

PERFIL DEL VISITANTE A LA CIUDAD DE GUANAJUATO 2011



¿Qué es el Estudio del Perfil del Visitante al Estado de 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 al Estado de Guanajuato y que generen 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.



Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

Contenido

- Metodología
- Lugares de Levantamiento
- Perfil General
- Procedencia del Visitante
- Movilidad del Visitante
- Distribución del Visitante
- Medio por el que realizó reservaciones
- Medio de Transporte utilizado
- Motivo de Visita
- Experiencia de Viaje
- Exposición a la Publicidad del Destino
- Visitante Promedio
- Indicadores de la Actividad Turística



TIPO DE ENTREVISTA

Cara a cara

MUESTRA

Total entrevistas efectivas 2,437 ; levantadas en la ciudad de Guanajuato y eventos: FIC, GIFF, Madrid Fusión y WRC Rally, a turistas y excursionistas, con un nivel de confianza del 95% y error del $\pm 5\%$

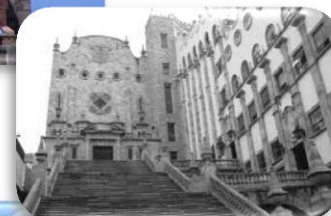
PÚBLICO OBJETIVO

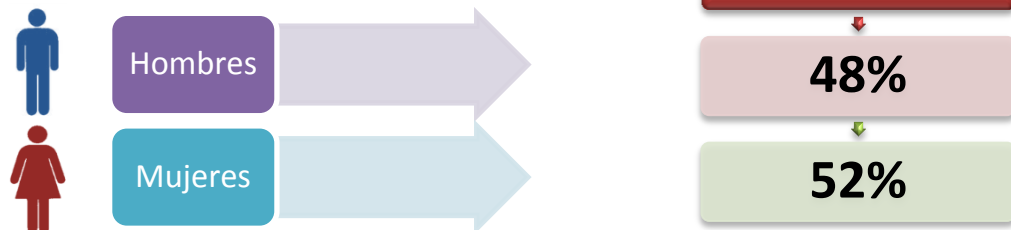
Viajeros, hombres y mujeres mayores de 18 años de edad, que no residan ni trabajen en el destino donde se realiza la entrevista y que hayan permanecido al menos 3 horas en el destino.

FECHA DE LEVANTAMIENTO

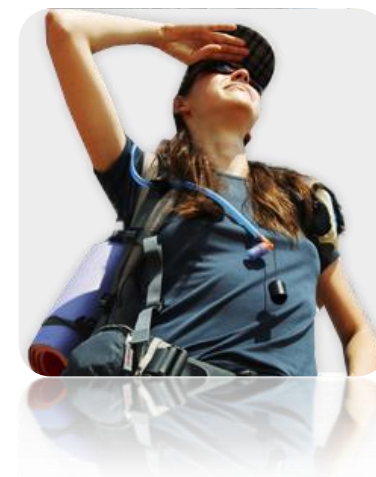
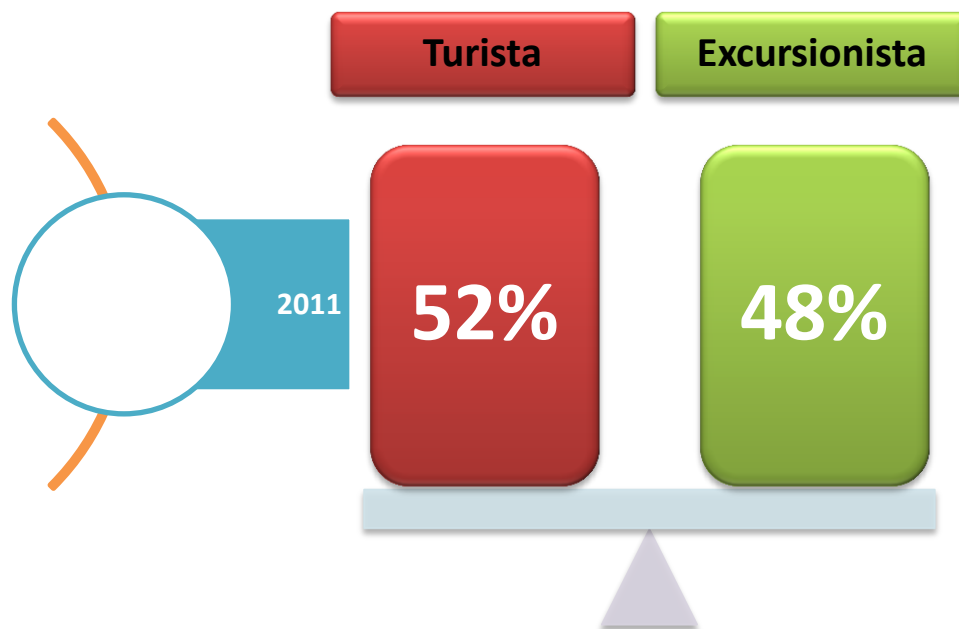
Del 4 de Febrero al 31 de Diciembre de 2011. Realizado por una agencia de investigación de mercados contratada por la Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato. La empresa codifica, captura y elabora reporte de resultados.

- δ Alhóndiga de Granaditas
- δ Área de Valenciana
- δ Centro de Interpretación
- δ Pípila
- δ Museo de las Momias
- δ Funicular
- δ Teatro Juárez
- δ Museo Iconográfico
- δ Plaza de la Paz
- δ Presa de la Olla
- δ Universidad de Guanajuato
- δ Museo Diego Rivera
- δ Museo de Historia Natural
- δ Mercado Hidalgo
- δ Teatro Principal
- δ Callejón del Beso
- δ Teatro Cervantes
- δ Templos y Parroquias

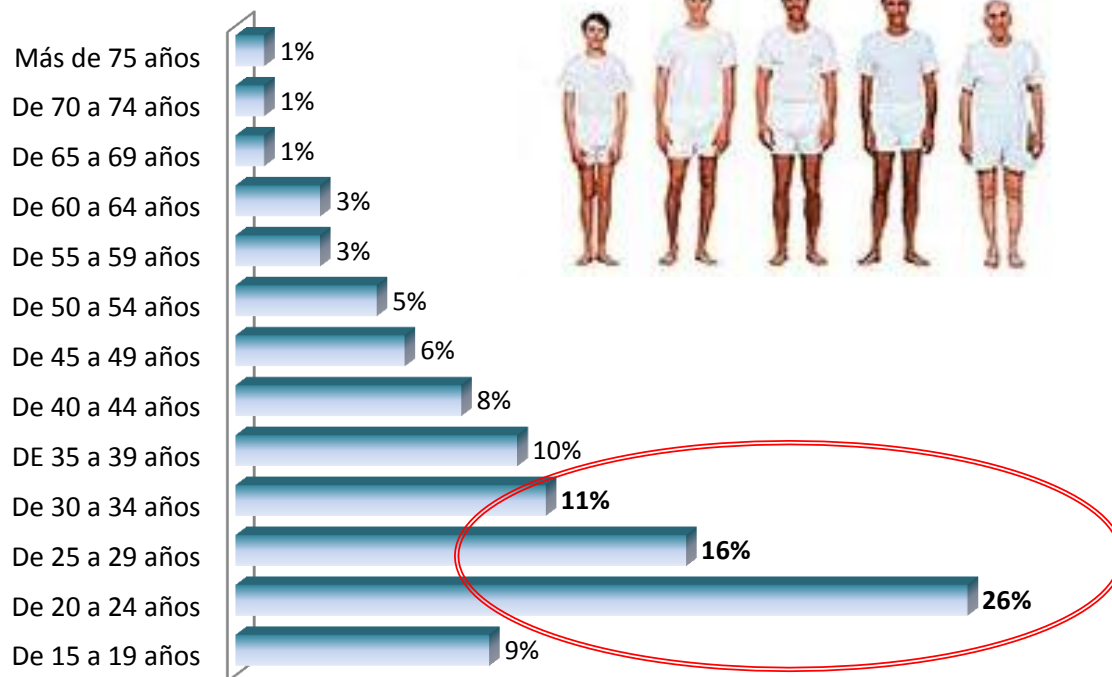




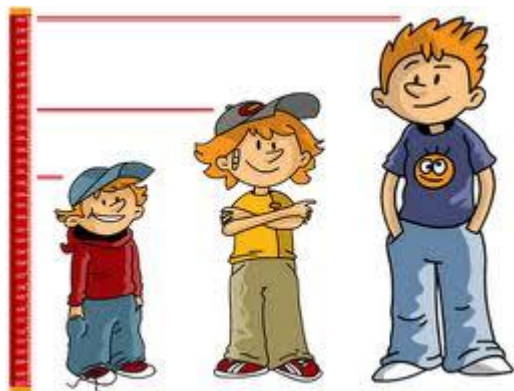
-- Distribución del visitante --



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)



El 53% de los visitantes son adultos jóvenes entre 20 y 34 años de edad, seguido de los adultos y adultos mayores con el 32%, por lo que es importante contar con productos y actividades que satisfagan las necesidades de este mercado.

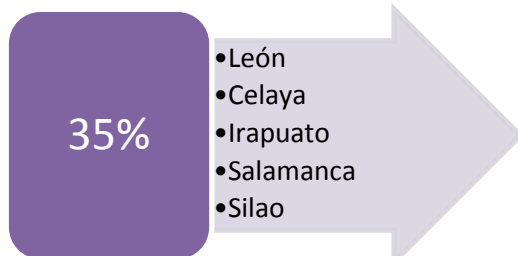


Edad Promedio

2011



33 años



Estatales



Nacionales



Internacionales



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



El 25% de los visitantes en 2011 mencionó que visitó o visitará otros destinos, los cuales principalmente se encuentran en el Estado, pudiéndose observar el interés y preferencia por las diversas actividades y atractivos con los que cuenta Guanajuato.



¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?

2011

León

San Miguel de Allende

Dolores Hidalgo

Querétaro



Tipo de Hospedaje



Hotel
 Casa de familiares
 Casa rentada
 Casa propia
 Hostal/posada
 Campamento
 Excursionista

2011

30%

17%

1%

1%

2%

1%

48%



Dirección General de Planeación
 Dirección de Información y Análisis

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)

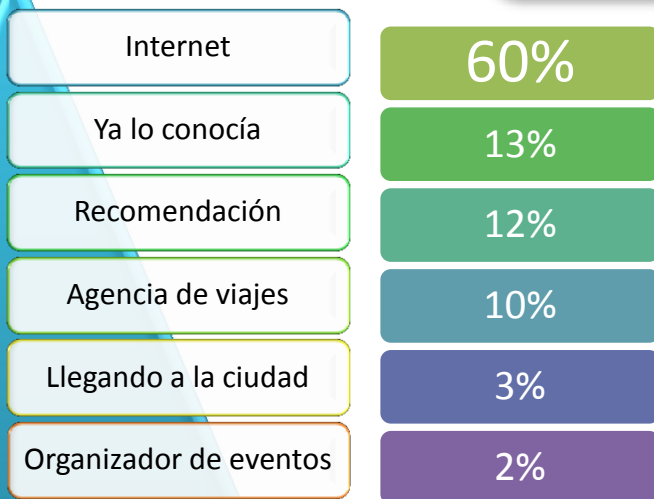
¿Hizo reservación?

- Si 53%
- No 47%

2011

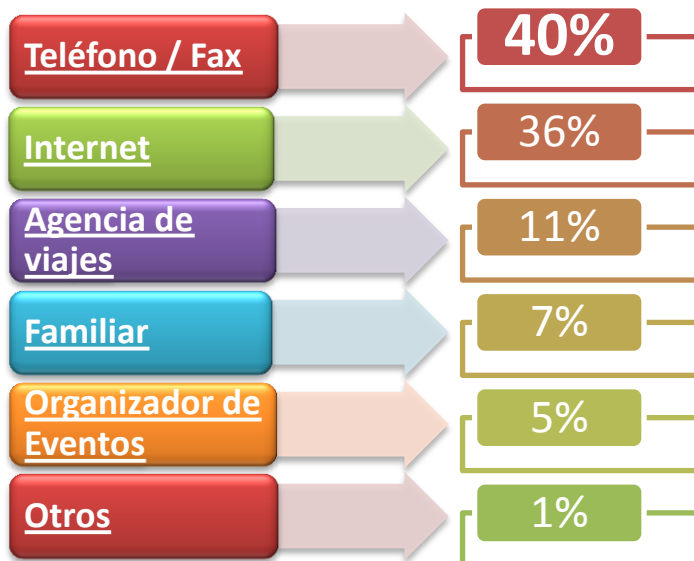


¿Dónde o cómo se enteró del hotel donde se hospeda u hospedará?

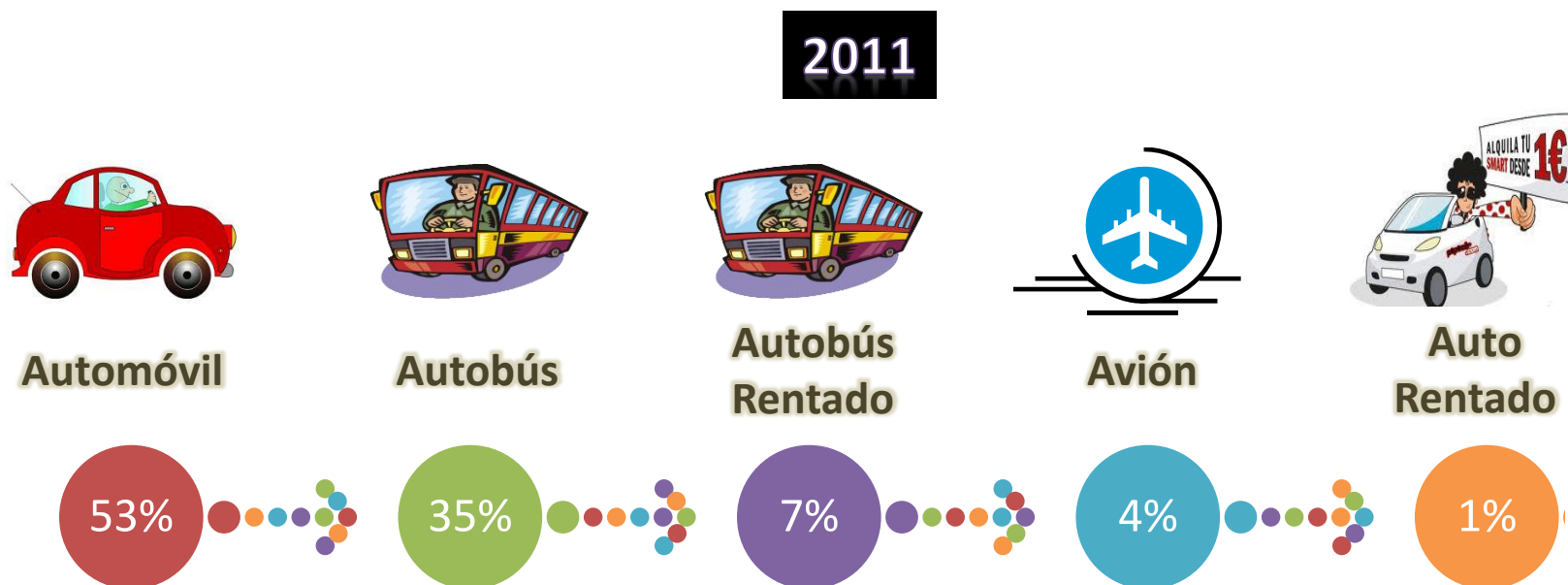


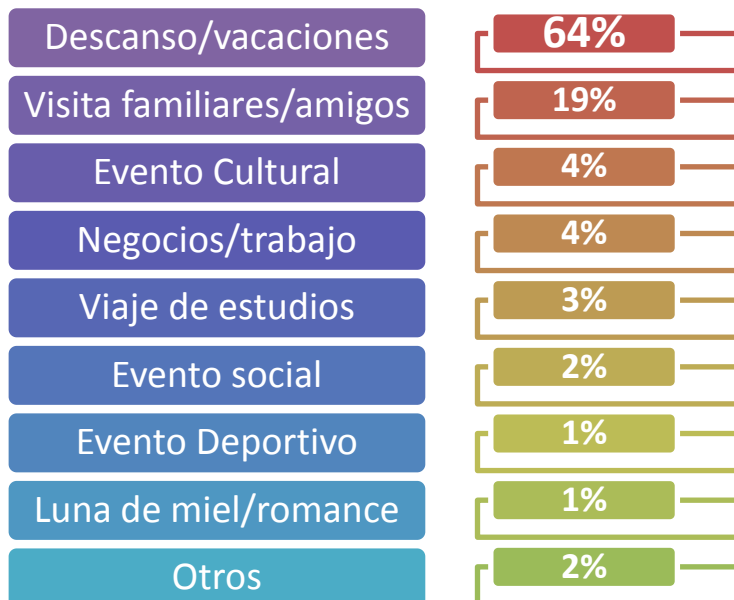
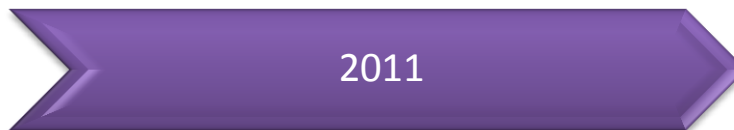
¿Cómo realizó su reservación?

2011



Principal medio de transporte que utilizó para llegar a este destino





Otros: religión, tratamiento de salud, congreso, compras.



Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis



¿Cuál de las siguientes razones motivó más su visita de DESCANSO o PLACER a este destino?



Otros: Parques temáticos o diversiones, religión actividades deportivas, compras.



Dirección General de Planeación
 Dirección de Información y Análisis





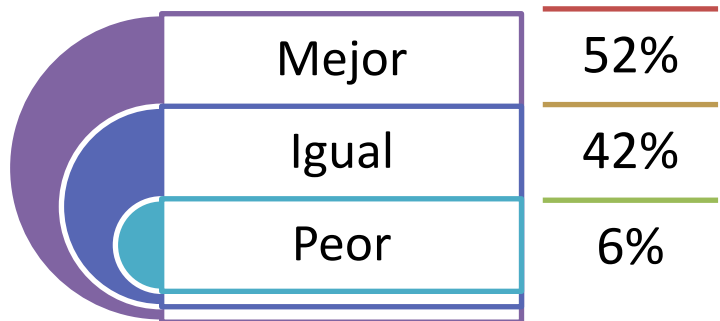
¿Ya había visitado anteriormente este destino?



¿Cómo evalúa su experiencia actual con respecto a las visitas anteriores? Diría Ud. que en esta visita su experiencia fue: Mejor, Igual o Peor que la vez anterior?

La mayor parte de los viajeros en 2011 ya habían visitando anteriormente Guanajuato. Más del 52% de los visitantes considera su experiencia actual como mejor, haciéndose notar en todo momento una mejor evaluación del visitante sobre los aspectos del destino. Lo anterior indica el grado de satisfacción del visitante que lo mueve a regresar nuevamente

2011



Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

¿Peor por qué?

No tiene nada nuevo

Están arreglando

Retorno al destino

¿Qué tan probable es que Ud. vuelva a visitar este destino en el futuro?

2011

Definitivamente
sí

53%

Probablemente
sí

47%

Las posibilidades de que los visitantes regresen al destino son totalmente altas (100%), lo que implica un constante compromiso del personal de servicios para seguir trabajando en la oferta turística existente en el Estado.



Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

¿Qué tan probable es que Ud. recomiende
a un amigo o colega visitar este destino?

2011

Definitivamente Sí

62%

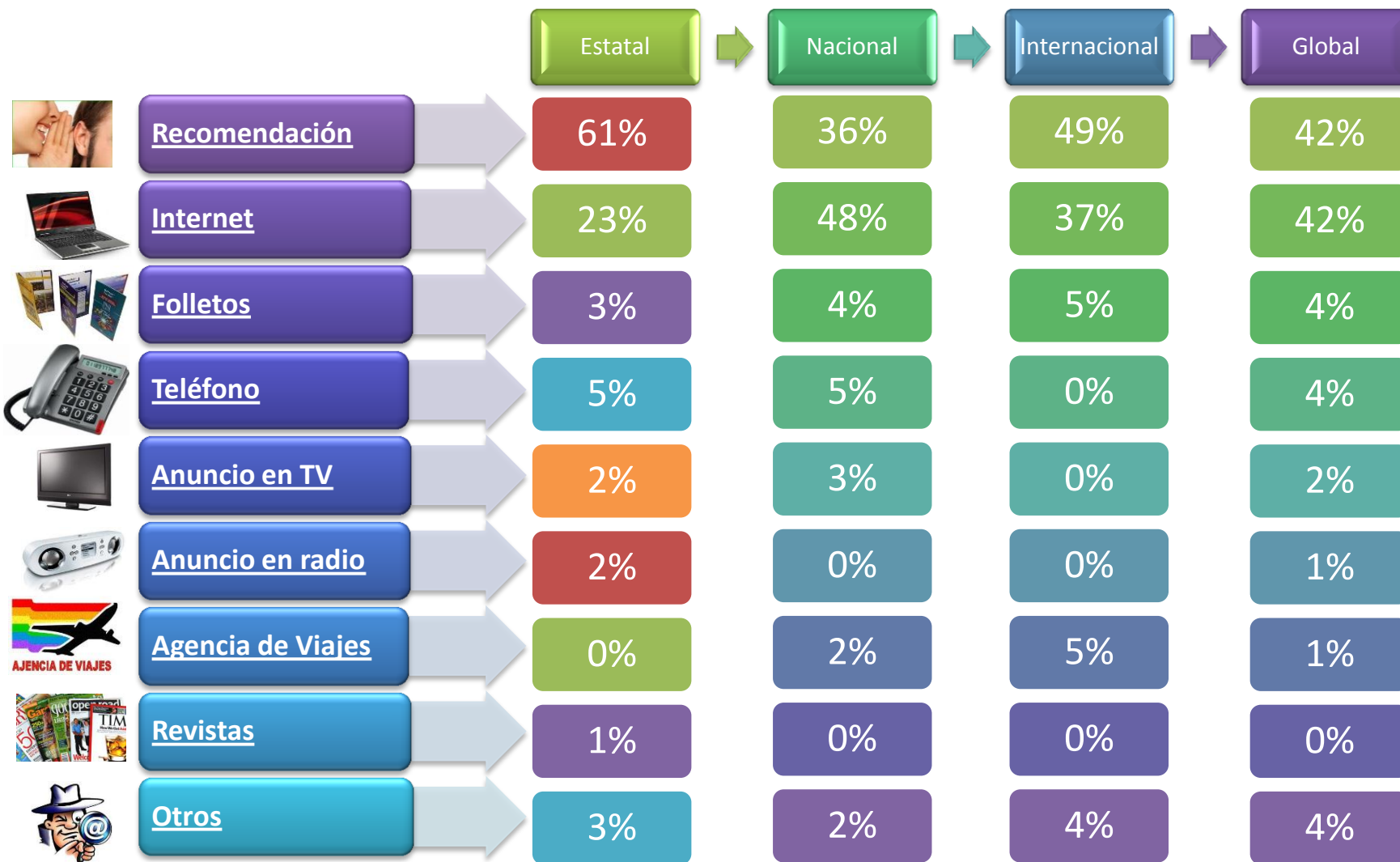
Probablemente Sí

38%



El 100% de los visitantes en 2011
recomendarían a un amigo y/o colega
visitar el destino, lo que refleja el
agrado del viajero por el lugar y la
satisfacción que se ha tenido con la
vivencia, lugares, productos, servicios y
actividades más representativos y de
excelencia que ofrece la romántica
ciudad de Guanajuato.

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis



Otros: Por la empresa, escuela, evento cultural, guía roji.

VISITANTE PROMEDIO

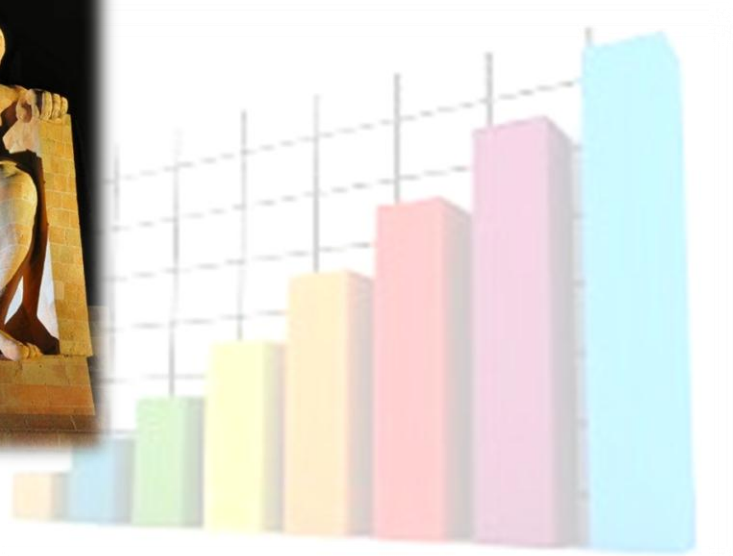


Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis



	Guanajuato 2011
Edad Promedio	33 años
Acompañado por	Amigos
Grupo de viaje	3.4 personas
Medio de transporte	Automóvil
Ingreso	\$7,100 a \$36,699 (NSE D+ y C)
Otros lugares por visitar	• León • San Miguel de Allende • Dolores Hidalgo
Motivo de Visita	Descanso/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	\$1,245 por persona
Si se hospeda una noche en hotel gastará	\$1,563 por persona
Principal lugar de hospedaje	Hotel
Experiencia del viaje	Buena
Recomendación del destino	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	7.9

Indicadores de la Actividad Turística Guanajuato Capital



Inventario de Servicios Turísticos

Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	107
Establecimientos de hospedaje 1 a 5 estrellas *	88
Restaurantes	163
Agencias de viaje	15
Campos de golf	1
Spas	3
Capacitación turística	4
Empresas arrendadoras de automóviles	30
Centros de congresos y convenciones	7
Transportadoras turísticas	14
Guías de turistas	140

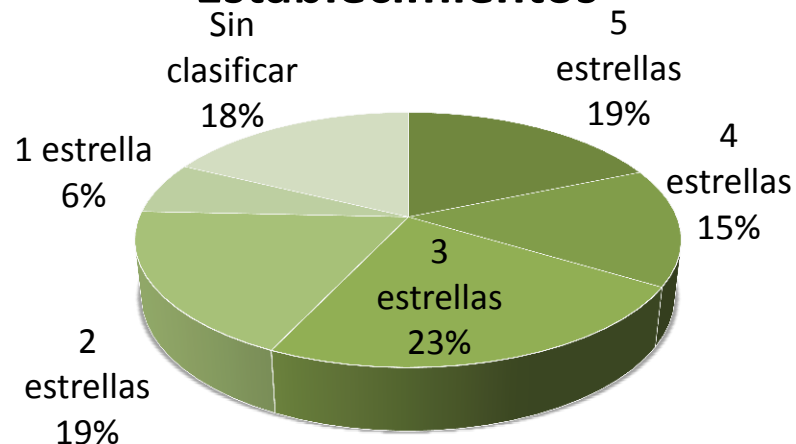
Fuente: Sedetur, diciembre 2011

Inventario de hospedaje

Categoría	Establecimientos	Cuartos
5 estrellas	20	463
4 estrellas	16	964
3 estrellas	25	746
2 estrellas	20	435
1 estrella	7	139
Sin clasificar	19	245
Total	107	2,992
1 a 5 estrellas	88	2,747

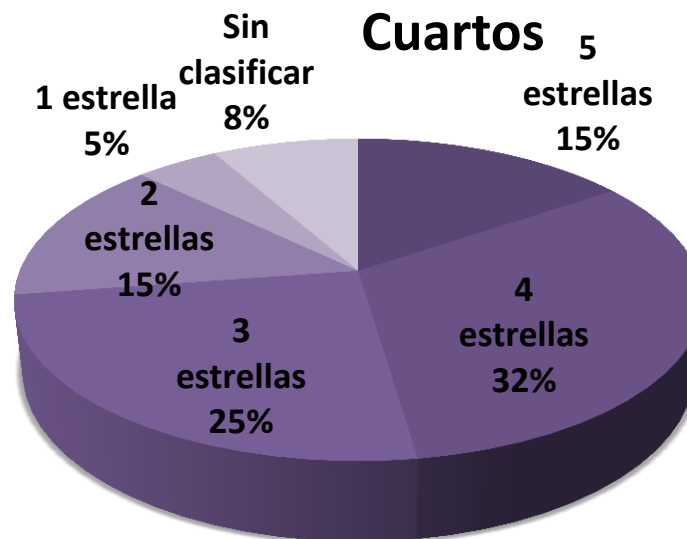
Fuente: Sedetur, abril 2012

Establecimientos



Fuente: Sedetur - abril 2012

Cuartos



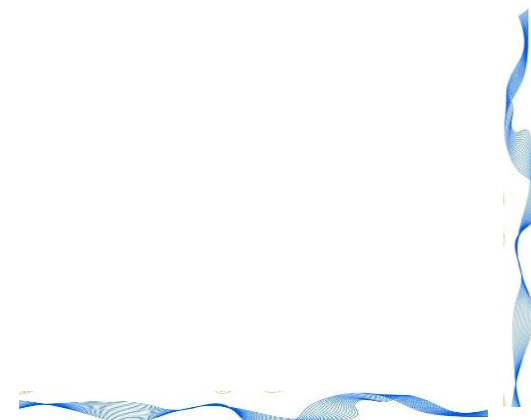
Fuente: Sedetur - abril 2012

Concepto	Información Relevante 2011
Número de habitaciones 1 a 5 estrellas + sin clasificar	2,992
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	92 %
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas	487,827
Porcentaje de Ocupación promedio	38%
Porcentajes de ocupación más altos	Julio, octubre, noviembre y diciembre
Estadía promedio	1.68

Fuente: Sedetur, Datatur



Dirección General de Planeación
 Dirección de Información y Análisis



Visitantes y Derrama Económica Estimada 2011

Visitantes

Categoría	Guanajuato Capital	Estado	Proporción Guanajuato/Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	487,827	2,976,899	16%
Turistas en otros establecimientos comerciales	57,780	887,523	7%
Turistas en establecimientos no comerciales	283,121	4,641,004	6%
Excursionistas	784,981	9,984,630	8%
Totales	1,613,709	18,490,056	9%

Derrama Económica Estimada

Categoría	Guanajuato Capital	Estado	Proporción Guanajuato/Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	\$1,279,160,027	\$5,984,344,827	21%
Turistas en otros establecimientos comerciales	\$380,371,205	\$5,390,482,143	7%
Turistas en establecimientos no comerciales	\$911,054,540	\$20,364,894,660	4%
Excursionistas	\$977,654,289	\$9,172,890,771	11%
Totales	\$3,548,240,061	\$40,912,612,401	9%

Fuente: Datatur-Setur, Estudio del Perfil del Turista 2011, Sedetur.

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada, 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. / OMT

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

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

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis



