



PERFIL DEL VISITANTE MINERAL DE POZOS 2017

GUANAJUATO
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

GUANAJUATO
Secretaría de Turismo

guanajuato.mx

Contenido

**Demográfico /
Mercados emisores**



**Experiencia /
Satisfacción**



**Mix de Ideas /
Insights**



Metodología



**Plan de Viaje /
Segmentos**



Medios



**Gasto /
Indicadores**

Metodología

Del 25 de Marzo 2017 al 7 de Enero de 2018.

Estudio realizado por la **SECTUR** en conjunto con una empresa proveedora de **investigación de Mercados**.

100 encuestas cara a cara a turistas y excursionistas con un nivel de confianza de 95% y un error de +/- 9.8%

Estudio cuantitativo descriptivo:

- Perfil sociodemográfico
- Plan de viaje
- Satisfacción y lealtad
- Recordación publicitaria
- Gasto y Estadía



Viajeros mayores de 18 años, que no residan ni trabajen en el destino.

En:

- Jardín Juárez / Jardín Hidalgo **33%**
- Parroquia de San Pedro **19%**
- Parador Turístico Pozos **14%**
- Café La Fama **12%**
- Hotel Posada de la Mina **8%**
- Mina de los Cinco Señores **7%**
- Mina del Triángulo **6%**
- Módulo de información **1%**

Turismo en Mineral de Pozos

PERFIL SOCIO DEMOGRÁFICO

57% mujeres
43% hombres



La edad promedio
es de **33 años**



62% tiene
grado Universitario




34% es
empleado privado



65%
tienen ingresos de
\$11,000 a \$55,999




65%
excursionista



35%
turista



58% procedencia
nacional



39%
procedencia estatal



3%
procedencia
internacional



63% viaja al interior
de México **6.27 veces**
Min 1-Max 30



30% viaja al
extranjero

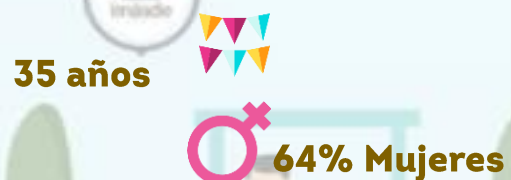
2.33 veces
Min 1-Max 9

Turismo en Mineral de Pozos

MERCADOS EMISORES



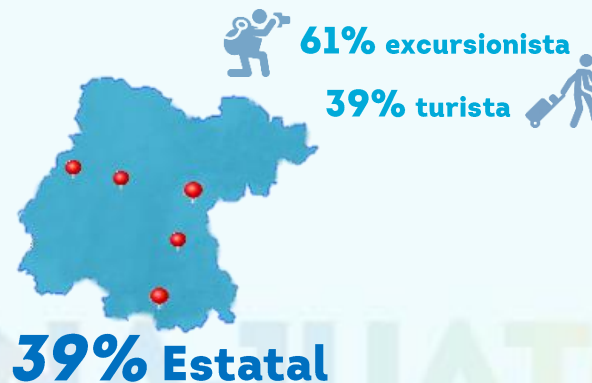
T	E		
44%	56%	Querétaro	62%
27%	73%	Cd. De México	19%
0%	100%	San Luis Potosí	5%
0%	100%	Michoacán	3%
50%	50%	Edo de México	3%



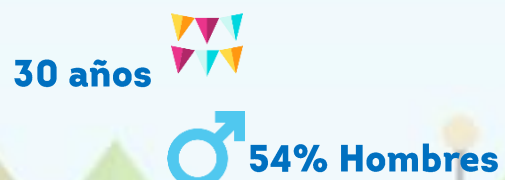
66% Universidad



28% pertenece al NSE C



T	E		
42%	58%	León	31%
67%	33%	Celaya	15%
0%	100%	San Miguel de Allende	13%
50%	50%	Guanajuato	10%
50%	50%	Salvatierra	5%



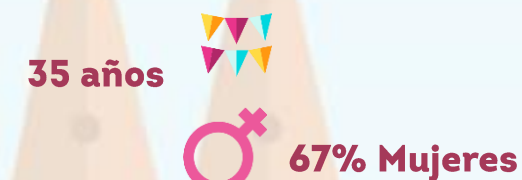
56% Universidad



33% pertenece al NSE D



T	E		
50%	50%	Estados Unidos	67%
0%	100%	Brasil	33%



67% Universidad



33% pertenece al NSE C



Turismo en Mineral de Pozos

EXCURSIONISTAS



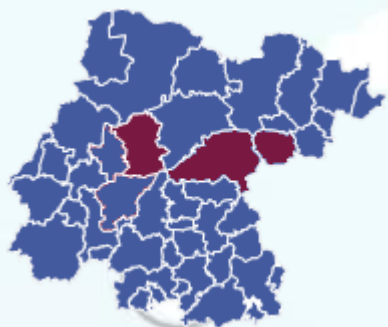
¿En dónde se hospeda el **65%** de nuestros excursionistas?

54% regresó a su destino de origen

11% se hospedó en otro destino

91% Nacional

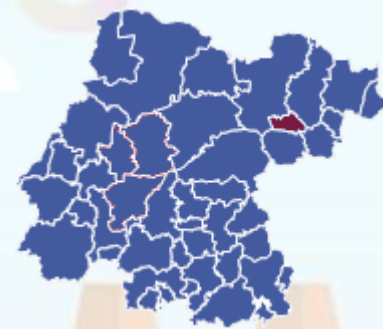
9% Internacional



Dentro de Guanajuato:
San Miguel de Allende **29%**
San José Iturbide **29%**
Guanajuato **14%**



Fuera de Guanajuato:
Querétaro **100%**



Dentro de Guanajuato:
Doctor Mora **100%**

Turismo en Mineral de Pozos

PLAN DE VIAJE

Grupo promedio de viaje
4 personas



1

Acompañado por 2

50%



Familia

32%



Amigos

22%



Pareja

Grupo de edad 3



-14 años
16%



18-45 años
58%



46-65 años
15%



Otros
12%

4 **Actividades de interés**
Probar la gastronomía típica 77%

Tomar un tour/recorrido 67%

Visitar museos y/o templos 51%

5 **Medio de transporte al Estado**

72%



Auto propio

24%



Autobús

3%



Otro*

Otro*: Motocicleta, Rayte.

6 **Medio de transporte en la ciudad**



Ninguno / A pie

48%

Autobús

32%

Auto particular

8%

7 **Destinos visitados durante el viaje**

14%

Visitó otros destinos dentro del Estado de Guanajuato

San Miguel de Allende 38%

Dolores Hidalgo 25%

San José Iturbide 19%

8 **Visitas a Familiares / Amigos**

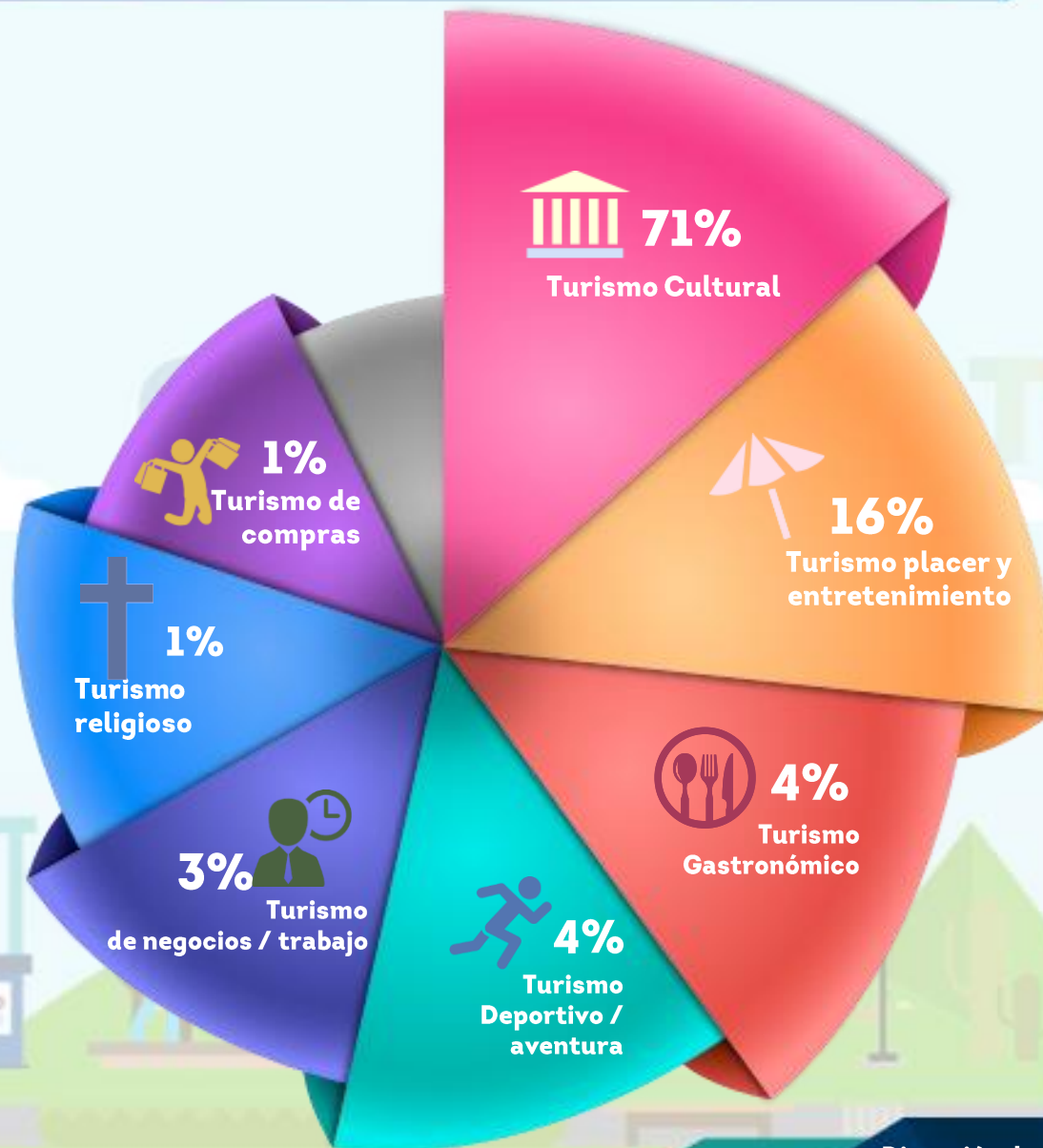
**7%**

Visitó familiares durante su estancia en **Mineral de Pozos.**

Turismo en Mineral de Pozos

SEGMENTOS

Estos segmentos se identificaron a partir del cruce de variables de motivo de viaje y actividades realizadas en el destino.

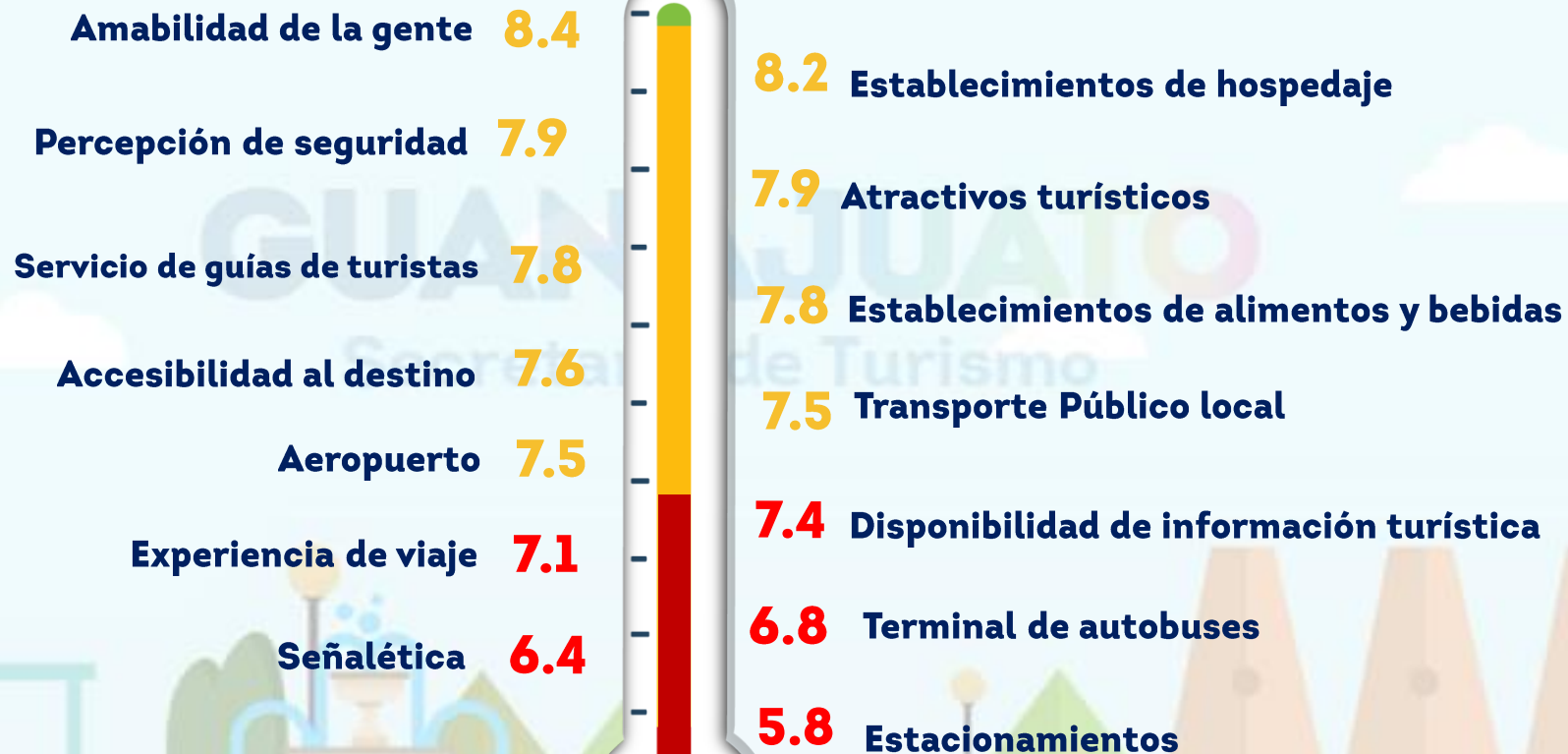


SEGMENTOS	Nacional	Estatad	Internacional
	71%	69%	100%
	17%	15%	0%
	3%	5%	0%
	5%	3%	0%
	2%	5%	0%
	2%	0%	0%
	0%	3%	0%

Turismo en Mineral de Pozos

EXPERIENCIA /
SATISFACCIÓN

7.5 ÍNDICE DE
SATISFACCIÓN



Retorno
91%



Recomendación
89%

**9 de cada 10 personas visita
3 veces al año este destino**

Nota: Índice calculado según metodología SECTUR bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6)



Otros comentarios / Observaciones: Más hoteles, Más artesanías, Regularizar a los quías.

3 **85%**
Redes sociales



78%



11%



8%



3%



4 **Impacto de noticias previo a la visita**

6% Escuchó, leyó o vio alguna noticia sobre **MINERAL DE POZOS**

Tema de la noticia: Eventos 50%
Toltequidad 17%
Campos de lavanda 17%

Percepción


Positivo
83%


Neutral
17%

2 **31%**
Internet



85%
Redes sociales



12%
Página web



3%
Correo Electrónico



1 **Recordación de Medios**

64%
Recomendación



31%
Internet



9%
Espectacular



5%
Radio



3%
TV



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

5 **Dispositivos / Apps utilizadas en la visita**


Smartphone
82%


GPS
19%


Tablet
4%


Laptop
2%

16% identificó alguna práctica sustentable en el destino



Empleos
locales
46%



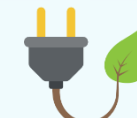
Consumo de
productos locales
36%



Ahorro de
agua
36%



Ahorro de
papel
18%



Ahorro de
Energía
18%



Instalaciones para
discapacitados
9%



Reducción
de residuos
9%

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Turismo en Mineral de Pozos

GASTO / INDICADORES



Hospedaje	A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
38%	32%	10%	12%	8%



A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
39%	7%	49%	5%



Hospedaje	A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
35%	16%	10%	27%	12%



Campamento

Hospedaje	A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
13%	34%	10%	23%	20%



Excursionista

A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
38%	12%	33%	17%



Hospedaje	A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
28%	29%	8%	23%	12%

DERRAMA ECONOMICA

\$23.4 millones de dólares



\$20.7 millones de euros



\$442.9
MDP

46%

OCUPACIÓN
HOTELERA

MINERAL DE POZOS

Estado Trimestre IV
171 Mil 835

PERSONAS
OCUPADAS

10%

2017

45 mil

LLEGADA DE
TURISTAS

26 mil

CUARTOS
OCUPADOS

450 mil

VISITANTES

1.08

ESTADIA

1 a 5 estrellas
+ Sin Clasificar

204
Habitaciones

GUANAJUATO
Estado más visitado de México

9 Líneas
aéreas

Variación
2017 - 2012

50%

2,982

4,232

3,944

4,708

4,113

2,852

3,547

4,732

2,919

4,021

4,273

3,617

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Llegada de Turistas 2017

Hospedaje



17
Hoteles

6 **1**



204
Habitaciones

Servicios Turísticos



9

ESTABLECIMIENTOS
DE ALIMENTOS Y
BEBIDAS

1



0

AUXILIO
TURÍSTICO



0

TRANSPORTACIÓN

0

ARRENDADORAS
TURÍSTICAS



1

AGENCIAS
DE VIAJES

1



2

SPAS

2

1



0

CAMPOS
DE GOLF



9

ATRATIVOS,
RECREACIÓN,
DEPORTE



0

RECINTOS

13

GUÍAS DE
TURISTAS

1

BALNEARIOS
Y PARQUES
ACUÁTICOS



6



37



3



73



2



36



6



58



6



204

Sin
Clasificar

Total

17



204

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Cierre 2017

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Registro Estatal de Turismo y Registro Nacional de Turismo, Cierre 2017

El turismo de aventura fue el segmento de mayor crecimiento (100%) respecto al 2016.

El 65% de los excursionistas se hospedan en ciudades cercanas como: San Miguel, San José Iturbide o Guanajuato.



Los mercados nacionales de CDMX, Michoacán y San Luis Potosí bajaron su participación con respecto al 2016, mientras que Querétaro fue el mercado de mayor crecimiento.

El visitante de Mineral de Pozos regresa en promedio 3 veces al año al destino.

Solo el 16% identificó alguna práctica sustentable en el destino.

El nivel de retorno y recomendación son los más bajos de los 12 destinos evaluados y tiene correlación directa con la Experiencia de viaje (7.1)

Impulsar el segmento wellness con atributos como el primer **spa de cerveza en México**, visita los campos de lavanda y disfruta la tranquilidad y relajación.



Hacer alianza estratégica con **SMA** con para fortalecer el segmento de bodas y romance.



Realizar presentaciones de eventos como el festival del Mariachi o la toltequidad en destinos como SMA, Gto Capital, Querétaro, etc.

Impulsar **ruta de aventura - bicicletas de montaña**.



Se sugiere **promocionar los eventos con antelación** y utilizar las redes sociales como FB, Pinterest e Instagram.



Crear un programa diario de recolección de residuos y limpieza en los principales puntos turísticos del destino; así como aumentar el número de botes de basura en la vía pública.



Es necesario **replantear el chip turístico a los prestadores** pues la percepción de la experiencia de viaje es mala.





El visitante

1

2

El viaje



PERFIL DEL VISITANTE A MINERAL DE POZOS 2017



El visitante

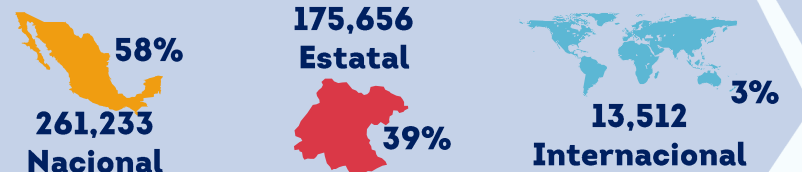
1

3

Los impactos



De dónde viene



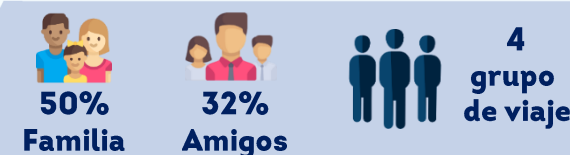
01

Quién nos visita



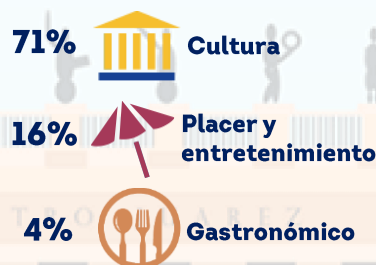
03

Con quién viaja

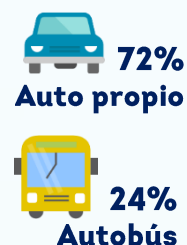


04

Tipo de visitante



Se hospeda en



Experiencia de visita



En qué viaja



Gasto y estadía

\$442.9 MDP

Derrama económica

Roberto W. Cárdenas Hernández

Director General de Planeación

rcardenas@guanajuato.gob.mx**Miriam Cecilia Adame Alcaraz**

Directora de Información y Análisis

madame@guanajuato.gob.mx**Irazema Álvarez Pérez**

Coordinadora de Estadística e Información

ialvarezp@guanajuato.gob.mx**Adriana Jardón Salazar**

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado

ajardon@guanajuato.gob.mx**Rosario Álvarez Macías**

Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis

malvarezm@guanajuato.gob.mx**Sarahí Martínez Hernández**

Asistente de Codificación y Captura

kmartinezh@guanajuato.gob.mx**Luz Margarita Robledo Olivares**

Analista de Estadística

lmrobledo@guanajuato.gob.mx**Stephanie Cedillo Orozco**

Analista de Información

scedillo@guanajuato.gob.mx**Dirección**

Parque Guanajuato Bicentenario, Carretera de Cuota Silao-
Guanajuato Km. 3.8, 36270 Silao, Gto
Teléfono 472 103 99 00