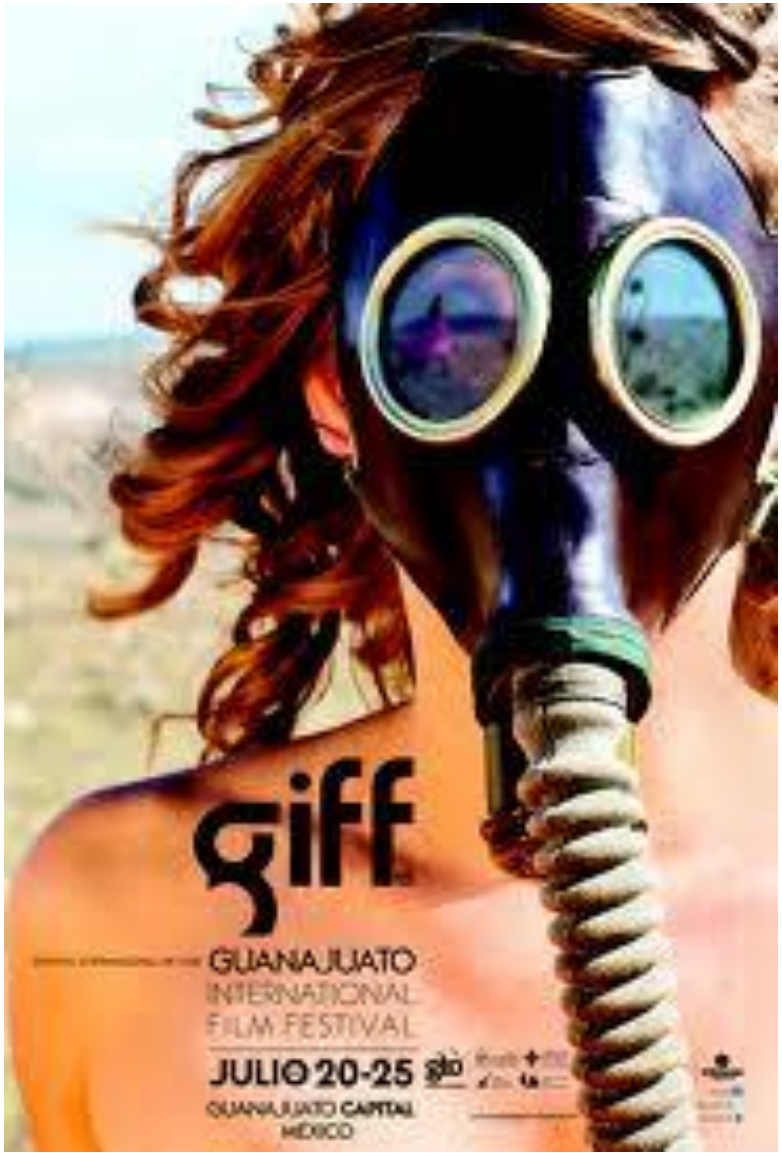
Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Secretaría de Desarrollo Turístico
Gobierno del Estado

Perfil del Visitante e Impacto en la Actividad Turística

GIFF 2012



Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

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

gto Gobierno del Estado
Secretaría de Desarrollo Turístico

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

- Perfil Sociodemográfico del Visitante
- Planeación de Viaje para acudir al Evento
- Nivel de Satisfacción en relación al Evento y a los servicios que proporciona el destino sede.
- Recordación publicitaria
- Gasto del Visitante
  En la Ciudad y en El Evento

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 a GIFF 2012
- Diferencias con la edición anterior
- Razón de Visita
- Evaluación GIFF 2012
- Medios de comunicación
- Distribución por tipo de hospedaje
- Medio de transporte utilizado
- Movilidad del Visitante
- Experiencia de viaje
- Visitante promedio GIFF 2012
- Indicadores de la Actividad Turística

METODOLOGÍA

POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO:	Personas asistentes al evento GIFF 2012, mayores de edad, que no sean residentes de la ciudad de levantamiento y hayan visitado alguna proyección evento dentro del programa
FECHA DE LEVANTAMIENTO:	20 al 25 de Julio de 2012 durante eventos del GIFF 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 de GIFF 2012 (Centro de Convenciones y Auditorio del Estado, Teatro Juárez, Teatro Principal, Teatro Cervantes de la ciudad de Guanajuato).
ERROR MUESTRAL Y NIVEL DE CONFIANZA:	Considerando un nivel de confianza del 95%, el error de muestreo estimado es de +/-5.66%

OBJETIVOS

- Conocer el perfil del visitante al GIFF 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 evento GIFF 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 GIFF 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.

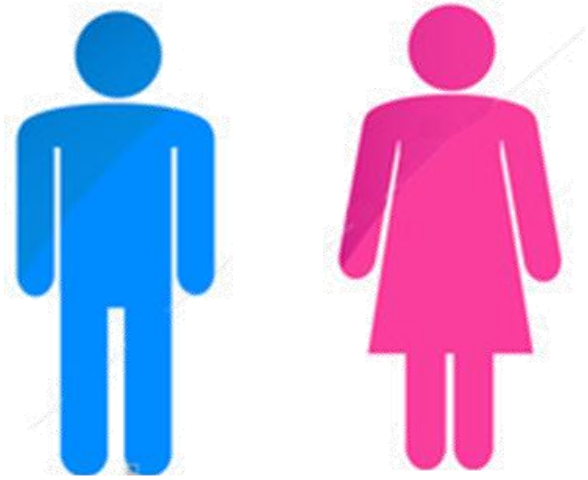
PERFIL DEL VISITANTE

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

PERFIL GENERAL

Género y edad

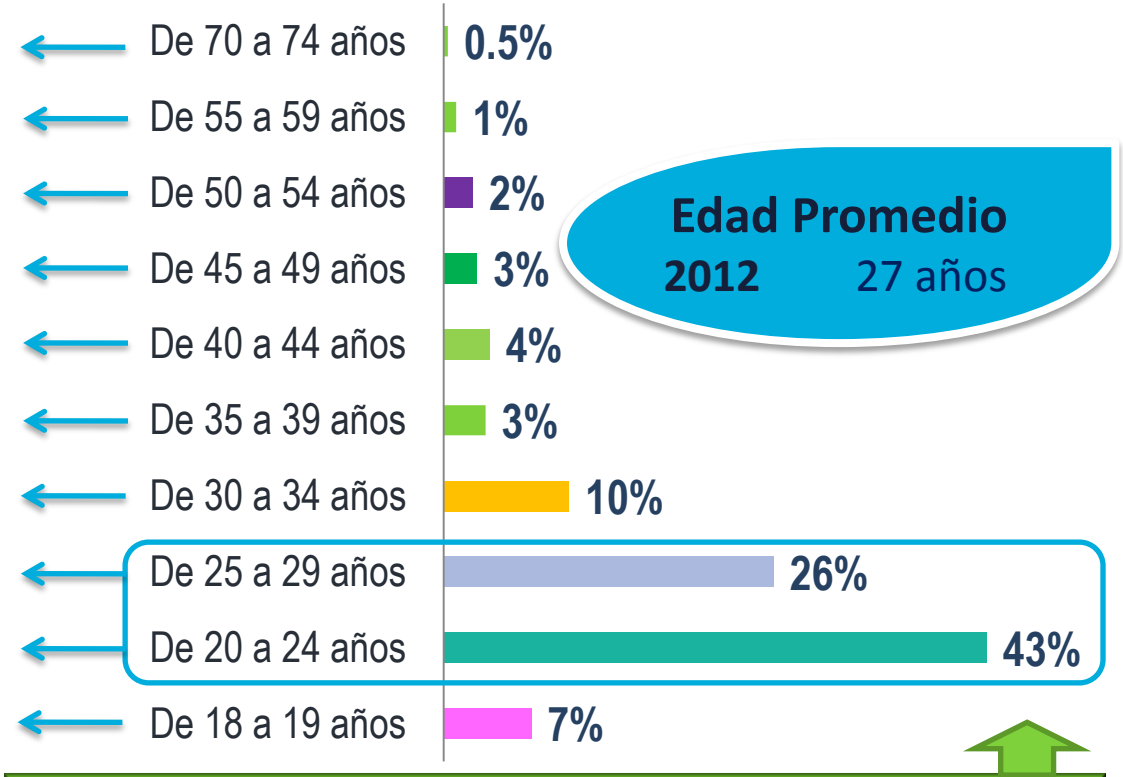
Género del Encuestado



Hombres 51%

Mujeres 49%

Edad del Encuestado



El 69% de los visitantes son jóvenes y se encuentra entre los 20 y los 29 años de edad.

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

PERFIL GENERAL

PROCEDENCIA

44%
- León
- Celaya
- Irapuato
- Salamanca
- San Miguel de A.

Estatales

53%
- Cd. de México
- Guadalajara
- Querétaro
- Aguascalientes
- San Luis Potosí

Nacionales

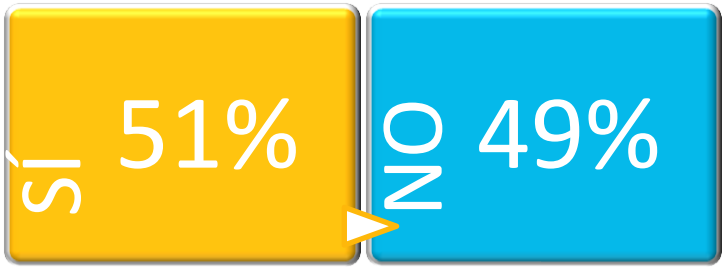
3%
- Estados Unidos
- Colombia
- España
- Japón
- Turquía

Internacionales

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

ASISTENCIA AL EVENTO

¿Es la primera vez que visita el GIFF?

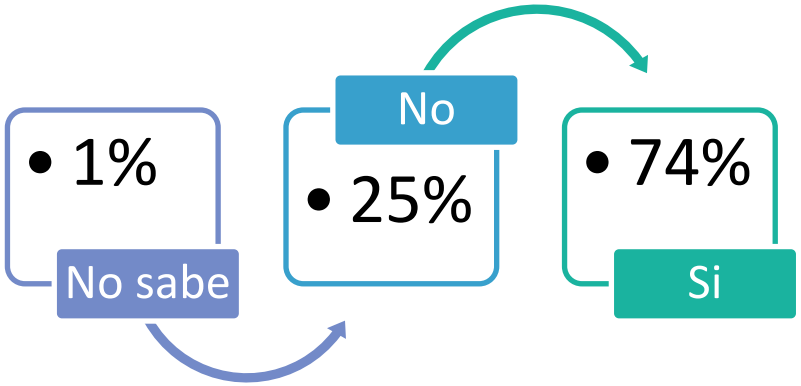


Promedio de visitas anteriores

3.3 veces

DIFERENCIAS DEL EVENTO

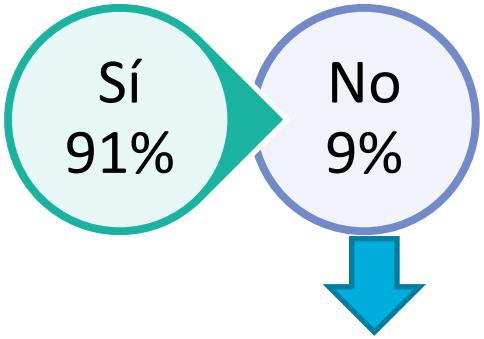
¿Hay algo nuevo o diferente que haya notado en esta edición del evento en comparación con las ediciones pasadas?



¿Qué?
Más organización
Cambio de sede
Más eventos
Mayor afluencia
Mayor publicidad
Menor duración
Más grande
Cambio de nombre
Mejores conferencias
Proyectos interesantes

RAZÓN DE VISITA

¿GIFF es la principal razón de su visita a la ciudad?



¿Cuál de las siguientes opciones define mejor el motivo principal de su viaje a este destino?

41%	Descanso/vacaciones
26%	Visita familiares/amigos
26%	Viajes de estudios
4%	Viaje de negocios/trabajo
3%	Luna de miel/romance

EVALUACIÓN DEL EVENTO

Top 5

¿Qué es lo que MÁS le ha gustado?

Cortometrajes	• 46%
Las conferencias	• 7%
Las películas	• 6%
La sede	• 5%
Invitados especiales / famosos	• 5%

¿Existe algo que NO le ha gustado?

Nada / todo bien	• 46%
Fallas técnicas	• 8%
Organización	• 7%
Falta de información	• 6%
Impuntualidad	• 6%

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

¿De qué manera se enteró del evento?

- **Internet** • 47%
- **Amigos/ Familiares** • 39%
- **Espectaculares** • 12%
- **Radio** • 6%
- **Televisión** • 5%
- **Prensa** • 4%
- **Folletos** • 4%
- **Invitación** • 3%
- **Revistas** • 1%
- **Cine** • 1%
- **Otro** • 19%

Otro: Escuela, ediciones anteriores, trabajo…

Nota: La suma puede dar mas del 100% por ser multirespuesta.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Influencia de Medios

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

Medio	¿Qué tanto influyó este medio de información para que usted decidiera asistir al evento?				
	Mucho	Algo	Poco	Nada	Total
Internet / Página Web	57%	30%	9%	5%	141
Amigos / familia	60%	25%	7%	8%	116
Radio	22%	61%	6%	11%	18
Revistas	75%	0%	0%	25%	4
Cine	0%	100%	0%	0%	1
Televisión	47%	40%	13%	0%	15
Prensa	46%	38%	0%	15%	13
Espectaculares	46%	32%	3%	19%	37
Folletos	36%	64%	0%	0%	11
Invitación de los organizadores	75%	13%	13%	0%	8
Otro	69%	16%	7%	9%	58
Total	179	79	20	22	300

GANADORES 2012

DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE HOSPEDAJE

¿Dónde se está hospedando o se hospedará?

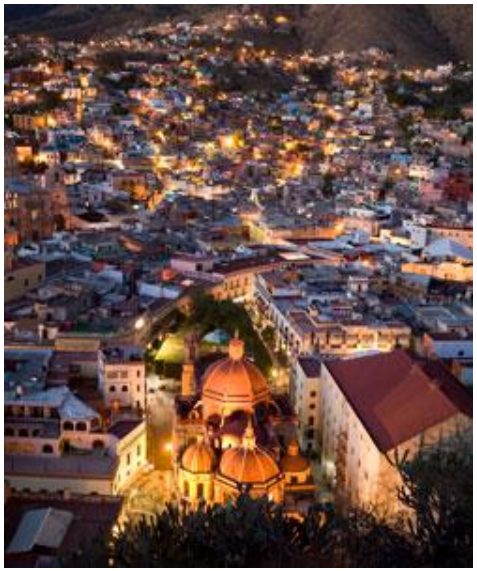
Familiares / amigos	• 39%
Hotel	• 36%
Hostal /posada	• 19%
Vivienda rentada	• 5%
Vivienda propia	• 1%

¿Hizo reservación?

- Sí 56%
- No 44%

¿Cómo realizó su reservación?

Vía telefónica / fax	47%
Internet	37%
Organizador de eventos	11%
Agencia de viajes	4%
Otro (Escuela)	1%



MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

Principal Medio de Transporte que utilizó para llegar a este Destino

Autobús

53%

Automóvil

42%

Autobús Rentado

2%

Avión

2%

Otro

1%

MOVILIDAD DEL VISITANTE

¿Visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?

Sí	8%
No	92%

¿Qué ciudades?

- San Miguel de Allende
- León
- Guadalajara
- Irapuato
- Otras

Nota: *"Otras"* incluye destinos como: Dolores Hidalgo, Valle de Santiago, Querétaro.

EXPERIENCIA DE VIAJE

¿Consideraría regresar al evento el próximo año?

Si	• 94%
No	• 2%
No sabe	• 4%

SÍ ✓

NO ✗

¿Por qué? Top 5

•Me gustó	33%
•Me gusta el cine	14%
•Es interesante	9%
•Buen evento	5%
•Por los cortometrajes	4%

•Por la desorganización	30%
•Tengo otros planes	20%
•No me gustó	20%
•Por la ciudad	10%
•No tengo dinero	10%
•Es muy caro	10%

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

PERFIL DEL ASISTENTE A GIFF 2012

ASPECTOS	PERFIL GIFF 2012
Edad Promedio	27 años
Grado de estudios	Universidad
Ocupación	Estudiante
Procedencia	Cd. de México
Acompañado por	Amigos
Medio de transporte	Autobús
Motivo del viaje	Asistir al evento
Eventos anteriores	Ya había asistido
Ingreso	De $8,600 a $14,699 NSE D+
Gustó	Cortometrajes
Evaluación promedio de evento	8.2
Medio por el cual se entero del evento	Internet
Se hospedará en la ciudad	Si
Principal lugar de hospedaje	Casa de familiares/amigos y Hotel
Si regresa a su ciudad de origen gastará	$741.88 por persona
Si se hospeda una noche en hotel gastará	$1,447.19 por persona
Experiencia del viaje	Valió lo que gastó
Regresara al próximo evento	Si

PERFIL DEL ASISTENTE A GIFF 2012

	Estudiante	Empresario / Empleado
Género	Mujer	Hombre
Edad promedio	22 años	31 años
Grado de estudios	Universidad	Universidad
Ocupación	Estudiante	Empleado de empresa privada
Procedencia	León	Ciudad de México
Acompañado por	Amigos	Pareja
Medio de transporte	Autobús	Automóvil propio
Motivo de visita	Asistir al evento	Asistir al evento
Ingreso	$8.600 a $14.699	$14.700 a $44,299
Gustó	Cortometrajes	Cortometrajes
Evaluación promedio de evento	8.38	8.04
Medio por el cual se entero del evento	Internet / página web	Internet / página web
Se hospedará en la ciudad	Sí	Sí
Principal lugar de hospedaje	Casa de familiares / amigos	Hotel
Si se hospeda una noche gastará	Con familiares/ amigos $563.56 por persona	En hotel $1,415.17por persona
Experiencia del viaje	Valió lo que gastó	Valió lo que gastó
Regresara al próximo evento	Sí	Sí

Indicadores de la Actividad Turística

Festival Internacional de Cine de Guanajuato 2012
Guanajuato Capital

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

Indicadores de la Actividad Turística

- La llegada de turistas a hoteles fue **de 15 mil 578 personas** durante el periodo del evento.
- El promedio de ocupación hotelera fue de **68%**.
- La llegada de turistas presentó un incremento del **18%** en comparación con el año anterior.

Indicadores de la Actividad Turística Guanajuato Capital Festival Internacional de Cine de Guanajuato			
Indicador	**Edición 2011 27 al 31 de julio 5 días**	**Edición 2012 20 al 25 de julio 6 días**	**% Variación**
Llegada de turistas	13,256	**15,578**	18%
Turistas noche	24,656	**25,308**	3%
Ocupación	71%	**68%**	-5%
Estadía	1.86	**1.62**	-13%
Visitantes	50,302	**50,628**	1%
Derrama económica	$77,264,742	**$103,121,958**	33%

Fuente: Sedetur - Datatur

Visitantes y Derrama Económica

Visitantes y Derrama Económica Estimada Guanajuato Capital 20 al 25 de julio 2012		
Categoría	**Personas**	**Derrama Económica Estimada**
Turistas en Hotel 1 a 5*	15,578	$36,626,027
Turistas en otros establecimientos comerciales	7,620	$27,148,784
Turistas en establecimientos no comerciales	15,408	$30,428,328
Excursionistas	12,022	$8,918,820
Totales	**50,628**	**$103,121,958**

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

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada y Casa rentada.
Turistas en establecimientos no comerciales incluye las categorías: Familiares y amigos y Casa propia.
Se considera excursionista al visitante que no pernocta en el destino.

Impacto del evento = 91% de visitantes motivados por el Festival
46 mil visitantes
$93.8 millones de pesos de derrama económica

PARA MAYOR INFORMACIÓN:

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 Jardón 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