

SALAMANCA

Perfil del Visitante 2018



Nota Metodológica

Perfil Sociodemográfico

Plan de Viaje / Segmentos

Experiencia / Satisfacción

Medios

Gasto / Indicadores

Hallazgos

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

337 encuestas cara a cara a turistas y excursionistas con un nivel de confianza de 95% y un error de **+/- 5.34%**

Del 02 de Marzo 2018 al 06 de Enero 2019.

Estudio cuantitativo descriptivo:

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



Viajeros mayores de 18 años, que no residan ni trabajen en el destino.

¿CUÁNDO?

¿DÓNDE?

¿CÓMO?

¿A QUIÉN?

¿QUÉ?

En:

Central camionera	32%
Centro comercial Vía Alta	22%
Centro histórico/Ex convento San Agustín	18%
Centro de las Artes	8%
Hotel Holiday Inn	7%
Hotel City Express	5%
Hotel México Inn	3%
Hotel Hampton Inn	3%
Suites Alianza	2%
Aeropuerto	2%

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos



56%
hombres



44%
mujeres



Edad promedio
33 años



49%
grado Universitario



48%
Empleado privado



82%
ingresos de \$4,300 a \$19,999.
NSE C-, D+ y D



60%
excursionista



40%
turista



49%
procedencia nacional



49%
procedencia estatal



2%
procedencia internacional



95% viaja al
interior de México
**5.33 veces en
promedio**

Min 1 - Max 100



16% viaja al
extranjero
**2.33 veces en
promedio**

Min 1 - Max 10

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos



49% Nacional

35 años 

 **66%** Hombres

55% Universidad 

 **37%** pertenece
al NSE D+



49% Estatal

31 años 

 **54%** Mujeres

43% Universidad 

 **34%** pertenece
al NSE D+



2% Internacional

41 años 

 **63%** Hombres

50% Universidad 

 **29%** pertenece
al NSE C+

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos



49% Nacional

T	E	Estado	2018
60%	40%	Ciudad de México	39%
53%	47%	Querétaro	26%
91%	9%	Jalisco	7%
80%	20%	Nuevo León	3%
60%	40%	Michoacán de Ocampo	3%
60%	40%	Veracruz	3%
50%	50%	Estado de México	2%
75%	25%	San Luis Potosí	2%
67%	33%	Chihuahua	2%
33%	67%	Puebla	2%
100%	0%	Hidalgo	2%
100%	0%	Baja California Norte	2%
100%	0%	Morelos	1%
0%	100%	Sinaloa	1%
100%	0%	Yucatán	1%
100%	0%	Tlaxcala	1%
100%	0%	Aguascalientes	1%
100%	0%	Chiapas	1%
0%	100%	Guerrero	1%
100%	0%	Coahuila	1%
100%	0%	Tamaulipas	1%

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos



49% Estatal

T	E	Municipio	2018
12%	88%	Celaya	25%
0%	100%	Irapuato	24%
6%	94%	Valle de Santiago	20%
25%	75%	León	15%
45%	55%	Guanajuato	7%
20%	80%	Villagrán	3%
50%	50%	Tarimoro	1%
0%	100%	Salvatierra	1%
50%	50%	San Miguel de Allende	1%
0%	100%	Yuriria	1%
0%	100%	Acámbaro	1%
0%	100%	Comonfort	1%
0%	100%	San José Iturbide	1%
0%	100%	Silao	1%

Metodología

**Perfil
Sociodemográfico**

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos



2% Internacional

T	E	País	2018
86%	14%	Estados Unidos	88%
100%	0%	Colombia	12%

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

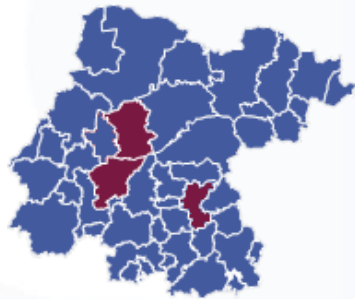
Gasto /
Indicadores

Hallazgos

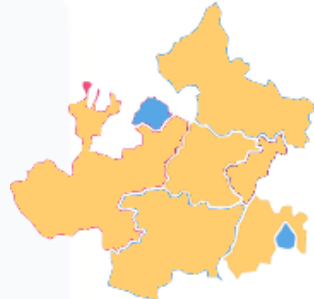
¿En dónde se hospeda el **60%** de nuestros **excursionistas**?

53% regresó a su destino de origen
7% se hospedó en otro destino

96% Nacional



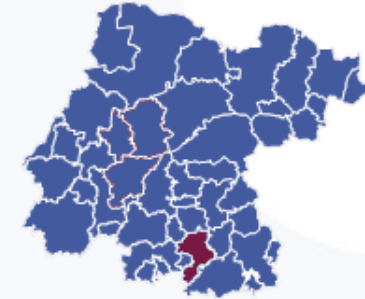
Dentro de Guanajuato:
Guanajuato 41%
Irapuato 18%
Celaya 18%



Fuera de Guanajuato:
Ciudad de México 50%
Aguascalientes 25%
Monterrey 25%



4% Internacional



Dentro de Guanajuato:
Salvatierra 100%

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos



Grupo promedio de viaje

2.5 personas

31%



Familia

Acompañado por

25%



Pareja

20%



Gente relacionada
con mi trabajo

14%



-14 años

Grupo de edad

69%



18-45 años

8%



46-65 años

Actividades de interés

65%



Gastronomía
típica

40%



Ir de compras

19%



Ninguna

Medio de transporte para llegar al Estado

56%



Auto propio

35%



Autobús

8%



Avión

Medios para desplazarse en el destino

48%



Auto particular

15%



Autobús público

9%



Ninguno / A pie

Destinos más visitados

6%

Visitó varios destinos
además de Salamanca

Guanajuato **65%**
León **35%**
Irapuato **30%**

Visitas a Familiares / Amigos

22%

Visitó algún familiar durante su
estancia en **SALAMANCA**

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos

Aeropuerto por el que llegó al Estado de Guanajuato:



Aeropuerto Internacional
de Guanajuato

80%



Aeropuerto Intercontinental
de Querétaro

20%

Evaluación de transporte y movilidad



Aeropuerto

8.3



Central de
Autobuses

7.4



Experiencia
carretera

7.4



Transporte
local

6.5

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

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

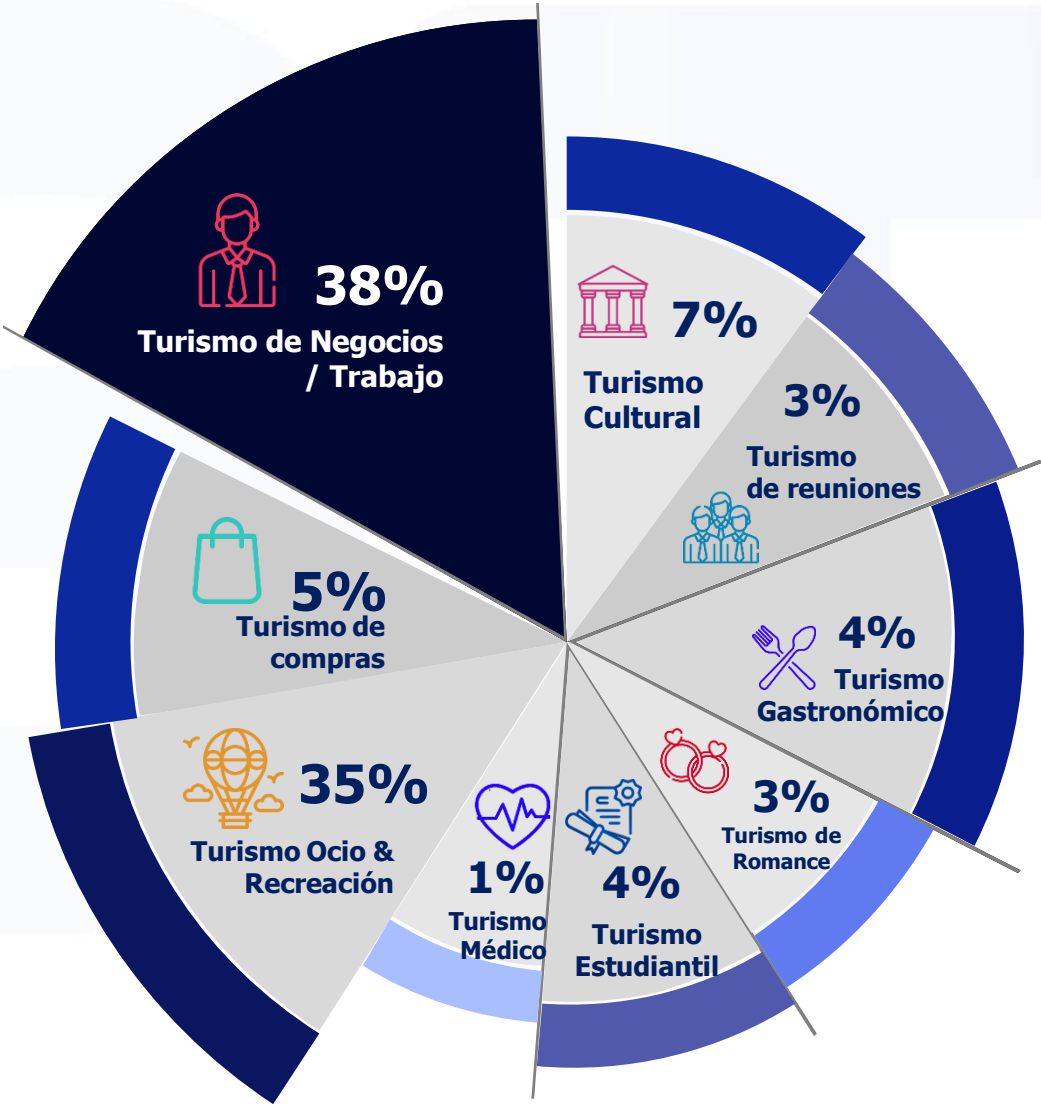
Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos



Estos segmentos se identificaron a partir del cruce de variables de motivo de viaje y actividades realizadas en el destino.

SEGMENTOS	Nacional	Estatal	Internacional
	13%	2%	0%
	19%	48%	75%
	57%	20%	25%
	1%	11%	0%
	4%	4%	0%
	2%	4%	0%
	2%	4%	0%
	2%	6%	0%

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos

6.8 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN



Retorno
75%



Recomendación
69%

8 de cada 10 personas visita
5 veces al año **SALAMANCA**

Experiencia / Satisfacción

[illegible]

Otros Comentarios / Observaciones: Más transporte público, menos tráfico, más eventos culturales, más establecimientos de alimentos y bebidas, más señalamientos, mejorar carreteras, terminar obras públicas, más áreas verdes, menos baches, más teléfonos públicos, más elementos de seguridad, más eventos, mejor atención al turista, menos militares, más accesibilidad, más estacionamientos, más servicios turísticos, mejorar accesos, no olviden este rincón de Guanajuato, Salamanca deja mucho que desear respecto a turismo.

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos

7% identificó alguna práctica sustentable en
SALAMANCA



Ahorro de
agua
61%



Ahorro de
papel
61%



Ahorro de
Energía
26%



Reducción
de residuos
22%



Instalaciones para
discapacitados
22%



Consumo de
productos locales
4%



Empleos
locales
4%

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos

Recordación de Medios

93%



Recomendación

23%



Internet

6%



Espectacular

4%



Folletos

1%



Televisión

0.4%



Radio

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%



Internet
23%

94%



Redes sociales

6%



Página web



Redes sociales
94%

69%



18%



10%



3%



Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

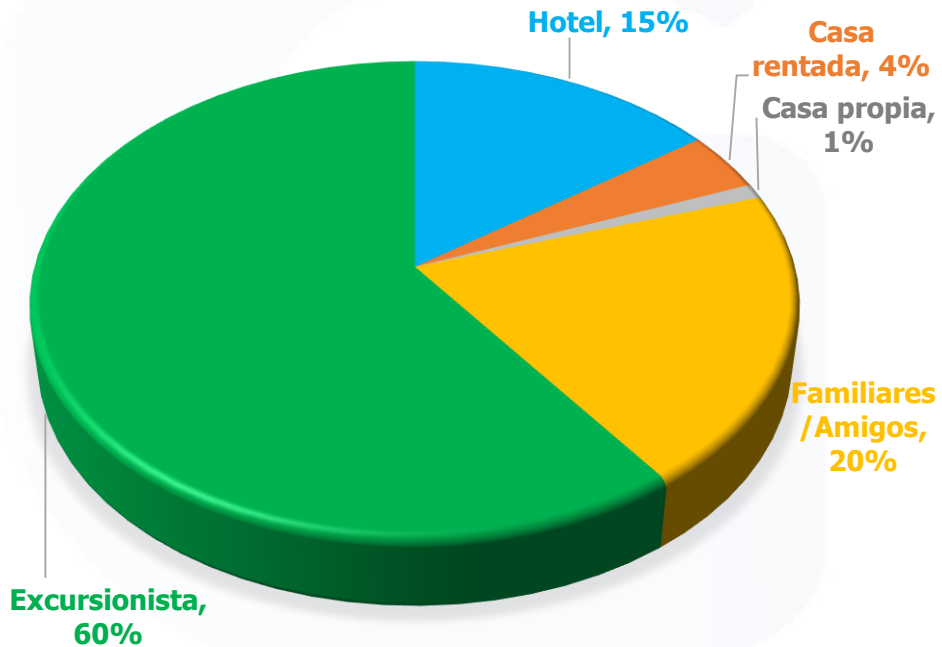
Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos

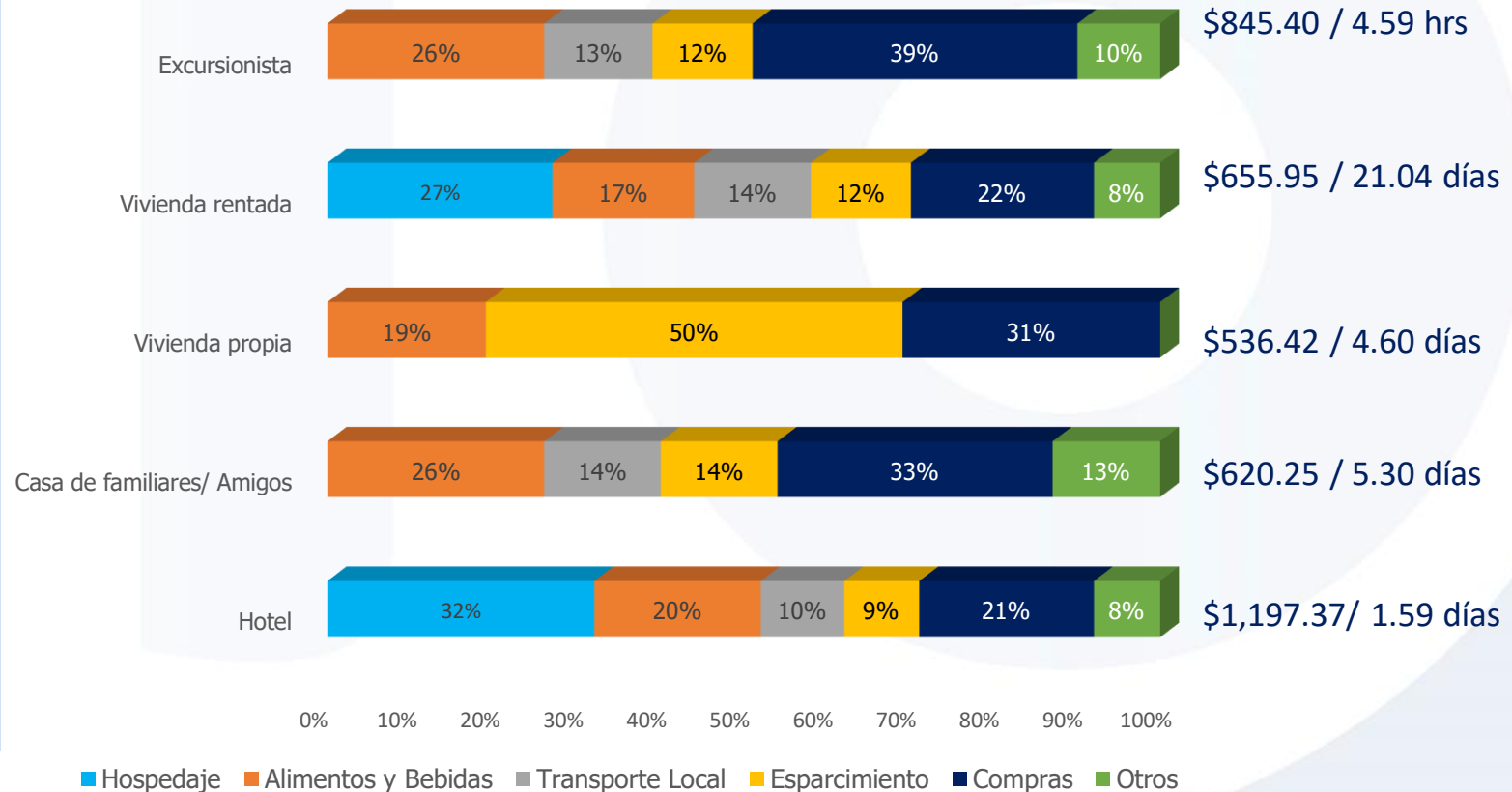
Tipo de Hospedaje



Del **4%** que se hospedó en Casa Rentada, **13%** reservó por

airbnb

Gasto, peso turístico y estadía



Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

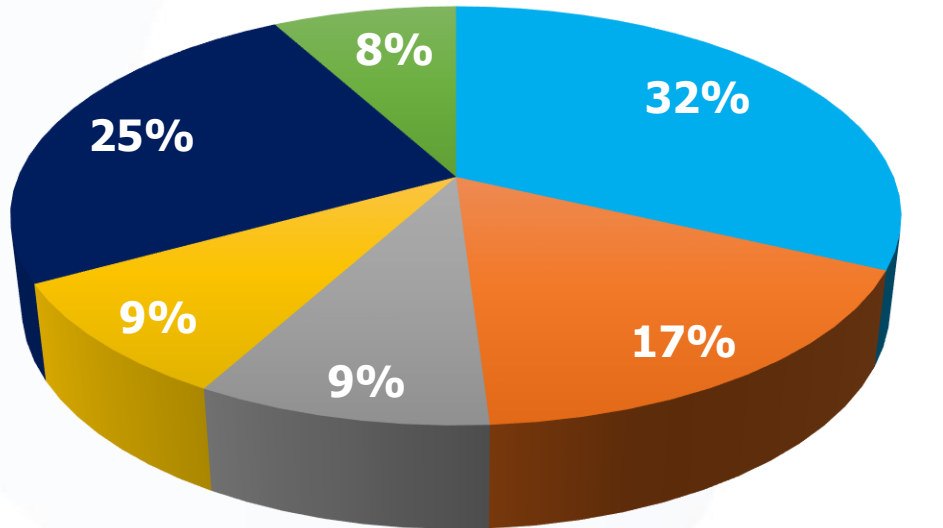
Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

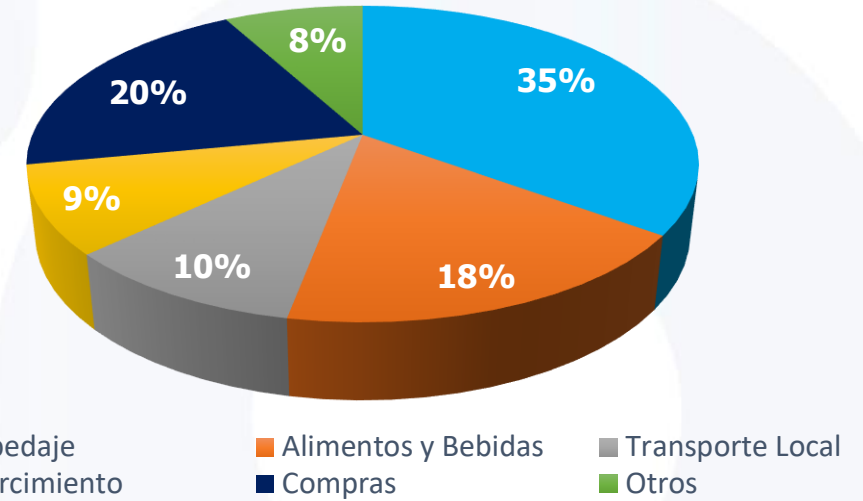
Hallazgos

Visitante
Gasto
promedio
\$730.89



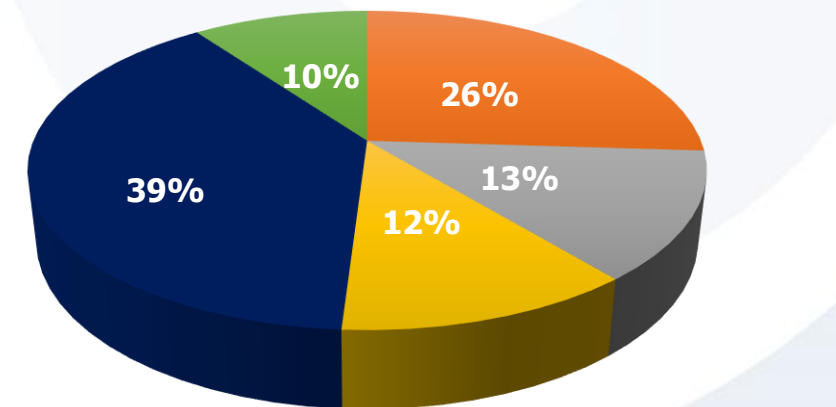
■ Hospedaje ■ Alimentos y Bebidas ■ Transporte Local
■ Esparcimiento ■ Compras ■ Otros

Turista
Gasto
promedio
\$698.88



■ Hospedaje ■ Alimentos y Bebidas ■ Transporte Local
■ Esparcimiento ■ Compras ■ Otros

Excursionista
Gasto
promedio
\$845.40



■ Hospedaje ■ Alimentos y Bebidas ■ Transporte Local
■ Esparcimiento ■ Compras ■ Otros

Nota Metodológica	Perfil Sociodemográfico	Plan de Viaje / Segmentos	Experiencia / Satisfacción	Medios	Gasto / Indicadores	Hallazgos
-------------------	-------------------------	---------------------------	----------------------------	--------	---------------------	-----------

 **2 mil 514 MDP**
Derrama económica

 **\$130.7** millones de dólares

 **\$110.7** millones de euros

 **196.9 mil**
cuartos ocupados

 **43%**
Ocupación Hotelera

 **22**
Establecimientos de hospedaje

 **1 mil 407**
Habitaciones

 **193 mil**
llegada de turistas

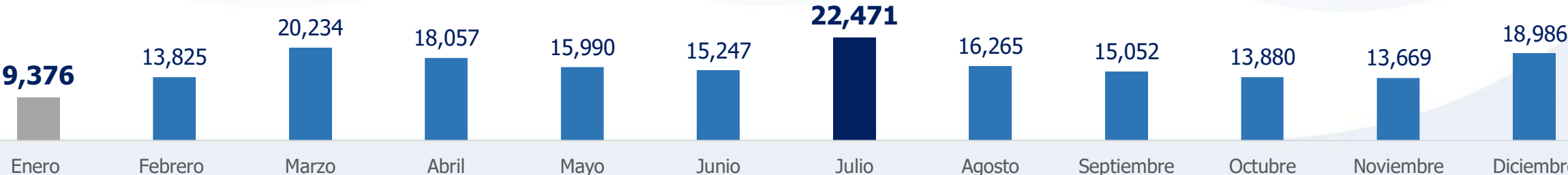
 **1.2 millones**
de Visitantes

 **2.3 millones**
pasajeros Aeropuerto GTO

 **38.6 mil**
asientos disponibles

 **9 líneas** aéreas
18 destinos
Nacionales e Internacionales

Llegada de Turistas a Hoteles



Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos

El 60% de los visitantes son excursionistas, se recomienda promocionar los atractivos y actividades nocturnas para aumentar la estada.

El 6% visitó otros destinos en su viaje, se sugiere impulsar los recorridos en conjunto con Pueblos Mágicos y Valtierra.

2 de cada 10 visitaron el destino para ver a sus familiares/amigos, se recomienda crear actividades conjuntas para los locales y este segmento de turismo familiar.

Los segmentos emergentes del 2018 fueron el estudiantil, de romance y el de reuniones, enfocar esfuerzos para fortalecerlos.

3 de cada 10 respondieron que no recomendarían el destino, es necesario generar una estrategia de recuperación de la confianza del visitante

Twitter e Instagram fueron las redes de mayor crecimiento durante 2018. Favorecer una campaña.

Turismo en Salamanca

Quién nos visita



56%
Hombres



44%
Mujeres



49%
Universidad



33
Años

De dónde viene

49%



612,327
Nacional

49%



608.575
Estatad

2%



29,765
Internacional

Con quién viaja



2.5
grupo de viaje



31%
Familia



25%
Pareja

Segmentos



38%
Negocios /trabajo



35%
Ocio & Recreación



7%
Cultural

Se hospeda en



15%
Hotel



20%
Familiares y amigos



4%
Vivienda rentada

En qué viaja



56%
Auto propio



35%
Autobús



8%
Avión

Experiencia de visita



75%
Retorno



69%
Recomendación



6.8
Satisfacción

Tipo de Visitante



60%
Excursionista



40%
Turista

1,250,667
Visitantes

Gasto, Estadía y Derrama económica



HOTEL
\$1,197.37
1.59 días*



FAMILIARES/AMIGOS
\$620.25
5.30 días



EXCURSIONISTA
\$845.40
4.59 hrs

\$2 mil 514 MDP

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 Jardon Salazar

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado

ajardon@guanajuato.gob.mx

Rosario Álvarez Macías

Auxiliar de Investigación y Análisis de Mercado

malvarezm@guanajuato.gob.mx

Regina Loya Plasencia

Analista de Información

rloyaplasc@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