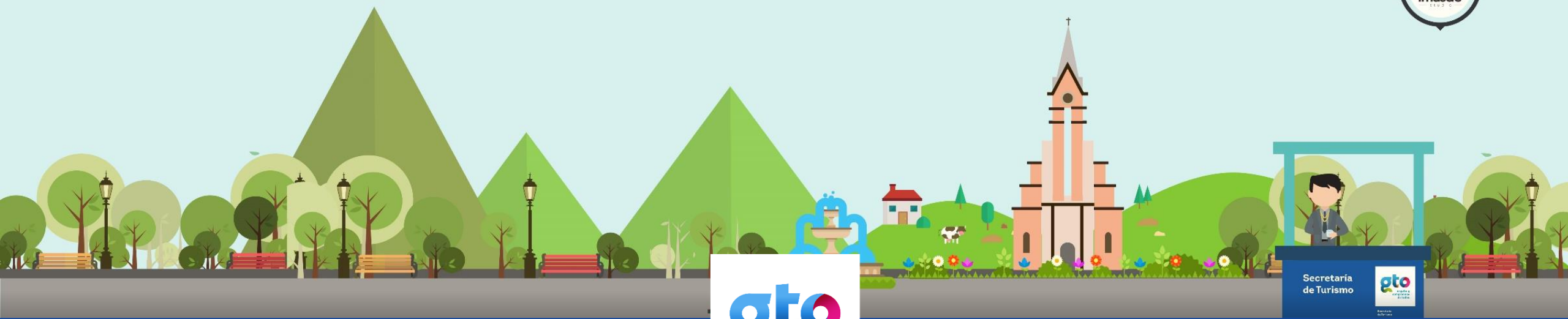


Perfil del Visitante Jalpa de Cánovas 2016



guanajuato.mx

GUANAJUATO
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO



IMPULSO
Guanajuato

Secretaría
de Turismo



Perfil Demográfico y Mercados Emisores



Experiencia y Satisfacción



Mix de Ideas



Nota Metodológica



Plan de Viaje y Segmentos de Turistas



Impacto de Medios



Gasto e Indicadores de la Actividad

2

88 encuestas a turistas y excursionistas con un Nivel de Confianza del 95% y un error de $\pm 10.45\%$

1

Es un estudio cuantitativo descriptivo que suministra información:

- Perfil Sociodemográfico
- Planeación de Viaje
- Satisfacción y Lealtad
- Recordación Publicitaria
- Gasto y Estadía

3

UTILIDAD
Definir estrategias que atraigan más visitantes al estado, que generan impacto social y económico.

4

Estudio realizado por una agencia de investigación de mercados contratada por esta Secretaría. La empresa **ejecuta el trabajo de campo, codifica y procesa la información.**

5

La Dirección de Información & Análisis **elabora el análisis y reporte de resultados**

6

Viajeros mayores de 18 años, que no residan ni trabajen en el destino.
Encuesta personal cara a cara Del 19 de marzo de 2016 al 08 de enero de 2017

En:

1. Templo del Señor de la Misericordia
2. Santuario de Nuestra Señora de Guadalupe
3. Cañada de Negros
4. Hacienda de Jalpa de Cánovas
5. Nuestra Señora de la Purísima Concepción



40% 
de los asistentes son
mujeres

60% 
de los asistentes son
hombres

54% 
tiene ingresos de
\$4,300 a \$14,999 (D, D+)
20% tiene ingresos de
\$20,000 a +\$55,999 (C)


La edad promedio es de
35 años -8%

73% 
procedencia Estatal

23% 
procedencia Nacional

4% 
procedencia Internacional


46%
tiene grado **Universidad**


25%
Empleado **privado**



73%
Estatat

Municipio



35 años



59% Hombres

42% Universidad

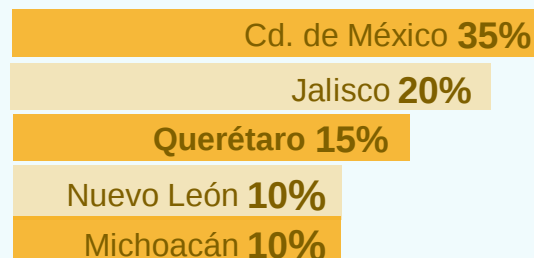


31% pertenece al NSE D



23%
Nacional

Estado



36 años



65% Hombres

60% Universidad



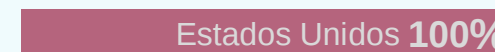
35% pertenece al NSE D+



4%

Internacional

País



32 años



50% Hombres

25% Universidad



25% pertenece al NSE C+



Grupo promedio de viaje 1



3.9 personas

Acompañado por

57%



Familia

29%



Pareja

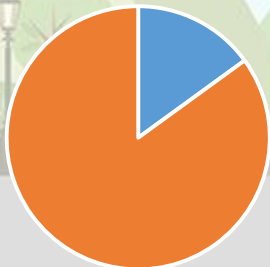
12%



Amigos

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

No
85%



Sí
15%

Dentro de Guanajuato

León	31%
San Francisco del Rincón	31%
Purísima del Rincón	23%

4 Actividades de interés

Ir a desayunar/comer/cenar **67%**

Visitar atractivos por su cuenta 22%

Recorridos turísticos 17%

Recorridos turísticos: Haciendas, Presa, Museo, Iglesias / Templos, Guanajuato, Cañada de Negros

5 Medio de reservación



Teléfono
100%

6 Medio de transporte



Auto propio
79%



Avión
13%

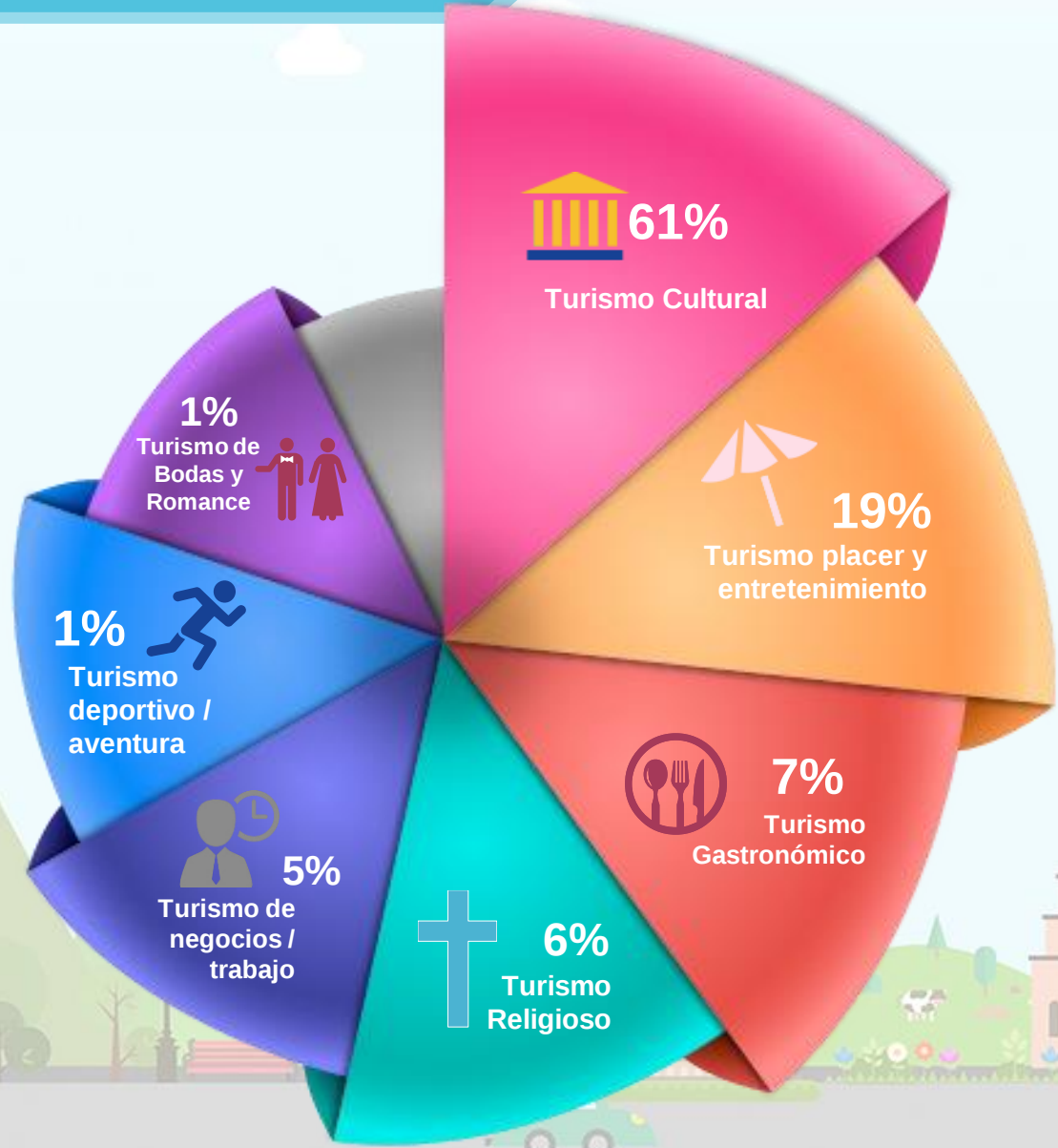


Autobús
4%



SEGMENTOS

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



SEGMENTOS



	Nacional	Estatal	Internacional
	70%	61%	25%
	20%	15%	75%
	0%	9%	0%
	0%	8%	0%
	5%	5%	0%
	5%	0%	0%
	0%	2%	0%



7.8 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL DESTINO



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

PERCEPCIÓN & ELEMENTOS DE ATRACCIÓN

Posicionamiento de Pueblos Mágicos

Dolores Hidalgo 23%

Salvatierra 17%

Yuriria 14%

Mineral de Pozos 13%

Jalpa de Cánovas 5%

Otro 11%

Ninguno 17%

Otro: San Miguel de Allende, Guanajuato y Celaya

Asociación del destino

Tranquilidad/ Descanso 26%

Historia / Cultura 26%

Bonito/ Hermoso/ Mágico 15%

Lo que mas le ha gustado

Tranquilidad 24%

Templo de la Misericordia 19%

Plaza principal / Jardín/ Kiosko 10%

Eventos que recuerda se realicen en este Pueblo Mágico.

Fiesta Patronal 24%

Semana Santa / Viacrucis 21%

Grito de Independencia 12%

Los Coquitos 12%

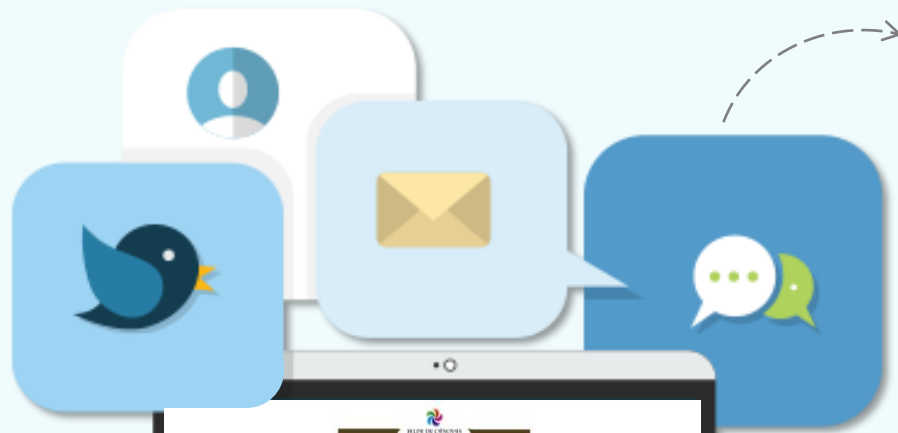
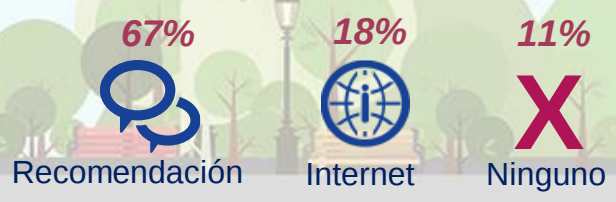
Noches Mágicas 12%



IMPACTO DE MEDIOS



¿En qué medios escuchó o vio información sobre este destino turístico?



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%



Fortalecimiento de oferta hotelera.

Considerar el **desarrollar estrategias** con destinos cercanos como León, .



Realizar eventos en la plazuela principal los fines de semana con **diseñadores y artistas para que promuevan y expongan los productos leoneses.**

Impulsar la venta del **“Ate de Membrillo”** como souvenir comestible.



Diseñar una ruta en domingo donde se pueda vivir la experiencia de realizar **senderismo con su perro** aprovechando que en León no hay muchos espacios donde puedas llevar a tu mascota a explorar la naturaleza.

Desarrollar la experiencia en **“La Exhacienda”** que incluya cena de gala, concierto y dramatización del siglo XVI de los hacendados Oscar Brannif y Guadalupe Cánovas.



Aceptar tarjetas de crédito en restaurantes, hoteles, etc.



Secretaría de Turismo



GASTO Y ESTADIA

7%  **\$549.40**
2.50 días
Casa familiares / Amigos

A&B	Compras	Souvenirs
38%	33%	19%

6%  **\$658.33**
1.26 días*
Hotel

Hospedaje	A&B	Souvenirs
49%	28%	15%

87%  **\$ 797.89**
3.74hrs

Excursionista

A&B	Compras	Entradas
28%	20%	11%



*Estadía proporcionada por Datatur

ESTADO



21 mil
visitantes



\$16.4
MDP derrama económica



20 habitaciones
1 a 5 + sin clasificar Jalpa



156 mil
Personas ocupadas
Estado IV Trimestre 2016



1 millón 711mil
Pasajeros



10 Líneas aéreas



23 mil 999
asientos semanales



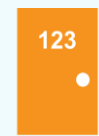
Hospedaje



8

Hoteles

9 1



123

58

Habitaciones

Servicios Turísticos

Purísima del Rincón

★★★★★★		1		11
★★★★★		1		7
★★★★		1		11
★★★		1		4
★★		1		8
★		1		
Sin Clasificar		3		17
Total		8		58

Fuente: Sectur Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Cierre 2016



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

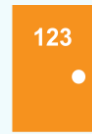


Hospedaje



3

Hoteles



20

Habitaciones

★★★★★★		0		0
★★★★★		0		0
★★★★		1		11
★★★		1		4
★★		0		0
★		0		0
Sin Clasificar		1		5
Total		3		20

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Cierre 2016

Jalpa de Cánovas



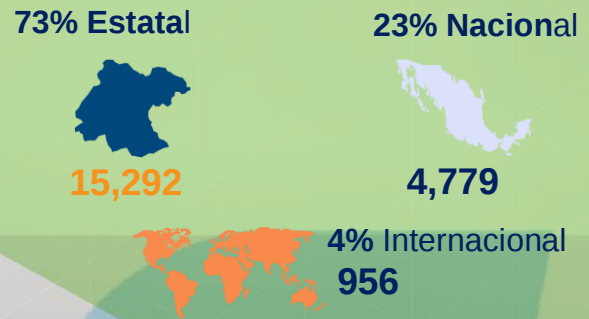


Perfil del Visitante a Jalpa de Cánovas 2016

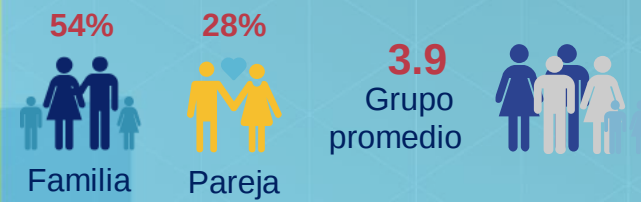
Quién nos visita



De dónde viene



Con quién viaja



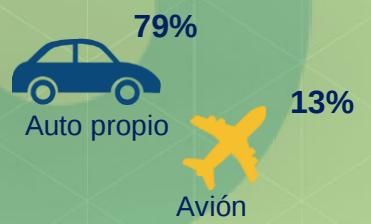
Propósito del viaje



Se hospeda en



En qué viaja



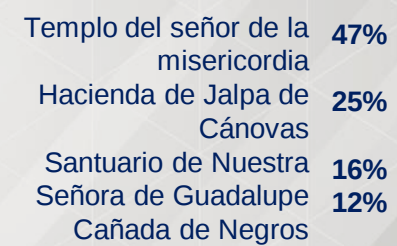
Impacto de medios



Visitó otros lugares



Atractivos turísticos



Gasto y Estadía



Tipo de Visitante



21 mil 027 Visitantes

Recurrencia



Experiencia de Visita

Satisfacción



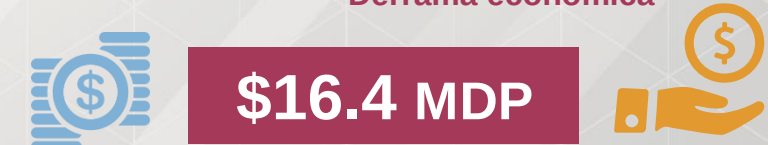
Retorno



Recomendación



Derrama económica



Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández

Director General de Planeación
rcardenas@guanajuato.gob.mx

Mtra. Miriam C. Adame Alcaraz

Directora de Información y Análisis
madame@guanajuato.gob.mx

Mtra. Irazema Álvarez Pérez

Coordinadora de Estadística e Información
ialvarezp@guanajuato.gob.mx

Mtra. Adriana Jardon Salazar

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado
ajardon@guanajuato.gob.mx

Mtra. Rosario Álvarez Macías

Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis
malvarezm@guanajuato.gob.mx

Lic. Sarahí Martínez Hernández

Asistente de Codificación y Captura
kmartinezh@guanajuato.gob.mx

Lic. Luz Margarita Robledo Olivares

Analista de Estadística
lmrobledo@guanajuato.gob.mx

Lic. 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

