



Perfil del Visitante **Guanajuato 2015**

2

812 encuestas a
turistas y
excursionistas
con un Nivel de
confianza del
95% y un error
+/- 3.4%

1

Es una investigación
de mercado que
suministra
información de:

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

3

UTILIDAD
Definir estrategias
que atraigan más
visitantes al estado,
que generen
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:

- Jardín Principal / Teatro Juárez
- Universidad de Guanajuato
- Pípila
- Museo Regional Alhóndiga de Granaditas
- Plaza de la Paz
- Callejón del Beso
- Central de Autobuses
- Valenciana
- Mercado Hidalgo
- Funicular
- Conciertos y eventos
- Aeropuerto
- Eventos de la Cumbre Internacional de la Gastronomía
- Eventos del Guanajuato International Film Festival
- Eventos de Vendimias Guanajuato
- Eventos del Festival Internacional Cervantino

6

Viajeros
mayores de 18 años,
que no residan ni
trabajen en el destino.
Encuesta personal
cara a cara
Del 06 de marzo de
2015 al 06 de enero de
2016

Perfil del Visitante a Guanajuato 2015

Quién nos visita


47% de los visitantes son **Hombres**

 **Escolaridad 60% Universidad**


47% pertenece a los NSE **C y D+**

De dónde viene

62% Nacional



1,418,020 

34% Estatal



777,624 

4% Internacional



91,485 

Propósito del viaje

 **54%** Descanso / Vacaciones

 **27%** Evento cultural

Actividades de interés

68%  Comer / Cenar

 **63%** Visitar atractivos

Se hospeda en

 **35%**
Hotel

 **13%**
Casa Fam / Ami

Reservó 68%  Sí

Con quién viaja

 **91%** Acompañado

Visitó otros lugares
Sí **37%** 
San Miguel de Allende 35%
León 28%
Dolores Hidalgo 17%

En qué viaja

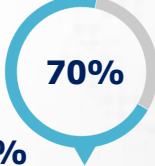
56%

Auto propio

34%

Autobús

Información del destino

70% 
Sí 70%
No 30%

Medio favorito

 **78%**
Internet

Experiencia en el destino

92% 
Recurrencia

Satisfacción
Destino **8.2**
Servicios **8.0**


100% 
Retorno

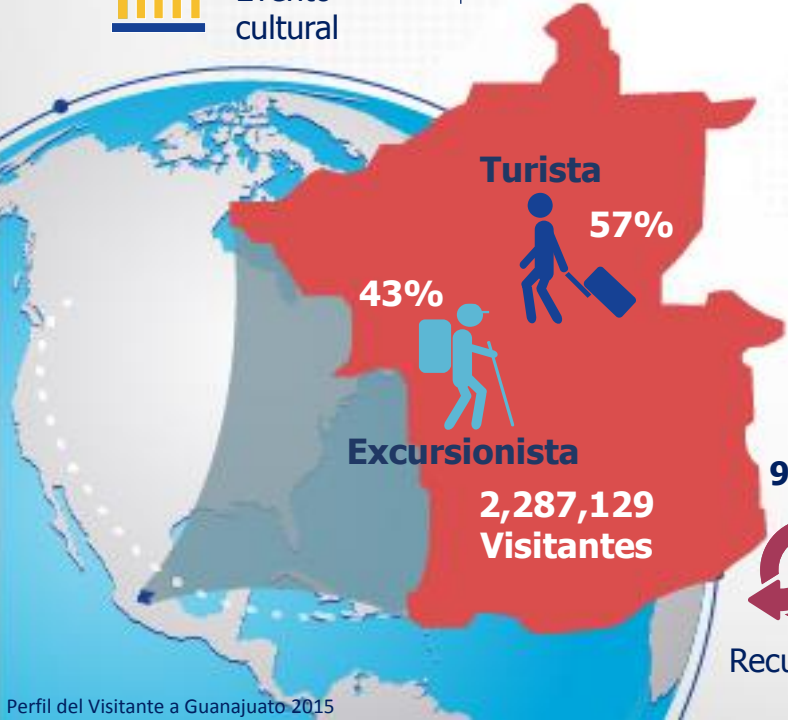
Recomendación 100% 

Gasto y Estadía

\$2,015.79 
Hotel
1.26 días

\$1,030.94 
Casa Fam Amigos
5.97 días

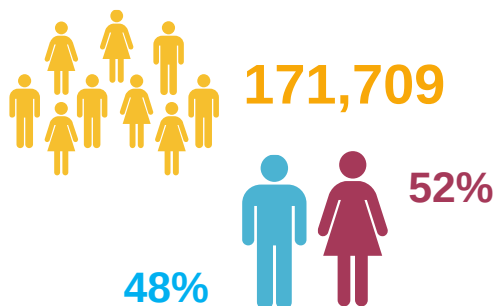
\$1,522.19 
Excursionista
7.5 hrs





Indicadores de la actividad turística **Guanajuato** 2015

Población



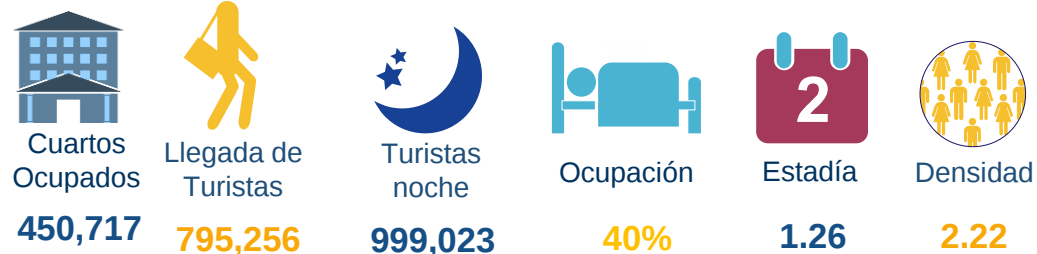
Oferta hotelera



Inversión turística privada



Indicadores



Visitantes y derrama económica

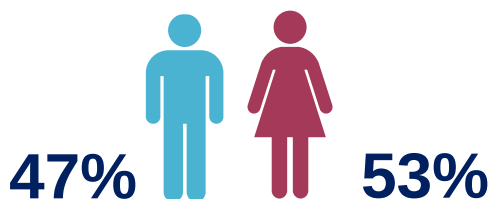
2014



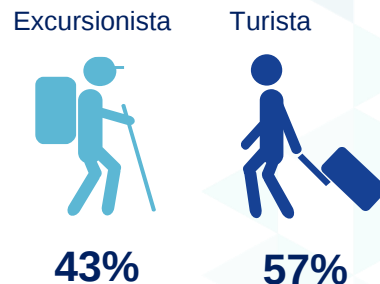


Anexos 2015

Género del entrevistado



Tipo de visitante

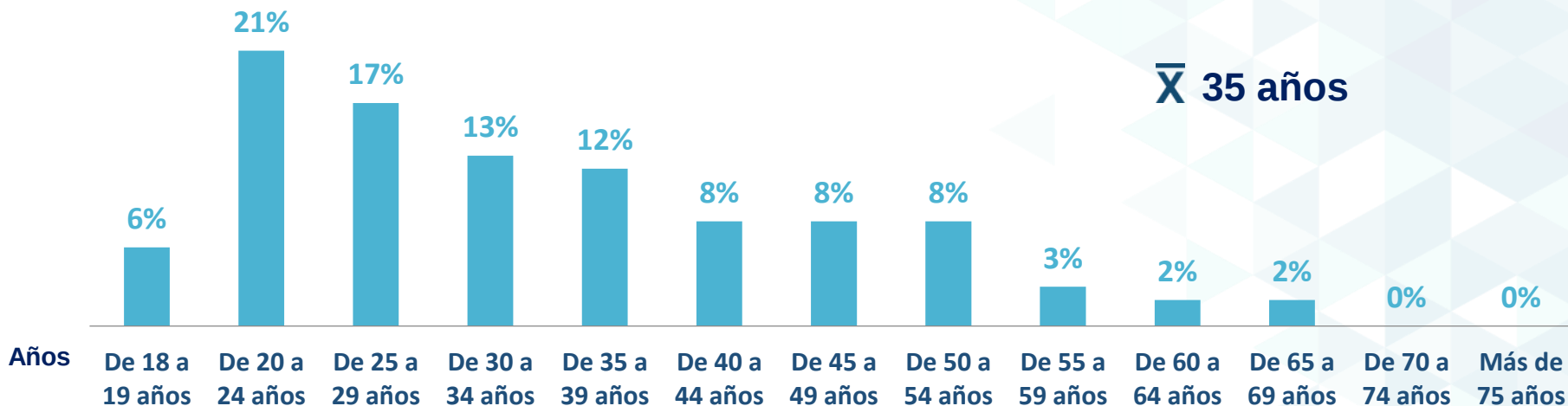


Excursionista: Se refiere al visitante que no pernocta en el destino. *(Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita)*

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

Fuente: OMT (Organización Mundial de Turismo)

Edad promedio de los entrevistados

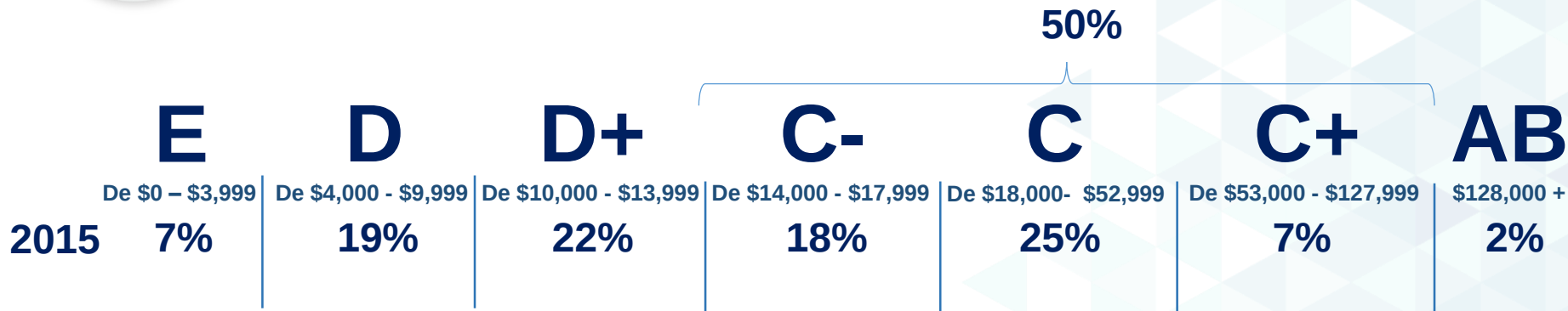


Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de: Min - 18 años y Max - 82 años.

*En el caso de 0%, a pesar de no alcanzar puntos porcentuales, cuenta con menciones.

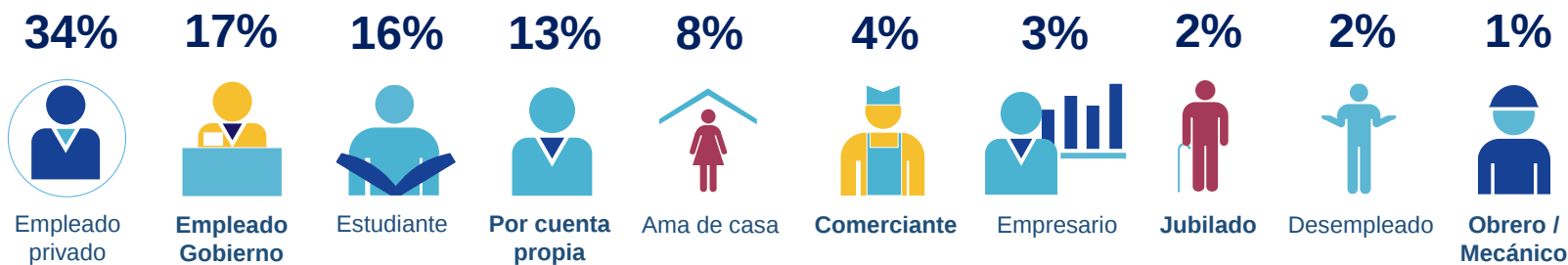
Perfil Demográfico

Ingreso Mensual Familiar y Ocupación



Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI). NSE AB Clase alta; NSE C+ Clase media-alta; NSE C Clase media-media; NSE C- Clase media-baja; NSE D+ Clase baja-alta; NSE D Clase baja-media; NSE E Clase baja.

Ocupación del visitante





Perfil Demográfico

Procedencia del Visitante



Nacional

62%



Estatad

34%



Internacional

4%

Estado	2015
Ciudad de México	19%
Jalisco	11%
Estado de México	8%
Querétaro	6%
Michoacán	6%
Aguascalientes	6%
San Luis Potosí	4%
Nuevo León	4%
Puebla	3%
Coahuila	3%
Chihuahua	3%
Tamaulipas	3%
Baja California Norte	2%
Sinaloa	2%
Nayarit	2%
Zacatecas	2%
Morelos	2%
Veracruz	2%
Sonora	1%
Baja California Sur	1%
Hidalgo	1%
Yucatán	1%
Colima	1%
Durango	1%
Chiapas	1%
Guerrero	1%
Oaxaca	1%
Quintana Roo	1%
Tabasco	1%
Tlaxcala	1%

Municipio	2015
León	47%
Irapuato	15%
Celaya	13%
Salamanca	5%
San Miguel de Allende	3%
Dolores Hidalgo	2%
San Felipe	2%
Valle de Santiago	2%
San Francisco del Rincón	2%
Silao	2%
Acámbaro	1%
Cortazar	1%
Salvatierra	1%
San Luis de la Paz	1%
Yuriria	1%
Moroleón	1%
Santa Cruz de Juventino Rosas	1%
Villagrán	0%
Pénjamo	0%
Comonfort	0%

País	2015
Estados Unidos	65%
Colombia	14%
España	9%
Brasil	6%
Puerto Rico	3%
Canadá	3%





54%

Descanso / Vacaciones



27%

Evento cultural



11%

Visita a Familiares



4%

Trabajo / Negocios



1%

Congreso / Exposición



5%

Evento gastronómico



2%

Evento social



2%

Luna de miel / Romance



1%

Estudios / Prácticas



1%

Compras



1%

Evento deportivo



1%

Religión / Peregrinación



2%

Otro*

5%

*Otro 2015: Para conocer.

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

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



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

*Otro 2015: Tradición (0.8%), Hospitalidad (0.2%)

Estatal



44%

Descanso / Vacaciones



34%

Evento cultural



12%

Visita a Familiares



7%

Evento gastronómico



3%

Trabajo / Negocios

Nacional



61%

Descanso / Vacaciones



24%

Evento cultural



9%

Visita a Familiares



4%

Evento gastronómico



4%

Trabajo / Negocios

Internacional



40%

Descanso / Vacaciones



31%

Visita a Familiares



17%

Evento cultural



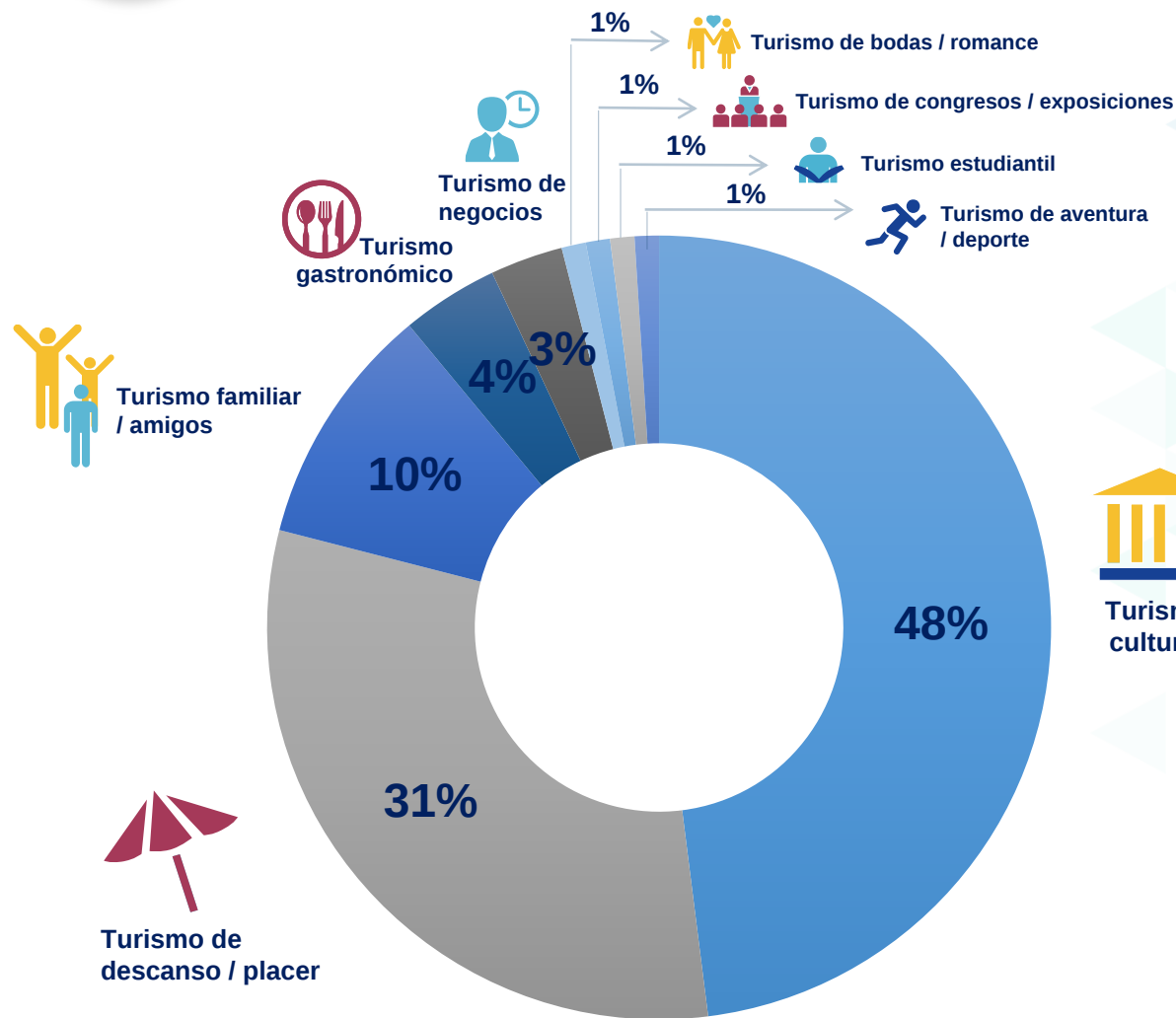
6%

Trabajo / Negocios



6%

Religión / Peregrinación



Estos segmentos se identificaron a partir del cruce de variables de motivo de viaje, motivo de placer/descanso y tipo de evento al que asistió.

Planeación de viaje

Actividades de Interés

Durante su visita a este destino ¿Qué actividades realizó o planea realizar?

En promedio los visitantes de **Guanajuato** realizan de **1 a 2** actividades durante su visita al destino.

Otro*
6%

*Otro 2015: Conocer el lugar, rappel, viacrucis, visitar a familiares / amigos, cine, concierto, evento cultural.

7% **Ninguno**

5% **Vida nocturna**

Comer / cenar
68%

Atractivos culturales
63%

Museos
Estatuas /
Monumentos
Teatros

Recorridos turísticos
16%

Compras
7%

Zona Centro
Mercado / Tianguis
Mercado de Artesanías

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

Planeación de viaje

Distribución del visitante por tipo de hospedaje

35%



Hotel

13%



Casa
familiares /
Amigos

6%



Hostal

1%



Vivienda
rentada

1%



Vivienda
propia

1%



Campamento

43%



Excursionista

Para quienes se hospedaron en **hostal**...



69%

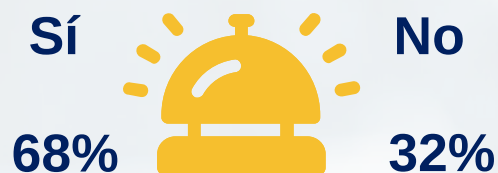
Habitación



31%

Cama

¿Hizo reservación?

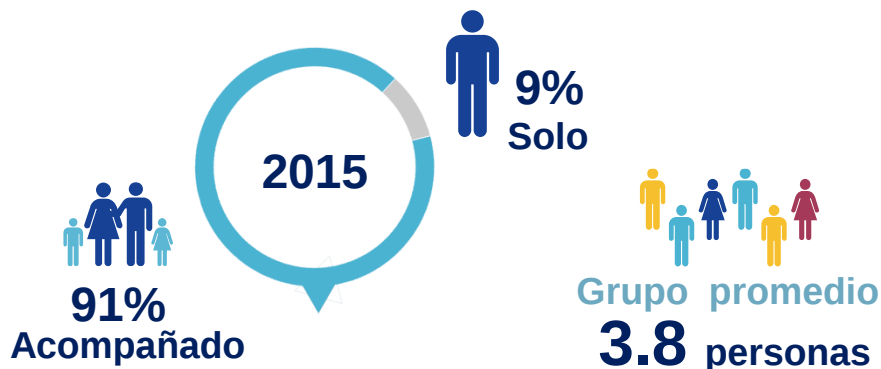


¿Medio de reservación?

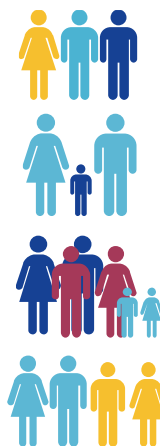


*Otro 2015: Personalmente, familia / amigos, por la empresa.

¿Con quién viaja / visita este destino?

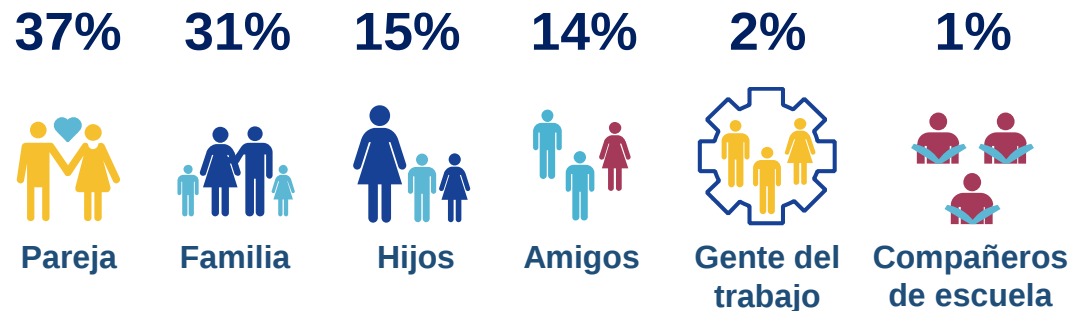


Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de:
Min – 2 personas y Max – 20 personas



Sólo adultos	64%
Mayores de edad y menores de 12 años	17%
Adultos, adolescentes y menores de 12 años	10%
Mayores de edad y adolescentes	9%

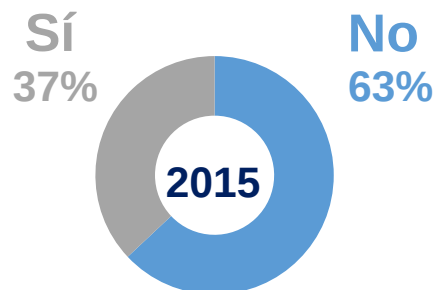
Acompañado por...



¿Considera que Guanajuato cuenta con actividades y servicios para....?

SÍ	
99%	FAMILIAS
98%	JÓVENES
95%	NIÑOS

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



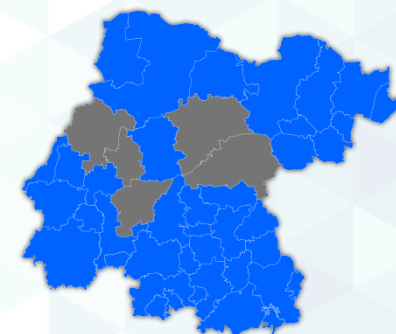
Top 5

Dentro de Guanajuato

San Miguel de Allende	35%
León	28%
Dolores Hidalgo	17%
Silao	7%
Irapuato	4%

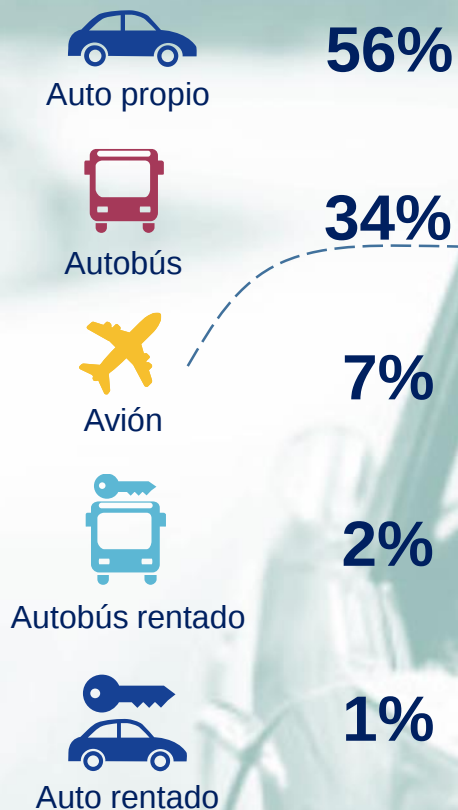
Fuera de Guanajuato

Querétaro	29%
Guadalajara	14%
Morelia	10%
San Juan de los Lagos	10%
Ciudad de México	9%

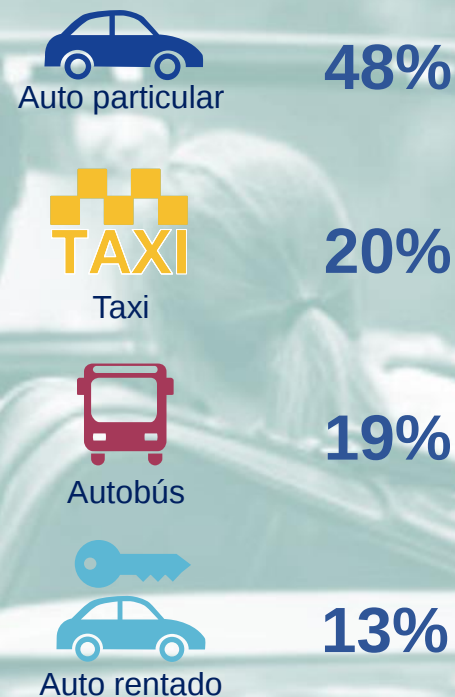


Planeación de viaje

Medio de transporte



Del 7% que llegaron en avión,
¿Qué otro medio utilizará para
desplazarse en el destino?



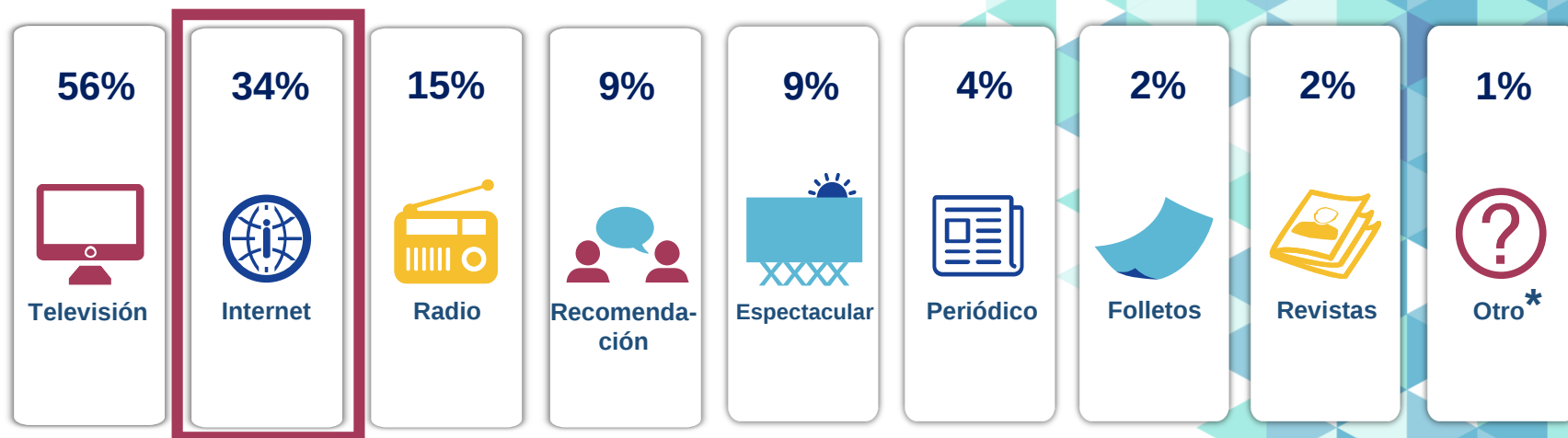
Nota: Automóvil particular, se refiere al auto que toman prestado de sus familiares que viven en la ciudad.



En los últimos 12 meses, ¿ha visto o escuchado información sobre Guanajuato?

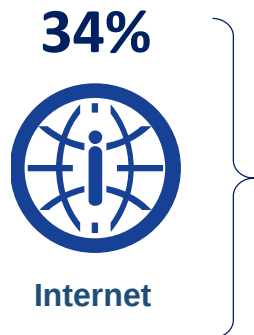


¿En qué medios escuchó o vio información sobre este destino turístico?

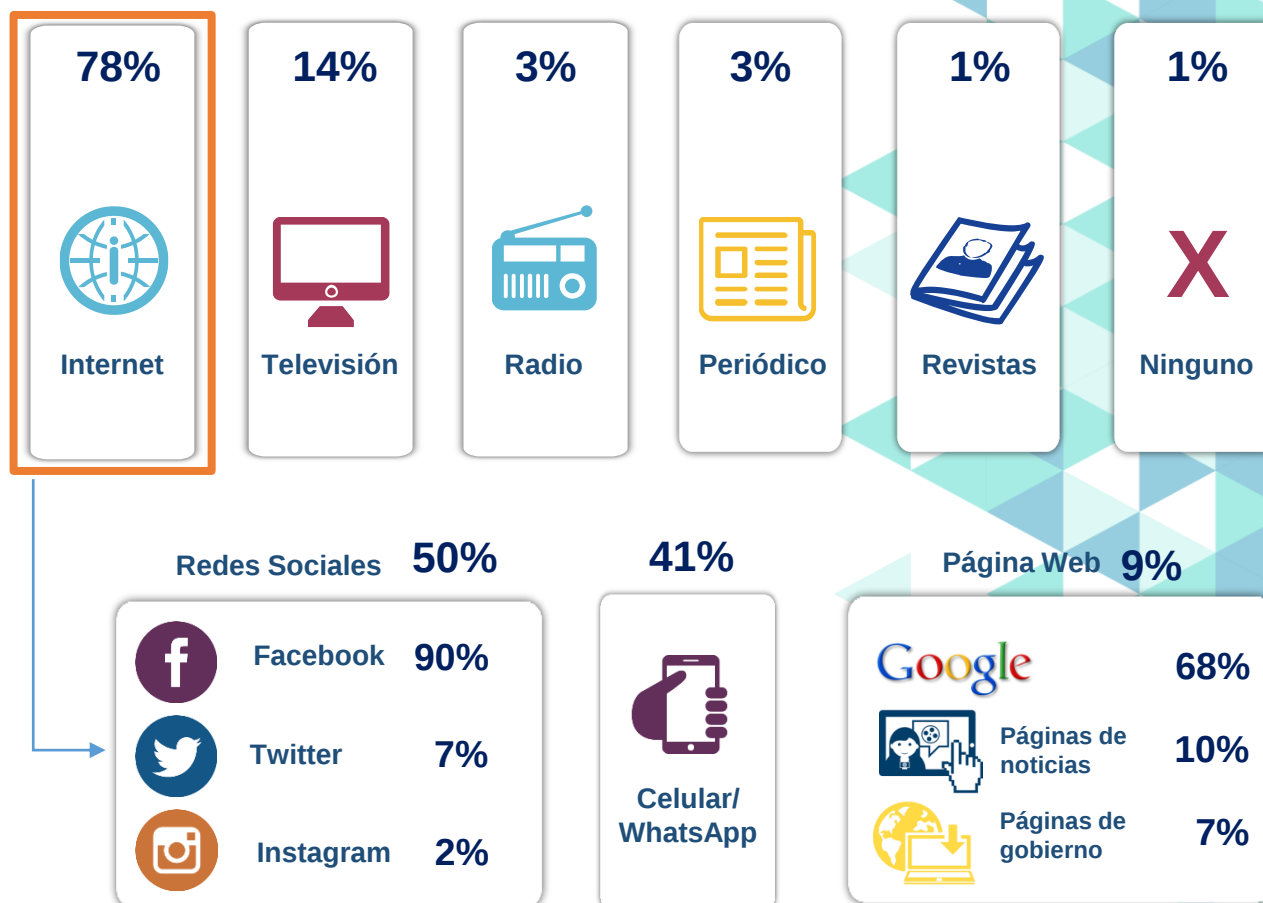


*Otro 2015: Cine, autobuses / avión, en una expo / evento, agencias turísticas, lata de Coca-Cola.

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%



¿Cuál es su medio de comunicación favorito?





85%

TV abierta



51%



31%



6%



15%

TV de paga



15%



15%



14%

Radio



Radio
Universidad

20%



Radio
mexiquense

5%



LG La Grande

5%

Periódico

am

23%

El Sol del Bajío

17%

Periódico
correo

12%

Destino	Índice
San Miguel de Allende	8.4
Dolores Hidalgo	8.4

Índice Promedio Global 8.2



9.0

Imagen que se lleva del destino



8.9

La variedad de atractivos turísticos



8.8

Experiencia de viaje en el destino



8.7

La calidad de atractivos turísticos



8.7

La conservación de los atractivos culturales



8.4

La hospitalidad de los residentes



8.3

Disponibilidad de información turística



8.3

Calidad del servicio recibido



8.2

Información turística proporcionada por residentes



8.2

Percepción de seguridad



8.2

La relación calidad / precio en el destino



8.2

Trato personal de tránsito, policía en auxiliarle



8.2

Señalética de la ciudad



8.2

Los servicios de los guías de turistas



8.0

La limpieza en las calles y áreas públicas



7.9

Disponibilidad de información de servicios de auxilio



7.6

Transporte público local



6.5

Estacionamientos

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



**Índice Promedio
General 8.0**



Estancia en
lugar de
hospedaje

8.3



Establecimientos
de alimentos y
bebidas

8.1



Precios de
alimentos y
bebidas

8.0



Precios de
lugares de
hospedaje

8.0



Accesos a la
ciudad

8.0



Infraestructura
Señales
carreteras

8.0



Transporte
para llegar al
destino

7.9



Instalaciones
Terminal de
autobuses

7.9



Aeropuerto

7.7

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

Destino	Índice
San Miguel de Allende	8.2
Dolores Hidalgo	8.2

¿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?



Gasto y Estadía de viaje

Gasto por tipo de hospedaje por día



Hotel

\$ 2,015.79



Casa familiares /
Amigos

\$ 1,030.94



Vivienda rentada

\$ 907.91



Hostal

\$ 891.36



Campamento / Tienda

\$ 1,024.25



Vivienda propia

\$ 728.13



Excursionista

\$ 1,522.19



Gasto y Estadía de viaje

Distribución del gasto del Turista

Compras
+
Artesanías
+
Souvenirs
=
29%

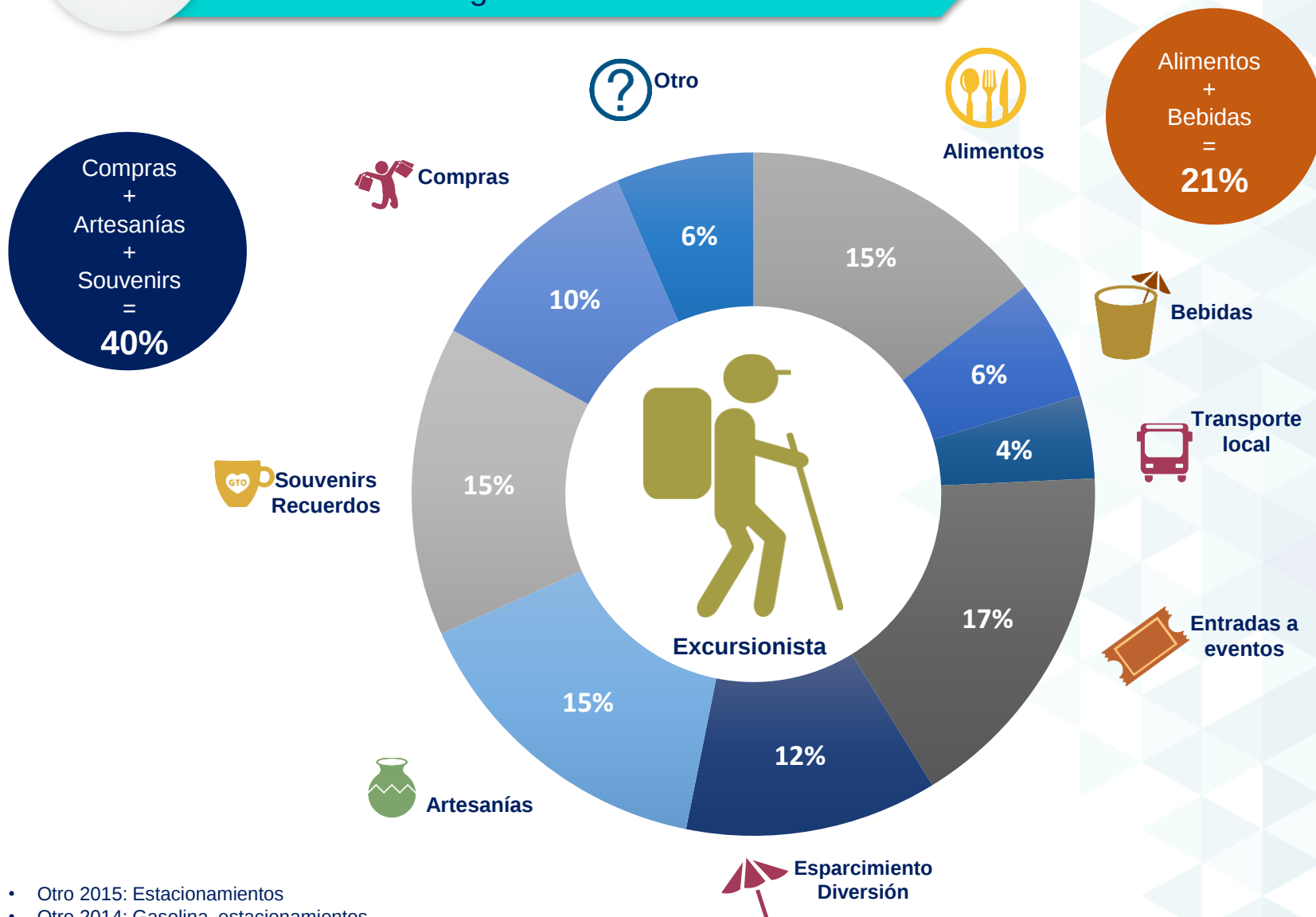


Alimentos
+
Bebidas
=
21%

- Otro 2015: Estacionamiento
- Otro 2014: Gasolina, estacionamientos.

Gasto y Estadía de viaje

Distribución del gasto del Excursionista



- Otro 2015: Estacionamientos
- Otro 2014: Gasolina, estacionamientos.

MIX DE IDEAS

EXPERIENCIA

Incluir en la app “Un museo llamado Guanajuato” únicamente información oficial de los prestadores de servicios

Concientizar a residentes en materia de cultura turística

Regulación de guías de turistas

Incentivar el gasto en artesanías a través de campaña que promueva la artesanía guanajuatense



SEGMENTOS

Creación de alianzas entre tour operadoras y wedding planner para crear experiencias vivenciales a través de paquetes turísticos para reforzar el segmento de bodas y romance.

Incentivar el segmento de turismo de negocios de León- Silao – Irapuato con paquetes a Guanajuato buscando su estadía en destino.

PROMOCIÓN

Potencializar oferta de turismo cultural con “Mi Guanajuato” que emula el orgullo de los residentes mostrando “un pedacito de la ciudad” en redes sociales

Incluir formato de reservación para hoteles y restaurantes en sitio web.

Trabajar en keywords y posicionamiento orgánico para el sitio web.

Creación de un blog oficial de turismo Guanajuato y contar con apoyo de bloggers mexicanas que promuevan el destino.

Enlazar cuentas de redes sociales con sitio web del destino.

Considerar a diferentes bloggers mexicanas que promuevan el destino.

Redireccionar sitios web de los prestadores de servicios en el contenido que se postea en redes sociales.

Creación de un hashtag emocional para los visitantes a Guanajuato.

NOTA. Gtomx.com direcciona el tráfico a la pagina de Esto es León.



Indicadores de la actividad turística **Guanajuato** 2015

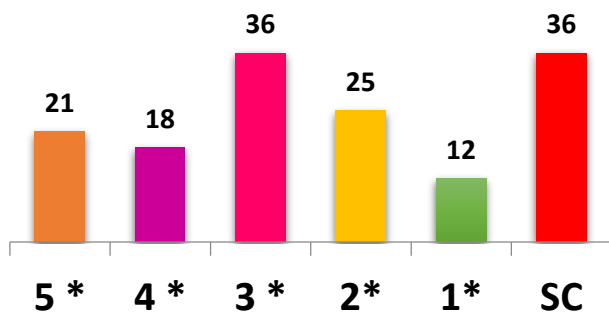
Inventario de Hospedaje

Cierre 2015

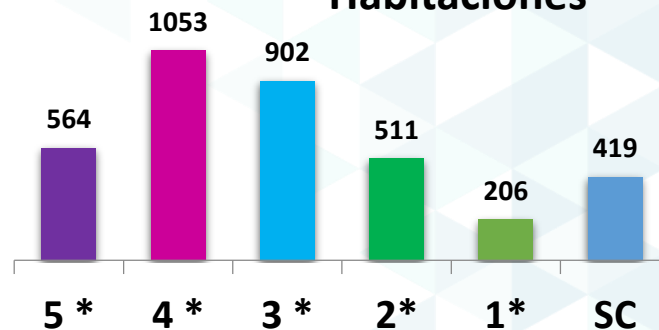


Categoría	Hoteles	Habitaciones
5 *	21	564
4*	18	1,053
3*	36	902
2*	25	511
1*	12	206
1 a 5*	112	3,236
Sin clasificar	36	419
1 a 5* +SC	148	3,655

Hoteles



Habitaciones



Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información. Inventario de Hospedaje al cierre 2015, Última actualización abril 2016



	Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	148
	Habitaciones (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	3,655
	Alimentos y Bebidas	137
	Centros de Convenciones Salones y Recintos	7
	Agencias de viaje	12
	Campos de Golf	1
	Empresas Arrendadoras	1
	Auxilio Turístico	3
	Spas	3
	Atractivos, Recreación y Deporte	94
	Balnearios	0
	Guías de Turistas	146
	Transportadoras Turísticas	14

Nota: Actualizado a Diciembre 2015.

Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información. Registro Estatal de Turismo



Se invirtieron:

\$49.5 millones de pesos

En:



Hoteles



Establecimientos de
Alimentos y Bebidas

Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Registro Estatal de Turismo.



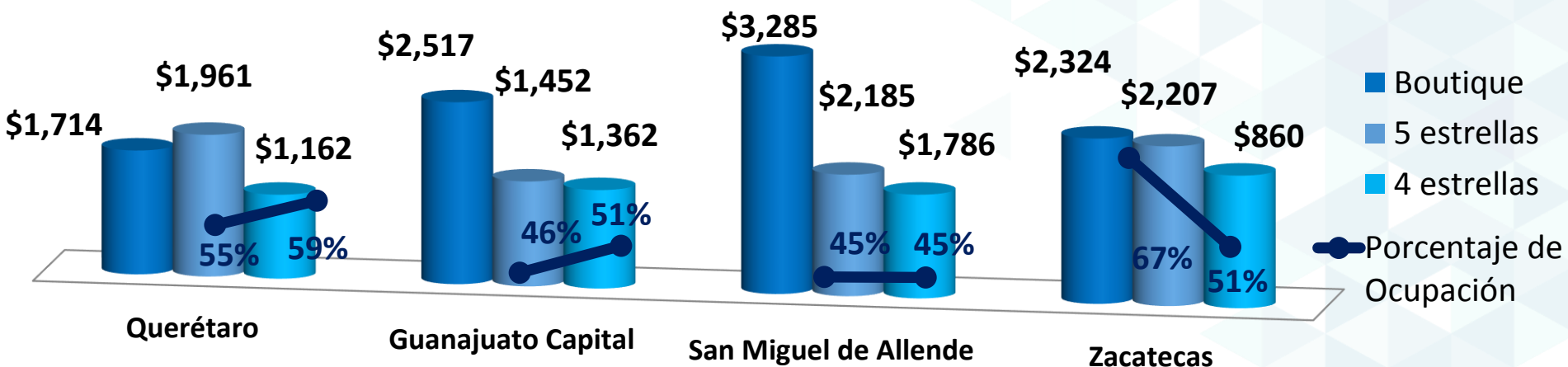
Tarifa de Hoteles en Guanajuato

Comparativo con otros destinos

Tarifas Promedio				
Categoría	Querétaro	Guanajuato	San Miguel de Allende	Zacatecas
Boutique	\$ 1,714	\$ 2,517	\$ 3,285	\$ 2,324
5 Estrellas	\$ 1,961	\$ 1,452	\$ 2,185	\$ 2,207
4 Estrellas	\$ 1,162	\$ 1,362	\$ 1,786	\$ 860

Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información. Sondeo telefónico realizado en Abril 2016. Nota: Las cantidades corresponden a la tarifa rack.

Tarifas en Hoteles



Derrama Económica Estimada

	Guanajuato 2015		
	Visitantes		
Categoría	Guanajuato	Estado	Proporción Gto/ Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	795,256	4,213,325	19%
Turistas en otros establecimientos comerciales	181,940	2,070,997	9%
Turistas en establecimientos no comerciales	313,308	5,185,323	6%
Excursionistas	996,626	11,190,287	9%
Totales	2,287,129	22,659,932	10%
Derrama Económica Estimada			
Categoría	Guanajuato	Estado	Proporción Gto / Estado
Turistas en Hotel 1 a 5*	\$2,013,823,283	\$11,099,686,131	18%
Turistas en otros establecimientos comerciales	\$878,321,511	\$12,786,414,576	7%
Turistas en establecimientos no comerciales	\$1,917,644,696	\$30,444,777,068	6%
Excursionistas	\$1,517,051,059	\$19,873,542,879	8%
Totales	\$6,326,840,549	\$74,204,420,655	9%



Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal Posada, Casa rentada, Campamentos y Otros.
Turistas en establecimientos no comerciales incluye las categorías: Casa propia y Familiares y amigos.
Se considera excursionista al visitante que no pernocta en el destino.

Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información. Sector- Datatur, Estudio del Perfil del Visitante 2015





Contacto

Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,

Director General de Planeación
rcardenas@guanajuato.gob.mx

Mtra. 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

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 **Guanajuato 2015**