



# **Perfil del Visitante e Impacto en la Actividad Turística**

## **Rally de las Naciones 2009**

**Julio 2009.**

# Contenido

- **Metodología**
- **Objetivos**
- **Historia del Rally**
- **Planeación de Viaje**
- **Generalidades y Evaluación del Rally**
- **Gasto del Visitante**
- **Perfil del Visitante**
- **Conclusiones**



# Metodología

<b>Población entrevistada</b>	Asistentes al Rally de las Naciones 2009
<b>Técnica de recolección de datos</b>	Intercep en el lugar del evento
<b>Tamaño de la muestra</b>	300 entrevistas

<b>Demográficos</b>	Sexo del entrevistado	Hombres: 50.0%	Edad de los entrevistados	18 – 27 años	36%
		Mujeres: 50%		28 – 37 años	34%
	Escolaridad	Universidad: 45%		38 – 47 años	19%
		Preparatoria: 25%		48 -60 años	10%
				Más de 60 años	0.3%

# Objetivos

1.- Conocer las Expectativas del Visitante.

2.- Conocer el Perfil del Visitante.

3.- Conocer las variables de distribución del visitante, motivo de viaje, tipo de hospedaje elegido y gasto para determinar la derrama económica generada por el evento.

4.- Conocer el grado de satisfacción del visitante.

5.- Detectar áreas de oportunidad para elaborar estrategias de desarrollo y apoyo al Evento.

6.- Conocer el impacto que tiene el evento en la actividad turística del estado de Guanajuato

## Historia del Rally

El Corona Rally México fue creado en 1979 por dos de los clubes automovilísticos más grandes en México, el Club Automovilístico Francés (CAF) y el Rally Automóvil Club (RAC). Originalmente el Rally era hospedado en el estado de México y se corrió continuamente hasta 1985.

Después de una breve ausencia, este evento se corrió nuevamente en 1991 siguiendo la ruta de el Paso de Cortés. Posteriormente el CAF optó por un concepto diferente, un rally corto con un alto porcentaje de tramos cronometrados. Fue hasta 1996 cuando la internacionalización de este proyecto comenzó. En 1998 los organizadores renombran el evento y lo reubican en León, Guanajuato; enfocándose en la inclusión al FIA World Rally Championship, el evento se realiza en 1999 y en el 2000 subiendo un escalón cada año.

En 2003 el Corona Rally México probó ser un parte aguas. Con modernas instalaciones en Poliforum, rompiendo estándares deportivos , esto combinado con una ruta más compacta, puso a este evento dentro del Campeonato Mundial de Rallies.

## Historia del Rally

Debido a una nueva reglamentación el Corona Rally México permanecerán fuera del calendario un año para reincorporarse en lo sucesivo. México salió del Corona Rally en 2009 para reincorporarse en 2010 justo a tiempo para los festejos del Bicentenario .

El *Rally de las Naciones* es un concepto en el que los equipos compiten en lo individual y por países. Se corre sobre el esquema y recorrido del Corona Rally con 3 días de competencia con 300 km de recorrido. Los equipos se componen de un piloto experimentado y de uno joven en ascenso. Las características de los autos son también diferentes, cuentan con un motor 2.0 litros turbo con tracción integral y 300 caballos de fuerza (Grupo N, Clase 4). Este Rally cuenta con una categoría menor de pilotos y automóviles.

El evento tiene un nuevo sistema de puntuación e incluye la *Etapas súper especial*, circuito de dos carriles de 2.2 kilómetros realizada con el objetivo de permitir a los pilotos encontrar ritmo adecuado para ir lo más rápido posible.

El 1º Rally de las Naciones se celebró del 9 al 12 de julio de 2009 en el estado de Guanajuato.

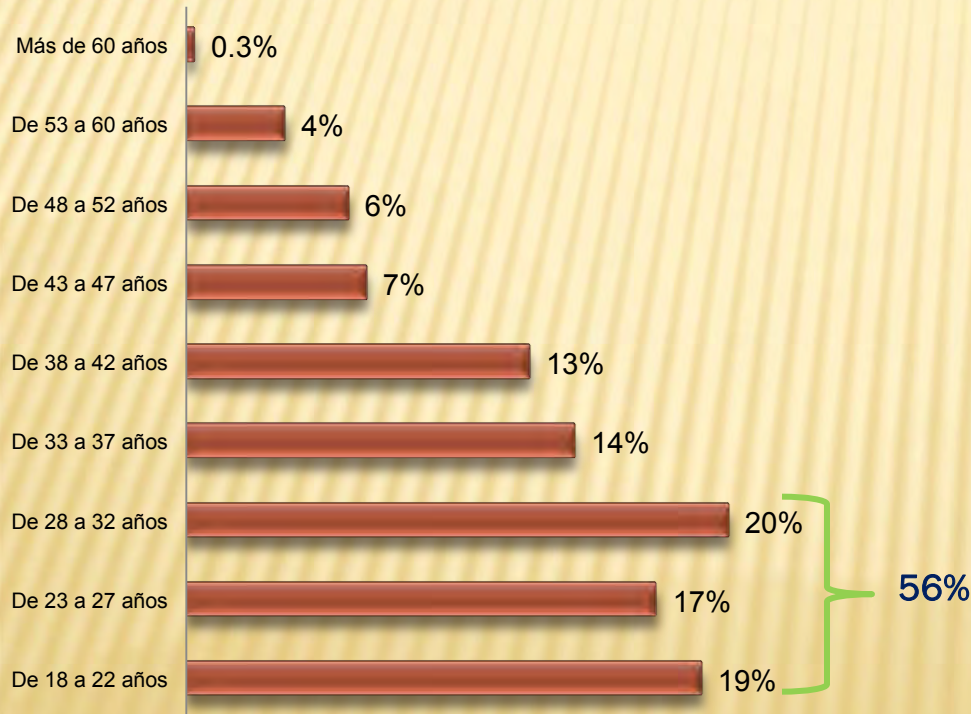
# Perfil del Visitante

## Datos demográficos

En el Rally de las Naciones 2009, encontramos personas de todas las edades, sin embargo un 56% de los entrevistados se encuentran entre los 18 y 32 años de edad.

La edad promedio del visitante al Rally de las Naciones 2009 es de 32 años.

Edad del entrevistado



**Licenciatura  
 45%**

Podemos decir que las personas que asistieron al Rally cuentan con un nivel académico alto, ya que el 45% de ellos cuentan con nivel licenciatura, seguido de un 25% que estudió hasta la preparatoria.

# Ingresos

## Ocupación y Nivel de Ingresos

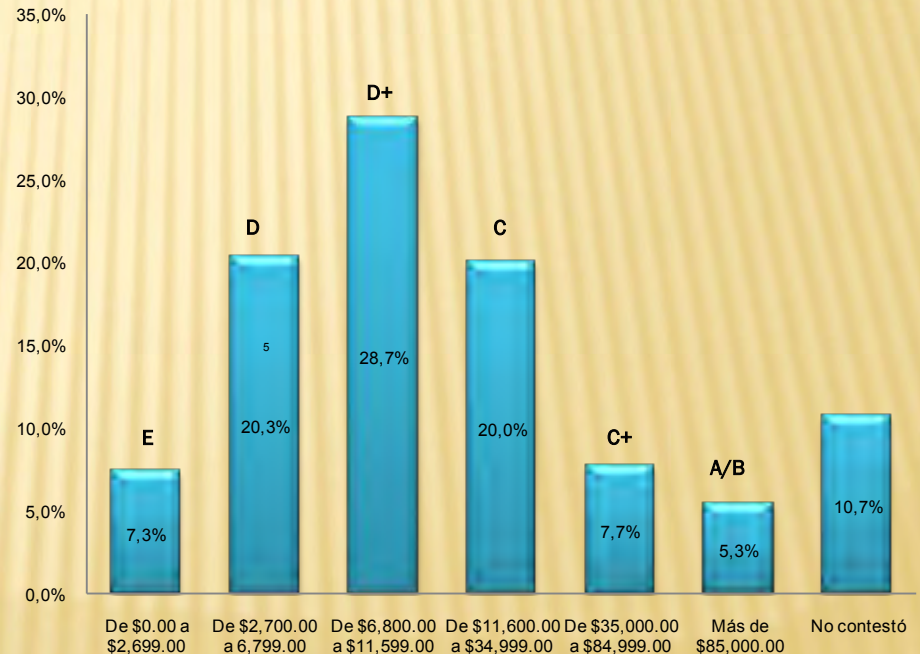


**Profesionistas  
 44%**

Las principales actividades que ocupan a las personas que visitaron el Rally son: desempeñarse como profesionista (46%), estudiar (14%) y trabajar como empleados de empresas privadas (14%).

El nivel de ingreso mensual con el que cuentan la mayoría de estas personas es de \$ 6,800.00 a \$ 11,599.00.

Lo que nos habla de gente con un NSE medio a medio bajo distribuido de la siguiente manera: “D+” (29%), seguido del “D” con 20% y “C” con el 20% .



**Nota:** Para ver tablas y gráficas completas, revisar anexos.

## Lugar de Origen

Lugar de Origen de los visitantes



Las personas que visitaron el Rally son principalmente visitantes nacionales y estatales, solamente el 8% mencionaron ser del extranjero.

Las ciudades del país de donde se tuvo mayor presencia de visitantes fueron: Distrito Federal con 17%, Morelia 7%, Celaya 6% y de Irapuato el 6%.

# Lugar de Origen

## Nacional

México, DF	52	29%
Morelia	21	12%
Guadalajara	14	8%
Querétaro	11	6%
Aguascalientes	11	6%
Cuernavaca	8	5%
Michoacán	5	3%
San Luis Potosí	4	2%
Monterrey	3	2%
Tijuana	3	2%
Toluca	3	2%
Zacatecas	3	2%
Arandas	2	1%
Mexicali	2	1%
Lagos de Moreno	2	1%
San Luis Potosí	2	1%
Durango	2	1%
Tepic	2	1%
Morelos	2	1%
Ensenada	2	1%
Torreón	2	1%
Puebla	2	1%
Otros	19	11%
Total	177	100%

## Estatad

Celaya	19	19%
Irapuato	17	17%
Guanajuato	15	15%
Salamanca	14	14%
Silao	14	14%
Valle de Santiago	6	6%
Cortazar	3	3%
San Miguel de Allende	3	3%
Moroleón	3	3%
Abasolo	1	1%
Uriangato	1	1%
San Francisco del Rincón	1	1%
Dolores Hidalgo	1	1%
Manuel Doblado	1	1%
Total	99	100%

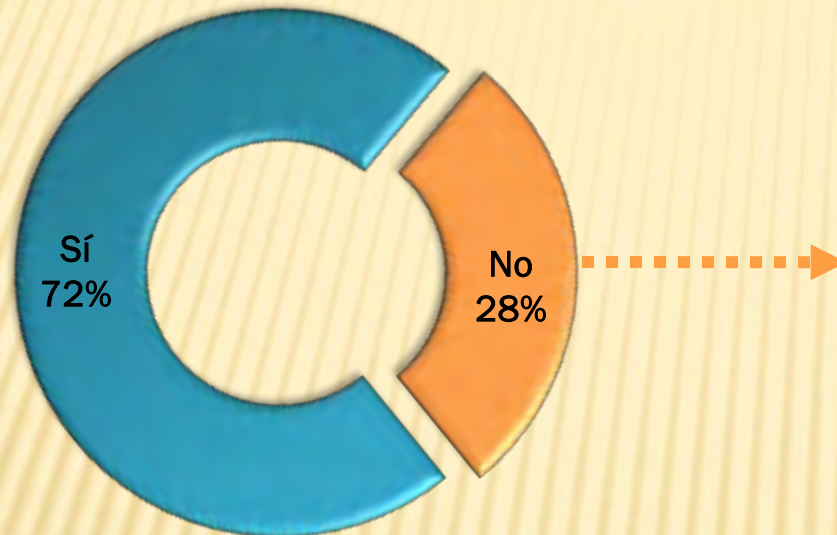
## Extranjero

Los Ángeles	4	18%
Miami, Florida	3	14%
España	2	8%
Austin, Texas	1	4%
Barcelona	1	4%
Ghana, África	1	4%
Francia	1	4%
Long Beach, California	1	4%
Suiza	1	4%
Newport Beach	1	4%
Guatemala	1	4%
Chicago	1	4%
Toronto	1	4%
Phoenix Arizona	1	4%
Bill, California	1	4%
Galicia, España	1	4%
Canadá	1	4%
Minnesota	1	4%
Total	24	100%



## Motivo de Visita

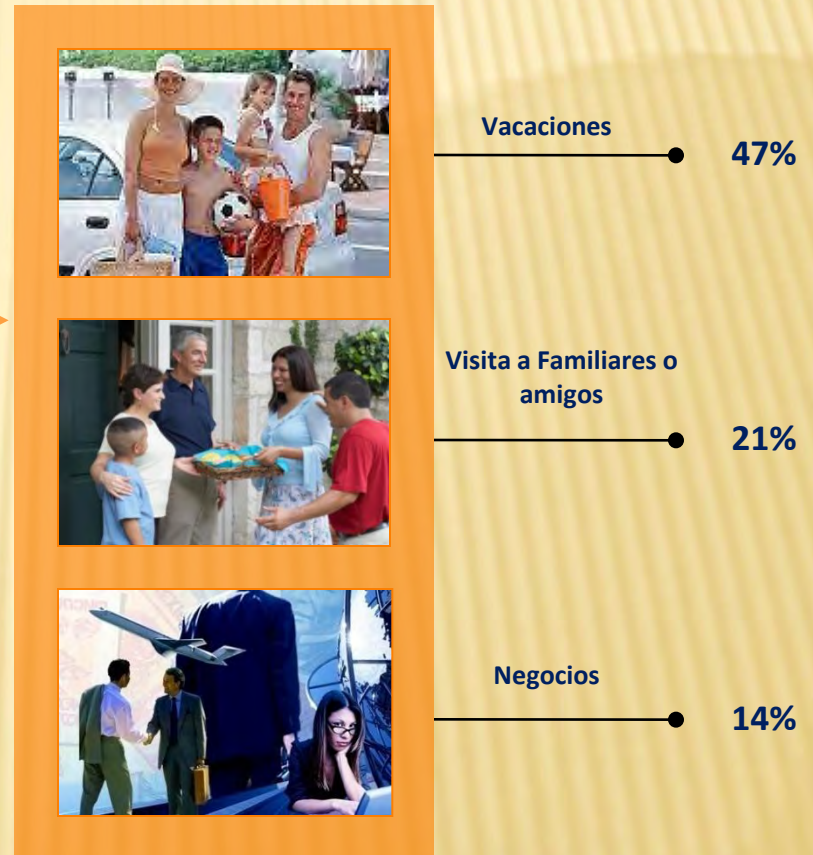
¿El Rally de las Naciones es la principal razón de su visita a la ciudad?



Para la 72% de los encuestados la razón de visita a la ciudad de León fue el Rally de la Naciones, mientras que para el resto de los visitantes las principales razones que los motivaron a venir a la ciudad fueron:

1. Visitar a familiares o amigos
2. Por descanso o vacaciones
3. Negocios

## Razones de visita a la ciudad

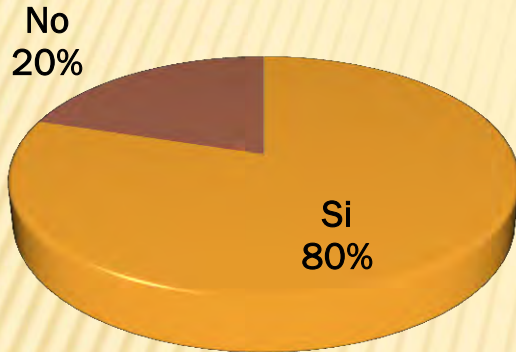


**Nota 2:** Las sumatoria de los porcentajes del gráfico, no suman el 100%, porque sólo se muestran las principales respuestas.

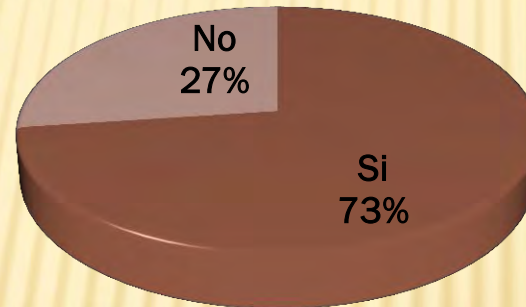
## Motivo de Visita (por lugar de procedencia)

¿El Rally de las Naciones es la principal razón de su visita a la ciudad?

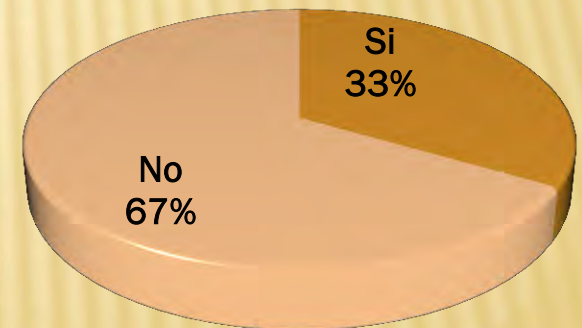
### Estatal



### Nacional



### Internacional



## Primera vez que visita el Rally

De los asistentes al Rally de las Naciones 2009, el 58% dicen que **ésta es la primera vez** que asisten al evento en la ciudad de León.

Es la primera vez que asiste a un evento del Rally en esta ciudad?

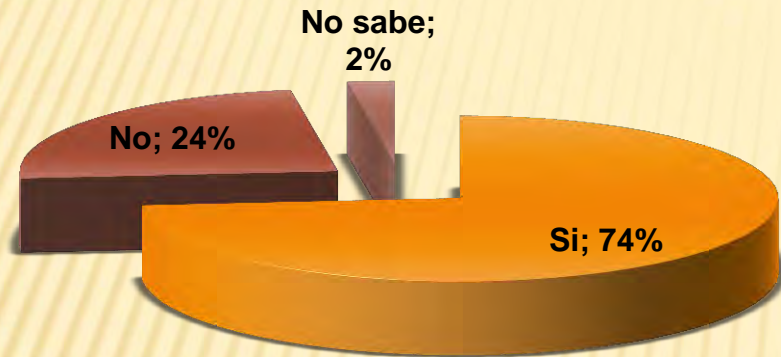


El 42% que dijo haber asistido a ediciones pasadas del Rally mencionan haberlo hecho en más de una ocasión.

El promedio de asistencia a ediciones del evento es de **3.42 veces**.

## Diferencias entre ediciones del Rally

¿Percibe diferencias entre esta edición del Rally y ediciones pasadas?



El 73.6% de las personas que han asistido en años anteriores al Rally, mencionaron que sí percibieron diferencias entre las ediciones pasadas del evento y la de éste año. El 24% no encontró ninguna diferencia y un 2.4% dijo no saber.

Las diferencias que tuvieron mayor número de menciones son:

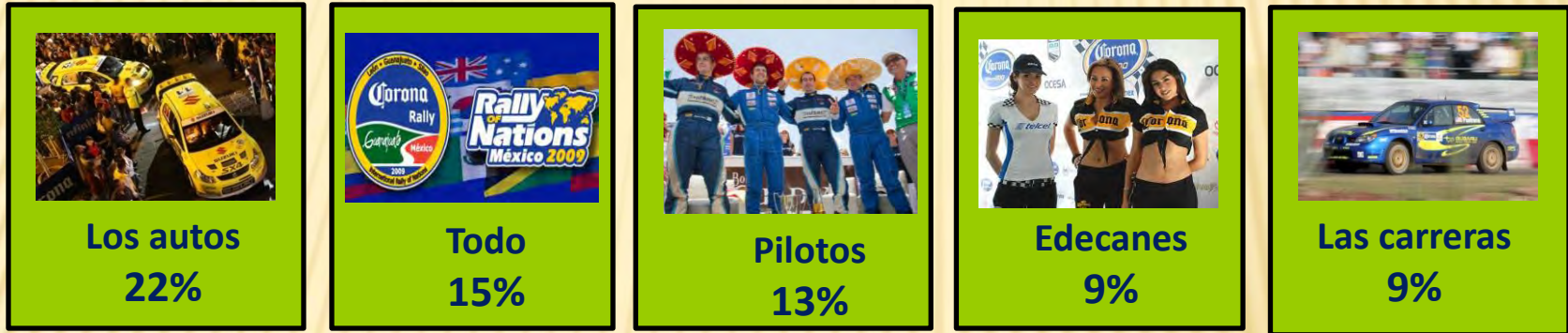
- Menos gente.
- Los pilotos eran de una categoría menor.
- La organización.
- La categoría de los autos era menor.
- No hubo promoción.



**Nota:** Estas preguntas fueron contestadas sólo por el 42% de la muestra que corresponde a la gente que ha asistido en años anteriores.

## Aspectos del Rally que más gustaron

### Lo que más les gusto



### Lo que menos les gusto

Para el 63.7% de los visitantes no hubo ningún aspectos del evento que no les gustara.



**Nota :** Las sumatoria de los porcentajes del gráfico, no suman el 100%, porque sólo se muestran las principales respuestas.

## Aspectos que agregarían y/o quitarían al Rally

### Elementos que agregarían



El 42% de los visitantes al rally mencionaron que no le agregarían nada.

**Nota :** Las sumatoria de los porcentajes del gráfico, no suman el 100%, porque sólo se muestran las principales respuestas.

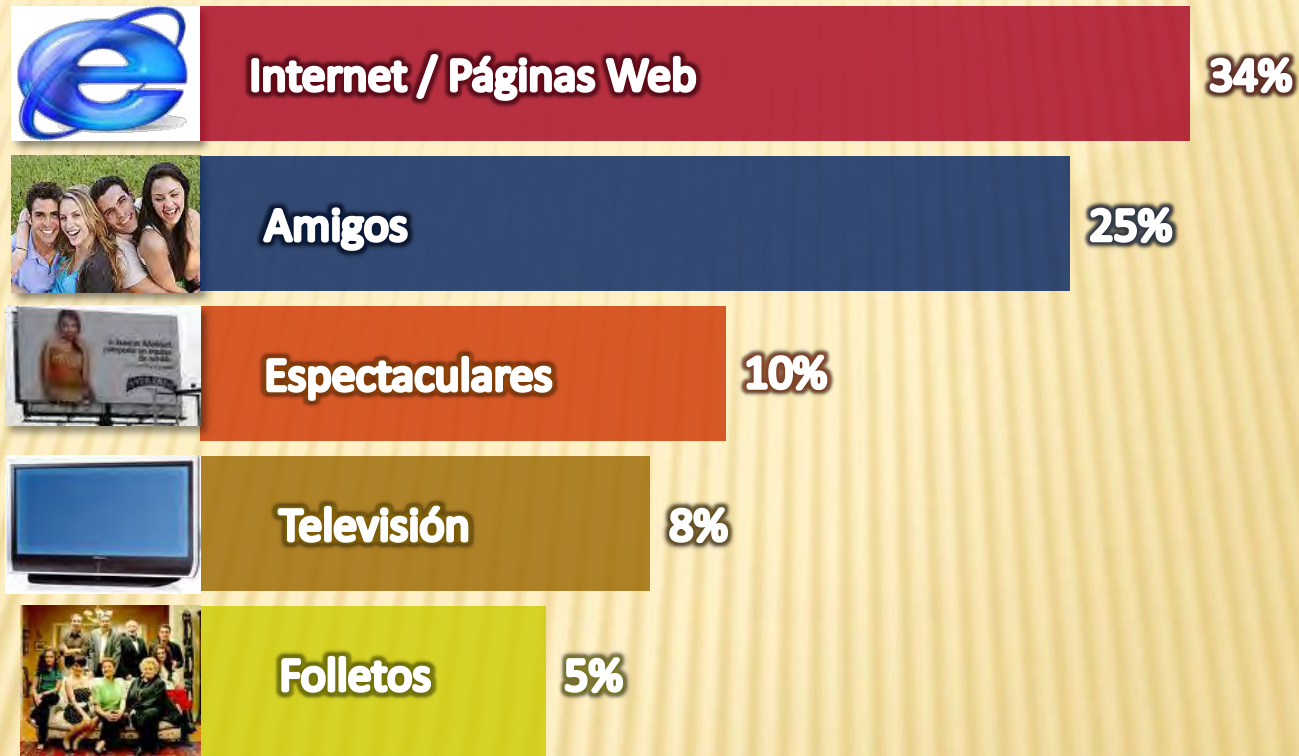
### Elementos que quitarían



El 95% de los visitantes al rally mencionaron que no le quitarían nada.

## Medios Publicitarios por los que se enteró del evento y su influencia

### Top 5 de Medios

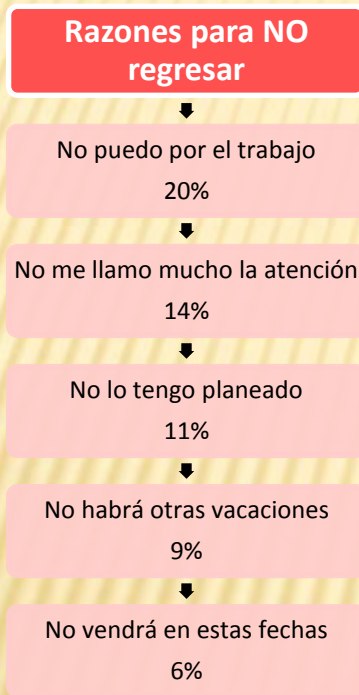


Los principales medios publicitarios por los que se enteraron del Rally fueron: Internet y a través de amigos. El 61% de los encuestados consideran que la publicidad ***Influyó mucho*** en ellos para que decidieran asistir al evento.

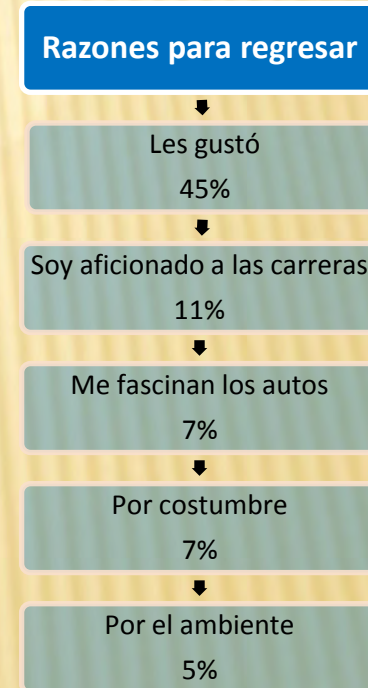
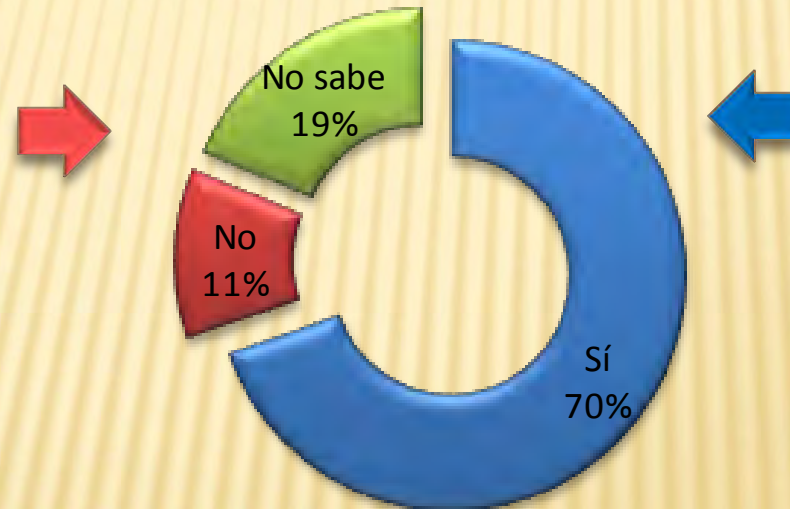
**nota :** Las sumatoria de los porcentajes del gráfico, no suman el 100%, porque sólo se muestran las principales respuestas.

## Regreso al próximo Rally

De los visitantes al Rally de la Naciones 2009 el 70% mencionan que tienen considerado regresar el próximo año, principalmente porque les gustó el evento, el 11% dijo que no regresaría debido a cuestiones de trabajo y un 19% no sabe si volverá.



¿Usted consideraría regresar al Festival el próximo año?



**Nota :** Las sumatoria de los porcentajes del gráfico, no suman el 100%, porque sólo se muestran las principales respuestas.

**Nota :** Las sumatoria de los porcentajes del gráfico, no suman el 100%, porque sólo se muestran las principales respuestas.

## Tamaño de Grupo y medio de transporte utilizado

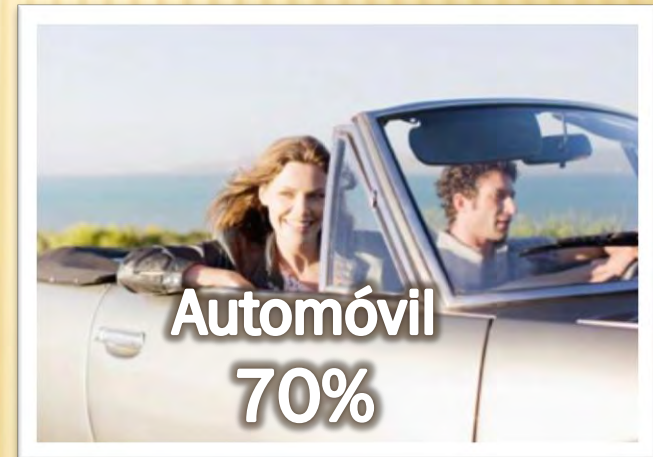


Los asistentes al rally en su mayoría viajaron a la ciudad de León acompañados principalmente por su pareja (44.3%), con amigos (30.7%) y con su familia (17.6%).

Los asistentes al evento mencionan haber llegado a la ciudad con **3 acompañantes en promedio**.

El tiempo que tenían en la **ciudad** las personas al momento de ser entrevistados fue de **2.26 días** en promedio y la estadía promedio en el **evento** fue de **1.36 días**.

El principal medio de transporte utilizado por la gran mayoría de los asistentes al Festival fue el automóvil, seguido por el camión con el 18.7% y en avión 11.3%



## Lugar de Hospedaje y sus Características

¿En dónde se hospeda u hospedará?



El 81.3% de los asistentes al Rally mencionaron que se quedarían a dormir en la ciudad, teniendo como principales lugares de hospedaje, hoteles (61%) y la casa de familiares o amigos (30%).

El resto de los asistentes permanecieron en el evento en promedio 6 horas y regresarían a su ciudad de origen.

**Nota:** A pesar que en la ciudad de León no hay establecimientos de hospedaje catalogados como hostel o posada, hubo 2 personas que mencionaron hospedarse en estos lugares.

Los hoteles en que se hospedaron los encuestados fueron:

- Real de Minas (13%)
- Hotel Radisson (10%)
- Hotel Holiday Inn (7%)

Estos hoteles con categoría 4 y 5 estrellas.

De las personas que se hospedaron en hotel el 70% realizó reservación.

Los medios utilizados para realizar la reservación fueron: el teléfono (55%) e Internet (32%).



## Promedio de estadía por tipo de Hospedaje



**Hotel**  
1.48 Días



**Familiares o Amigos**  
2.7 Días



**Casa Propia**  
4.75 Días



**Acampar**  
1.31 Días



**Casa Rentada**  
4.25 Días

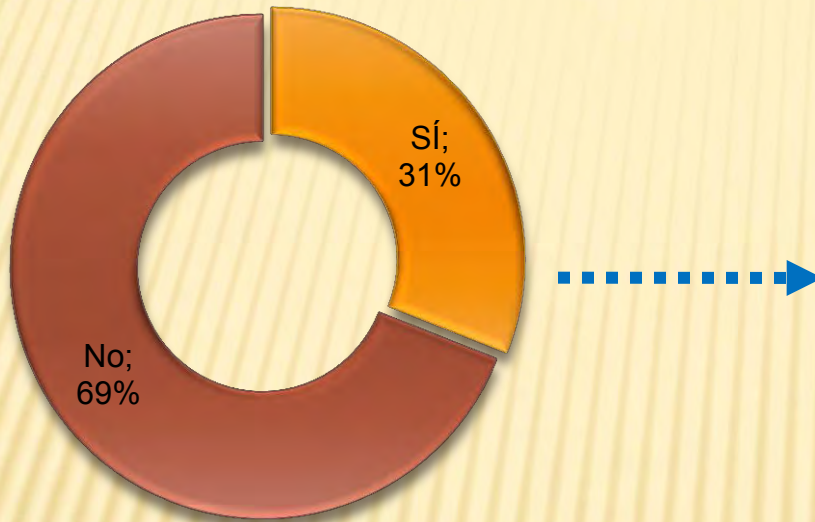
## Gasto diario promedio y su distribución

### GASTO PROMEDIO DIARIO POR PERSONA Y POR TIPO DE HOSPEDAJE

RUBRO	Hotel 1 a 5 *	Hostal / Posada	Familiares / amigos	Departamento / Casa rentada	Departamento / Casa propia	Voy a campar	Excursionista
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.978</b>	<b>\$894</b>	<b>\$1.098</b>	<b>\$665</b>	<b>\$514</b>	<b>\$1.361</b>	<b>\$1.817</b>
Hospedaje	30%	19%	0%	23%	0%	0%	0%
Alimentos	15%	17%	21%	19%	33%	15%	14%
Souvenir	10%	5%	14%	6%	16%	21%	14%
Entradas a eventos	12%	30%	14%	8%	18%	10%	16%
Transporte local	5 %	15%	7%	5%	0%	6%	12%
Artesanías	9%	0%	5%	7%	0%	5%	16%
Esparcimiento/Diversión	10%	0%	21%	20%	19%	21%	12%
Bebidas	10%	15%	19%	12%	14%	22%	15%

## Movilidad del Visitante

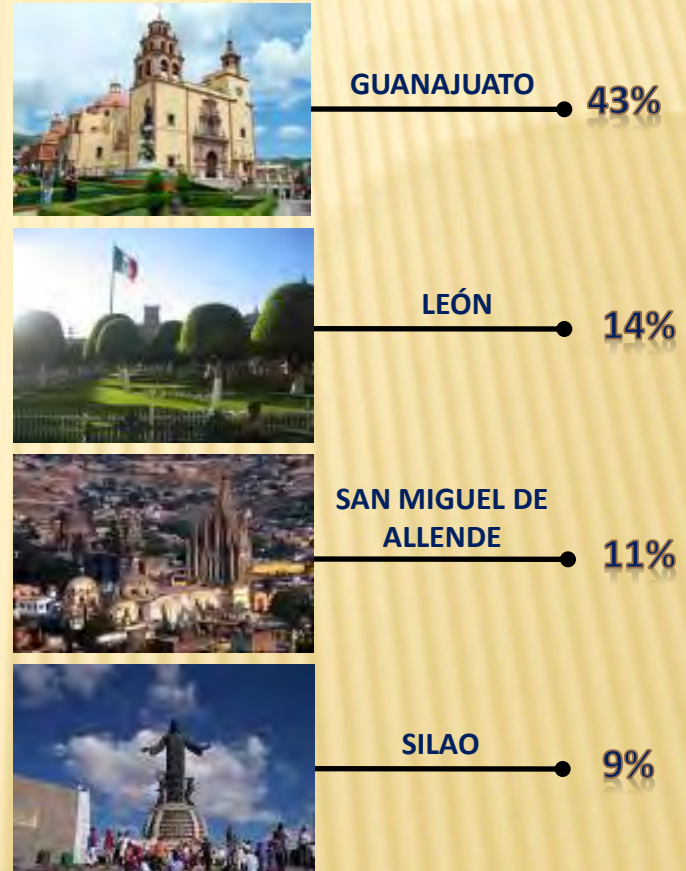
¿Usted estuvo/estará en otra ciudad del estado?



Un 69% de los asistentes al Rally no estuvo en otras ciudades, mientras que el resto visitó otros lugares del estado, entre los cuales se encuentran las ciudades de Guanajuato, León, San Miguel de Allende y Silao.

**Nota 1:** En la pregunta , ¿En qué otras ciudades del estado estuvo o estará?, aparece la ciudad de León porque se levantaron encuestas en la ciudad de Guanajuato en la ceremonia de inauguración del Rally.

¿En qué otra ciudad del estado estuvo o estará?

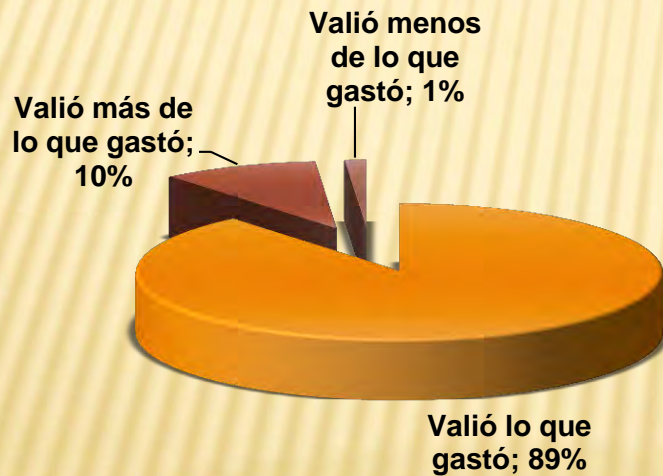


**Nota 2:** Las sumatoria de los porcentajes del gráfico, no suman el 100%, porque sólo se muestran las principales respuestas.

## Valor de Experiencia

Para el 89% de los encuestados su experiencia de viaje, **valió lo que gastó**, mientras que para el 10% su experiencia valió más de lo que gastó y únicamente el 1% de ellos consideran que su experiencia valió menos de lo que gastó.

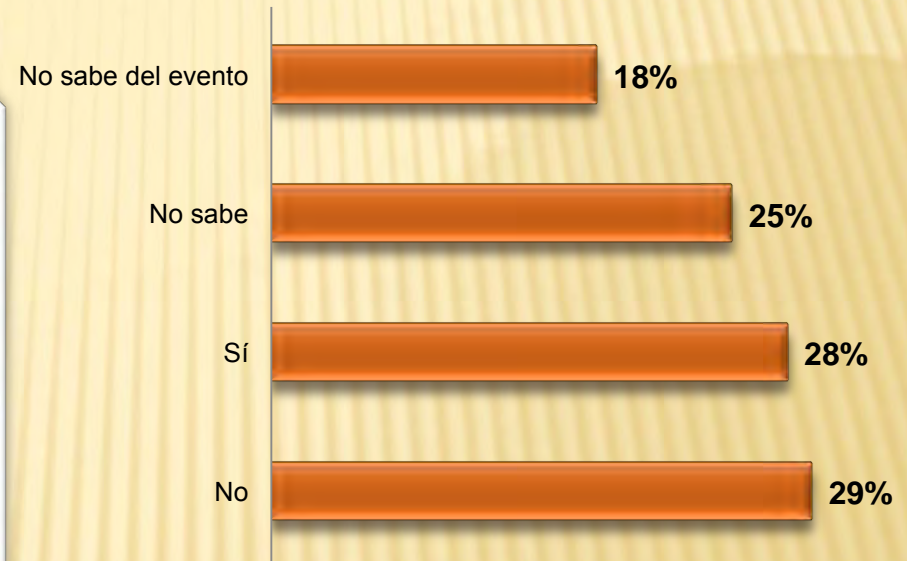
En General, ¿Usted considera que su experiencia en este viaje...?



## Asistencia a Festejos del Bicentenario



### ¿Tiene pensado asistir a los festejos del Bicentenario?



De los visitantes al Rally el 29% menciona que no asistirá a los festejos del bicentenario, mientras que un 28% dice que sí y el 25% menciona que no sabe. Existe un 18% de personas que tienen total desconocimiento sobre el tema.

## Perfil del Visitante

A continuación se describirá el perfil promedio del visitante, al Rally de las Naciones 2009, en la ciudad de León.

- Pedro tiene 32 años y es profesionista
- Sus ingresos son de \$6,800.00a \$11,599.00.
- Él es un turista de origen nacional, específicamente del Distrito Federal.
- La razón por la cual visitó la ciudad de León, fue para asistir al Rally de la Naciones y vino acompañado de su pareja.
- En promedio pasará 1.36 días en la ciudad siguiendo el evento.
- Para llegar a la ciudad de León viajó en automóvil.
- Si se queda a dormir en la ciudad, lo haría en un hotel como el Real de Minas y su gasto en la ciudad será de \$ 1,977.53 pesos por día por persona.
- Si decide regresar a su ciudad de origen gastará en promedio \$ 1,816.84 pesos por día por persona.
- Él piensa que su experiencia de viaje valió lo que gastó.
- Ésta es la primera vez que asiste al Rally.
- Evaluó el evento con calificaciones de muy bien en la mayoría de los aspectos.
- Lo que más le gustó del Rally fueron los autos y no hubo algún aspecto que le desagradará.
- Otorgó calificaciones de bien a excelente a todos los aspectos de la ciudad.



# **Resultados de la actividad hotelera con base en el Sistema de Información Turística Datatur**

## Actividad Hotelera

- ✘ La siguiente información corresponde a los resultados del monitoreo de establecimientos de hospedaje de 1 a 5 estrellas de las tres ciudades durante los días del evento.
- ✘ La ocupación promedio del 9 al 11 de julio fue de 54%, con una ocupación de 51% para Guanajuato Capital, un 56% en León y un 52% en Silao.
- ✘ La llegada de turistas a hoteles fue de 17 mil 518 personas.

<b>Indicadores de Hospedaje</b>				
<b>Rally de las Naciones - del 9 al 11 julio 2009</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Suma 3 destinos</b>	<b>Guanajuato</b>	<b>León</b>	<b>Silao</b>
<b>Llegada de turistas</b>	<b>17,518</b>	5,887	10,470	1,160
<b>Turistas noche</b>	<b>25,907</b>	9,028	15,126	1,752
<b>Porcentaje de Ocupación</b>	<b>54%</b>	51%	56%	52%
<b>Estadía Promedio</b>	<b>1.48</b>	1.53	1.44	1.51
Fuente: DataTur-SECTUR, SEDETUR				
Nota: Proyecciones con base en indicadores de la muestra DataTur.				

## Ocupación Hotelera en la Semana del Evento

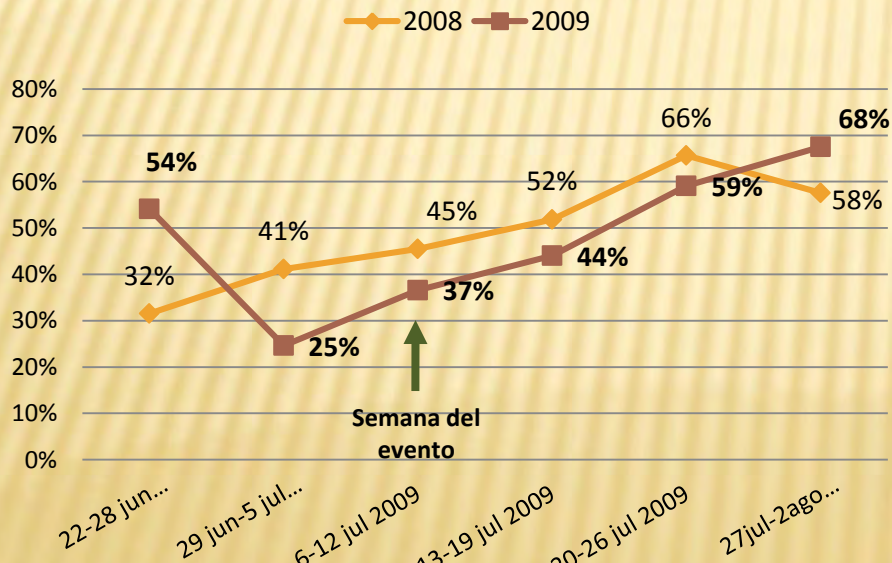
### ✘ Guanajuato:

La ocupación hotelera tuvo un incremento de 12 puntos con respecto a la semana anterior. Sin embargo, las semanas posteriores (a partir del 13 de julio) tuvieron mayor ocupación ya que corresponden al periodo vacacional de verano.

### ✘ León:

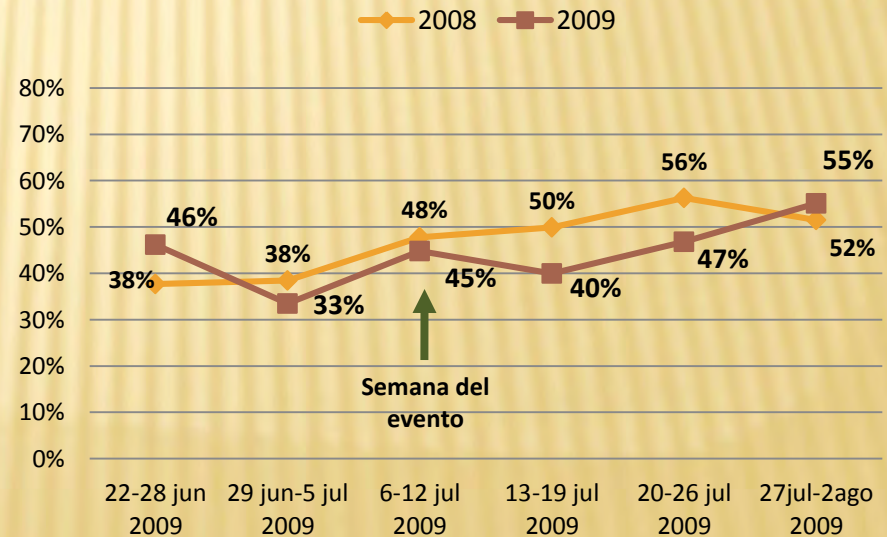
Presentó una ocupación hotelera superior a la semana anterior (+12 puntos) y posterior (+5 puntos). El promedio de la contribución fue de 8 puntos porcentuales.

Guanajuato capital, porcentaje de ocupación



Dirección General de Planeación.

León, porcentaje de ocupación



Dirección de Información y Análisis

## Visitantes y Derrama Económica Estimada

- ✘ Se estima que durante los días del evento los visitantes a los tres destinos generaron una derrama económica de \$93 millones de pesos.
- ✘ El impacto en derrama económica que generó el 72% de los visitantes, que acudieron a los tres destinos motivados por el evento, se estima en \$67 millones de pesos.

### RESULTADOS FINALES

#### Visitantes y Derrama Económica Estimada Rally de las Naciones León, Guanajuato y Silao 9 al 11 de julio 2009

Categoría	Total en personas	Derrama económica estimada
Turistas en Hotel 1 a 5* y campamentos	18,446	\$52,925,900
Turistas en otros establecimientos comerciales	464	\$1,311,392
Turistas en establecimientos no comerciales	9,281	\$27,032,759
Excursionistas	6,497	\$11,803,536
<b>Totales</b>	<b>34,688</b>	<b>\$93,073,587</b>

Fuente: Sedetur, Estudio del Perfil del Visitante Rally de las Naciones 2009. Datatur-Setur

Turistas en establecimientos no comerciales incluye: familiares/amigos, casa propia.

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye: Casa rentada.

### Resultados Rally 2009

Visitantes	<b>34,688 personas</b>
Derrama económica estimada	<b>\$93 millones de pesos</b>
Visitantes motivados por el Rally	<b>72%</b>
Impacto del evento	<b>\$67 millones de pesos</b>