



PERFIL DEL VISITANTE PGB 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

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

153 encuestas cara a cara
a turistas y excursionistas con un
nivel de confianza de 95% y un
error de +/- 7.92%

Estudio cuantitativo descriptivo:

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

Del 08 de Abril 2017 al 07
de Enero de 2018.



Turismo en PGB

52% mujeres
48% hombres



La edad promedio
es de **35 años**



41% tiene
grado Universitario



38% es
empleado privado



80%
tienen ingresos de
\$11,000 a \$55,999



PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

2016



94%
excursionista



6%
turista



85% procedencia
estatal



14%
procedencia nacional



1%
procedencia
internacional



62% viaja al interior
de México

5.21 veces
Min 1 - Max 54

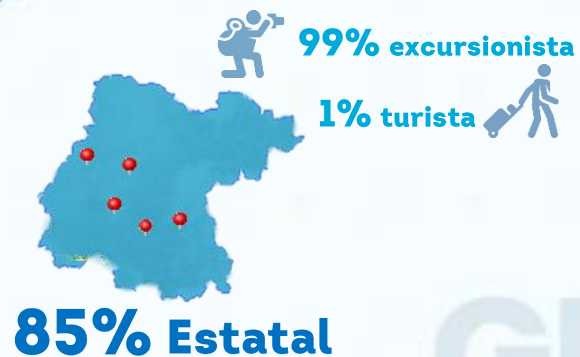


24% viaja al
extranjero

2.06 veces
Min 1 - Max 24

Turismo en PGB

MERCADOS EMISORES



T	E	
0%	100%	León 50%
0%	100%	Irapuato 19%
0%	100%	Guanajuato 19%
25%	75%	Celaya 3%
0%	100%	Salamanca 2%

35 años



54% Mujeres

44% Universidad



25% pertenece al NSE C-



T	E	
0%	100%	Querétaro 19%
67%	33%	Ciudad de México 14%
0%	100%	Jalisco 14%
67%	33%	San Luis Potosí 14%
50%	50%	Zacatecas 10%

37 años



52% Hombres

29% Posgrado



33% pertenece al NSE D+



T	E	
100%	0%	Estados Unidos 100%

Otros (Registro Módulo de Información):

Argentina España Puerto Rico
Canadá Japón Colombia
Brasil Cuba Corea del Norte

57 años



100% Hombres

100% Posgrado



100% pertenece al NSE C

Grupo promedio de viaje
4 personas



1

5 **Evaluación del transporte local**



7.5
Promedio

Acompañado por 2

63%



Familia

24%



Pareja

14%



Hijos

Grupo de edad 3



-14 años
28%



18-45 años
50%



46-65 años
12%



Otros
10%

4

Medio de transporte al PGB

89%



Auto propio

9%



Autobús público

2%



Autobús rentado

6 **Destinos visitados durante el viaje**

9%

Guanajuato 71%
León 21%
Dolores Hidalgo 7%

**Visitó otros destinos
dentro del Estado de Guanajuato**

7

Visitas a Familiares / Amigos



8%

Visitó un familiar durante su viaje

8

PGB principal razón de visita al Estado



8.1 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN INSTALACIONES DEL PGB



Retorno
99%

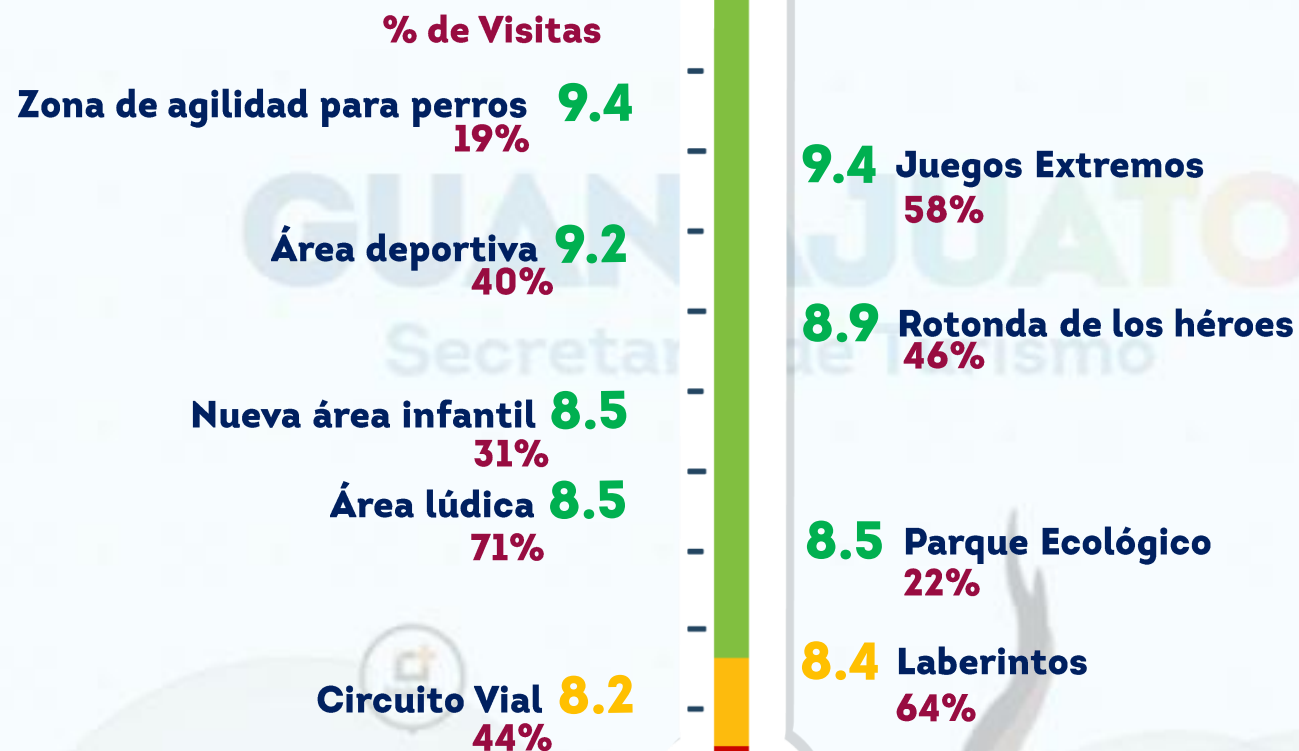


Recomendación
99%

8.7 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE PABELLONES



8.8 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE ACTIVIDADES Y ATRACCIONES



Visitas a nuevas actividades/ atracciones

Sí
31%



Nueva área Infantil

Sí
22%



Parque Ecológico

Sí
19%



Zona de agilidad para mascotas

Lo que menos le gustó



Exposiciones /atracciones que le gustaría encontrar en PGB



% de Recurrencia al PGB

65%



Motivación para conocer el PGB

Exposiciones / Pabellones 26%

Eventos 26%

Conocer / Curiosidad 18%

Recomendación de conocidos 15%

Traer a la familia / amigos 10%

Gusto 5%

Otro* 1%

*Otro: Zona de agilidad, nieve.

Última vez que visitó el PGB

23%

Menos de
3 meses

20%

Entre 3 y 6
meses

20%

Entre 6 meses
y 1 año

23%

Entre 1
y 2 años

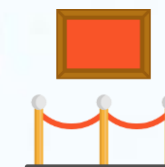
14%

Hace más de
2 años



Tiempo que permaneció o piensa permanecer

5.0 hrs



Recorre de **2 a 3 salas**
durante su visita

Algo nuevo o diferente que haya notado en esta visita al PGB

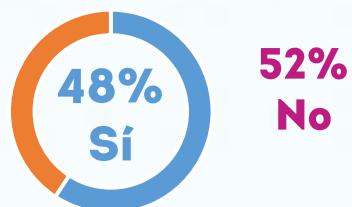
42%
Sí

Exposiciones / Pabellones 26%
Zona de agilidad 12%
Fuente apagada 7%
Pabellón de videojuegos 7%
Más eventos 7%

% Compra de alimentos/bebidas ¹



% Compra Souvenirs



¿Por qué no?

No le llamaron la atención / no le interesan/ no quiere 38%
Le falta dinero 18%
Precios elevados 10%



³ Servicios requeridos para efectuar una compra



5% **Sí**



5% **Sí**

⁴

El **48%** asistió a Eventos organizados por el PGB, como:



39%



24%



19%



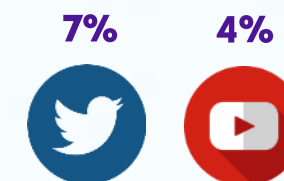
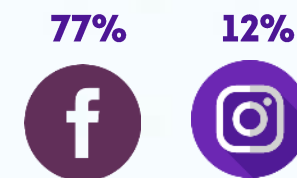
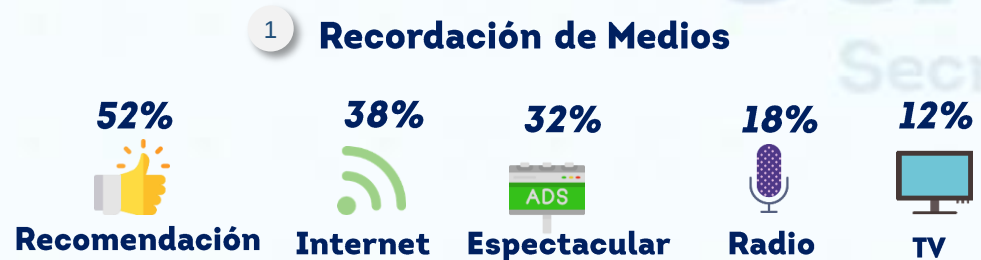
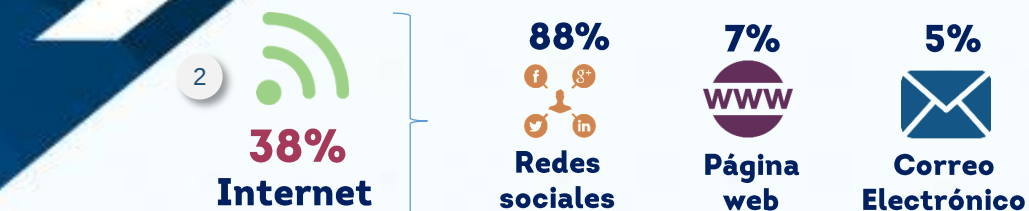
15%

Otro 26%

Conciertos, independencia, Latidos, inauguración, pista de hielo, bazar decembrino, obra, Vocho manía, misa del Papa, evento del Agave, autos, GM, Revolución.

52% No asistió por:

No se ha enterado de los eventos 65%
No tenía transporte 14%
No conocía el PGB 8%



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Turismo en PGB

GASTO / INDICADORES



A&B	Compras	Transporte	Entradas
45%	27%	23%	5%



A&B	Entradas	Compras	Transporte
40%	22%	20%	18%



Compras	A&B	Transporte	Entradas
66%	16%	10%	8%

DERRAMA ECONÓMICA

\$123 millones 363 mil pesos

272 Mil 727 asistentes



Compras	A&B	Transporte	Entradas
59%	26%	8%	7%



Compras	A&B	Transporte	Entradas
63%	18%	13%	6%

El **15%** de los visitantes son de origen **nacional o internacional**.

El **89%** de los visitantes utilizaron un **automóvil particular** para llegar al parque.

El **52%** se enteró del PGB por **recomendación**.

El **48%** de los visitantes mencionan **haber asistido** a algún evento anteriormente.

Los eventos son una de las **motivaciones principales para visitar el PGB** y que mostró un mayor crecimiento con respecto **al 2016**.

El **38%** de los visitantes vio publicidad sobre el PGB por **Internet** y el **35%** lo hizo por **redes sociales**.

El **63%** de los visitantes va acompañado por **niños menores de 14 años** y el **78%** acompañado de su **familia o hijos**.

El **92%** de los visitantes son excursionistas y la estadía promedio es de **4.79 horas**.

Impulsar **publicidad personalizada** dirigida a los principales **mercados emisores nacionales e internacionales**.



Incluir el PGB como destino en el programa **SPEAKER-GTO** para atraer al mercado internacional.



Diseñar estrategias para el **segmento millennial**.



Ampliar el alcance del PGB generando **alianzas estratégicas con los demás parques** en el país.



Cambiar con frecuencia las **exposiciones temporales** con el fin de aumentar la asistencia de locales.



Incentivar **activaciones de marcas emergentes** regionales.



Reforzar la **comunicación sobre las opciones de transporte público** para llegar al PGB con el fin de reducir el impacto ambiental de los visitantes.



Publicitar los eventos organizados por el PGB con los **visitantes que hayan asistido anteriormente a alguno**.



Crear alianzas con **transportadoras comerciales** que faciliten la llegada a **paraderos oficiales** en el parque



Aumentar y renovar constantemente las **actividades infantiles y familiares**.



Crear **convenios con establecimientos de hospedaje y agencias de viaje** con el fin de incentivar la pernoctación en excursionistas así como la derrama económica en el municipio de Silao.



El visitante

1

2

El viaje



El visitante

1

3

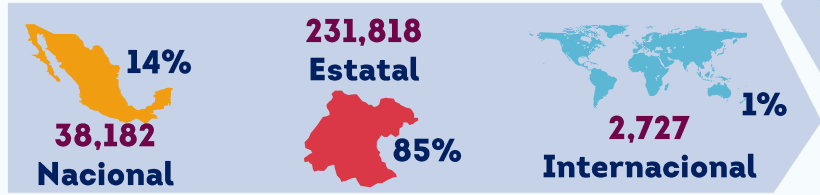
Los impactos



PERFIL DEL VISITANTE A PGB 2017

02

De dónde viene



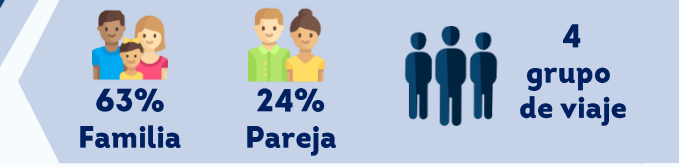
01

Quién nos visita



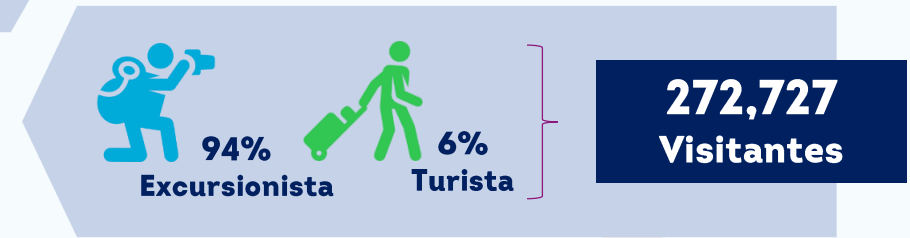
03

Con quién viaja



04

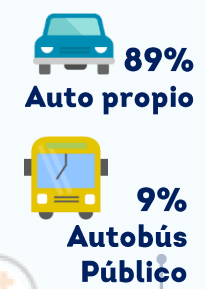
Tipo de visitante



Motivo de visita



En qué viaja



Experiencia de visita



TURISTA
\$458.81
4.88 Horas



EXCURSIONISTA
\$459.22
4.71 Horas

Gasto y estadía

\$123,363 MDP

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