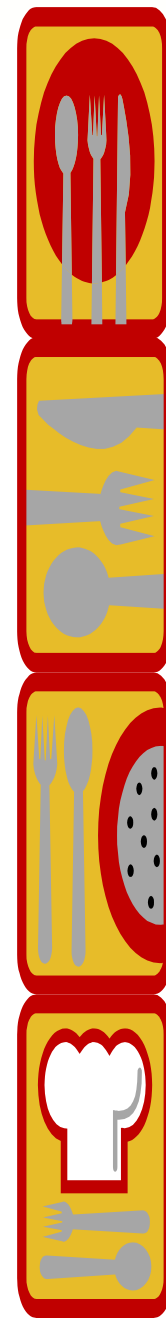




Perfil del Visitante e Impacto en la Actividad Turística Madrid Fusión 2011



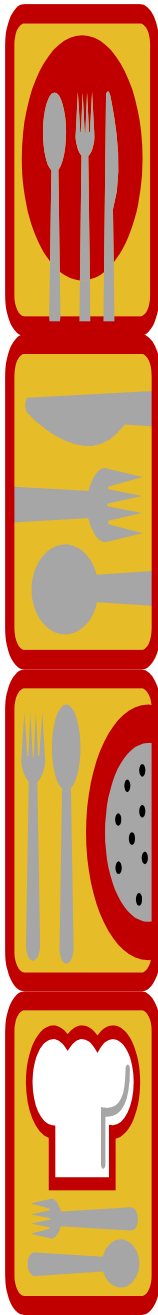
Es una investigación de mercado que a través de una muestra representativa de la población en estudio, suministra información acerca de:



Que será de gran utilidad para:

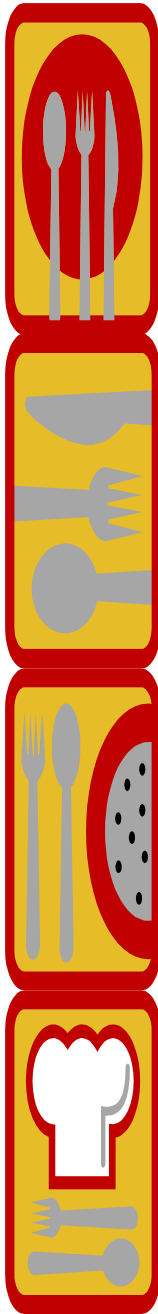
La definición de estrategias que se traduzcan en una mayor Atracción de visitantes a los Eventos que se organizan en el Estado de Guanajuato y que generan impacto social y económico en el destino.

Los resultados que se generan en este estudio sirven de base para conocer los hábitos del viajero que visita el Estado de Guanajuato, más no reflejan el comportamiento de los indicadores macroeconómicos que se viven en el país.





- Metodología
- Objetivos
- Perfil del visitante
- Asistencia a Madrid Fusión 2011
- Diferencias con la edición anterior
- Razón de visita
- Evaluación de Madrid Fusión 2011
- Medios de comunicación
- Distribución por tipo de hospedaje
- Medio de transporte utilizado
- Movilidad del visitante
- Experiencia de viaje
- Visitante promedio a Madrid Fusión 2011
- Indicadores de la Actividad Turística



Objetivos

Conocer las variables de clasificación del visitante, perfil sociodemográfico (edad, sexo, ocupación, ingreso, escolaridad y procedencia) y su perfil psicográfico (planeación de viaje, motivo de visita, gasto planeado, movilidad del visitante, gasto del visitante, experiencia de viaje e índice de satisfacción).



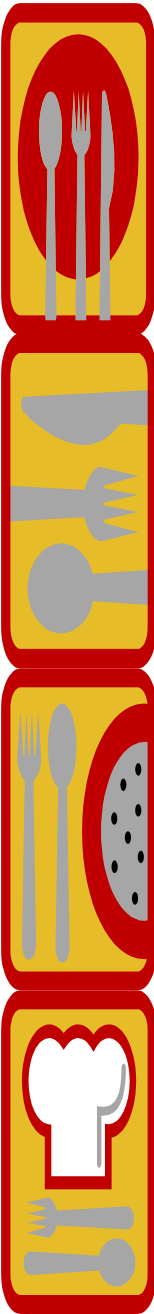
Detectar áreas de oportunidad para elaborar estrategias de desarrollo y apoyo al sector turístico del estado de Guanajuato.



Conocer el impacto que tiene la publicidad



Conocer cuál es el gasto de los visitantes a los eventos en el Estado de Guanajuato dependiendo de su motivo de viaje y tipo de hospedaje.



Se realizaron entrevistas personales durante los 4 días del evento a visitantes foráneos, teniendo como principales características el ser mayores de 18 años y que sean originarios de ciudades diferentes a la sede del evento.

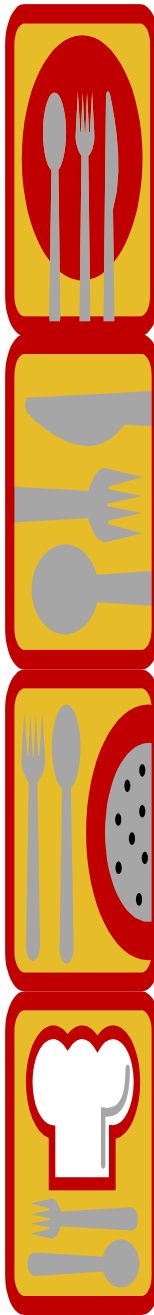
Este estudio fue realizado por una agencia de investigación de mercados contratada por la Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato. La empresa codifica, captura y elabora el reporte de resultados.

MARCO SISTEMA

MARCOS DE REFERENCIA

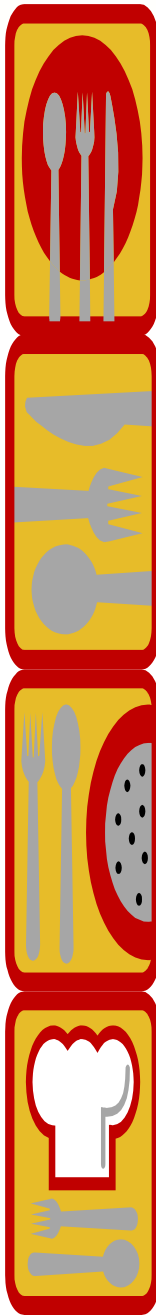
MARCO SISTEMA	Tipo de Investigación	Concluyente
	Universo	Visitantes y Expositores Madrid Fusión 2011
	Sistema de selección	Aleatorio
	Instrumento de Recolección	Cuestionario Estructurado
	Levantamiento	Cara a cara
	Fecha	27 al 29 de junio
	Muestra	250 casos

Nota: Con 91% de nivel de confianza y +-5 de margen de error





Perfil del Visitante



Sexo y Edad

Sexo del Encuestado



Hombres

53%

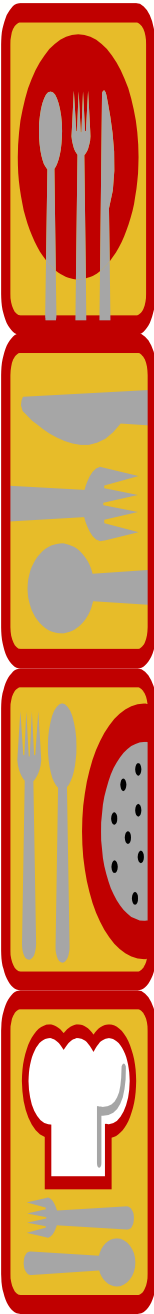
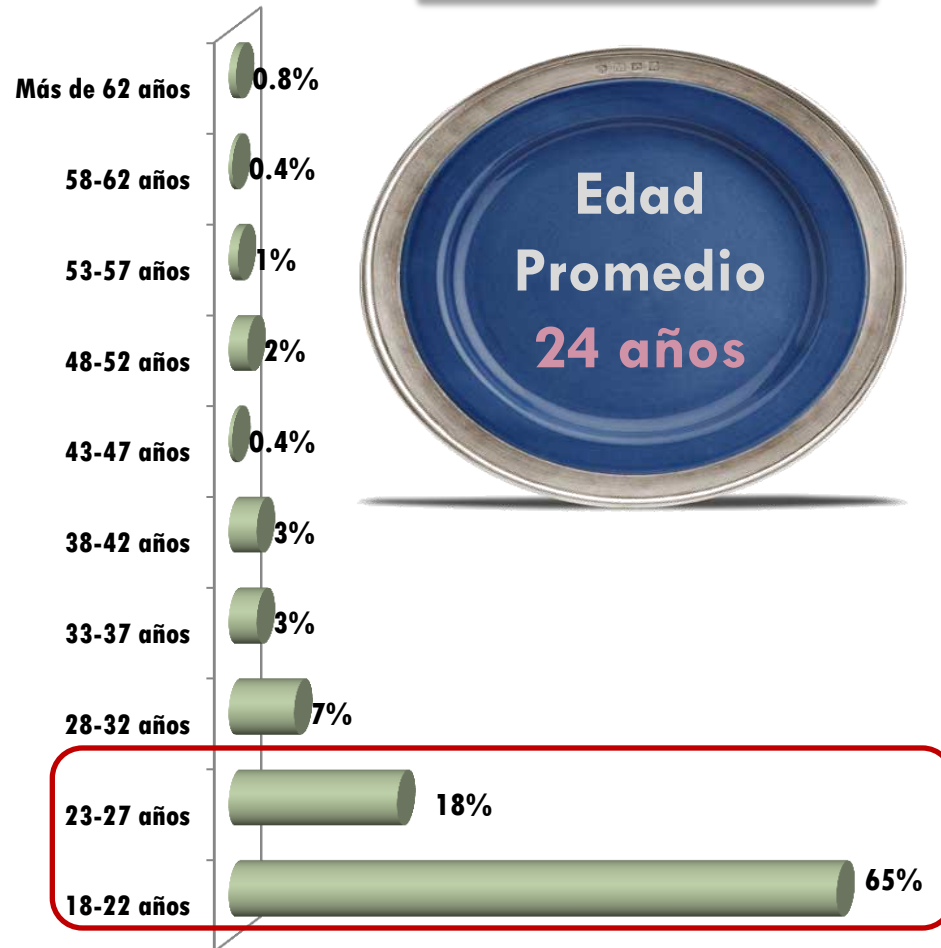


Mujeres

47%

En este evento hubo una mayor concentración de hombres con un **53%**, seguido de las mujeres con un **47%**, lo que demuestra que al ser un evento gastronómico tanto hombres como mujeres tienen la inquietud de participar.

Edad del Encuestado



Lugar de Origen



TOP 5 ORIGEN NACIONAL

Jalisco	38%
Sinaloa	12%
Nuevo León	8%
Distrito Federal	8%
Querétaro	8%

TOP 5 ORIGEN ESTATAL

León	41%
Celaya	22%
Irapuato	9%
Salamanca	8%
Silao	8%

TOP 5 ORIGEN INTERNACIONAL

Venezuela	50%
Estados unidos	25%
España	25%

NOTA: Se muestran solo las respuestas con mayores menciones.



Asistencia al Evento

¿Es la primera vez que visita el evento?

88%

PERSONAS QUE VISITAN EL
EVENTO POR PRIMERA VEZ

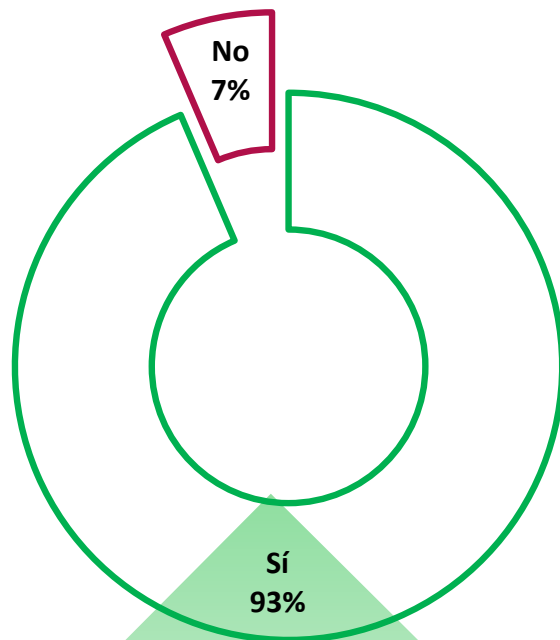
12%

PERSONAS QUE HAN
VISITANDO ANTERIORMENTE EL
EVENTO

Para el **88%** de los encuestados esta es la primera vez que visitan el evento. Por ser la segunda edición, se puede decir que Madrid Fusión México tuvo un nivel bajo de recurrencia, debido a que sólo un **12%** de los asistentes estuvo en la primera edición.



Diferencias del Evento



Los conferencistas	21%
Más organización	14%
Está más grande	10%
No hay coffee break	10%
Muchos estudiantes	10%

Nota: El gráfico muestra sólo las primeras 5 menciones.

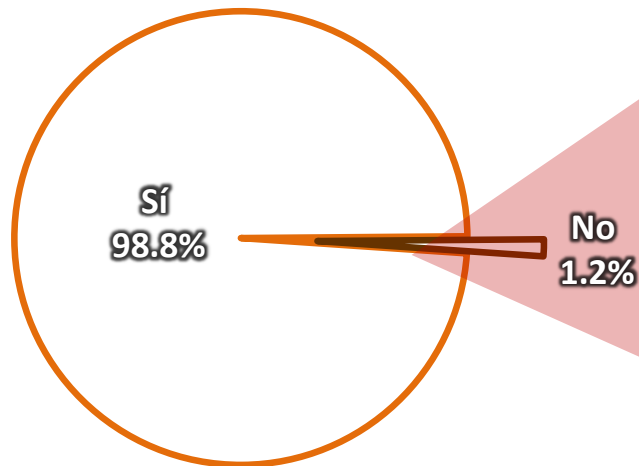


¿HAY ALGO NUEVO O DIFERENTE QUE HAYA NOTADO EN ESTA EDICIÓN DEL EVENTO EN COMPARACIÓN CON LA EDICIÓN PASADA?



Razón de Visita

¿MADRID FUSIÓN ES LA PRINCIPAL RAZÓN DE SU VISITA A LA CIUDAD?



DESACANSO/VACACIONES
67%

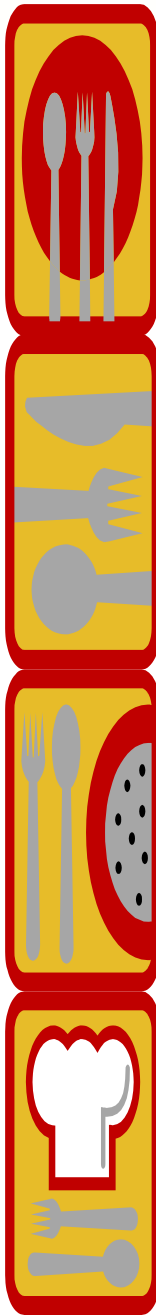
VIAJE DE
ESTUDIOS/PRÁCTICAS
PROFESIONALES
33%

MOTIVOS DE VISITA A
LA CIUDAD DE LEÓN



6 de cada 10
 entrevistados ya
 habían visitado la
 ciudad de
 Guanajuato.

El **65%** de los asistentes al evento, ya habían visitado
 con anterioridad la ciudad de Guanajuato, mientras
 que para el **35%** de ellos ésta fue su primer visita.



Evaluación del Evento

LO QUE MÁS GUSTÓ TOP 5

Los chefs invitados **58%**

**La manera en que
dieron las
conferencias** **18%**

Denis Martin **10%**

Todo **4%**

Las degustaciones **4%**

LO QUE NO GUSTÓ TOP 5

**La coordinación del
evento** **14%**

**No respetaron los
tiempos** **11%**

**No pusieron
cafeterías, ni
restaurantes** **8%**

**El presentador es un
grosero** **8%**

**La discriminación a
estudiantes** **6%**

Nota: Para el 30.4% de los encuestados no hubo ningún aspecto del evento que no fuera de su agrado.

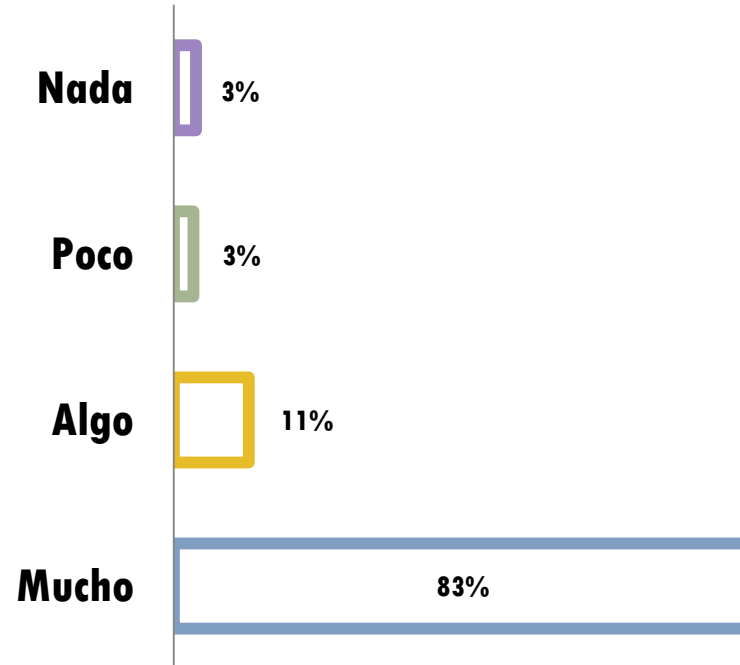


Nota: El gráfico sólo muestra las respuestas con mayor número de menciones..

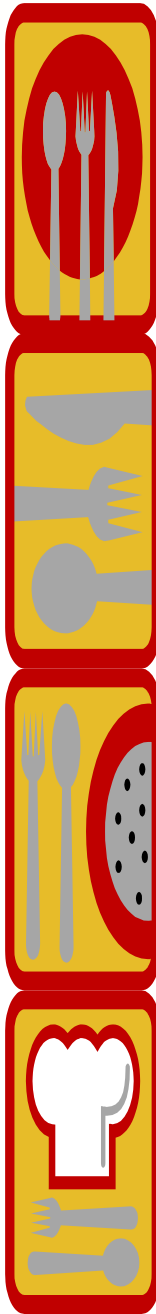
¿De qué manera se enteró del Evento?

MEDIO	
Escuela 42%	
Internet 27%	
Amigos/ Familiares 22%	
Invitación de Organizadores 3%	
Prensa 3%	

¿Qué tanto influyó este medio de información para que usted decidiera asistir al evento?



El **83%** de los encuestados afirmó que este medio de comunicación influyó **MUCHO** en ellos para que decidieran asistir al evento.



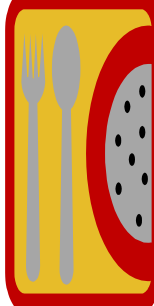
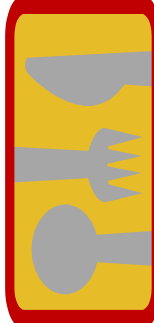
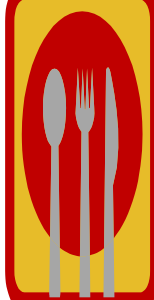
Distribución por tipo de hospedaje

Tipo de Visitante

84%
TURISTA

16%
EXCURSIONISTA

Regresará a su ciudad de origen	90%
En OTRA ciudad	10%



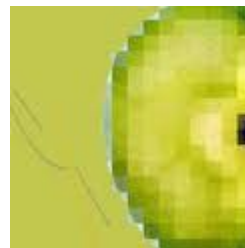
Hotel	83%
Casa de familiares/amigos	11%
Hostal / Posada	5%
Vivienda rentada	1%

¿Dónde se esta hospedando o se hospedara?



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

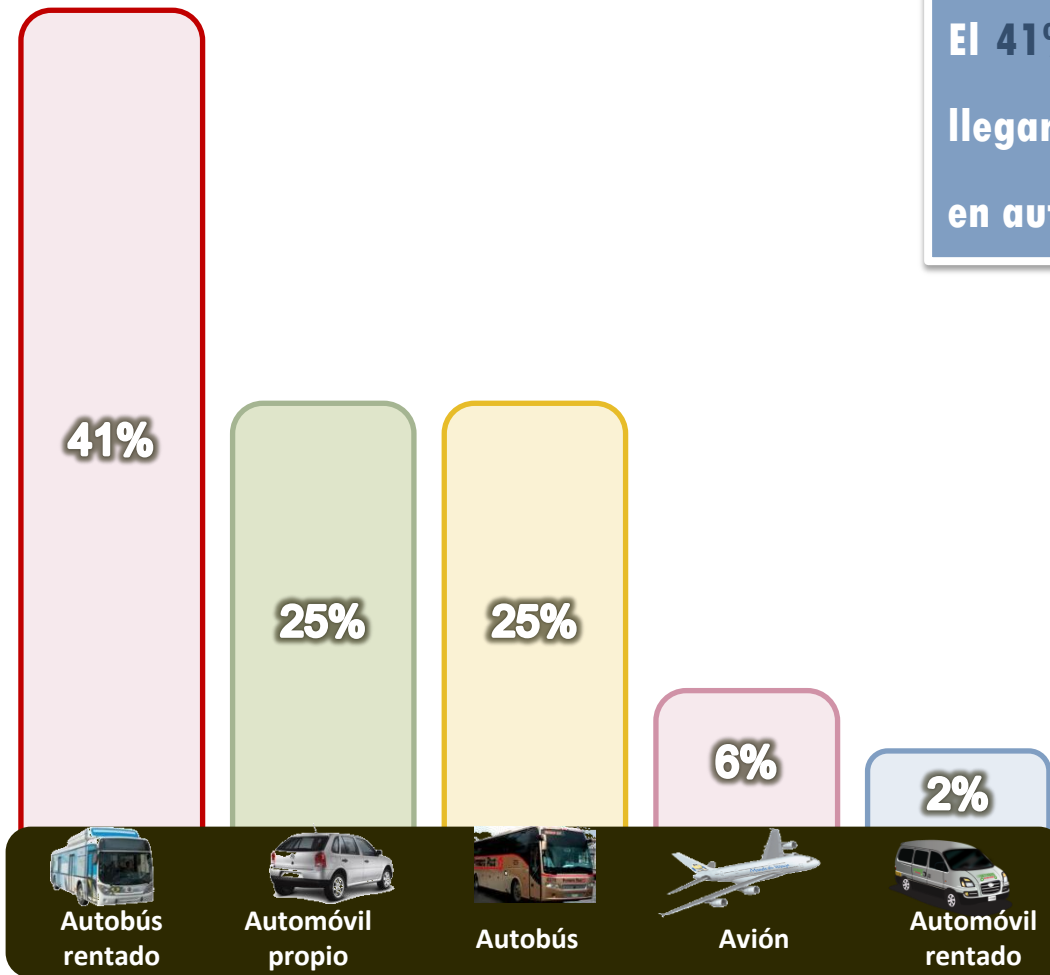
Fuente: OMT (Organización Mundial de Turismo)



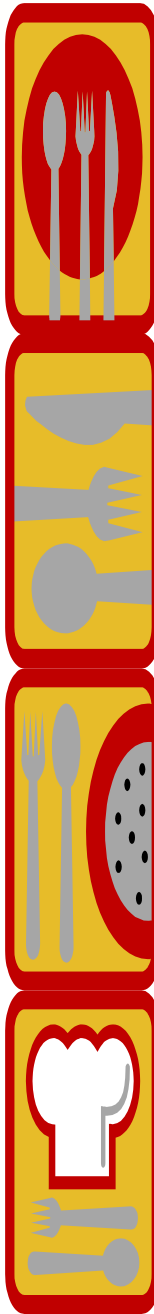
**madrid
fusión**



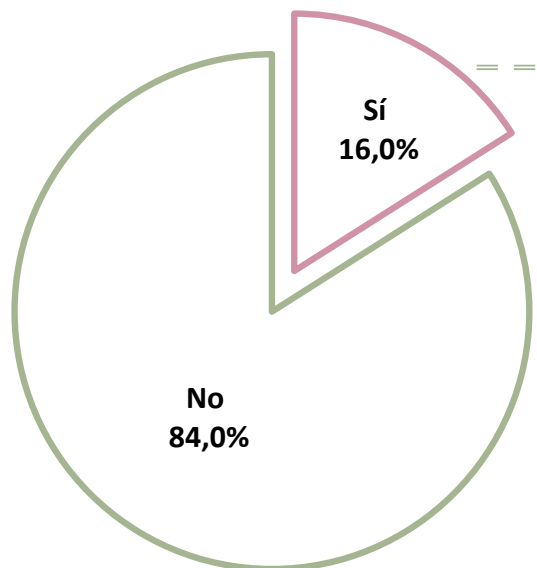
Medio de Transporte Utilizado



El **41%** de las personas encuestadas llegaron a la ciudad sede del evento en **autobús rentado**.



¿VISITÓ O VISITARÁ OTRAS CIUDADES O DESTINOS DURANTE SU VIAJE?



LUGARES QUE VISITÓ

<i>San Miguel de Allende</i>	66%
Dolores Hidalgo	22%
León	19%
Irapuato	9%
Salamanca	6%

LUGARES QUE VISITARÁ

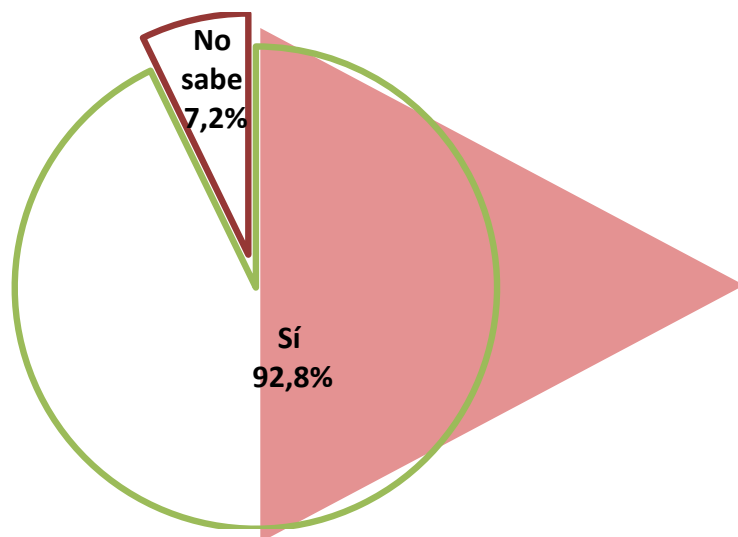
<i>Dolores Hidalgo</i>	29%
León	29%
San Miguel de Allende	24%
Zacatecas	12%
Sinaloa	6%

Nota: El gráfico muestra sólo las primeras 5 menciones.

Los visitantes encuestados en su mayoría solo estuvieron en la ciudad de **Guanajuato**, ya que vinieron exclusivamente al evento; únicamente el **16%** visitó algunas otras ciudades cercanas como fueron **San Miguel de Allende, León y Dolores Hidalgo**, donde la mayoría de ellos permanecieron por **una noche** en estos destinos.



Regresará a la próxima edición de Madrid Fusión



MOTIVOS PARA REGRESAR AL EVENTO

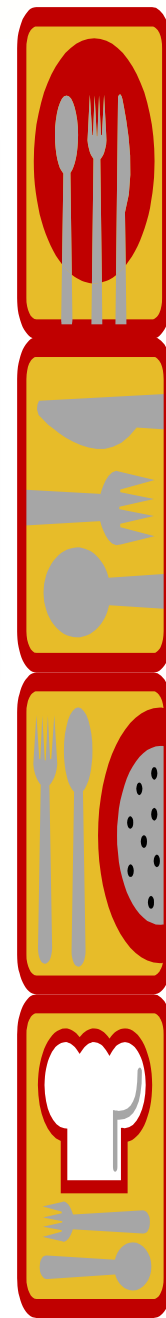
<i>Le gustó mucho el evento</i>	41%
Las conferencias	17%
Se aprende mucho	16%
Esta interesante	14%
Por los chefs invitados	6%

Nota: El gráfico sólo muestra las respuestas con mayor número de menciones.





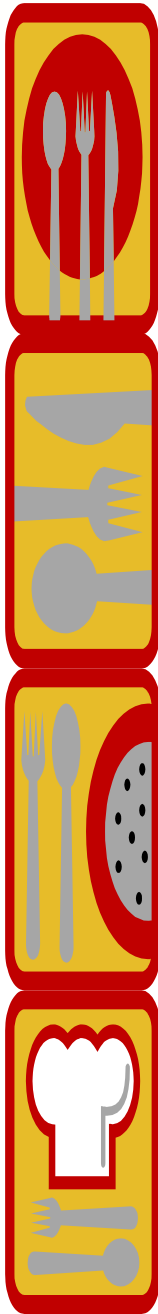
Perfil del Visitante MADRID FUSION 2011



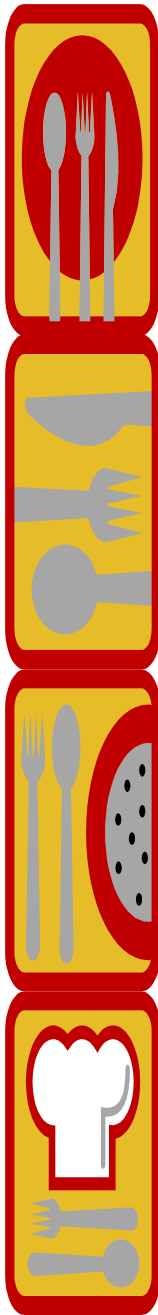
Perfil del asistente a Madrid Fusión



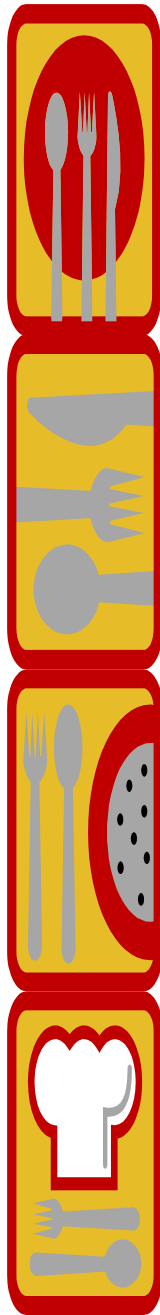
- Omar tiene 24 años y es estudiante de gastronomía.
- El es un visitante nacional originario de Guadalajara y viene solo (en grupo de viaje escolar).
- Visitó la ciudad de Guanajuato con la finalidad de asistir al evento, llegó en un autobús rentado.
- Lo que más le gustó del evento fue los chefs invitados y en general evaluó el evento con 8.4 y la ciudad sede con 8.1.
- El medio por el cual se enteró del evento fue por su escuela.
- Si se queda en la ciudad, se hospedará en hotel y gastará al día \$1,738.
- Considera que su experiencia de viaje valió lo que gastó y piensa asistir a la próxima edición del evento.



- Únicamente el 39% de los asistentes a Madrid Fusión se enteraron del Gastro Festival.
- Se enteraron a través del internet.
- Aunque se enteraron no asistirían al evento.
- Quienes asistieron le dieron una calificación de 8.2 y comentaron que los precios les parecieron altos.



Indicadores de la Actividad Turística 2011



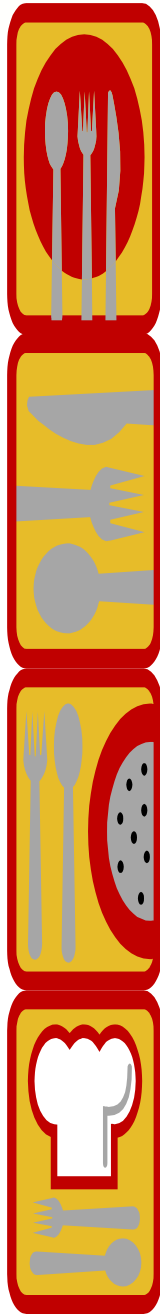
Indicadores de la actividad turística durante el evento

- La ciudad recibió una llegada de turistas cercana a las 2 mil personas durante los días del evento.
- La ocupación promedio en hoteles 1 a 5 estrellas fue de 41%.

Indicadores en Establecimientos de Hospedaje 1 a 5 estrellas Guanajuato	
Indicador	2011 27 al 29 de junio
Llegada de turistas	1,933
Turistas noche	4,078
Ocupación	41%
Estadía	2.11

Fuente: Datatur-Sectur, Banco de México

*Datos proyectados al total de la oferta 1-5 estrellas con base en los indicadores de la muestra Datatur. Se consideran las noches de hospedaje del 27 y 28 de junio de 2011.



Impacto del Evento

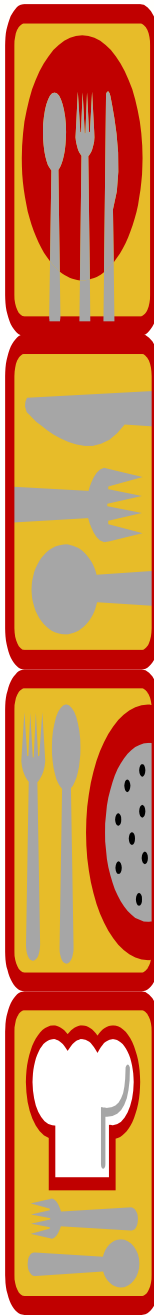
Estimación Derrama Económica durante Festival Gastronómico Madrid Fusión ASISTENTES			
Guanajuato – 27-29 de junio de 2011			
Clasificación	Personas	Turistas noche + Excursionistas	Derrama Económica
Turistas Hoteles 1 a 5*	1,265	2,668	\$4,638,630
Hostal/posada	80	240	\$356,855
Casa rentada	15	44	\$36,922
Familiares o amigos	167	458	\$492,015
Excursionistas	291	291	\$302,645
Totales	1,817	3,701	\$5,827,067

Fuente: Sedetur, Datatur , Estudio del Perfil del Visitante al Evento 2011, Comité Organizador. El Comité Organizador reportó 1,954 asistentes al evento, en el cálculo no se considera el 7% correspondiente a prensa.

Nota: Las cifras pueden variar debido al redondeo de decimales.

**Derrama
 Económica
 Estimada**

**\$ 5 millones
 827 mil 067
 pesos**



Contacto

- Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,
-Director General de Planeación.
rcardenas@guanajuato.gob.mx
- Lic. Claudia Avalos Betancourt,
-Directora de Información y Análisis.
cavalosb@guanajuato.gob.mx
- Lic. Irazema Álvarez Pérez,
-Jefe de Estadística e Información.
ialvarezp@guanajuato.gob.mx
- Lic. Adriana Jardon Salazar,
-Jefe de Investigación y Análisis de Mercado.
ajardon@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

