

PERFIL DEL VISITANTE E IMPACTO EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA



VISITA PAPA BENEDICTO XVI 2012

¿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.



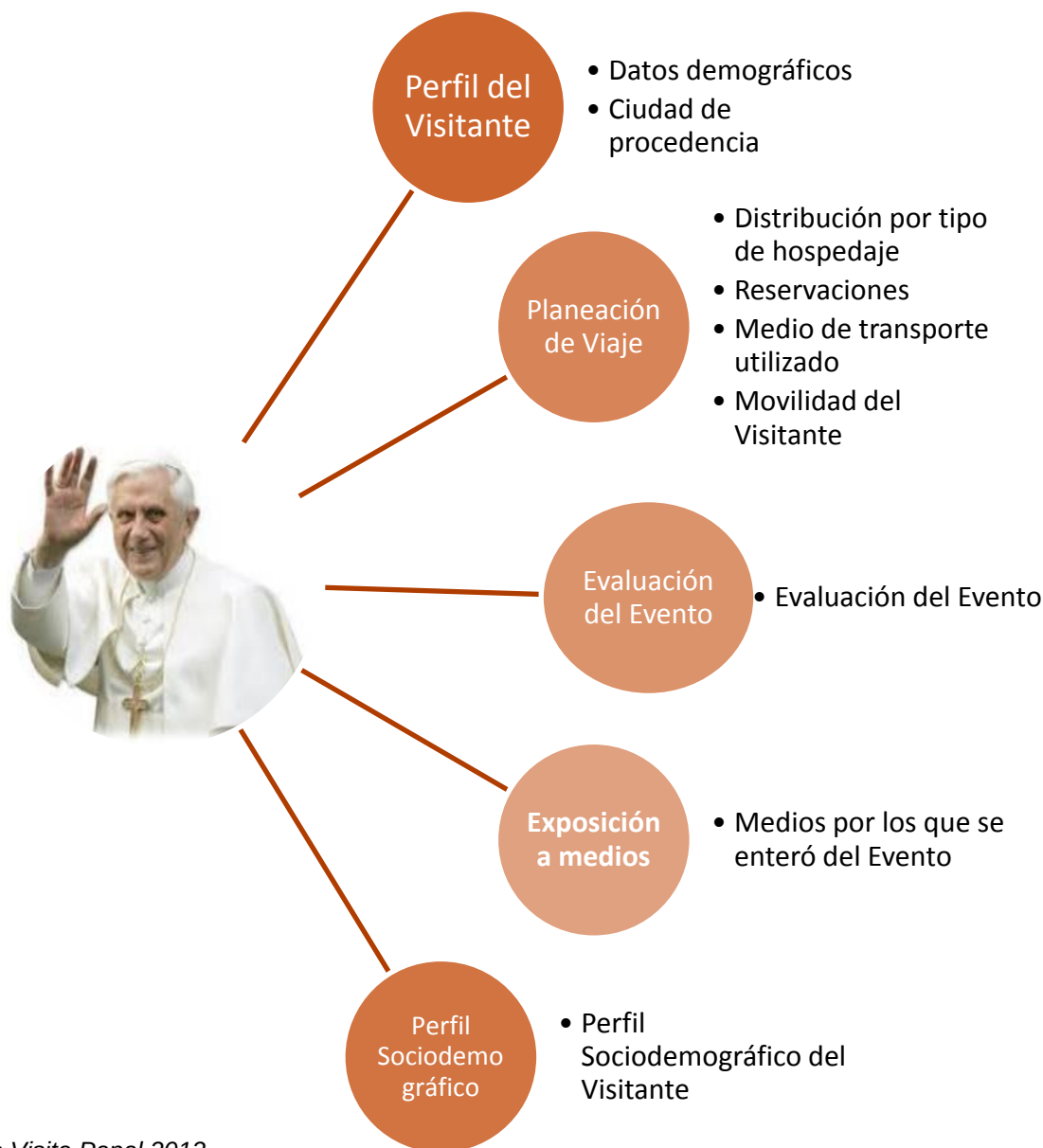
Contenido

- ▶ Metodología
- ▶ Objetivos
- ▶ Perfil del visitante
- ▶ Razón de Visita
- ▶ Evaluación de la Visita Papa 2012
- ▶ Medios de comunicación
- ▶ Distribución por tipo de hospedaje
- ▶ Medio de Transporte Utilizado
- ▶ Movilidad del Visitante
- ▶ Visitante Promedio Visita Papa 2012
- ▶ Indicadores de la Actividad Turística

Población entrevistada	Hombres y mujeres asistentes a los eventos durante la estancia de Su Santidad Benedicto XVI				
Alcance	Municipios de León, Guanajuato y Silao; en el estado de Guanajuato.				
Técnica de recolección de datos	Aleatoria simple, en zonas de afluencia.				
Segmentación de la muestra	León: 55.2%	Guanajuato:37.8%	Silao:7.0%		
Tamaño de la muestra	400 entrevistas efectivas y completas. 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.				
Nivel de confianza	95%	Margen de error	+ - 5%	Tasa de respuesta	90%



Dirección General de Planeación
 Dirección de Información y Análisis





PERFIL DEL VISITANTE

Sexo del Encuestado



Hombres

39%



Mujeres

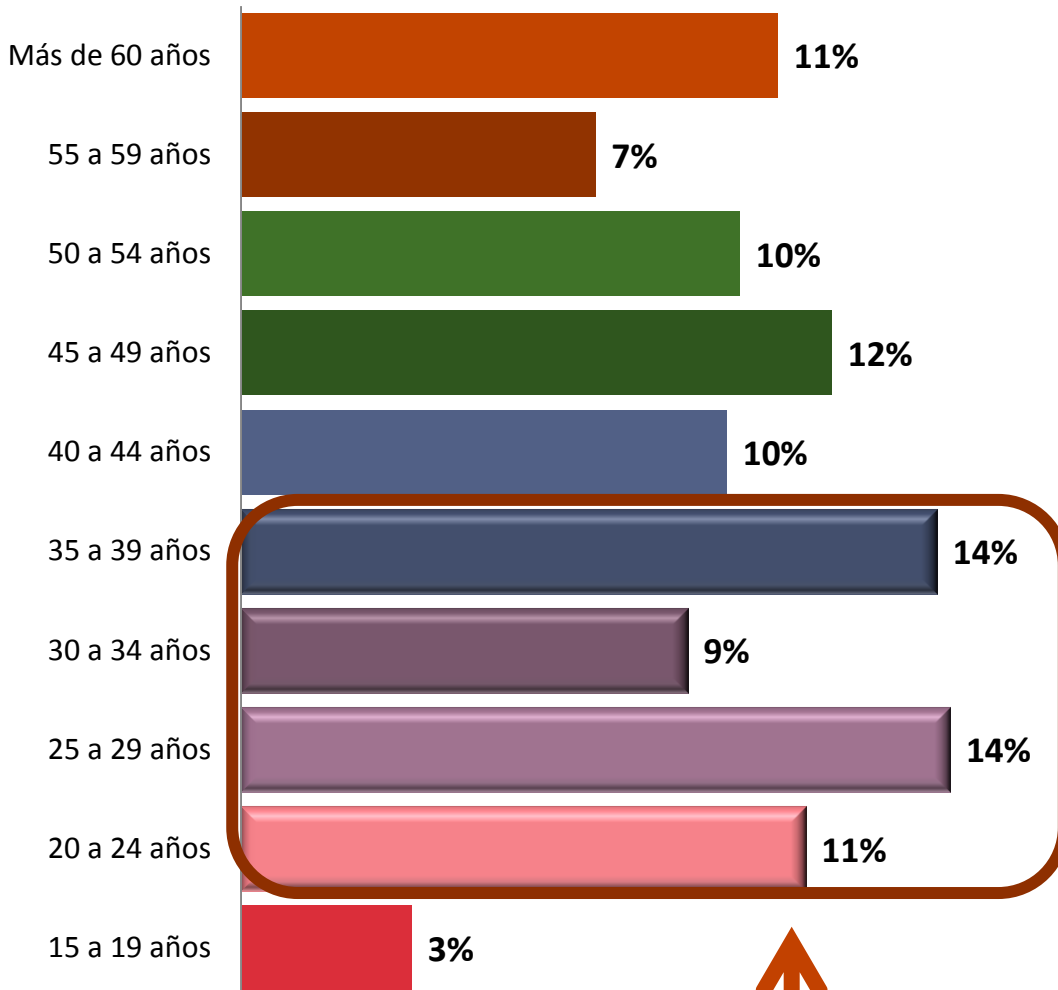
61%

40.5

años

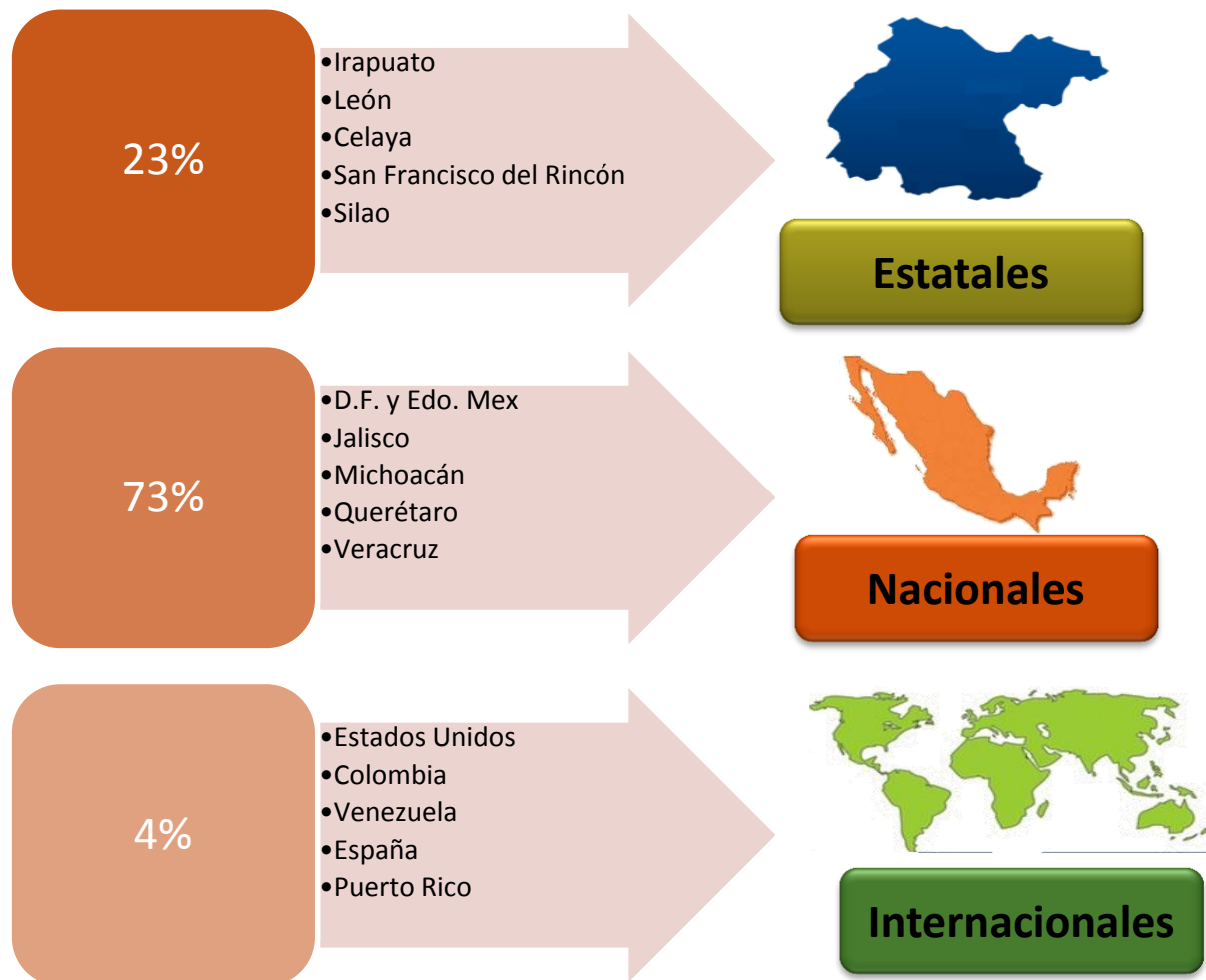
*Edad Promedio
De los visitantes al
Estado durante el
evento.*

Edad del Encuestado



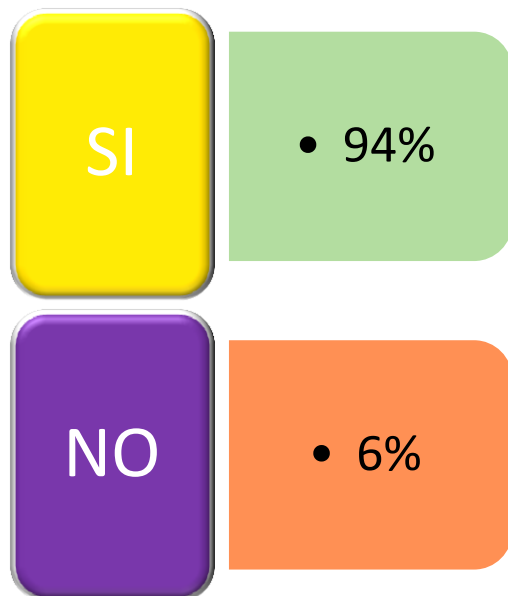
El 48% de los entrevistados que acudieron al evento están entre los 20 y 39 años de edad.

Lugar de Origen (Top 5)



Top 5

¿La visita del Papa es la razón principal de su visita?



¿Le gustó este evento?

SI

• 76%

NO

• 24%



Top 10 ¿Porqué no les gustó el evento?

Mala información	19%
Servicio de tránsito (cerraron vialidades sin previo aviso)	19%
El tiempo de espera para ver al Papa	9%
Costos elevados	9%
Mala organización	9%
Mala actitud del personal organizador	8%
La valla humana	5%
Poca señalización	4%
Mala actitud de guardias de seguridad	3%
Pocos estacionamientos	3%

Como se puede observar , menos de 20% de los encuestados hicieron comentarios no favorables en torno al evento, principalmente refiriéndose a la mala información y a que el servicio de transito cerró vialidades sin previo aviso.

¿Qué medio consultó para obtener información sobre el evento?



48%
INTERNET



36%
TELEVISIÓN



7%
FOLLETOS



6%
PERIÓDICO



5%
RECOMENDACIÓN/
AMIGOS

OTROS

Iglesia 4%

Teléfono 1%

Radio 3%

Escuela y Agencia de Viajes 1%

Call Center 2%

Revista 0.3%

¿Qué tanto le cree usted al medio en el que buscó?

MUCHO

68%

ALGO

24%

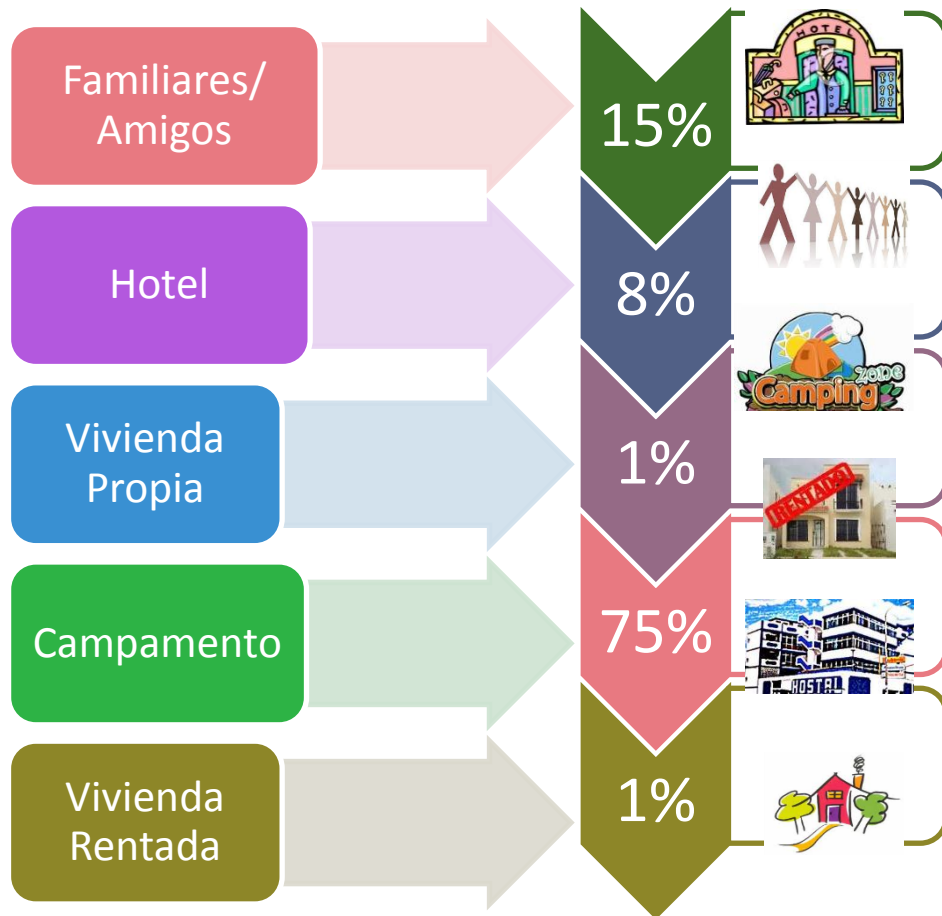
POCO

6%

NADA

2%

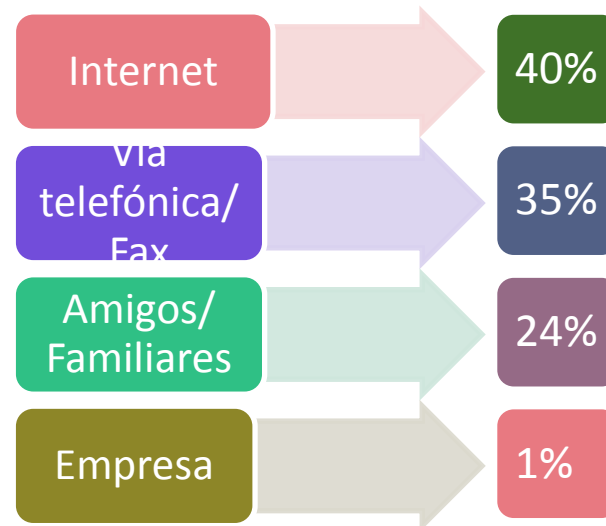
¿Dónde se está hospedando o se hospedará?



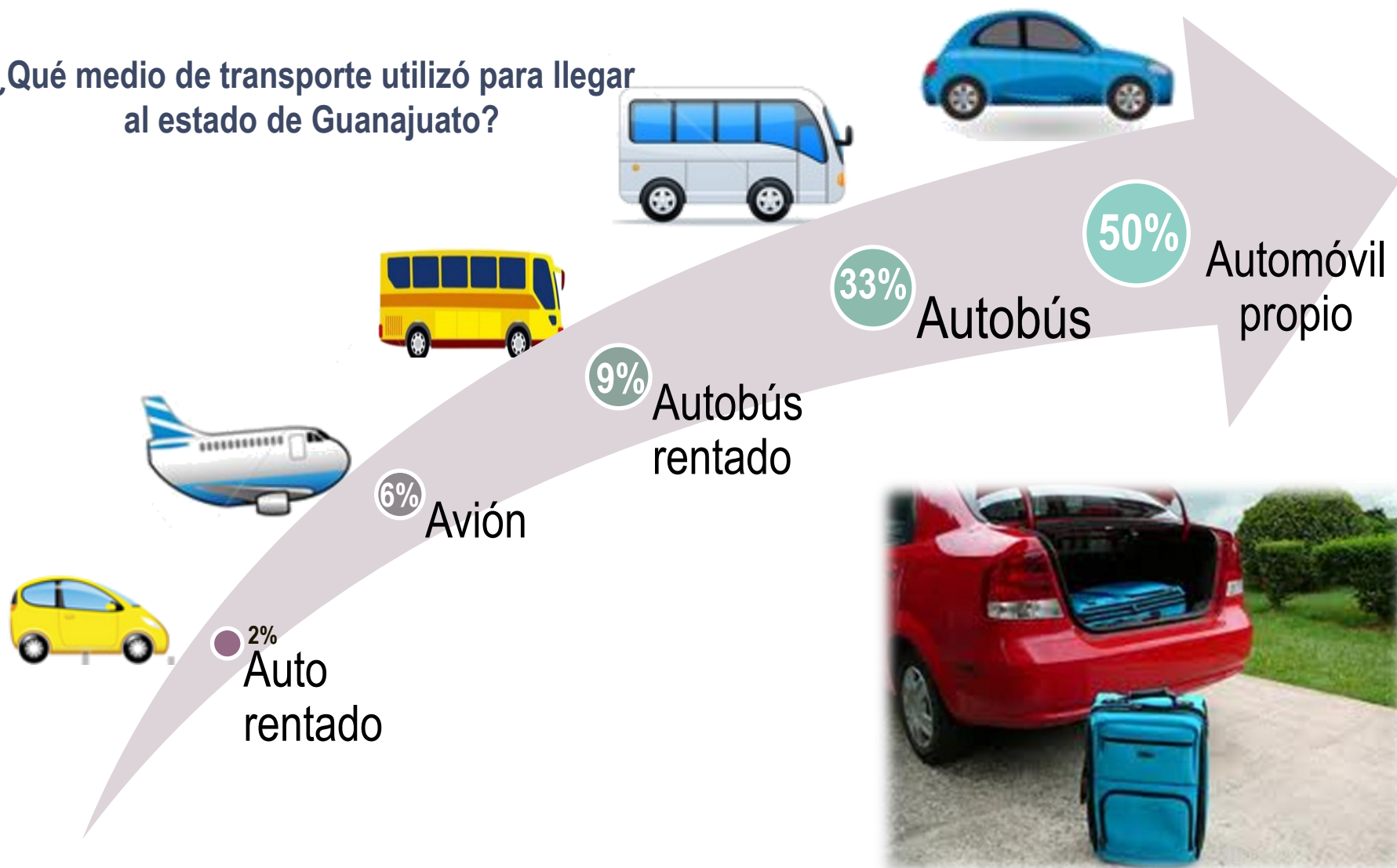
¿Hizo reservación?

- Si 53%
- No 47%

¿Cómo realizó su reservación?



¿Qué medio de transporte utilizó para llegar al estado de Guanajuato?



Ya terminado el evento del Papa:

¿Planea quedarse más días en el estado de Guanajuato ya sea para conocer más ciudades, hacer compras o por trabajo?

SI

• 20%

NO

• 80%

¿Qué ciudades planea conocer?

LEÓN

20%

Guanajuato

10%

Irapuato

10%

Silao

5%

Purísima

5%

Acámbaro

5%

Atarjea

GUANAJUATO

25%

León

10%

Silao

5%

Salamanca

5%

Irapuato

SILAO

5%

Guanajuato

PERFIL	Visita Papa 2012
Edad Promedio	40.5 años
Grado de estudios	Universidad
Procedencia	Df y Edo. Mex.
Acompañado por	Familia
Medio de transporte	Auto propio
Motivo adicional	Compras
Ingreso	De \$7,100 a \$12,199 (D+)
Gustó	Sí 76%
Evaluación de evento	8.1
Medio por el cual consultó el evento	Internet
Se hospedara en la ciudad	66%
Principal lugar de hospedaje (ciudad)	Hotel
Principal lugar de hospedaje (evento)	Familiares / Amigos
Si se hospeda una noche en hotel gastará	\$1,704.52
Planeación de viaje	Menos de una semana/ 1 a 3 meses



Visitante Promedio por Sedes

	SEDE León	SEDE Guanajuato	SEDE Silao
Edad Promedio	41 años	30 años	40 años
Grado de estudios	Preparatoria	Universidad	Preparatoria
Procedencia	Distrito Federal	Distrito Federal	Distrito Federal
Acompañado por	Familia	Familia	Familia
Medio de transporte	Auto Propio	Auto propio	Auto propio
Motivo adicional	Turismo	Visitar familia	Trabajo
Ingreso	\$7,100 a \$12,199 (D+)	\$7,100 a \$12,199 (D+)	\$7,100 a \$12,199 (D+)
Gustó	Si 78%	Sí 75%	Si 70%
Evaluación de evento	8.1	8.1	7.8
Medio por el cual consultó el evento	Televisión	Internet	Internet
Se hospedara en la ciudad	Si 72%	Sí 54%	Sí 63%
Principal lugar de hospedaje (ciudad)	Familia/amigos	Hotel	Hotel
Principal lugar de hospedaje (evento)	Familia/amigos	Hotel	Familia/amigos
Si se hospeda una noche en hotel gastará	\$1,968.76	\$1,568.05	\$1,489.54
Planeación de viaje	Menos de una semana/ 1 a 3 meses	Menos de una semana/1 a 3 meses	Menos de una semana/1 a 3 meses



INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

Guanajuato Capital

La derrama económica generada por más de **20 mil visitantes** en **Guanajuato Capital** se estima cercana a los **\$38 millones de pesos**.

Estimación de Visitantes y Derrama Económica Estimada Guanajuato Capital 23 al 26 de marzo 2012		
Categoría	Total en personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5*	5,797	\$15,302,939
Turistas en otros establecimientos comerciales	1,697	\$4,841,232
Turistas en establecimientos no comerciales	3,393	\$5,670,485
Excursionistas	9,472	\$11,977,799
Totales	20,359	\$37,792,455

Fuente: Datatur-Sectur, Estudio del Perfil del Visitante al Evento 2012

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Casa rentada y campamentos

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

Se considera excursionista al visitante que no pernocta en el destino.

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

Guanajuato Capital
Llegada de Turistas 1 a 5 *
6 mil personas
Ocupación Hotelera
43%
Visitantes
20 mil personas
Derrama Económica
\$37.7 millones de pesos

En León se estima una derrama económica superior a los \$122 millones de pesos generada por más de 60 mil visitantes.

Estimación de Visitantes y Derrama Económica Estimada León 23 al 26 de marzo 2012		
Categoría	Total en personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5*	13,932	\$47,482,822
Turistas en otros establecimientos comerciales	2,668	5,843,170
Turistas en establecimientos no comerciales	26,086	\$52,912,953
Excursionistas	17,786	\$15,903,575
Totales	60,473	\$122,142,520

Fuente: Datatur-Sectur, Estudio del Perfil del Visitante al Evento 2012

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Casa rentada y campamentos

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

Se considera excursionista al visitante que no pernocta en el destino.

León

Llegada de Turistas 1 a 5 *
14 mil personas

Ocupación Hotelera
62%

Visitantes
60 mil personas

Derrama Económica
\$122 millones de pesos

Silao recibió a más de **563 mil visitantes**, los cuales generaron una derrama económica cercana a los **\$469 millones de pesos**.

Estimación de Visitantes y Derrama Económica Estimada Silao 23 al 26 de marzo 2012		
Categoría	Total en personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5*	1,977	\$7,688,380
Turistas en establecimientos no comerciales	215,537	\$45,850,010
Excursionistas	345,859	\$415,262,984
Totales	563,374	\$468,801,374

Fuente: Datatur-Sectur, Estudio del Perfil del Visitante al Evento 2012

Turistas en establecimientos no comerciales incluye las categorías: Campamentos y Familiares y amigos

Se considera excursionista al visitante que no pernocta en el destino.

Silao

Llegada de Turistas 1 a 5 *
2 mil personas

Ocupación Hotelera
82%

Visitantes
563 mil personas

Derrama Económica
\$468.8 millones de pesos

Principales Destinos

Durante los días de la Visita Papal los 7 principales destinos del Estado recibieron cerca de **689 mil visitantes**, los cuales generaron una derrama económica estimada de más de **\$719 millones de pesos**



Indicadores de la Actividad Turística Establecimiento de Hospedaje 1 a 5 estrellas VISITA PAPAL - 23 al 26 de marzo 2012

Indicador	Celaya	Guanajuato	Irapuato	León	Salamanca	San Miguel de Allende	Silao	7 destinos
Llegada de turistas	3,304	5,797	5,201	13,932	1,120	3,791	1,977	35,123
Turistas Noche	4,551	9,759	6,855	24,118	2,022	6,140	5,162	58,607
Ocupación	38%	43%	63%	62%	57%	50%	82%	55%
Estadía	1.38	1.68	1.32	1.73	1.80	1.62	2.61	1.67
Densidad	1.53	2.09	1.80	1.83	1.63	1.76	1.94	1.83
Visitantes	10,582	20,359	18,084	60,473	3,259	12,595	563,374	688,724
Derrama Económica Visitantes	\$15,634,748	\$37,792,455	\$23,944,493	\$122,142,520	\$4,829,283	\$46,284,875	\$468,801,374	\$719,429,746

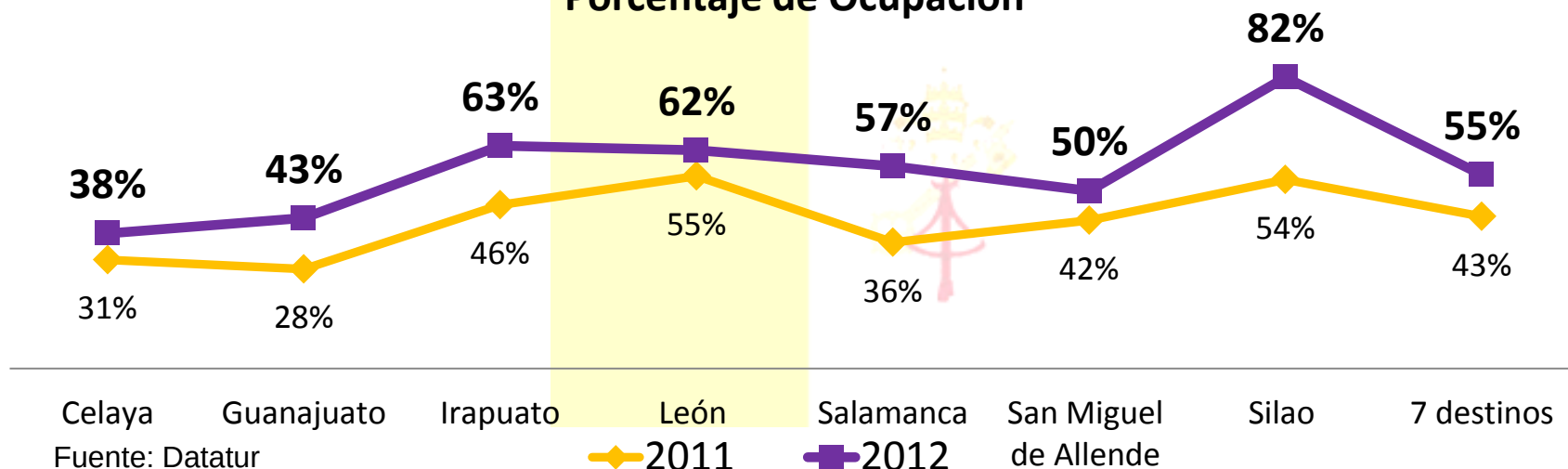
Fuente: Sedetur, Datatur, Perfil del Visitante al Evento 2012 y Destinos 2011

Se consideran las noches del 22 al 25 de marzo de 2012, Las cantidades pueden variar con el total global debido al redondeo de cifras decimales

Dirección General de Planeación
 Dirección de Información y Análisis

Ocupación Hotelera

Porcentaje de Ocupación



Ocupación Hotelera 23 al 26 de Marzo			
Destino	2011	2012	Variación
Celaya	31%	38%	24%
Guanajuato	28%	43%	51%
Irapuato	46%	63%	36%
León	55%	62%	13%
Salamanca	36%	57%	61%
San Miguel de Allende	42%	50%	20%
Silao	54%	82%	54%
7 destinos	43%	55%	27%

Fuente: Datatur, Sedetur, Datos proyectados al total de la oferta hotelera con base en indicadores Datatur

Se consideran las noches del 24 al 27 de marzo 2011, y del 22 al 25 de marzo en 2012

- La ocupación hotelera en los destinos del Estado presentó incrementos sobresalientes
- Los 7 destinos mostraron una ocupación promedio de 55% con un incremento del 27% con relación a 2011

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



