Actividad Turística y Perfil del Visitante 2009

León 2009

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

CONTENIDO

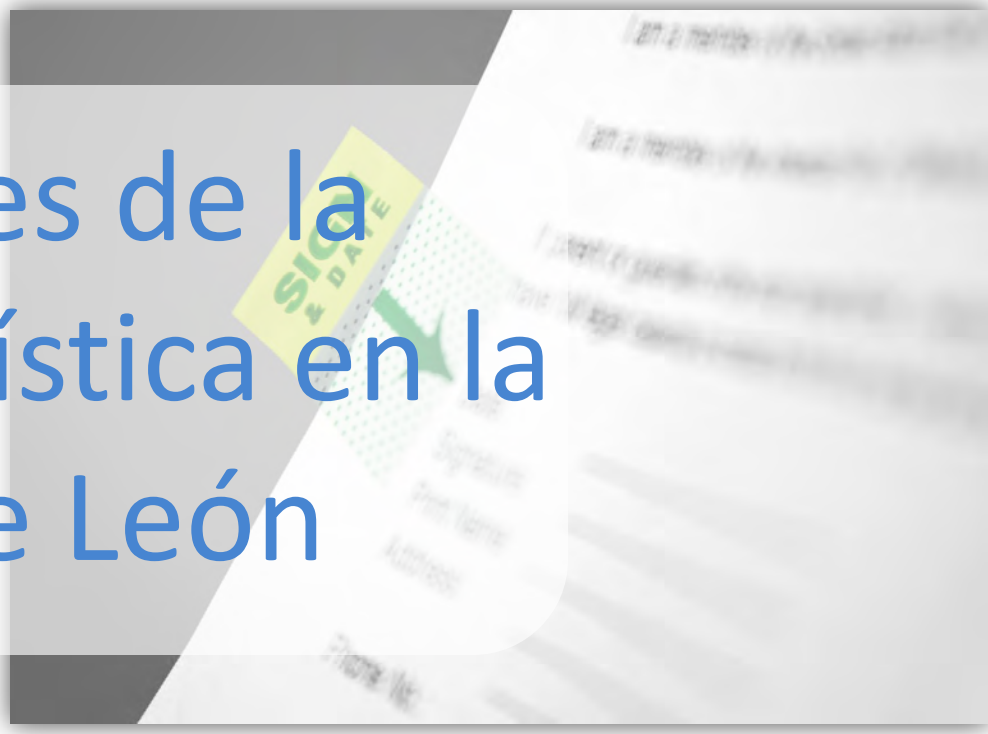
- Indicadores de la Actividad Turística en León
- Estudio del Perfil del Visitante a León

  - 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 León

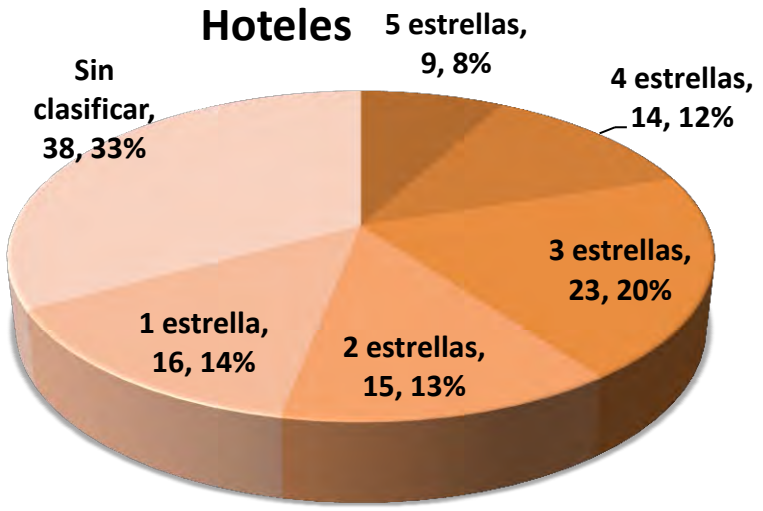


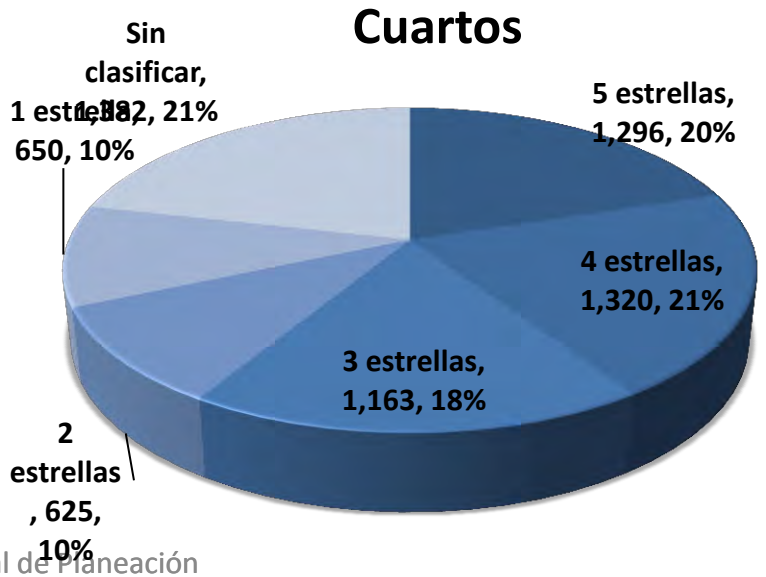
Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

INVENTARIO DE SERVICIOS

Apertura 2009:
Hotel Crowne Plaza
Categoría 5 estrellas,
209 habitaciones

Inventario de Servicios Turísticos	
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	115
Restaurantes	285
Agencias de viaje	100
Campos de golf	5
Balnearios	3
Empresas arrendadoras de automóviles	15
Transportadoras turísticas	27
Centros Congresos y Convenciones * Incluye Poliforum y salones para eventos sociales.	17
Capacitación Turística	13

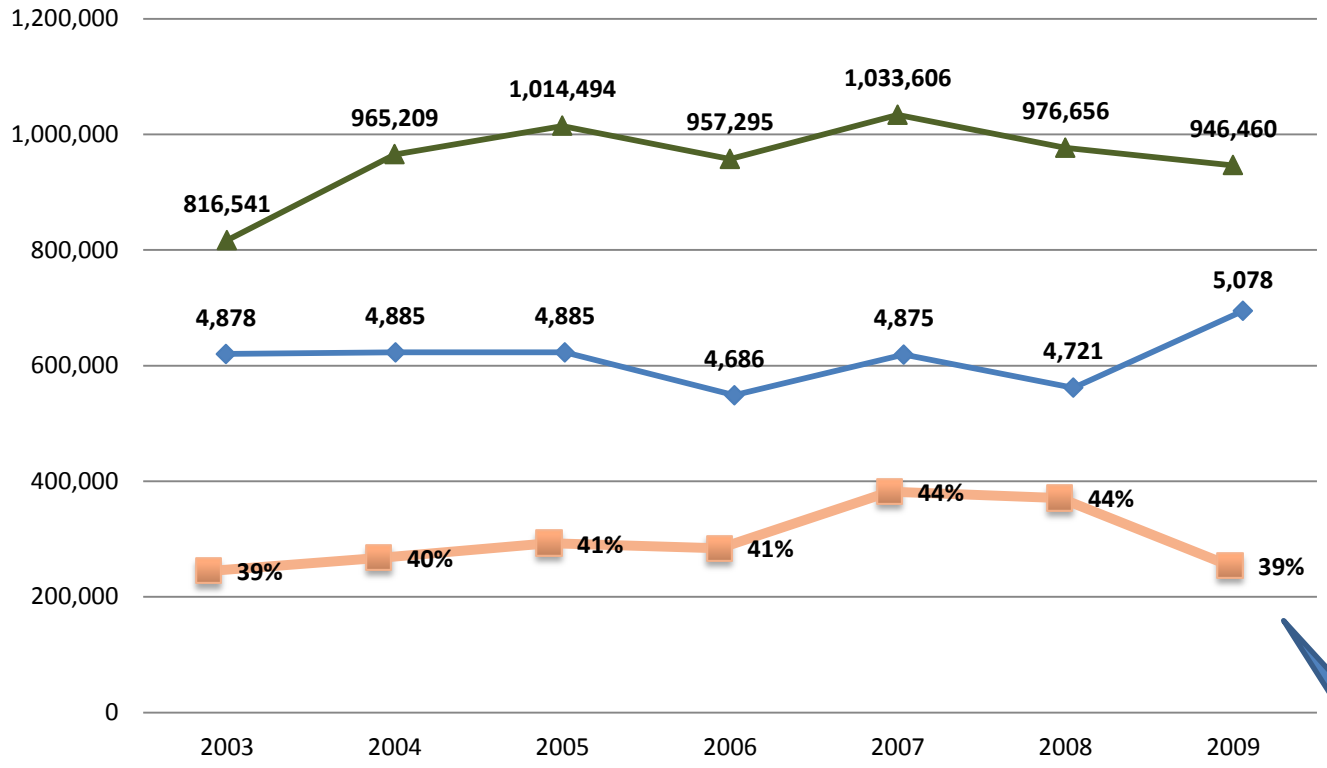




Fuente: Sedetur, enero 2010

INDICADORES DE HOSPEDAJE

1 a 5 estrellas



Porcentaje de Ocupación

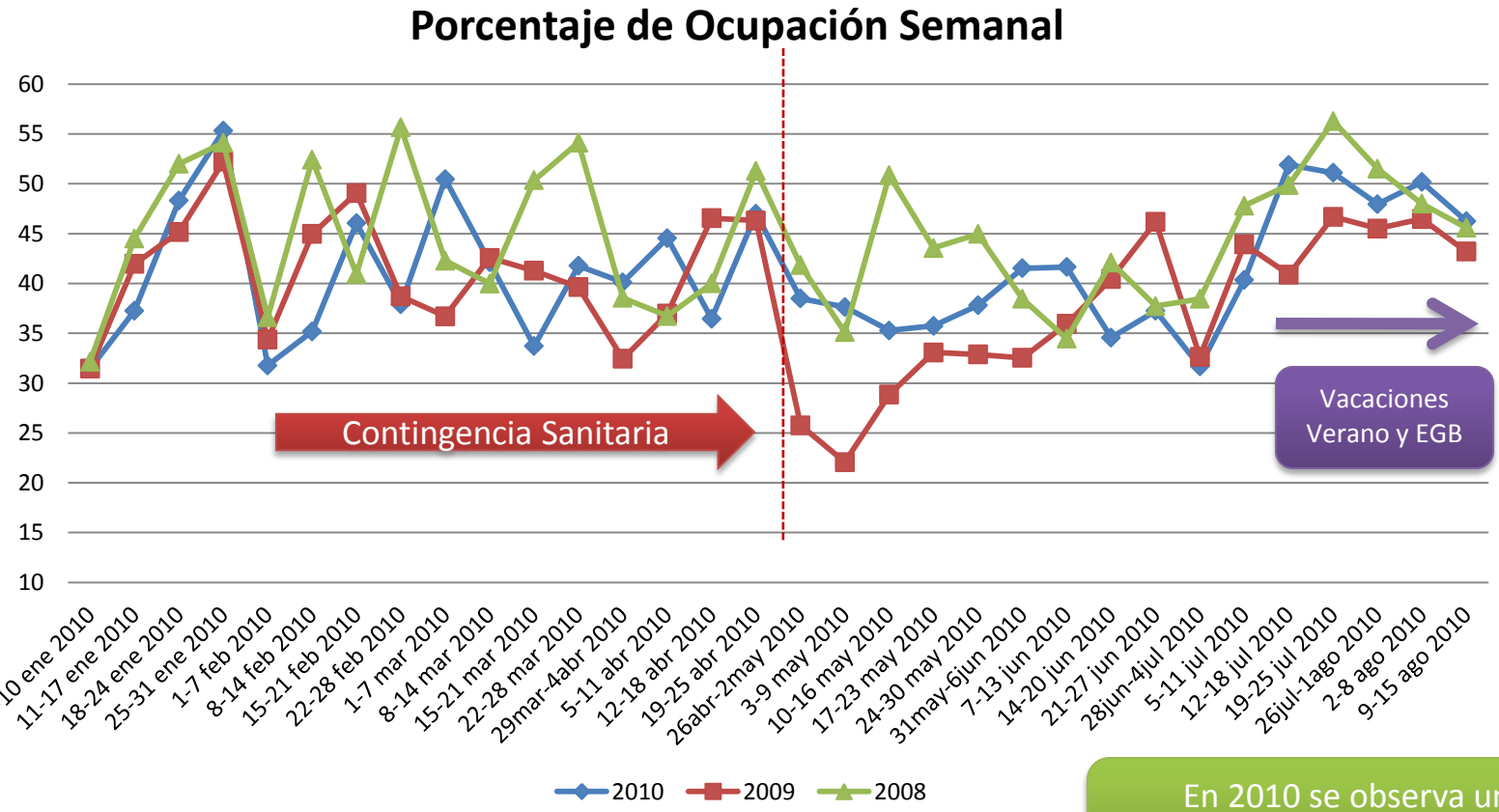
Oferta la cierre del año

Llegadas de Turistas

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.

Crisis económica y contingencia sanitaria

EFECTOS DE LA CRISIS ECONÓMICA Y CONTINGENCIA SANITARIA



En 2010 se observa una recuperación con relación a 2009

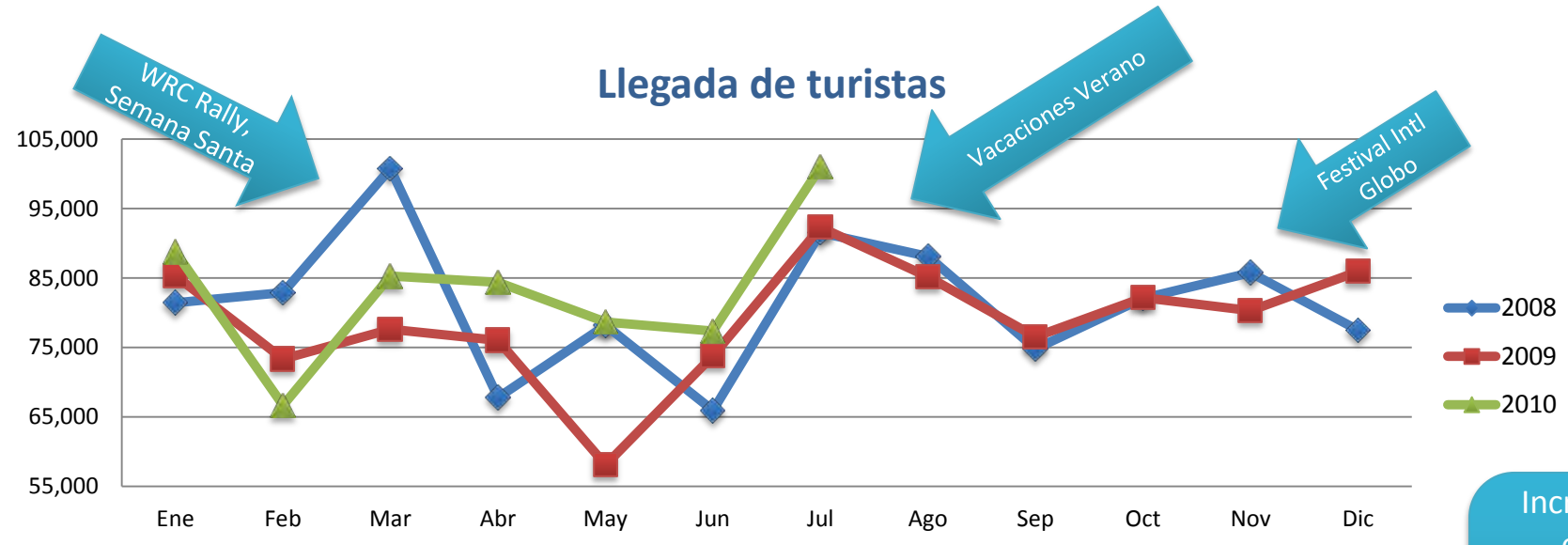
Variaciones en mayo 2009 (respecto de 2008):
La llegada de turistas disminuyó en 26%.
La ocupación hotelera cayó en 16 puntos porcentuales: de 45% a 29%

TENDENCIAS DE LOS INDICADORES DE HOSPEDAJE

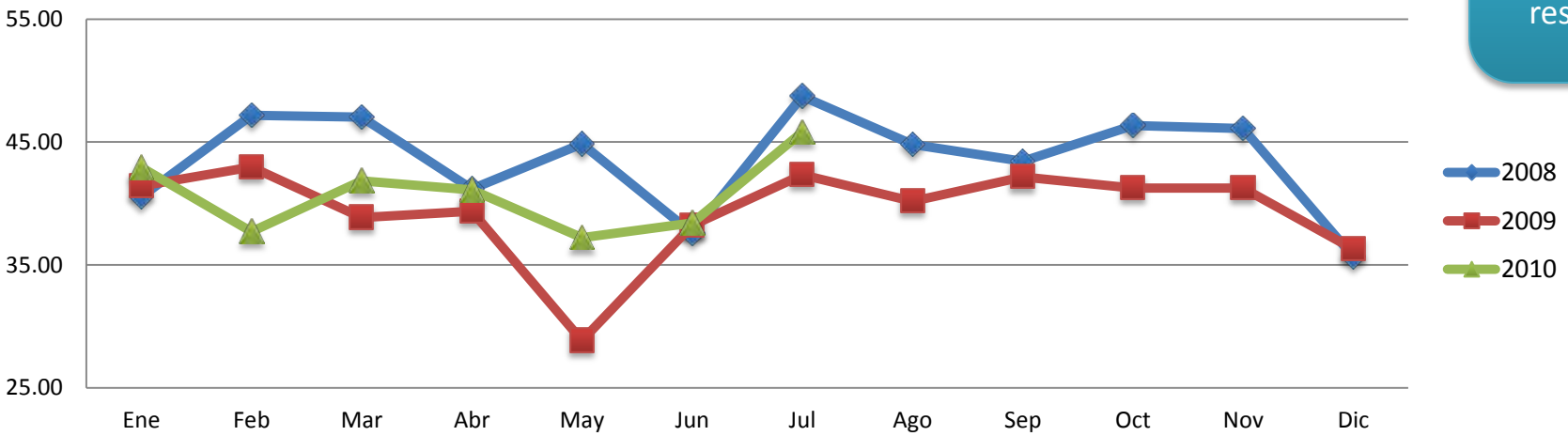
Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Llegada de turistas



Porcentaje de Ocupación



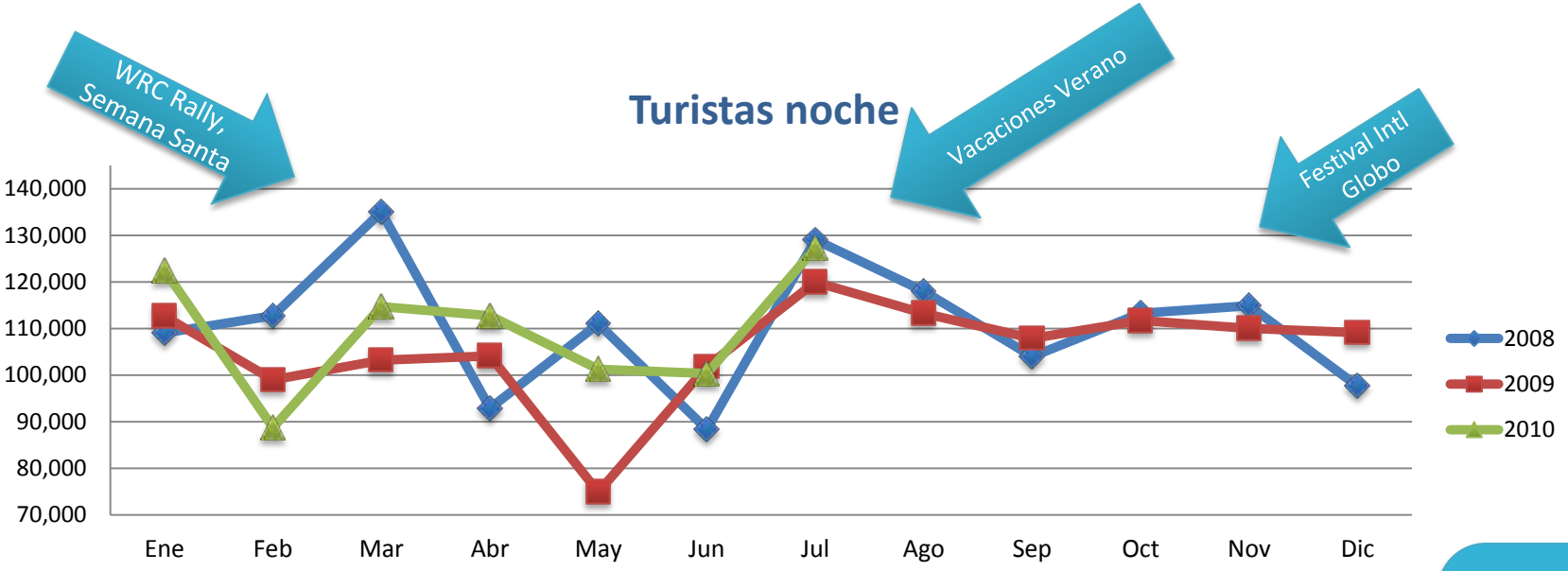
Incremento en los indicadores 2010 con respecto a 2009

TENDENCIAS DE LOS INDICADORES DE HOSPEDAJE

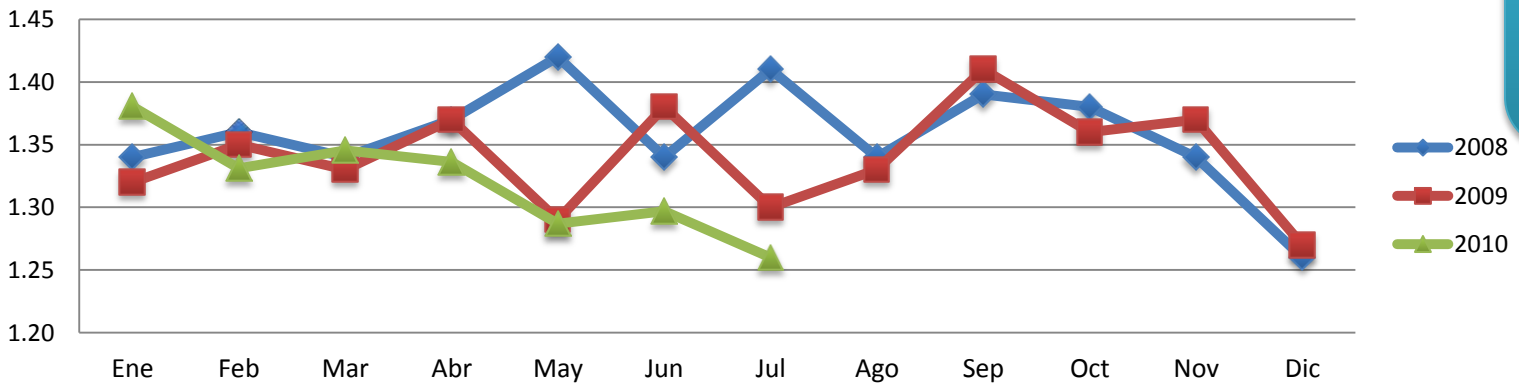
Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

gto Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Turistas noche



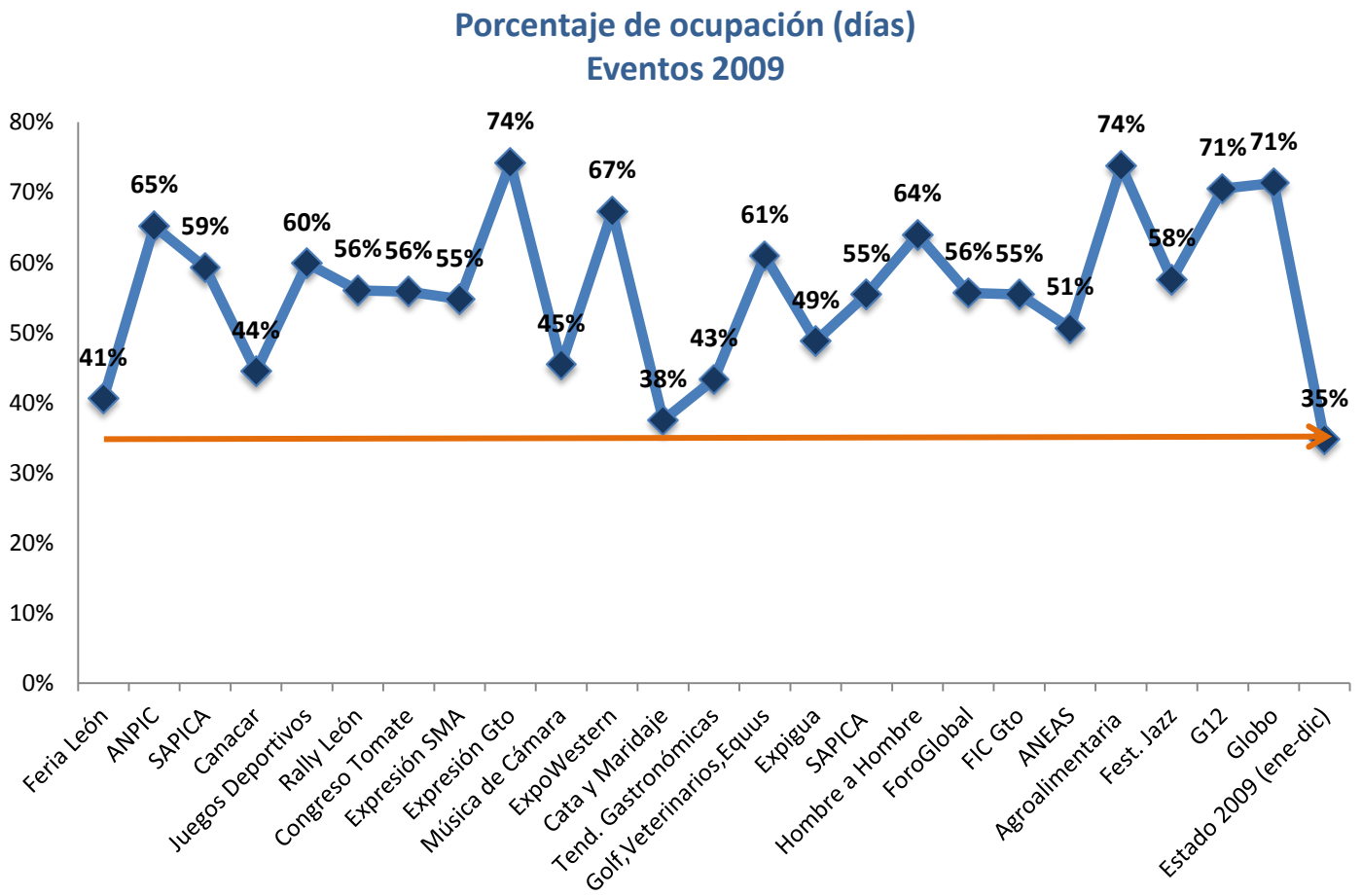
Estadía promedio



Las noches promedio de estancia en León, han decrecido .

IMPACTO DE LOS EVENTOS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

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

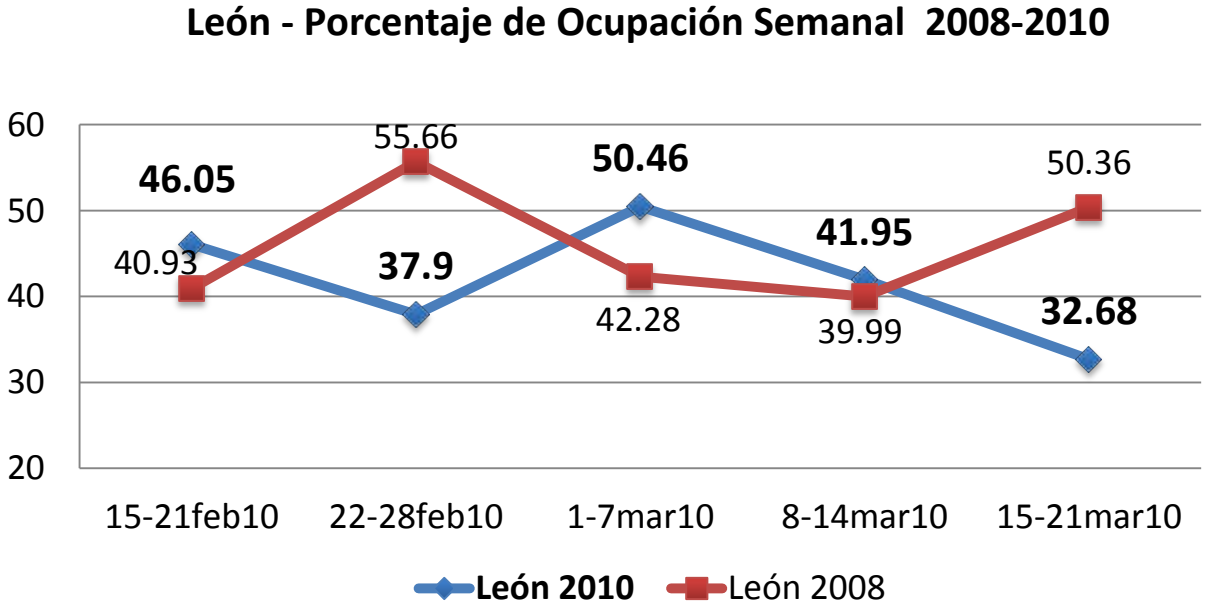


WRC RALLY BICENTENARIO

El WRC Rally Bicentenario se llevó a cabo del 4 al 7 de marzo de 2010, en Guanajuato, León y Silao.

Asistente totales: 244 mil personas, 84% residentes y 14% visitantes.
La **Derrama Económica total** se estima en más de **$163 millones de pesos**

- ✓92% de visitantes fueron motivados por el WRC Rally Bicentenario.
- ✓Impacto turístico del evento de 53,040 visitantes y de $119,983,120
- ✓La ocupación promedio de las tres ciudades en conjunto fue de 53% con la llegada de más de 17 mil turistas.



Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

Fuente: Datatur
* Se realiza comparativo con 2008 debido a que en 2009 la edición fue diferente y se celebró en el mes de julio

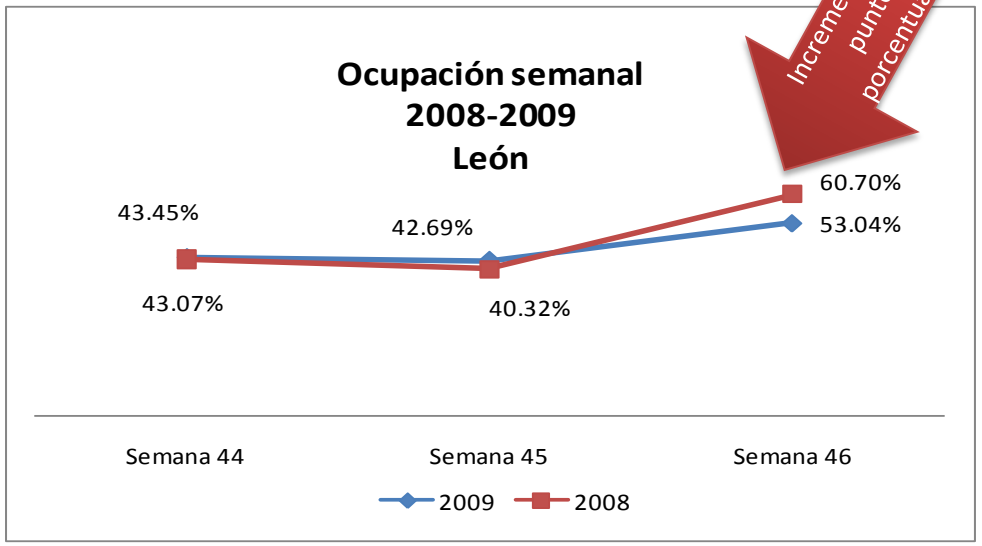
FESTIVAL INTERNACIONAL DEL GLOBO

- Se estima una derrama económica superior a $104 millones de pesos durante los días del evento.

- El impacto en derrama económica que generó el 93% de los visitantes, que acudieron motivados por el evento, se estima en $97 millones de pesos.

- La ocupación hotelera fue de 71% (del 13 al 15 de noviembre). EL mayor impacto fue en 5 estrellas que registró 88%.

Resultados Festival Internacional del Globo		
	2009	**2008**
Visitantes	153,842 personas	113,853 personas
Derrama económica estimada	$104 millones de pesos	$89 millones de pesos
Visitantes motivados por el festival	93%	89%
Impacto del evento	$97 millones de pesos	$79 millones de pesos

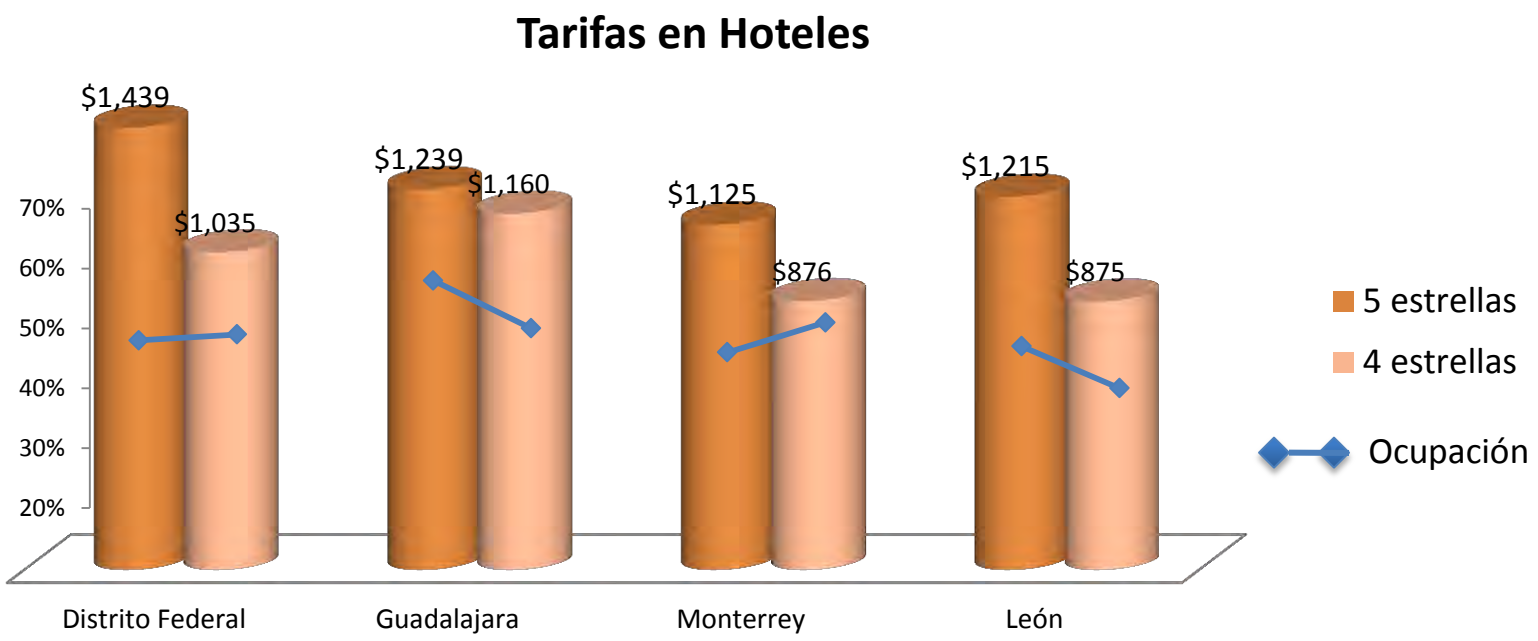


TARIFAS DE HOTELES EN LEÓN

Diferencia con otros destinos

Tarifas en Hoteles				
Categoría	Distrito Federal	Guadalajara	Monterrey	León
5 estrellas				
Tarifa promedio	$1,439	$1,239	$1,125	**$1,215**
Ocupación anual	48%	58%	46%	**47%**
4 estrellas				
Tarifa promedio	$1,035	$1,160	$876	**$875**
Ocupación anual	49%	50%	51%	**40%**

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



INVERSIÓN

México Plaza Estadio - Poliforum León

- Inversión estimada en más de $200 millones de pesos
- Más de 190 habitaciones
- 210 empleos

MEXICO PLAZA

Resumen de la Actividad Turística

Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	6,436
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	79 %
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2009	946,460
Porcentaje de Ocupación promedio 2009	39.41%
Porcentajes de ocupación más altos	Febrero, Julio, Septiembre, Noviembre
Estadía promedio	1.34

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico

Contigo Vamos

Estudio del Perfil del Visitante a la ciudad de León

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

METODOLOGÍA

Tipo de entrevista	Cara a cara
Muestra:	**Total entrevistas efectivas 429;** levantadas en **León**
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 genero de los visitantes a la ciudad de León se inclina hacia el sexo masculino, este porcentaje disminuyó en comparación con el año anterior.

Sexo del Visitante a León

Mujer

44%

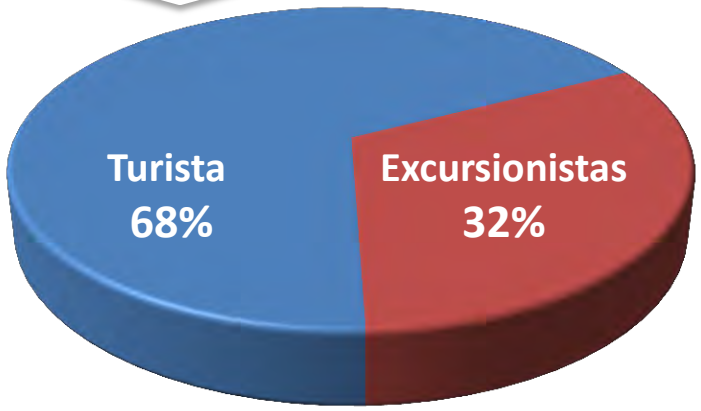
38%

Hombre

56%

62% ← 2008

Hay una mayor concentración de turistas, es importante resaltar que este porcentaje incrementó 10 puntos porcentuales en comparación con el año anterior, por lo que se sugiere seguir difundiendo con mayor impacto los productos turísticos ofreciendo paquetes atractivos, además de buscar ser anfitriones en congresos y exposiciones de talla nacional e internacional para incrementar la estadía y gasto.



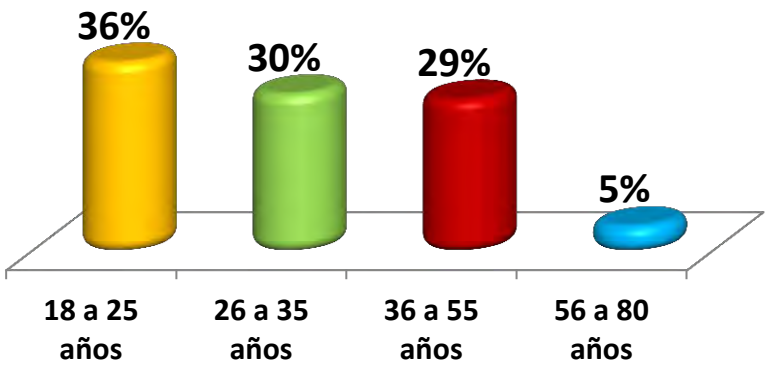
2008 → 58% 42%

PERFIL GENERAL

Edad y composición del hogar

Edad del Turista

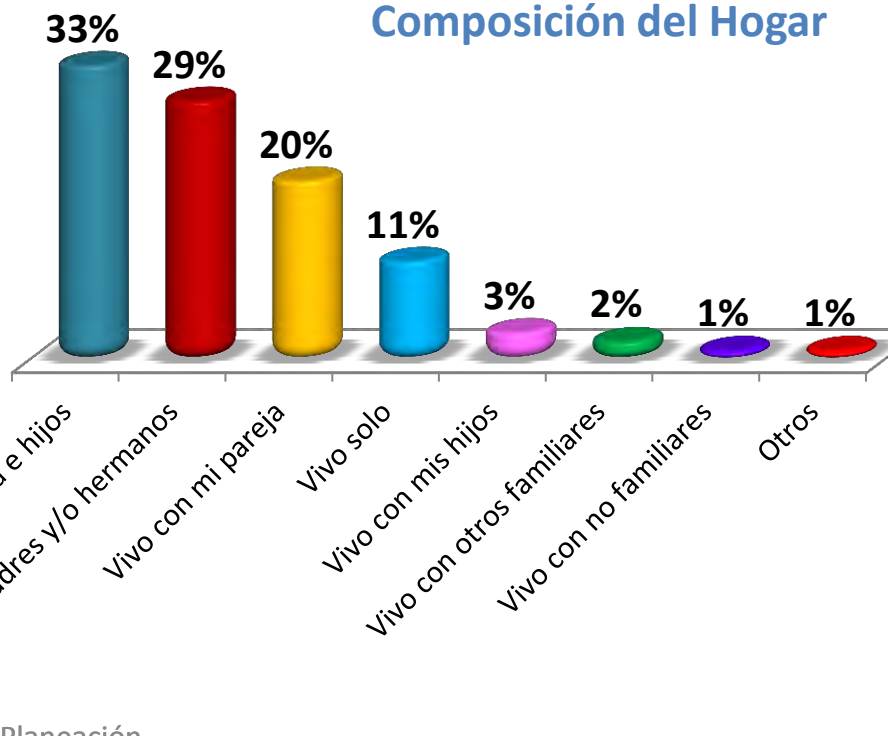
Edad promedio 2008: 31 años
Edad promedio 2009: 33 años



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

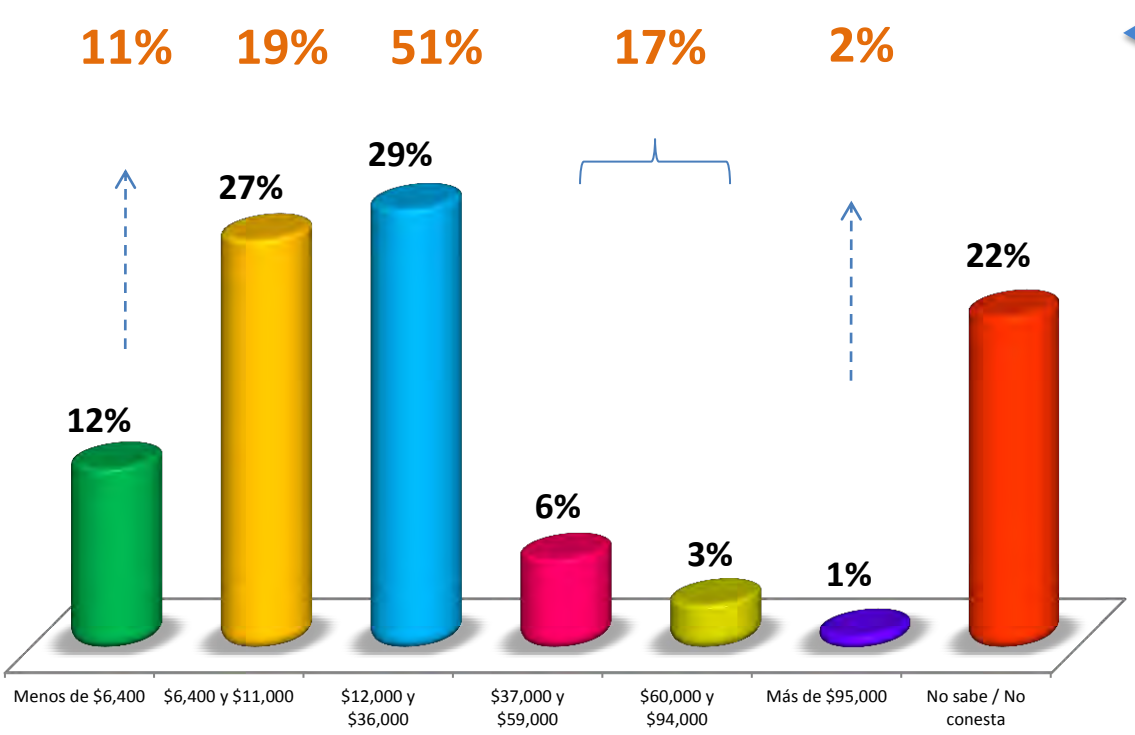
Un 66% de los visitantes son adultos jóvenes de entre 18 a 35 años de edad, por lo que los productos turísticos se sugiere enfocarlos a este segmento, sin descuidar al segmento de los adultos y adultos mayores ya que representan un 34%

Composición del Hogar



Ingresos Mensuales

El 56% de los visitante reportaron tener un ingreso familiar de entre $6,400 a $36,000; en 2008 el 70% reportó tener este mismo ingreso, lo que nos indica que en 2008 los visitantes tenían un nivel socioeconómico más elevado. Se sugiere enfocar las estrategias de promoción y publicidad hacia los NSE A/B y C+



Resumen Perfil General

Concepto	Información Relevante
Hombres Mujeres	56% 44%
Turistas Excursionistas	68% 32%
Edad promedio	33 años
Composición del Hogar	Viven con pareja e hijos (33%)
Ingresos Mensuales	De $12,000 a $36,000 (29%, NSE C)

PRECEDENCIA DEL VISITANTE
Lugar de residencia

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Origen del Visitante

40%	55%	5%
23%	76%	1%

2008

El porcentaje de los visitante nacionales en 2009 fue menor que en 2008, sin embargo, el porcentaje de los visitantes extranjeros incrementó 4 puntos, mientras que los visitantes estatales aumentaron cerca del doble; se sugiere realizar campañas a nivel nacional en medios de comunicación masivos como televisión y radio, realizar campañas de mailings con paquetes atractivos , así como unir esfuerzos para la atracción de eventos nacionales e internacionales que reactiven la participación nacional y extranjera.

Origen del Estatal

Municipio	%	Municipio	%
Guanajuato	21%	Silao	6%
Irapuato	16%	San Miguel de Allende	6%
Salamanca	11%	Otros	34%
Celaya	6%		

Origen del Visitante Internacional

Lugar	%
Estados Unidos	90%
Canadá	5%
España	5%

Origen del Visitante Nacional

Estado	%
Jalisco	22%
D.F./Edo.Mex.	16%
Querétaro	10%
Michoacán	6%
Otros	46%

Resumen Procedencia del Visitante

Concepto	Información Relevante
Estatal Nacional Extranjero	40% 55% 5%
Principales Visitantes Estatales	Guanajuato Irapuato Salamanca Celaya
Principales Visitantes Nacionales	Jalisco D.F y Estado de México Querétaro
Principales Visitantes Internacionales	Estados Unidos

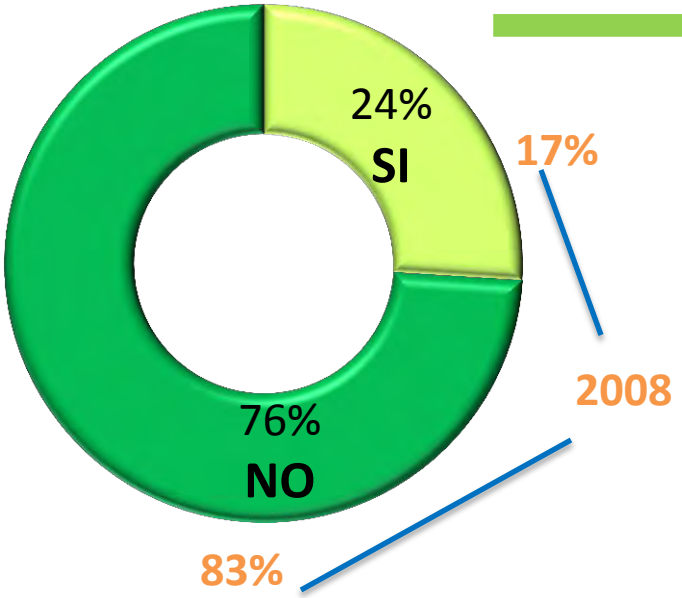
PLANEACIÓN DE VIAJE

Movilidad del visitante y paquetes turísticos

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
gto Contigo Vamos

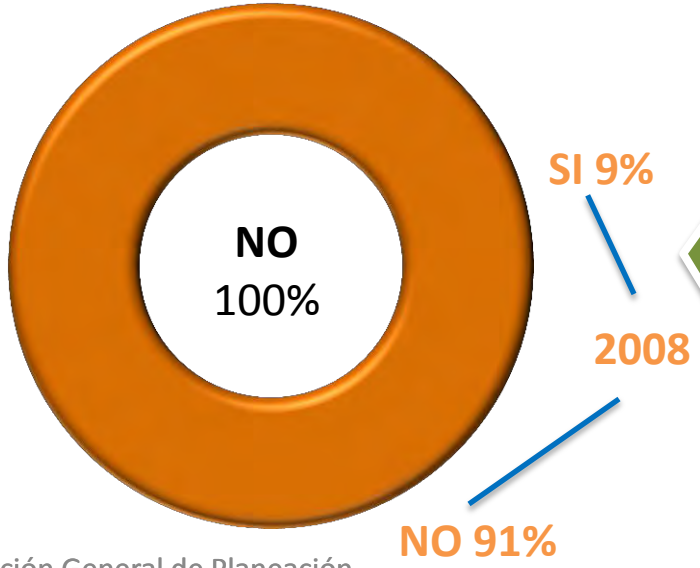
¿Dígame si visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?



¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?

Ciudades
Guanajuato
Irapuato
Dolores Hidalgo
Puerto Vallarta
San Miguel de Allende
Silao

¿Su viaje forma parte de un paquete?



En 2009 un 24% visitó otras ciudades principalmente del estado de Guanajuato, por lo que se sugiere contar con paquetes que incluyan rutas a otros destinos

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.

PLANEACIÓN DE VIAJE
Distribución del visitante

Distribución del visitante

33%
20%

30%
32%

1%
3%

1%
2%

3%
0.3%

32%
42%

2008

En 2009 el 34% de los visitantes se hospedaron en establecimientos comerciales, mientras que en 2008 fue un 23%; el hotel muestra un incremento significativo en comparación con el año anterior. 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?

21% **79%**

26% **74%** ← **2008**

En 2009 un 79% de los visitantes llegaron acompañados, este porcentaje incrementó 5 puntos porcentuales en relación al año 2008, por lo que se recomienda ofrecer variedad de actividades para satisfacer las necesidades de cada integrante, así como de los que viajan solos.

Los productos turísticos para el segmento de niños y adolescentes se sugieren como otra estrategia para poder posicionar al Estado con una imagen fresca y divertida.

Acompañantes	2009	2008
Familia	46%	67%
Amigos	23%	13%
Cónyuge/ Pareja	22%	32%
Gente relacionada con mi trabajo	9%	NA

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

Los viajes en familia se recomienda ser el mercado objetivo de las estrategias informativas y promocionales para la atracción de este segmento; por lo tanto, se sugiere contar con productos para todos los integrantes.

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

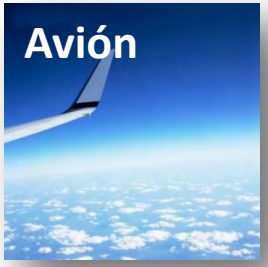
Rango de edades de los acompañantes	2009	2008
Número de adultos mayores de 18 años	2.88	
Número de adolescentes entre 12 y 18 años	1.54	
Número de niños menores de 12 años	1.59	
Promedio Total de personas	**3.61**	**2.9**

PLANEACIÓN DE VIAJE
Medio de transporte

Medio de transporte utilizado para llegar a este destino

61%

9%



30%

65% 2% 33%

2008

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

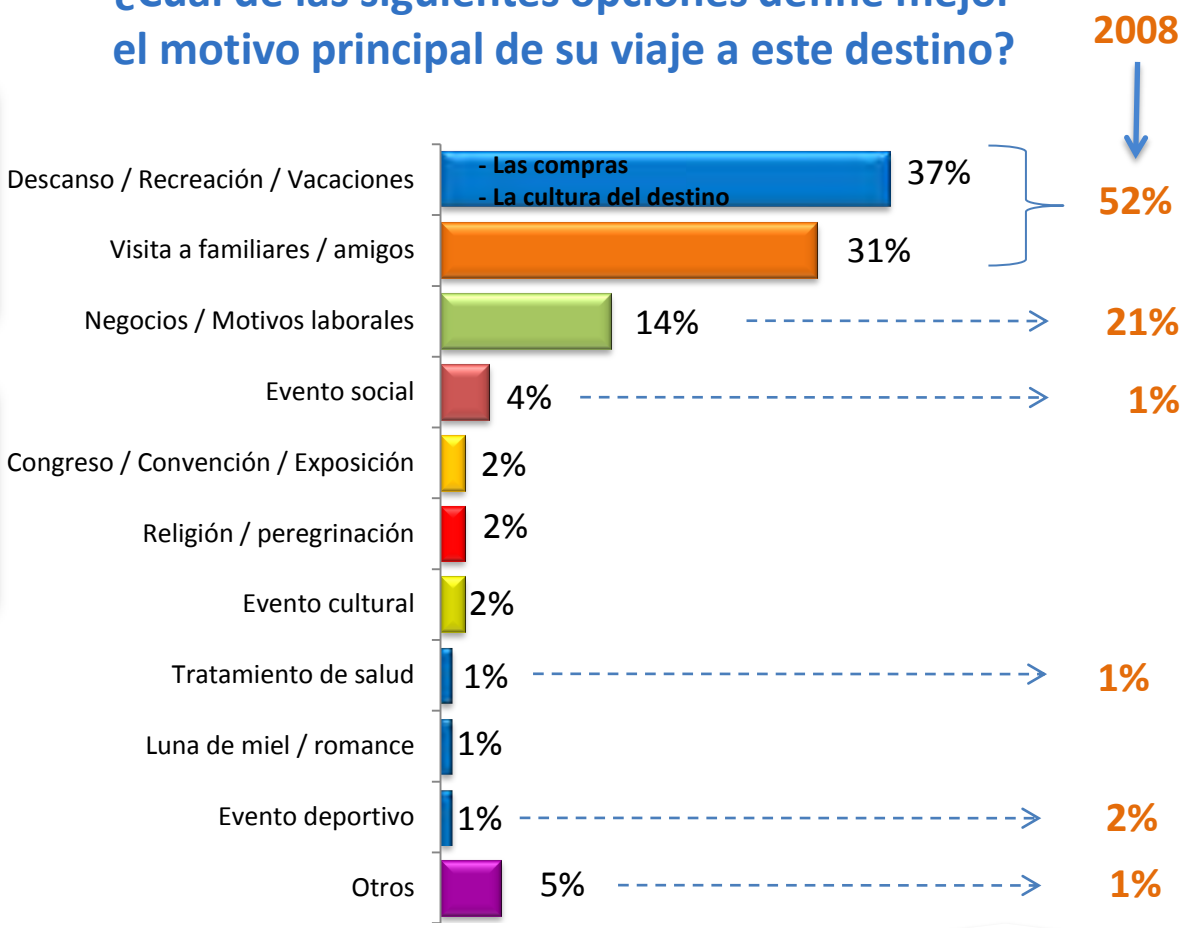
Resumen Planeación de Viaje

Concepto	Información Relevante
¿Visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?	SI 24% NO 76%
¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?	Guanajuato Irapuato Dolores Hidalgo
¿El viaje forma parte de un paquete?	NO 100%
Principal opción de hospedaje	Hotel /Familiares y amigos
¿Con quién viaja en estos momentos?	Familia
Promedio de acompañantes	3.61 personas
Medio de transporte utilizado	Automóvil

MOTIVO DE VISITA

Motivo de visita

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



El descanso y recreación son las principales razones del viajero a la ciudad; la principal actividad fue realizar compras; se sugiere innovar en productos turísticos que hagan placentera la estancia del visitante. A pesar de que el motivo de Negocios/laboral, tiene un tercer lugar en las menciones, es importante resaltar que el destino tiene esta vocación.

Resumen Motivo de Visita

Concepto	Información Relevante
Principal motivo de visita	Descanso/ Recreación
Razones que motivó más su visita de descanso o placer a este destino	-Compras - Cultura del destino

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	27%	56%	17%
Excursionista	19%	68%	13%

Distribución promedio del gasto del Turista

HOSPEDAJE 26%

TRANSPORTE LOCAL 7%

ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN 11%

OTROS 5%

ALIMENTOS Y BEBIDAS 11%

ARTESANÍAS 11%

COMPRAS 29%

GASTO DEL VISITANTE

Promedio de gasto por persona

Promedio de Gasto por Persona

TURISTA EN HOTEL

1.34 días
$ 1,722

DEPTO O CASA PROPIA

8.00 días
$ 556

DEPTO O CASA RENTADA

9.80 días
$ 955

TURISTA CON FAMILIARES Y/ AMIGOS

5.31 días
$ 669

OTROS

1.00 días
$ 357

EXCURSIONISTA

$ 1,656

GASTO DEL VISITANTE

Derrama Económica Estimada

Visitantes y Derrama Económica Estimada		
León 2009		
Categoría	**Total en personas**	**Derrama Económica**
Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos	960,586	$2,188,449,345
Turistas en otros establecimientos comerciales	141,263	$1,322,366,811
Turistas en establecimientos no comerciales	1,624,521	$5,871,109,206
Excursionistas	1,982,386	$3,281,936,740
Totales	**4,708,756**	**$12,663,862,102**

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.

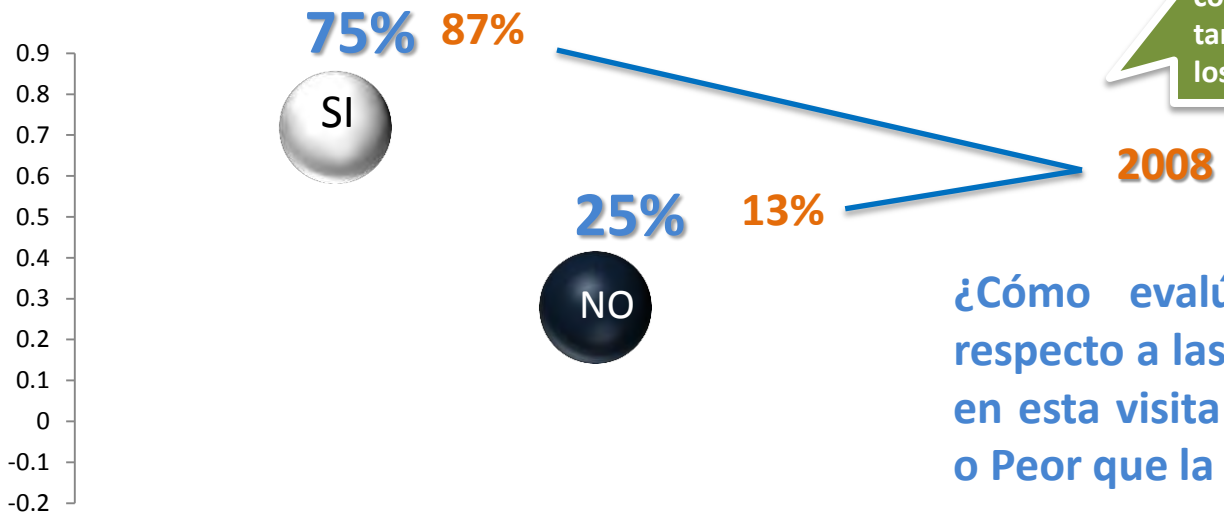
Resumen Gasto del Visitante

Concepto	Información Relevante
Gasto en el destino:	Excursionista 68% Turista 56%
Estadía de turista:	Hotel 1.34 días Familiares o amigos 5.31 días Depto. o casa rentada 9.80 días Depto. o casa propia 8.00 días Otros 1.00 días
Derrama Económica estimada	$ 12,663,862,102

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

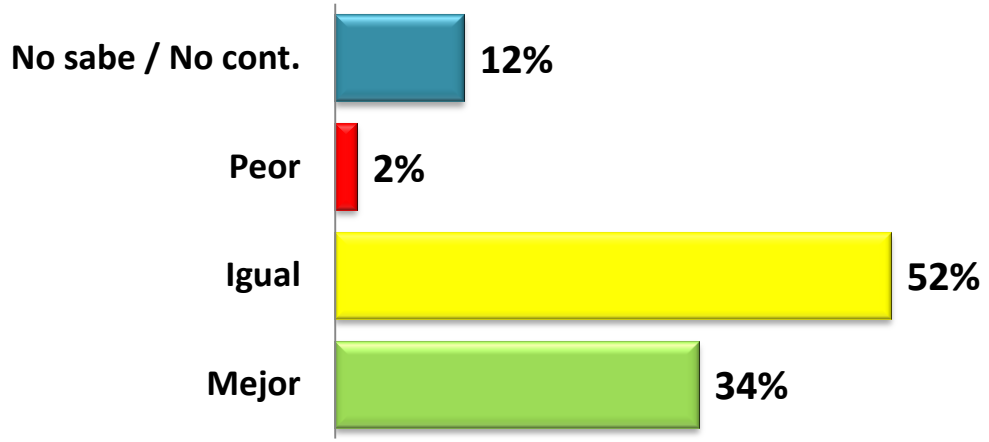
Visitas anteriores

¿Ya había visitado anteriormente este destino?



En 2009 se contó con un mayor número de visitantes nuevos en comparación con 2008, lo que nos demuestra la necesidad de contar con productos turísticos novedosos tanto para los 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?

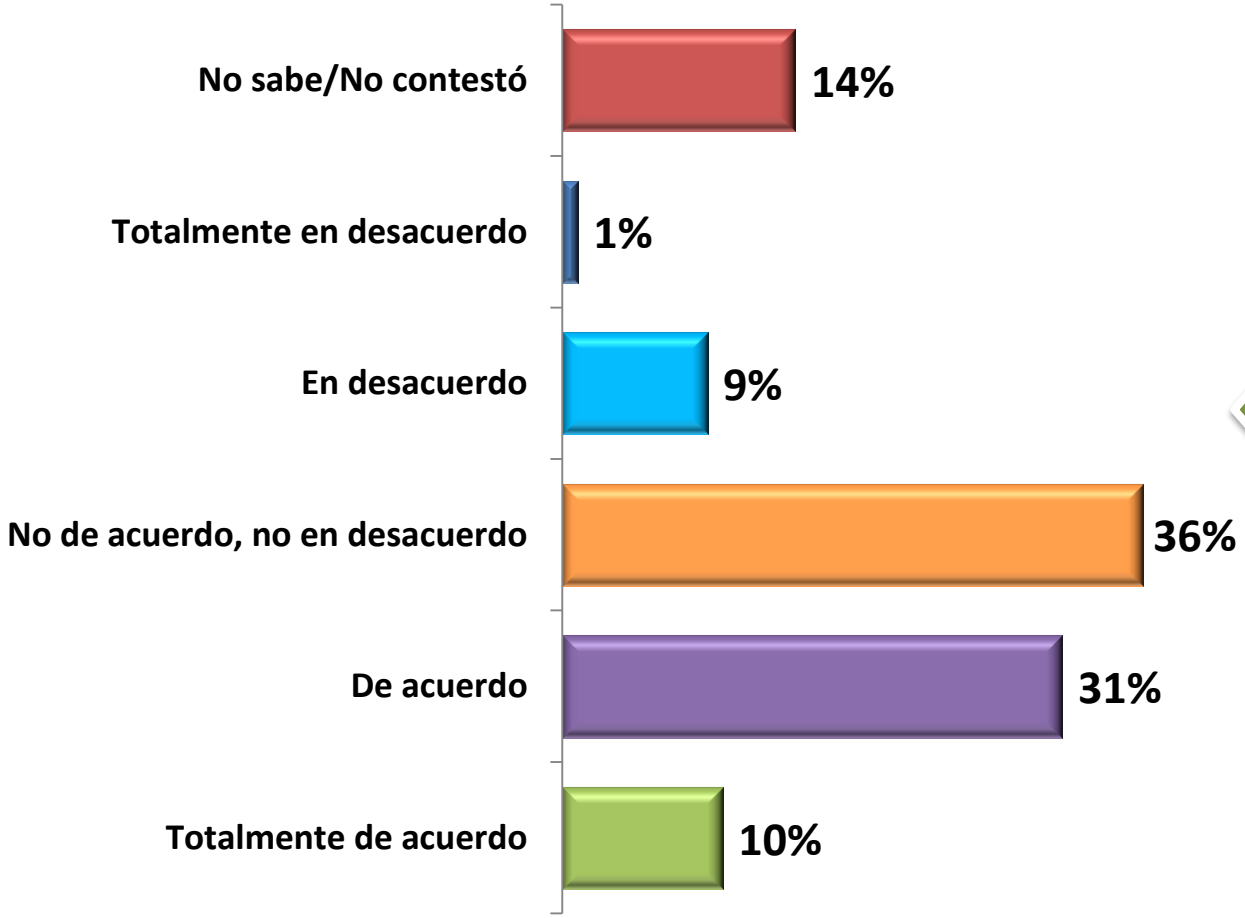


Para el 52% de los entrevistados su experiencia actual fue igual en comparación a visitas anteriores, lo que nos indica que no percibieron cambios en los servicios en general: por otro lado, un 34% mencionó que su experiencia fue mejor; esto es muy positivo ya que se observa que los prestadores de servicios, gobierno y sociedad están brindándole el visitante una atención de mayor calidad.

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia

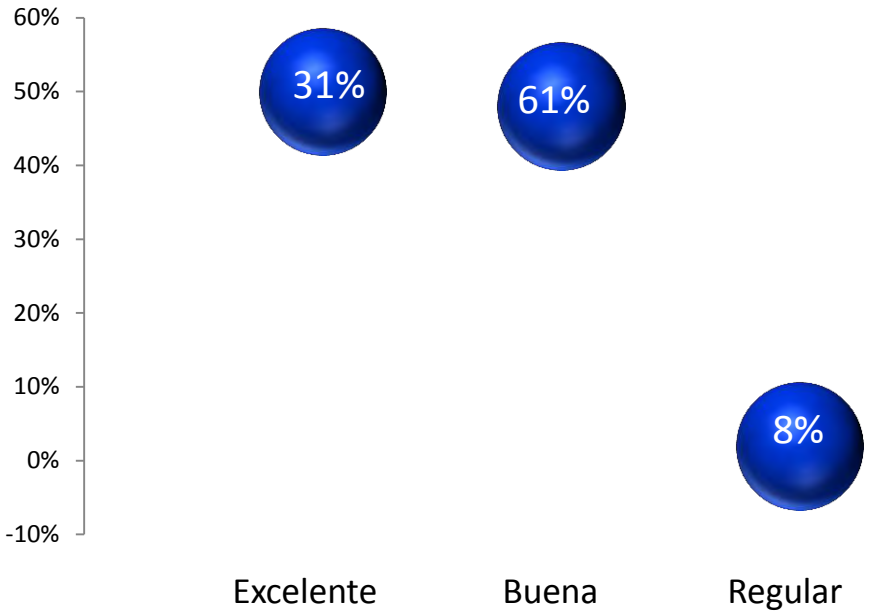
¿Qué tan de acuerdo está Ud. en que la experiencia que tuvo en este destino es mejor que el de otros destinos que ha visitado?



41% de los entrevistados mencionaron estar de acuerdo/totalmente de acuerdo con que su visita a León fue mejor que visitar otros destinos. Estos testimonios indican que el visitante quedó satisfecho con su experiencia.

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

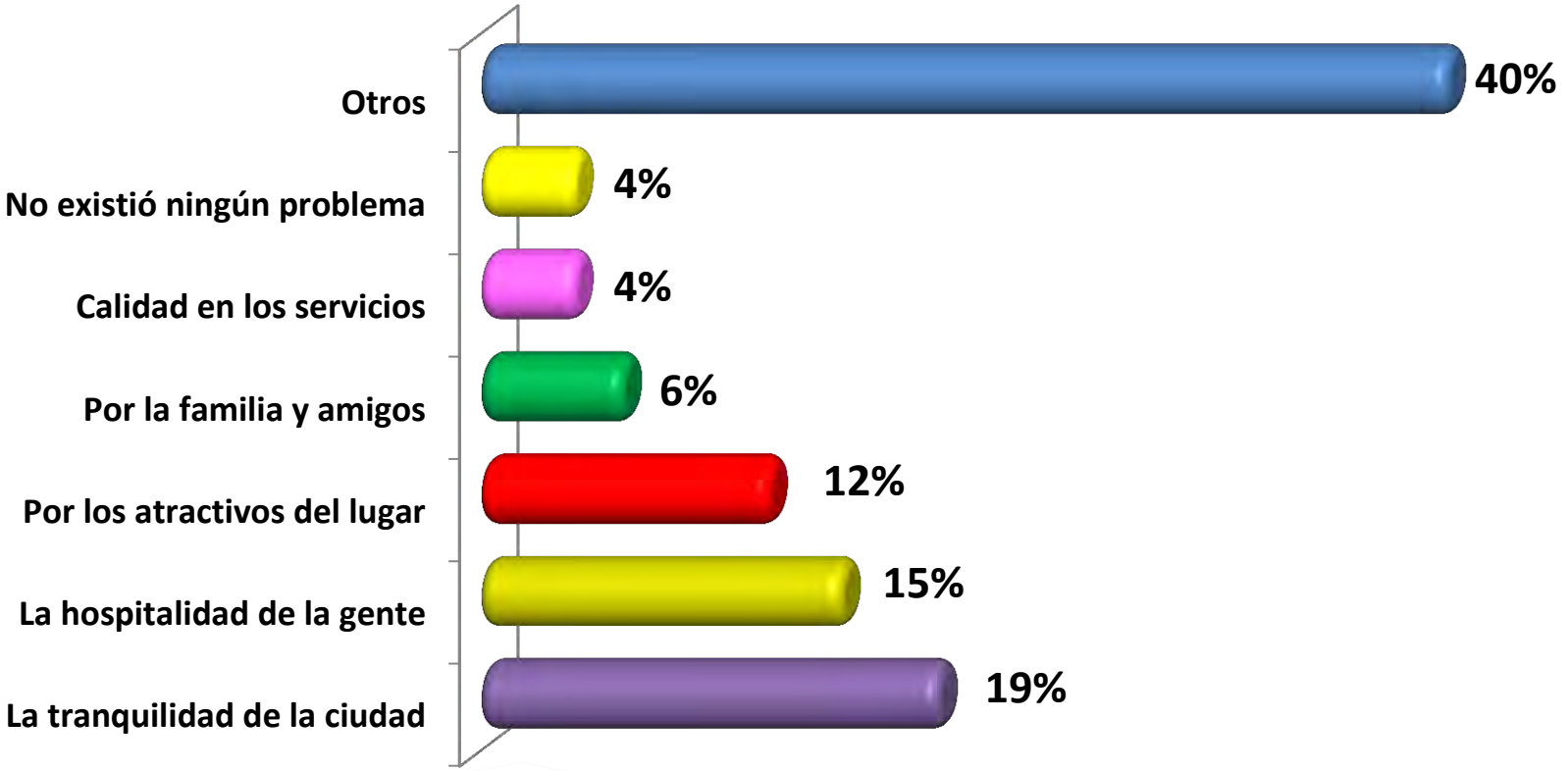
El 92% de los entrevistados mencionaron haber tenido una experiencia de excelente/buena; esto refleja la calidad y variedad de oferta que presenta la ciudad de León. Es importante mantener y/o superar estas calificaciones.



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 deberán tomar en cuenta estos datos para aprovecharlos a favor de la imagen del destino.

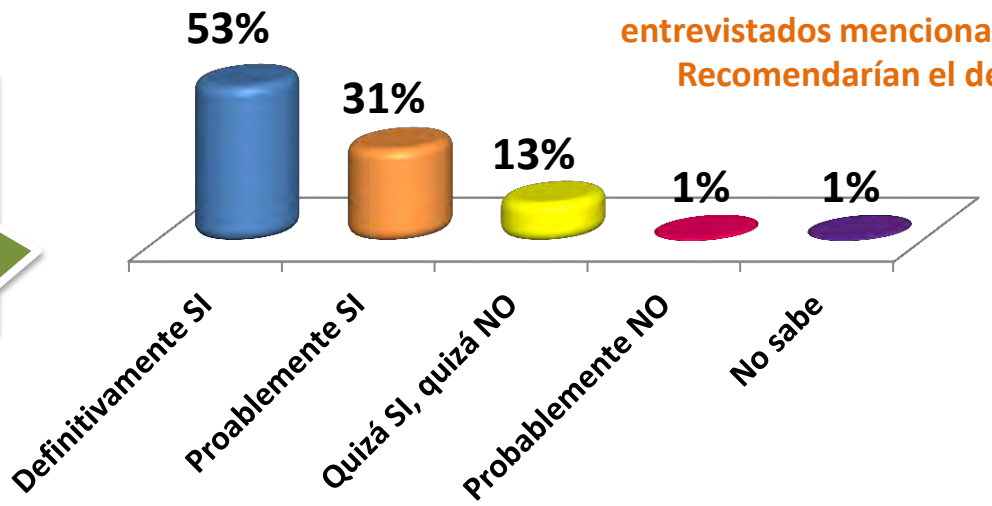
EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación de la experiencia

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

El 84% de los entrevistados mencionaron que recomendarían el destino, y la tasa de retorno del visitante señala que el 91% volvería a visitar la ciudad en el futuro.

En 2008 el 99% de los entrevistados mencionaron que SI Recomendarían el destino.



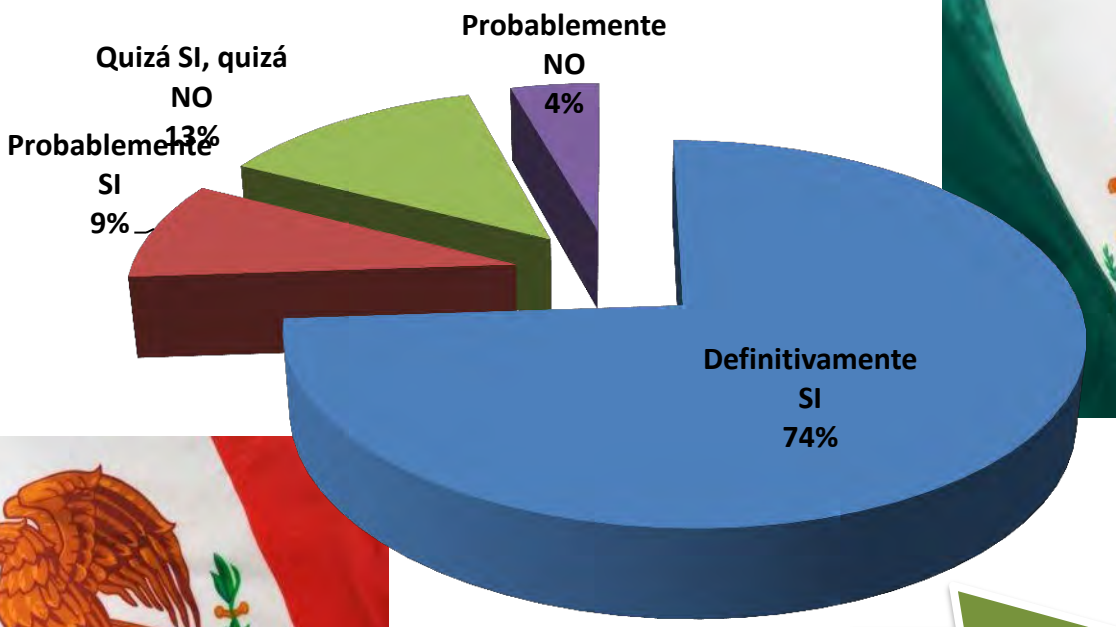
¿Qué tan probable es que Ud. vuelva a visitar este destino en el futuro?

Respuesta	2009	2008
Definitivamente SI	59%	78%
Probablemente SI	32%	19%
Quizá sí, quizá NO	9%	0%
Probablemente NO	0%	1%
Definitivamente NO	0%	1%

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 83% 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.

Base: 23 entrevistas correspondientes a EXTRANJEROS

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación del destino

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

gto Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

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

Calificación Destino = 6.79

Calificación General = 7.53

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 6.79, debemos de trabajar en mejorar la imagen y servicio de rubros como limpieza de los balnearios y el mantenimientos de los recursos naturales, limpieza en las calles y áreas públicas y servicio de elementos de seguridad; el atributo mejor calificado fue la hospitalidad de la gente.

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Evaluación del destino

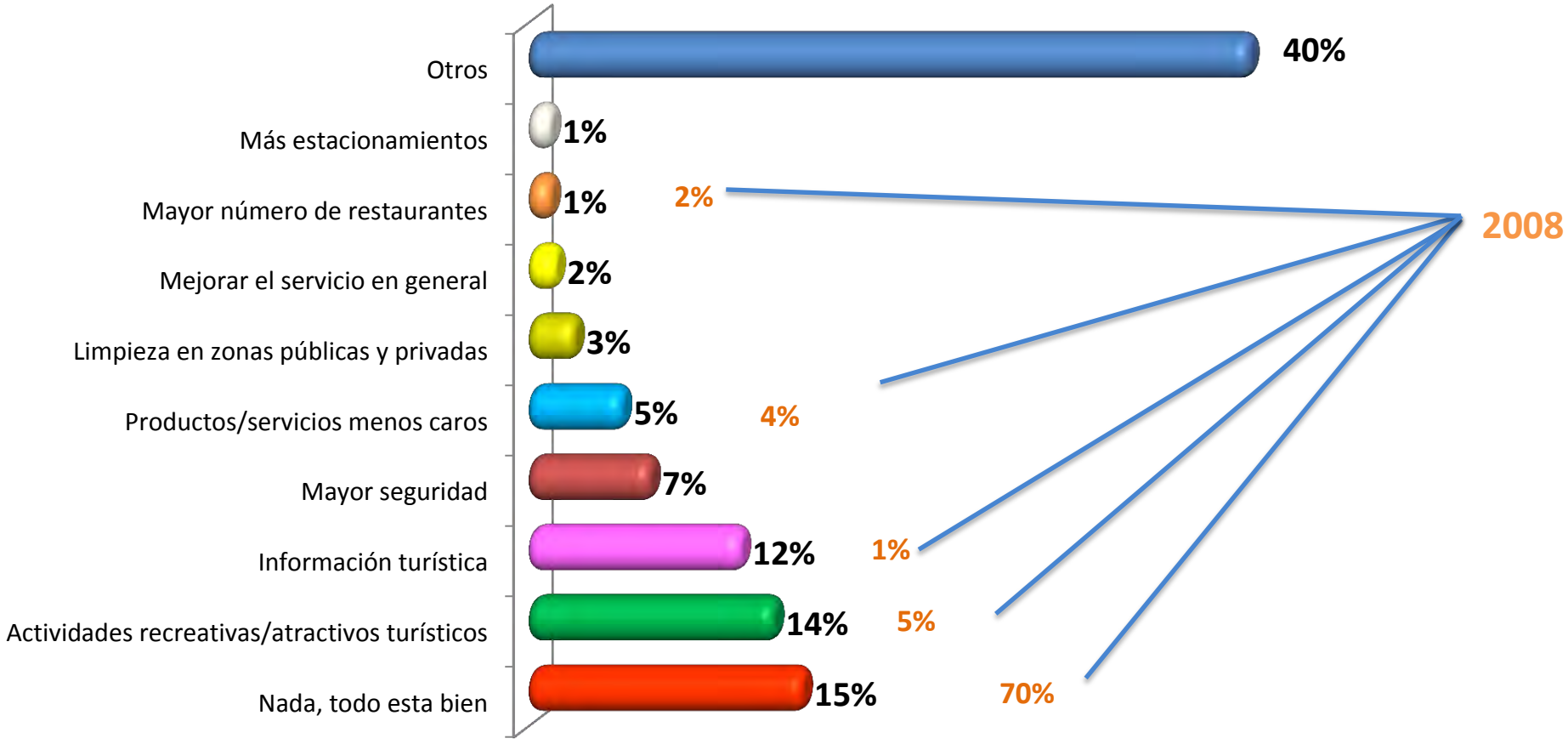
Evaluación del Destino en general / Mapa de desempeño (Total Anual)

Mejora Prioritaria - El servicio recibido en módulos de información - El servicio recibido por elementos de seguridad pública - Los servicios ofrecidos por guías de turistas - El mantenimiento y conservación de los recursos naturales - Limpieza de los balnearios	**Fortaleza** - La hospitalidad de los residentes
- La diversidad de actividades recreativas - La diversidad de atractivos turísticos - La relación calidad/precio de esta ciudad como destino turístico - La seguridad en el destino - La limpieza en calles y áreas públicas **Mejora Secundaria**	- 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 15% de los visitantes mencionaron no necesitar ningún complemento para tener una mejor experiencia en la ciudad de León; para el resto es necesarios: más actividades recreativas/atractivos turísticos e información turística.

Resumen experiencia de viaje

Concepto	Información Relevante	
¿Ya había visitado anteriormente el destino?	SI	75%
¿Qué tan de acuerdo estaen que la experiencia que tuvo en este destino es mejor que el de otros destinos ?	Totalmente de acuerdo/De acuerdo	41%
Satisfacción en el destino	Excelente/Buena	92%
Recomendación del destino	Definitivamente SI/Probablemente SI	84%
Retorno al destino	Definitivamente SI/Probablemente SI	91%
Volver a visitar México (para extranjeros)	Definitivamente SI/Probablemente SI	83%
Recomendaciones	Más actividades y atractivos turísticos Más información turística Mayor seguridad	

Visitante Promedio

VISITANTE PROMEDIO A LA CIUDAD DE LEÓN

León	2009	2008
Edad Promedio	33 años	31 años
Acompañado por	Familia	Familia, pareja e hijos
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil
Ingreso	$12,000 a $36,000	$12,000 a $36,000
Otros lugares por visitar	Guanajuato Irapuato Dolores Hidalgo	Guanajuato San Miguel Guadalajara
Motivo de Visita	Descanso y Recreación Familiares y amigos	Vacaciones Familiares y amigos
Si regresa el mismo día gastará	$1,656 por persona	$1,598 por persona
Si se queda una noche gastará	$1,722 por persona	1,663 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 Más seguridad	Lugares más baratos Más opciones para comer Lugares de recreación

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

Estado de
Guanajuato
lo que vives, hace historia