



Perfil del Visitante Festival Internacional del Globo 2016

1

Es una investigación de mercado que suministra información de:

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

2

418 encuestas a asistentes con un nivel de confianza del 95% y error del $\pm 4.79\%$

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. La empresa codifica, captura y elabora el reporte de resultados.

5

En:
León

Aeródromo FIG	33%
Zona de dirigibles	27%
Expo FIG	22%
Foro XX	7%
Centro de exposiciones	6%
FIG Main Stage	5%

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 18 al 21 de
Noviembre de 2016

Perfil del Visitante a Festival Internacional del Globo 2016

500,000 ASISTENTES

Quién nos visita

61% de los visitantes son **Mujeres**



Escolaridad
59%
Universidad

29 Años



49% del visitante tiene ingresos de **\$15,000** hasta **\$139,999**

De dónde viene

84% Nacional



282,361

14% Estatal



47,060

2% Internacional



6,723

Propósito de viaje



99%
Visitar el FIG

Se hospeda en



18%
Casa Fam
Amigos



14%
Campamento



6%
Hotel

Con quién viaja



93%
Acompañado



Amigos
43%



Familia
33%



Pareja
31%



4.3 Grupo de viaje

Se hospedó en otras ciudades



Guanajuato **74%**
Celaya **13%**
Irapuato **13%**

En qué viaja



53%
Auto propio



20%
Autobús

Publicidad del evento



Recomendación
60%



Internet
54%

Experiencia en el Evento

Evento
22%



Recurrencia

Satisfacción
7.6 Evento



Recomendación



99%

Gasto y Estadía

\$1,438.63 **\$695.32** **\$1,613.62**



Hotel

1.40 días*



Casa Fam
Amigos

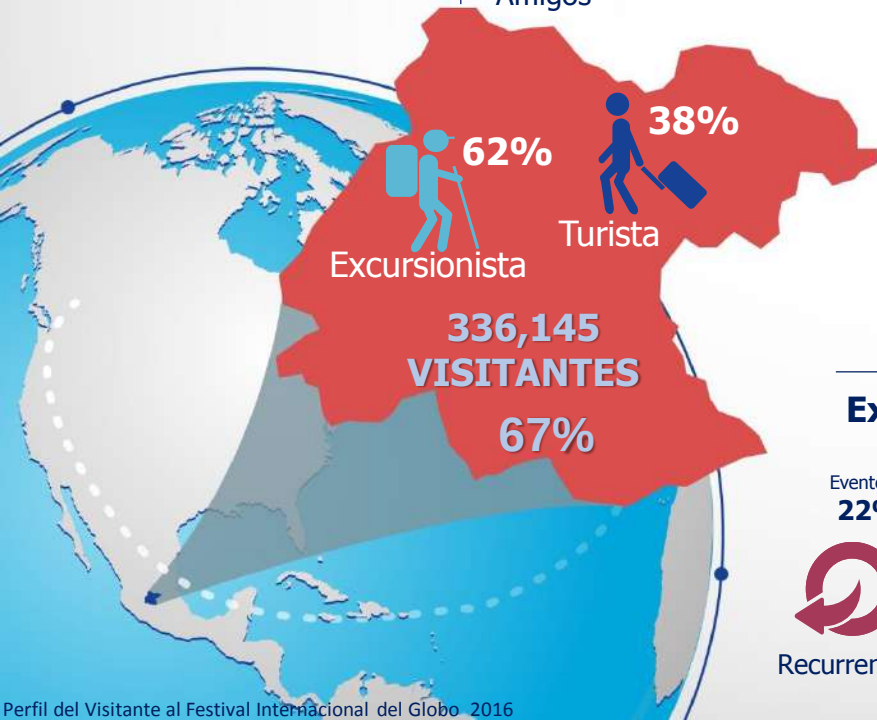
2.24 días



Excursionista

9.27 hrs

*Dato proporcionado por Datatur



Análisis **movilidad** en el Festival Internacional del Globo 2016

Plan de visita



79% Llego en la mañana/tarde y no regreso



16% Llego en la mañana y regreso por la tarde

Otras cosas que le gustaría que ofreciera el FIG



52%
Conciertos



38%
Juegos mecánicos



34%
Mayor variedad y calidad de comida

Medio de transporte para llegar al FIG



51%

Automóvil particular



25%

Autobús rentado

Dónde estacionó su automóvil/autobús

86%



Estacionamiento Público

6%



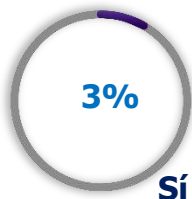
Estacionamiento Remoto

Plataforma / medio Guía para trasladarse al FIG

47% 

19% Preguntando

Tuvo problema para asistir al FIG



Había mucho tráfico **56%**
No había señalización para llegar al Parque **11%**

Tiempo que tardó en llegar al FIG



Visitante
96.7 minutos



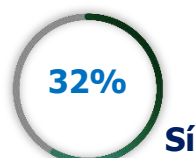
Local
26.6 minutos

Estacionamientos remotos

Conoce



Los Utilizó

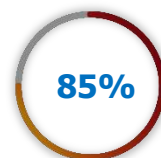


Calificación



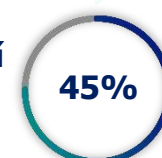
7.5

Los utilizaría



Motivo de uso

Sí



Seguridad de mi auto



Anexos 2016

Perfil Demográfico

Género y Edad del entrevistado

Género del entrevistado

Visitante

61%



Local

59%

39%



41%

Tipo de visitante

Excursionista



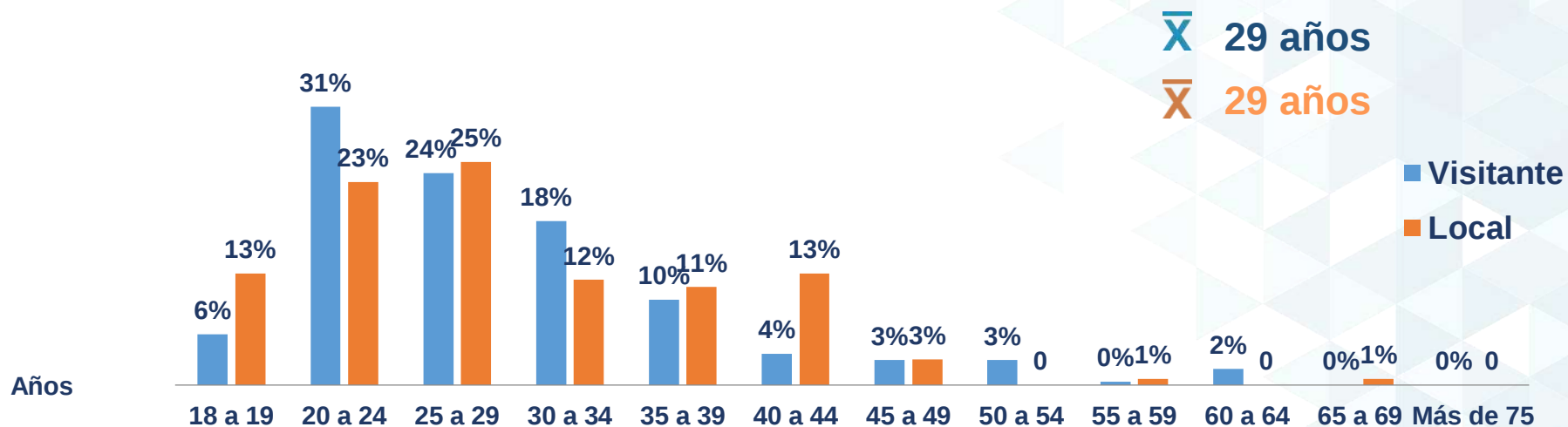
62%

Turista



38%

Edad promedio de los entrevistados



Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de: Min - 18 años y Max - 80 años.



Nacional

84%



Estatad

14%



Internacional

2%

2015
2015

Perfil Demográfico

Procedencia del Visitante Nacional–Estatat-Internacional

Estado	2016
Jalisco	23%
Michoacán	17%
Ciudad de México	14%
San Luis Potosí	7%
Nuevo León	7%
Querétaro	6%
Aguascalientes	5%
Estado de México	3%
Colima	3%
Coahuila	3%
Tamaulipas	3%
Veracruz	2%
Zacatecas	2%
Morelos	1%
Sonora	1%
Baja California Norte	1%
Nayarit	1%
Sinaloa	0%
Quintana Roo	0%
Puebla	0%
TOTAL	100%

Municipio	2016
Celaya	25%
Irapuato	23%
Guanajuato	10%
San Felipe Torres Mochas	8%
Silao	8%
San Miguel de Allende	5%
Romita	5%
Yuriria	3%
Abasolo	3%
Cortazar	3%
Salamanca	3%
Juventino Rosas	3%
Jaral del Progreso	3%
Valle de Santiago	3%
TOTAL	100%

País	2016
Perú	50%
Estados Unidos	25%
Ecuador	25%
TOTAL	100%



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

Sí
99%



No
1%



75%

Descanso /
Vacaciones



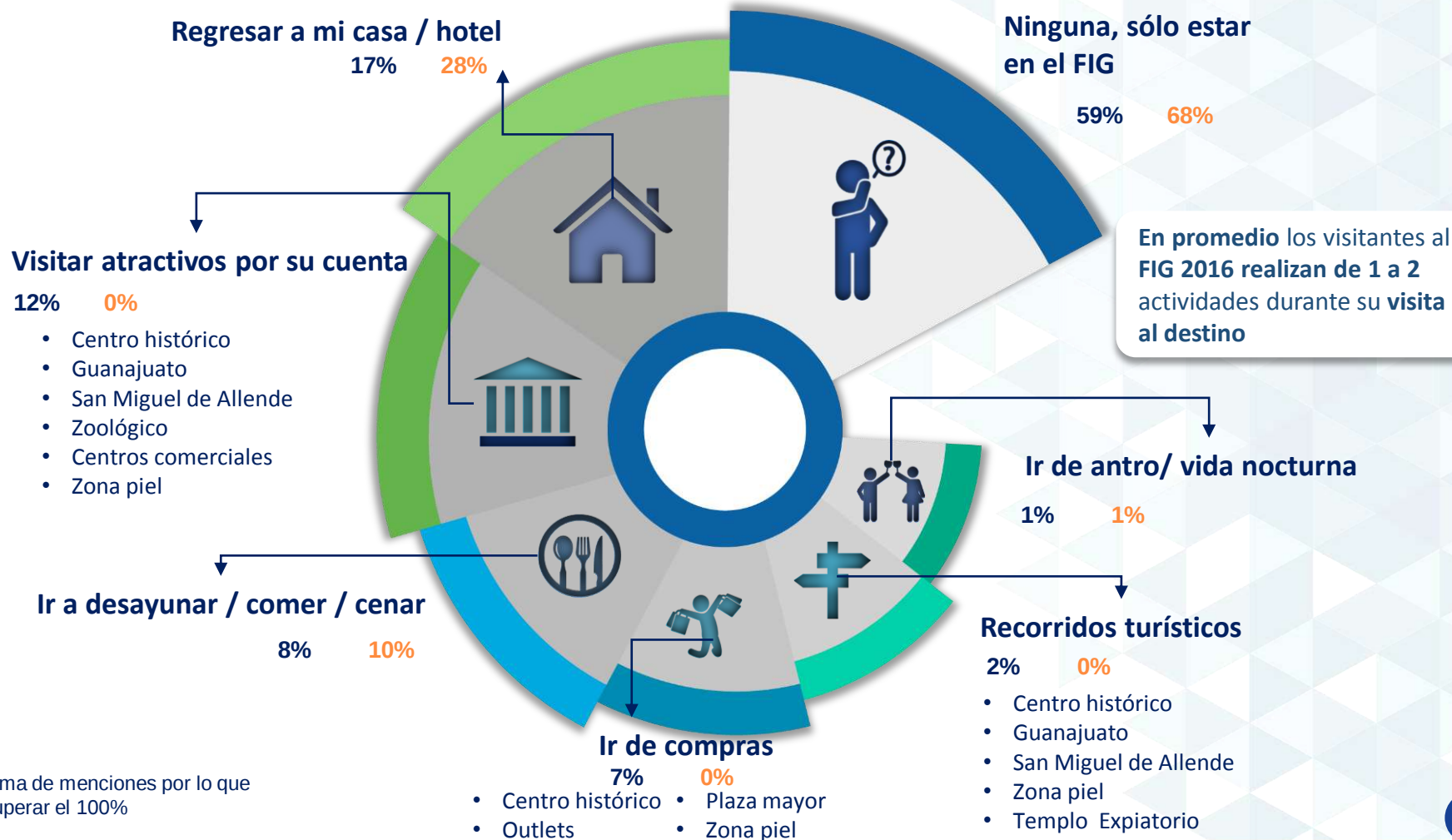
25%

Visita a familiares /
amigos





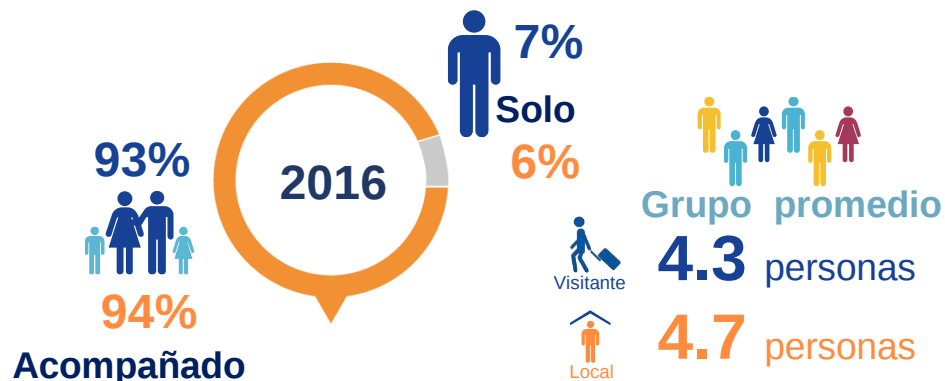
Saliendo del FIG el día de hoy, ¿Qué actividades planea hacer?



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



¿Con quién viaja / visita el FIG?

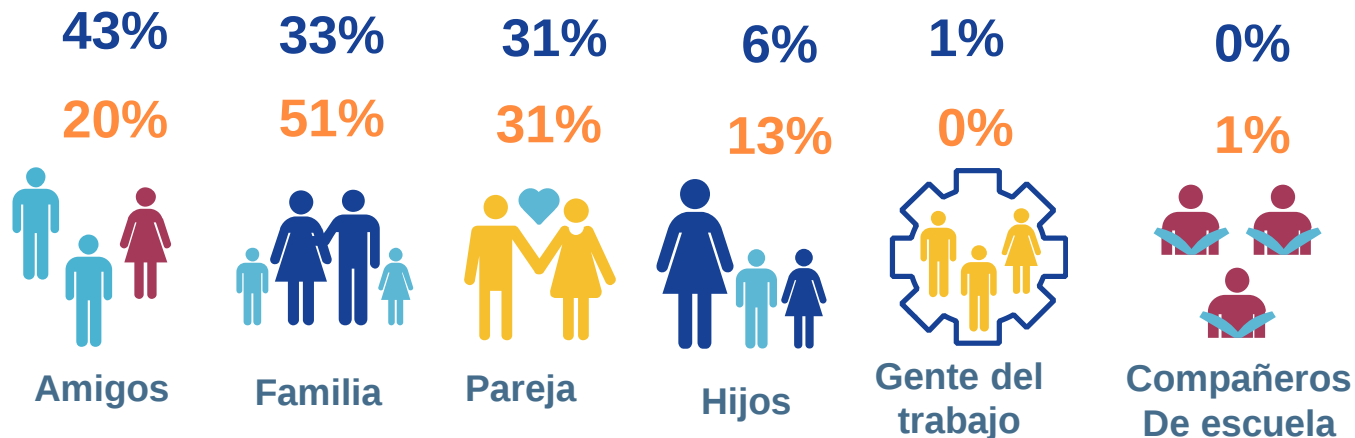


Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de:
Min – 2 personas y Max – 50 personas



Adultos mayores de 65 años	0%	0%
Adultos de 46 a 65 años	5%	5%
Adultos de 31 a 45 años	25%	21%
Adultos de 18 a 30 años	51%	40%
Adolescentes de 15 a 17 años	4%	9%
Niños menores de 14 años	15%	25%

Acompañado por...





Hotel

6%



**Campamento/
Tienda de
campaña**

14%



**Casa
familiares /
Amigos**

18%

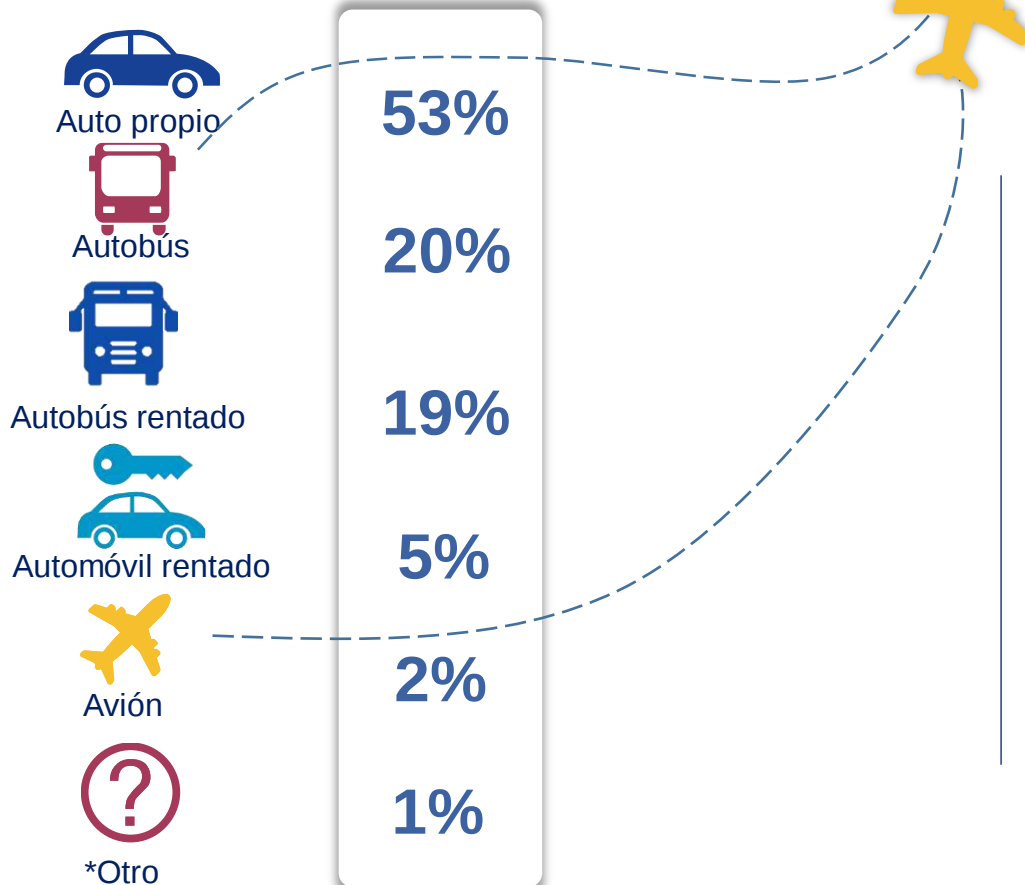


Excursionista

62%

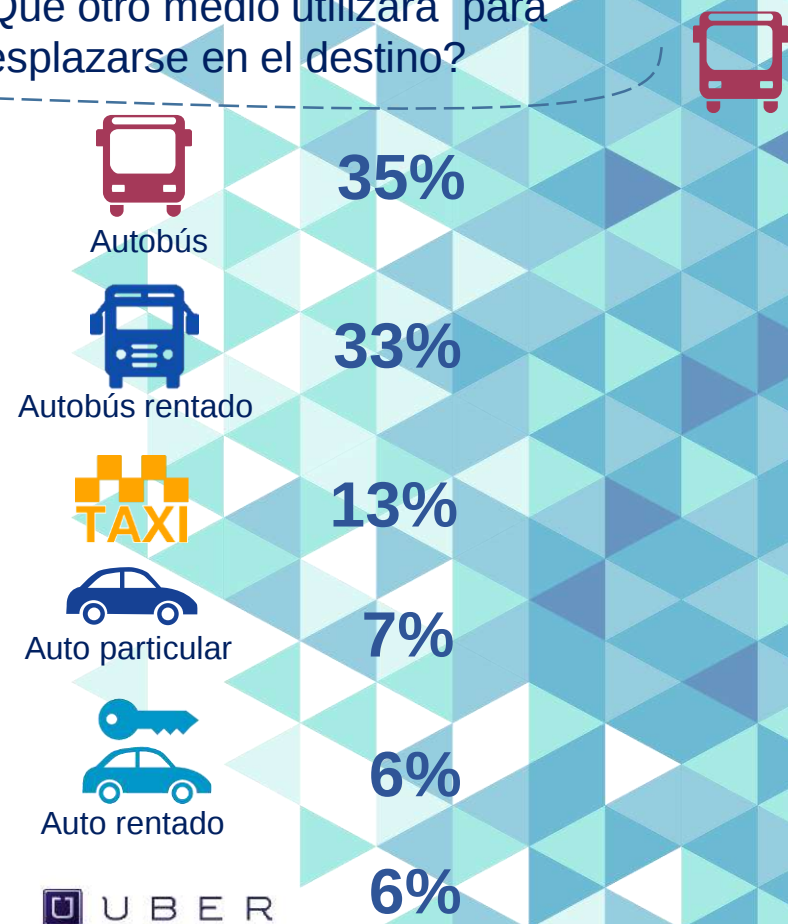


Visitante



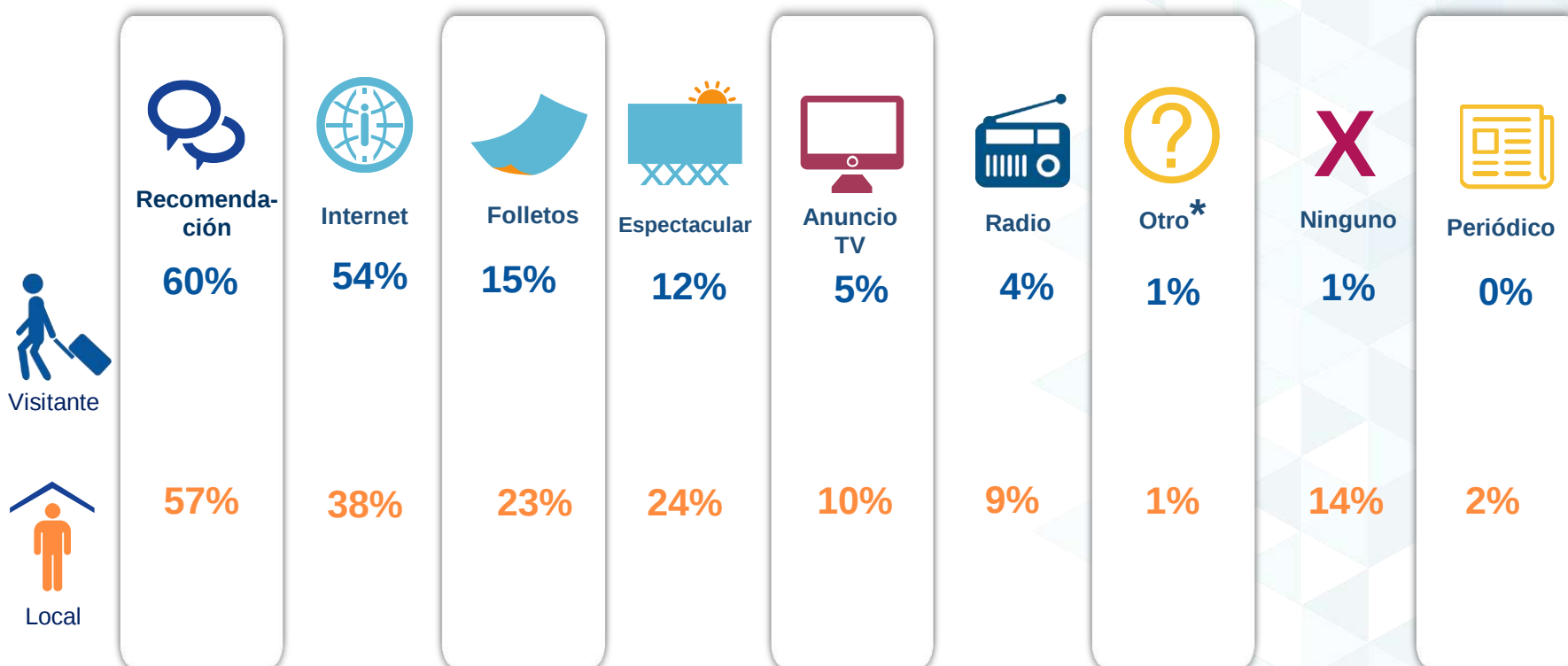
* Otro 2016: Uber, taxi, motocicleta.

Del **22%** que llegaron en avión o autobús, ¿Qué otro medio utilizará para desplazarse en el destino?



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 FIG?



*Otro 2016: Paradas de autobuses.

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Televisión



Visitante



Televisa

39%



tv azteca

23%

TV abierta

100%



15%



15%



Galavisión

8%

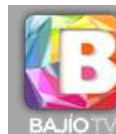


Local



Televisa

34%



33%

TV abierta

100%



11%



11%



11%

Radio



Visitante



44%



14%



14%



14%



14%



Local



37%



24%



13%



13%



13%

Periódico



Local

a.m.

100%



Visitante



Local



Internet

38%

97%



Redes Sociales

96%

4%



Página Web

4%

1%



Correo electrónico

2%

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Página Web



Visitante



Local



50%



17%



17%

Cultural

16%



100%

Redes Sociales



Facebook

93%



Instagram

3%



Twitter

2%



Youtube

1%



Whatsapp

1%



Facebook

87%



Instagram

7%



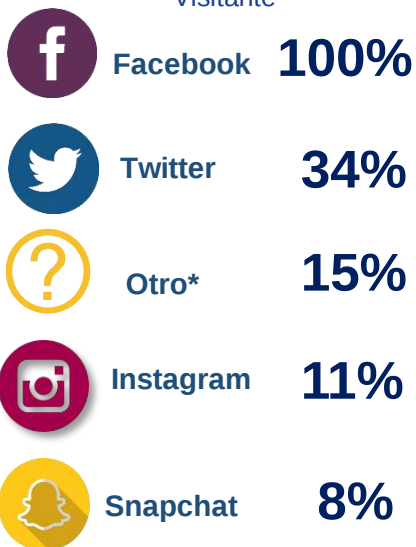
Twitter

6%

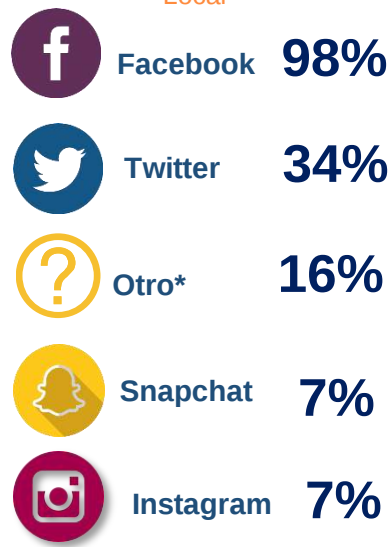
¿Cuáles son sus 3 redes sociales favoritas?



Visitante



Local



*Otro 2016: Whatsapp, Youtube, Skype, Pinterest.

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%



Índice Promedio Global



7.6



7.7



8.7
8.9

Sedes del evento



8.1
8.6

Seguridad durante
todo el evento



8.1
8.2

Imagen del Evento



8.0
8.3

Publicidad y
promoción del evento



7.9
7.9

Nivel de afluencia
en el evento



7.8
8.1

Calidad de los
espectáculos



7.9
8.1

Escenarios del evento



7.9
7.9

Experiencia general en
el evento



7.6
6.6

Precios de entrada al
evento



7.6
7.6

Servicios recibidos
durante el evento



7.6
7.7

Horario



7.6
8.0

Organización en
General



7.5
7.6

Programa



7.4
7.3

Eventos musicales /
Conciertos/ bandas



7.3
N/A

Información de la
ciudad



7.2
7.4

Ayuda por parte de
los organizadores



7.1
7.0

Noche Mágica



6.7
6.5

Exposiciones, talleres,
demostraciones y
exhibiciones



6.6
7.3

Inflado de globos y
despegue



6.5
7.0

Stands de alimentos y
bebidas

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

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

Definitivamente **No**

1%

1%

Probablemente

0%

1%



Recomendación

Definitivamente **Sí**

99%

98%



Visitante



Local

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

1%

2%

No hubo globos 50%

No le gustó este año 25%

No es formal 25%

Faltan dinámicas 34%

No le gustó este año 33%

Poca duración de los eventos 33%



Gasto y Estadía de viaje

Gasto por tipo de hospedaje por día



Hotel

\$1,439



Casa familiares /
Amigos

\$695



Campamento

\$982



Excursionista

\$1,614



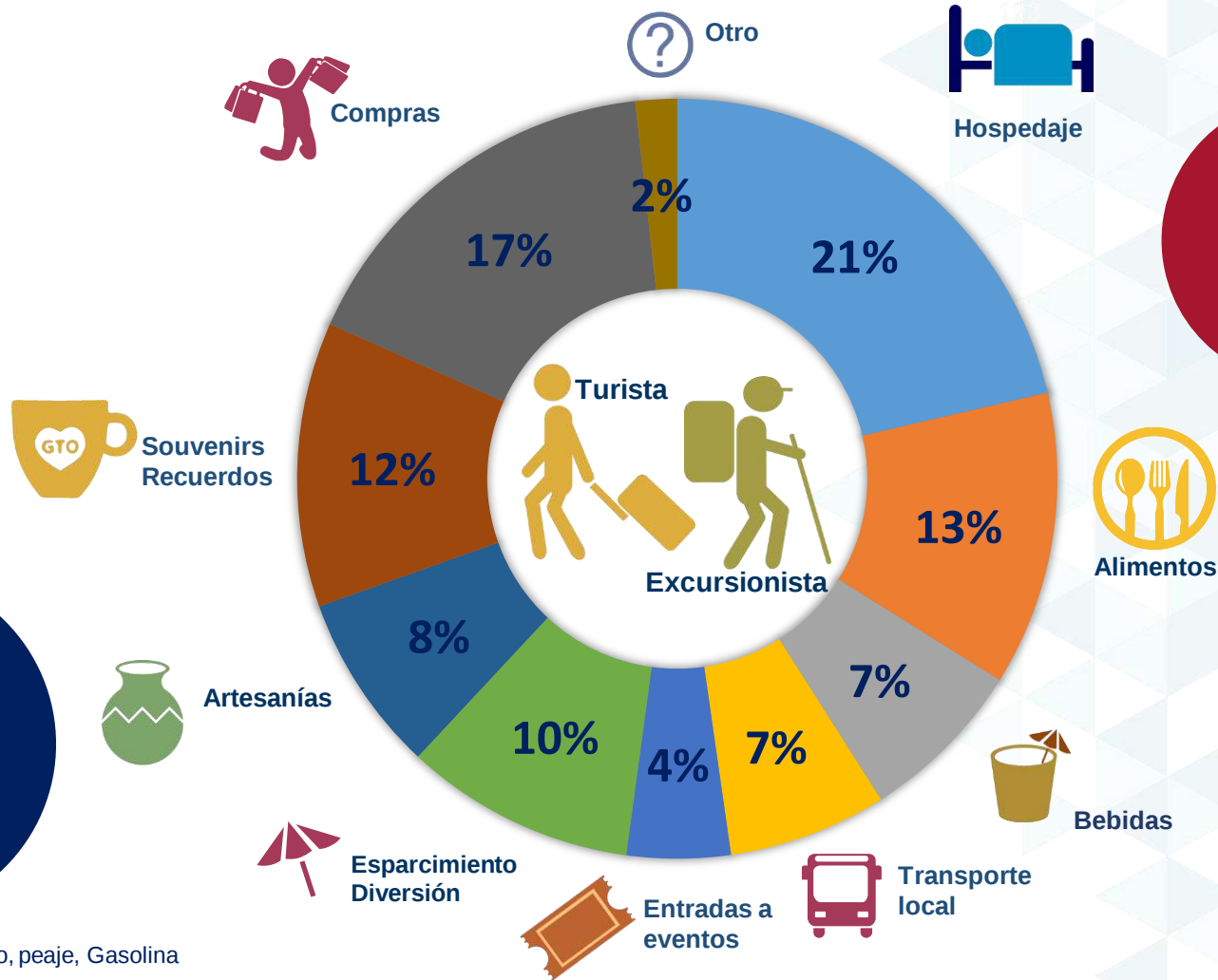
Local

\$370



Gasto y Estadía de viaje

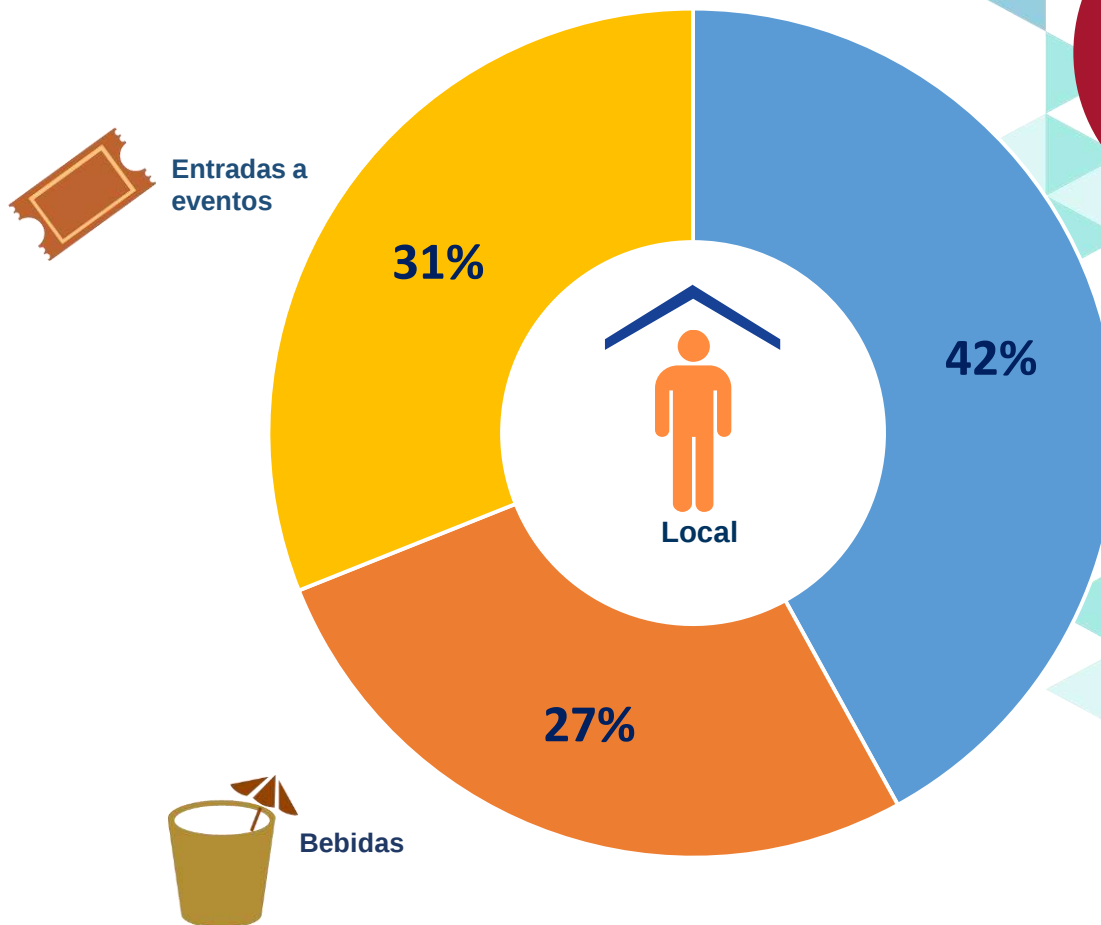
Distribución del gasto del Visitante



Otro 2016: Estacionamiento, peaje, Gasolina

Gasto y Estadía de viaje

Distribución del gasto del Local



**Alimentos
+
Bebidas
= 69%**

**Alimentos
91%**

2015



INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Metodología de la Investigación Cualitativa

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

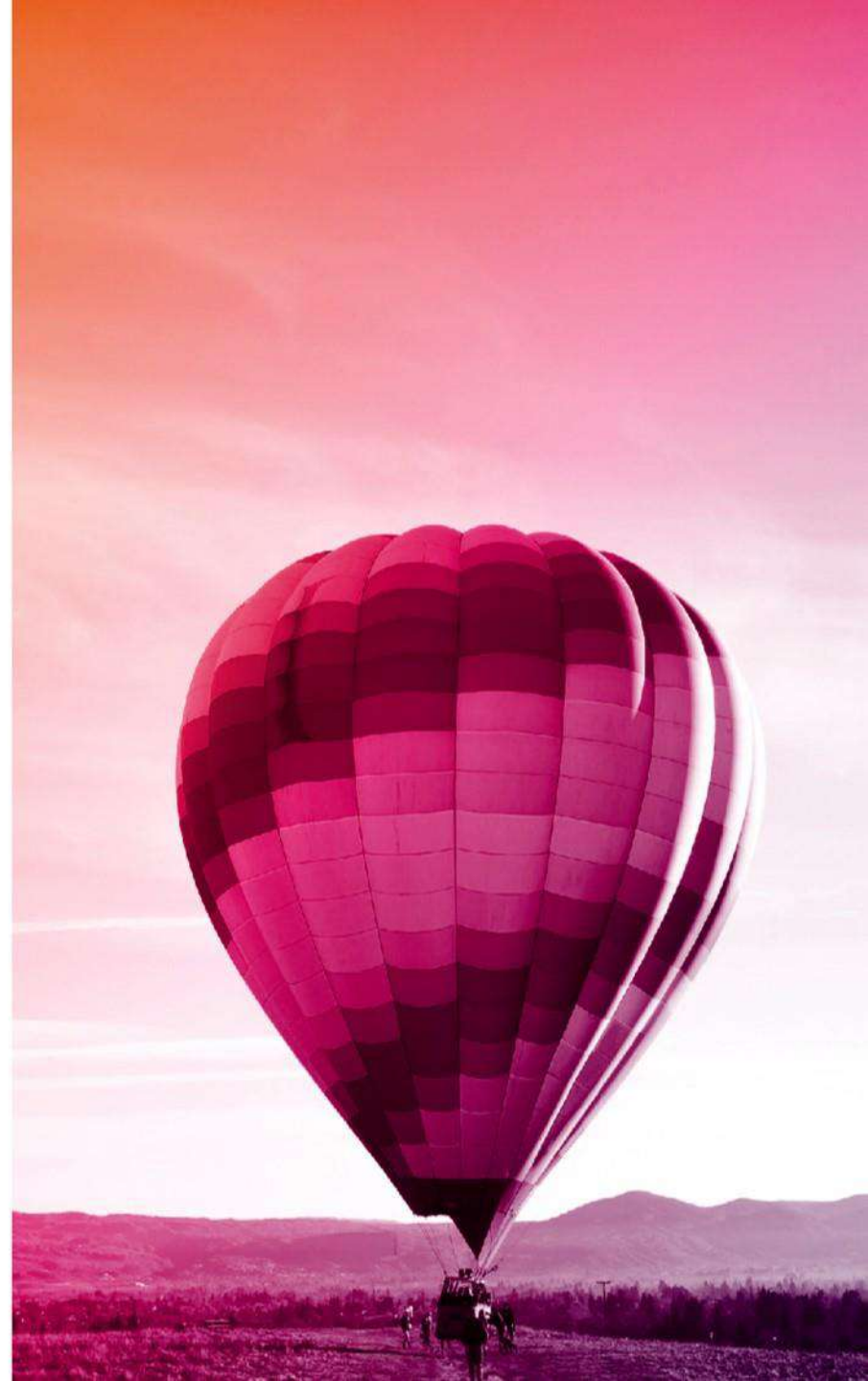
Herramientas de recolección:



Entrevistas a profundidad



Observación - Video





TOURS | 

Experiencia

Organizador de Tours

La experiencia dentro del Festival Internacional del Globo para el organizador de Tours fue complicada desde la organización del mismo, esto debido a que por primera vez se vendían espacios forzosos de camping para 4 personas, y estos debían pagarse de esta forma aún así sólo fuera a quedarse una persona en ese espacio. Sumando a esto un cobro extra que se hacía por persona que ingresaba al área de camping, la cual se encontraba delimitada en metros específicos por casa de campaña.

Pese a esta situación el flujo de personas que iba por medio de tours fue elevado, aun que la mayoría de estos regresaban a sus ciudades con un mal sabor de boca y con muy baja expectativa de regresar al evento el siguiente año.



Hipótesis del Perfil

y Perfiles **Encontrados**

Hipótesis del perfil:

Organizador de
Tours



Perfil encontrado:

Organizador de Tours

Género: Hombre

Edad: 35 años

Perfil: Generación X

Nivel Socioeconómico: C





- Guadalajara, Jalisco.
- Generación X.
- Soltero.
- Licenciatura.
- NSE: C.



“La organización no mejoro, ni los espacios y precios para acampar”.



- Guadalajara, CDMX y Chiapas.
- Guadalajara, Jalisco.



“Van varias veces que les pregunto algo a los que tienen el chaleco de Staff y no me saben decir, no me resuelven mis dudas”



- Viajar.
- Globo de colores.

“Si hay un concierto que me llame la atención me acerco, aun que mi principal objetivo era ver los globos”.

- No asiste a eventos parecidos.
- 6 hrs al día en computadora o smartphone.
- Visita Fb, Pinterest, Instagram y Youtube (conaculta, limba y galerías).
- Segunda vez en FIG.
- Se enteró por página del Parque.
- Persona: Físicamente un bebe, mentalidad de 10 años, sexo indefinido.
- Gasto \$200 en alimentos.
- La imagen del evento atractiva.
- No cumplió expectativas por logística.
- Atributos: costos, información y capacitación de gente.
- Frase/palabra: momias.



Paulo Cesar Martínez
35 años

The background of the entire image is a photograph of a sunset sky, transitioning from a deep orange at the horizon to a dark purple at the top. Several hot air balloons are visible as dark silhouettes against the bright sky. In the lower right foreground, the dark silhouette of a person's head and shoulder is partially visible, looking towards the left. The overall mood is peaceful and scenic.

FAMILIA | 

Experiencia

Familia

Las familias que decidieron asistir al Festival Internacional del Globo el día sábado por la mañana se llevaron la sorpresa de que por cuestiones climatológicas los globos aerostáticos no volarían.

A pesar de la situación climatológica, un gran número de familias decidió quedarse dentro de las instalaciones del Parque Metropolitano y disfrutar del día en familia volando papalotes, observando los espectáculos que se presentaban o simplemente conviviendo en las áreas verdes.

Por otro lado, hubieron familias que se retiraron del parque insatisfechas debido a que venían desde lejos para poder ver los globos elevarse y no pudieron hacerlo por que tenían que regresar a sus ciudades de origen.



Hipótesis del Perfil

y Perfiles **Encontrados**

Hipótesis del perfil:

Familia



Perfil encontrado:

Madre de familia



Género: Mujer
Edad: 46 años
Perfil: Generación X
Nivel Socioeconómico: C



Ana Isabel Oviedo
46 años



- Guadalajara, Jalisco.
- Generación X.
- Casada, 1 hijo.
- Licenciatura, Profesora de Preescolar
- NSE: C.



- No asiste a eventos parecidos.
- 2 hrs al día en computadora o smartphone.
- Visita sitios del trabajo.



- Montreal, Pasadina, Guadalajara, Durango y Vallarta
- Guadalajara, Jalisco.



- Primera vez en FIG.
- Planea asistir a la noche mágica.
- Se enteró por familiares que asistieron anteriormente.
- Persona: Mujer, 18 años, extrovertida y dinámica.
- Convivir con familia.
- Gasto \$2,000 aprox.
- La imagen buena pero agregaría promociones.
- No cumplió expectativas, esperaba ver todos los globos volar.
- Atributos: Promociones.
- Frase/palabra: momias o el callejón del beso

“Usamos el estacionamiento que esta al inicio, nos cobraron \$100.00, se me hizo caro”.



- Viajar.
- Globo del festival, tenía las letras muy bonitas.

“Que pusieran promociones como entrada a niños gratis”.



REDES
SOCIAL MEDIA





Comparativa

Redes principales / Seguidores diciembre 2016



284,091
seguidores

16,005
seguidores

13,300
seguidores

1,120
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**

3 al 21 de Noviembre



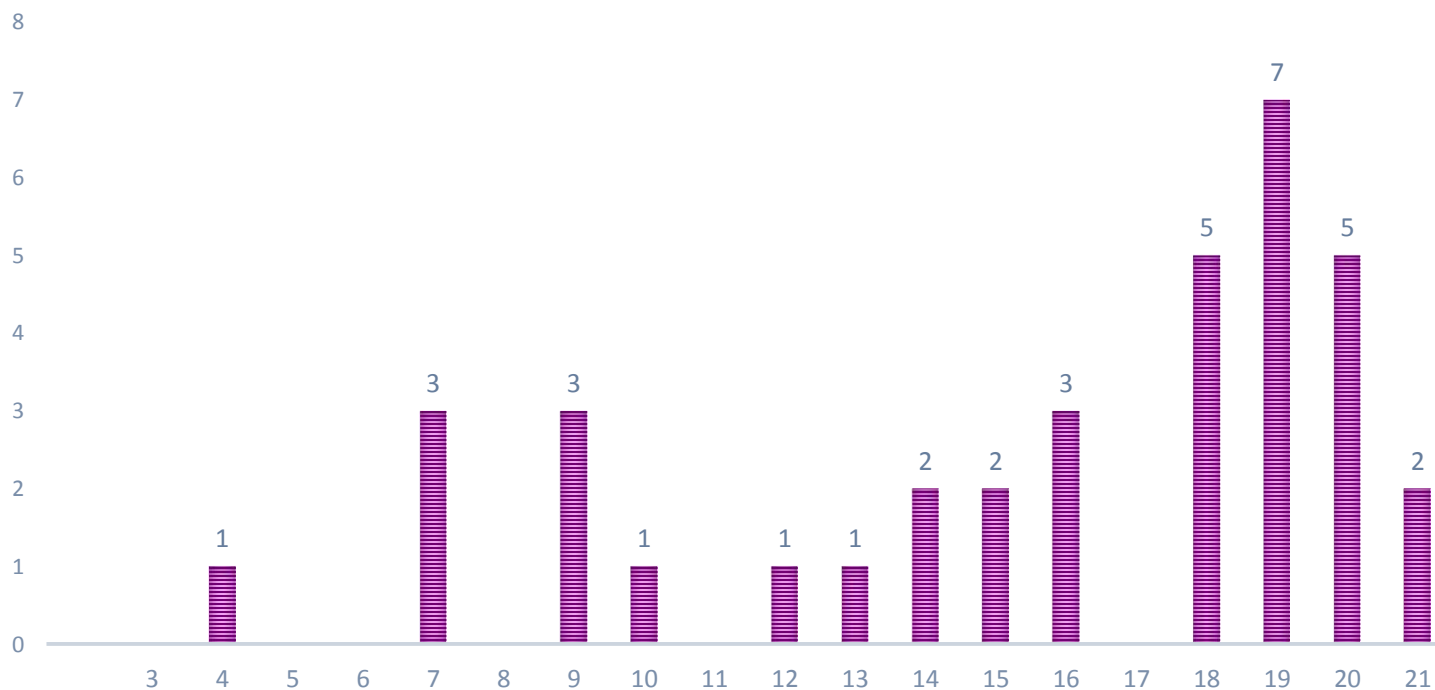
- El uso de hashtags en las cuentas oficiales es variado dependiendo del post, se sugiere utilizar un solo hashtag general en todos los posts para identificar fácilmente los posts del evento y educar a los usuarios a que lo utilicen también. Esta estrategia ayuda a llevar un mejor control sobre las actividades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



Resumen de actividad en Twitter

Del 3 al 21 de Noviembre

NÚMERO DE PUBLICACIONES POR DÍA

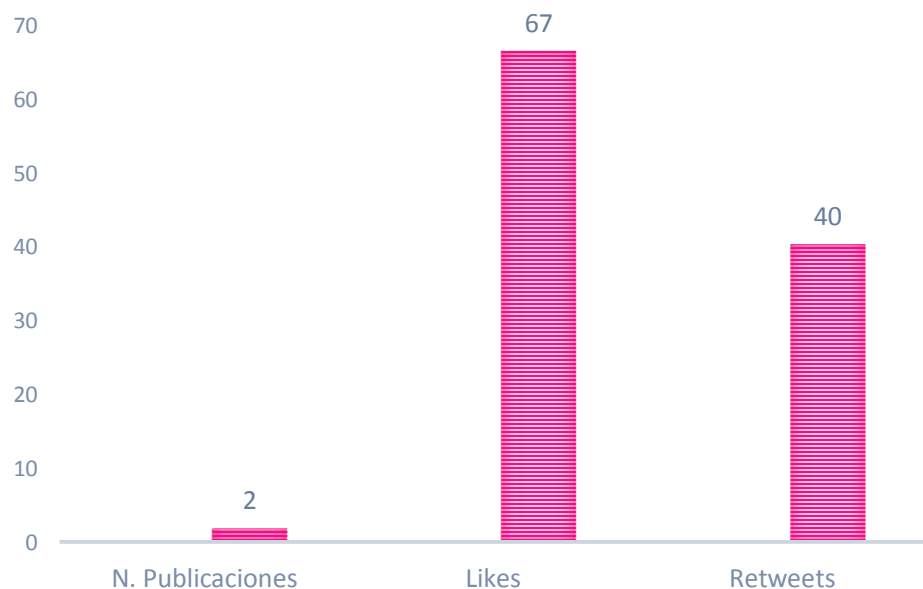




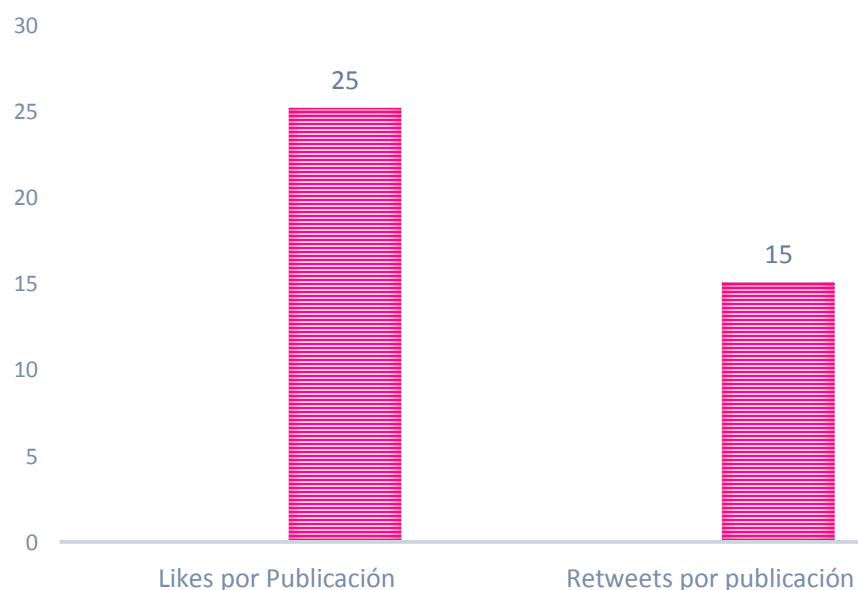
Resumen de actividad en Twitter

Del 3 al 21 de Noviembre

PROMEDIO DIARIO



ACTIVIDAD POR PUBLICACIÓN

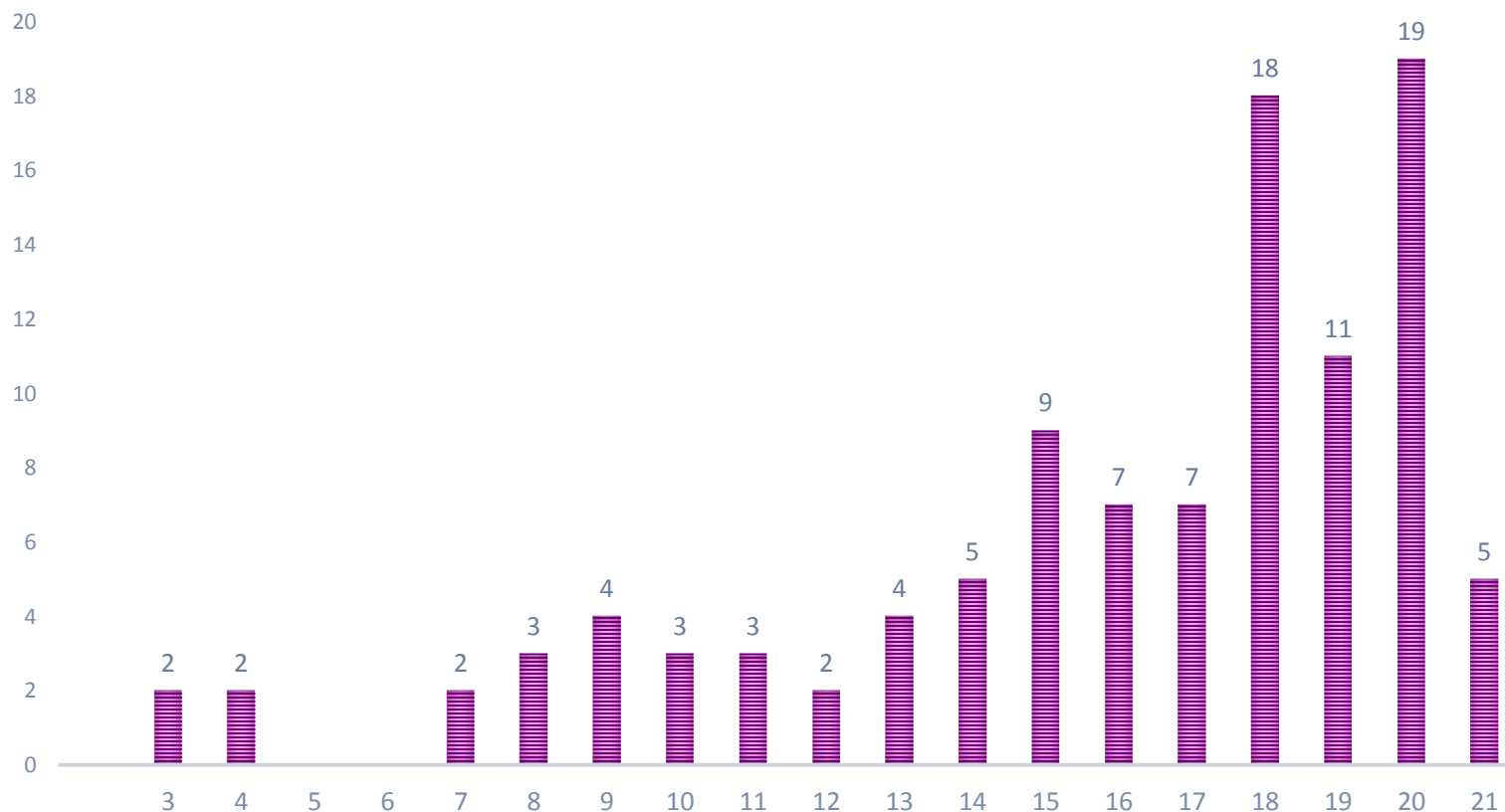




Resumen de actividad en Facebook

Del 3 al 21 de Noviembre

NÚMERO DE PUBLICACIONES POR DÍA

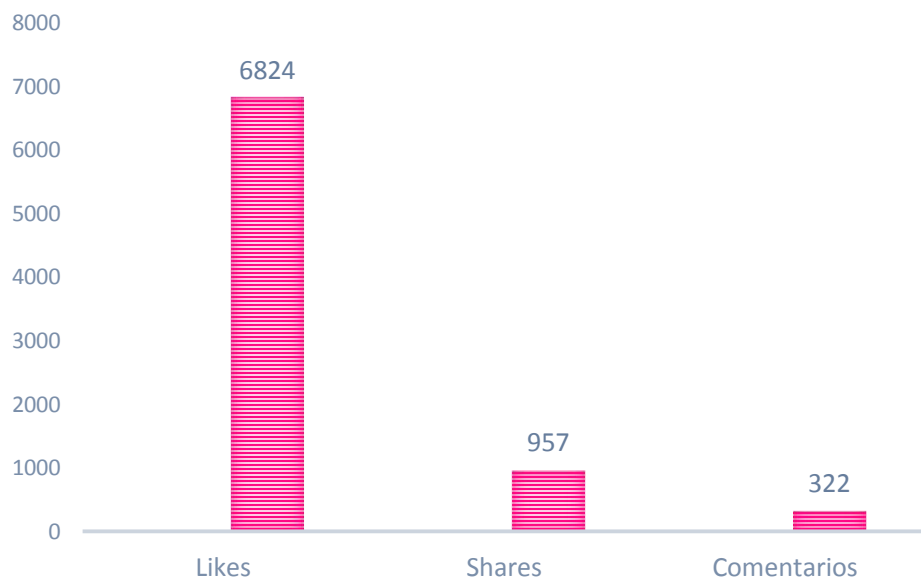




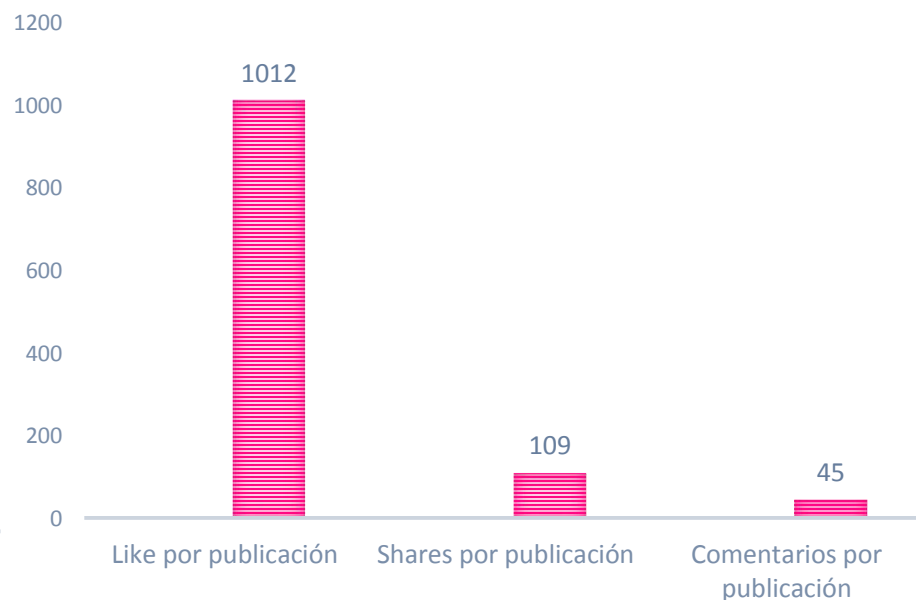
Resumen de actividad en Facebook

Del 3 al 21 de Noviembre

PROMEDIO DIARIO



ACTIVIDAD POR PUBLICACIÓN



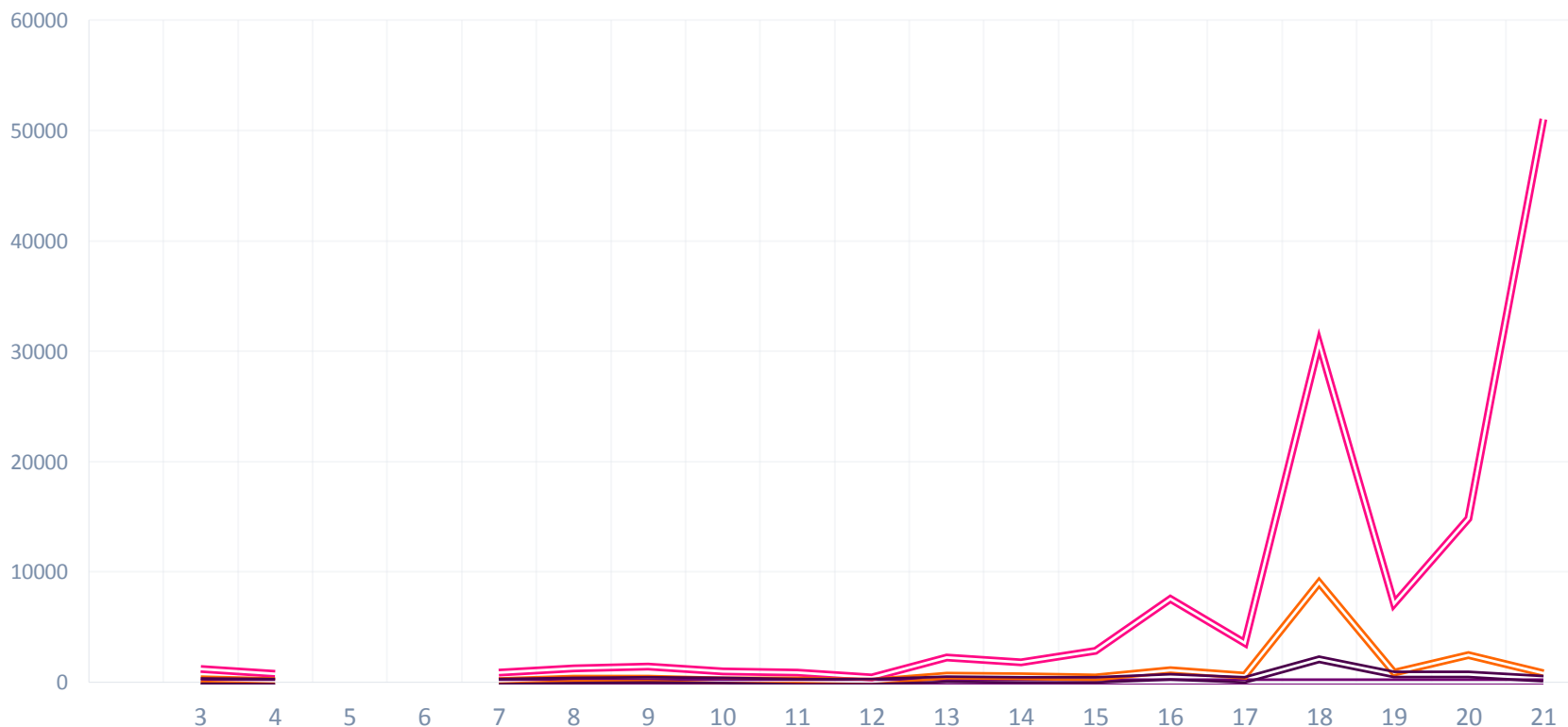


Resumen de actividad en Facebook

Del 3 al 21 de Noviembre

DÍAS DE ACTIVIDAD Y RESPUESTA

N. Publicaciones Likes Shares Comentarios





Comentarios de los asistentes en Facebook



Serch PM Elevaron demasiado el costo de pulseras para acampar a diferencia de otros años

Me gusta · Responder ·  4 · 14 de noviembre a las 7:33

↪ Ver 2 respuestas más



Festival Internacional del Globo, León Mx ¡Hola! Deseamos comentarte que el campamento es coordinado por el parque metropolitano, te agradeceremos que externes tus comentarios con ellos 🍷 🎈 😊

Me gusta · Responder · 15 de noviembre a las 23:26



Chavo Castañeda Duron Mi comentario es mas constructivo que critica. Creo que una vez que se ha tomado la decisión de no volar los globos, deben de informar a la gente que aun no entra. Así pueden guardar el boleto para otro dia. Creo que deberiamos de ser justos.

Me gusta · Responder ·  124 · 19 de noviembre a las 8:37

↪ 1 respuesta



Comentarios de los asistentes en Facebook



Víctor Raúl Ramírez Hernández La verdad es que les falta mayor organización y vigilancia por las noches porque muchos jóvenes sólo llegan a drogarse y embriagarse y no hay revisión en las entradas. Ya son varias las veces que hay golpes por la noche y el audio de los conciertos es malísimo, esperemos que no suceda lo mismo con Los Tigres del Norte

Me gusta · Responder ·  3 · 16 de noviembre a las 21:41



Chila Red Vqz FUI Y ME ARREPENTI DE IR, UNA ORGANIZACIÓN OESIMA, NO ME QUEDARON GANAS, NADIE EXPLICA A LOS QUE SOMOS NUECOS, DE LA ZO A Y ESO

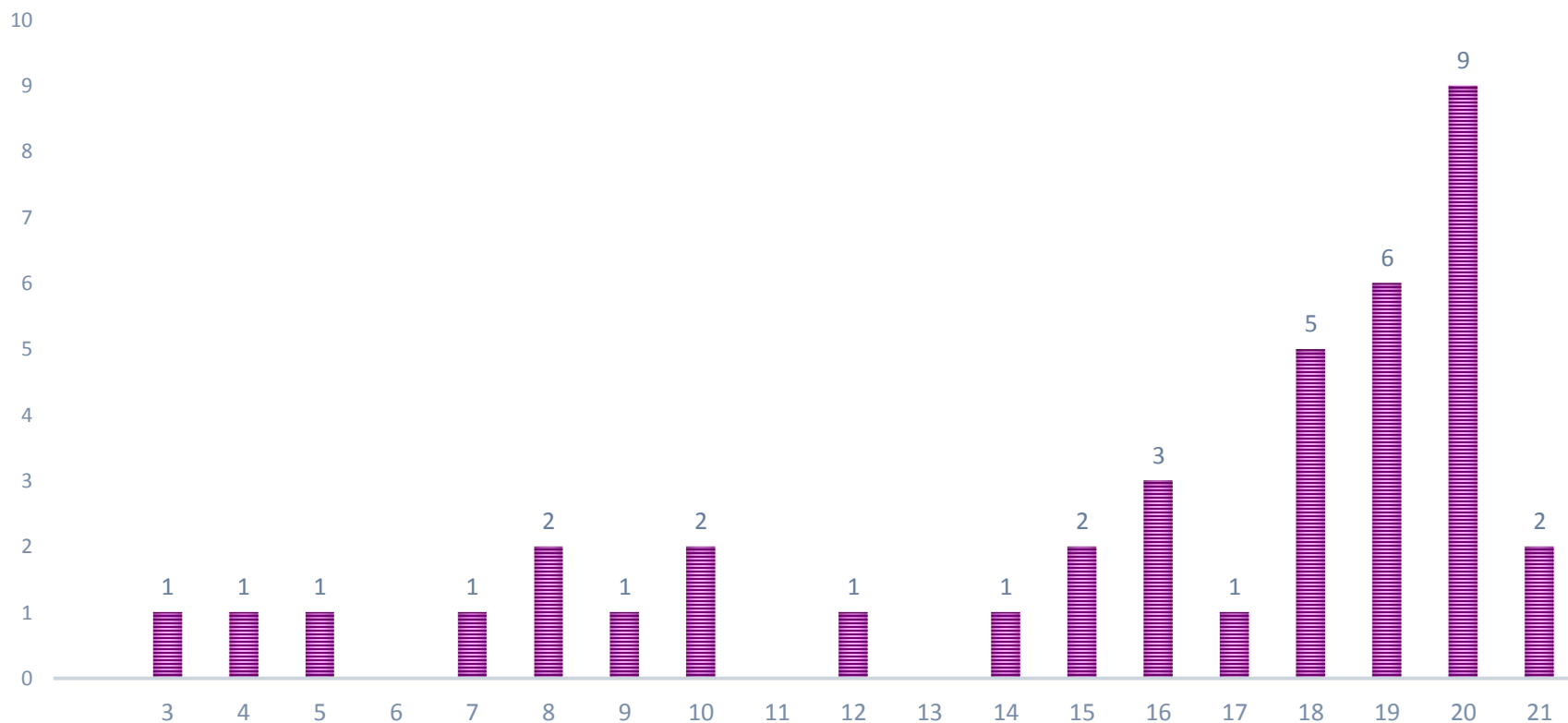
Me gusta · Responder ·  3 · 16 de noviembre a las 14:26



Resumen de actividad en Instagram

Del 3 al 21 de Noviembre

NÚMERO DE PUBLICACIONES POR DÍA

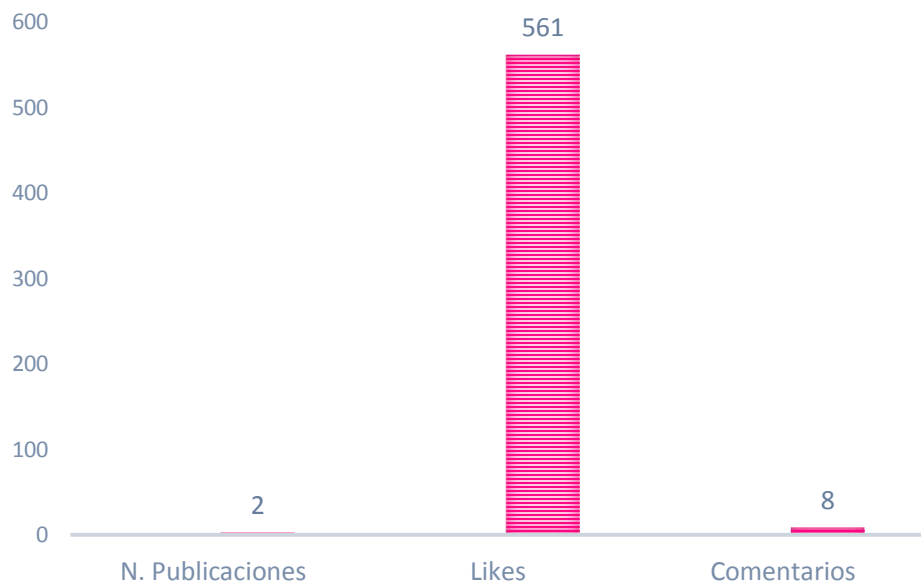




Resumen de actividad en Instagram

Del 3 al 21 de Noviembre

PROMEDIO DIARIO



ACTIVIDAD POR PUBLICACIÓN





Resumen de actividad en Instagram

Del 3 al 21 de Noviembre



figleon

Seguir

824 Me gusta

2 sem

jazminniebla89 Por qué borran los comentarios ? Somos visitantes no satisfechos y tenemos derecho a expresar al igual que ustedes nuestra opinión 🤔

jazminniebla89 Todo lo que ustedes dicen es verdad , pero tendrían que considerar que somos mucha gente la que viajamos desde lejos y gastamos mucho para traer a nuestra familia y que al llegar este no se lleve a casa 🏠 no se quede solo en...



Añade un comentario...





Resumen de actividad en Instagram

Del 3 al 21 de Noviembre

112 Me gusta

2 sem

figleon @lauragii Invitada especial en esta 15 edición del #FIG16, ¿Quieres volar a su lado? ¡No te puedes perder el Festival! Compra tus boletos en @superboletosmx y en @tiendasoxxo de Leon ✨😁🎈 #FIGÚnico #ViveFIG #ImperdibleFIG

diaz_Ofarrell Mejor me hubieran regalado un vuelo a mi.... 😭😭

hanettjago_ O a mí!

crisrobledo_715 Hola buen día necesito urgente información de el festival ya que pienso viajar mañana para aya y necesito saber si alcanzó lugar para acampar y aya comparar los boletos

crisrobledo_715 Intento llamar años teléfonos que tienen registrados en internet del parque metropolitano y no funcionan

crisrobledo_715 Algún teléfono que me pueda comunicar me urge

*Es importante contar con un community manager brindando atención a visitantes potenciales al evento en redes, así como mantener comentarios y sugerencias para la toma de acciones inmediatas o futuras.



Resultados de la Actividad Turística **Festival Internacional del Globo 2016**

Visitantes y Derrama Económica Estimada		
León - Festival del Globo 2016		
Categoría	Total en personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5*	21,280	\$42,859,481
Turistas con familiares y amigos	59,172	\$83,613,593
Campamentos	48,328	\$62,202,084
Excursionistas	207,365	\$334,607,246
Visitantes	336,145	\$523,282,404
Locales	163,855	\$60,694,808
Asistentes	500,000	\$583,977,212

La derrama económica generada por los 500 mil asistentes (visitantes y locales) del FIG 2016 fue de \$584 millones de pesos

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de Estadística e Información, Datatur, Estudio del Perfil del Visitante 2016, Se considera la cantidad de asistentes indicados por el Comité Organizador



Contacto

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



Lic. 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

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





Perfil del Visitante Festival Internacional del Globo 2016