



PERFIL DEL VISITANTE YURIRIA 2017

GUANAJUATO®
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

GUANAJUATO
Secretaría de Turismo

guanajuato.mx

Contenido

**Demográfico /
Mercados emisores**



**Experiencia /
Satisfacción**



**Mix de Ideas /
Insights**



Metodología



**Plan de Viaje /
Segmentos**



Medios



**Gasto /
Indicadores**

Metodología

Estudio realizado por la **SECTUR** en conjunto con una empresa proveedora de **investigación de Mercados**.

106 encuestas cara a cara a turistas y excursionistas con un nivel de confianza de 95% y un error de +/- 9.52%

Estudio cuantitativo descriptivo:

- Perfil sociodemográfico
- Plan de viaje
- Satisfacción y lealtad
- Recordación publicitaria
- Gasto y Estadía

Del 25 de Marzo al 07 de Enero de 2018.



Turismo en Yuriria

PERFIL SOCIO DEMOGRÁFICO

56% hombres
44% mujeres



La edad promedio
es de **34 años**



35% tiene
grado Universitario



26% es
empleado privado



74%
tienen ingresos de
\$4,300 a \$19,999



81%

excursionista



19%

turista



65% procedencia
estatal



25%

procedencia nacional



10%

procedencia
internacional



55% viaja al interior
de México **3.67 veces**

Min 1 -Max 36

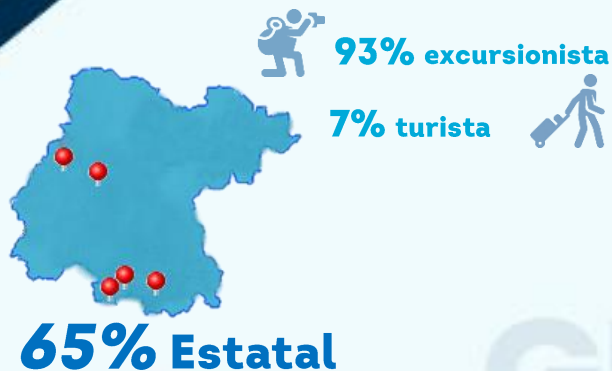


25% viaja al
extranjero

1.65 veces

Min 1 -Max 6

4 Turismo en Yuriria



T	E	
0%	100%	Moroleón 25%
8%	92%	Salvatierra 17%
0%	100%	Uriangato 13%
17%	83%	León 9%
40%	60%	Irapuato 7%

32 años

54% Hombres

30% Universidad

44% pertenece al NSE D-



T	E	
17%	83%	Querétaro 23%
17%	83%	Michoacán de Ocampo 23%
60%	40%	Cd. De México 19%
25%	75%	Edo. De México 15%
100%	0%	Nuevo León 4%

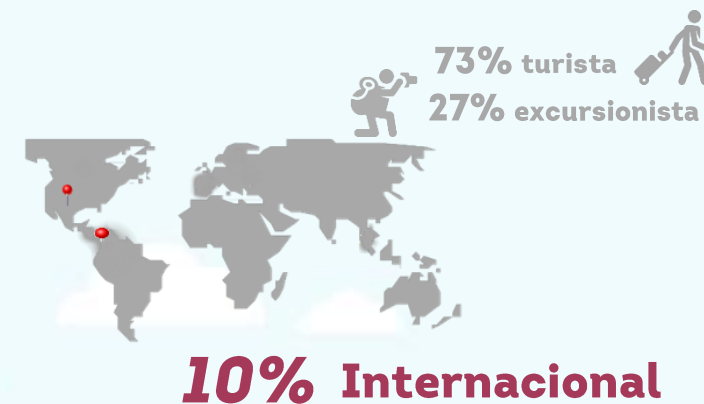
35 años

54% Hombres

50% Universidad

32% pertenece al NSE C-

MERCADOS EMISORES



T	E	
70%	30%	Estados Unidos 91%
100%	0%	Colombia 9%

Se identificó que 9 de cada 10 visitantes internacionales se hospedan con familiares y amigos / casa propia, por lo que se infiere que son migrantes guanajuatenses.

39 años

73% Hombres

36% Preparatoria

36% pertenece al NSE C+

* Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI). NSE AB: Más de \$140,000; NSE C+: De \$60,000 a \$139,999; NSE C: De \$20,000 a \$55,999; NSE C-: De \$15,000 a \$19,999; NSE D+: De \$11,000 a \$14,999; NSE D: De \$4,300 a \$10,999; NSE E: De \$0 a \$4,299

Turismo en Yuriria

EXCURSIONISTAS

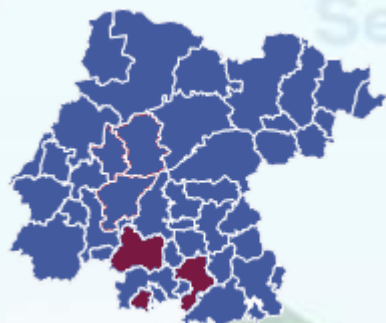


¿En dónde se hospeda el **81%** de nuestros **Excursionistas**?

76% regresó a su destino de origen

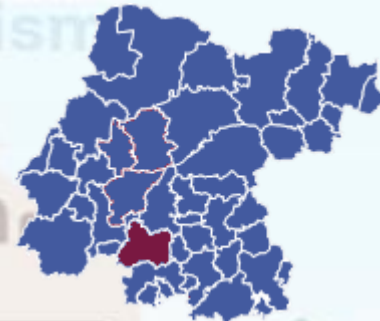
5% se hospedó en otro destino

80% Nacional



Dentro de Guanajuato:
Valle de Santiago **50%**
Moroleón **25%**
Salvatierra **25%**

20% Internacional



Dentro de Guanajuato:
Valle de Santiago **100%**

Turismo en Yuriria

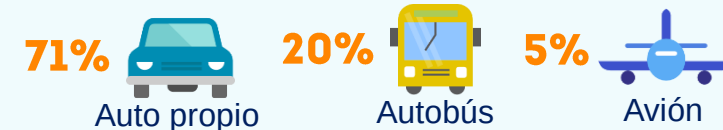
PLAN DE VIAJE

Grupo promedio de viaje
4 personas

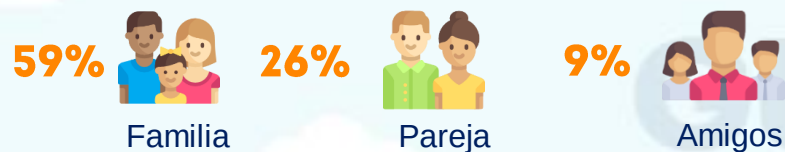


1

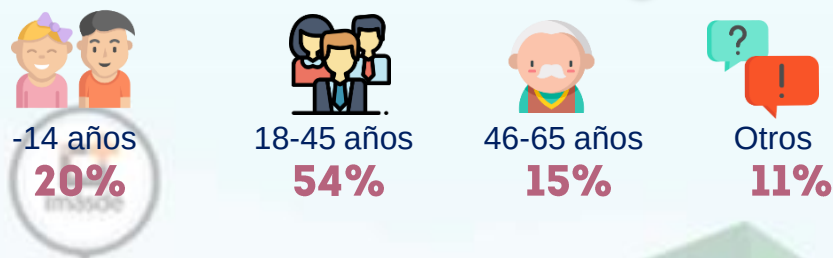
5 Medio de transporte al Estado



Acompañado por 2



Grupo de edad 3



4 Actividades de interés
Probar la gastronomía típica 44%

Ir de compras 35%

Tomar un tour/recorrido 31%

6 Medio de transporte en la ciudad



7 Destinos visitados durante el viaje
11%

Visitó otros destinos dentro del Estado de Guanajuato

Moroleón 25%
Guanajuato 17%
Valle de Santiago 17%

8 Visitas a Familiares / Amigos



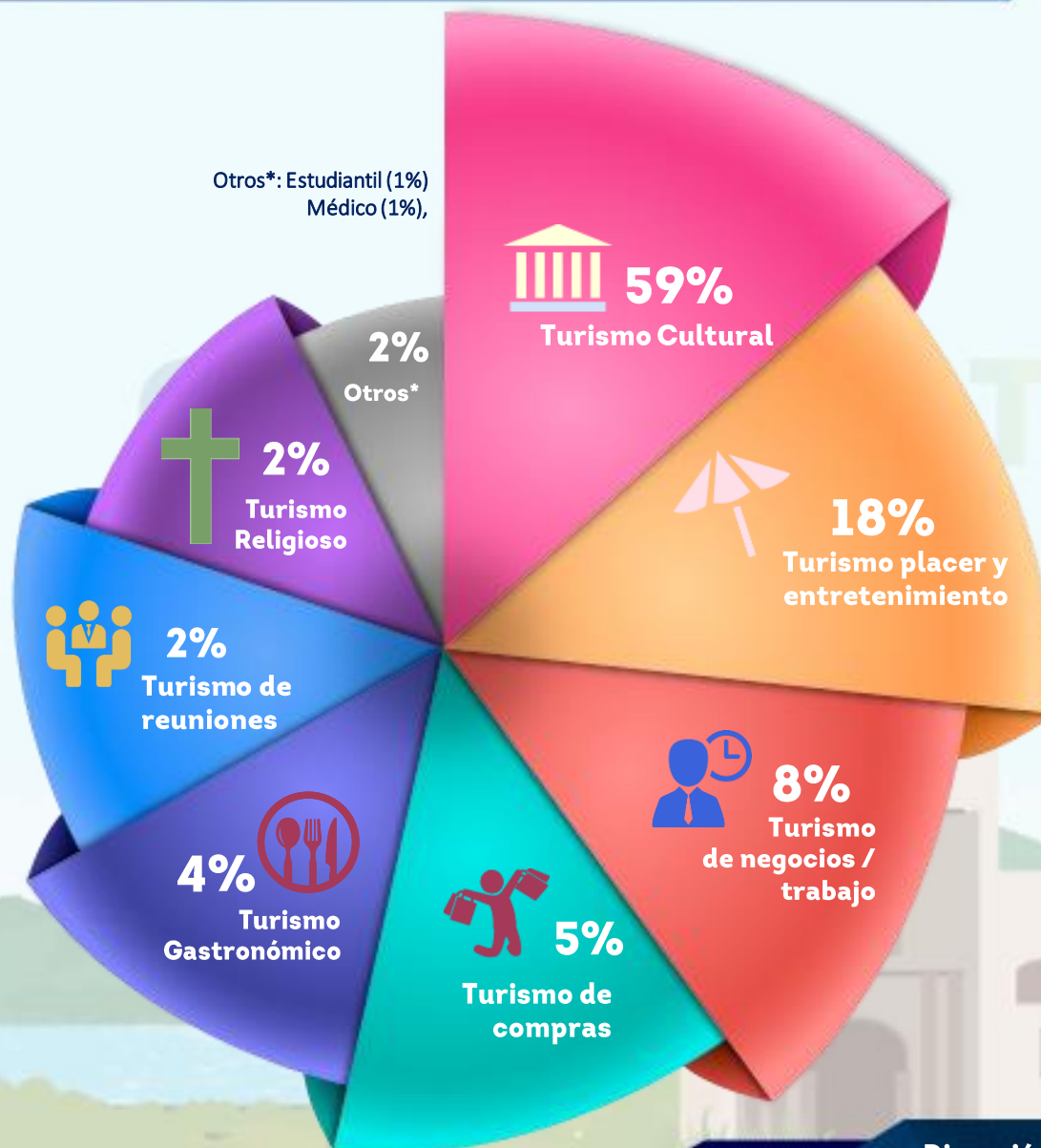
30%

Visitó familiares durante su estancia en **Yuriria**

Turismo en Yuriria

SEGMENTOS

Estos segmentos se identificaron a partir del cruce de variables de motivo de viaje y actividades realizadas en el destino.



SEGMENTOS	Nacional	Estatad	Internacional
	62%	58%	64%
	15%	20%	9%
	15%	8%	0%
	0%	8%	0%
	4%	1%	18%
	0%	3%	0%
	4%	1%	0%
	0%	1%	9%

Turismo en Yuriria

EXPERIENCIA /
SATISFACCIÓN

7.7 ÍNDICE DE
SATISFACCIÓN

Amabilidad de la gente **8.2**

Atractivos turísticos **8.1**

Accesibilidad al destino **8.0**

Establecimientos de hospedaje **7.9**

Establecimientos de alimentos y bebidas **7.7**

Disponibilidad de información turística **7.4**

Estacionamientos **6.8**

8.1 Aeropuerto

8.1 Experiencia de viaje

8.0 Transporte Público local

7.8 Percepción de seguridad

7.6 Señalética

7.3 Servicio de guías de turistas

5.8 Terminal de autobuses



Retorno

99%



Recomendación

97%



**8 de cada 10 personas visita
6 veces al año este destino**

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

Comentarios u observaciones para mejorar la experiencia en la ciudad



Otros Comentarios / Observaciones: Restauración al convento, guías de turistas, oferta de restaurantes, internet gratis en áreas públicas, más áreas verdes rumbo al malecón, mejorar vías de acceso, no hay antros, el museo siempre está cerrado.

3 **88%**
Redes sociales



86% 7% 7%
f YouTube Twitter

4 **Impacto de noticias previo a la visita**

8% Escuchó, leyó o vio alguna noticia sobre YURIRIA

Tema de la noticia: Asesinatos 50%
Inseguridad 13%
Turismo 13%

5 **Percepción**

Negativo 50% Neutral 38% Positivo 12%

Inseguridad
Plaga
n= 4

6 **Dispositivos / Apps utilizadas en la visita**

Smartphone **93%** GPS **13%** Laptop **8%** Tablet **3%**

2 **14%**
Internet

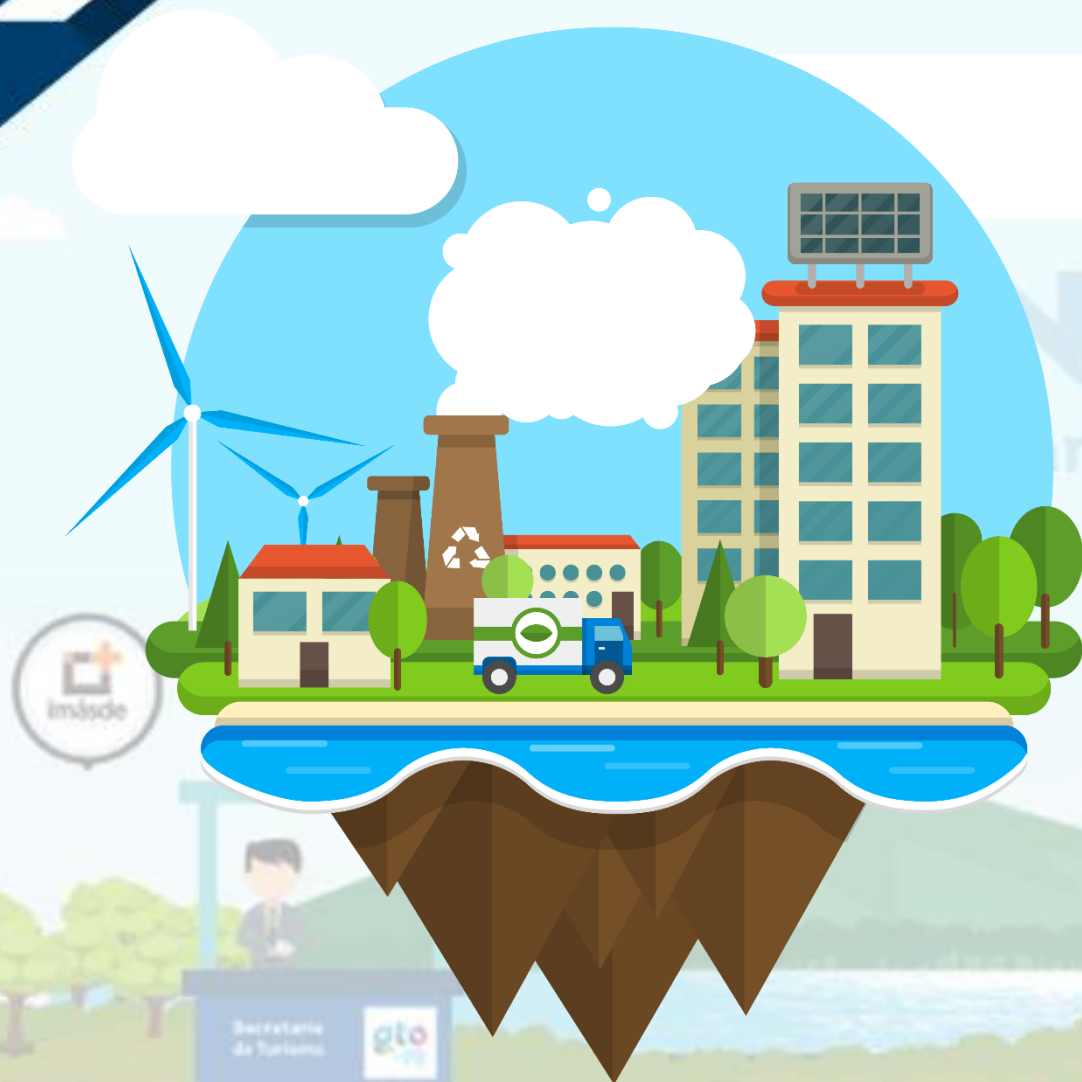
88%
Redes sociales

12%
Página web

1 **Recordación de Medios**

48% Recomendación **14%** Internet **11%** Espectacular **9%** Folletos **9%** Radio

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%



9% identificó alguna práctica sustentable en el destino



Consumo de productos locales

42%



Reducción de residuos

29%



Ahorro de agua

29%



5%



Hotel

\$784.76

1.31 días*

Hospedaje	A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
50%	40%	5%	5%	0%

14%

Casa familiares /
Amigos

\$530.49

5.90 días

A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
52%	13%	29%	6%

81%



\$1,102.64

4.82 hrs

Excursionista

A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
24%	13%	33%	20%



\$810.26

Visitante

Hospedaje	A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
7%	26%	13%	29%	15%

DERRAMA ECONOMICA

\$ 8.1 millones de dólares



\$ 7.2 millones de euros



\$154
mdp

23%

OCUPACIÓN
HOTELERA

YURIRIA

Estado Trimestre IV
171 Mil 835

PERSONAS
OCUPADAS

10%

2017

6 mil

LLEGADA DE
TURISTAS

4.5 mil

CUARTOS
OCUPADOS

111 mil

VISITANTES

1.31

ESTADIA

1 a 5 estrellas
+ Sin Clasificar

180
Habitaciones

GUANAJUATO
Estado más visitado de México

9 Líneas
aéreas

Variación
2017 - 2012

50%

581

402

325

859

503

378

423

706

322

351

449

684

Enero

Febrero

Marzo

Abril

Mayo

Junio

Julio

Agosto

Septiembre

Octubre

Noviembre

Diciembre

Hospedaje



8

Hoteles

4 3



180

Habitaciones

Servicios Turísticos



32

ESTABLECIMIENTOS
DE ALIMENTOS Y
BEBIDAS

13 8



6

AUXILIO
TURÍSTICO

6

TRANSPORTACIÓN

0

ARRENDADORAS
TURÍSTICAS

4

AGENCIAS
DE VIAJES

4 2



0

SPAS



0

CAMPOS
DE GOLF

36

ATRATIVOS,
RECREACIÓN,
DEPORTE

2

RECINTOS

1



2

GUÍAS DE
TURISTAS

2

1

1

BALNEARIOS
Y PARQUES
ACUÁTICOS

0



0



0



0



1



34



1



20



0



0

Sin
Clasificar

6



126

Total



8



180

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Cierre 2017

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Registro Estatal de Turismo y Registro Nacional de Turismo, Cierre 2017

El **65%** de los visitantes son de origen **estatal (mercado doméstico)**

El **10%** de los visitantes son de origen **internacional, que corresponden a Migrantes Guanajuatenses.**

El **31%** mencionó haber tomado algún **tour/recorrido.**

El **10%** de los visitantes considera la **limpieza de la laguna** como un área de oportunidad, y la **limpieza en general de la ciudad** obtuvo un índice de satisfacción de **7.9.**

Los visitantes consideran la **terminal de autobuses** como una área de oportunidad y el índice de satisfacción es de **5.8.**; así como los **estacionamientos 6.8.**

El **81%** de los visitantes **no pernoctan** en el destino y la **estadía promedio** de un excursionista es de **4.82 horas.**



Profesionalizar **2 guías turísticos** y ubicarlos en el acceso principal del destino y en el centro histórico.



Se recomienda crear un tour para los amantes de lo holístico, aprovechando las propiedades revitalizantes del Lago Cráter (Segmento Wellness)



Fortalecer el **segmento cultural** con una representación de los agustinos dentro del Convento.



Fortalecer la oferta gastronómica del destino, mencionando el corredor gastro artesanal y los productos gastronómicos y artesanales característicos.



Es necesario conservar la buena imagen de la Laguna, pues es uno de los principales atractivos del destino, **así como mejorar el servicio de limpieza en la ciudad.**



Desarrollar una ruta en clúster con **Salvatierra, Valle de Santiago** para el segmento cultural. Y otra con **Moroleón** para fortalecer las compras de los visitantes y provocar la pernocta.



Realizar **eventos nocturnos** para provocar la pernocta en el destino utilizando herramientas de promoción en formato **Facebook Ads, Display, videos, etc..**



Atraer al **segmento de bodas** para la realización de shooting de fotos en atractivos como el Lago, la Laguna, el Convento.





El visitante

1

2

El viaje



El visitante

1

3

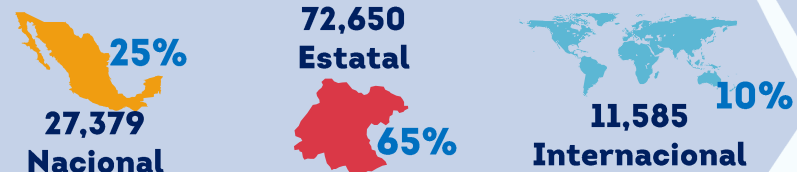
Los impactos



PERFIL DEL VISITANTE YURIRIA 2017

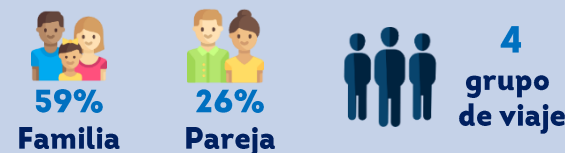
02

De dónde viene



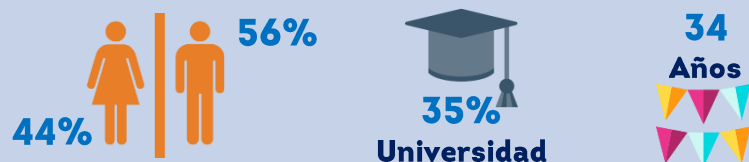
03

Con quién viaja



01

Quién nos visita



04

Tipo de visitante



Se hospeda en



En qué viaja

Experiencia de visita



Gasto y estadía

\$154 MDP

Derrama económica

Roberto W. Cárdenas Hernández

Director General de Planeación

rcardenas@guanajuato.gob.mx**Miriam Cecilia Adame Alcaraz**

Directora de Información y Análisis

madame@guanajuato.gob.mx**Irazema Álvarez Pérez**

Coordinadora de Estadística e Información

ialvarezp@guanajuato.gob.mx**Adriana Jardón Salazar**

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado

ajardon@guanajuato.gob.mx**Rosario Álvarez Macías**

Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis

malvarezm@guanajuato.gob.mx**Sarahí Martínez Hernández**

Asistente de Codificación y Captura

kmartinezh@guanajuato.gob.mx**Luz Margarita Robledo Olivares**

Analista de Estadística

lmrobledo@guanajuato.gob.mx**Stephanie Cedillo Orozco**

Analista de Información

scedillo@guanajuato.gob.mx**Dirección**

Parque Guanajuato Bicentenario, Carretera de Cuota Silao-
Guanajuato Km. 3.8, 36270 Silao, Gto
Teléfono 472 103 99 00