



Perfil del Visitante e Impacto en la Actividad Turística Rally Guanajuato México 2011

Marzo 2011

¿Qué es el Estudio del Perfil del Visitante a Eventos realizado en Guanajuato?

Es una investigación de mercado que a través de una muestra representativa de la población en estudio, suministra información acerca de:



Que será de gran utilidad para:

La definición de estrategias que se traduzcan en una mayor Atracción de visitantes a los Eventos que se organizan en el Estado de Guanajuato y que generan impacto social y económico en el destino.

Los resultados que se generan en este estudio sirven de base para conocer los hábitos del viajero que visita el Estado de Guanajuato, más no reflejan el comportamiento de los indicadores macroeconómicos que se viven en el país.





- Metodología
- Objetivos
- Perfil del visitante
- Asistencia al Rally Guanajuato México 2011
- Diferencias con la edición anterior
- Razón de visita
- Evaluación del Rally Guanajuato México 2011
- Medios de comunicación
- Distribución por tipos de hospedaje
- Medio de transporte utilizado
- Movilidad del visitante
- Experiencia de viaje
- Visitante promedio al Rally Guanajuato México 2011
- Indicadores de la Actividad Turística

Se aplicaron entrevistas personales durante los 4 días del evento a visitantes foráneos, teniendo como principales características el ser mayores de 18 años y que sean originarios de ciudades diferentes a la sede del evento.

Fecha de Levantamiento

Del 3 al 6 de Marzo de 2011. Este estudio fue realizado por una agencia de investigación de mercados contratada por la Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato. La empresa codifica, captura y elabora reporte de resultados.

MARCOS DE REFERENCIA

Tipo de Investigación	Concluyente
Universo	Visitantes al Rally 2011
Sistema de selección	Aleatorio
Instrumento de Recolección	Cuestionario Estructurado
Levantamiento	Cara a cara
Lugares de levantamiento	- León (80% de la muestra) - Guanajuato (7% de la muestra) - Silao (13% de la muestra)
Muestra	95% confianza ± 5% de error
Muestra	400 encuestas

Objetivos

Conocer las variables de clasificación del visitante, perfil sociodemográfico (edad, sexo, ocupación, ingreso, escolaridad y procedencia) y su perfil psicográfico (planeación de viaje, motivo de visita, gasto planeado, movilidad del visitante, gasto del visitante, experiencia de viaje e índice de satisfacción).

Detectar áreas de oportunidad para elaborar estrategias de desarrollo y apoyo al sector turístico del estado de Guanajuato.

Conocer el impacto que tiene la publicidad

Conocer cuál es el gasto de los visitantes a los eventos en el Estado de Guanajuato dependiendo de su motivo de viaje y tipo de hospedaje.



Perfil del Visitante

Sexo del Encuestado



Hombres

Mujeres

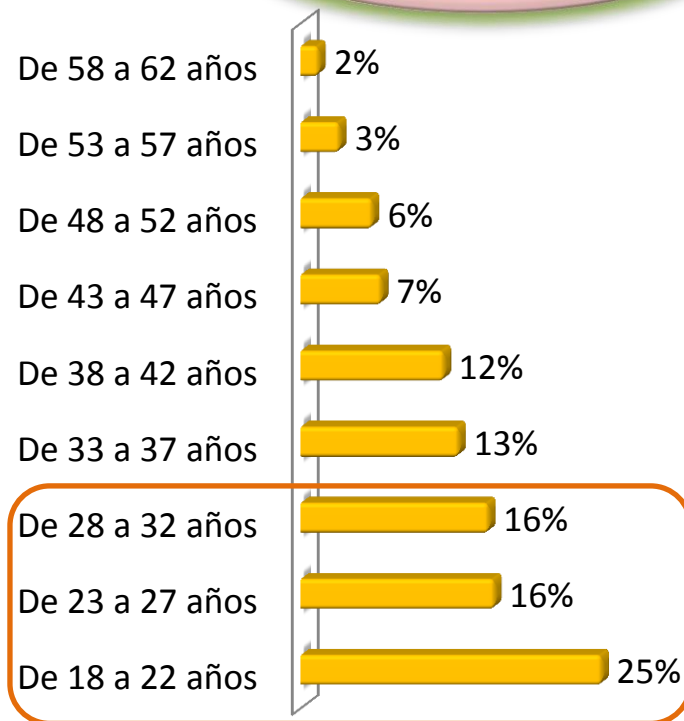
68%

32%



Edad del Encuestado

Edad Promedio
2011 32 años



57% se encuentran
 entre 18 y 32 años.



TOP 5 ORIGEN ESTAL

Irapuato	18%
Guanajuato	13%
Celaya	12%
Silao	9%
San Francisco del Rincón	8%



TOP 5 ORIGEN NACIONAL

Edo.Mex. y D.F	25%
Jalisco	17%
Querétaro	13%
Michoacán	9%
Puebla	7%



TOP 5 ORIGEN INTERNACIONAL

Costa Rica	100%
------------	------



¿Es la primera vez que visita el Rally?

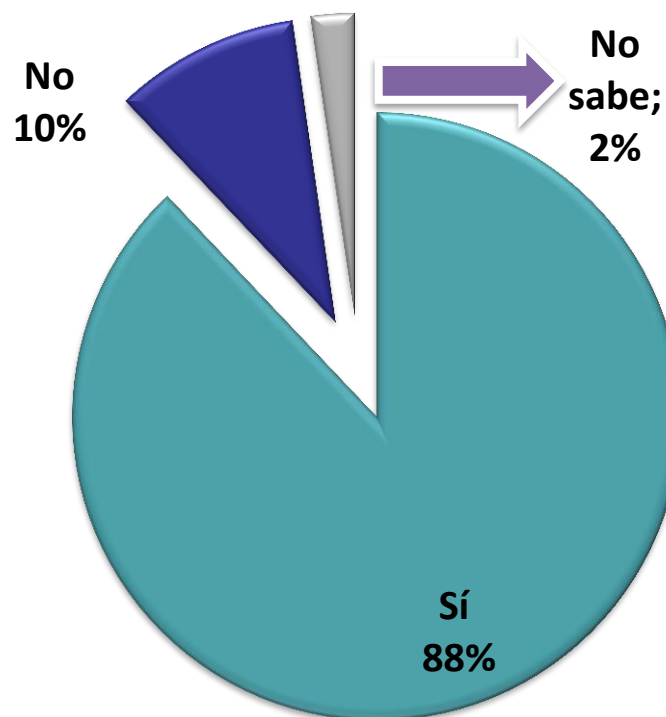


Promedio de visitas anteriores al Rally
3 veces

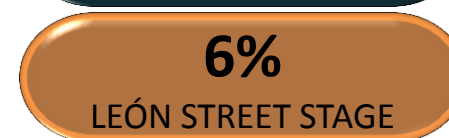
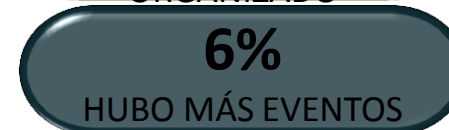
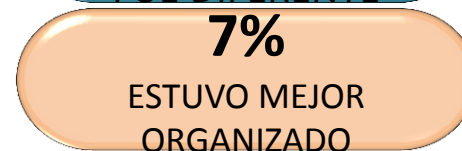
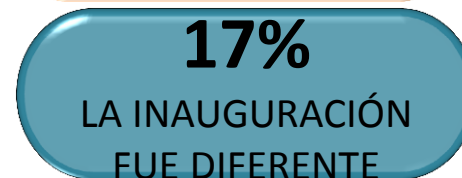
De acuerdo con los resultados podemos inferir que el Rally cuenta con un público cautivo, ya que el **66%** mencionaron haber asistido a ediciones anteriores del evento.



¿HAY ALGO NUEVO O DIFERENTE QUE HAYA NOTADO EN ESTA EDICIÓN DEL EVENTO EN COMPARACIÓN CON LAS EDICIONES PASADAS?



PRINCIPALES DIFERENCIAS ENTRE RALLY 2011 Y LAS EDICIONES PASADAS



Nota: El 24% restante lo forman diferentes respuesta que tuvieron de 1 a 3 menciones.

Razón de Visita

¿Ya había visitado anteriormente la CIUDAD?

No
14%

Si
86%



¿EL RALLY ES LA PRINCIPAL RAZÓN DE SU VISITA A LA CIUDAD?

Sí
93%

No
7%



VISITA FAMILIARES
37%

DESACANSO/VACACIONES
32%

TARABAJO/NEGOCIOS
11%

VIAJE DE ESTUDIOS
11%

OTROS
11%

MOTIVOS DE VISITA A LA CIUDAD



Nota: El gráfico sólo muestra las respuestas con mayor número de menciones..

¿De qué manera se enteró del Evento?

Amigos/
Familiares
43%



Internet
36%



Televisión
23%



Espectaculares
6%



Prensa
3%

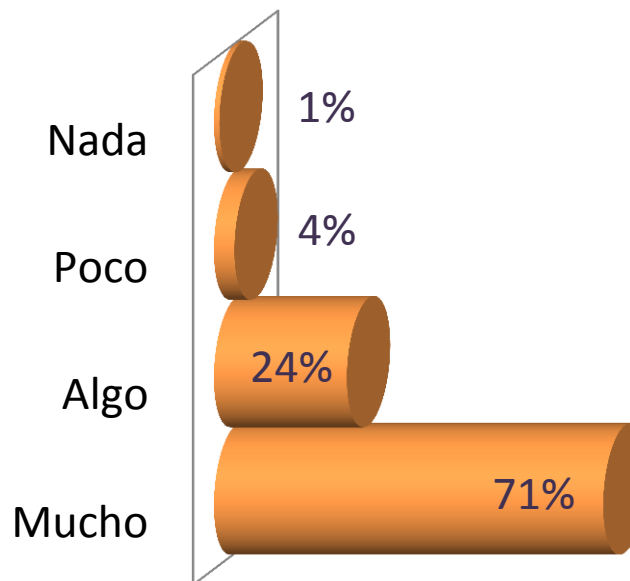


Radio
3%



WEC

¿Qué tanto influyó este medio de información para que usted decidiera asistir al evento?



El **71%** de los encuestados afirmó que estos medios de comunicación influyeron **MUCHO** en ellos para que decidieran asistir al evento.

Tipo de visitante

49%
 EXCURSIONISTA

51%
 TURISTA

¿Dónde se está hospedando o se hospedará?

Hotel	49%
Casa de familiares/amigos	32%
Campamento/tienda de campaña	9%
Vivienda propia	8%
Vivienda rentada	2%

El **51%** de los visitantes al Estado se hospedaron en la ciudad donde fueron entrevistados, mientras que el **37%** regresan a sus ciudad de origen y el resto se hospeda en ciudades diferentes a ese lugar entre las cuales destacan otras ciudades sedes del evento como son: León, Guanajuato y Silao.



Excursionista: Se refiere al visitante que no pernocta en el destino.
 (Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita)
Fuente: OMT (Organización Mundial de Turismo)

Automóvil



84%

Autobús



15%

Avión



1%

Transporte

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

61%
No

39%
Sí

1 DESTINO

PROMEDIO

Visitado además del lugar donde se le encuestó

Guanajuato 79%

Silao 21%

León 7%

Salamanca 2%

Otros 4%

Nota: "Otros" incluye destinos como Querétaro, Jalisco, Irapuato, Uriangato, San Juan de los Lagos y Celaya con 1 mención.

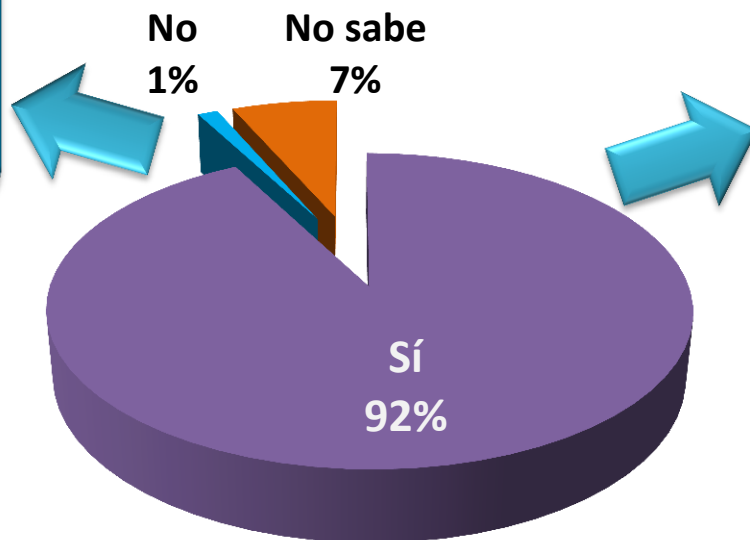


Únicamente el **39%** de los visitantes al evento visitó otro destino además del lugar donde se le interceptó, los destinos más destacados son aquellos que también fueron sede del Rally.

¿Regresará a la próxima edición del Rally y por qué?

2011

- Se gasta mucho 40%
- No está en mis planes 20%
- Falta de tiempo 20%
- No contestó 20%



2011

- Soy aficionado 33%
- Me gustó 32%
- Es de calidad mundial 13%
- Tradición 9%
- Conocerlo más 6%
- Es un evento familiar 4%
- Otros 3%





Actividad Turística con base en el Sistema de Información Turística Datatur

- Omar tiene 32 años, él estudió una licenciatura y trabaja como empleado en una empresa privada.
- El es un visitante nacional originario de la Ciudad de México y viene acompañado de su familia.
- Visitó la ciudad sede con la finalidad de asistir al evento, llegó en su automóvil propio.
- El es aficionado al Rally a asistido al evento en tres ocasiones.
- Lo que más le gustó del evento fue la ceremonia de inicio y en general evaluó el evento con 8.8 y la ciudad sede con 8.4.
- El medio por el cual se enteró del evento fue por recomendación de sus familiares y/o amigos
- Si se queda en la ciudad, se hospedaría en hotel y gastará al día \$1,429.
- Considera que su experiencia de viaje valió lo que gastó y piensa asistir a la próxima edición del evento.



Ocupación, Visitantes y Derrama Económica

- ✓ La edición 2011 recibió a más de 70 mil visitantes, generando una derrama económica de más de \$155 millones de pesos. Estas cifras presentan incrementos de 23% y 19% respectivamente en comparación con la edición 2010.
- ✓ La ocupación promedio en ciudad de León fue de 67%. Los mejores resultados se presentaron en las categorías 4 y 5 estrellas con ocupaciones de 73% y 92% respectivamente. Se calculan 49 mil visitantes a la ciudad de León, con una derrama económica estimada cercana a los \$107 millones de pesos, que representa un incremento de 20% con respecto a la edición 2010.

Indicadores de la Actividad Turística				
Rally 2011 – del 3 al 6 de marzo				
Concepto	Suma 3 destinos	Guanajuato	León	Silao
Llegada de turistas	17,688	4,146	12,254	1,287
Turistas noche	25,971	6,641	17,399	1,930
Porcentaje de Ocupación	58.41%	41.26%	67.34%	59.94%
Estadía Promedio	1.47	1.60	1.42	1.50
Visitantes	70,752	16,586	49,017	5,149
Derrama Económica Total	\$155,261,382	\$37,187,501	\$106,717,494	\$11,356,387

Fuente: Datatur-Sectur. Estudio del Perfil del Visitante al WRC Rally Bicentenario 2011, Sedetur .

Se consideran las noches del 3al 5 de marzo.

Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo

- ✓ El 93% de los visitantes tuvo como principal motivo de visita a la ciudad el asistir al Rally 2011
- ✓ El impacto del evento en la actividad turística de los 3 destinos fue de \$145 millones de pesos en derrama económica y 66 mil visitantes.

Visitantes y Derrama Económica Estimada WRC Rally 2011 León, Guanajuato y Silao del 3 al 6 de marzo 2011		
Categoría	Total en personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5*	17,688	\$37,103,529
Turistas en otros establecimientos comerciales	4,245	\$9,177,056
Turistas en establecimientos no comerciales	14,150	\$45,595,032
Excursionistas	34,668	\$63,385,765
Totales	70,752	\$155,261,382

✓ 93% de visitantes motivados por el Rally 2011.

✓ Impacto de 66 mil visitantes y de \$145 millones de pesos en derrama económica estimada

Fuente: Sedetur, Estudio del Perfil del Visitante al WRC Rally Corona 2011. Datatur-Setur

Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye: Casa rentada, campamentos

Turistas en establecimientos no comerciales incluye: Casa propia, Familiares y amigos

Excursionista es el visitante que no pernocta en el destino

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. Irazema Álvarez Pérez,
-Jefe de Estadística e Información.
ialvarezp@guanajuato.gob.mx
- Lic. Adriana Jardon Salazar,
-Jefe de Investigación y Análisis de Mercado.
ajardon@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



