

Perfil del Visitante



Guanajuato 2013

Metodología del perfil del visitante

Es una investigación de mercado que suministra información de:

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



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

1,026 encuestas aplicadas a turistas y excursionistas, con un nivel de confianza del 95% y error del + 3.1 %.

En:

- Teatro Juárez
- Pípila
- Plaza de la Paz
- Mercado Hidalgo
- Central de autobuses
- Universidad de Gto.
- Valenciana
- Presa de la Olla
- Callejón del beso
- Funicular
- Centro de Convenciones
- Teatro Cervantes
- Museos
- Templo de la Compañía
- Plaza San Fernando
- Teatro Principal
- Guanajuato
- Pastitos
- Conciertos
- Casa Colorada
- Auditorio de Minas

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



Viajeros mayores de 18 años, que no residan ni trabajen en el destino.
Encuesta personal cara a cara del 4 de marzo de 2013 al 31 de diciembre del 2013.



Perfil del Visitante

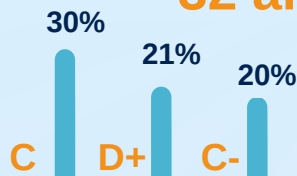
Guanajuato Capital 2013



Quién nos visita:



32 años



Universidad 53%
Posgrado 21%
Preparatoria 13



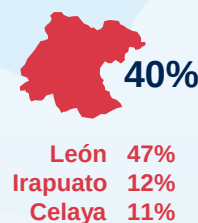
Empleado Privado 31%
Estudiante 25%
Empleado gobierno 15%

De dónde viene:

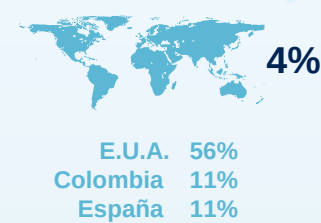
1,795,094 visitantes



1,005,252



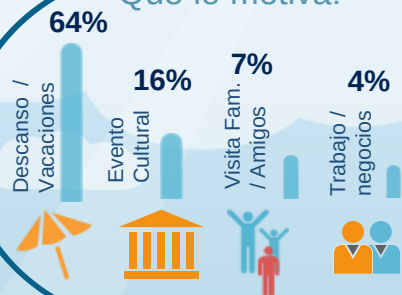
718,038



71,804

Fuente: AMAI

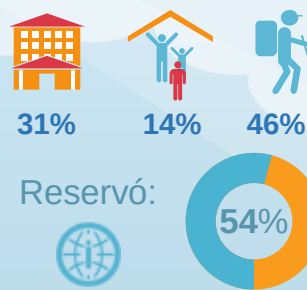
Qué lo motiva:



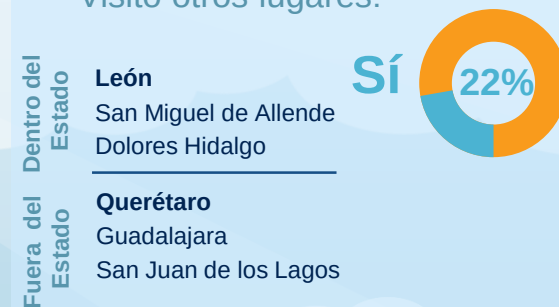
Con quién viaja:



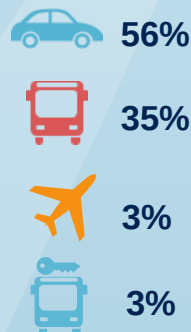
Se hospeda en:



Visitó otros lugares:



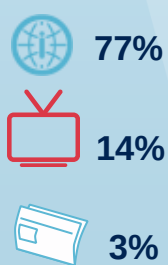
En qué viaja:



Medio en el que escucho o vio información del destino:



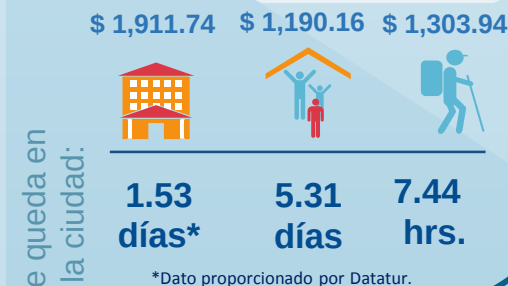
Medio favorito:



Su experiencia en el destino:



Gasta:

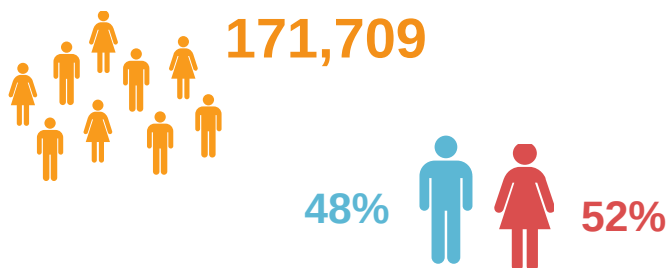




Guanajuato Capital

Principales indicadores Guanajuato Capital 2013

Población



Inversión turística privada

\$95.4
millones de pesos

Oferta hotelera 1 a 5 estrellas más sin clasificar



124

↑↓
2012

14%



3,239

7%

Indicadores



Llegadas

557,267

↑↓
2012

4%



Turistas noche

854,211

-6%



Ocupación

39%

-8%



Estadía

1.53

-10%



Densidad

2.14

2%

Visitantes y derrama económica



1,795,094

↑↓
2012

4%



\$ 5,065,973,650

8%

Principales Eventos



Rally WRC Guanajuato

Visitantes

25,317

↑↓
2012

31%

Derrama económica

\$64,881,651

↑↓
2012

54%

Festival Internacional Cervantino

113,302

-19%

\$366,526,041

12%

Festival Internacional de Cine

65,001

29%

\$120,169,142

56%

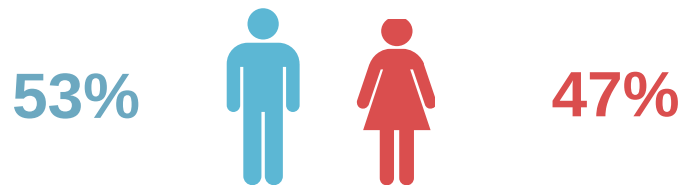
Fuente: Sectur- Datatur, Inegi – Censo de Población.



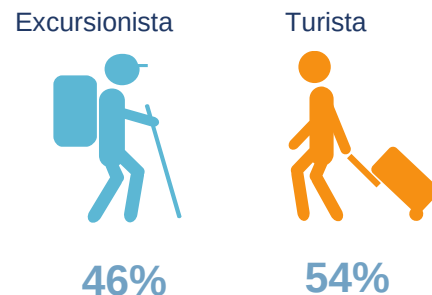
Anexos

Perfil general

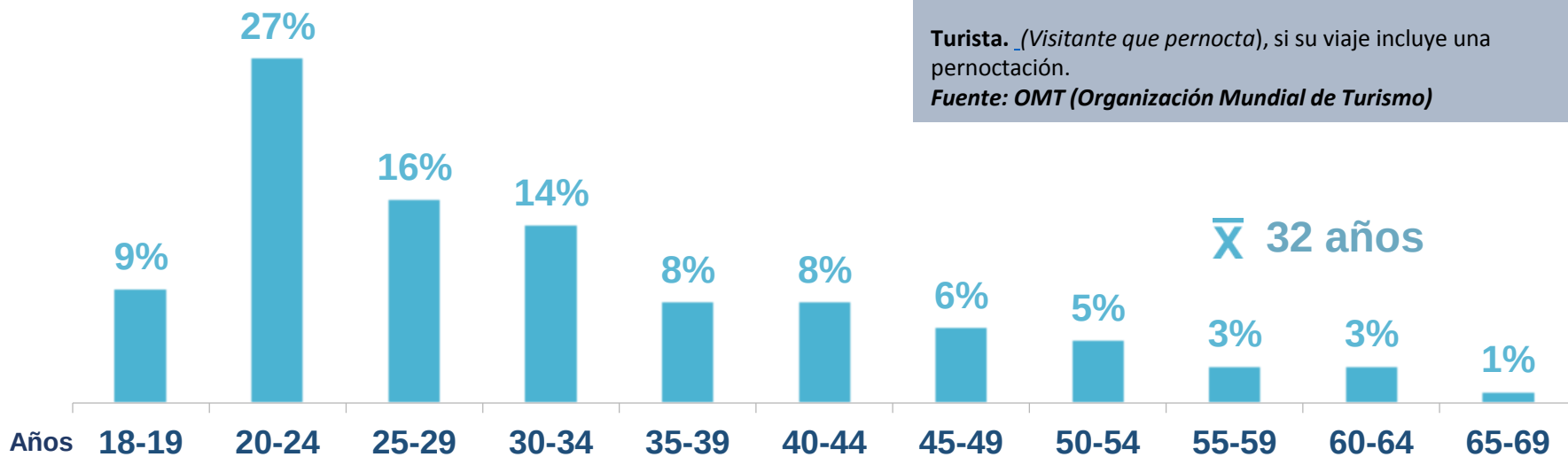
Género del entrevistado



Tipo de visitante



Edad promedio de los entrevistados



Excursionista: Se refiere al visitante que no pernocta en el destino. (Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita)

Turista. (Visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación.

Fuente: OMT (Organización Mundial de Turismo)

Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de: Min - 20 años y Max - 62 años.

Perfil general

Procedencia del Visitante



Nacional

56%



Estatal

40%



Internacional

4%



Procedencia del Visitante Nacional

Estado	2013
Distrito Federal	23%
Jalisco	14%
Estado de México	9%
Querétaro	7%
Michoacán	7%
San Luis Potosí	5%
Nuevo León	4%
Puebla	4%
Baja California Norte	3%
Aguascalientes	3%
Tamaulipas	3%
Veracruz	2%
Zacatecas	2%
Chihuahua	1%
Baja California Sur	1%
Coahuila	1%
Quintana Roo	1%
Sonora	1%
Yucatán	1%
Chiapas	1%
Durango	1%
Morelos	1%
Sinaloa	1%
Tlaxcala	1%
Hidalgo	1%
Nayarit	1%
Oaxaca	1%





Municipio	2013
León	47%
Irapuato	12%
Celaya	11%
Salamanca	7%
Silao	3%
Dolores Hidalgo	2%
Moroleón	2%
San Felipe	2%
San Luis de la Paz	2%
San Miguel de Allende	2%
Salvatierra	1%
Santa Cruz de Juventino Rosas	1%
Cortazar	1%
Uriangato	1%
Yuriria	1%
Romita	1%
Valle de Santiago	1%
Villagrán	1%
Apaseo el Grande	1%
Guanajuato	1%





Procedencia del Visitante **Internacional**

País	2013
Estados Unidos	56%
Colombia	11%
España	11%
Venezuela	8%
Italia	5%
Chile	3%
Francia	3%
Uruguay	3%



Planeación del viaje

Propósito del viaje



* Otro : Buscar casa para rentar, es un centro de reunión, para conocer.

Planeación del viaje

Propósito del viaje

¿Cuál de las siguientes razones motivó más su visita de descanso o placer a este destino?



Descanso o placer



* Otro : Arquitectura, conocer la ciudad, por el rumbo, recomendación.

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Planeación del viaje

Grupo de viaje

¿Con quién viaja / visita este destino?



Grupo promedio
3.1 personas

Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de:
Min – 2 personas y Max – 15 personas

Edad promedio
grupo promedio **32 años**

Promedio
10 años – **18 años** + **33 años**

El **83%** de los acompañantes es mayor de 18 años.

Acompañado por...

42%



Pareja

26%



Familia

15%



Amigos

14%



Solo

11%



Hijos

2%



**Gente del
trabajo**

1%



**Compañeros
De escuela**

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Planeación del viaje

Distribución del visitante por tipo de hospedaje



Hotel

31%



Casa
familiares /
Amigos

14%



Hostal /
Posada

7%



Vivienda
rentada

1%



Vivienda
propia

1%



Excursionista

46%

El 69% que se hospedó en hostal eligió
pagar por una **habitación**.

Planeación del viaje

Reservaciones

¿Hizo reservación?



¿Medio de reservación?



Internet

62%



Teléfono

29%



Agencia de
viajes

4%



Organizador
de eventos

2%



Otro*

3%

*Otro 2013: Personalmente, por la escuela, amigos/ familiares, por la empresa.

¿Cómo se enteró del lugar donde se hospeda o se hospedará?



Internet

42%



Llegando pregunté

33%



Recomendación

14%



Ya lo conocía

5%



Agencia de viajes

3%

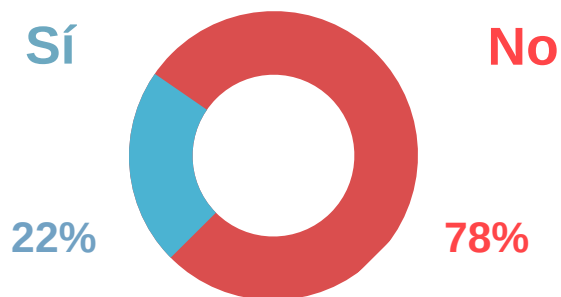


Otro*

3%

* Otro : Por la empresa, por los guías, por la escuela, organización, club de puntos, publicidad.

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



Global (Top 5)

Dentro de Guanajuato

León
San Miguel de Allende
Dolores Hidalgo
Silao
Irapuato

Fuera de Guanajuato

Querétaro
Guadalajara
San Juan de los Lagos
Ciudad de México
Aguascalientes

Planeación del viaje

Medio de transporte



**Auto
propio**

56%



Autobús

35%



Avión

3%



**Autobús
rentado**

3%



**Auto
rentado**

2%



Otro*

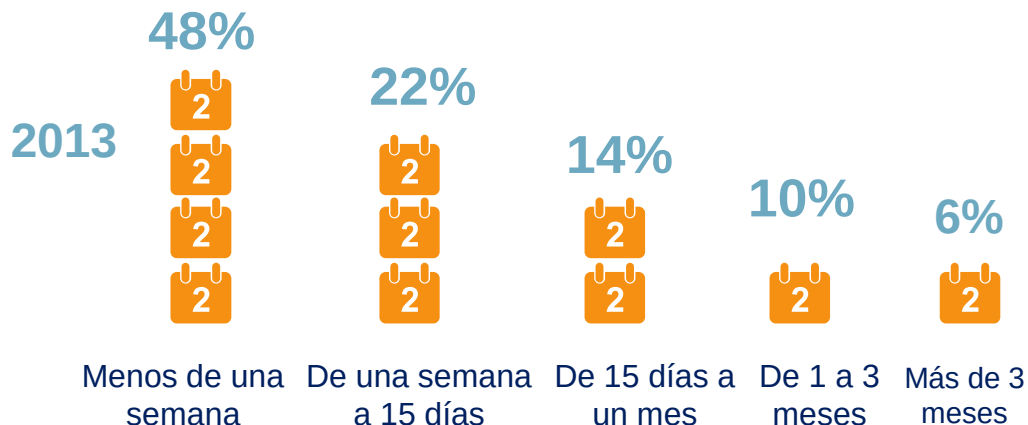
1%

* Otro : Ride, mochilazo, auto de la empresa, taxi, moto.

Planeación del viaje

Frecuencia y Temporada de Viaje

¿Cuánto tiempo de anticipación tomó la decisión de hacer este viaje?

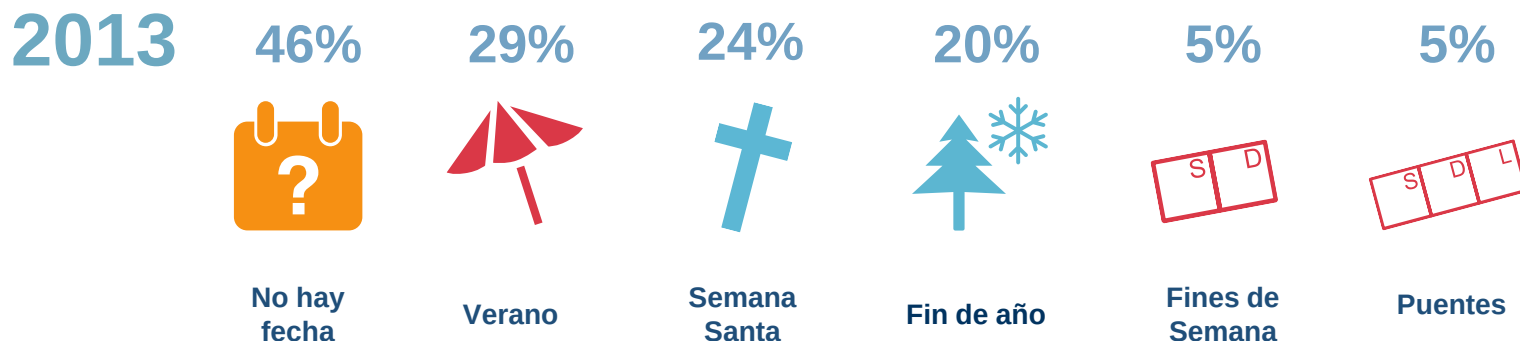


¿Cuántas veces al año acostumbra viajar por placer, diversión, descanso o vacaciones?

3.9 veces

Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de: Min – 1 vez y Max – 4 veces

¿En que época del año acostumbra viajar por placer, diversión, descanso o vacaciones?



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Medios Publicitarios

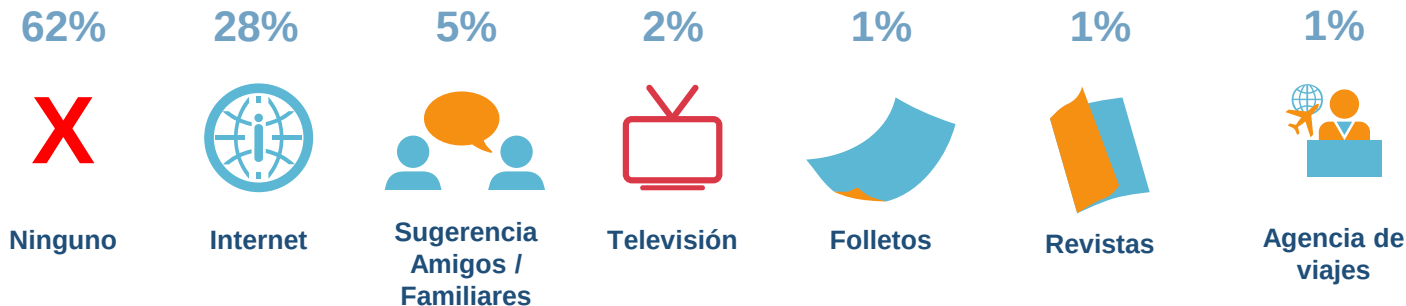
Impacto de medios

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



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

¿En qué medio encontró información más relevante para planear su visita a este destino?

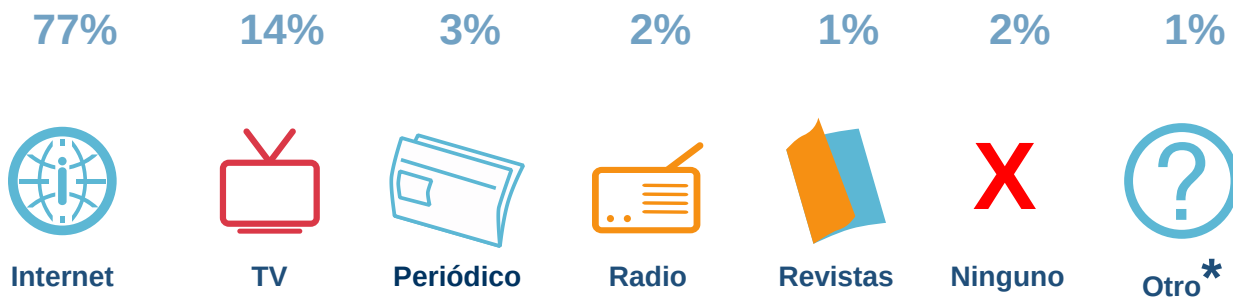


Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Medios Publicitarios

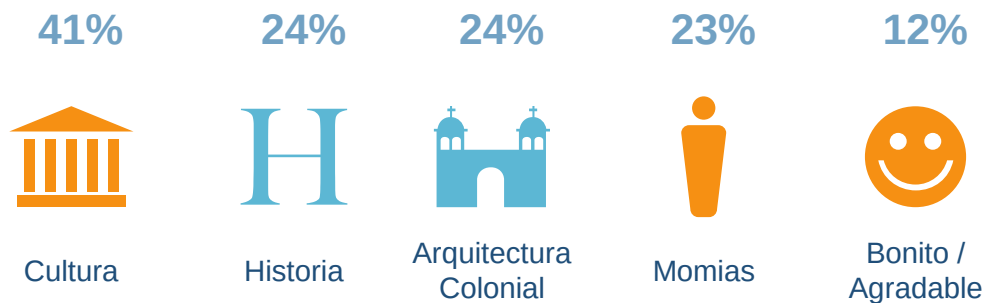
Medios favoritos

¿Cuál es su medio de comunicación favorito?



*Otro : Teléfono/ celular, espectacular.

Palabras con las que asocia Guanajuato

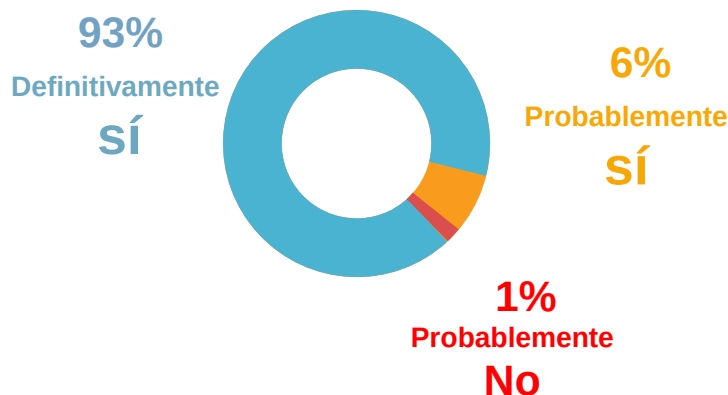


Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Experiencia de viaje e Índice de satisfacción

Retorno y Recomendación del destino

¿Qué tan probable es que usted vuelva a visitar este destino?



¿Qué tan probable es que usted recomiende a un amigo o colega visitar este destino?



Experiencia de viaje e Índice de satisfacción

Índice de Satisfacción del Destino

Índice Global	8.4
La variedad de atractivos turísticos	9.3
Imagen que se lleva del destino	9.2
La calidad de atractivos turísticos	9.1
Experiencia de viaje en el destino	9.1
La conservación de los atractivos culturales	9.0
La hospitalidad de los residentes	8.8
Percepción de seguridad	8.5
Disponibilidad de información turística	8.5
La limpieza en las calles y áreas públicas	8.3
Señalética de la ciudad	8.1
La relación calidad/precio en el destino	8.1
Los servicios de los guías de turistas	8.0
Transporte público local	7.6
Estacionamientos	5.9

Nota: Promedio calculado bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6)

Nota: Índice calculado según metodología SECTUR

Experiencia de viaje e Índice de satisfacción

Índice de Satisfacción de Servicios

Índice Global

7.9



Infraestructura
Señales
carreteras

8.3



Transporte
para llegar al
destino

8.2



Accesos a la
ciudad

8.2



Establecimientos
de alimentos y
bebidas

7.9



Estancia en
lugar de
hospedaje

7.9



Precios de
alimentos y
bebidas

7.8



Instalaciones
Terminal de
autobuses

7.7



Precios de
lugares de
hospedaje

7.7



Aeropuerto

7.6

Nota: Índice calculado según metodología SECTUR

Nota: Promedio calculado bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6)

Indicadores de la actividad turística



Guanajuato Capital

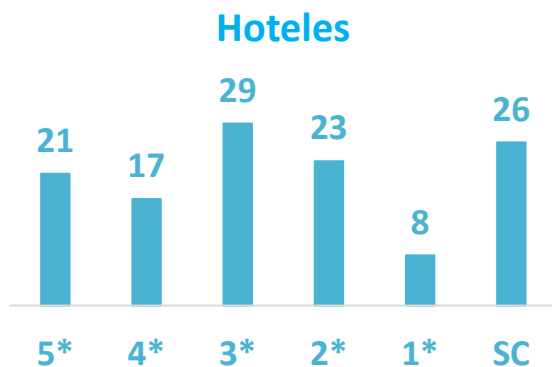
Inventario de Servicios Turísticos Guanajuato Capital 2013

	Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	124
	Habitaciones (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	3,239
	Alimentos y Bebidas	194
	Recintos, auditorios y salones para eventos	7
	Agencias de viaje	15
	Campos de Golf	1
	Arrendadoras	30
	Atractivos, recreación y deporte	63
	Auxilio Turístico	7
	Spas	3
	Transportación	14
	Guías de turistas	139

Inventario de Hospedaje



Categoría	Hoteles	Habitaciones
5 *	21	477
4*	17	1,014
3*	29	800
2*	23	493
1*	8	155
1 a 5*	98	2,939
Sin clasificar	26	300
1 a 5* +SC	124	3,239



Fuente: Sector Guanajuato, junio 2014



Derrama Económica Estimada



Estimación de Visitantes y Derrama Económica Estimada Guanajuato Capital – 2013



Categoría	Total de personas	Derrama Economica Estimada
Turistas en Hotel 1 a 5*	557,267	\$1,633,033,649
Turistas en otros establecimientos comerciales	150,958	\$702,938,668
Turistas en establecimientos no comerciales	259,956	\$1,651,755,349
Excursionistas	826,913	\$1,078,245,984
Totales	1,795,094	\$5,065,973,650

Fuente: Datatur-Sectur, Estudio del Perfil del Turista, Sector Guanajuato
 Turistas en otros establecimientos comerciales: Casa rentada y Otros
 Turistas en establecimientos no comerciales: Casa propia y Familiares y amigos.
 El excursionista es el visitante que no pernocta en el destino.



Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,

Director General de Planeación

rcardenas@guanajuato.gob.mx

Lic. Claudia Ávalos Betancourt,

Directora de Información y Análisis

cavalosb@guanajuato.gob.mx

Lic. Irazema Álvarez Pérez,

Coordinadora de Estadística e Información

ialvarezp@guanajuato.gob.mx

Lic. Adriana Jardon Salazar,

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado

ajardon@guanajuato.gob.mx

Lic. Regina Loya Plascencia,

Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis

rloyap@guanajuato.gob.mx

Lic. Alejandra López Ladrón de Guevara,

Asistente de Investigación de Mercados y Análisis

alladron@guanajuato.gob.mx



Dirección

Blvd. Vasco de Quiroga # 101, Torre Nissan 8º piso
Col. Los Gavilanes, C.P. 37120, León, Guanajuato
Tel. (477) 10 41 4 00



GUANAJUATO

EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

