Perfil del Visitante

San Miguel de Allende

2016

guanajuato.mx

GUANAJUATO
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

gto
orgullo y compromiso de todos

IMPULSO
Guanajuato

CONTENIDO

Nota Metodológica

Perfil Demográfico y Mercados Emisores

Plan de Viaje y Segmentos de Turistas

Experiencia y Satisfacción

Impacto de Medios

Mix de Ideas

Nivel de Gasto e Indicadores de la Actividad Turística

NOTA **METODOLÓGICA**

1

Es un estudio cuantitativo descriptivo que suministra información:

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

2

273 encuestas
a turistas y excursionistas
con un Nivel de Confianza del 95% y un error de +/-5.7%

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**.

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

5

En:

1. Jardín Principal
2. Parroquia de San Miguel Arcángel
3. Fábrica la Aurora
4. Aeropuerto Internacional del Bajío

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

DEMOGRÁFICOS

48%
de los asistentes son mujeres

52%
de los asistentes son hombres

43%
tiene ingresos de
$15,000 a $55,999 (C, C-)
23% tiene ingresos de
$56,000 a +$140,000 (C+, AB)

La edad promedio es de
39 años

62%
procedencia Nacional

57%
tiene grado **Universidad**

17%
procedencia Estatal

21%
procedencia Internacional

21%
Empleado de empresa privada

MERCADOS EMISORES

Top 5

62%
Nacional

Estado
- Cd. de México **28%**
- Querétaro **21%**
- Nuevo León **6%**
- Edo. De México **5%**
- San Luis Potosí **4%**

37 años

52% Hombres

58% Universidad

26% pertenece al NSE C-

17%
Estatal

Municipio
- León **30%**
- Celaya **18%**
- Guanajuato **14%**
- Irapuato **9%**
- Salamanca **9%**

38 años

57% Hombres

48% Universidad

21% pertenece al NSE D+

21%
Internacional

País
- Estado Unidos **57%**
- Canadá **16%**
- Francia **4%**
- Italia **3%**
- Argentina **3%**

45 años

50% Hombres

59% Universidad

34% pertenece al NSE C

*** Fuente:** Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI). NSE AB : Más de $140,000; NSE C+: De $60,000 a $139,999; NSE C:De $20,000 a $55,999: NSE C- De $15,000 a $19,999; NSE D+ De $11,000 a $14,999; NSE D De $4,300 a $10,999; NSE E De $0 a $4,299

PLAN DE VIAJE

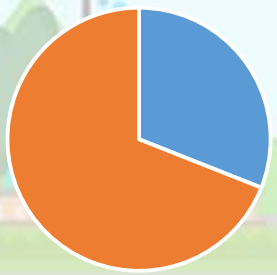
1 Grupo promedio de viaje

4 personas

2 Acompañado por

Pareja	Familia	Amigos
36%	33%	21%

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



No 69%

Sí 31%

Dentro de Guanajuato

Guanajuato	32%
León	15%
Dolores Hidalgo	10%

4 Actividades de interés

Ir a desayunar/comer/cenar	*60%*
Visitar atractivos por su cuenta	35%
Recorridos turísticos	16%

Recorridos turísticos: Turibus, Tranvía, Toda la ciudad,

5 Medio de reservación

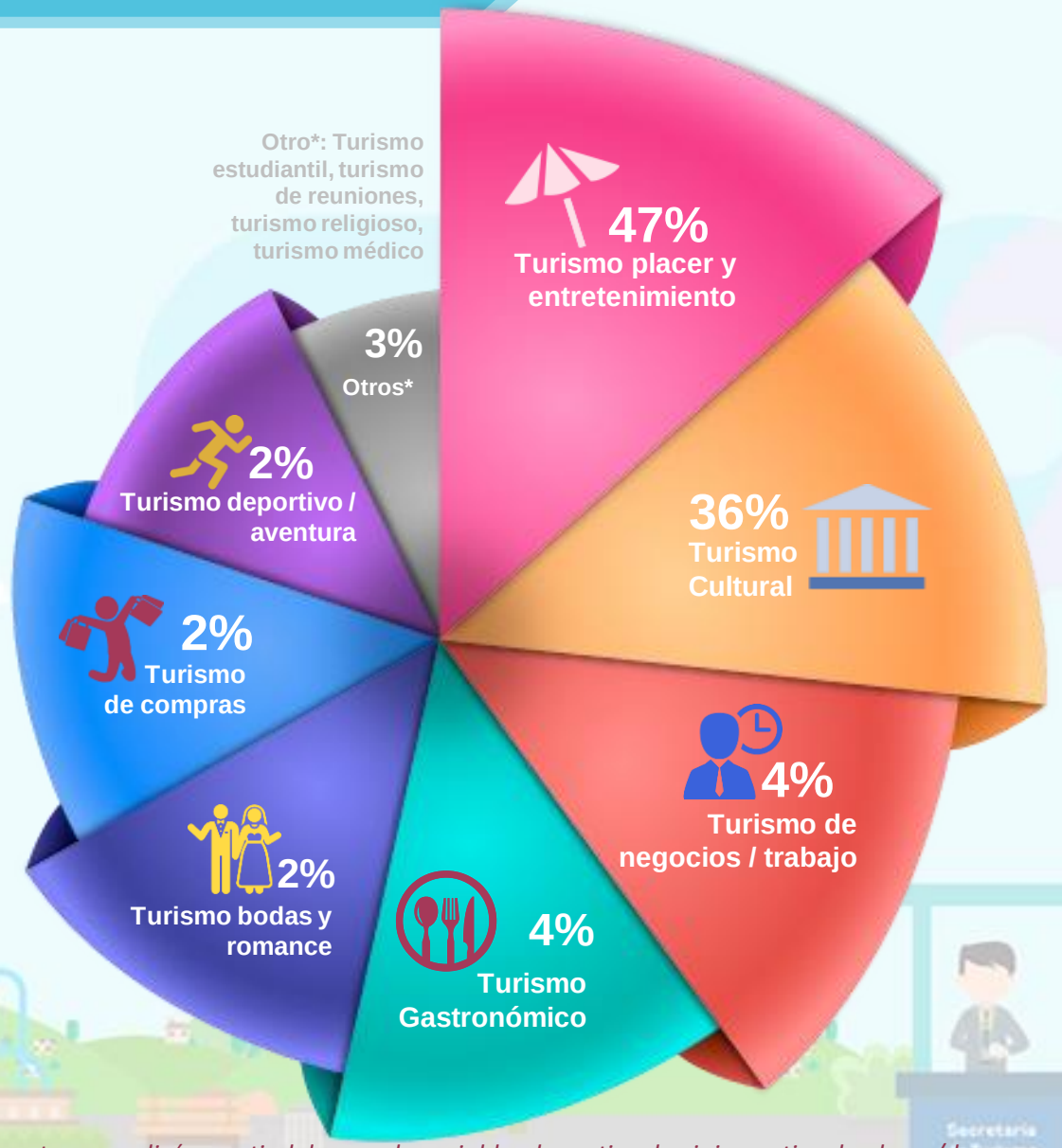
Internet	Teléfono	Organizado de Eventos
64%	35%	2%

6 Medio de transporte

Auto propio	Avión	Autobús
64%	21%	10%

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
	50%	36%	44%
	36%	30%	42%
	3%	9%	4%
	3%	11%	1%
	3%	2%	2%
	2%	2%	3%
	1%	7%	0%
	2%	3%	4%

Nota: En 2015 el análisis de segmentos se realizó a partir del cruce de variables de motivo de viaje, motivo de placer/descanso, actividades y ponderación con la base de eventos.

SATISFACCIÓN

8.2 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL DESTINO

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

IMPACTO DE MEDIOS

1a Internet — 29%

1b Redes sociales — 73%

- Facebook 87%
- YouTube 9%
- Instagram 3%

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

- Redes sociales 73%
- Página web 22%
- Correo Electrónico 5%

2 Red social favorita

- Facebook 86%
- Instagram 7%
- Twitter 2%
- Otro* 3%

*Otro: WhastApp

3 Dispositivo / Aplicaciones que utiliza en viaje

- Smartphone 77%
- GPS 9%
- Tablet 9%

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

- Recomendación 71%
- Internet 29%
- Espectacular 10%

Nota: Suma de menciones

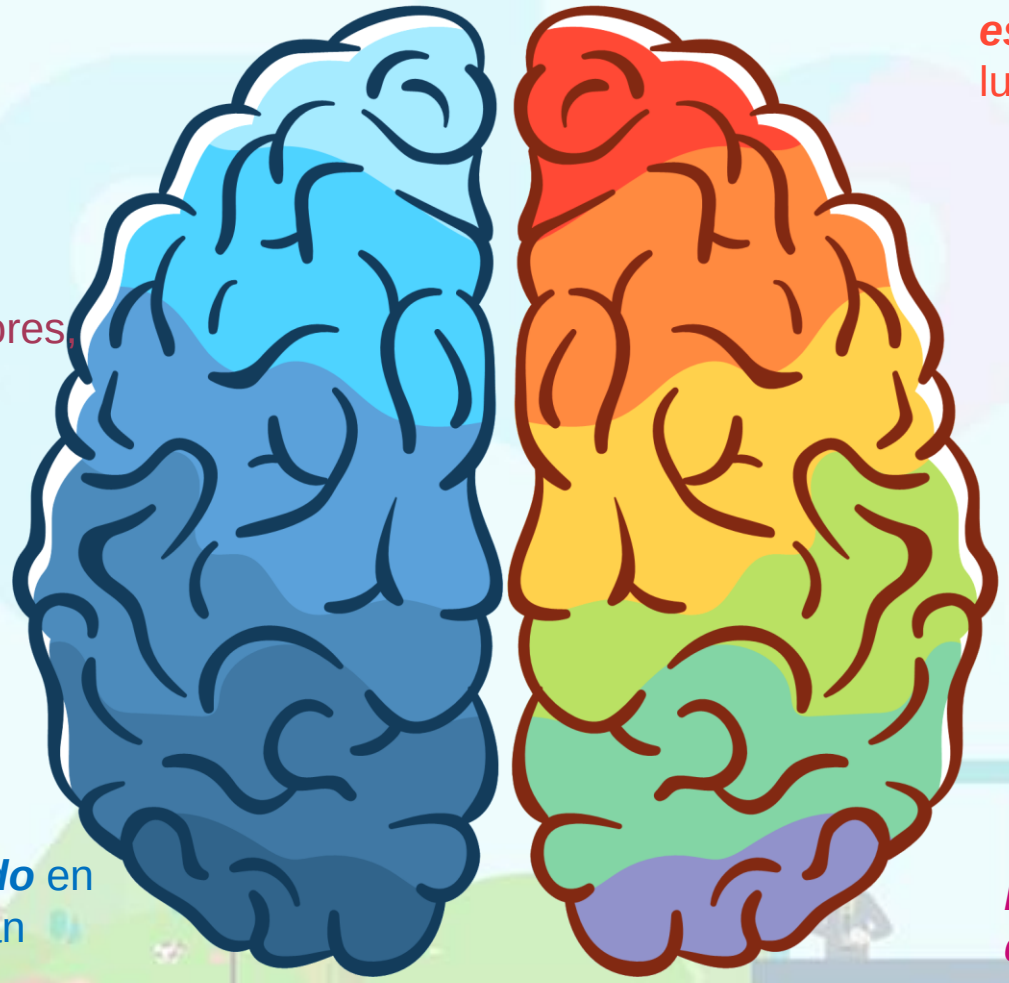
MIX **DE IDEAS**

Opciones alternativas de estacionamientos cercanos al centro.

Impulsar recorridos hacia viñedos y otros destinos como Pozos, Atotonilco, Dolores, Comonfort, Celaya.

Hacer alianza con Dolores Hidalgo con el tema de bodas y romance

Hacer uso de la ***marca Guanajuato como Estado*** en conjunto con la marca San Miguel.



Impulsar estrategia con bloggers e influencers especializados en wellness, luxury y aventura.

Estrategia en tarifas hoteleras (a veces cobran aproximadamente 3 mil por noche y condicionan a mínimo 2 noches).

Hacer alianzas con los wedding planners para impulsar los shootings de fotos en los atractivos de los Pueblos Mágicos (***Laguna /Cráter de Yuriria, Conventos, Haciendas)***

Impulsar el aceptar tarjetas de debito o crédito en tiendas e artesanías

GASTO Y ESTADIA

32% $2,230.62
1.44 días*

Hotel

Hospedaje	A&B	Compras
29%	28%	14%

41% $2,240.63
6.16 hrs

Excursionista

A&B	Compras	Artesanías
25%	18%	12%

9% $1,038.23
9.18 días

Vivienda rentada

16% reservó por Airbnb

5% $1,053.07
6.88 días

Vivienda propia

9% $1,431.95
7.96 días

Casa familiares / Amigos

4% $1,633.22
2.90 días

Hostal / Posada

*Estadía proporcionada por Datatur

INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN
SAN MIGUEL

1.5 Millones
visitantes

$6 mil 696
MDP derrama económica

346 mil 696
cuartos ocupados

23 mil 999
asientos semanales

Llegadas de Turistas
496 mil 510

Ocupación Hotelera
44%

156 mil
Personas ocupadas
Estado IV Trimestre 2016

2 mil 488
habitaciones
1 a 5 + sin clasificar

1 millón 711mil
Pasajeros

10 Líneas aéreas

Llegada de Turistas 2016

Hospedaje

143 Hoteles
19 32

2 mil 488 Habitaciones

★★★★★	48	972
★★★★	22	584
★★★	36	513
★★	7	80
★	7	89
Sin Clasificar	23	250
Total	143	2,488

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

Servicios Turísticos

RET
RNT

51 ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
4 6

10 AUXILIO TURÍSTICO

14 TRANSPORTACIÓN
2

2 ARRENDADORAS
3

12 AGENCIAS DE VIAJES
3 2

3 CAMPOS DE GOLF
1

29 SPAS
2

159 ATRACTIVOS, RECREACIÓN, DEPORTE
1

17 RECINTOS

14 GUÍAS DE TURÍSTAS
2 4

8 BALNEARIOS Y PARQUES ACUÁTICOS
1 3

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

Perfil del Visitante a **SMA 2016**

Quién nos visita

52% 48%

43% tiene ingresos de **$15,000 a $55,999** (C- y C)

57% Universidad

39 años

De dónde viene

21% Internacional

317,445

62% Nacional

952,488

17% Estatal

263,617

Con quién viaja

36% Pareja

33% Familia

4 Grupo promedio

Propósito del viaje

81% Descanso/Vacaciones

7% Visita a Fam/ Amigos

4% Negocios/Trabajo

Se hospeda en

Hotel **32%**

Vivienda Renta **9%**

Casa Familiares/ Amigos **9%**

En qué viaja

64% Auto Propio

21% Autobús

Impacto de medios

71% Recomendación

Visitó otros lugares

Sí 31%

Guanajuato 32%
León 15%
Dolores Hidalgo 10%

Atractivos visitados

Jardín Principal	**39%**
Parroquia de San Miguel Arcángel	**26%**
El Mirador	**12%**
Fábrica la Aurora	**9%**
Santuario Atotonilco	**9%**

Gasto y Estadía

Hotel **$2,230.62** **1.44 días***

*Estadía proporcionada por Datatur

Vivienda Renta **$1,038.23** **9.18 días**

Excursionista **$2,240.63** **6.16 horas**

Tipo de Visitante

41% Excursionista

59% Turista

1.5 Millones Visitantes

Experiencia de Visita

Recurrencia 79%

Satisfacción Destino **8.2**

99% Retorno

99% Recomendación

Derrama económica

$6 mil 696 MDP

CONTACTO

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