

# Perfil del Visitante

# Rally Guanajuato

# Corona 2017



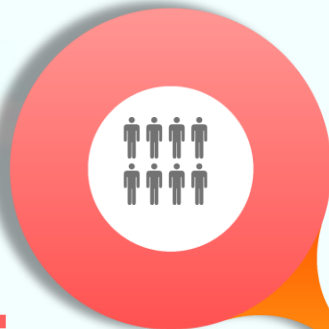
[guanajuato.mx](http://guanajuato.mx)

**GUANAJUATO**  
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO



**IMPULSO**  
Guanajuato

# 1



Es un **estudio cuantitativo descriptivo** que **suministra información** de:

- Perfil Sociodemográfico
- Planeación de Viaje
- Satisfacción y Lealtad
- Recordación publicitaria
- Gasto y Estadía

# 2

222

**encuestas** a asistentes con un nivel de confianza del 95% y error del  $\pm 6.58\%$



**1 Etnografía** en la arrancada del Zócalo en la CDMX.



# 3

**UTILIDAD**  
Definir **estrategias que atraigan más visitantes al estado**, que generen impacto social y económico.

# 4

Estudio realizado por una agencia de investigación de mercados contratada por esta Secretaría. La empresa **ejecuta el trabajo de campo, codifica y procesa la información.**



La Dirección de Información & Análisis **elabora el análisis y reporte de resultados**



# 5

**En:**

- Poliforum
- Autódromo de León
- Rutas del Rally (Sauz Seco)

# 6

**Asistentes locales y visitantes** mayores de 18 años, Que hayan permanecido participado en alguna actividad del evento.  
Encuesta personal cara a cara Del 9 al 12 de Marzo de 2017



- Guanajuato
- Foro del Lago
- Feria de León

## DEMOGRÁFICOS

**30%**  
de los asistentes  
son mujeres



**70%**  
de los asistentes son  
hombres

**69%**  
tiene ingresos de  
\$15,000 a \$139,000



La edad promedio es de  
**33 años**

**80%**  
procedencia  
Nacional



**55%**  
tiene grado **Universitario**

**18%**  
procedencia  
Estatl



**43%**  
Empleado privado

**2%**  
procedencia  
Internacional





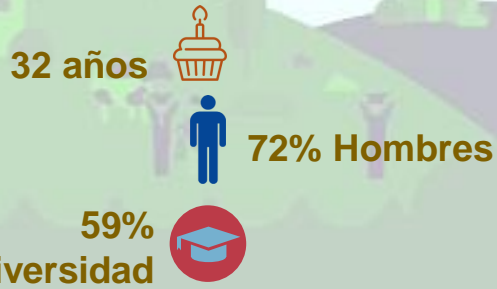
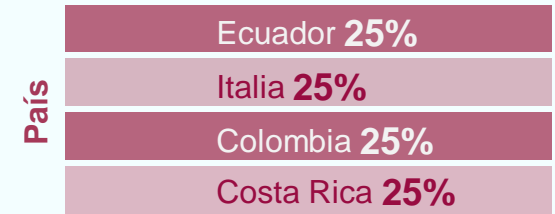
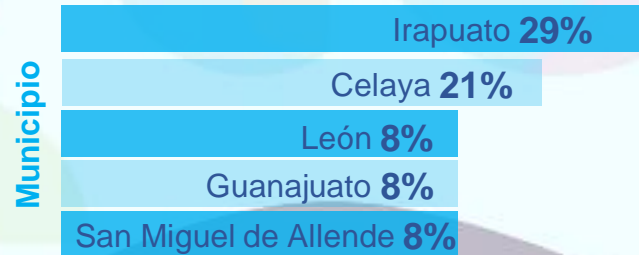
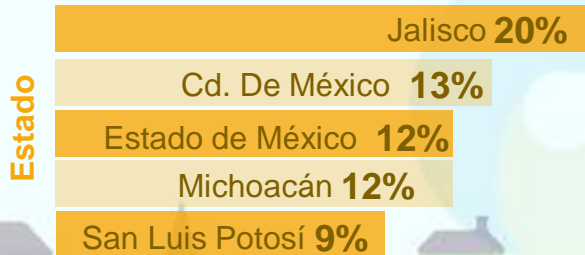
**80%**  
Nacional



**18%**  
Estatal



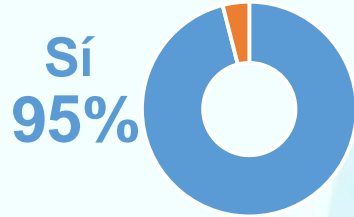
**2%**  
Internacional



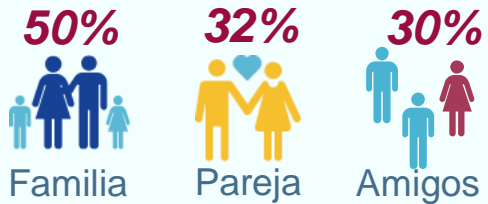
\* Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI). NSE AB: Más de \$140,000; NSE C+: De \$60,000 a \$139,999; NSE C: De \$20,000 a \$55,999; NSE C-: De \$15,000 a \$19,999; NSE D+: De \$11,000 a \$14,999; NSE D: De \$4,300 a \$10,999; NSE E: De \$0 a \$4,299



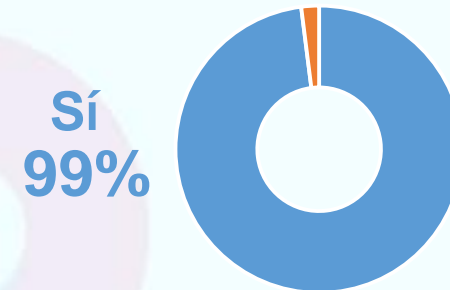
### Viaja acompañado 1



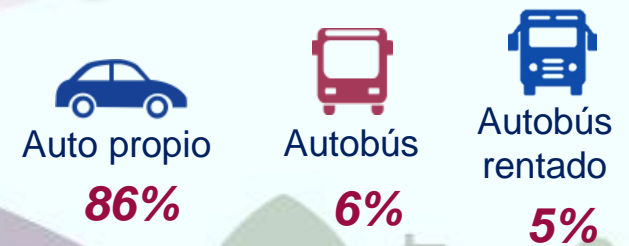
### Acompañado por 2



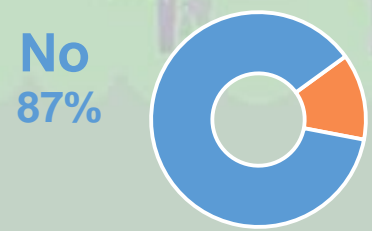
### 4 Rally principal razón



### 5 Medio de transporte



### 3 ¿Visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?



**Sí 13%**

**Dentro de Guanajuato**

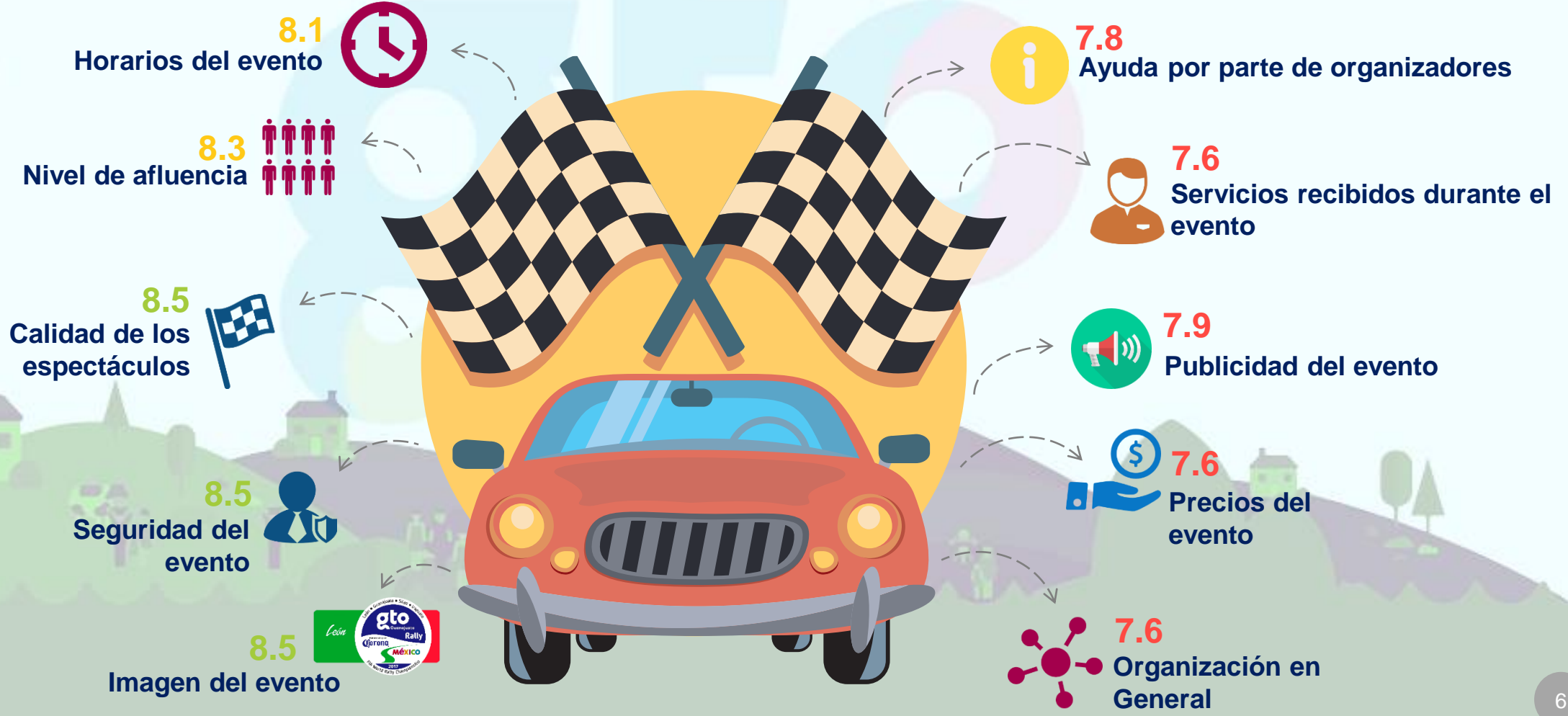
Guanajuato	53%
León	12%
Dolores Hidalgo	12%

### 7.4 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE SERVICIOS EN LA CIUDAD



Nota: Índice calculado según metodología SECTUR bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6)

### 8.0 ATRIBUTOS GENERALES DEL EVENTO



Nota: Índice calculado según metodología SECTUR bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6)

### 8.4 PROGRAMA DEL EVENTO



8.6 Rally Bus

8.6 Rutas del Rally

8.6 Premiación Final

96% Retorno

95% Recomendación

8.4 Etapa callejera León

8.6 Exhibición de autos

8.8 Etapa callejera Guanajuato

8.0 Etapa súper especial

9.0 Power Stage – El brinco

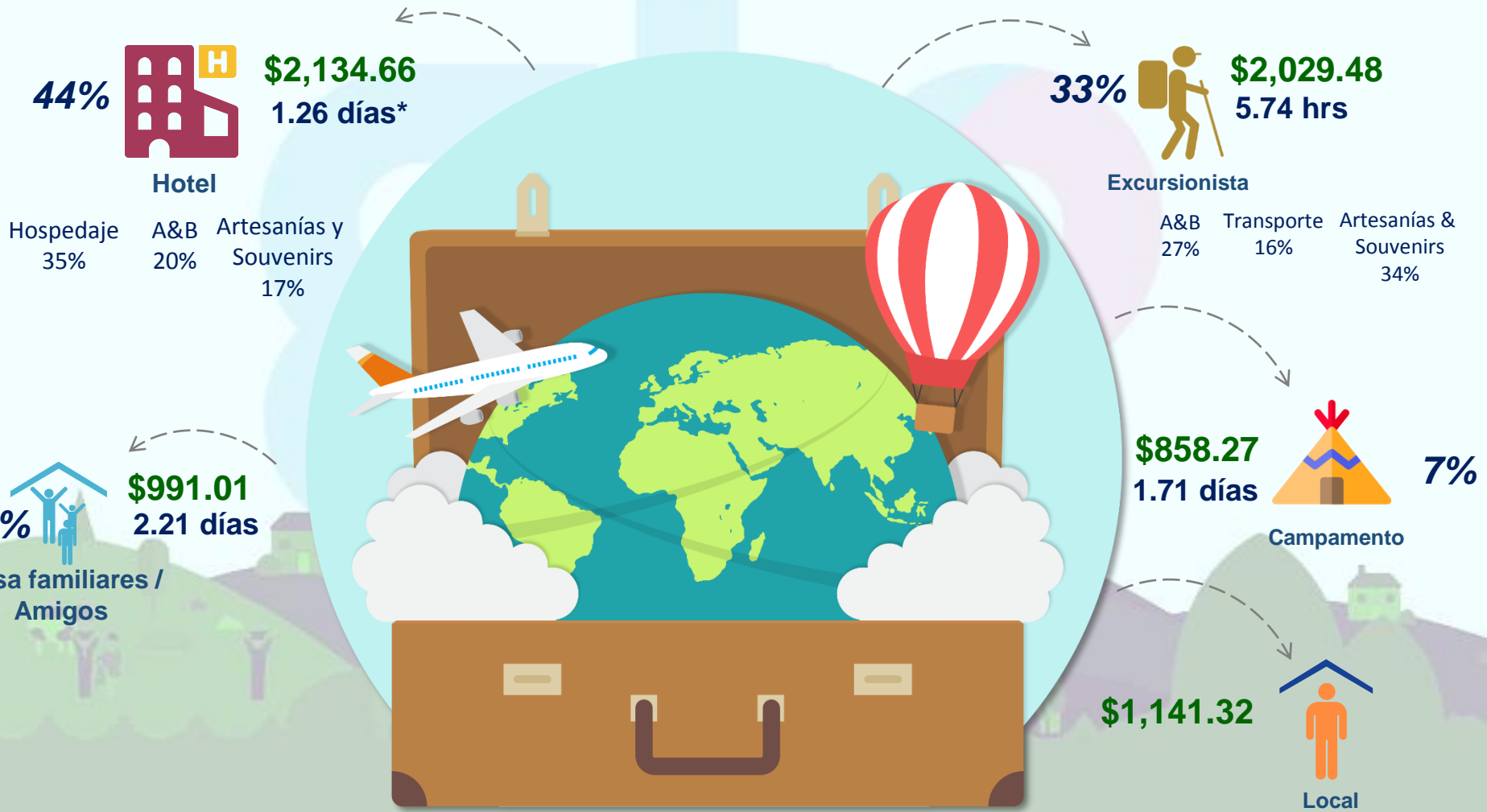
6.4 Ceremonia de apertura

Nota: Índice calculado según metodología SECTUR bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6)

## IMPACTO DE MEDIOS



## GASTO Y ESTADIA



\*Estadía proporcionada por Datatur

## CDMX

CIUDAD DE MÉXICO

Considerar la arrancada nuevamente en **Guanajuato Capital**, ya que se les complica a los aficionados al Rally viajar a CDMX y posteriormente viajar a Gto Capital.



En el caso de seguir realizando la arrancada en CDMX mejorar la logística y organización de la sede como: **gradas, zona de alimentos y carpas para la lluvia.**

## #RallyMX2018

Se sugiere utilizar un **# estandar cada año**. Ej. #RallyMX2017, #RallyMX2018, etc.

Mejorar la atención y servicio del grupo de los **voluntarios que atienden en la Explanada de la Feria**, con playeras ¿En qué le puedo ayudar? Muchos se acercaban a preguntar detalles del evento.

### Proponer otros eventos

**alternos**, a los centrales del Programa (Concierto de Elefante), mucha gente se quedó sin acceso y ya no tenía otra opción de diversión.



Se sugiere **incrementar la difusión del WRC Rally en otras sedes de nivel internacional** con el fin de atraer más visitantes extranjeros, con la estrategia de **"Punto Guanajuato (FITUR)"**



Se sugiere comunicar de **mejor forma el costo-beneficio del Rally Bus**, ya que el 83% de los encuestados no lo utilizó.

Invitar a colaborar al **CLAUGTO** para el lanzamiento de nuevos modelos en el marco del evento.



Debido a que la comunidad de asistentes al Rally es muy activa en redes sociales, se sugiere **aplicar dinámicas y concursos** que promuevan la participación y que inciten a la comunidad a compartir contenido referente al evento



**Exposure preventivo** 15 días antes del rally en algún destino sede, donde estén presentes **algunos equipos participantes** y den a conocer el programa del evento ante todos los medios y de esta manera **tener engagement con el público infantil (firma de autógrafos de artículos oficiales)**



**Considerar prueba entre viñedos** como lo hace el Rally de Alemania para ir sumando atractivos del estado.

## 1 ¿Qué es la Huella de Carbono?



Es el total de **gases efecto invernadero** (GEI) que emite de manera directa o indirectamente un individuo, una organización, evento o producto.

## 2 ¿Cómo se calcula la Huella de Carbono generada por un evento?

Se hace con base al **número de personas asistentes** al evento tomando en cuenta:



**Medio de transporte** utilizado para llegar al destino del evento.

**Kms desde el lugar de procedencia** hasta el lugar del evento.

**Kms dentro del destino**



## Resultados

3 La cantidad en Kg de carbono (CO<sub>2</sub>) que se generaron en la edición del WRC Rally Guanajuato 2017 son:

### Visitantes de Origen:

- \* Estatal: 53, 262 Kg.
- \* Nacional: 1,019,660 Kg.
- \* Internacional : 1,190,460 Kg.

**TOTAL**  
**2'263,282 Kg**  
**de CO<sub>2</sub>**

4 Para poder revertir el impacto ambiental de dicho evento se requiere plantar :



**14 mil 646**  
**árboles**

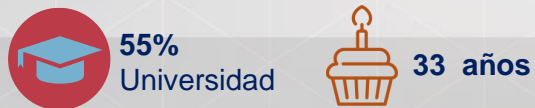


**Que pueden ser donados al Parque Ecológico del Parque Guanajuato Bicentenario**

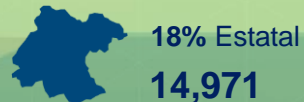
Nota: Cada árbol absorbe 157.54 kg de CO<sub>2</sub>

# PERFIL DEL VISITANTE AL WRC RALLY MÉXICO 2017

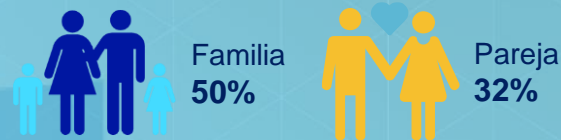
## Quién nos visita



## De dónde viene



## Con quién viaja



## Propósito de viaje



## Tipo de Visitante



**83,173**  
Visitantes

## Se hospeda en



Hotel

44%



Casa Familiares/  
Amigos

16%



Campamento

7%

## En qué viaja



Auto Propio



Autobús

6%

## Impacto de medios

87%



Internet

## Visitó otros lugares



Guanajuato 45%  
León 10%

## Actividades de Interés

- Sólo estar en el Rally 58%
- Ir de compras 20%
- Ir de antro/vida nocturna 8%
- Probar la gastronomía del lugar 7%
- Tomar un tour / recorrido 4%

## Gasto y Estadía



\*Estadía proporcionada por Datatur



## Experiencia de Visita

### Satisfacción



### Recomendación

95%

## Tipo de Asistente



Local 83%



Visitante 17%

**494,110**  
Asistentes

## Derrama económica

**\$660,942,588**



# Indicadores de la Actividad Turística 2017





❖ La ocupación promedio en los cuatro destinos fue de 63%, con la llegada de 37 mil turistas a hotel, un 40% más que en 2016.

### Indicadores de la Actividad Turística

Concepto	Suma 4 destinos	WRC Rally			
		Guanajuato	León	Silao	Irapuato
Cuartos Ocupados	25,007	4,183	13,817	2,581	4,427
Llegada de turistas	37,057	7,807	20,386	3,330	5,533
Turistas noche	46,559	9,369	24,871	4,129	8,189
Porcentaje de Ocupación	63%	44%	74%	56%	68%
Estadía Promedio	1.26	1.20	1.22	1.24	1.48
Visitantes	83,173	17,523	45,756	7,474	12,419
Derrama Económica Total	\$191,933,600	\$39,497,855	\$104,004,258	\$17,131,734	\$31,299,753

### HALLAZGOS

En las mismas fechas del WRC se realizaron los siguientes eventos que impactaron de manera positiva a los siguientes destinos:

- **En Irapuato: Evento 2017 \*Itinerante: 21° Copa Nacional Motolinía (8-11 marzo) 1,500 personas**

Se consideran las noches del 9 al 11 de marzo de 2017  
Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo

## Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández

Director General de Planeación  
[rcardenas@guanajuato.gob.mx](mailto:rcardenas@guanajuato.gob.mx)

## Mtra. Miriam C. Adame Alcaraz

Directora de Información y Análisis  
[madame@guanajuato.gob.mx](mailto:madame@guanajuato.gob.mx)

## Mtra. Irazema Álvarez Pérez

Coordinadora de Estadística e Información  
[ialvarezp@guanajuato.gob.mx](mailto:ialvarezp@guanajuato.gob.mx)

## Mtra. Adriana Jardon Salazar

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado  
[ajardon@guanajuato.gob.mx](mailto:ajardon@guanajuato.gob.mx)

## Mtra. Rosario Álvarez Macías

Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis  
[malvarezm@guanajuato.gob.mx](mailto:malvarezm@guanajuato.gob.mx)

## Lic. Sarahí Martínez Hernández

Asistente de Codificación y Captura  
[kmartinezh@guanajuato.gob.mx](mailto:kmartinezh@guanajuato.gob.mx)

## Lic. Luz Margarita Robledo Olivares

Analista de Estadística  
[lmrobledo@guanajuato.gob.mx](mailto:lmrobledo@guanajuato.gob.mx)

## Lic. Stephanie Cedillo Orozco

Analista de Información  
[scedillo@guanajuato.gob.mx](mailto:scedillo@guanajuato.gob.mx)

## Dirección

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

