



Perfil del Visitante al
**FESTIVAL INTERNACIONAL
DE CINE GUANAJUATO
2018**

GUANAJUATO[®]
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

GUANAJUATO
Secretaría de Turismo

guanajuato.mx

Contenido

Demográfico /
Mercados emisores

Experiencia /
Satisfacción

Mix de Ideas /
Insights



Metodología

Plan de Viaje /
Segmentos

Medios

Gasto /
Indicadores

Metodología

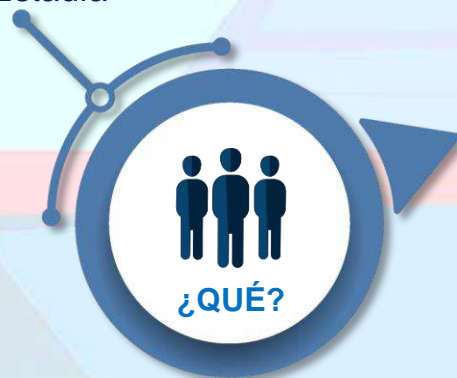
Estudio realizado por la **SECTUR** en conjunto con una empresa proveedora de **investigación de Mercados**.

312 encuestas cara a cara a asistentes locales/visitantes (turistas y excursionistas) con un nivel de confianza de 95% y un error de **+/- 5.55%**

Del 20 de julio de 2018 al 29 de julio de 2018.

Estudio cuantitativo descriptivo:

- Perfil sociodemográfico
- Plan de viaje
- Satisfacción y lealtad
- Recordación publicitaria
- Prácticas sustentables
- Gasto y Estadía



Asistentes locales y Visitantes mayores de 18 años, que hayan permanecido participado en alguna actividad del evento.

En:

• Teatro Juárez	21%
• Teatro Principal	18%
• Alhóndiga de Granaditas	12%
• Jardín Principal	11%
• Mesón San Antonio	10%
• El Nigromante	8%
• Cinemex La Luciérnaga	6%
• Casa Cuatro	6%
• Teatro Ángela Peralta	5%
• Garage Dos Casas	3%

Turismo en GIFF 2018

50% hombres 
50% mujeres 

La edad promedio
es de **29 años** 

61% tiene
grado Universitario 

43% es
empleado privado 

73%
tienen ingresos de
\$11,000 a \$55,999 

 **65%**
turista

 **35%**
excursionista



PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

 **55%**
Visitante

 **45%**
Local

 **65%** procedencia
nacional

 **32%**
procedencia estatal

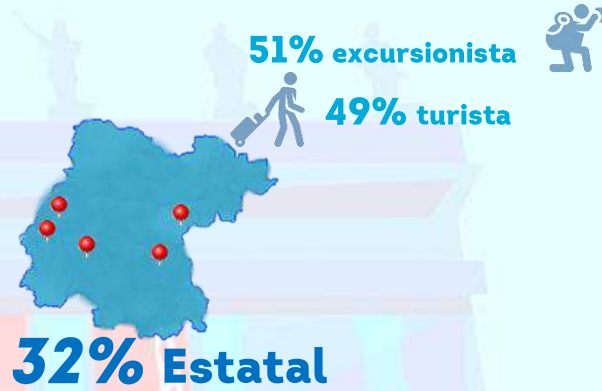
 **3%**
procedencia
internacional

 **93%** viajó al interior
de México **3.84 veces**
Min 1-Max 50

 **36%** viajó al extranjero
1.02 veces
Min 1-Max 50

Turismo en GIFF 2018

MERCADOS EMISORES



T	E	
86%	14%	Cd. de México 20%
58%	42%	Querétaro 11%
100%	0%	San Luis Potosí 7%
43%	57%	Puebla 6%
86%	14%	Sonora 6%

T	E	
43%	57%	León 55%
33%	67%	Celaya 16%
50%	50%	Irapuato 7%
33%	67%	San Miguel de Allende 5%
100%	0%	San Francisco del Rincón 4%

T	E	
80%	20%	Estados Unidos 83%
100%	0%	Colombia 17%

29 años

53% Hombres

28 años

60% Hombres

33 años

67% Mujeres

63% Universidad

67% Universidad

67% Universidad

37% pertenece al NSE C-

41% pertenece al NSE C-

50% pertenece al NSE C

* 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



¿En dónde se hospedó el **35%** de nuestros **Excursionistas**?

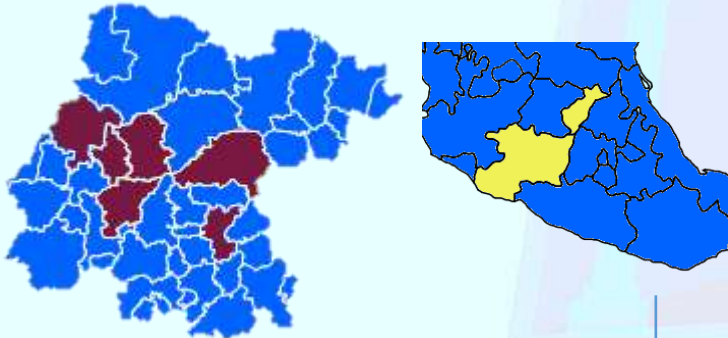
26% regresó a sus destinos de origen

9% se hospedó en otro destino

86% Nacional

7% Estatal

7% Internacional



Dentro de Guanajuato:

Guanajuato **45%***

Celaya **11%**

Silao **11%**

Irapuato **11%**

León **11%**

San Miguel de Allende **11%****

Fuera de Guanajuato:

Querétaro **50%**

Hidalgo **50%**

Dentro de Guanajuato:

Guanajuato **100%***

Dentro de Guanajuato:

León **100%**

Grupo promedio de viaje

2.5 personas



1

Acompañado por

2

34%



Amigos

31%



Familia

27%



Pareja

Grupo de edad

3

Menores de
14 años

11%



18-30 años

58%



31-45 años

22%



46-65 años

5%



Otros

4%

4 Razón visita a la ciudad



65%

El evento GIFF es su principal razón de su visita a esta ciudad

5 Medio de transporte al Estado

50%



Auto propio

36%



Autobús

9%



Avión

6 Medio de transporte al evento



Auto particular

41%



Autobús

26%



Caminando

26%

EXPERIENCIA / SATISFACCIÓN

8.0 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL



Retorno
99%

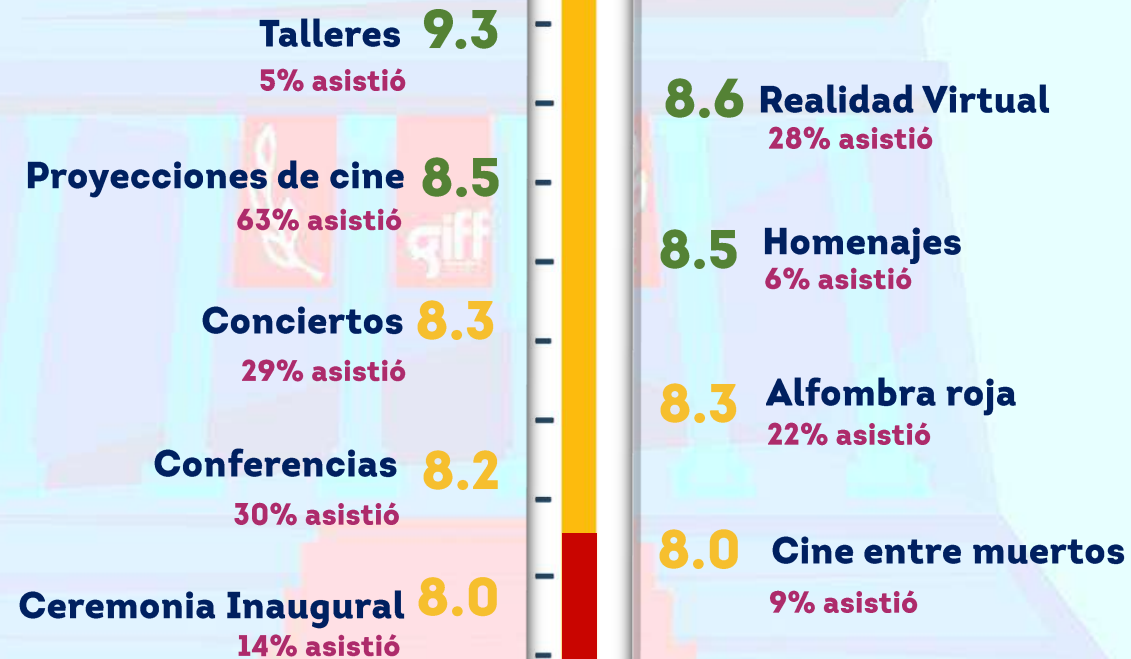


Recomendación
98%

¡5 de cada 10 personas ha asistido 4 veces anteriormente al GIFF!

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

8.4 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN PROGRAMA



¿Te enteraste de las actividades de "Realidad virtual"?

57% Sí

¿Te enteraste de las actividades de "El fin de la crítica"?

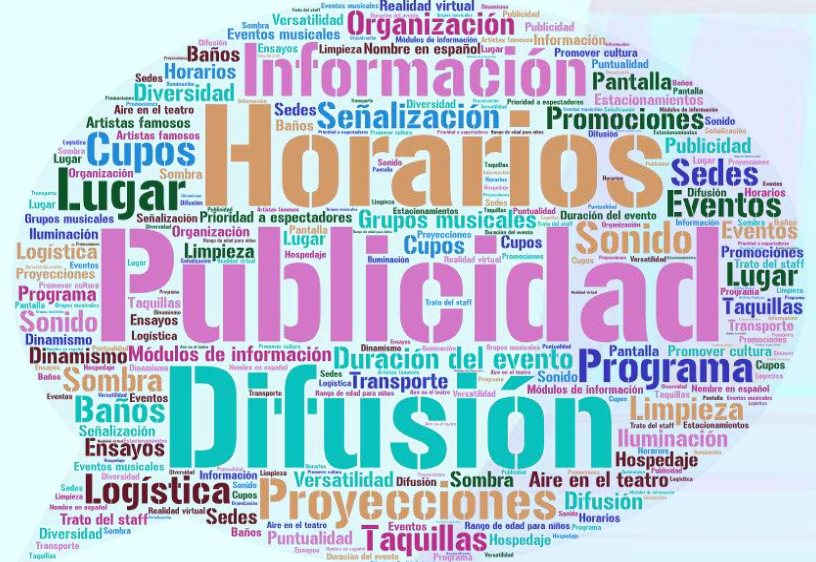
37% Sí

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

Comentarios para mejorar la experiencia en el evento

41% notó algo nuevo o diferente en esta edición del evento relacionado con:

Actividades del evento que más le gustó



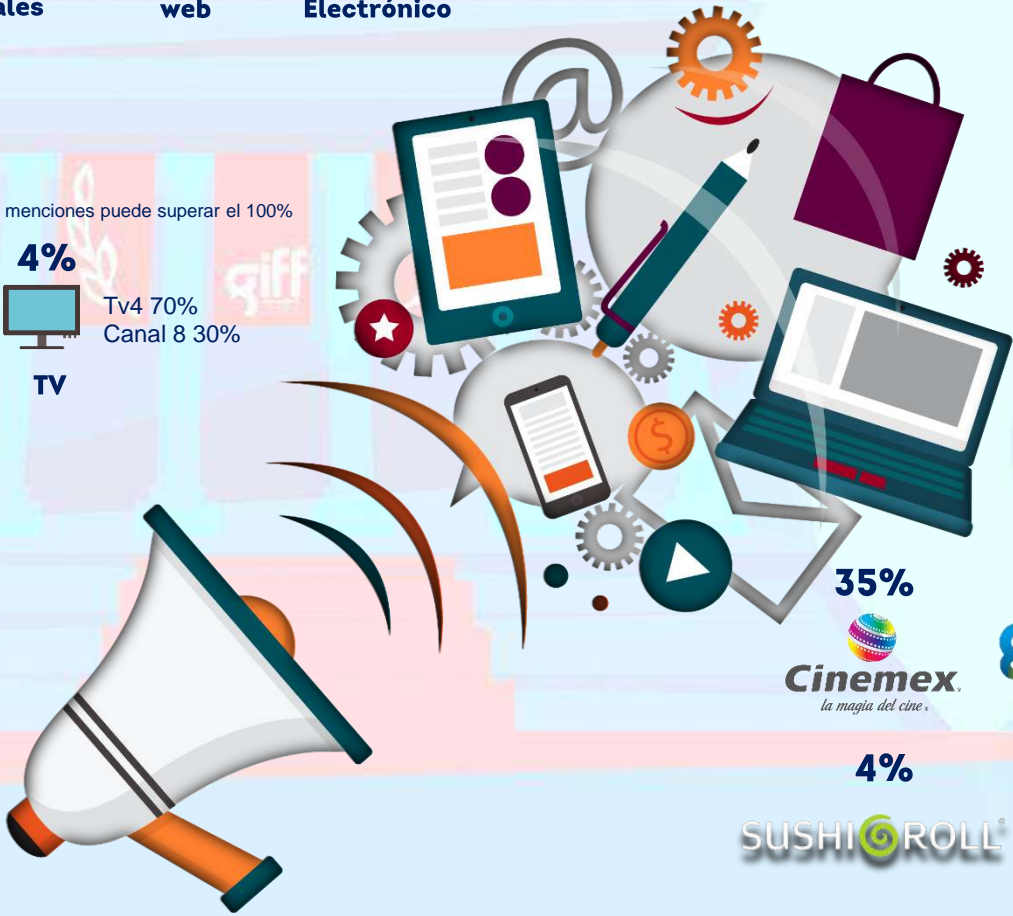
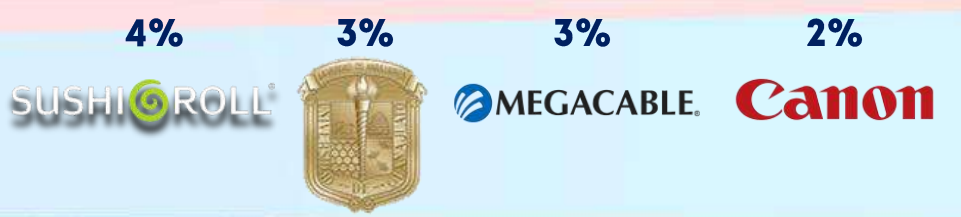
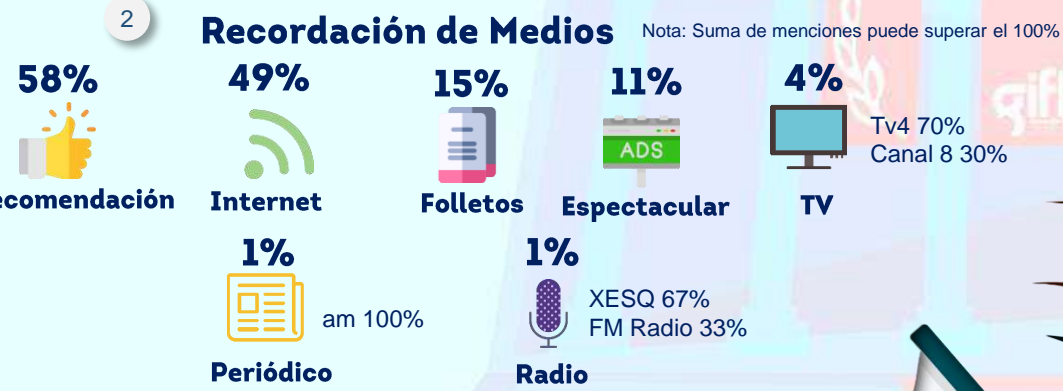
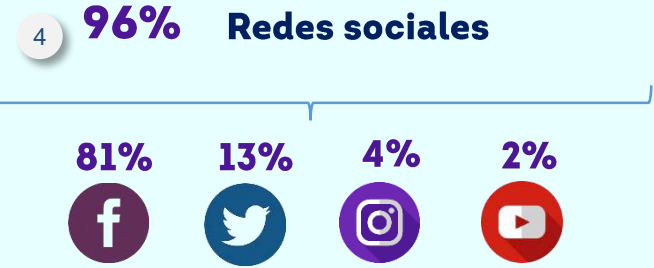
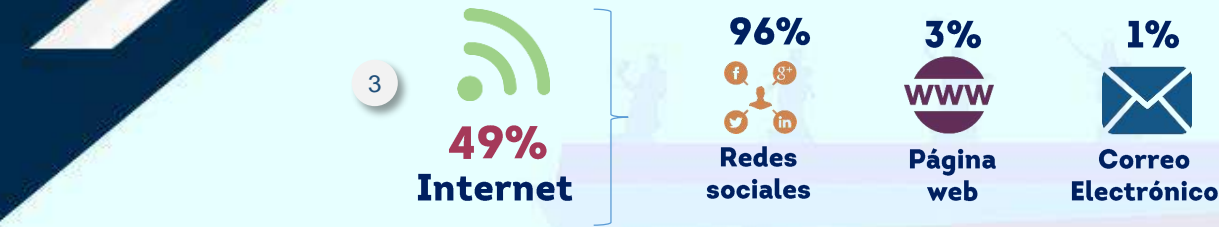
Comentarios: Publicidad 17%, Difusión 12%, Horarios 10%, Información 9%, Proyecciones 6%, Programa 6%, Organización 6%, Logística 2%, Lugar 2%, Taquillas 2%, Señalización 2%, Duración del evento 2%, Promociones 2%.



Comentarios: Realidad virtual 35%, Lugares / Sedes 9%, Actividades / eventos 6%, Programa 5%, Organización 3%, Más tecnología 3%, Aumentó la afluencia de personas 3%, Menos organización 3%, Crítica 3%, Contenido 3%, Promoción 3%, Aumentó la participación de personas 3%.



Comentarios: Proyecciones 55%, Realidad Virtual 12%, Conciertos 10%, Música 5%, Conferencias 5%, Cine entre Muertos 3%, Alfombra roja 3%.



2

Prácticas sustentables identificadas

Consumo de productos locales 52%

Reducción de residuos 33%

Ahorro de papel 29%

Ahorro de energía 24%

Ahorro de agua 19%

Empleos locales 19%

Instalaciones para discapacitados 14%

Otro 5%

Otro 2018: Cuidado animal.

1 Identificó alguna práctica sustentable



7% Identificó alguna práctica sustentable

3

Considera que el evento daña el medio ambiente



Nada 58%

Poco 37%

Mucho 5%

4

Motivo (Responden solo los que contestaron mucho)

Basura 47%

Contaminación auditiva 13%

Folletos / Publicidad 13%

Alta afluencia 13%

Generadores de energía 7%

Contaminación 7%

GASTO / INDICADORES

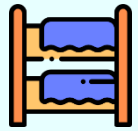
25% **\$1,857.76**
1.30 días*



Hotel*

Hospedaje	A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento	Otro
36%	22%	8%	16%	6%	12%

18%



Hostal

\$812.63
4.04 días

Hospedaje	A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
41%	32%	8%	12%	7%

16%



Casa familiares / Amigos

A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
51%	10%	30%	9%

***Datatur**

6%
45% reservó

airbnb



Vivienda rentada

\$769.37
3.80 días

Hospedaje	A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
51%	34%	2%	9%	4%

35%



Excursionista

\$837.85
7.12 hrs

A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
38%	11%	29%	22%



Local

\$409.31
5.92 hrs

A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
36%	20%	23%	21%



\$975.51
Visitante

Hospedaje	A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
35%	23%	5%	15%	7%

Turismo en GIFF 2018

GASTO / INDICADORES

GTO
SMA

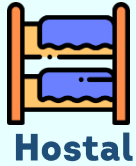
30%
\$1,660.28
1.25 días*



Hotel*

19%
\$2,216.67
1.40 días*

25%
\$801.69
4.06 días



Hostal

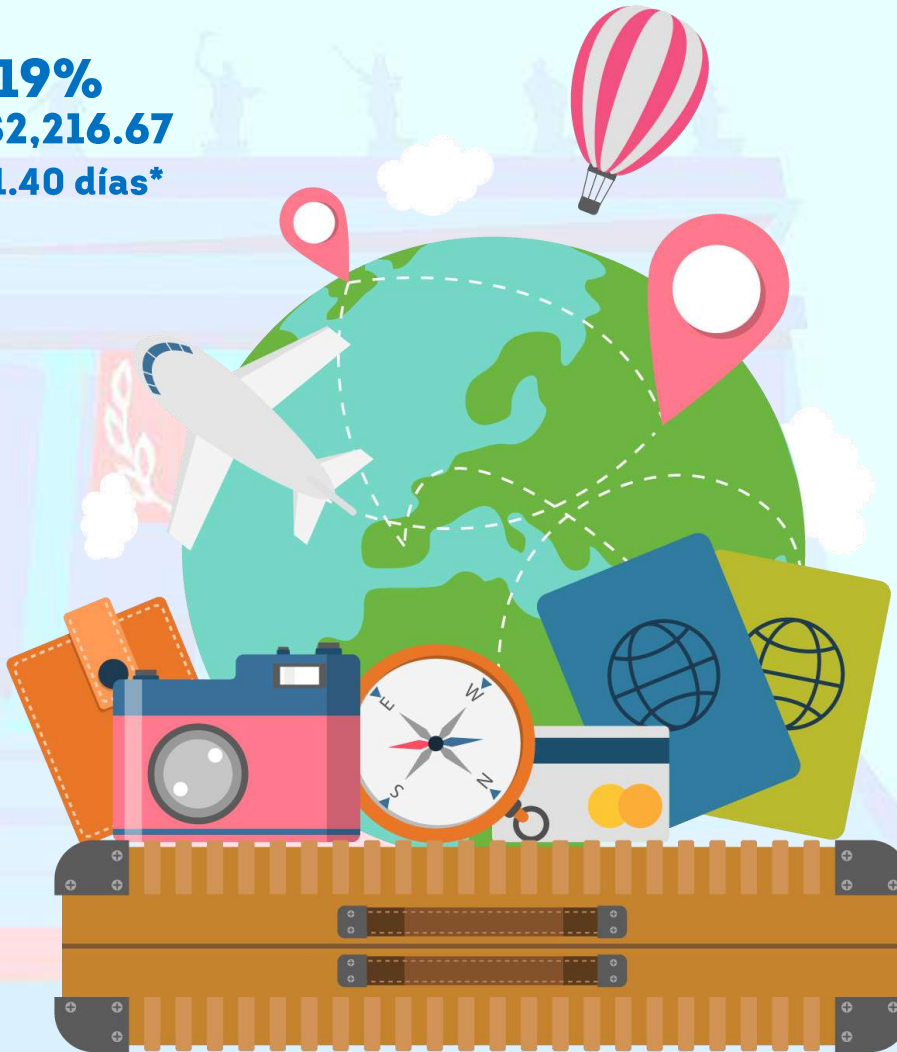
10%
\$849.31
4.00 días

14%
\$550.90
3.19 días



Casa familiares / Amigos

17%
\$1,095.71
3.29 días



*Datatur

6%
\$783.42
4.50 días



Vivienda rentada

6%
\$745.24
3.00 días

25%
\$681.25
9.15 hrs



Excursionista

48%
\$945.43
5.30 hrs

El **49%** se enteró sobre el evento por medio de **internet** y el **96%** lo hizo por medio de redes sociales.

El **57%** de los asistentes mencionó **haberse enterado** de los eventos de **Realidad Virtual**; el **9%** mencionó este evento como lo que **más le gustó** del programa y el índice de satisfacción es de **8.6**.

El **63%** asistió a las proyecciones de cine, **30%** asistió a conferencias y **28%** a realidad virtual.

El **50%** de los visitantes **ha asistido** anteriormente al GIFF, el promedio de visitas es de **4 veces**.

El **86%** mencionó haber escuchado o ya conocía el evento.

El **7%** identificó alguna práctica sustentable, las principales prácticas son: **Consumo de productos locales 52%**, reducción de residuos **33%** y ahorro de papel **29%**.

La **disponibilidad de información turística** fue evaluada con un **7.6** y **Publicidad / promoción del evento** con **7.4** son un área de oportunidad.

El **48%** de los visitantes es **excursionista** en San Miguel de Allende, mientras que en Guanajuato es el **25%**, **sin embargo**, es mucho mayor la estadía en horas **9.15** vs **5.30**.

Impulsar la estrategias de marketing digital ya que solo el 49% mencionó haber visto publicidad de GIFF por ese medio,

Aumentar la difusión de los nuevos productos de cada edición como los eventos de Realidad Virtual, con el fin de mostrar una imagen de continua innovación y mejorar la experiencia de los visitantes.

Crear un mapa del evento con el uso de Google Maps y aumentar la señalización dentro de los destinos sede.

Dar a conocer los eventos nocturnos como el Túnel Fest, para aumentar el tiempo de estadía y derrama económica.

Contar con camiones que lleven a las personas a los puntos que participan en el evento ya que no hay muchos estacionamientos



Mejorar el programa físico enfatizando en la claridad del mismo, hacer uso de nuevas tecnologías como realidad aumentada para descripción del evento o reseña del evento.

Re-diseñar e impulsar su campaña promocional ya que fue evaluada con un 7.4.

Faltan botes de basura y concientizar la importancia de mantener el destino limpio para mejorar la experiencia del visitante

Reforzar la señalización en ambos destinos y tener un par de pantallas en el centro con un mapa de los puntos que participan en el evento.

DERRAMA ECONÓMICA GENERADA
\$148 millones 330 mil 382







ASISTENTES TOTALES
110 mil 866



Durante los días del evento, la ocupación hotelera promedio en los dos destinos fue de 74%, con la llegada de 38 mil 923 turistas a hotel

Indicadores de la Actividad Turística en los Destinos

Concepto	Suma 2 destinos 20 al 29 de julio 2018	San Miguel de Allende 20 al 24 de julio 2018	Guanajuato 25 al 29 de julio 2018
 Cuartos Ocupados	20,364	7,467	12,898
 Llegada de turistas	38,923	11,787	27,136
 Turistas noche	50,422	16,502	33,921
 Porcentaje de Ocupación	74%	65%	80%
 Estadía Promedio	1.30	1.40	1.25
 Densidad	2.48	2.21	2.63

Fuente: Sector Guanajuato. Dirección General de Planeación. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información. Datatur-Sector. Estudio del Perfil del Visitante 2018

Se consideran las noches del 20 al 24 de julio de 2018 en SMA y del 25 al 29 de julio de 2018 en GTO
 Las cifras parciales pueden no coincidir con los totales debido al redondeo

El dato de asistentes totales fue proporcionado por el Comité Organizador, la derrama económica generada por el evento tiene como base el dato de asistentes totales y el Estudio del Perfil del Visitante GIFF 2018.



El visitante



El visitante

1

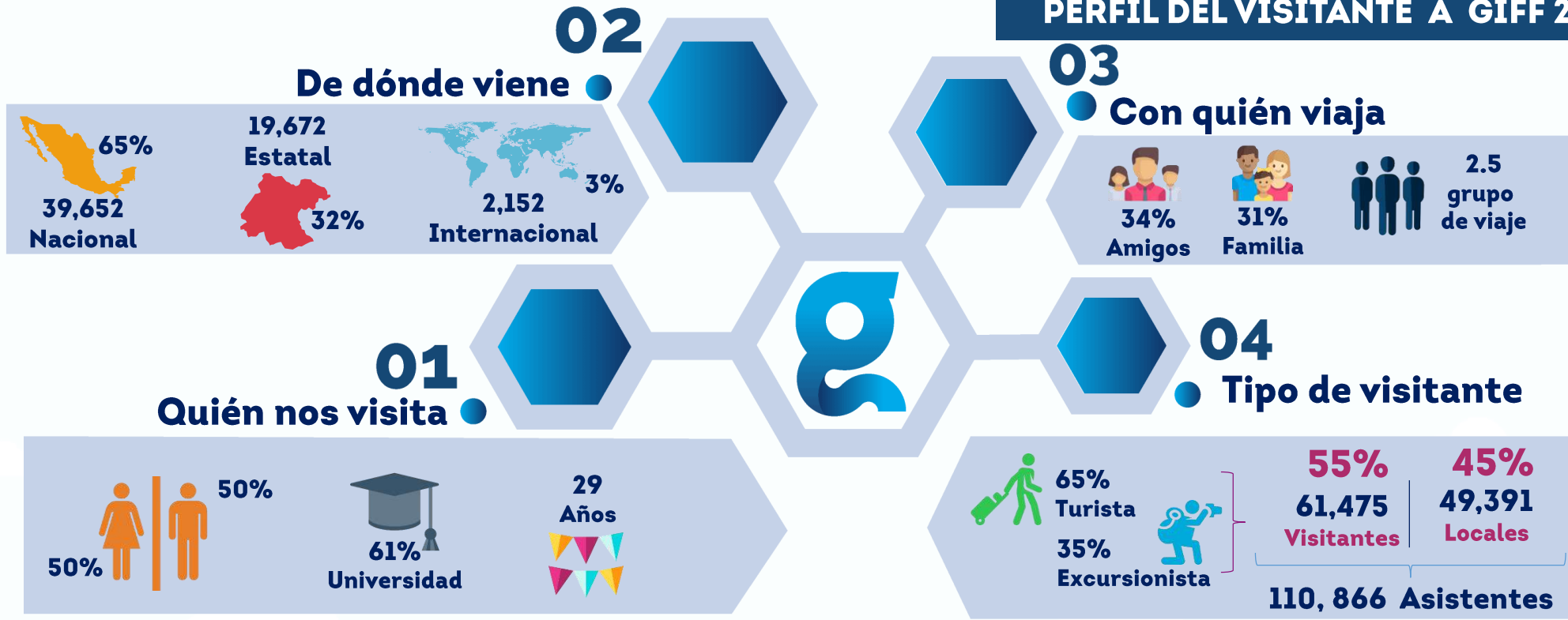
2

3

4

El viaje

Los impactos



Contacto

Roberto W. Cárdenas Hernández

Director General de Planeación

rcardenas@guanajuato.gob.mx

Miriam Cecilia Adame Alcaraz

Directora de Información y Análisis

madame@guanajuato.gob.mx



Irazema Álvarez Pérez

Coordinadora de Estadística e Información

ialvarezp@guanajuato.gob.mx

Adriana Jardón Salazar

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado

ajardon@guanajuato.gob.mx

Rosario Álvarez Macías

Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis

malvarezm@guanajuato.gob.mx

Sarahí Martínez Hernández

Asistente de Codificación y Captura

kmartinezh@guanajuato.gob.mx

Luz Margarita Robledo Olivares

Analista de Estadística

lmrobledo@guanajuato.gob.mx

Stephanie Cedillo Orozco

Analista de Información

scedillo@guanajuato.gob.mx



Dirección

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