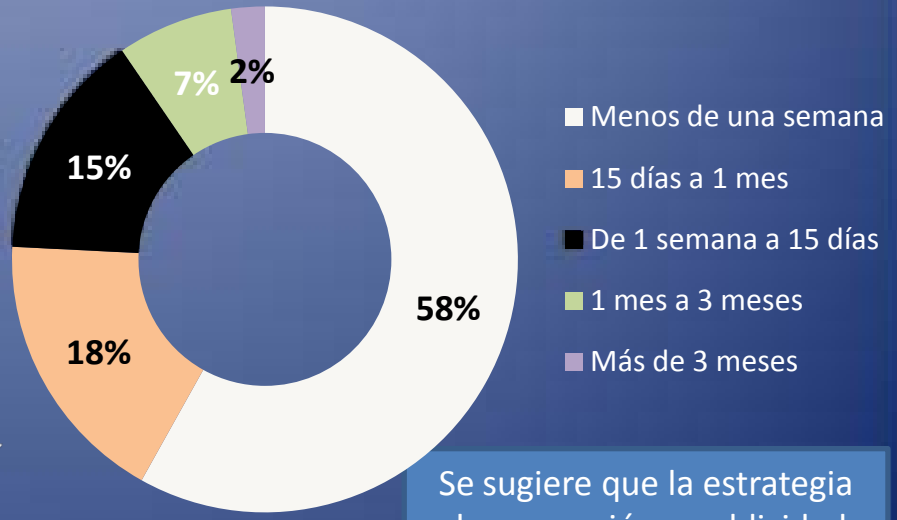
Los visitantes de Irapuato no tienen una fecha especial para viajar; sin embargo, los Puentes y Semana Santa fueron los que mencionaron como segunda opción. Se sugiere realizar campañas de publicidad previo a estas fechas con una anticipación de por lo menos 15 días para lograr un mayor impacto .

En qué época del año acostumbra a viajar

Los visitantes acostumbran a viajar en diferentes épocas del año, razón por la cual suma más del 100%.



¿Con cuánto tiempo de anticipación decidió su viaje?

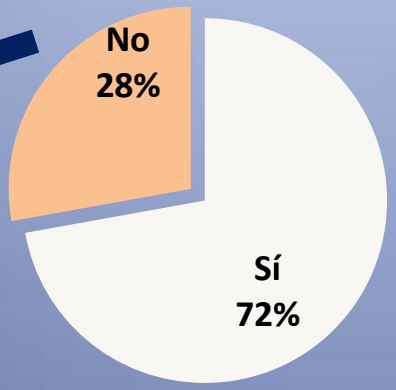


Se sugiere que la estrategia de promoción y publicidad se realice a través de paquetes, tabloides, brigadas para repartir folletos o panfletos.

¿Originalmente tenía pensado venir a este lugar?

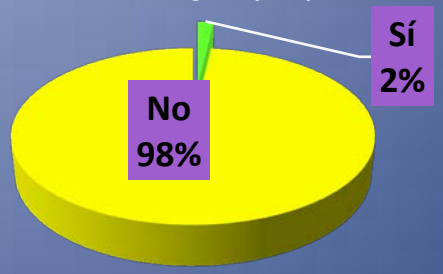
Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Del total de los encuestados que NO tenían pensado venir a este lugar, sólo el 12 % consideró ir a otro destino.



Es importante que la estrategia de promoción y publicidad contemple la venta a través de paquetes y la posibilidad de establecer alianzas con otros destinos.

¿Contrató algún paquete de viaje?



No tenían pensado venir a este lugar y consideraron ir a los siguientes destinos:

Destino	%
León	41
Guanajuato	25
Aguascalientes	8
Celaya	6
Salamanca	4
Zapopan	4
Salvatierra	2
Silao	2
Querétaro	2
Veracruz	2
Mazatlán	2
Tequisquiapan	2
Total	**100**

Se observa que varias de las opciones son de destinos que se encuentran cerca de Irapuato, por ejemplo León se encuentra a 72 km, a 49 minutos y Guanajuato a 47 km que en tiempo representan 37 minutos.

Principal medio de transporte

→ **62%**

→ **36%**

→ **2%**

El turista de Irapuato se hospeda principalmente con familiares y amigos y hoteles, hay que aprovechar esta situación con tarifas más accesibles y ofreciéndoles paquetes que incluyan un plus además del hospedaje, como recorridos, espectáculos, alimentos, entre otros.

Distribución del Visitante en Irapuato

TURISTA CON FAMILIARES

29%

TURISTA EN HOTEL

16%

TURISTA EN CASA O DPTO. RENTADA

5%

TURISTA EN CASA O DPTO. PROPIO

1%

OTROS

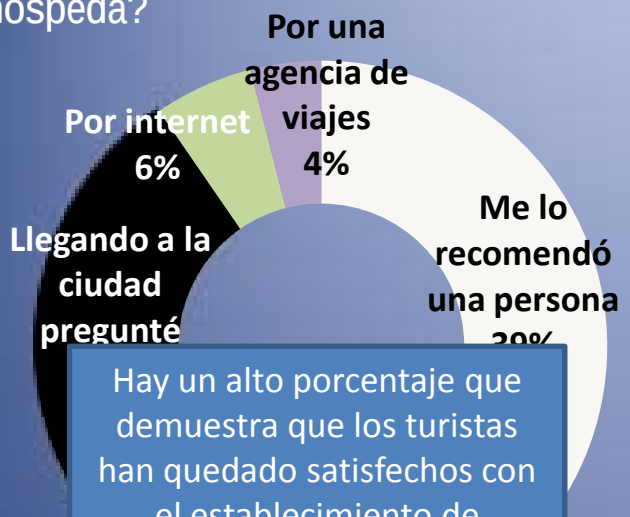
1%

EXCURSIONISTA

48%

Los tipos de hospedaje que no aparecen, es por que no tuvieron ninguna mención en las respuestas.

¿Cómo se enteró del establecimiento donde se hospeda?

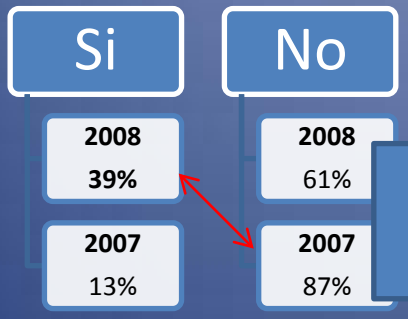


Hay un alto porcentaje que demuestra que los turistas han quedado satisfechos con el establecimiento de hospedaje y demuestran lealtad al mismo.

La recomendación es un factor importante por lo que la calidad en los servicios se hace indispensable. Por otro lado, los turistas en su mayoría continúan realizando reservaciones vía telefónica y se hospedan en hoteles de 2 a 5 estrellas. La Sedetur apoya a los prestadores turísticos mediante la página web y el call center.

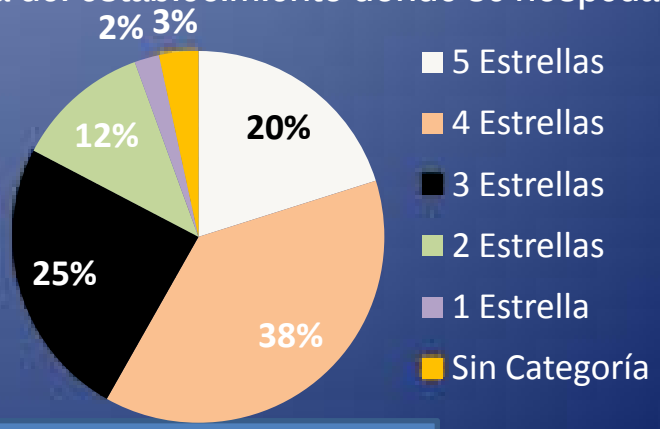
El Call Center a diciembre de 2008 incorporó a 108 hoteles y 10 prestadores de servicios entre guías, museos, arrendadoras, y restaurantes, recibiendo en su primer año de operación cerca de 3 mil llamadas.
La página web www.vamosaguanajuato.com inició operaciones a finales de agosto de 2008, cerrando el año con 111 mil visitas de agosto a diciembre y convirtiéndose en uno de los principales medios generadores de llamadas para el Call Center.

Uso de Reservaciones



Irapuato tiene un alto porcentaje de turistas que acostumbran reservar.

¿Cómo realizó su reservación en dónde se hospedó?



El 83% de los entrevistados contestó que se hospedaron en hoteles de 3 a 5 estrellas.

Resultados en Establecimientos de Hospedaje 2008

Indicadores Establecimientos de Hospedaje Irapuato	
Indicador	**2008**
Porcentaje Ocupación	42.34%
Llegadas de Turistas	245,972
Turistas Noche	333,198
Estadía Promedio	1.35

Fuente: Datatur-Sectur, Sedetur

Resumen Planeación del Viaje:

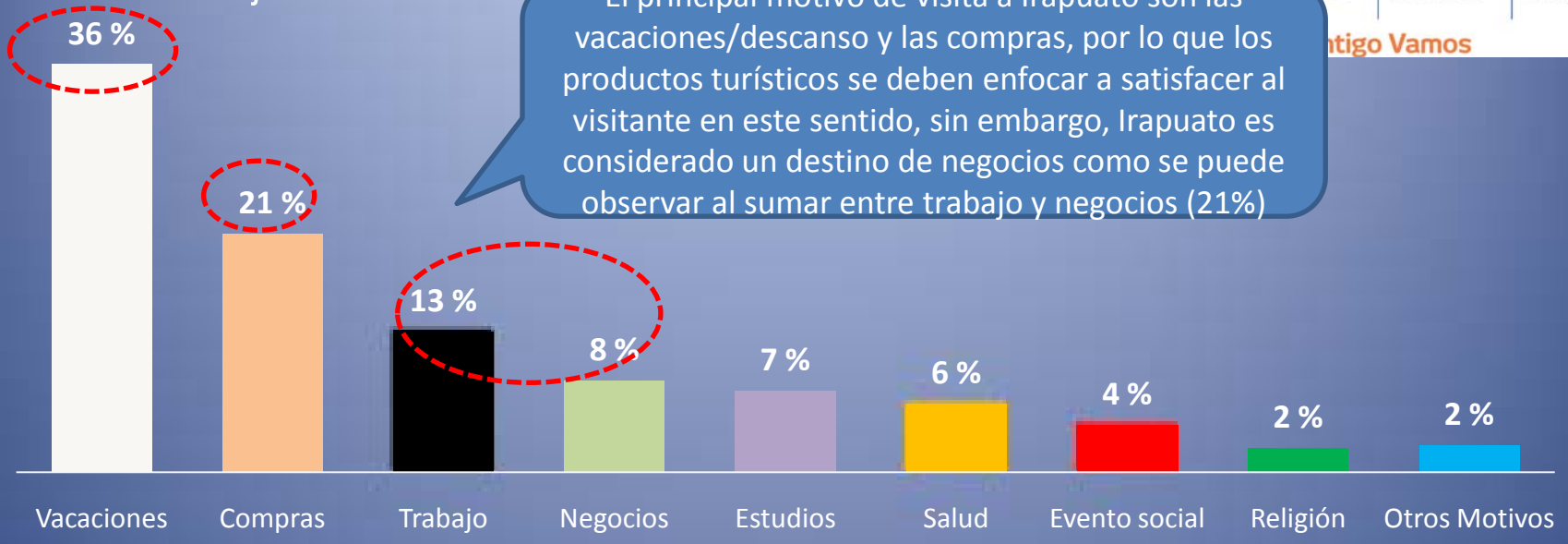
Concepto	Información Relevante
Épocas del año en que acostumbran viajar los visitantes a Irapuato:	No hay fecha especial Puentes Semana Santa
Tiempo de Anticipación de la decisión de viajar:	Menos de una semana
Principal medio por el que se enteraron del establecimiento de hospedaje:	Recomendación Ya se había hospedado anteriormente
Destinos que consideraron antes de decidir viajar a Irapuato:	León Guanajuato Aguascalientes
Contrató algún paquete de Viaje:	El 2% respondió que sí
Principal medio de transporte:	Automóvil y autobús
Principal opción de hospedaje:	Familiares o Amigos y hotel
Uso de reservaciones:	39% contestó que SI
Principal medio de reservaciones:	Vía telefónica e Internet
Principal categoría de hotel:	4 y 3 estrellas

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Motivo de Visita

Motivo de viaje del visitante



El principal motivo de visita a Irapuato son las vacaciones/descanso y las compras, por lo que los productos turísticos se deben enfocar a satisfacer al visitante en este sentido, sin embargo, Irapuato es considerado un destino de negocios como se puede observar al sumar entre trabajo y negocios (21%)

Otros Motivos:
Religión, Salud y Evento Deportivo

Principales motivos de viaje por gente que visitó Guanajuato en 2008 por mercado emisor

Motivo	AGS	DF	GDL	MTY	MOR	QRO	REY	SLP	TOL	Total
Placer	23%	45%	31%	10%	50%	42%	56%	38%	48%	**34%**
Familiar	35%	41%	23%	25%	15%	24%	22%	29%	35%	**30%**
Cultural	30%	18%	15%	5%	12%	10%	11%	9%	13%	**17%**
Aventura	30%	14%	23%	5%	8%	5%	11%	7%	4%	**16%**
Negocios	11%	9%	15%	45%	12%	15%	11%	11%	0%	**13%**
Compras	3%	0%	0%	10%	4%	5%	0%	0%	0%	**3%**
Salud	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%	**1%**
Otros	2%	5%	0%	0%	0%	2%	0%	2%	0%	**1%**

En 2008 se realizó un estudio en los principales mercados emisores detectados en el Estudio del Perfil del Visitante al Estado de Guanajuato de 2007.

Fuente: Sedetur, Estudio Hábitos de Viaje de los Principales Mercados Emisores al Estado de Guanajuato, muestra 2,232 encuestas

PRINCIPALES RAZONES O MOTIVOS DE VIAJE

"Hábitos de Viaje de los Principales Mercados Emisores al Estado de Guanajuato"
Grupos Foco

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

	Religioso	Salud	Cultural
Principales viajeros	Grupos de jóvenes	Buscan sanar algún malestar ya que en su ciudad no existe el tratamiento	Jóvenes y adultos que han asistido al Festival Internacional Cervantino o a Congresos y Convenciones
Duración	3 a 4 días	Depende de las indicaciones del médico o del tratamiento	3 a 5 días
Compañía	Grupo de jóvenes	Solos en compañía de algún familiar	Sólo o en grupo
Hospedaje	Casas de conocidos, casas especializadas o haciendas	Hoteles o en casa de algún familiar o conocido	Hoteles y en el caso del FIC acampar o en autos y autobuses
Decisión	El grupo al que pertenece	El paciente o los familiares	Personal o en grupo

PRINCIPALES RAZONES O MOTIVOS DE VIAJE

"Hábitos de Viaje de los Principales Mercados Emisores al Estado de Guanajuato"

Grupos Foco

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

	Aventura	Eventos sociales	Placer
Principales viajeros	Buscan actividades de aventura como kayaking y ciclismo de montaña	Asistentes a bodas o fiestas de fin de año de la empresa donde trabajan	-Solos. Personas solteras que trabajan - Familia. Nuclear o extensa - Amigos. Jóvenes estudiantes o trabajadores y solteros
Duración	Variable: desde los 3 a 15 días	Tres a cuatro días	-Solos. Destino nacional: menos de una semana. Destino Internacional: 15 a 30 días - Familia. Depende del lugar - Amigos. Un fin de semana
Compañía	En grupo	En pareja, amigos o familia	- Solos -Familia - Amigos
Hospedaje	Hoteles, casa de algún conocido, zonas de campismo	Hoteles o en casa de algún familiar o amigos	-Solos. Hoteles o casa de familiar o amigo - Familia. En casa de familiares u hotel
Decisión	Grupo involucrado en el viaje	El grupo al que pertenecen	-Solos. Por el viajero - Familia. Ama de casa o la pareja - Amigos. El grupo

Resumen Motivo de Visita:

Concepto	Información Relevante
Principal motivo de visita:	Vacaciones, compras, trabajo y negocios
Principal motivo de visita mercados emisores:	Placer Familiar Cultural

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Movilidad del Visitante

Porcentajes de Nuevas Visitas

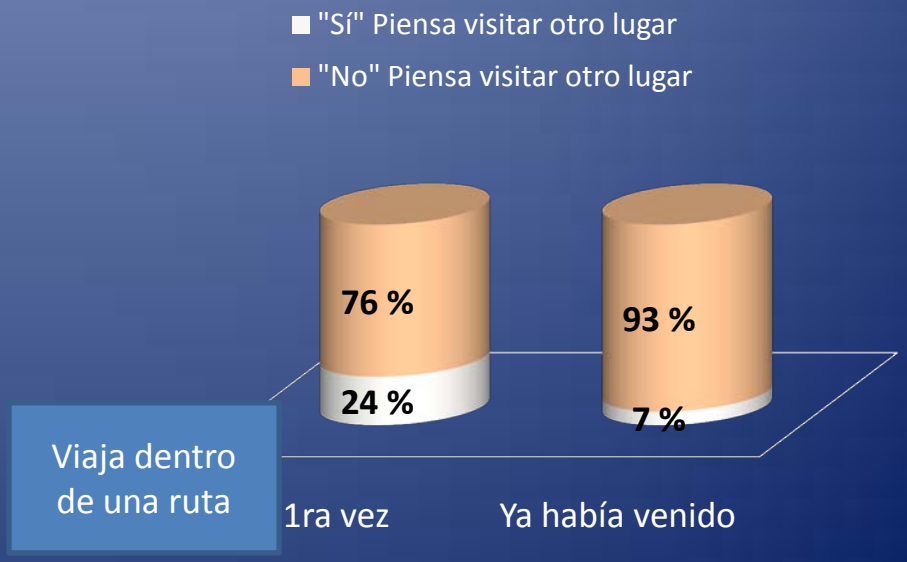
Ya había venido		Primera vez	
2008	90%	2008	10%
2007	79%	2007	21%

¿Por qué no tienen una mayor estadía?

Irapuato tiene una fuerte afluencia de visitantes recurrentes por lo que hay que ofrecerles nuevas alternativas. También hay que tomar en cuenta que los visitantes nuevos contemplan la posibilidad de ir a otro destino, aquí se presenta nuevamente la oportunidad de realizar alianzas.

Visitantes que sí piensan visitar otra ciudad

Nuevas visitas que sí piensan visitar otra ciudad



Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Ciudades que ya visitó antes de llegar a este lugar:

Ciudad	%	Ciudad	%
Guanajuato	26	San Miguel de Allende	3
León	17	**Zacatecas**	**2**
Salamanca	9	**Morelia**	**2**
Celaya	7	**San Juan de los Lagos**	**2**
Querétaro	**6**	**San Luís Potosí**	**2**
Silao	4	**Otras Ciudades**	**16**
Guadalajara	**4**	**Total**	**100**

Los operadores turísticos juegan un papel importante en el diseño de rutas que contemplen los destinos que se visitan antes y después de llegar a Irapuato. Ej. Irapuato-Guanajuato-León.Celaya-Irapuato. San Miguel de Allende-Irapuato-León, Querétaro-Irapuato-Guadalajara

Ciudades de otro estado

Ciudades que piensan visitar después de estar en el lugar:

Ciudad	%	Ciudad	%
Guanajuato	28	Silao	4
León	23	San Miguel de Allende	2
Salamanca	6	Dolores Hidalgo	2
Guadalajara	**6**	**Morelia**	**2**
Celaya	5	**San Juan de los Lagos**	**2**
Querétaro	**5**	**Aguascalientes**	**2**
D.F.	**4**	**Otras Ciudades**	**9**
		Total	**100**

Ciudades de otro estado

Resumen Movilidad del Visitante:

Concepto	Información Relevante
Visitantes Nuevos: Visitantes Recurrentes:	10% 90%
Visitantes a otra ciudad adicional a Irapuato:	9%
Lugares visitados antes de Irapuato:	Guanajuato León Salamanca Celaya Querétaro
Lugares visitados después de Irapuato:	Guanajuato León Salamanca Guadalajara Celaya

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

El Visitante y la Publicidad

Durante los últimos 12 meses ¿Ha visto o escuchado publicidad sobre este destino?

Si	No
2008 15%	**2008** 85%
2007 13%	**2007** 87%

Se sugiere dirigir las campañas de promoción y publicidad a través de la Radio y TV ya que son los medios en dónde hay una mayor recordación y así poder influir en la decisión de visitar Irapuato, así como en el servicio a los visitantes ya que la recomendación de familiares y amigos es muy importante.
Por otra parte, los invitamos a formar parte del Call Center y la página Web de Sedetur

¿En dónde vió, escuchó o leyó publicidad?

Radio 46%

TV 25%

Familiares y Amigos 13%

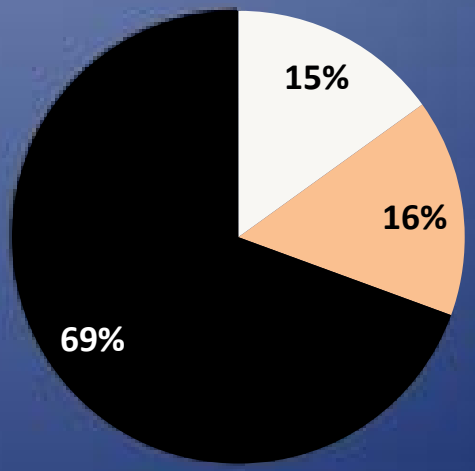
Internet 9%

Folletos 6%

Espectaculares 5%

Revistas 3%

La Publicidad, ¿Qué tanto influyó en su decisión de venir a este destino?



PRINCIPALES MEDIOS (Grupos Foco)

Medios por los cuáles vieron publicidad del Estado de Guanajuato

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

1º Eventos:

Festival Internacional Cervantino, Festival Internacional del Globo, Feria del Zapato

3º Ruta del Bicentenario

MÉXICO 2010
Bicentenario Independencia
Centenario Revolución

2º "México, Vive Hoy, Vive lo Tuyo"

MÉXICO
Consejo de Promoción Turística

4º Programa de televisión local:

Fuente: Sedetur, Estudio de Mercados Emisores, Grupos Foco

Resumen Recordación Publicitaria:

Concepto	Información Relevante
Vió publicidad sobre el destino:	15%
¿Dónde la vió?	Radio 46% Televisión 25% Recomendación de familiares y amigos 13%
Influencia en la decisión de elegir el destino:	Influyó 31%

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Gasto del Visitante

Gasto del visitante por viaje:

$3,240.00

La mayor derrama económica del visitante la hace en el destino, por lo que hay que aprovechar esta situación ofreciéndole alternativas de producto.

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

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%
Total	24%	55%	21%

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%

Estadía y Gasto Promedio por tipo de visitante

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Hay que impulsar la estadía en el destino para generar un mayor gasto promedio, esto se puede lograr a través del desarrollo de paquetes y alianzas.

TURISTA CON FAMILIARES Y/ AMIGOS

3.8 días
$ 457

TURISTA EN HOTEL

1.35 días
$ 1,043

TURISTA EN CASA O DEPTO. RENTADO

11.38 días
$ 262

TURISTA EN CASA O DPTO. PROPIO

3.87 días
$362

OTRO

2.0 días
$ 345

EXCURSIONISTA

$ 528

Las otras modalidades de hospedaje no se reflejan por que no tuvieron ninguna mención

Irapuato
Derrama Económica Estimada 2008

Visitantes y Derrama Económica Estimada Irapuato 2008		
Categoría	**Total en personas**	**Derrama Económica**
Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos	256,156	$354,428,674
Turistas en otros establecimientos comerciales	73,635	$219,850,376
Turistas en establecimientos no comerciales	453,560	$782,408,225
Excursionistas	734,770	$387,696,553
Totales	**1,518,121**	**$1,744,383,827**

Estado de Guanajuato 2008		
Categoría	**Total en personas**	**Derrama Económica**
Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos	2,919,280	$6,685,567,367
Turistas en otros establecimientos comerciales	527,779	$3,767,846,872
Turistas en establecimientos no comerciales	4,139,770	$17,250,886,792
Excursionistas	8,906,277	$2,962,664,952
Totales	**16,493,106**	**$30,666,965,983**

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:	Casa o depto. propio 3.9 días Familiares o amigos 3.8 días Casa o depto. rentada 11.4 días Otro 2.0 días Hotel 1.4 días
Derrama económica estimada 2008	$1,744,383,827 pesos

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Experiencia de viaje e índices de satisfacción

¿Qué le hubiera gustado encontrar en el destino y no encontró?

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Más Limpieza 9%

Más Franquicias 6%

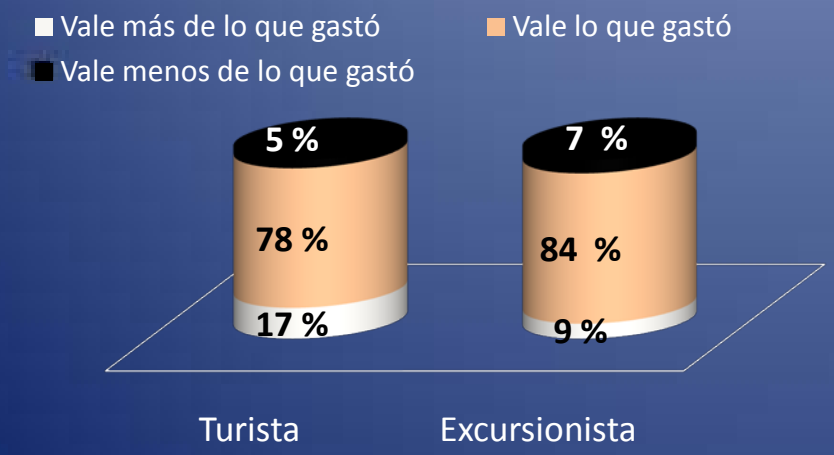
Más parques 5%

Más Plazas 5%

Mas balnearios 5 %

La satisfacción de las necesidades del visitante juega un papel importante en su decisión de volver al destino y en la recomendación del mismo.

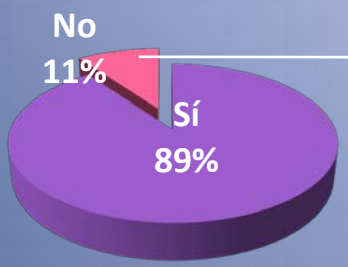
Índices de satisfacción-valor experiencia



	Vale lo que gastó	Vale más de lo que gastó	Vale menos de lo que gastó
2008	82%	6%	12%
2007	65%	23%	12%

783,350 + 734,770 = 1,518,121

Recomendación del destino



Hay que trabajar en el desarrollo de productos turísticos y realzar los atributos de la ciudad.

¿Porque sí?

¿Porqué no?

•Lindo/Bonito (32%)
•Tranquilidad (22%)
• Agradable (10%)
• Es cercano (6%)
• Porque hay variedad (4%)
• Clima (3%)
• Limpio (3%)
• Por su gente (2%)
• Por todo (2%)
• Es barato (2%)
• Por las compras (1%)
• Por el ambiente (1)
•Otros (13)

• Es poco atractivo (52%)
•No hay nada (22%)
•Es sucio (11%)
• Pequeño (10%)
• Aburrido (3%)
• Muy típico (2%)
• Es caro (1%)

Irapuato

Diferencia en tarifas

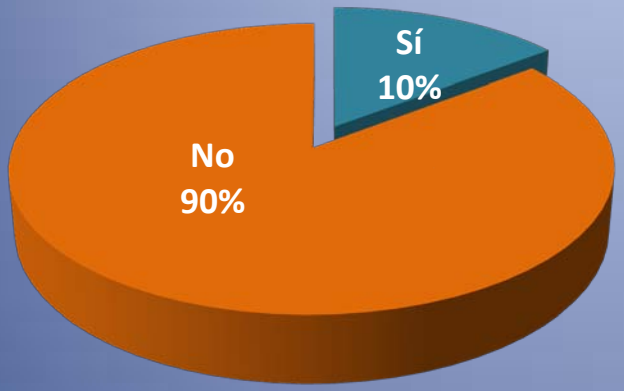
Tarifas en Hoteles				
Categoría	Distrito Federal	León	Celaya	Irapuato
5 estrellas	$1,340	$1,080	$1,170	**$1,087**
4 estrellas	$945	$998	$695	**$722**

Fuente: Sondeo realizado en mayo 2009.

3 establecimientos 5*
6 establecimientos 4*

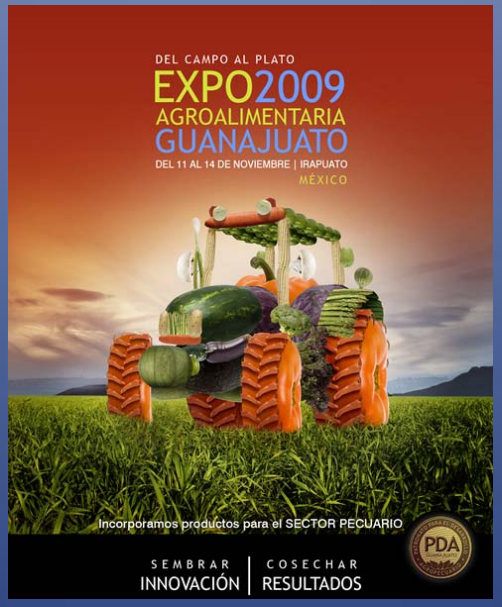
Fuente: Sedetur

Durante su visita ¿visitó algún evento o festividad?



Los eventos son un elemento importante en la generación de demanda y derrama económica; se sugiere que se organicen más eventos en este destino aprovechando las fortalezas de la industria.

Principales Eventos en Irapuato



Irapuato

Eventos

Expigua

Del 18 al 21 de septiembre de 2008 en el Inforum de Irapuato se celebró la primera edición de Expigua, la Expo Pecuaria Internacional de Guanajuato.

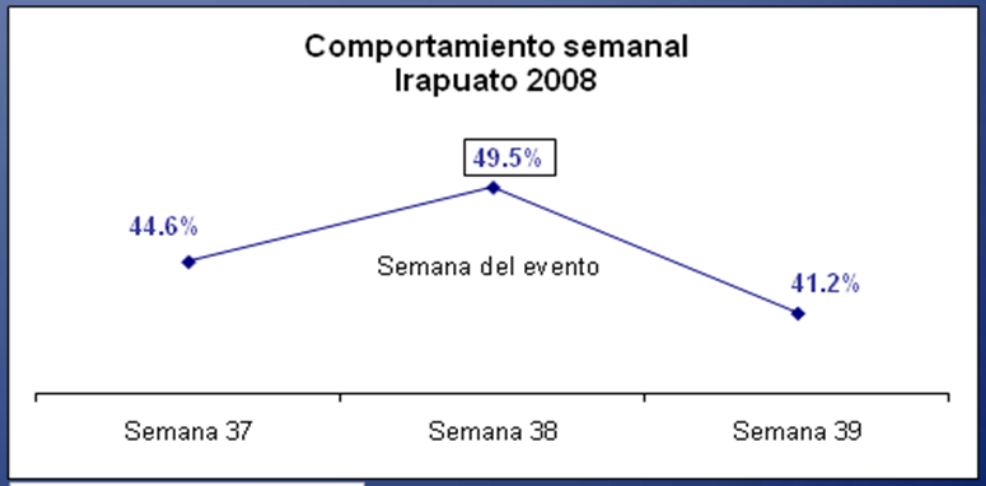
Durante los días del evento, la ciudad de Irapuato recibió la llegada de cerca de 3,000 turistas.

El porcentaje de ocupación hotelera fue del 49%.

La categoría más beneficiada fue la categoría 5 estrellas con un 58% en ocupación.

La derrama económica estimada fue superior a los $2.2 millones de pesos, generada únicamente por turistas hospedados en hoteles 1 a 5 estrellas.

Fuente: Datatur-Sectur. Sedetur



Fuente: Datatur / Sedetur

Irapuato

Eventos

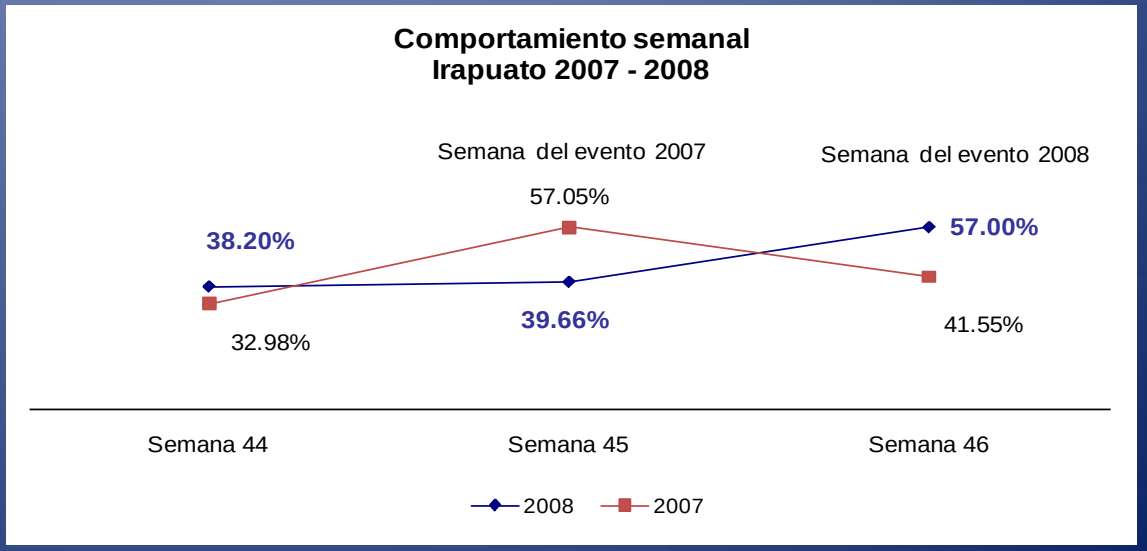
Expo agroalimentaria

La Expo Agroalimentaria fue celebrada del 12 al 15 de noviembre .

Como resultado de la actividad turística en Irapuato, se puede destacar el porcentaje de ocupación del 68% en hoteles durante los días del evento. La categoría 5 estrellas presentó la ocupación más alta con un 89%.

La llegada de turistas fue 11% superior a la del 2007, se registraron 5 mil 700 turistas.

La derrama económica generada únicamente por los turistas hospedados en hoteles de 1 a 5 estrellas se calcula en más de $4 millones de pesos.



Fuente: Datatur-Sectur. Sedetur

Irapuato

Eventos

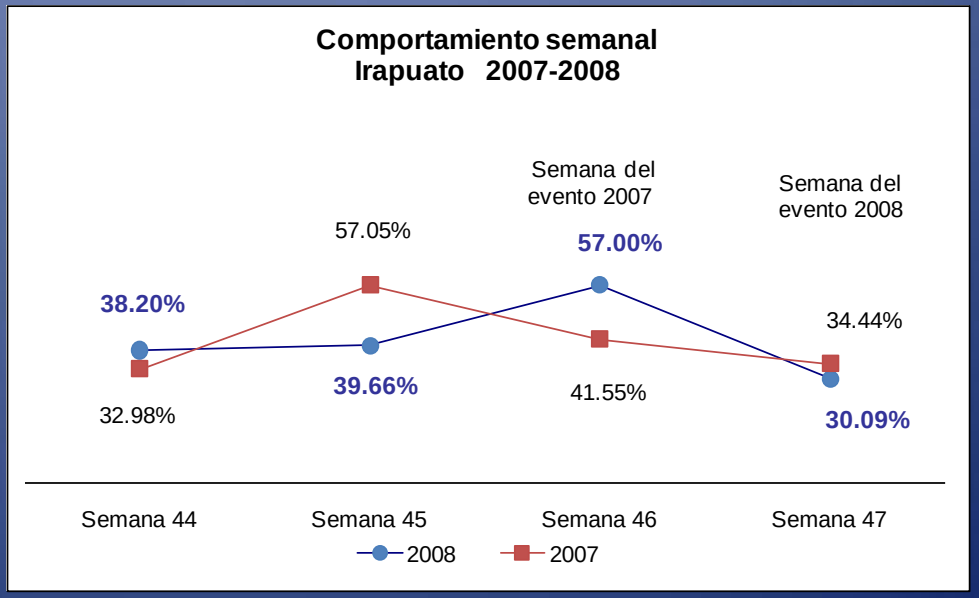
Festival de Jazz

El Festival del Jazz fue celebrado del 19 al 23 de noviembre

Como resultado de la actividad turística en Irapuato, se puede destacar el porcentaje de ocupación del 43% en hoteles durante los días del evento. La categoría 5 estrellas presentó la ocupación más alta con un 52%.

La llegada de turistas fue de más de 2 mil 400 turistas.

La derrama económica generada únicamente por los turistas hospedados en hoteles de 1 a 5 estrellas se calcula en más de $2 millones de pesos.



Fuente: Datatur-Sectur. Sedetur

Irapuato

Eventos

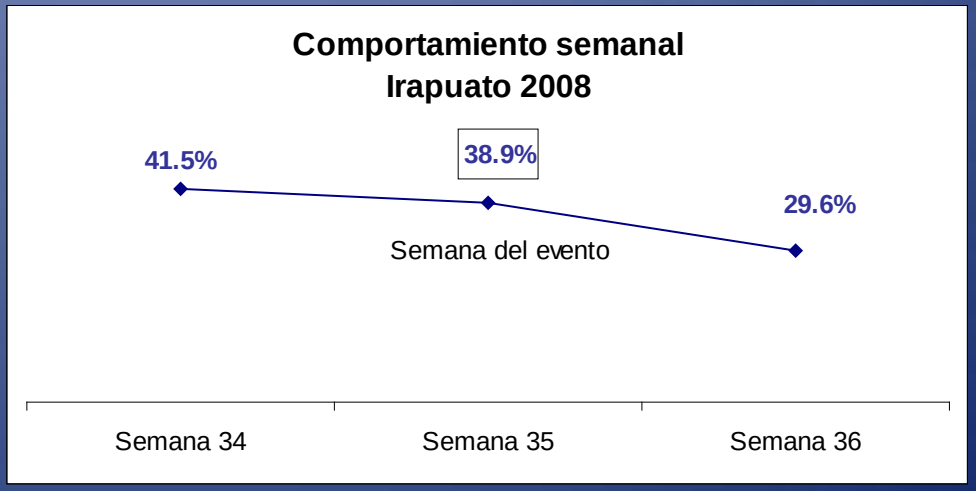
Copa del Mundo Billar a 3 Bandas

La Copa del Mundo Billar a 3 Bandas fue celebrada del 25 al 31 de agosto .

Como resultado de la actividad turística en Irapuato, se puede destacar el porcentaje de ocupación del 39% en hoteles durante los días del evento. La categoría 5 estrellas presentó la ocupación más alta con un 59%.

La llegada de turistas fue de más 4 mil 300 turistas.

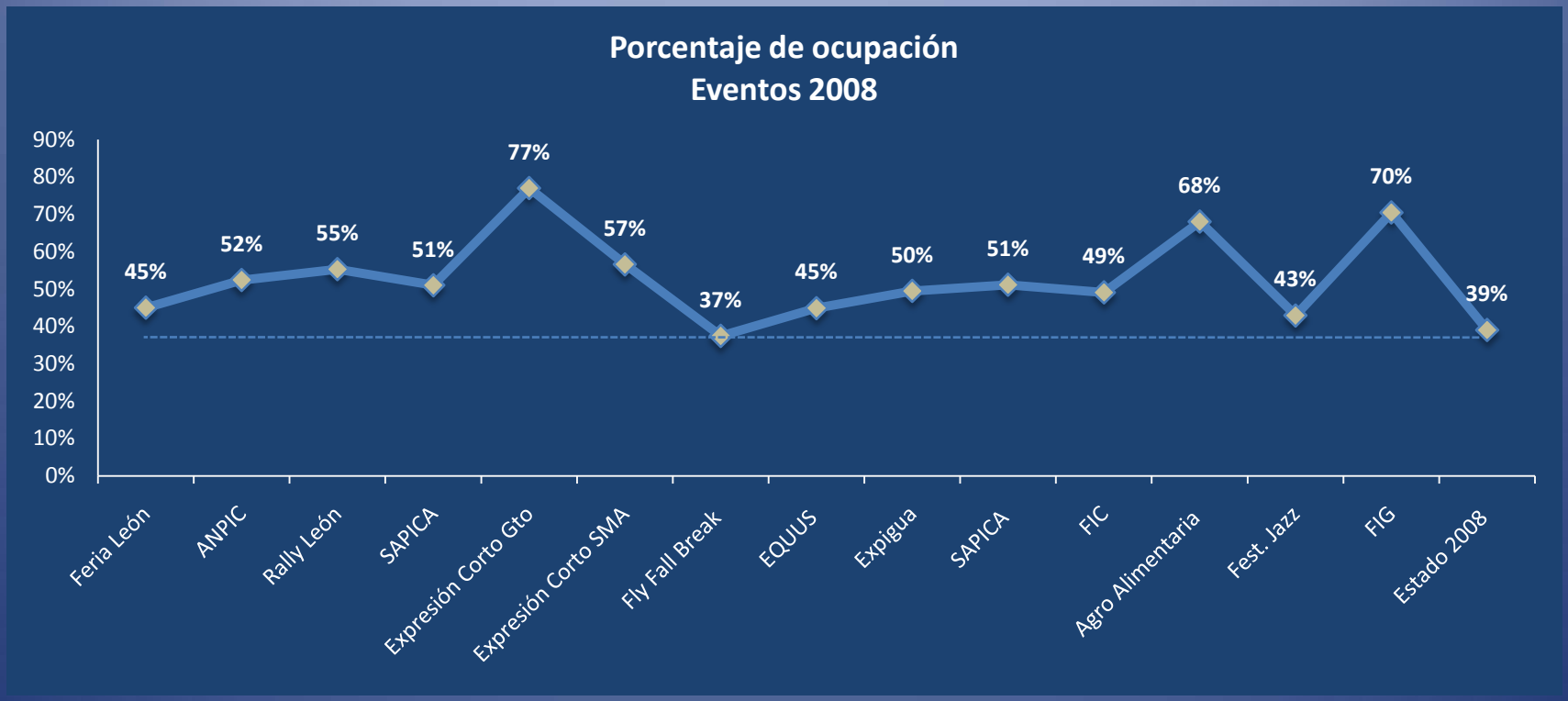
La derrama económica generada únicamente por los turistas hospedados en hoteles de 1 a 5 estrellas se calcula en más de $3.5 millones de pesos.



Fuente: Datatur-Sectur. Sedetur

Estado de Guanajuato

Eventos



Fuente: Sedetur, Datatur

Índice de Satisfacción- Servicios de Hospedaje

Aspectos	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Limpieza de la Habitación	50 %	42 %	6 %	2 %	**100 %**
Mobiliario del establecimiento	49 %	39 %	11 %	1 %	**100 %**
Atención del personal	50 %	42 %	8 %	1 %	**100 %**
Seguridad	50 %	42 %	7 %	2 %	**100 %**

Atributos del destino ¿cómo califica…?

Aspectos / Servicios	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Hospedaje	49 %	41 %	9 %	1 %	**100 %**
Establecimientos de Alimentos	28 %	54 %	17 %	1 %	**100 %**
Transporte	22 %	52 %	25 %	2 %	**100 %**
Servicios públicos	32 %	46 %	20 %	2 %	**100 %**
Seguridad	32 %	46 %	20 %	2 %	**100 %**
Áreas públicas	35 %	45 %	17 %	3 %	**100 %**
Sitios históricos / culturales	22 %	47 %	27 %	5 %	**100 %**
Eventos	37 %	34 %	24 %	5 %	**100 %**
Actitud de prestadores de servicios	36 %	53 %	10 %	1 %	**100 %**
Actitud de la gente en general	45 %	49 %	6 %	0,4 %	**100 %**

¿Regresaría al destino en los próximos 12 meses?

Los esfuerzos de desarrollo y promoción deben estar encaminados a aquellos visitantes que están dispuestos a regresar ofreciéndoles algo nuevo y diferente. La celebración del bicentenario de la independencia es una oportunidad que debe aprovecharse.

Resumen experiencia de viaje e índices de satisfacción

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Concepto	Información Relevante
¿Qué le hubiera gustado encontrar?	Más limpieza Más franquicias Más parques
Índices de satisfacción	Valió lo que gastó 82%
Recomendación del destino	SI 89% } ¿Por qué? = Lindo/bonito 32% Tranquilo 22% Agradable 10% Cercano 6%
Número de visitantes	1,518,121
Tarifas promedio en hoteles	**Categoría** — **Distrito Federal** — **León** — **Celaya** — **Irapuato** 5 estrellas — $1,340 — $1,080 — $1,170 — $1,087 4 estrellas — $ 945 — $998 — $ 695 — $ 722
Visita a festivales o eventos	Si visitó 10%
Regresaría al destino en los próximos 12 meses	SI 71%

Resumen experiencia de viaje e índices de satisfacción

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Concepto	Información Relevante		
Principales eventos	Expigua: -Derrama económica : Más de $2.2 millones de pesos Expo Agroalimentaria - Derrama económica: Mas de $4 millones de pesos Festival del Jazz - Derrama económica: Más de $2 millones de pesos Copa del Mundo Billas a 3 Bandas - Derrama económica: Más de 3.5 millones de pesos		
Calificación de los servicios	Hospedaje	Excelente	49%
	Establecimiento de alimentos	Bueno	54%
	Transporte	Bueno	52%
	Servicios públicos	Bueno	46%
	Seguridad	Bueno	46%
	Áreas públicas	Bueno	45%
	Sitios históricos	Bueno	47%
	Eventos	Excelente	37%
	Actitud de prestadores de servicios	Bueno	53%
	Actitud de gente	Bueno	49%

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Visitante Promedio

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Visitante Promedio a Irapuato

2008

•Edad promedio 31 años.
•Es ejecutivo, empresario, empleado, estudiante y comerciante, tiene un ingreso entre $6,800 y $34,999 (C y D+).
•Viene al **Municipio de Irapuato** acompañado de sus familiares, pareja e hijos.
•Viene de vacaciones, específicamente de compras o por algún motivo de trabajo/negocio.
•El viaje lo decidió con menos de una semana de anticipación.
•Si se regresa el mismo día sólo gastará en el lugar alrededor de $1,320 por toda su familia y si se queda a dormir gastará aproximadamente $3,379 por toda su familia, aunque tratará de quedarse con familiares y/o amigos.
•Aprovechando sus vacaciones tratará de ir a otros lugares, los cuales preferentemente serán Guanajuato, León, Salamanca y Guadalajara.
•No ha visto publicidad y si la vio ésta no influyó en su decisión de visitar el destino.
•De regreso a su origen pensará que la experiencia vacacional, tuvo el valor justo de lo que gastó.
• Su sugerencia será: más limpieza, franquicias y parques.

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

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

Apoyo en la página Web www.vamosaguanajuato.com.mx y el cal l center 01 80 714 10 86

Estrategia de Promoción y Publicidad por medio de venta de paquetes

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

Desarrollo de Productos para generar demanda, estadía y derrama económica

Explotar la celebración del bicentenario

Cuestionario

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

I.-Estadía en el Estado

1.- 1) Turista 2) Excursionista (____)

2.- ¿Cuánto tiempo tiene pensado estar en la ciudad?
Horas/ Días _____ (____)

3.- ¿Por qué no se queda más tiempo?: _____ (____)

4.- ¿Cuántas personas viajaron a este destino incluyéndose usted?
1) Solo >>P7 4) 4 7) 7 10) 10
2) 2 5) 5 8) 8 11) + de 10 (Especifique): _____
3) 3 6) 6 9) 9 (____)

5.- ¿Con quién viene acompañado?

	Si	No	
1) Pareja	(1)	(2)	(____)
2) Hijos	(1)	(2)	(____)
3) Familiares	(1)	(2)	(____)
4) Trabajo/Escuela	(1)	(2)	(____)
5) Amigos	(1)	(2)	(____)
6) Grupo de viaje (Tour)	(1)	(2)	(____)

6.- ¿Qué edad tiene(n) su(s) acompañante(s)?
1.-_____ (_____) 6.-_____ (_____)
2.-_____ (_____) 7.-_____ (_____) 3.-_____ (_____)
8.-_____ (_____) 4.-_____ (_____) 9.-_____ (_____)
5.-_____ (_____) 10.-_____ (_____)

II.-Aspectos Socio Demográficos

7.- Sexo: 1) Hombre 2) Mujer (____)

8.- ¿Cuántos años cumplidos tiene? _____ (____)

9.- ¿Hasta qué grado estudió?
1) Nada 4) Sec. Sin ter. 7) Preparatoria 10) Postgrado
2) Prim. sin ter. 5) Secundaria 8) Univ. s/ terminar 11) Nc
3) Primaria 6) Prep. s/term. 9) Universidad (____)

10.- ¿Cuál es el total de ingresos de todos los que trabajan en su casa?
1) De 0 a 2,699 3) 6,800 a 11,599 5) 35 mil a 84,999
2) 2,700 a 6,799 4) 11,600 a 34,999 6) 85 mil y + (____)

11.- ¿Cual es su principal ocupación?
1) Ejecutivo/Gerente 5) Comerciante
2) Empresario 6) Obrero/Mecánico
3) Estudiante 7) Jubilado/Pensionado
4) Ama de Casa 8) Otro _____ (____)

12.- Ud. trabaja en el …..?
1) Gobierno 2) Iniciativa Privada 3) Ninguno (____)

13.- En que ciudad vive usted?

	Especifique	
Ciudad		(____)
Estado		(____)
País		
Origen	(1) Interno (2) Nacional (3) Internacional	(____)

14.- ¿En que época del año acostumbra a viajar?

	Si	No	
1) Puentes	(1)	(2)	(____)
2) Fines de semana	(1)	(2)	(____)
3) Semana santa	(1)	(2)	(____)
4) Verano	(1)	(2)	(____)
5) Fin de año (Diciembre)	(1)	(2)	(____)
6) No hay fecha especial	(1)	(2)	(____)
7) Otro: Especificar:_____			(____)

15.- Independientemente del motivo de su viaje
¿Qué actividades adicionales le gustaría realizar en este lugar?
1.- _____ (____)
2.-_____ (____)

16.- ¿Cuál es el principal motivo de su viaje? (____)

Especificar

1) Vacaciones >**P17** 4)Trabajo 7) Estudios 10) Cong. y Conv. _____
2) Compras 5) Ev. dptvo. 8) Investigación 11) Ev. Social:_____
3) Negocios 6) Religioso 9) Salud 12) Otro: _____

17.- ¿Qué tipo de vacaciones? (Especificar) (____)
1) Descanso 3) Historia/Cultura 5) Otro tipo:
2) Visita Fam. y amigos 4) Ecoturismo/Aventura ¿Cual?_____

III.- Planeación de viaje

18.- ¿Con cuánto tiempo de anticipación tomó la decisión de hacer este viaje?
1) Menos de una semana 3) 15 días a 1 mes 5) + de 3 meses
2) De 1 semana a 15 días 4) 1 mes a 3 meses (____)

19.- Originalmente tenía pensado venir a éste lugar (____)
1) Si 2) No

20.- Cual destino consideró aparte de este lugar?
1.- Cd. : _____ (____)
2.- Edo: _____ (____)

21.- Contrató algún paquete para su viaje?. (____)
1) Si 2) No >>>**P23**

22.- Qué servicios incluía?

	Si	No	
1) Hospedaje	(1)	(2)	(____)
2) Alimentos	(1)	(2)	(____)
3) Transporte	(1)	(2)	

Cuestionario

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

4) Tours (1) (2) (____)
6) Accesos a museos (1) (2) (____)
7) Eventos (1) (2) (____)
8) Todo (1) (2) (____)
9) Otro: _____ (____)

23- ¿Principalmente que medio de transporte utilizó para llegar a este destino?

1) Automóvil 2) Autobús 3) Avión 4) Otro:_____ (____)

24.- En este viaje ¿Qué ciudad ha visitado antes de llegar aquí?
1.- Ninguna >>> **P25** (____)
2.- Cd. : _____ (____)
3.- Edo: _____ (____)

25.- ¿Y después de su estancia en la ciudad piensa visitar otro lugar?
Especificar qué ciudad tiene pensado visitar:
1.- Ninguna >>> **P26** (____)
2.- Cd. : _____ (____)
3.- Edo: _____ (____)

26.- Durante su estancia en el Estado,
¿Asistió o piensa asistir a algún evento o festividad? (____)
1) Si 2) No >>>**P29**
27.- Qué evento? (Nombre): _____ (____)

28.- El evento fue determinante para venir a este lugar
1)Si 2) No (____)

Aplicar solo a turistas (Pernoctan en el lugar)
29.- ¿Dónde se hospeda u hospedará? (____)

1	Hotel
2	Hostal/Posada
3	Bed & Breakfast
4	Campamento
5	Trailer Park
6	Departamento o Casa Rentada
7	Familiares o amigos >>> **P35**
8	Departamento o Casa Propia >>> **P35**
9	Otro, ¿Cuál?:

30.- Nombre y Categoría del Establecimiento
Nombre: _____ (____)
Categoría: _____ _ (____)

31.- ¿Hizo reservación? (____)
1) Si 2) No >>>P33
32.- ¿Cómo realizó su reservación? (pregunta de destino)

1	Por medio de Internet
2	Vía telefónica/Fax
3	Agencia de viajes
4	Organizador de eventos
5	Otro: _____

33.- ¿Dónde o cómo se enteró del lugar en donde se hospeda u hospedará?

1	Llegando a la ciudad pregunté
2	Me lo recomendó una persona
3	Por Internet
4	Ya lo conocía en visita previa
5	Por una agencia de viajes
6	Otro: ¿Cuál?: _____

(____)

34.- Califique los siguientes aspectos de donde se hospedó?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo	
Limpieza de las habitación	1	2	3	4	(____)
Mobiliario del establecimiento	1	2	3	4	(____)
Atención del personal	1	2	3	4	(____)
Seguridad	1	2	3	4	(____)

Aplicar a todos
35.- ¿Es la primera vez que visita esta ciudad? (____)
1) Si 1ra. vez >>>**P38** 2) Ya había venido

36.- ¿Hace cuanto vino?
1) Menos de 1 mes 2) 1 a 3 meses 3) 3 a 6 meses
4) De 6 a 9 meses 5) De 9 a 1 año 6) Más de 1 año (____)
37.- ¿Cuantas veces nos visita al año? _____ (____)

IV.- Impacto de la promoción del destino
38.- Durante los últimos 12 meses ¿Ha visto o escuchado publicidad sobre este destino?

1) Si 2) No >>>**P41** (____)

39.- ¿A través de qué medio(s)?

		Si	No	
1	Folletos	(1)	(2)	(____)
2	Anuncio radio	(1)	(2)	(____)
3	Anuncio Revista	(1)	(2)	(____)
4	Espectaculares	(1)	(2)	(____)
5	Anuncio TV	(1)	(2)	(____)
6	Internet	(1)	(2)	(____)
7	Recomendación	(1)	(2)	

Cuestionario

Guanajuato Gobierno del Estado — Secretaría de Desarrollo Turístico — Contigo Vamos

7	Recomendación amigos/familia	(1) (2) (____)
8	Otro, ¿Cuál? ____	(1) (2) (____)

40.- ¿Qué tanto influyó la publicidad que vio en su decisión de venir a este destino?

1	No influyó nada, ya tenía la decisión de venir	(____)
2	Influyó moderadamente, me sirvió de información	
3	Influyó bastante, me animó a asistir al destino	

41.- Durante su visita, ¿necesitó algún tipo de información? (____)
1) Si 2) No >>> **P44**

42.- ¿Qué tipo de información?: _____ (____)

43.- ¿En donde encontró la información?

1	En el hotel	(____)
2	Guía de turistas	
3	Preguntó en la calle	
4	Módulos de atención	
5	Fue a las oficinas de turismo municipal o estatal	
6	Otro, ¿Cuál?:_____	

V.- Experiencia de viaje

44.- ¿Qué actividades realizó o piensa realizar durante su estancia en esta ciudad?
_____ (____)

45.-¿En general calificaría como excelente, bueno, regular o malo a los siguientes aspectos de la ciudad y servicios que ha utilizado?

Aspectos/Servicios	Excelente	Bueno	Regular	Malo	No Utiliz.ado	
Hospedaje	1	2	3	4	5	(____)
Establecimientos de Alimentos	1	2	3	4	5	(____)
Transporte	1	2	3	4	5	(____)
Servicios Públicos (Agua, Luz, Limpieza, etc..)	1	2	3	4	5	(____)
Seguridad	1	2	3	4	5	(____)
Áreas públicas	1	2	3	4	5	(____)
Sitios históricos/Culturales (Museos, Monumentos, Zonas Arqeológicas, etc..)	1	2	3	4	5	(____)
Eventos	1	2	3	4	5	(____)
Actitud de prestadores de servicios (Personal de contacto)	1	2	3	4	5	(____)
Actitud de la gente, en general.	1	2	3	4	5	

46.- En general, ¿Usted considera que su experiencia en este viaje….?
1) Valió (+) de lo que gastó 2) Vale lo que gastó 3) Vale (-) de lo que gastó
(____)

47.- Qué fue lo que más le gustó en este lugar? Especifique
_____ (____)

48.- ¿Qué le hubiera gustado encontrar en la ciudad y no lo encontró? -
_____ (____)

49.- Recomendaría el destino
1) Si 2) No (____)

50.- ¿Porqué)
_____ _____ (____)

51.- Regresaría a la ciudad en los próximos 12 meses? (____)
1) Si 2) Probablemente 3) Difícilmente 4) No

VI.- Gasto Durante el viaje

52.- Cuanto ha gastado, en total, desde que salió de su casa hasta que llegó aquí? Gastó: $_____

53.- En total cuanto ha gastado o tiene pensado gastar en esta ciudad en:

Transporte	$
Alimentos	$
Hospedaje	$
Compras (Todas menos Artesanías)	$
Artesanías	$
Esparcimiento / Diversión	$
Otros: _____	$
Total	

54.- A cuantas personas en total corresponde este gasto: _____ (____)

55.- Cuanto considera que gastará en el regreso a su lugar de origen (casa)?
Gastará: $_____

56.- Sólo para fines de supervisión, sería tan amable en proporcionarme su:

Nombre:	
Tel:	
E- mail:	

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Contacto

-Lic. Gloria Magaly Cano de la Fuente, Directora General de Planeación.
gcanof@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

Guanajuato Gobierno del Estado
Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

POR SU ATENCIÓN,
GRACIAS