



Perfil del Visitante Festival Internacional Cervantino 2016

2

287 encuestas a asistentes con un nivel de confianza del 95% y error del $\pm 4.99\%$



4

Estudio realizado por una agencia de investigación de mercados. La empresa codifica, captura y elabora el reporte de resultados.



6

Asistentes mayores de 18 años, Locales, Turistas y Excursionistas que hayan participado en alguna actividad del programa del evento
Entrevistas cara a cara
Del 02 al 23 de octubre de 2016

1

Es una investigación de mercado que suministra información de:



3

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



5

En:
GUANAJUATO
100%



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

- Explanada de la Alhóndiga de Granaditas 17%
- Teatro Principal 11%
- Teatro Cervantes 11%
- Auditorio General de la UG 10%
- Plaza San Roque 9%
- Teatro Juárez 9%
- Basílica Colegiata de Nuestra Señora de Guanajuato 6%

- Mina El Nopal 6%
- Auditorio de Minas 5%
- Templo de la Valenciana 5%
- Salón del Consejo Universitario 5%
- Ex Hacienda San Gabriel de Barrera 4%
- Mesón de San Antonio: Catacumbas 3%

Perfil del Visitante a Festival Internacional Cervantino 2016

478,710
ASISTENTES

Quién nos visita

60% de los visitantes son **Hombres**



Escolaridad
62%
Universidad

34 Años

45% del visitante tiene ingresos de **\$15,000** hasta **\$139,999**

De dónde viene

64% Nacional



113,781

32% Estatal



56,890

4% Internacional



7,111

Propósito de viaje



93%
Visitar el FIC

47%
Descanso/Vacaciones

21%
Trabajo/Negocios

Se hospeda en



35%

Hotel



13%

Casa Familiares/
Amigos

Con quién viaja



Amigos
36%

92%
Acompañado



Pareja
29%



Familia
28%



3.9 Grupo de viaje

Visitó otros lugares



San Miguel de Allende **53%**
León **29%**
Dolores Hidalgo **14%**

Reservó



Internet **63%**
Vía telefónica **26%**
Agencia de viajes **6%**

En qué viaja



44%

Auto propio



34%

Autobús

Publicidad del evento



Recomendación
61%



Internet
43%

Experiencia en el Evento

Evento **75%** Estado **73%**



Recurrencia

Satisfacción
Evento **8.2**



96% Recomendación



Retorno



98%

Gasto y Estadía

\$1,885.96 **\$991.27** **\$1,314.46**



Hotel

1.45 días*



Casa Fam
Amigos

3.90 días



Excursionista

6.51 hrs

*Dato proporcionado por Datatur



Quién nos visita

53% de los visitantes son **Hombres**

37 Años
 Escolaridad **59%** Universidad

50% del visitante tiene ingresos de **\$15,000** hasta **\$139,999**

Con quién visita el evento

72%
Acompañado

3.3
Grupo de viaje

48%
Amigos

39%
Familia

17%
Hijos

Publicidad del Evento

46%
Internet

41%
Folletos impresos

34%
Anuncio TV

Experiencia en el Evento

Recurrencia al evento
91%
4.8 veces

Algo nuevo
69% Sí Mejor organización **20%**

Experiencia

91% Satisfacción
7.7
 Recurrencia

13% Los eventos
19% Falta de limpieza
 Mas y Menos gustó

97% Recomendación
100%
 Retorno

300,928 LOCALES

Gasto y Estadía

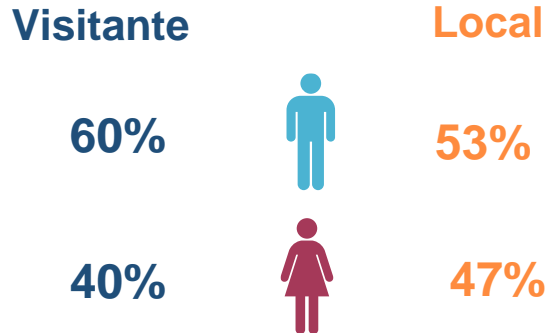
\$463.47

9.50 días siguiendo el evento





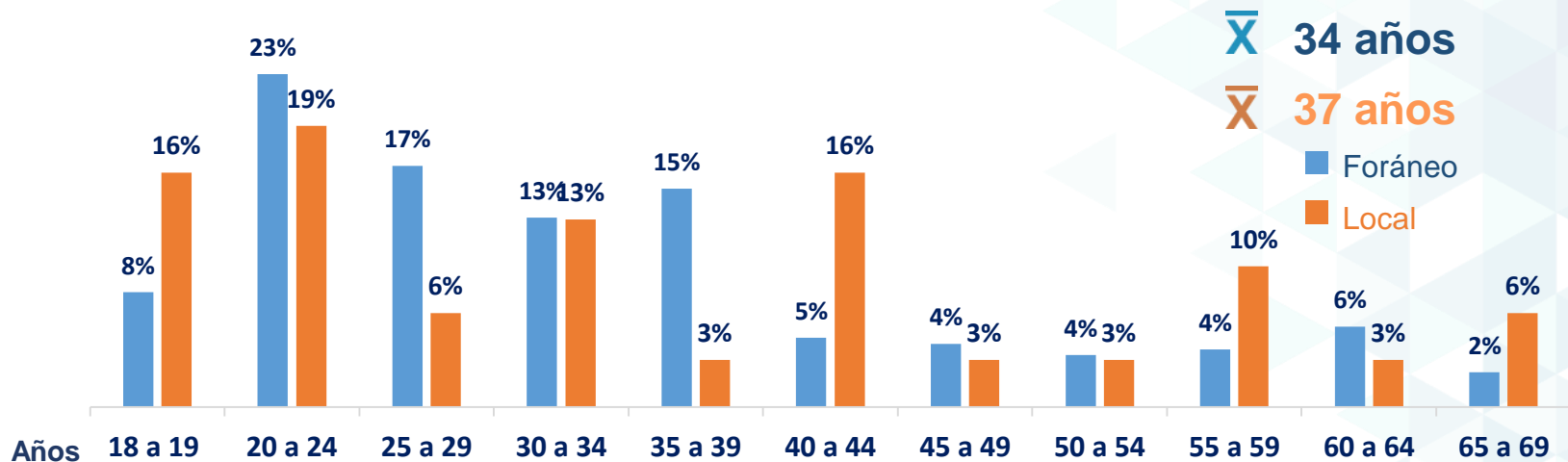
Género del entrevistado



Tipo de visitante



Edad promedio de los entrevistados



Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de: Min - 18 años y Max - 69 años.



Perfil Demográfico

Procedencia del Visitante



Nacional

64%



Estatad

32%



Internacional

4%



Estado	2016
Ciudad de México	27%
Querétaro	12%
Jalisco	11%
Estado de México	6%
Michoacán	6%
Baja California Norte	4%
Hidalgo	4%
Aguascalientes	4%
Morelos	3%
Tamaulipas	3%
Puebla	3%
Nuevo León	2%
Colima	2%
Durango	2%
Sonora	2%
Quintana Roo	1%
Veracruz	1%
Baja California Sur	1%
Tepic	1%
Zacatecas	1%
Saltillo	1%
San Luis Potosí	1%
Chihuahua	1%
Chiapas	1%
TOTAL	100%

Municipio	2016
León	41%
Irapuato	12%
Celaya	10%
Salamanca	6%
Yuriria	4%
San Miguel de Allende	4%
Dolores Hidalgo	4%
Moroleón	4%
San Francisco del Rincón	4%
Silao	2%
Cortazar	2%
Valle de Santiago	2%
Apaseo el Grande	1%
Tarimoro	1%
Salvatierra	1%
San José Iturbide	1%
TOTAL	100%

País	2016
EUA	45%
España	19%
Francia	9%
Colombia	9%
Argentina	9%
Uruguay	9%
TOTAL	100%



¿El **FIC** es la principal razón de su visita a la ciudad?

Sí
93%



No
7%



Descanso /
Vacaciones

47%



Trabajo / Negocios

21%



Visita a familiares /
amigos

16%



Congreso/
Exposición

6%



Práctica de
actividades
deportivas/aventura

5%



Viaje de
estudios/Prácticas
profesionales

5%

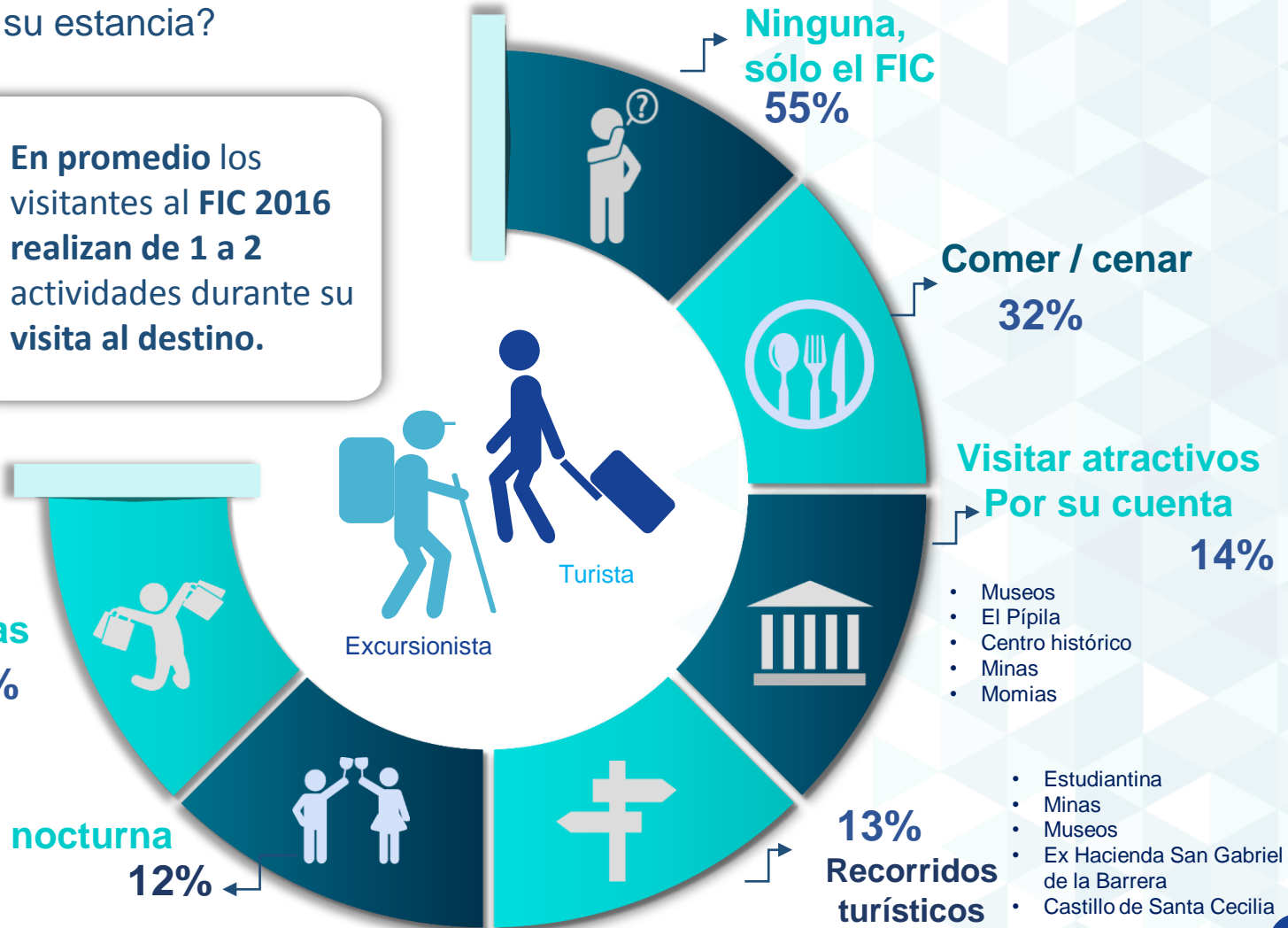


Planeación de viaje

Actividades de interés

Durante su visita a este destino ¿Qué actividades realizó o planea realizar durante su estancia?

En promedio los visitantes al FIC 2016 realizan de 1 a 2 actividades durante su visita al destino.



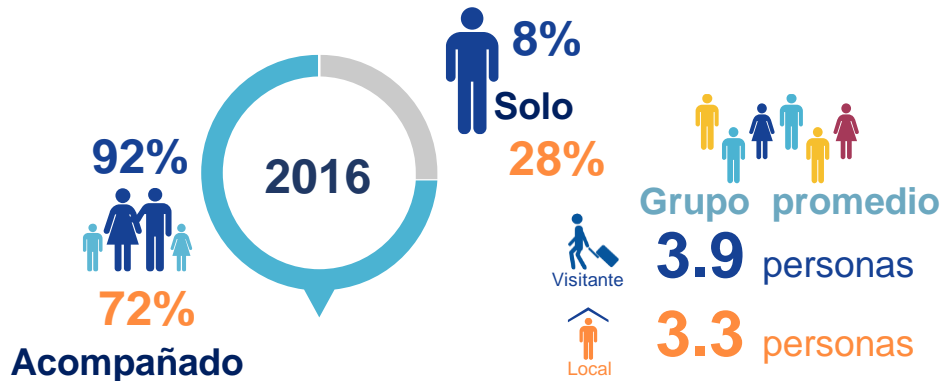
***Otro**
*Otro 2016.
Visita a familiares, trabajo,
asistir a un congreso
académico.

- 2%**
- Compras 3%**
- Puestos de artesanías
 - Locales comerciales
 - Mercado de artesanías
 - Mercado
 - Mercado hippie

Nota: Suma de menciones por lo que puede superar el 100%



¿Con quién viaja / visita el FIC?

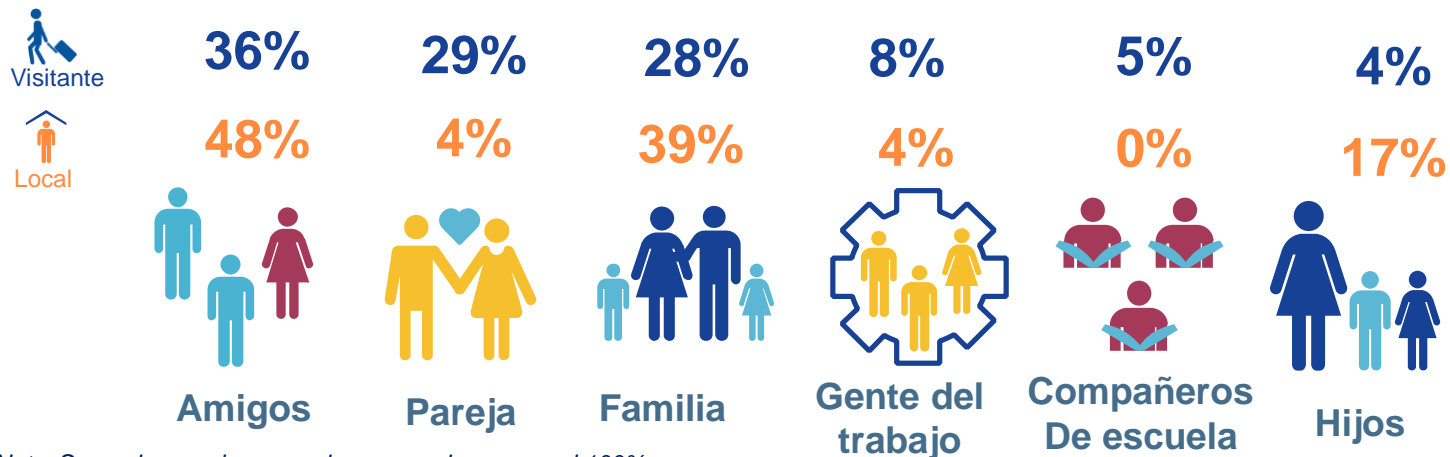


Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de:
Min – 2 personas y Max – 100 personas

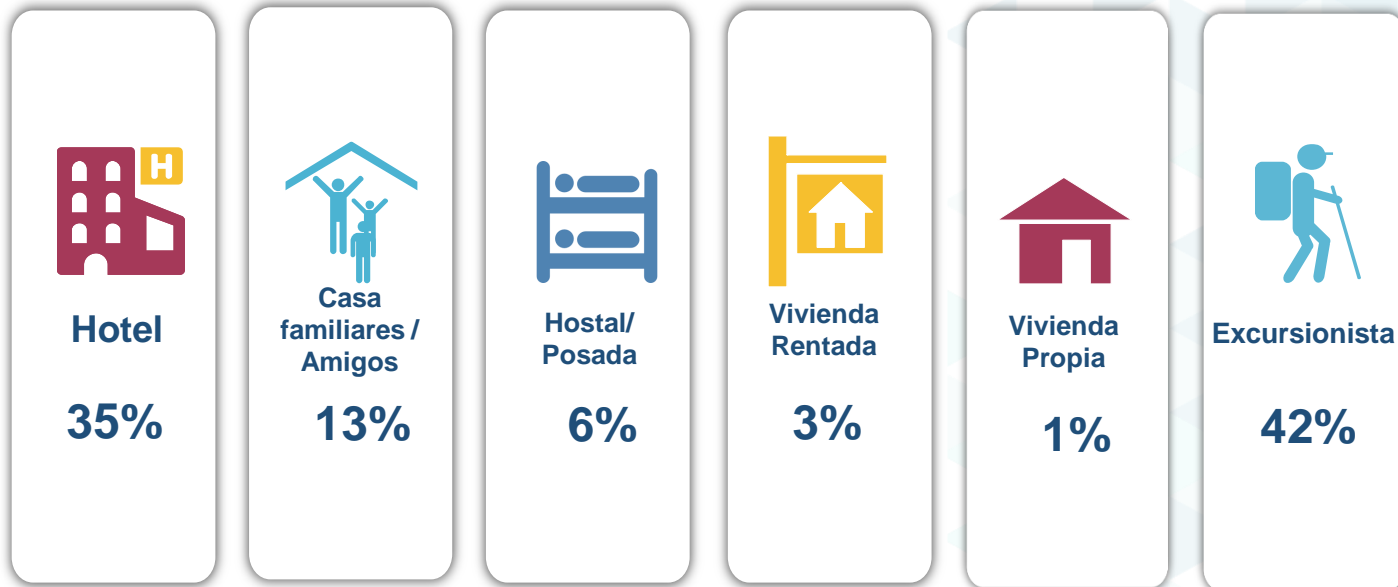


Adultos mayores de 65 años	2%	3%
Adultos de 46 a 65 años	20%	9%
Adultos de 31 a 45 años	29%	19%
Adultos de 18 a 30 años	60%	50%
Adolescentes de 15 a 17 años	9%	6%
Niños menores de 14 años	12%	19%

Acompañado por...



Nota: Suma de menciones por lo que puede superar el 100%



¿Utilizó Airbnb?

SÍ



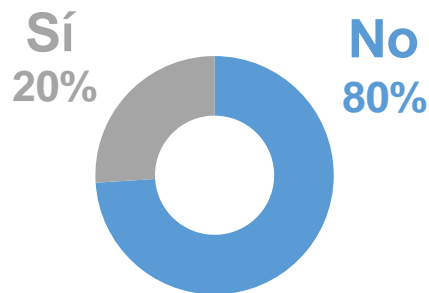
No

33%

67%



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



Top 5

Dentro de Guanajuato

San Miguel de Allende	53%
León	29%
Dolores Hidalgo	14%
Salamanca	6%
Silao	4%

Fuera de Guanajuato

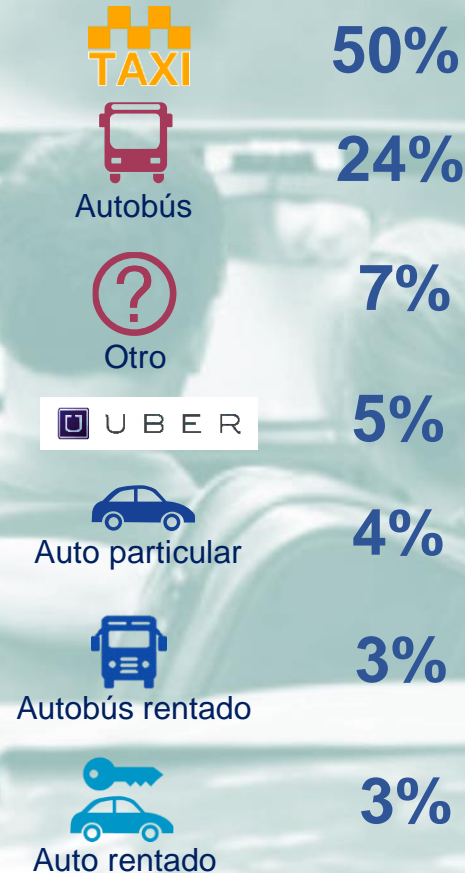
Guadalajara	6%
Ciudad de México	6%
Querétaro	4%
Aguascalientes	2%
Colima	2%



Del **43%** que llegaron en avión o autobús, ¿Qué otro medio utilizará para desplazarse en el destino?



Visitante

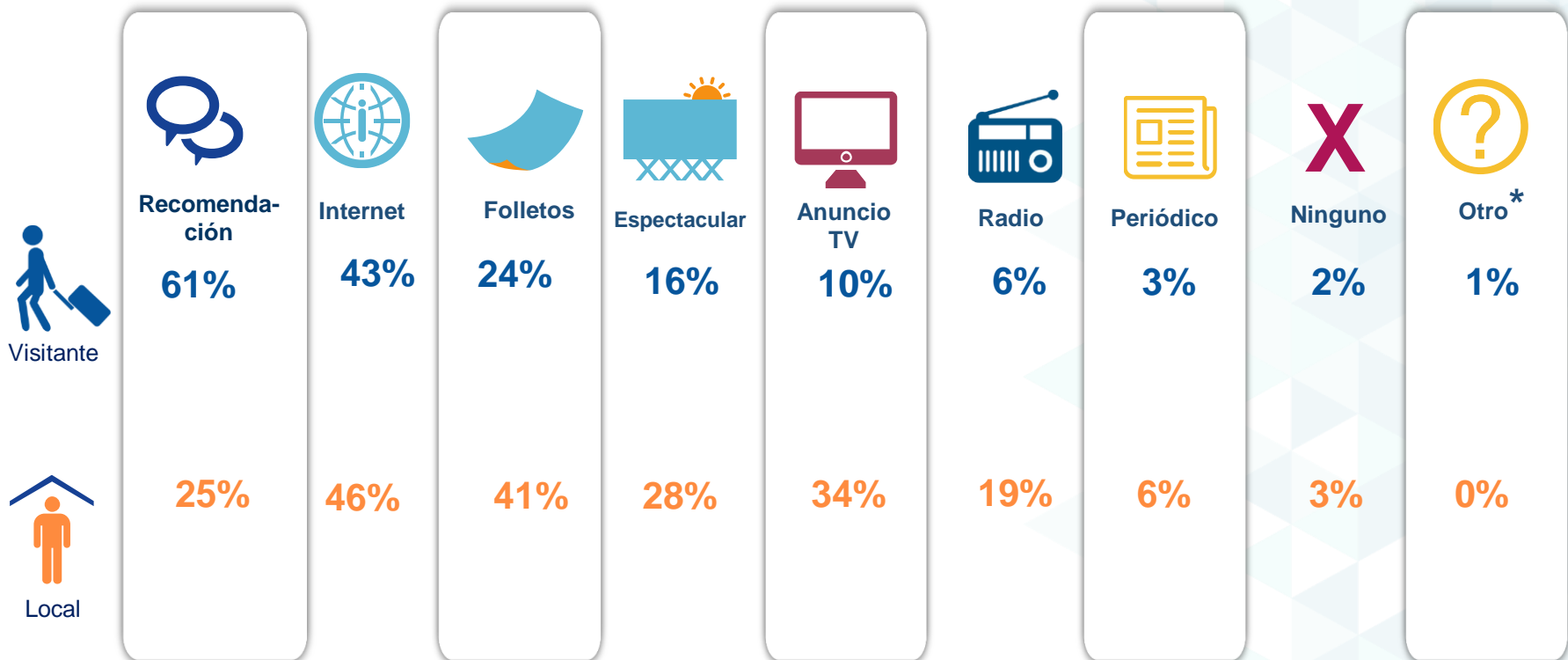


* Otro 2016: Blablacar, caminando.

Nota: Automóvil propio, se refiere al auto que toman prestado de sus familiares que viven en la ciudad.



¿En qué medios escuchó o vio publicidad del FIC?



*Otro 2016: Aeropuerto, transporte público, oficinas del Cervantino en México.

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%





Visitante



Local



Internet

46%

80%



Redes Sociales

73%

13%



Página Web

20%

7%



Correo electrónico

7%



Visitante

Página Web



Local

XLIV Festival Internacional Cervantino

85%

Google

15%

XLIV Festival Internacional Cervantino

100%



Visitante

Redes Sociales



Local



Facebook

83%



Twitter

10%



Instagram

7%



Facebook

83%



Youtube

17%



Visitante



45%



14%



9%



Televisa

9%



ocho tv

5%

trece

5%



5%



tv azteca

5%



5%

Televisión TV abierta 100%



Local



45%



23
XHS
22%



11%



ocho tv

11%



11%

TV abierta 100%

Periódico



Visitante

a.m.

32%

Periódico
correo

17%

La Jornada

17%

El Sol del Bajío

17%

El Sol de Irapuato

17%



Local

Periódico
correo

100%

RADIO
UNIVERSIDAD

40%



10%



10%



10%



10%



10%



10%

Radio



Visitante



Local

RADIO
UNIVERSIDAD

100%

Índice Promedio Global



8.2



7.7



Experiencia general en el cervantino



Calidad de los espectáculos



Sedes del evento



Organización en General



Imagen del Evento



Seguridad durante todo el evento



Nivel de afluencia en el evento



Información de la ciudad



Espectáculos de calle



Horario



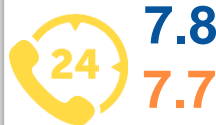
Publicidad y promoción del evento



Programa



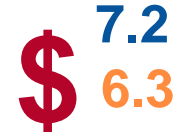
Organización eventos en lugares cerrados



Servicios recibidos durante el evento



Ayuda por parte de los organizadores



Precios de entrada al evento



De las siguientes actividades, por favor indique ¿a cuáles asistió o piensa asistir?



¿Qué tan probable es que usted vuelva a asistir al FIC?

Definitivamente **No**

1%

0%

Probablemente

3%

3%



Retorno

Definitivamente **Sí**

96%

97%

¿Qué tan probable es que usted recomiende a un amigo o colega visitar al FIC?

Definitivamente **No**

0%

0%

Probablemente

2%

0%



Recomendación

Definitivamente **Sí**

98%

100%



Visitante



Local

Probablemente o Definitivamente **NO**
¿Por qué? **TOP 3**

4%

3%

Si tiene la oportunidad **10%**

Parece un carnaval

100%

Si está disponible **10%**

Hubo mucha gente **10%**

Probablemente o Definitivamente **NO**
¿Por qué? **TOP 3**

2%

0%

Decadencia del evento **20%**

No hay buenos espectáculos **20%**

Hubo grandes fallas **20%**



Gasto y Estadía de viaje

Gasto por tipo de hospedaje por día



Hotel

\$1,885.96



Casa familiares /
Amigos

\$991.27



Vivienda
Rentada

\$ 858.66



Vivienda Propia

\$310.40



Hostal/ Posada

\$ 952.19



Excursionista

\$1,314.46



Local

\$463.47



Gasto y Estadía de viaje

Distribución del gasto del Visitante

Compras
+
Souvenirs
+
Artesanías
= **31%**



Souvenirs
Recuerdos



Artesanías



Esparcimiento
Diversión



Entradas a
eventos



Transporte
local



Bebidas



Alimentos

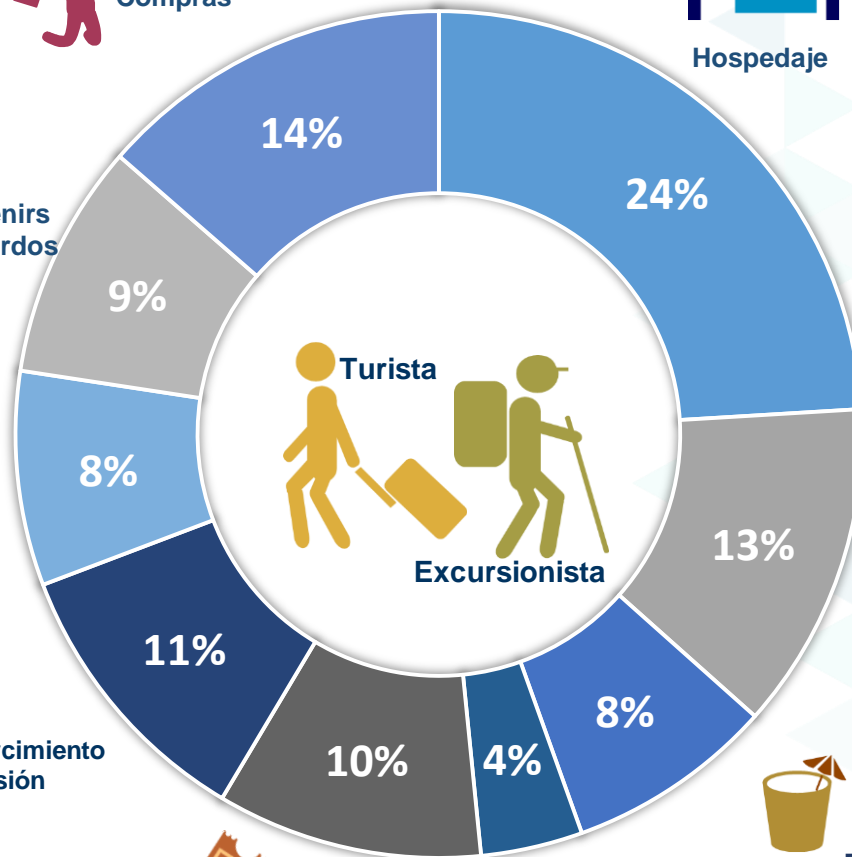
Alimentos
+
Bebidas
= **21%**

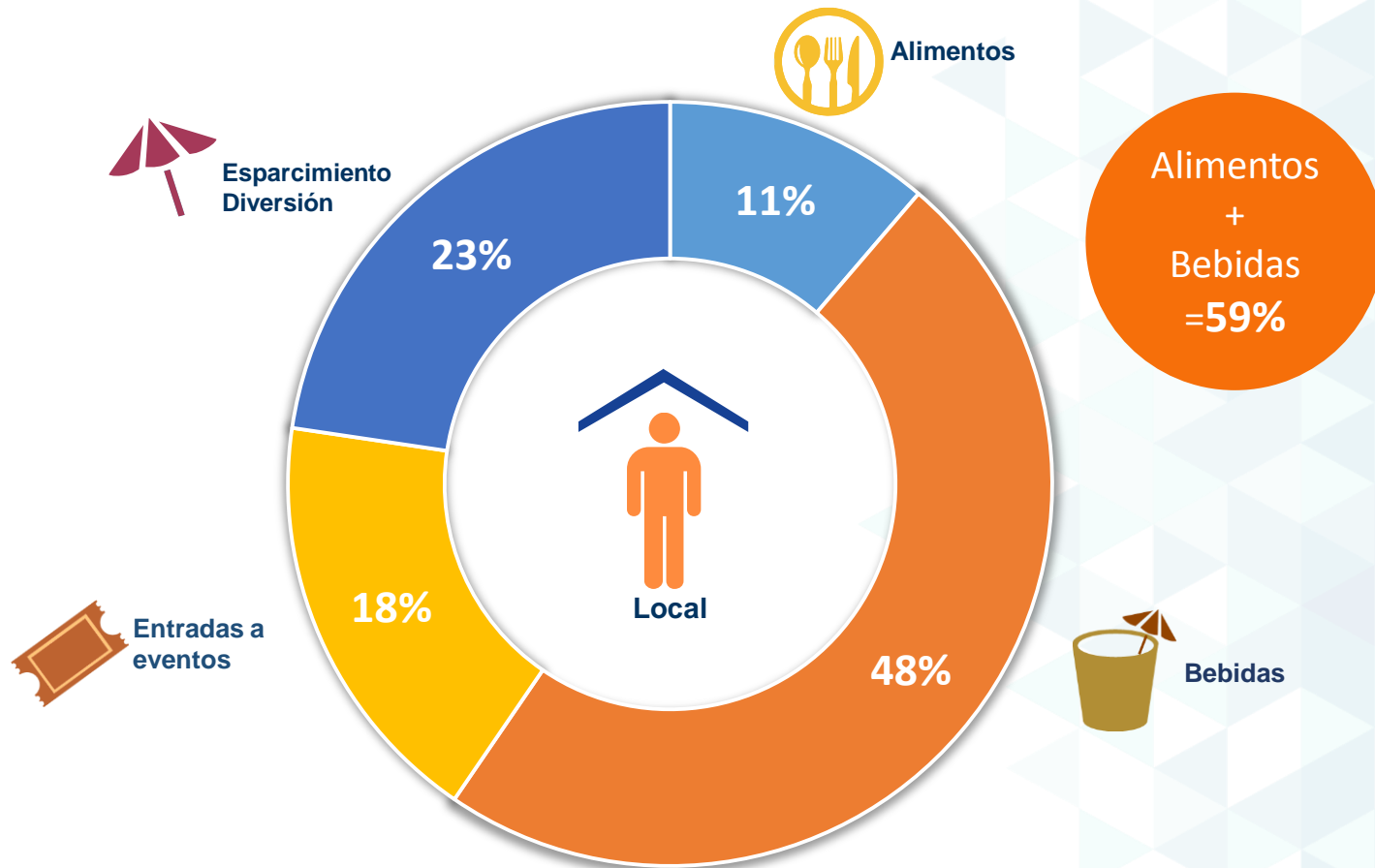


Compras



Hospedaje







FESTIVAL INTERNACIONAL CERVANTINO

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Metodología de la Investigación Cualitativa

Se realizó un estudio de tipo concluyente utilizando la metodología de etnografías.

Herramientas de recolección:



Entrevistas a profundidad



Observación - Video





**EVENTO
PAGADO**

Experiencia

Evento Pagado

El evento pagado seleccionado fue As Four Step, presentado por Tjimur Dance Theatre a las 18:00 horas en las instalaciones del Teatro Cervantes.

El flujo de personas en el evento fue alto, y quienes tuvieron la oportunidad de disfrutar del espectáculo salían satisfechos de este.

Sin embargo, afuera del recinto se encontraban varias personas molestas debido a que por algunos minutos de retraso se les negó el acceso al mismo, sugiriendo que en estos casos deberían hacerles devolución de su dinero, comentando que la causa de su retraso era la falta de estacionamiento en la ciudad.



Hipótesis del Perfil

y Perfiles **Encontrados**

Hipótesis del perfil:

Asistente a evento
pagado



Perfil encontrado:

Asistente Extranjero

Género: Hombre

Edad: 40 años

Perfil: Generación X

Nivel Socioeconómico: C+

Nacionalidad: Polaca





Jack Branski
40 años



- Polonia.
- Generación X.
- Soltero.
- Ingeniero.
- NSE: C+



- 9 hrs al día en computadora o smartphone.
- Visita Fb e Instagram (cuenta de Audi).



- Bélgica, Polonia.
- Irapuato.



- Primera vez en FIC.
- Asiste por recomendación del evento y la ciudad de amigos mexicanos.
- No asiste a eventos parecidos en el año.
- Reggae: el lugar es cool, hay energía, gente divirtiéndose.
- Gasto \$400.00 aprox. en gasolina.
- La imagen del evento me gusta porque me gusta el azul.
- Sí cumplió expectativas, la ciudad es increíble.
- Frase/palabra: único.



- Género de película favorito: acción.

“Veo los eventos que voy encontrando mientras camino, no encontramos un programa”.

“El programa esta totalmente en español, debería tambien estar en inglés”.



**EVENTO
SIN COSTO**

Experiencia

Evento sin costo

Por las calles de la ciudad de Guanajuato se llevaban a cabo varios eventos sin costo para los asistentes al Festival Internacional Cervantino.

La cantidad de espectadores en los eventos era alta, en su mayoría los grupos de amigos era el segmento que más se podía observar en este tipo de eventos, razón por la cual fue el perfil a analizar.

La persona seleccionada era un visitante primerizo que se encontraba muy contento de poder asistir a este evento, ya que había escuchado muy buenos comentarios de amigos.



Hipótesis del Perfil

y Perfiles **Encontrados**

Hipótesis del perfil:

Asistente a evento
No pagado.



Perfil encontrado:

Asistente Foráneo.

Género: Hombre

Edad: 19 años

Perfil: Millennial

Nivel Socioeconómico: C-





- Zapotlanejo, Jalisco.
- Millenial.
- Soltero.
- Mesero.
- NSE: C-.



- 8 hrs al día en computadora o smartphone.
- Visita Fb e Instagram (cuenta los rastas).



- Zapotlanejo, Jalisco.



“La imagen si me gusto, me gustan los colores y como resaltaba el amarillo”.

- Primera vez en FIC.
- Asiste por invitación de amigos.
- No asiste a eventos parecidos en el año.
- Reggae, es el que le gusta.
- Callejón del beso, callejoneada y concierto de música electrónica.
- Gasto \$1,800.00 aprox. Por un día.
- Cumplió expectativas, ver conciertos y conocer gente.
- Frase/palabra: momias.



- Le gusta jugar futbol.
- Género de película favorito: románticas.

“Lo que más me gusta son las culturas y tradición de los invitados”.



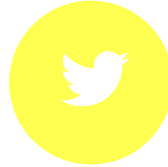
Ernesto Álvarez
19 años



REDES SOCIAL MEDIA

Comparativa

Redes principales / Seguidores octubre 2016



303,922
seguidores

485,614
seguidores

9,866
seguidores

1,486
seguidores



147,536
seguidores

43,432
seguidores

5,393
seguidores

1,529
seguidores



48,092
seguidores

21,300
seguidores

6,066
seguidores

763
seguidores



250,552
seguidores

13,836
seguidores

10.5 k
seguidores

959
seguidores



Resumen de actividad en Twitter

Uso de Hashtags desde las cuentas oficiales

17 de Septiembre al 23 de Octubre

 **# ViviendoElCervantino**

 **# Cervantes400**

 **# CervantesEnRap**

 **# CervantesVivo**

 **# EstésDondeEstés**

 **# PostalCervantina**

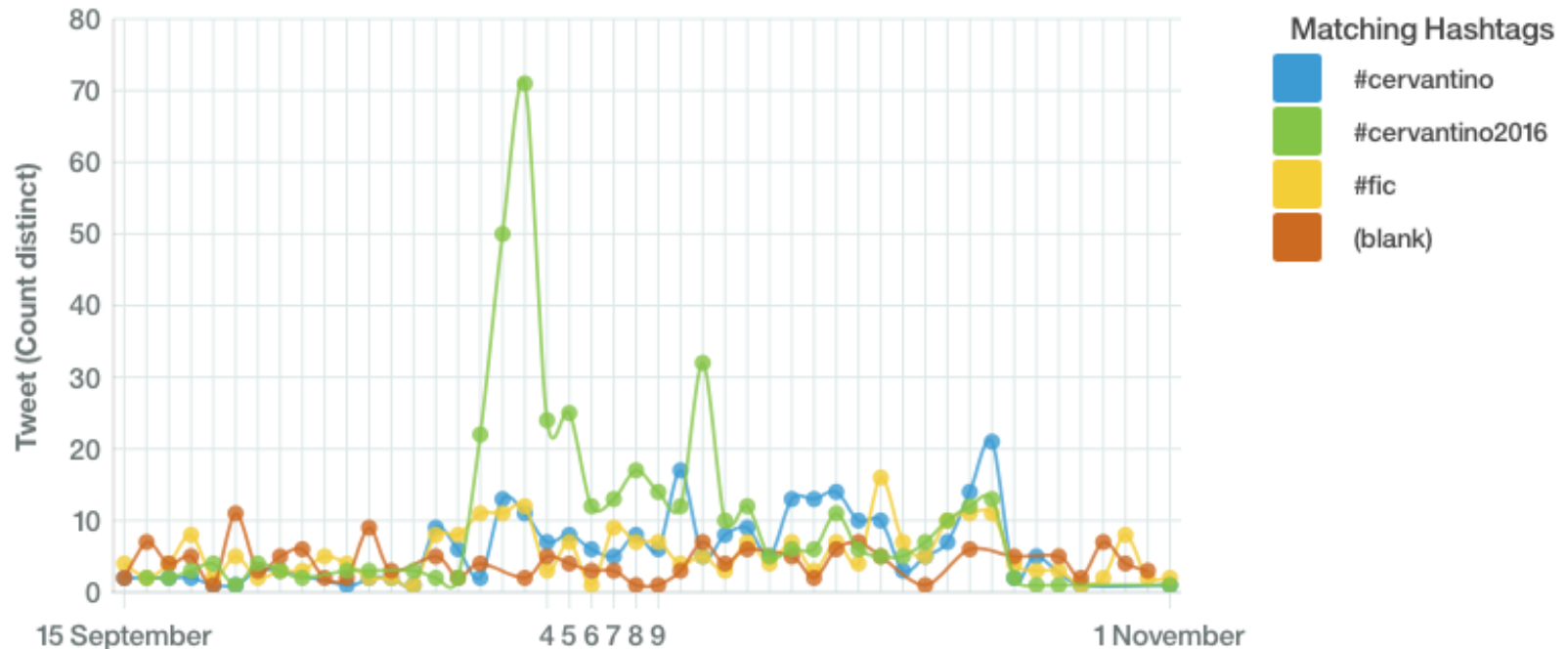
 **# Cervantino2016**

 **# SelfieCervantina**

- El uso de hashtags en las cuentas oficiales es variado dependiendo del post, se sugiere utilizar un solo hashtag general en todos los posts para identificar fácilmente los posts del evento y educar a los usuarios a que lo utilicen también. Esta estrategia ayuda a llevar un mejor control sobre las actividades en redes sociales.

Hashtags más utilizados por día.

Del 15 de Septiembre al 1 de Noviembre



* Se sugiere utilizar como hashtag central: #Cervantino2016 (Con la variante del año para cada edición)



Resumen de actividad en Twitter



Publicidad exterior en la ciudad



Durante el evento se pudo observar una gran cantidad de espectáculos callejeros en los puntos turísticos más relevantes de la ciudad, así como numerosos elementos publicitarios del festival.

Publicidad exterior en la ciudad







Indicadores de la Actividad Turística 2016



Indicadores de la Actividad Turística Guanajuato 2016 2 al 23 de octubre

	2016
Llegada de Turistas	61,594
Turistas Noche	85,930
Ocupación	57%
Estadía	1.40



Oferta Hotelera

1 a 5 * más Sin Clasificar 2016

Habitaciones	144
Hoteles	3,626

Visitantes y Asistentes

Indicador

2016

Visitantes	177 mil 782 personas
Derrama económica visitantes	\$421 millones de pesos
Asistentes	478 mil personas



- La llegada de turistas a hoteles durante las semanas del evento fue 61 mil 594 personas, mostrando una variación positiva del 9% con relación a 2015.
- El porcentaje de ocupación hotelera fue de 57%.

Festival Internacional Cervantino 2016 Indicadores de Hospedaje – Guanajuato Capital

Indicador	Día Adicional (2 oct)	Semana 1 (3-9 oct)	Semana 2 (10-16 oct)	Semana 3 (17 - 23 oct)	Acumulado 2016
Cuartos Disponibles	3,186	22,302	22,302	22,302	70,092
Cuartos Ocupados	1,508	11,874	12,155	14,146	39,682
Llegada de turistas	2,331	17,680	19,930	21,652	61,594
Turistas Noche	2,774	24,222	27,105	31,829	85,930
Ocupación	47%	53%	54.5%	63%	57%
Estadía	1.19	1.37	1.36	1.47	1.40



Visitantes y Derrama Económica Estimada Guanajuato Capital Festival Internacional Cervantino 2016

Categoría	Total en personas	Derrama Económica Estimada
Turistas en Hotel 1 a 5*	61,594	\$162,060,214
Turistas en establecimientos no comerciales	25,197	\$97,189,267
Turistas en otros establecimientos comerciales	16,798	\$64,328,550
Excursionista	74,192	\$97,522,897
Total	177,782	\$421,100,928

Fuente: Datatur-Sectur. Estudio del Perfil del Visitante FIC 2016. Sectur.

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada y Casa rentada

Turistas en establecimientos no comerciales incluye: Familiares y amigos y Casa propia

Se considera excursionista al visitante que no pernocta en el destino.

El número de visitantes del FIC 2016 fue de 177 mil 782 personas, generando una derrama económica de más de \$421 millones de pesos .

En 2016 el Comité Organizador reportó 478 mil 710 asistentes (locales y visitantes).



Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,

Director General de Planeación
rcardenas@guanajuato.gob.mx

Mtra. Miriam Cecilia 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



Dirección

Parque Guanajuato Bicentenario
Km. 3.8 Carretera de cuota Silao - Guanajuato
C.P. 32670. Silao, Guanajuato
Tel. (01)(472) 103.99.00





Perfil del Visitante

Festival Internacional

Cervantino 2016