



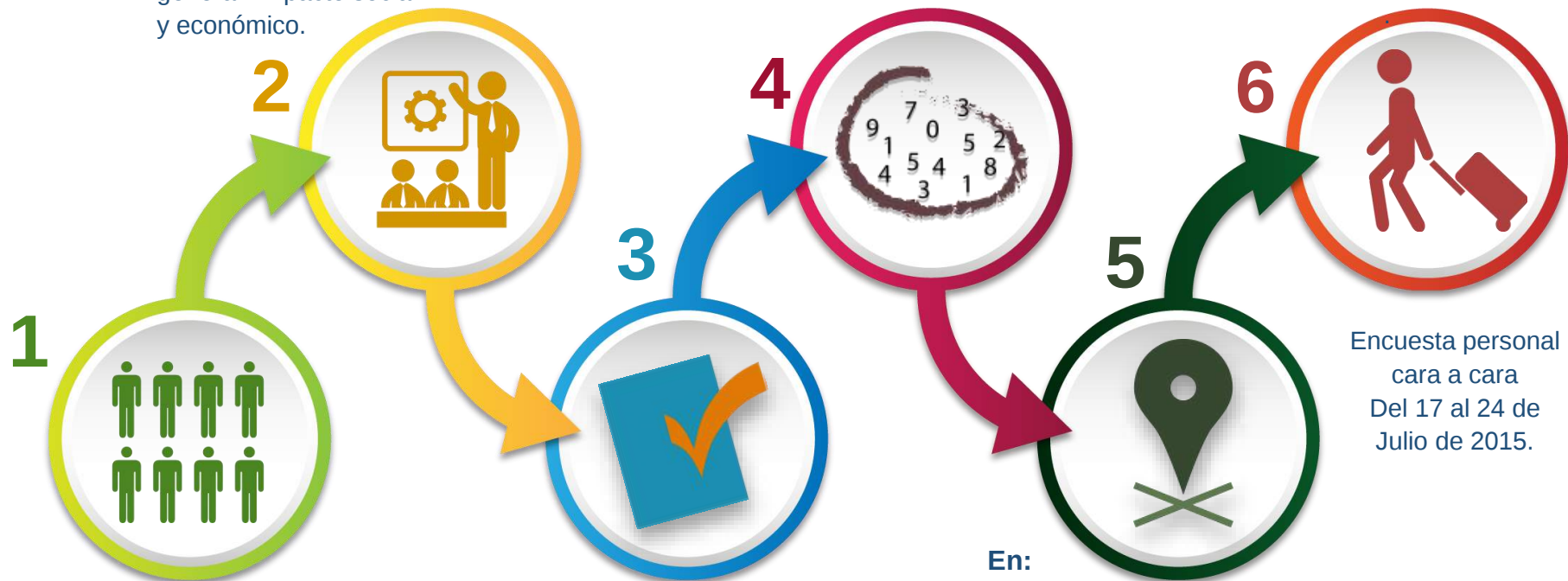
Guanajuato International Film Festival 2015

UTILIDAD

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

Estudio realizado por una agencia de investigación de mercados. La empresa codifica, captura y elabora el reporte de resultados.

Visitantes turistas, excursionistas y locales, hombres y mujeres mayores de edad, que hayan participado en alguna actividad del programa del GIFF



Es una investigación de mercado que suministra información de:

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

Muestreo aleatorio simple
561 encuestas a turistas y excursionistas con un nivel de confianza del 95% y error del $\pm 4.1\%$
167 Locales (30%)
394 Visitantes (70%)

En:

GTO 66%

- ▶ Explanada Teatro Juárez
- ▶ Teatro Juárez
- ▶ Explanada Alhóndiga de Granaditas
- ▶ Teatro Cervantes
- ▶ Teatro Principal
- ▶ Calle Subterránea
- ▶ Panteón Municipal

SMA 34%

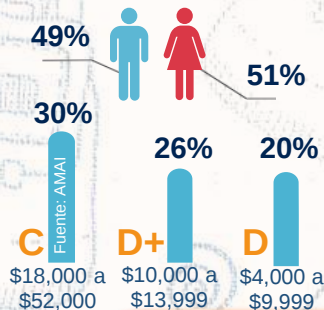
- ▶ Jardín Principal
- ▶ El Nigromante
- ▶ Teatro Ángela Peralta
- ▶ Casa de la Cultura (UNAM)
- ▶ Explanada Teatro Ángela Peralta
- ▶ Casa del Mayorazgo
- ▶ Calles SMA
- ▶ Panteón Municipal

Perfil del Visitante

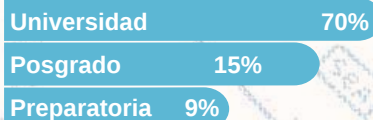
GIFF 2015

103,597 asistentes

Quién nos visita:



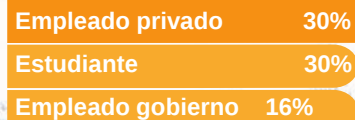
Escolaridad



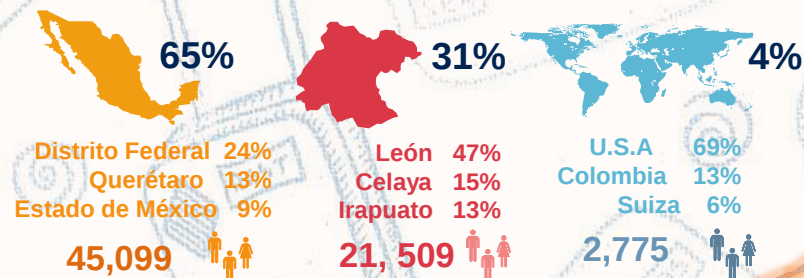
32 años



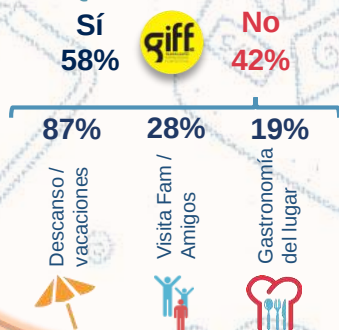
Ocupación



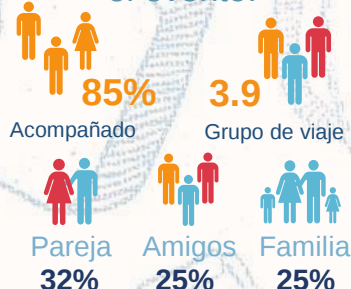
De dónde viene:



Qué lo motiva:



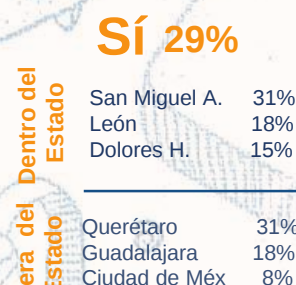
Con quién visita el evento:



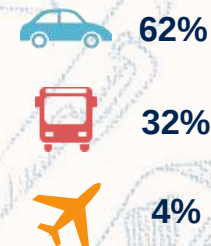
Se hospeda en:



Visitó otros lugares:



En qué viaja:



Reservó:



Vio publicidad:



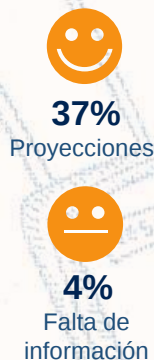
Medio favorito:



Algo nuevo:



Su experiencia en el evento:



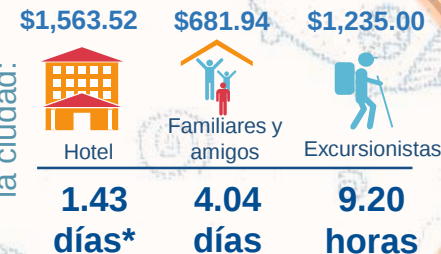
Recurrencia



Experiencia



Gasta:



Se queda en la ciudad:

*Dato proporcionado por Datatur

Perfil del Asistente Local

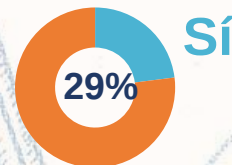
GIFF 2015



33%

34,214 locales

Primera vez que visita el evento:



Quién nos visita:



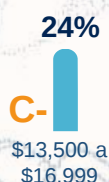
Escolaridad



32 años



Ocupación



Con quién visita el evento:



Vio publicidad:



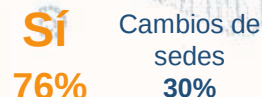
Folletos impresos 21%



Medio favorito:



Algo nuevo:



Su experiencia en el evento:



33% Proyecciones



8% Los horarios

Recurrencia

Evento 71%



97% Retorno

94% Recomendación

Experiencia



8.3 Atributos del evento

9.0 Programa

Gasta:

\$263.03



Local 4.2

días siguiendo el evento

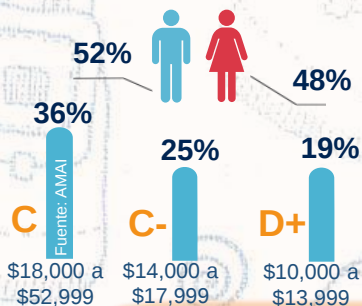


Perfil del Visitante SMA

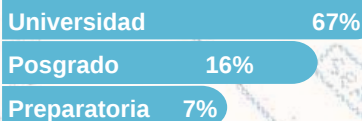
GIFF 2015

49,005 asistentes

Quién nos visita:



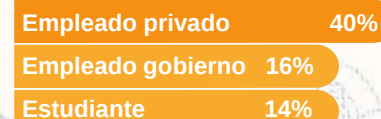
Escolaridad



37 años

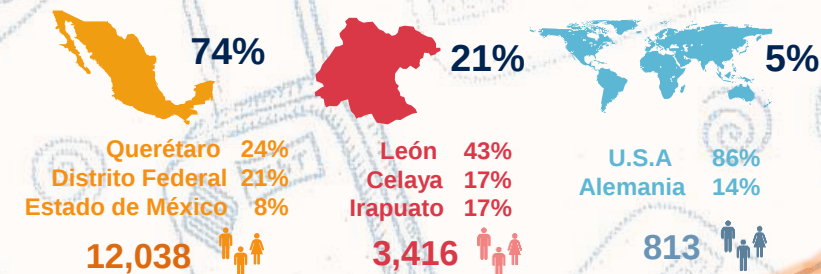


Ocupación

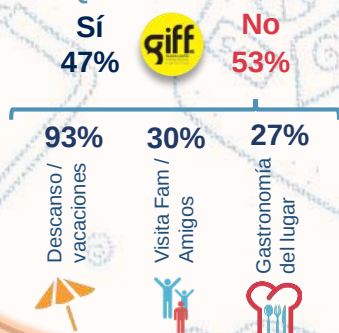


De dónde viene:

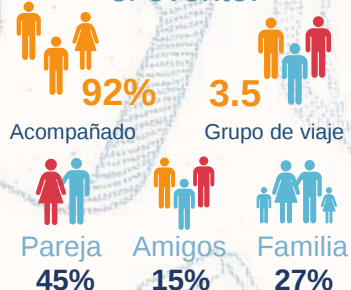
16,267 visitantes



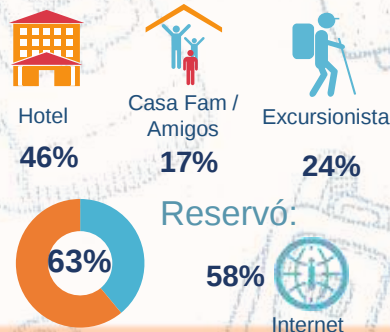
Qué lo motiva:



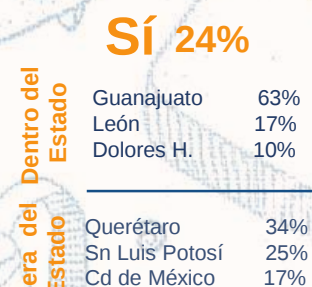
Con quién visita el evento:



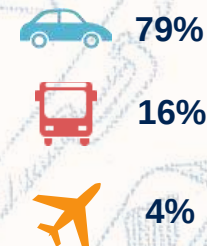
Se hospeda en:



Visitó otros lugares:



En qué viaja:



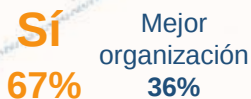
Vio publicidad:



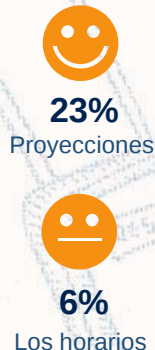
Medio favorito:



Algo nuevo:



Su experiencia en el evento:



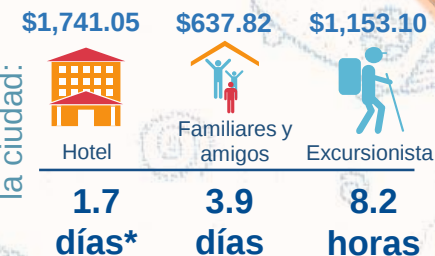
Recurrencia



Experiencia



Gasta:



*Dato proporcionado por Datur

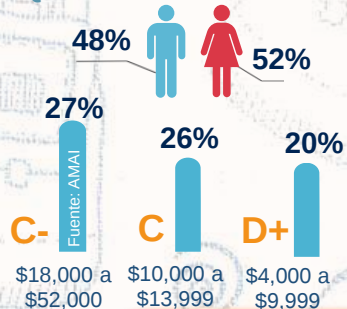
Perfil del Visitante GTO

GIFF 2015

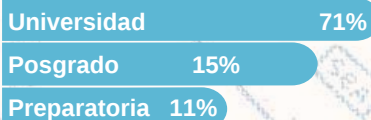
54,592 asistentes



Quién nos visita:



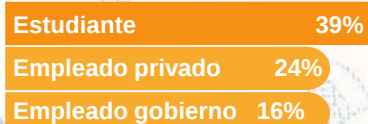
Escolaridad



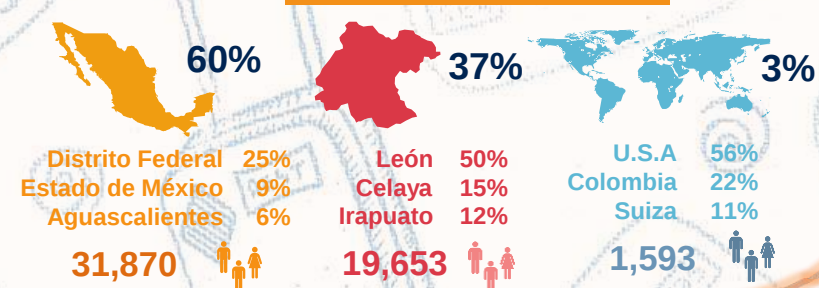
30 años



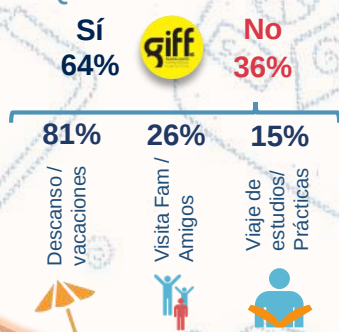
Ocupación



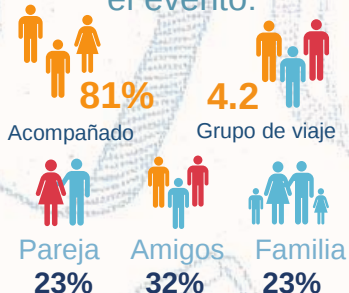
De dónde viene:



Qué lo motiva:



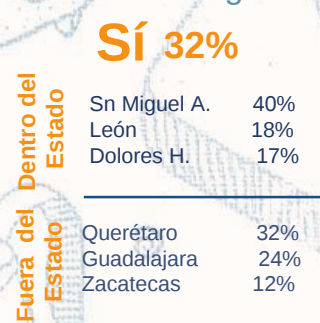
Con quién visita el evento:



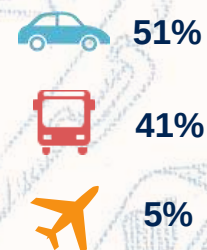
Se hospeda en:



Visitó otros lugares:



En qué viaja:



Reservó:



Vio publicidad:



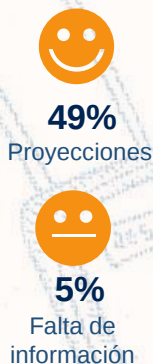
Medio favorito:



Algo nuevo: **Sí** 78%

Cambios de sedes 30%

Su experiencia en el evento:



Recurrencia

Evento 37%

Estado 79%



93% Retorno

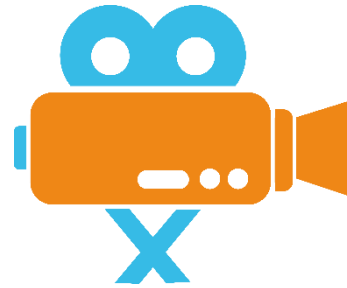
Experiencia



Gasta:



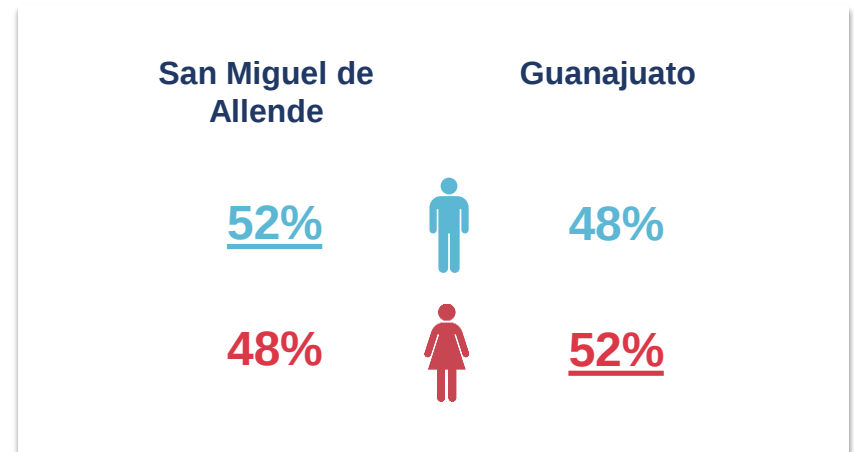
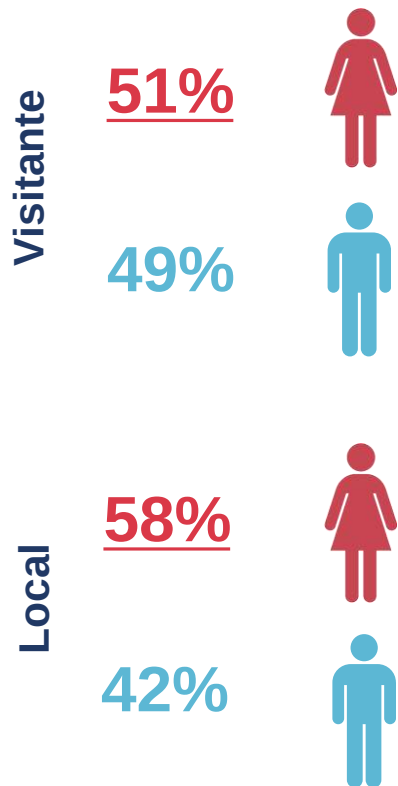
*Dato proporcionado por Datatur



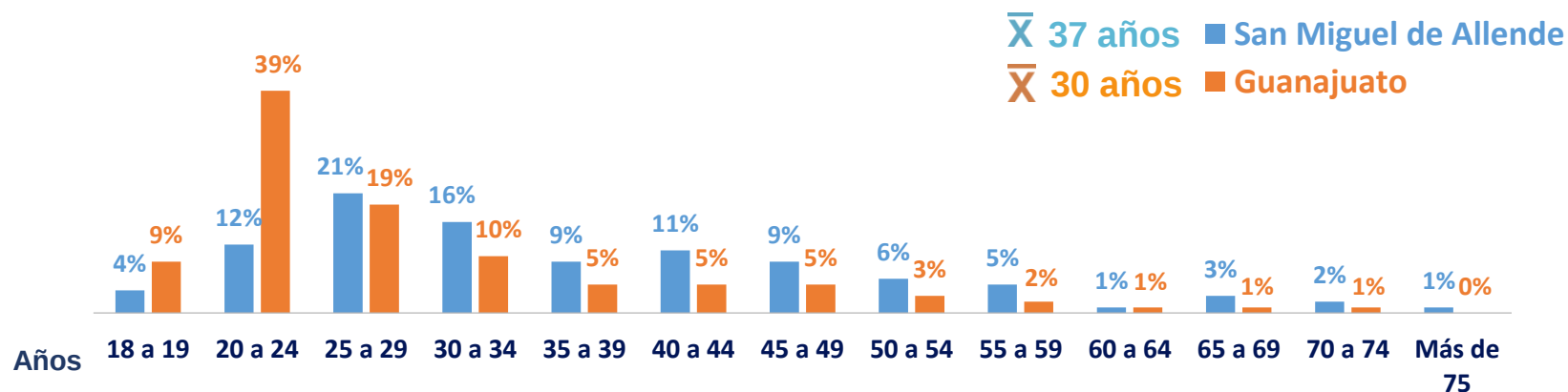
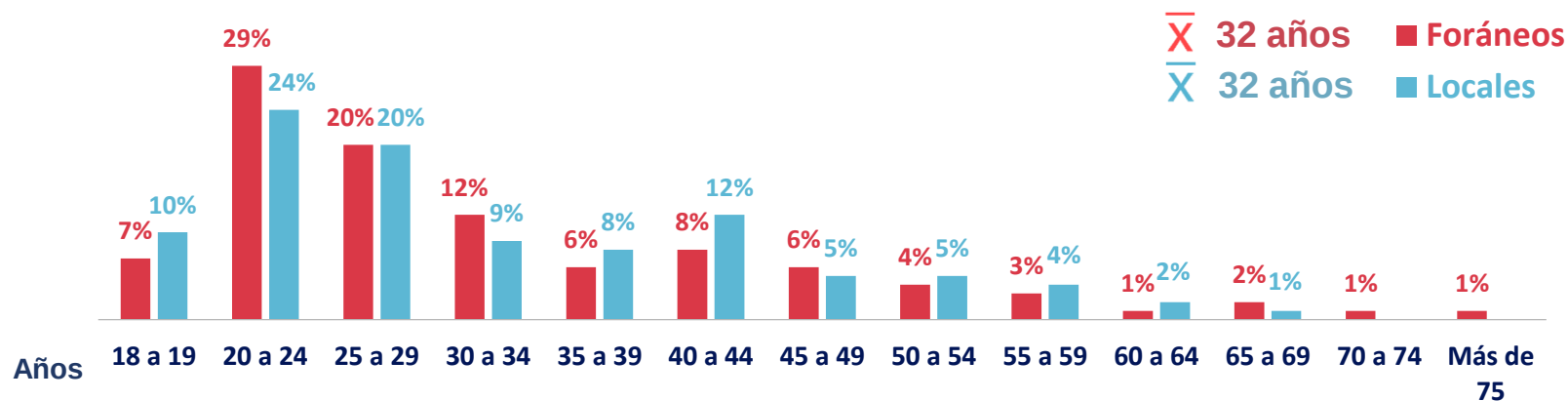
Guanajuato International Film Festival 2015

Anexos

Género del entrevistado

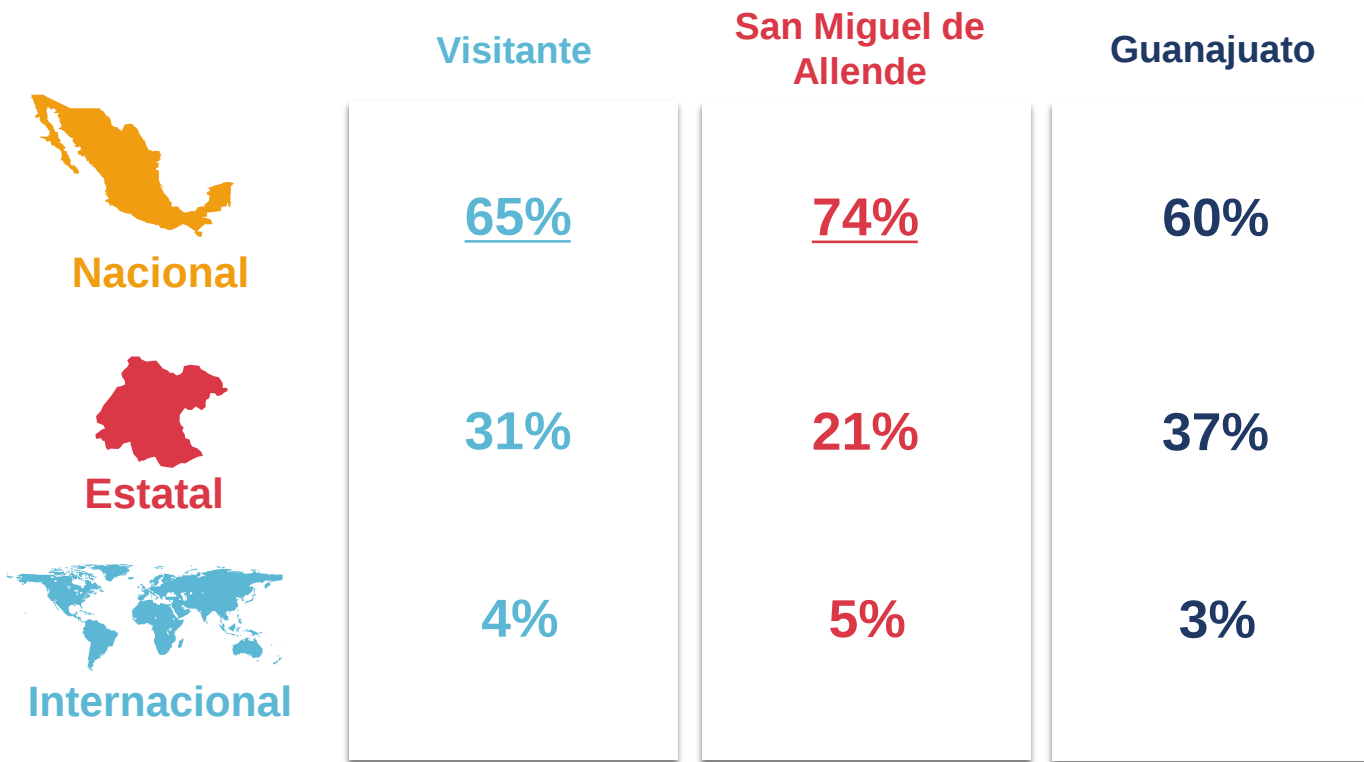


Edad promedio de los entrevistados



Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de: Min - 18 años y Max - 81 años.

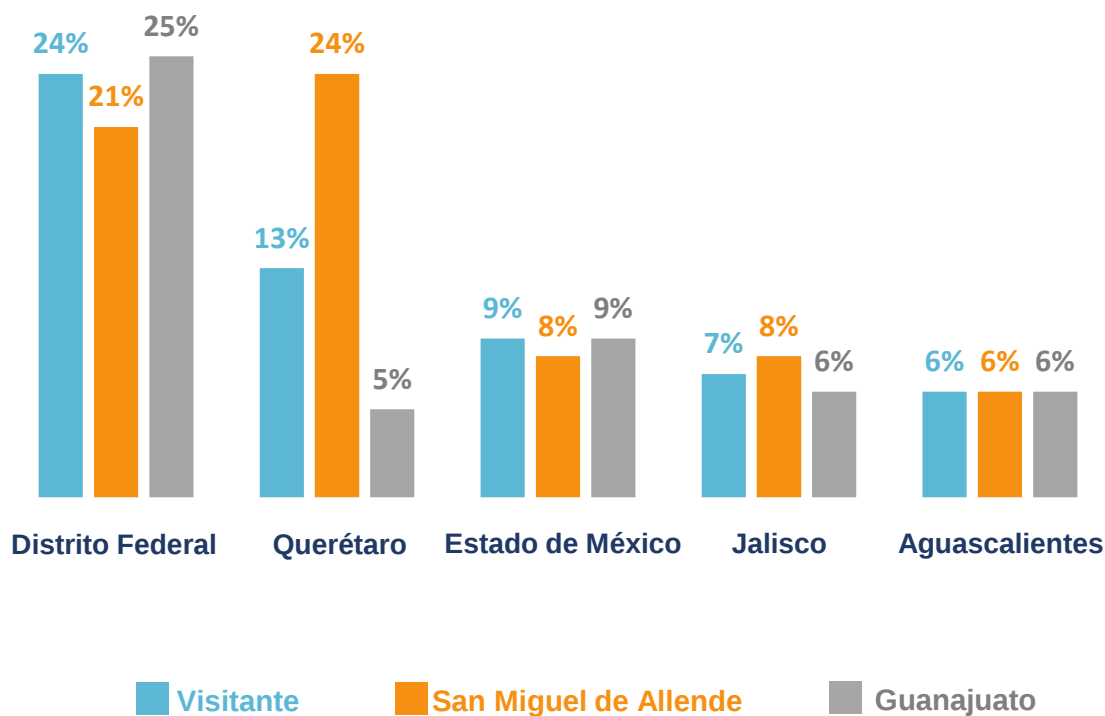
Procedencia del Visitante





Perfil general

Procedencia del Visitante **Nacional**



* En el caso de 0%, a pesar de no alcanzar puntos porcentuales, cuenta con menciones .
NA: No se obtuvieron respuestas

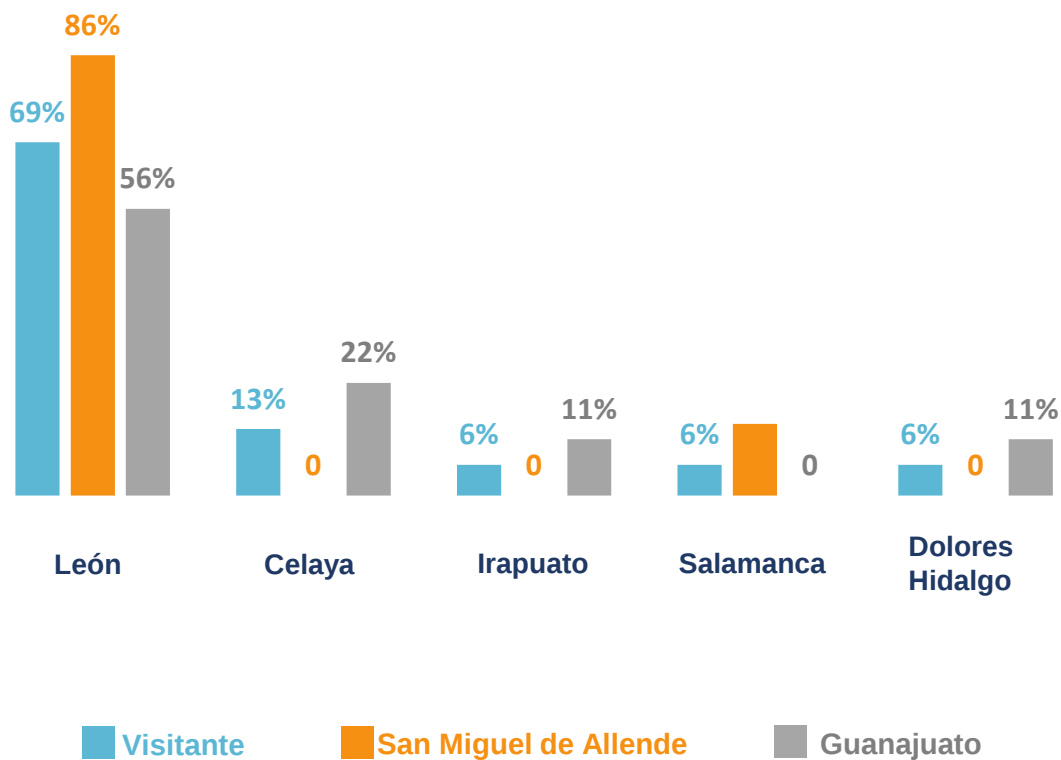
Estado	V	SMA	GTO
Distrito Federal	24%	21%	25%
Querétaro	13%	24%	5%
Estado de México	9%	8%	9%
Jalisco	7%	8%	6%
Aguascalientes	6%	6%	6%
Nuevo León	5%	6%	5%
Michoacán	5%	5%	5%
San Luis Potosí	4%	2%	5%
Chihuahua	3%	3%	3%
Hidalgo	3%	4%	2%
Zacatecas	3%	2%	3%
Nayarit	2%	NA	4%
Coahuila	2%	2%	2%
Guerrero	2%	2%	2%
Sinaloa	2%	NA	3%
Veracruz	2%	2%	2%
Puebla	2%	1%	2%
Baja California Norte	1%	NA	2%
Colima	1%	NA	2%
Morelos	1%	2%	1%
Tamaulipas	1%	1%	1%
Sonora	1%	NA	1%
Tabasco	1%	1%	1%
Chiapas	0%	NA	1%
Durango	0%	NA	1%
Quintana Roo	0%	NA	1%





Perfil general

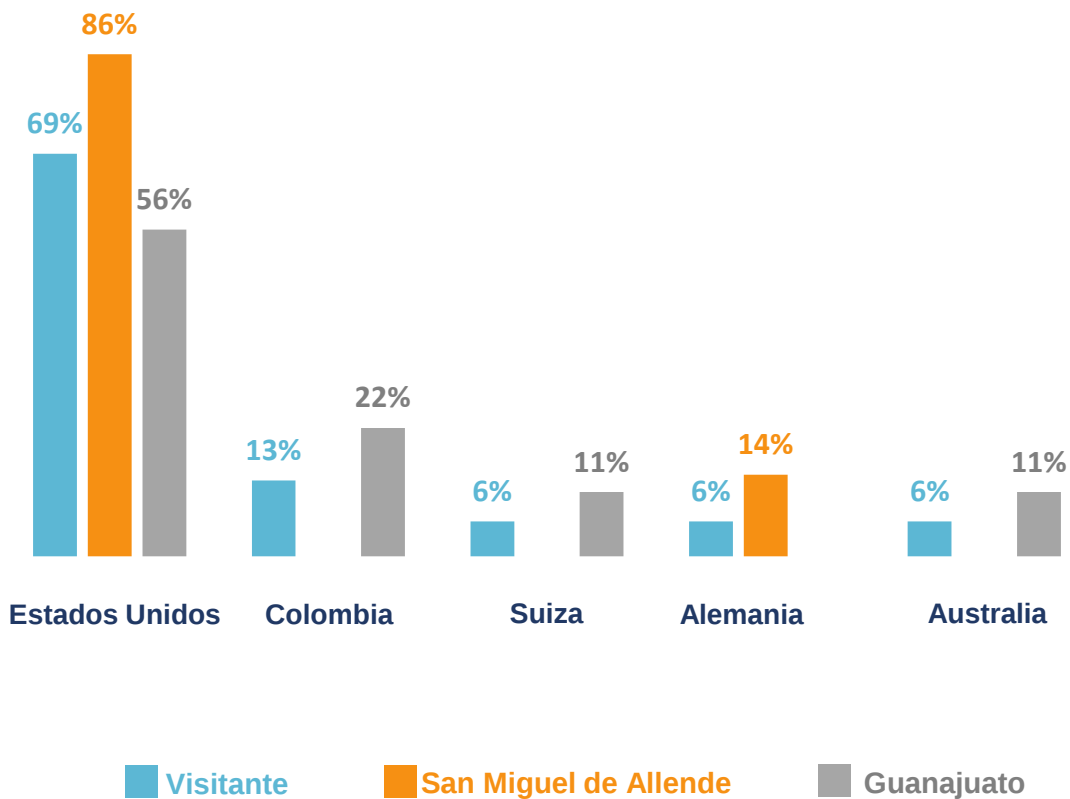
Procedencia del Visitante Estatal



Municipio	V	SMA	GTO
León	47%	43%	50%
Celaya	15%	17%	15%
Irapuato	13%	17%	12%
Salamanca	6%	NA	9%
Dolores Hidalgo	2%	7%	1%
Guanajuato	2%	10%	NA
Cortazar	2%	3%	1%
Uriangato	2%	NA	2%
Valle de Santiago	2%	NA	2%
Abasolo	1%	NA	1%
Huanímaro	1%	NA	1%
Jaral del Progreso	1%	NA	1%
Moroleón	1%	NA	1%
Ocampo	1%	3%	NA
Salvatierra	1%	NA	1%
San Felipe	1%	NA	1%
San Miguel de Allende	1%	NA	1%
Santa Cruz de Juventino Rosas	1%	NA	1%

NA: No se obtuvieron respuestas





País	V	SMA	GTO	Var
Estados Unidos	69%	86%	56%	6%
Colombia	13%	NA	22%	1300%
Suiza	6%	NA	11%	600%
Alemania	6%	14%	NA	600%
Australia	6%	NA	11%	600%

NA: No se obtuvieron respuestas

¿El GIFF es la principal razón de su visita a la ciudad?



Sí

No

Visitante

58%

42%

San Miguel de
Allende

47%

53%

Guanajuato

64%

36%

Si el GIFF no es la principal razón...

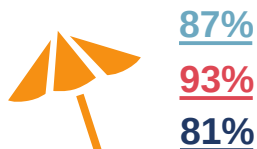
**No
42%**



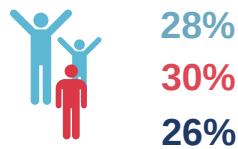
Visitante

San Miguel de Allende

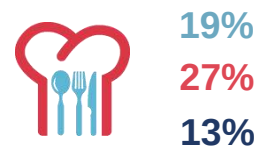
Guanajuato



Descanso /
Vacaciones



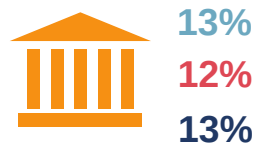
Visita a Familiares /
Amigos



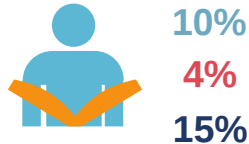
La Gastronomía del
lugar



Compras



Evento Cultural



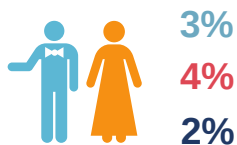
Estudios / Prácticas



Trabajo / Negocios



Luna de miel/
Romance/ Bodas



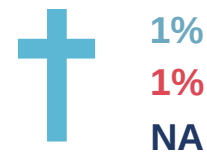
Evento Social



Evento Deportivo



Congreso /
Exposición



Religión/
Peregrinación



Otros*

*Otro: Para conocer, ambiente turístico.

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

NA: No se obtuvieron respuestas

*El GIFF se lleva a cabo durante el periodo vacacional de verano.

Acompañado por...

**Acompañado
85%**

		Visitante	Local	San Miguel de Allende	Guanajuato
	Pareja	<u>32%</u>	<u>25%</u>	<u>45%</u>	23%
	Amigos	25%	<u>28%</u>	15%	<u>32%</u>
	Familia	25%	27%	27%	23%
	Hijos	12%	16%	12%	13%
	Compañeros de escuela	3%	2%	NA	5%
	Compañeros trabajo	3%	2%	1%	4%

NA: No se obtuvieron respuestas

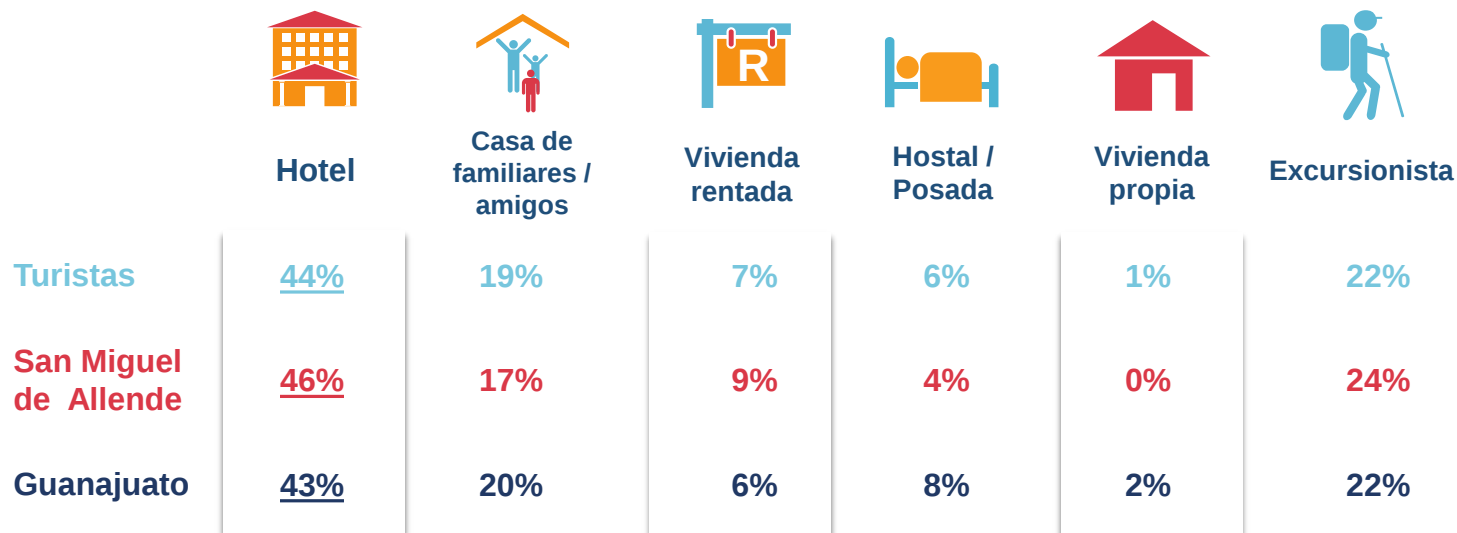
¿Cuál de los siguientes conceptos define mejor su grupo de viaje?

		Visitante	Local	San Miguel de Allende	Guanajuato
	Grupo promedio	3.9	3.0	3.5	4.2
	Sólo adultos	<u>74%</u>	<u>70%</u>	<u>64%</u>	<u>81%</u>
	Mayores de edad y menores de 12 años	15%	22%	27%	8%
	Mayores de edad y adolescentes	7%	5%	4%	8%
	Adultos, adolescentes y menores de 12 años	4%	3%	5%	3%

Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de Min – 2 personas y Max – 60 personas

Planeación del viaje

Distribución del visitante por tipo de hospedaje

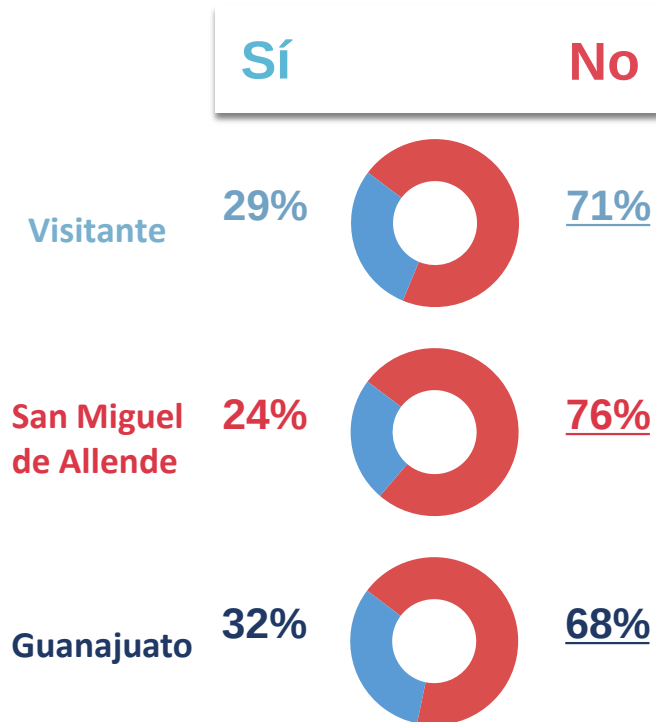


* En el caso de 0%, a pesar de no alcanzar puntos porcentuales, cuenta con menciones.

Para quienes se hospedaron en **hostal**...

	Turista	San Miguel de Allende	Guanajuato
Habitación	67%	80%	63%
Cama	33%	20%	37%

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



Global (Top 5) Visitante 2015

	Dentro de Guanajuato	Fuera de Guanajuato
Visitante	San Miguel de Allende León Dolores Hidalgo Guanajuato Irapuato	Querétaro Guadalajara Ciudad de México San Luis Potosí Zacatecas
San Miguel de Allende	Guanajuato León Dolores Hidalgo Salamanca Yuriria	Querétaro San Luis Potosí Ciudad de México Guadalajara Toluca
Guanajuato	San Miguel de Allende León Dolores Hidalgo Irapuato Silao	Querétaro Guadalajara Zacatecas Cancún Mazatlán

Visitante San Miguel de Allende Guanajuato

	<u>62%</u>	<u>79%</u>	<u>51%</u>
Auto propio			
	32%	16%	41%
Autobús			
	4%	4%	5%
Avión			
	1%	1%	1%
Auto rentado			
	1%	0%	2%
Autobús rentado			
	0%	0%	0%
Otro*			

Además de avión ¿Qué otro medio utilizará para desplazarse en el destino?

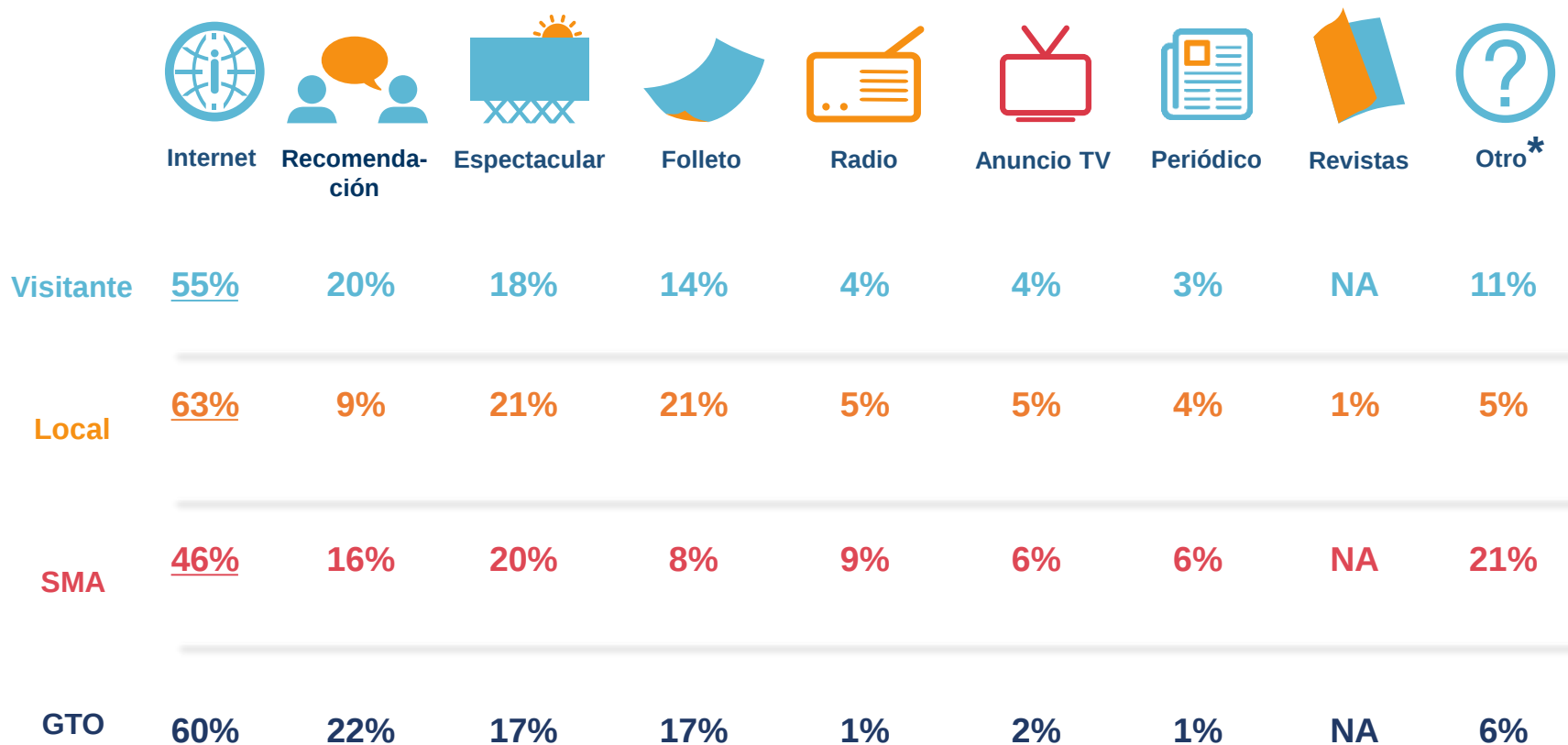


Visitante San Miguel de Allende Guanajuato

	<u>41%</u>	20%	<u>50%</u>
Autobús			
	29%	20%	33%
Auto propio			
	24%	<u>40%</u>	17%
Taxi			
	6%	20%	NA
Auto rentado			

* Otro: Ride / Mochilazo.

¿En qué medios escuchó o vio publicidad sobre el evento?



*Otro: Cuando pasaba por el lugar, ediciones anteriores, escuela, en el hotel, módulo de turismo, cine, Cineteca Nacional, lata de Coca-Cola.

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

NA: No se obtuvieron respuestas.

Experiencia de viaje e índice de satisfacción

Atributos Generales del Evento

Índice Promedio Global	Visitante	Local	San Miguel de Allende	Guanajuato
	8.5	8.3	8.4	8.6
Imagen del evento	<u>9.2</u>	<u>8.8</u>	<u>9.0</u>	<u>9.2</u>
Sede del evento	9.0	8.6	8.8	9.1
Calidad del espectáculo	8.9	8.7	8.8	9.0
Seguridad durante todo el evento	8.7	8.5	8.7	8.7
Servicios recibidos durante el evento	8.5	8.2	8.5	8.5
Nivel de afluencia en los eventos	8.5	8.4	8.7	8.3
Información de la ciudad	8.5	NA	8.2	8.6
Horarios	8.4	8.4	8.4	8.4
Ayuda por parte de los organizadores	8.3	7.9	8.1	8.4
Organización en general	8.2	7.8	8.5	8.0
Presentación de la información (programa)	8.2	7.9	7.8	8.4
Publicidad y promoción del evento	8.0	8.5	7.6	8.2

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

	Visitante	Local	San Miguel de Allende	Guanajuato
Proyecciones (largometrajes y cortos)	<u>63%</u>	<u>64%</u>	48%	<u>71%</u>
Conciertos	36%	35%	<u>60%</u>	22%
Alfombras rojas	23%	24%	21%	24%
Ceremonia inaugural	21%	21%	21%	22%
Conferencias	21%	16%	16%	23%
Homenajes	6%	5%	9%	5%
Exhibición Epicentro	6%	5%	7%	5%
Talleres y asesorías	5%	8%	9%	3%
Cine entre muertos	5%	7%	6%	4%
Rally universitario	4%	4%	NA	6%
Locura de media noche	3%	3%	2%	3%
Niños en acción	2%	7%	2%	2%

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

NA: No se obtuvieron respuestas.

¿Qué tan probable es que usted recomiende a un amigo o colega asistir al GIFF?

	Visitante	Local	SMA	GTO	Probablemente SÍ , Probablemente NO o Definitivamente NO ¿Por qué? TOP 3	
Definitivamente sí	<u>95%</u>	<u>94%</u>	<u>92%</u>	<u>96%</u>	Visitante	Locales
Probablemente sí	5%	5%	7%	4%	No hay publicidad	Falta organización
Probablemente no	0%	1%	0%	0%	Falta organización	Porque no me gusta
Definitivamente no	0%	0%	1%	0%	Falta información	Malos horarios

¿Qué tan probable es que usted vuelva a visitar al GIFF?

	Visitante	Local	SMA	GTO	Probablemente SÍ , Probablemente NO o Definitivamente NO ¿Por qué? TOP 3	
Definitivamente sí	<u>93%</u>	<u>97%</u>	<u>92%</u>	<u>93%</u>	Visitante	Locales
Probablemente sí	5%	3%	6%	5%	Vive lejos	Porque vivirá en otro país
Probablemente no	2%	0%	2%	2%	Sólo si puede venir	No hay publicidad
Definitivamente no	0%	0%	0%	0%	Precios altos	

Gasto y estadía de viaje

Gasto por tipo de hospedaje por día

	 Hotel	 Casa de familiares / amigos	 Vivienda rentada	 Hostal / Posada	 Vivienda propia	 Excursionista
Turista	\$1,563.52	\$681.94	\$669.17	\$793.99	\$426.69	\$1,235.00
San Miguel de Allende	\$1,741.05	\$637.82	\$1,303.33	\$845.56	NA	\$1,153.10
Guanajuato	\$1,487.47	\$692.96	\$489.76	\$789.60	\$426.69	\$1,262.78
 Local		Asistente \$263.03	San Miguel de Allende \$257.35		Guanajuato \$389.03	



18° FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE GUANAJUATO

SAN MIGUEL
DE ALLENDE JULIO 17/21+

GUANAJUATO
CAPITAL JULIO 22/26



-marketing



metodología

Giff

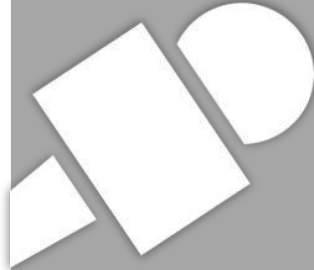
GUANAJUATO
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL

HERRAMIENTAS ETNOGRÁFICO



Objetivos

Desarrollar un sistema efectivo de recolección de datos, mismos que servirán para **desarrollar insights** que describan la experiencia del asistente en el evento.



Herramientas

- Guías de entrevistas (larga / corta)
- Formato evaluación del entorno
- Fotografías
- Grabación



Calendario de levantamiento

En **San Miguel de Allende:**
Viernes 17 de Julio

En **Guanajuato:**
Sábado 25 de Julio



Giff

persona



Vacaciones de película

PERFIL



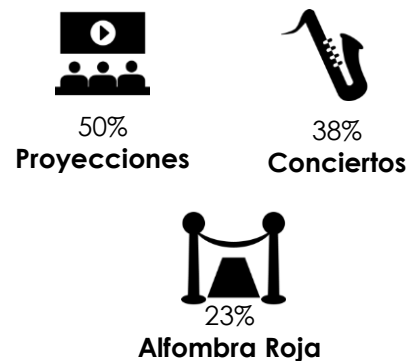
LEALTAD

77%
1era Vez en GIFF

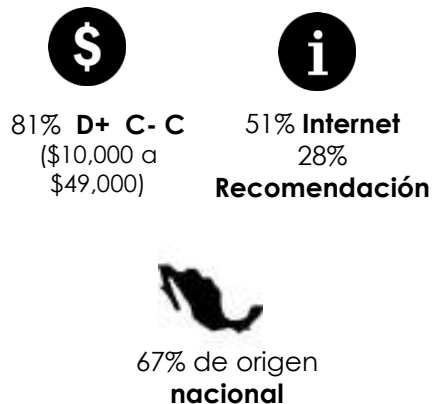
94%
Definitivamente recomendaría el festival

87%
Definitivamente recomendaría el festival

ASISTENCIA



PERFIL



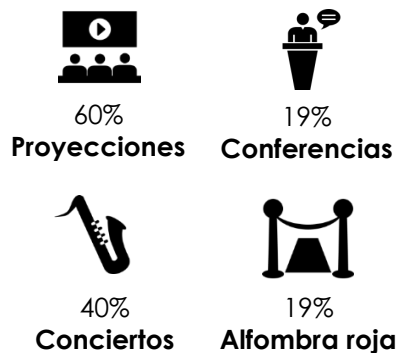
LEALTAD

100%
1era Vez en GIFF

94%
Definitivamente recomendaría el festival

94%
Definitivamente recomendaría el festival

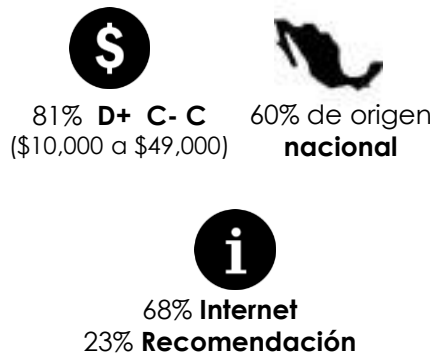
ASISTE A:



Nueva generación GIFF



PERFIL



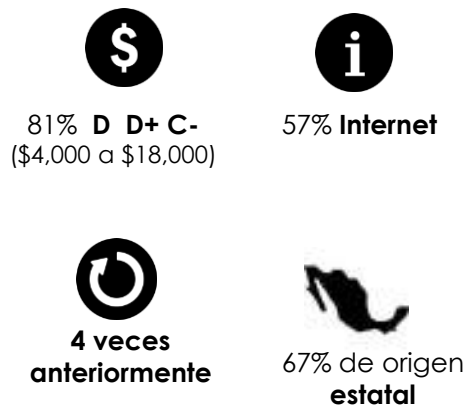
ASISTENCIA



LEALTAD



PERFIL



ASISTE A:



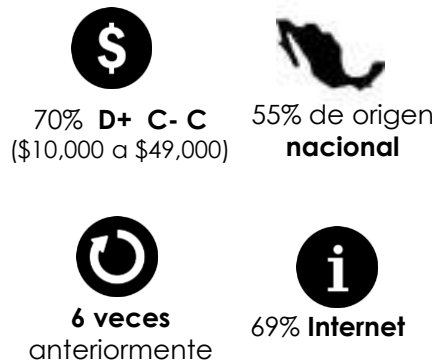
LEALTAD





Forever GIFF 

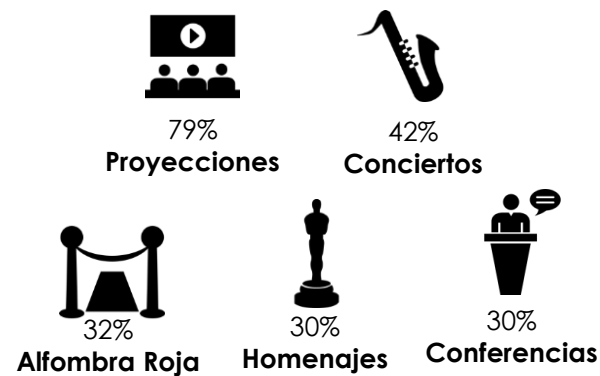
PERFIL



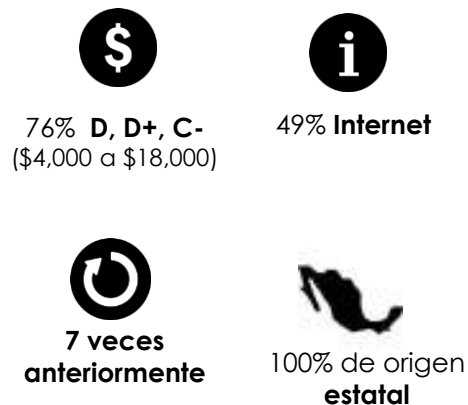
LEALTAD



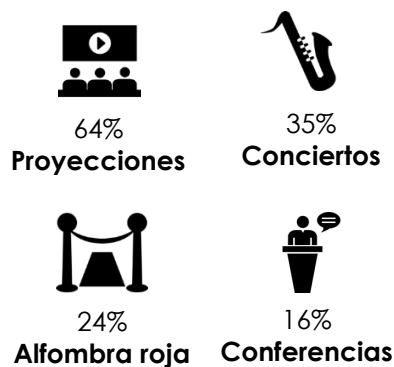
ASISTENCIA



PERFIL



ASISTE A:



LEALTAD



**GIFF Guanajuato
Locales**



Movie makers Rally GIFF



Participa en el rally del GIFF y valora la experiencia de los organizadores y jueces. Para él, el rally universitario es una experiencia que **marca su vida** y la de sus amigos.

Es un universitario **fiel al evento** y tiene la firme intención de asistir a más ediciones. Lo acompaña su grupo de amigos y algunos miembros de su familia. Para él lo más valioso es estar en **contacto directo con la gente “del medio”**.

El corto que lleva a cabo en el GIFF es, para muchos, el primer paso hacia su realización profesional.





Giff

percepción

Giff
GUANAJUATO
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL



NOTA 2: La imagen se hizo según la clasificación de las palabras (el más citado; más grande) y se repitieron únicamente para dar forma a la imagen.

FACTORES DE INSATISFACCIÓN



NOTA 1: Factores de satisfacción de los entrevistados de acuerdo a estudios cuantitativo y cualitativo.

NOTA 2: La imagen se hizo según la clasificación de las palabras (el más citado: más grande) y se repitieron únicamente para dar forma a la imagen.



18° FESTIVAL
INTERNACIONAL
CINE
GUANAJUATO

identidad



El cine
se encuentra
al alcance de
TODA
la sociedad



**“PARA
QUÉ ES EL CINE
SINO PARA AFERRARNOS
A HISTORIAS QUE TRASCIENDEN”**



“PARTICIPAR EN RALLY ES UNA
OPORTUNIDAD QUE NOS ABRIÓ
LOS OJOS PARA CONOCER LA
CAPACIDAD QUE PODEMOS TENER
CUANDO HAY APOYO, ENTONCES
A SEGUIR PRODUCIENDO Y A
SEGUIR APOYANDO AL TALENTO
JOVEN”



Giff

frases

“Giff es una gran oportunidad para todos los que les interesa el área audiovisual.”

“EL FESTIVAL ES EXCELENTE; ES FASCINANTE VER A TODAS LAS PERSONAS ECHANDO PORRAS A LOS ACTORES”

“Me gusta del Giff que se puede tener interacción con los directores porque no están apartados; les gusta salir y convivir con la audiencia”



ASÍ SE EXPRESAN



“Es un festival muy importante, en uno de los lugares más bonitos de México”

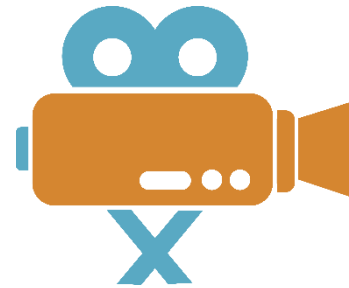


“En Guanajuato, el GIFF se diluye por la sombra del Cervantino.”



“El GIFF tiene un espíritu más provinciano... Esto es lo fabuloso del festival”





GIFF 2015

Visitantes y Derrama Económica

Visitantes y Derrama Económica Estimada San Miguel de Allende y Guanajuato Capital 17 al 26 de julio 2015

Categoría	Personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5*	30,281	\$67,563,323
Turistas en otros establecimientos comerciales	10,187	\$29,492,811
Turistas en establecimientos no comerciales	13,330	\$36,688,883
Excursionistas	15,584	\$19,246,638
Visitantes	69,383	\$152,991,654
Locales	34,214	\$8,999,503
Asistentes	103,597	\$161,991,158

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Datatur, Estudio del Perfil del Visitante 2015.
Comité Organizador GIFF con datos del total de asistentes.

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada y Casa rentada
Turistas en establecimientos no comerciales incluye la categoría: Familiares y amigos y Casa Propia
Se considera excursionista al visitante que no pernocta en el destino.



- La edición 2015 del evento registró la **asistencia de 103 mil 597 personas.**
- La **derrama económica** generada por el total de asistentes fue cercana a los **\$162 millones de pesos.**

Asistentes	
	2015
Visitantes	69,383
Locales	34,214
Asistentes	103,597

Derrama Económica Estimada	
	2015
Visitantes	\$152,991,654
Locales	\$8,999,503
Asistentes	\$161,991,158



En la Edición 2015, la cifra de asistentes mostró una disminución, ya que el evento no contó con 2 de las sedes principales: Cine Aldama en San Miguel de Allende y el Centro de Convenciones en Guanajuato.

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de Estadística e Información, Estudio del Perfil del Visitante, Comité Organizador.

Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,

Director General de Planeación

rcardenas@guanajuato.gob.mx

Mtra. Claudia Ávalos Betancourt,

Directora de Información y Análisis

cavalosb@guanajuato.gob.mx

Lic. Irazema Álvarez Pérez,

Coordinadora de Estadística e Información

ialvarezp@guanajuato.gob.mx

Mtra. Adriana Jardon Salazar,

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado

ajardon@guanajuato.gob.mx

Lic. Sarahí Martínez Hernández,

Asistente de Codificación y Captura

kmartinezh@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

EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

