



# Perfil del Visitante e Impacto en la Actividad Turística Rally Guanajuato México 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
- ▶ Asistencia al Rally Guanajuato México 2012
- ▶ Diferencias con la edición anterior
- ▶ Razón de Visita
- ▶ Evaluación del Rally Guanajuato México 2012
- ▶ Medios de comunicación
- ▶ Distribución por tipo de hospedaje
- ▶ Medio de Transporte Utilizado
- ▶ Movilidad del Visitante
- ▶ Experiencia de Viaje
- ▶ Visitante Promedio Rally Guanajuato México 2012
- ▶ Indicadores de la Actividad Turística



POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO:	Personas asistentes al Rally Guanajuato 2012, mayores de edad, que no sean residentes de la ciudad de levantamiento y hayan visitado algún evento del programa
FECHA DE LEVANTAMIENTO:	8 al 11 de marzo de 2012 durante eventos del Rally Guanajuato 2012. 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.
TAMAÑO MUESTRA:	300 encuestas aplicadas.
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	Cara a cara Encuesta Personal - Intercepción en eventos programados dentro del itinerario del Rally- (Alhóndiga de Granaditas, Pastitos, Poliforum, Autódromo, rutas y Foro del Lago).
ERROR MUESTRAL Y NIVEL DE CONFIANZA:	Considerando un nivel de confianza del 95%, el error de muestreo estimado es de <u>+5.66%</u>



# Objetivos



Conocer el perfil del visitante al Rally Guanajuato México 2012

Conocer las variables de clasificación del visitante, perfil socio-demográfico: (edad, sexo, ocupación, etc.) y su perfil psicográfico (índice de satisfacción, planeación de viaje, gasto planeado, etc.).

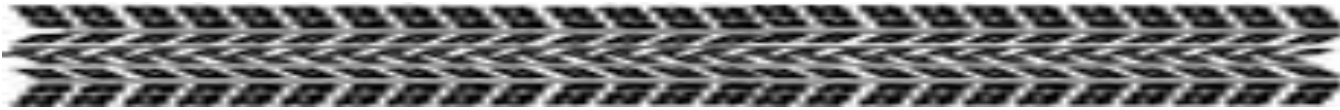
Conocer el grado de satisfacción del visitante local, estatal, nacional e internacional con el Rally Guanajuato México 2012

Detectar áreas de oportunidad para elaborar estrategias de desarrollo y apoyo al evento.

Conocer el impacto que tiene la publicidad (TV, espectaculares, radio, medios impresos, etc.), para visitar el Rally Guanajuato México 2012

Conocer la percepción que los visitantes tienen de las tarifas del evento y el impacto que tiene el evento en la actividad turística del estado de Guanajuato.

# Perfil del Visitante



# Sexo y Edad

## Sexo del Encuestado



Hombres

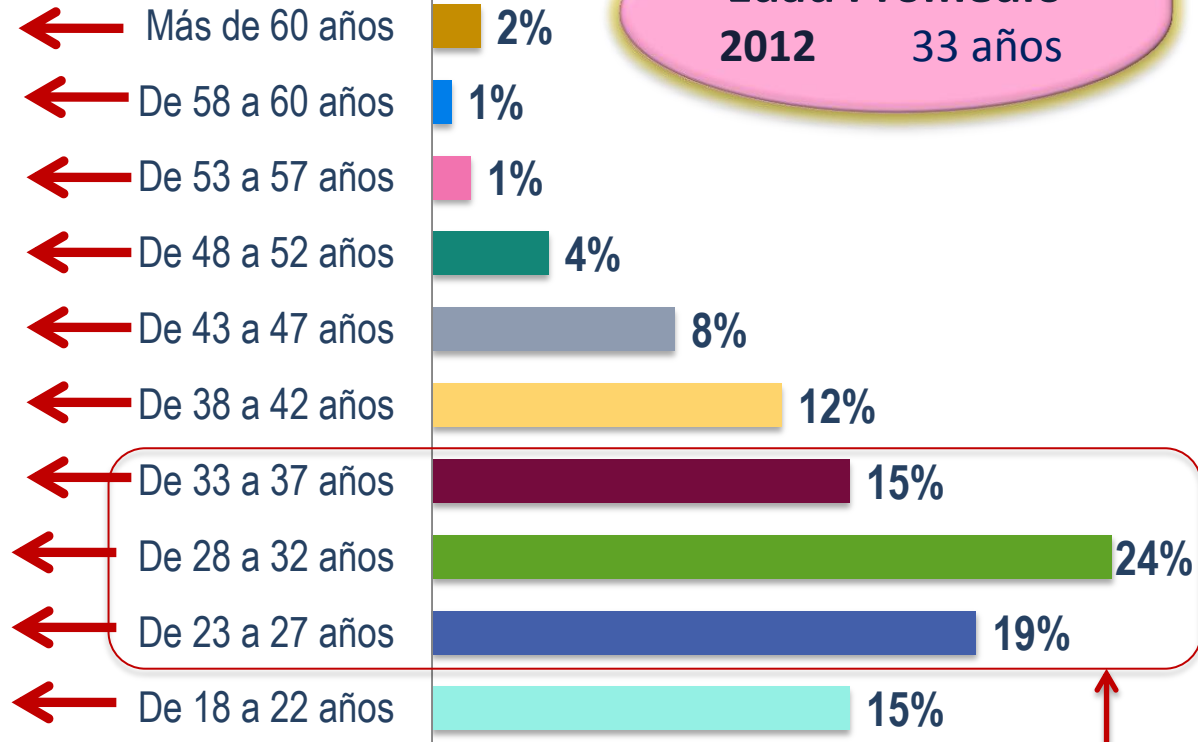
**77%**



Mujeres

**23%**

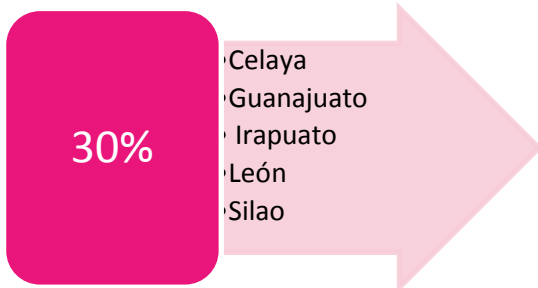
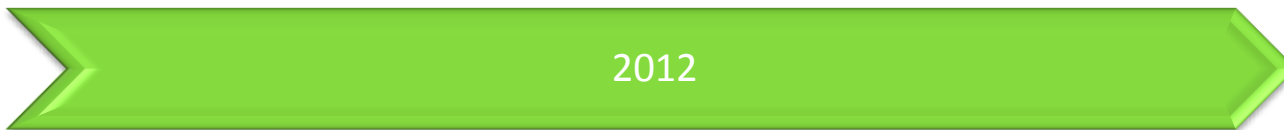
## Edad del Encuestado



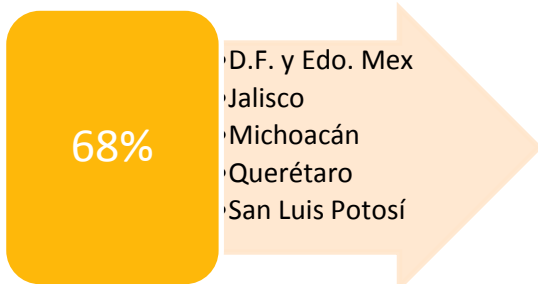
**Edad Promedio**  
2012 33 años

**El 58% de los visitantes se encuentra entre los 23 y los 37 años de edad.**

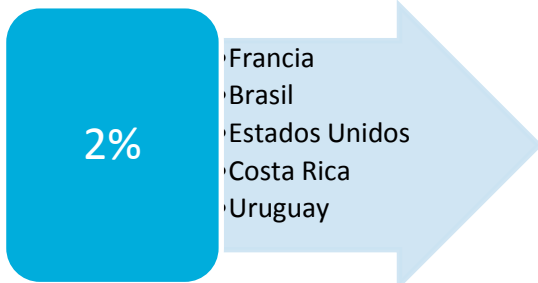
# Lugar de Origen (Top 5)



**Estatales**



**Nacionales**



**Internacionales**

## ¿Es la primera vez que visita el Rally?

2012

SI

• 30%

NO

• 70%

Se puede observar una tasa de retorno alta, dado que el 70% ya había estado en el evento.

## Promedio de Visitas al Rally

4  
VECES



# Diferencias del Evento



¿Hay algo nuevo o diferente que haya notado en esta edición del evento en comparación con las ediciones pasadas?

La mejoría de la organización, la seguridad y las nuevas rutas fueron algunas de las características diferentes a otras ediciones.



# Razón de Visita



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

Top 5



# Evaluación del Rally

## (Top 5)



¿Qué es lo que **MÁS** le ha gustado?



**Nota: Suma de menciones por lo que puede superar el 100%**

# Evaluación del Rally

## (Top 5)

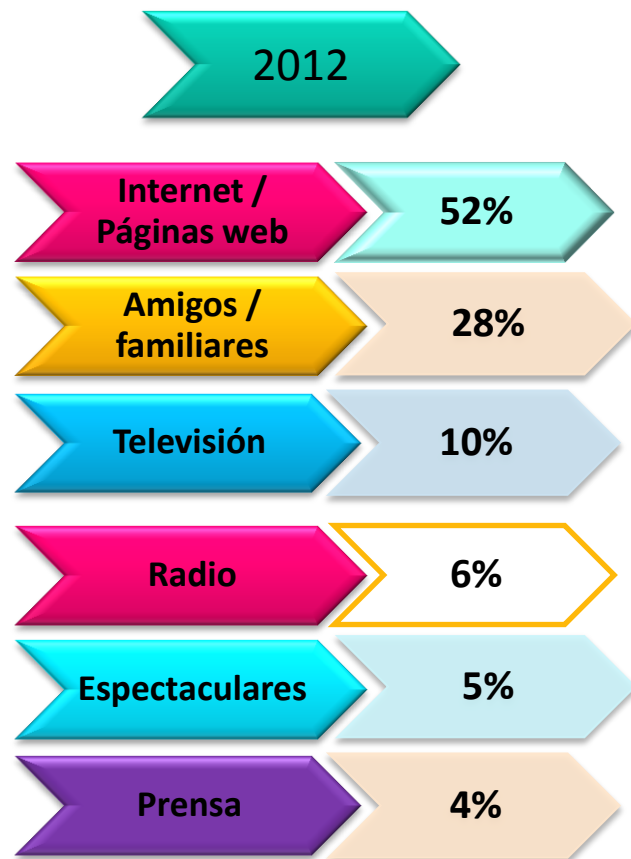


¿Existe algo que NO le ha gustado?



**Nota: Suma de menciones por lo que puede superar el 100%**

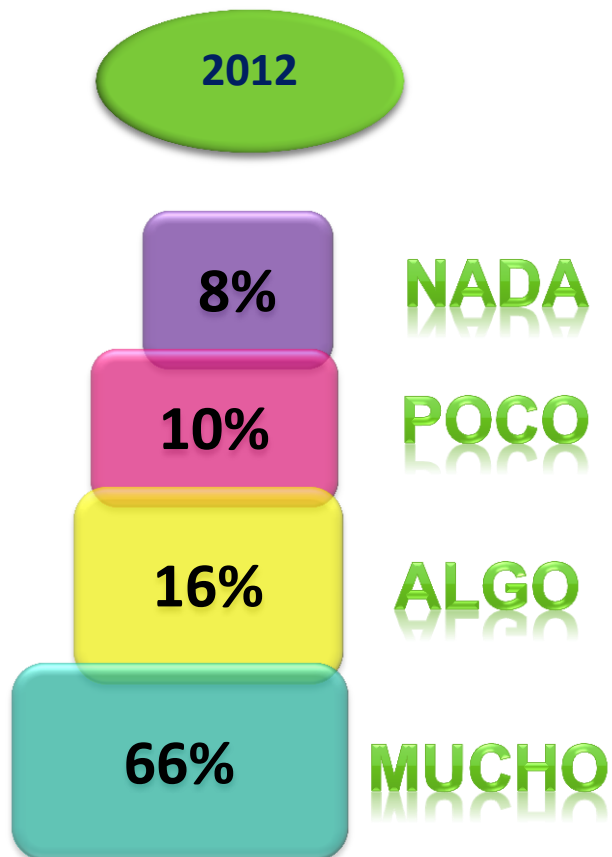
## ¿De qué manera se enteró del evento?



**Nota: Suma de menciones por lo que puede superar el 100%**

Nuevamente el internet para esta edición es el medio por el que más visitantes se enteraron del evento, es importante seguir teniendo presencia en este medio para futuras ediciones.

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



¿Qué empresas o marcas patrocinadoras del Rally recuerda en este momento?

TOP TEN

Marca	2012
Corona	63%
Monster	49%
VW	2%
Telmex	19%
DC	14%
Ford	11%
Nokia	10%
Red Bull	8%
Space	5%
Michelin	5%

# Distribución por tipo de Hospedaje

¿Dónde se está hospedando o se hospedará?



¿Hizo reservación?

- Si 72%
- No 28%

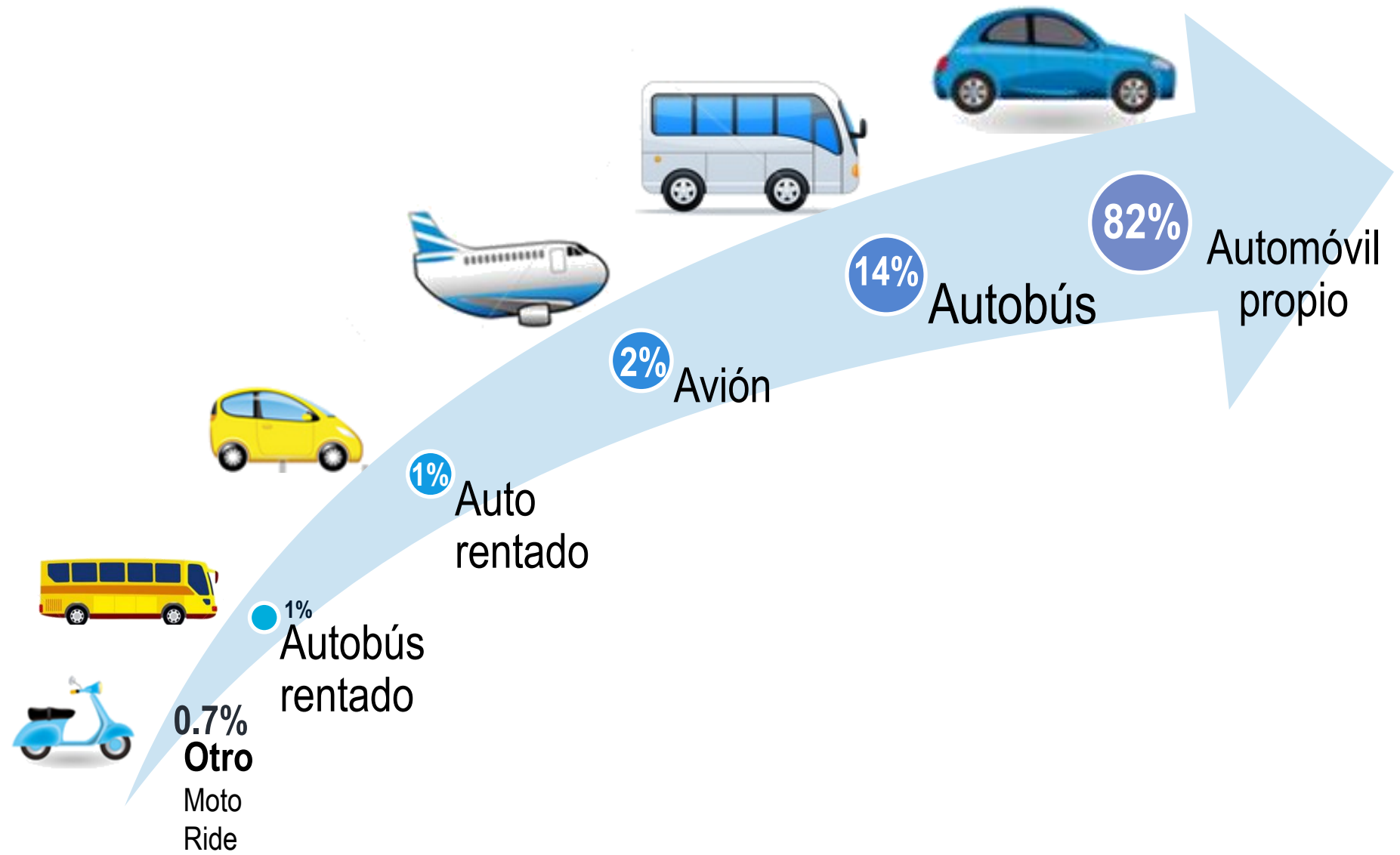


2012

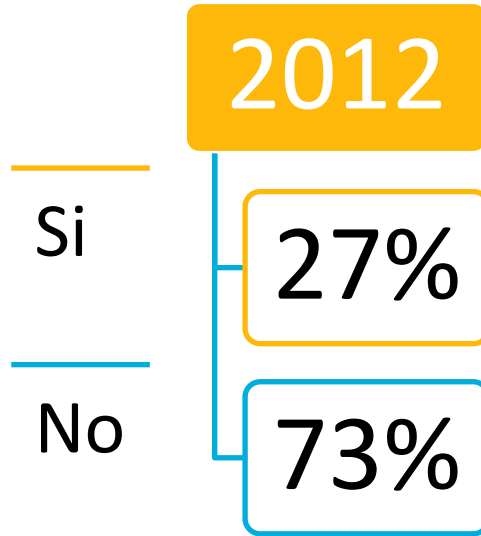
¿Cómo realizó su reservación?



# Medio de Transporte utilizado



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



Ciudades →



**Nota:** "Otras" incluye destinos como San Miguel de Allende, Dolores Hidalgo e Irapuato.



Regresará a la próxima edición del Rally

2012

**SI**

• 94%

**NO**

• 4%

**No sabe**

• 2%

**SÍ**

**NO**

**NO SABE**

¿Por qué? Top 5

•Porque le gustó	37%	2 0 1 2
•Por afición	30%	
•Por el espectáculo	7%	
•Por ambiente / diversión	5%	
•Por ser algo diferente	4%	

•No soy muy aficionado	40%	2 0 1 2
•Por estudios	20%	
•No le gustó	20%	
•Falta de sanitarios	20%	

•Sólo si le toca venir **100%**

# Visitante Promedio al Rally



	Rally 2012
Edad Promedio	33 años
Grado de estudios	Universidad
Ocupación	Empleado de empresa privada
Procedencia	Cd. de México
Acompañado por	Familiares
Medio de transporte	Automóvil
Motivo	Asistir al evento
Eventos anteriores	4 veces
Ingreso	\$12,200 a \$36,699
Gustó	Ceremonia de inicio
Evaluación de evento	8.5
Medio por el cual se entero del evento	Internet
Se hospedara en la ciudad	Si
Principal lugar de hospedaje	Hotel
Si se hospeda una noche en hotel gastará	\$1,757 por persona
Experiencia del viaje	Valió lo que gastó
Regresara al próximo evento	Si

# Visitante Promedio al Rally



2012	Ruta	Autódromo	Ceremonia inauguración/Poliforum
Edad Promedio	31 años	33 años	32 años
Grado de estudios	Universidad	Universidad	Universidad
Ocupación	Empleado de empresa privada	Empleado de empresa privada	Empleado de empresa privada
Procedencia	Cd. de México	Cd. de México	Cd. de México
Acompañado por	Familia	Pareja/Familia	Familia
Medio de transporte	Automóvil	Automóvil	Automóvil
Motivo	Evento	Evento	Evento
Eventos anteriores	4	4	4
Ingreso	\$13,200 a \$39,699	\$7,700 a \$39,699	\$13,200 a \$39,699
Gustó	Presentación de autos	Presentación de autos	Ceremonia de inauguración
Evaluación de evento	Excelente	Bueno	Bueno
Medio por el cual se entero del evento	Internet	Internet	Internet
Se hospedara en la ciudad	Si	Si	Si
Estadía	2 días	2 días	3 días
Gasto por día	\$1,063	\$1,634	\$1,637
Experiencia del viaje	Valió lo que gasto	Valió lo que gasto	Valió lo que gasto
Regresara al próximo evento	Si	Si	Si



# Indicadores de la Actividad Turística 2012

# Ocupación, Visitantes y Derrama Económica

- ✓ La edición del WRC Rally México 2012 recibió a más de 75 mil visitantes, generando una derrama económica superior a los \$163 millones de pesos.
- ✓ La ocupación promedio en ciudad de León fue de 76%. Los mejores resultados se presentaron en las categorías 4 y 5 estrellas con ocupaciones de 89% y 96% respectivamente. Se calculan 52 mil visitantes a la ciudad de León, con una derrama económica estimada superior a los \$110 millones de pesos.

Indicadores de la Actividad Turística				
Rally 2012 – del 8 al 11 de marzo				
Concepto	Suma 3 destinos	Guanajuato	León	Silao
Llegada de turistas	<b>20,388</b>	4,686	14,152	1,549
Turistas noche	<b>31,504</b>	7,999	20,151	3,354
Porcentaje de Ocupación	<b>68.30%</b>	49.66%	75.81%	83.25%
Estadía Promedio	<b>1.55</b>	1.71	1.42	2.16
Visitantes	<b>75,286</b>	17,304	52,261	5,722
Derrama Económica Total	<b>\$163,164,559</b>	\$38,834,126	\$110,244,809	\$14,085,624

Fuente: Datatur-Sector. Estudio del Perfil del Visitante al WRC Rally 2012.

Se consideran las noches del 8 al 10 de marzo.

Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo

## Impacto del Evento

- ✓ El 92% de los visitantes tuvo como principal motivo de visita a la ciudad el asistir al Rally 2012
- ✓ El impacto del evento en la actividad turística de los 3 destinos fue de \$150 millones de pesos en derrama económica y 69 mil visitantes.

Visitantes y Derrama Económica Estimada WRC Rally 2012 León, Guanajuato y Silao del 8 al 11 de marzo 2012		
Categoría	Total en personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5*	20,388	\$55,347,656
Turistas en otros establecimientos comerciales	8,393	\$17,216,268
Turistas en establecimientos no comerciales	11,700	\$30,264,081
Excursionistas	34,805	\$60,336,555
<b>Totales</b>	<b>75,286</b>	<b>\$163,164,559</b>

✓ 92% de visitantes motivados por el Rally 2012.

✓ Impacto de 69 mil visitantes y de \$150 millones de pesos en derrama económica estimada

Fuente: Sedetur, Estudio del Perfil del Visitante al WRC Rally Corona 2012. Datatur-Sectur

Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye: Campamentos

Turistas en establecimientos no comerciales: Familiares y amigos

Excursionista es el visitante que no pernocta en el destino

## Para mayor información:

### Contacto

- Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández, Director General de Planeación.

[rcardenas@guanajuato.gob.mx](mailto:rcardenas@guanajuato.gob.mx)

- Lic. Claudia Avalos Betancourt, Directora de Información y Análisis.

[cavalosb@guanajuato.gob.mx](mailto:cavalosb@guanajuato.gob.mx)

- Lic. Irazema Álvarez Pérez, Jefe de Estadística e Información.

[ialvarezp@guanajuato.gob.mx](mailto:ialvarezp@guanajuato.gob.mx)

- Lic. Adriana Jardón Salazar, Jefe de Investigación y Análisis de Mercado.

[ajardon@guanajuato.gob.mx](mailto: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



