



# Perfil del Visitante e Impacto en la Actividad Turística Rally Guanajuato Bicentenario 2010

Marzo 2010

# Contenido

- Metodología
- Objetivos
- Rally Guanajuato Bicentenario (WRC)
- Perfil del visitante
- Evaluación del Rally
- Gasto del visitante
- Visitante promedio
- Conclusiones

# Metodología

## Población

Personas asistentes al Rally Guanajuato Bicentenario 2010, que no sean originarias de la ciudad en que se levanta la muestra.

## Técnica de Recolección de Datos

Interceptar en eventos programados dentro del itinerario del Rally: Alhóndiga de Granaditas, Poliforum, Autódromo, rutas y Foro del Lago Explora.

## Tamaño de la Muestra

300 encuestas.



# Objetivos

Conocer el perfil y las expectativas del visitante foráneo.



Conocer las variables de clasificación del visitante, motivo de viaje, tipo de hospedaje elegido y gasto para poder determinar la derrama económica generada por el evento.



Conocer el grado de satisfacción del visitante.



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



Conocer el impacto que tiene el evento en la actividad turística del estado de Guanajuato.

# Rally Guanajuato Bicentenario (WRC)

El rally es una competición automovilística de resistencia celebrada en la vía pública y generalmente por etapas. Este deporte goza de popularidad mundial. En el Campeonato Mundial de Rally se compite sobre nieve, asfalto y tierra.

En esta ocasión, el Rally se realizó en el estado de Guanajuato, en México, como segunda fecha del Campeonato Mundial de Rally (WRC), evento que se nombró **Rally Guanajuato Bicentenario 2010** por conmemorar los 200 años de la independencia de México.

El **Rally Guanajuato Bicentenario**, se llevó a cabo los días 4 al 7 de marzo de 2010 en los siguientes puntos principales: Alhóndiga de Granaditas en Guanajuato capital, Poliforum León, Autódromo de León, rutas en alrededores de las ciudades de León, Silao y Guanajuato y en el Foro del Lago del parque Explora en León, lugar en donde se realizó la premiación.

Este evento atrae las miradas de muchos seguidores de este deporte tanto a lo largo y ancho de la República como a nivel mundial, promoviendo el turismo en México.





# Perfil del Visitante

# Sexo

## Sexo del Encuestado



Hombres

**59%**



Mujeres

**41%**

En este evento hubo una mayor concentración de hombres con un **59%**, seguido de las mujeres con un **41%**

2009	
Hombres	Mujeres
50%	50%

Nota: en 2009 se estipuló previamente una cuota de hombres y mujeres, por lo tanto no podemos inferir que así fue el comportamiento del evento; en 2010 la muestra fue aleatoria.

# Datos demográficos

## Edad promedio por lugar del evento:

Autódromo: **33 años.**

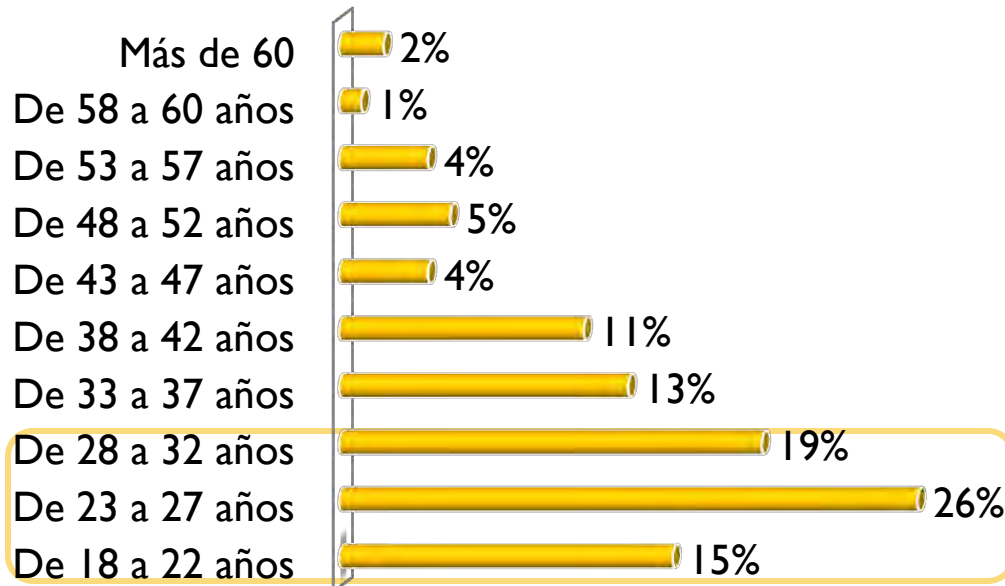
Ruta: **30 años.**

Alhóndiga, Poliforum y Clausura: **33 años.**

Edad Promedio	
2009	32 años
2010	32 años



## Edad del encuestado



➔ 60% se encuentran entre 18 y 32 años.

La escolaridad de los visitantes al Rally se concentra en su mayoría en Universidad y Preparatoria:

Nivel de Estudios	
2009	Universidad 45%
2010	Universidad 63%

# Ocupación e Ingresos

Las principales actividades que realizan los visitantes del Rally fueron:

- Empleado de Empresa Privada (34%)
- Trabajador Independiente (15%)
- Estudiante (14%)



De acuerdo a los rangos de ingresos familiares mensuales, detectamos el NSE de los visitantes:

	Rango de Ingresos	Porcentaje
A/B	Mas de \$85,000	1%
C+	\$35,000-\$84,999	11%
C	\$11,600-\$34,999	39%
D+	\$6,800-\$11,599	28%
D	\$2,700-\$6,799	14%
E	\$0-\$2,699	5%
	No Contestó	2%

Ocupación		
2009	Profesionistas	44%
2010	Empleado Privado	34%

Nivel de Ingresos		
2009	NSE D+ (\$6,800 - \$11,599)	29%
2010	NSE C (\$11,600 - 34,999)	39%

# Lugar de Origen

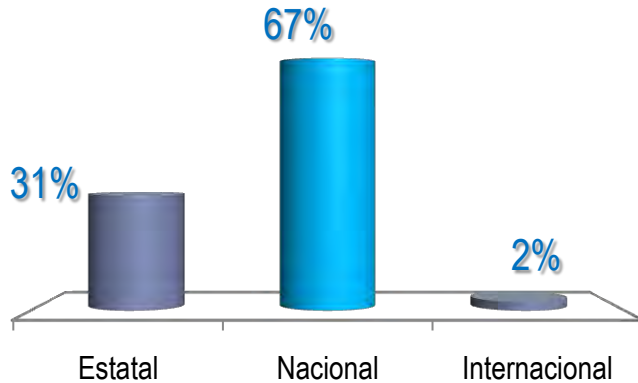
A nivel estatal, los visitantes más frecuentes son de:



**IRAPUATO 14%**  
**GUANAJUATO 14%**  
(Encuestados en León)  
**CELAYA 13%**  
**LEÓN 12%**  
(Encuestados en Guanajuato)

A nivel nacional, los visitantes más frecuentes son de:

**MÉXICO D.F. 30%**  
**JALISCO 15%**  
**QUERÉTARO 8%**  
**EDO. DE MÉXICO 6%**

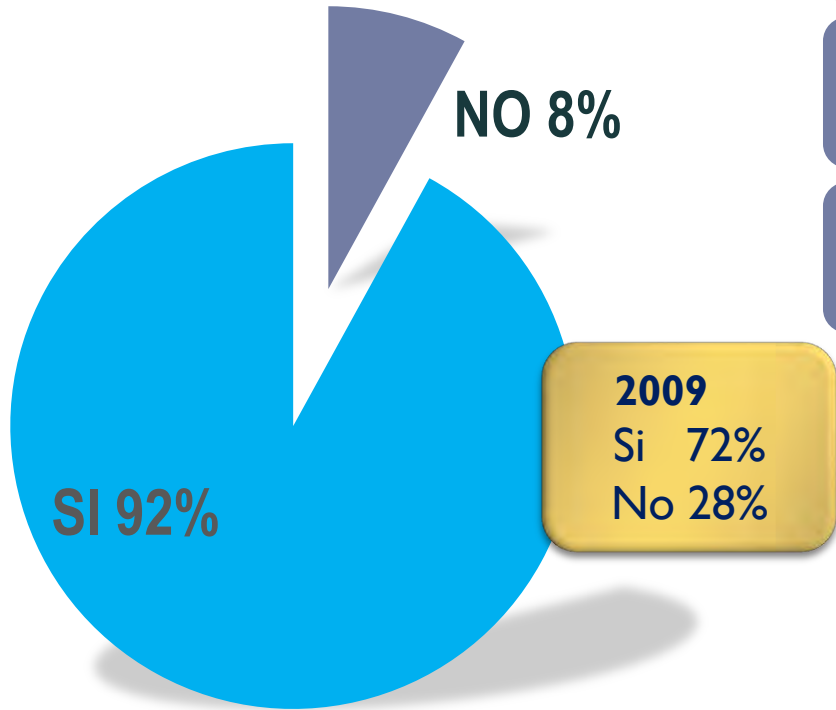


A nivel internacional, los visitantes representan sólo un 2% y son originarios de países como Francia, Italia, Guatemala, E.U., Chile y Costa Rica.

	Lugar de Origen	
	2009	2010
Estatal	33%	31%
Nacional	59%	67%
Inter.	8%	2%

# Motivo de Visita

¿El Rally es la principal razón de su visita?



	2009	2010	
	21%	44%	• Visita a familiares / amigos
	47%	26%	• Descanso / vacaciones
	14%	13%	• Negocios

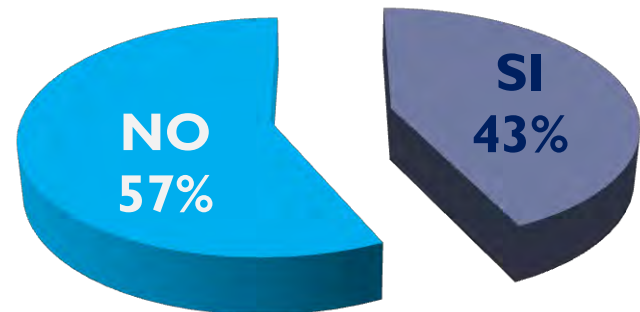


# Primera vez que visita el Rally



Las personas que ya habían visitado el Rally anteriormente, mencionaron que han venido, en promedio **dos veces**, a presenciar el evento.

¿Es la primera vez que visita el Rally?



# Diferencias entre ediciones del Rally

Al consultarles si encontraron algo nuevo o diferente,  
68% de los encuestados contestaron que **SÍ** y  
mencionaron los siguientes aspectos:

**MEJOR ORGANIZACIÓN 27%**  
**ETAPA CALLEJERA 20%**  
**SEGURIDAD 12%**

**2009**  
Si 74%  
No 24%  
No sabe 2%



# Evaluación del Rally

Dentro de los aspectos mejor evaluados sobresalen la Etapa súper especial con **9.3**, la Etapa Callejera con **9.2**, la Imagen del Rally y la exhibición de autos en Poliforum éstas últimas con calificación de **9.1**.

Como peor evaluados detectamos los siguientes aspectos, todos ellos con calificación de **8.5**: Presentación de la información, Precios, Ayuda de parte de los organizadores e Información de la ciudad y del programa.



# Aspectos del Rally que más gustaron

**2009**

- Los Autos
- Todo
- Pilotos
- Edecanes
- Carreras



Lo que más gustó



**51%**  
Presentación de vehículos



**11%**  
Los pilotos



**10%**  
La convivencia



**9%**  
Las carreras

**2009**

- Calor
- Poca difusión
- Falta información
- Poca gente
- Espacio reducido.



Lo que menos gustó



**11%**  
Falta de información  
(Publicidad, mapas, programas, señalamientos)



**9%**  
Organización  
(Horarios, transporte, basura, actitud de organizadores)



**8%** Falta de baños  
**8%** Precios (Entradas)  
**8%** Vigilantes/policía



**7%**  
Horarios

# Aspectos que agregaría y quitaría

2009

- Difusión
- Pilotos
- Carpas en la zonas
- Edecanes
- Autos



18%



Publicidad



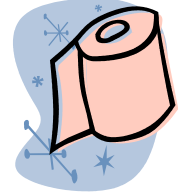
5%

Organización



5%

Información



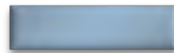
5%

Baños

El 6% de los encuestados comentó que no le agregaría **NADA** al Rally.  
El otro 61% se divide entre 59 aspectos diferentes

2009

- Bajar precios
- Colores
- Seguridad
- Cerca
- Mariachi



5%

Cantidad de gente



4%

Costos altos



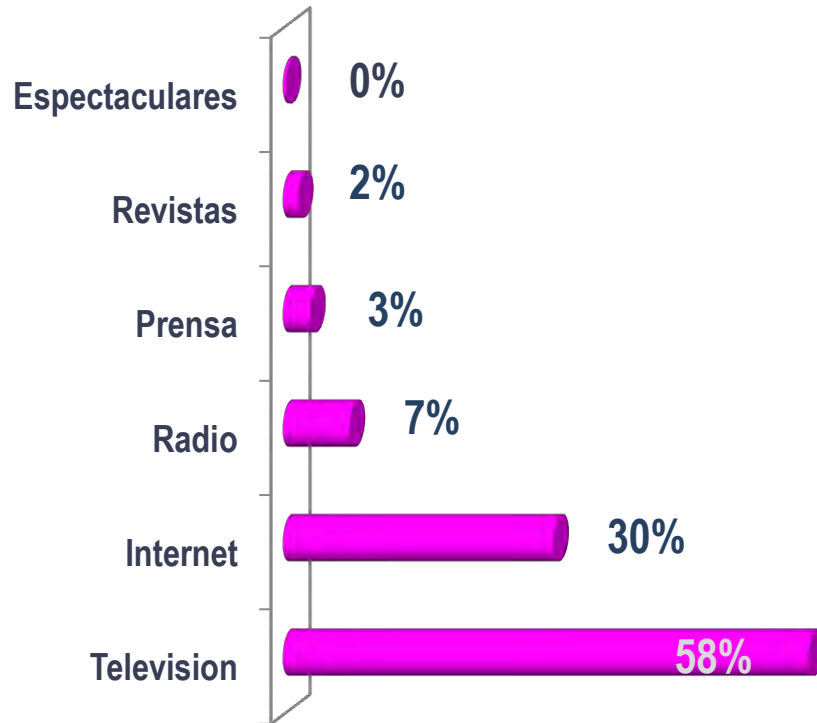
3%

Los borrachos

El 68% de los encuestados comentó que no le quitaría **NADA** al Rally.

# Medios Publicitarios a los que tiene mayor exposición

¿A qué medio de comunicación tiene mayor exposición?



# Medios Publicitarios favoritos



Televisión  
58%



Canal de las Estrellas 27%

22%

ESPN 11%

FOX SPORTS 9%



Internet  
30%



Google 27%

facebook 17%

WRC WORLD RALLY CHAMPIONSHIP 14%

Windows Live Hotmail 10%

# Medios Publicitarios favoritos



Radio  
7%



23%



13%



9%

Otros 55%



Prensa  
3%



a.m. 56%



11%

Otros 33%



Revistas  
2%



TVNOTAS 40%

AUTOMOVIL 40%

Otros 20%

# Medios por los que se enteró del evento y su influencia



Espectaculares

7%

TV

20%

Internet /  
 Pagina web

34%

Amigos/Famili  
 a

39%

2009

Internet /Web 34%  
 Amigos 25%  
 Espectaculares 10%  
 Televisión 8%  
 Folletos 5%

El **70%** de los encuestados afirmó que este medio de comunicación influyó **MUCHO** en ellos para que decidieran asistir al evento.

# Marcas o empresas patrocinadores del Rally que recuerda

Marca	Menciones	Porcentaje
Corona	202	68%
Coca-Cola	57	19%
Monster	38	13%
Pirelli	19	6%
Telmex	18	6%
Nextel	18	6%
Quaker State	5	2%
Prodigy infinitum	2	1%
Scotiabank	1	.24%
Oakley	1	.24%
Edox	1	.24%
Cuadra	1	.24%
Ultra 98.3	1	.24%
Polaris	1	.24%
Gobierno	1	.24%
Otros	54	18%
Total	420	141%



# Regreso al próximo Rally

**SI**  
272 menciones

**91%**

- |                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| Por afición...                  | 78% |
| Por el espectáculo...           | 10% |
| Por ser algo diferente          | 6%  |
| Por ser un evento Internacional | 2%  |
| Otros                           | 4%  |

- 2009**
- Les gustó
  - Soy Aficionado
  - Me fascinan los autos
  - Por Costumbre
  - Por el Ambiente

**2009**  
Si 70%  
No Sabe 19%  
No 11%

**No sabe**  
19 menciones

**6%**



**NO**  
9 menciones

**3%**

- |                     |     |
|---------------------|-----|
| Porque no le gustó  | 50% |
| Estaré en mi ciudad | 25% |
| Por la economía     | 25% |

- 2009**
- No puedo por el trabajo
  - No me llama la atención
  - No lo tengo planeado
  - No tendré mas vacaciones.

# Tamaño de Grupo y medio de transporte utilizado

## Medio de transporte utilizado



86%



11%



3%

2009	
Automóvil	70%
Camión	19%
Avión	11%

## ¿Viaja usted solo o acompañado?

Sólo

- 12%

Acompañado

- 88%

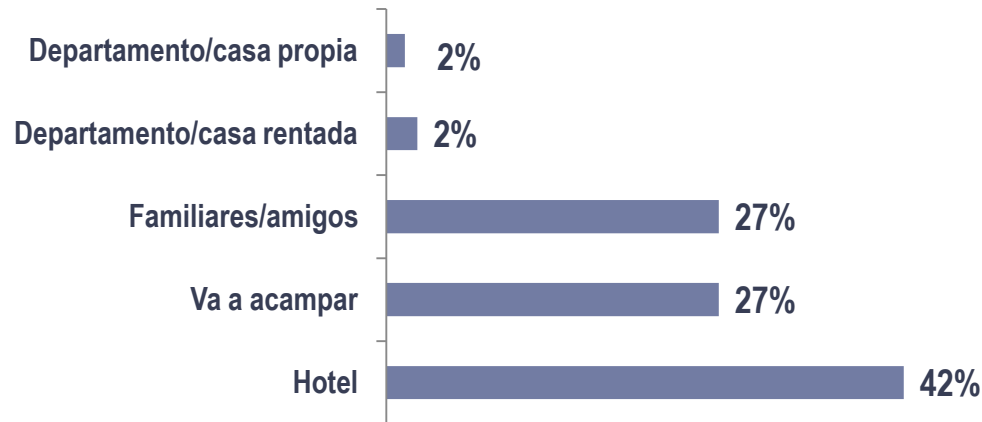
2009	
Solo	19%
Acompañado	81%

De los encuestados que contestaron venir acompañados, un **46%** dijo asistir con amigos, mientras que otro **37%** mencionó que se acompañaba de familiares como primos, tíos y hermanos; un **19%** mencionó que se acompañaba de su pareja. El tamaño de grupo de viaje promedio fue de **5.6** personas.



# Lugar de Hospedaje y sus Características

¿En dónde se hospeda u hospedará?



El **67%** de los visitantes afirmó que se hospedaría en la ciudad del evento, mientras que el **7%** dijo que lo haría en otra ciudad del estado.

El **42%** de los encuestados afirmó que se hospedó en hotel; el **27%** acampó o se quedó con familiares y/o amigos.

De los encuestados que decidieron acampar a un **71%** le cobraron por acampar. En promedio, el costo fue de **\$40**.

A la mayoría de estas personas (**77%**) les hicieron este cobro por cada tienda de campaña.

Tipo de visitante	2009		2010	
	2009	2010	2009	2010
•Excursionista	19%	33%	19%	33%
•Turista	81%	67%	81%	67%

# Promedio de estadía por hospedaje



Va a acampar

2009	1.31 días
2010	2.13 días



Familiares / amigos

2009	2.7 días
2010	4.69 días



Depto. / casa rentada

2009	4.25 días
2010	2.4 días



Hotel

2009	1.48 días*
2010	1.45 días*



Depto. / casa propia

2009	4.70 días
2010	3.15 días



Excursionistas

2009	6 horas
2010	10 horas

\*Fuente: Datatur

# Análisis de gasto por tipo de visitante

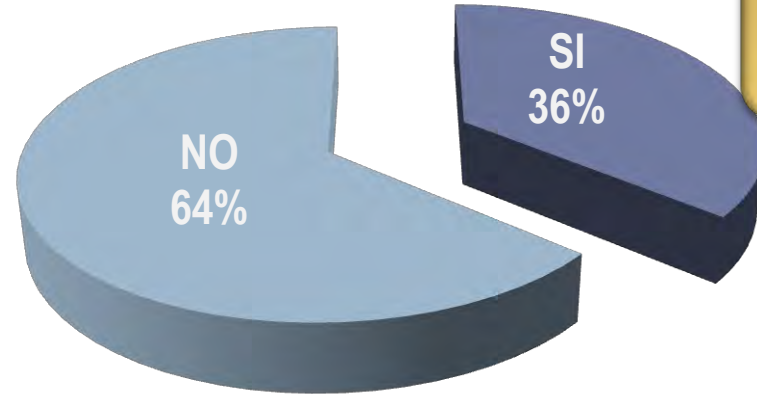
## GASTO PROMEDIO DIARIO POR PERSONA Y POR TIPO DE HOSPEDAJE

RUBRO	Hotel 1 a 5 *	Familiares / amigos	Departamento / Casa propia	Departamento / Casa rentada	Va a campar	Excursionista
<b>Total</b>	<b>\$1,650</b>	<b>\$887</b>	<b>\$719</b>	<b>\$490</b>	<b>\$867</b>	<b>\$1,392</b>
Hospedaje	24%	0%	0%	36%	0%	0%
Alimentos	15%	19%	39%	13%	18%	19%
Souvenir	12%	19%	31%	0%	27%	19%
Entradas a eventos	5%	8%	13%	20%	4%	7%
Transporte local	9%	5%	0%	9%	1%	15%
Artesanías	8%	18%	0%	0%	32%	5%
Esparcimiento/Diversión	14%	22%	1%	10%	7%	21%
Bebidas	13%	11%	17%	13%	12%	13%
<b>2009</b>	<b>\$1.978</b>	<b>\$1.098</b>	<b>\$514</b>	<b>\$665</b>	<b>\$1.361</b>	<b>\$1.817</b>

# Movilidad del visitante

El **36%** de los visitantes comentó que estuvo o iba a estar en otra u otras ciudades del estado.

Mencionaron en promedio 1.2 destinos y nombraron las ciudades de:



**2009**  
No 69%  
SI 31%

**2009**  
Guanajuato 43%  
León 14%  
San Miguel de Allende 11%  
Silao 9%

**Guanajuato**

- 44%

**Silao**

- 44%

**León**

- 14%

**Celaya**

- 9%



# Valoración del evento

Con el fin de conocer cuál fue la experiencia del visitante comparándola con su inversión para asistir al Rally, se les preguntó lo siguiente:



¿Usted considera que su experiencia en este viaje...

Valió menos de lo que gastó

1%

Valió más de lo que gastó

21%

Valió lo que gastó

77%

**2009**

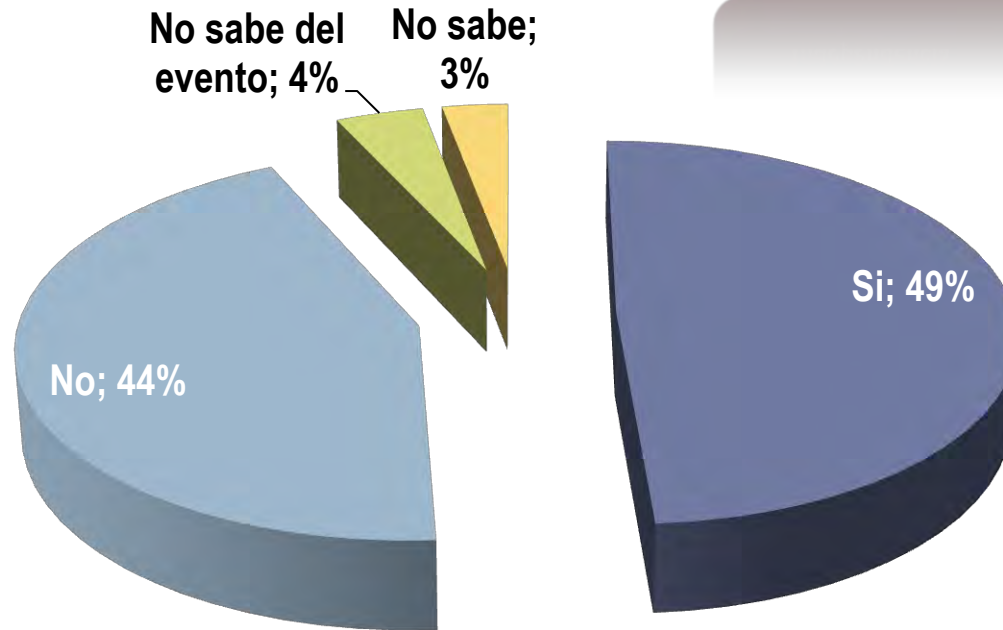
Valió menos 1%  
Valió más de lo que gastó 10%  
Valió lo que gastó 89%

# Festejos del bicentenario

¿Tiene pensado asistir a los festejos del bicentenario de la Independencia?



**2009**  
No sabe del evento 18%  
No sabe 25%  
Si 28%  
No 29



## Perfil del encuestado en ruta

- ▶ Jaime tiene 30 años, su último grado de estudios es universitario. Es empleado en una empresa privada y su ingreso se encuentra en un rango de \$11.600 hasta \$34.999 pesos mensuales.
- ▶ Es un visitante nacional, de la Ciudad de México.
- ▶ Su principal razón de visita a la ciudad es el Rally, aunque ya ha estado en León con anterioridad. Ha venido al evento en años pasados, en 2 ocasiones.
- ▶ Viajó acompañado por 8 amigos y utilizó el automóvil como medio de transporte para llegar a la ciudad.
- Su estadía en la ciudad fue de 2 días en promedio, su gasto promedio diario por persona de \$216.86 pesos. Planeó acampar para el evento por lo que le cobraron \$40 pesos por tienda.
- En general evalúa la organización y el evento de forma positiva y no ha asistido a otras actividades del Rally como la inauguración, la exhibición de autos en Poliforum, la Etapa Callejera y la Especial en Autódromo.
- Tiene pensado asistir a los eventos del Bicentenario.
- Lo que más le gustó del evento fue la convivencia y lo que menos le gustó fue la falta de baños.
- Considera que su experiencia en el viaje valió lo que gastó y piensa regresar al evento el próximo año.
- Otorgó calificaciones de bien a excelente a todos los aspectos evaluados de la ciudad de León.



## Perfil del encuestado en Autódromo

- ▶ Alejandro tiene 33 años, su último grado de estudios es universitario. Es empleado en una empresa privada y su ingreso se encuentra en un rango de \$11.600 hasta \$34.999 pesos mensuales.
- ▶ Es un visitante nacional, de la Ciudad de México.
- ▶ Su principal razón de visita a la ciudad es el Rally, aunque ya ha estado en León con anterioridad. Ha venido al evento en años pasados, en 2 ocasiones.
- ▶ Viajó acompañado por un amigo y utilizó el automóvil como medio de transporte para llegar a la ciudad.
- ▶ Su estadía en la ciudad fue de 4 días en promedio, su gasto promedio diario por persona de \$644.05 pesos. Se hospedó en hotel.
- ▶ En general evalúa la organización y el evento de excelente manera así como otras actividades del Rally: la exhibición de autos y la Etapa Callejera en Poliforum.
  - Tiene pensado asistir a los eventos del Bicentenario.
  - Lo que más le gustó del evento fue la presentación de los autos y lo que menos le gustó fueron los horarios.
  - Considera que su experiencia en el viaje valió lo que gastó y piensa regresar al evento el próximo año.
  - Otorgó calificaciones de bien a excelente a todos los aspectos evaluados de la ciudad de León.



# Perfil del encuestado en Apertura, Poliforum y Clausura.

- ▶ Fernando tiene 33 años, su último grado de estudios es universitario. Es empleado en una empresa privada y su ingreso se encuentra en un rango de \$11.600 hasta \$34.999 pesos mensuales.
- ▶ Es un visitante nacional, de la Ciudad de México.
- ▶ Su principal razón de visita a la ciudad es el Rally, aunque ya ha estado en León con anterioridad. Ha venido al evento en años pasados, en 2 ocasiones.
- ▶ Viajó acompañado por un familiar y utilizó el automóvil como medio de transporte para llegar a la ciudad.
- Su estadía en la ciudad fue de 3 días en promedio, su gasto promedio diario por persona de \$604.60 pesos. Se hospedó en hotel
- En general evalúa la organización y el evento de forma positiva y no ha asistido a otras actividades del Rally como la inauguración y la Etapa Especial en Autódromo.
- Tiene pensado asistir a los eventos del Bicentenario.
- Lo que más le gustó del evento fue la presentación de los autos y lo que menos le gustó fue la falta de información.
- Considera que su experiencia en el viaje valió lo que gastó y piensa regresar al evento el próximo año.
- Otorgó calificaciones de bien a excelente a todos los aspectos evaluados de la ciudad de León.



# Comentarios generales sobre el Perfil del Visitante

- Dentro de los comentarios de los encuestados se menciona la falta de transporte público para el evento.
- Se detectó que tanto en la Ceremonia de Apertura como en la de Clausura son necesarias pantallas gigantes para los espectadores que no alcanzan a entrar a gradas.
- Se identificó la necesidad de basureros sobretodo en la etapa de ruta.
- Se detectó que puede ser de gran ayuda un gráfico en grandes dimensiones como puede ser una lona en puntos de afluencia para informar mejor sobre el itinerario del Rally.
- Informar en diferentes puntos estratégicos de la ciudad desde días previos puede ayudar bastante a los espectadores.
- En ruta, muchos de los espectadores esperan mucho para ver pasar los coches. Un evento alterno puede servir para hacer más atractiva las espera.
- La caravana publicitaria podría mejorar en cuanto a cantidad de vehículos como en espectáculo que ofrece.





# Resultados de la actividad hotelera con base en el Sistema de Información Turística Datatur

- ✓ El número de visitantes fue de más de 57 mil personas con una derrama económica de \$130 millones de pesos. Estas cifras presentan incrementos de 67% y 49% respectivamente en comparación con la edición 2008.
- ✓ El promedio de ocupación en ciudad de León fue de 63%. Los mejores resultados fueron para la categoría 5 estrellas, cuyos hoteles fluctuaron entre el 75 y el 100%. Los visitantes a la ciudad de León se estiman en 39 mil personas con una derrama económica de \$89 millones de pesos, que representa un incremento de 64% con respecto a la edición 2008.

Indicadores de la Actividad Turística				
Rally 2010 – del 4 al 7 de marzo				
Concepto	Suma 3 destinos	Guanajuato	León	Silao
Llegada de turistas	<b>16,276</b>	4,015	11,129	1,133
Turistas noche	<b>23,565</b>	5,741	16,137	1,687
Porcentaje de Ocupación	<b>53.08%</b>	34.14%	63.35%	50.02%
Estadía Promedio	<b>1.45</b>	1.43	1.45	1.49
Visitantes	<b>57,446</b>	14,170	39,278	3,997
Derrama Económica Total	<b>\$129,950,309</b>	\$31,935,531	\$88,893,496	\$9,121,282

Fuente: Datatur-Sectur. Estudio del Perfil del Visitante al WRC Rally Bicentenario-Sedetur .  
Se consideran las noches del 4 al 6 de marzo.

# Impacto del Evento

- ✓ El 92% de los visitantes tuvo como principal motivo de visita el asistir al evento.
- ✓ El impacto del evento en la actividad turística de los 3 destinos fue de \$120 millones de pesos de derrama económica y 53 mil visitantes.

<b>Visitantes y Derrama Económica Estimada</b> <b>WRC Rally 2010</b> <b>León, Guanajuato y Silao del 4 al 7 de marzo 2010</b>		
<b>Categoría</b>	<b>Total en personas</b>	<b>Derrama Económica</b>
Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos	26,616	\$57,964,095
Turistas en otros establecimientos comerciales	957	\$1,125,357
Turistas en establecimientos no comerciales	11,106	\$44,746,317
Excursionistas	18,767	\$26,114,540
<b>Totales</b>	<b>57,446</b>	<b>\$129,950,309</b>

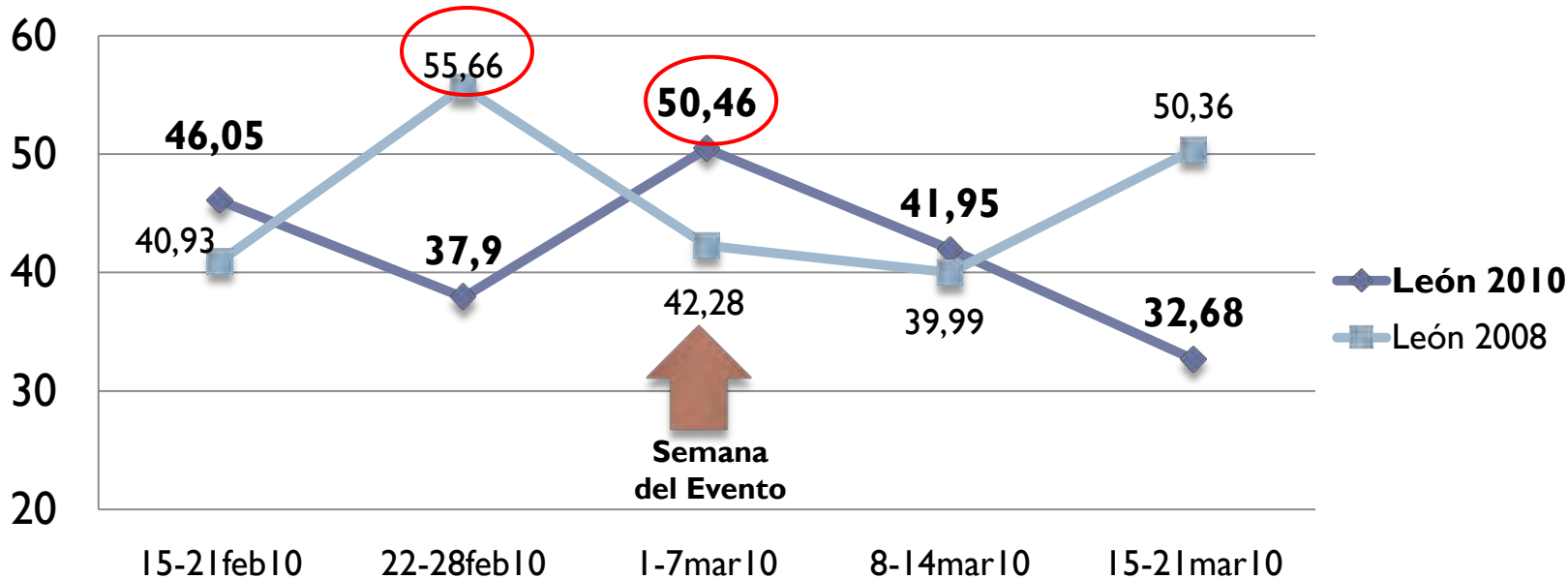
✓ 92% de visitantes motivados por el WRC Rally Bicentenario.

✓ Impacto de 53,040 visitantes y de \$119,983,120

Fuente: Sedetur, Estudio del Perfil del Visitante al WRC Rally Bicentenario. Datatur-Setur  
 Turistas en otros establecimientos comerciales incluye: Casa rentada.

# Impacto en el Porcentaje de Ocupación Semanal

## León - Porcentaje de Ocupación Semanal 2008-2010



Fuente: Datatur-Sectur.

\* Se realiza comparativo con 2008 debido a que en 2009 la edición fue diferente y se celebró en el mes de julio