

Perfil del Visitante

Yuriria 2016



guanajuato.mx

GUANAJUATO
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO



IMPULSO
Guanajuato

Perfil Demográfico y Mercados Emisores



Experiencia y Satisfacción



Mix de Ideas



Nota Metodológica



Plan de Viaje y Segmentos de Turistas



Impacto de Medios



Gasto e Indicadores de la Actividad

2

150 encuestas
a turistas y
excursionistas
con un Nivel de
Confianza del
95% y un error de
+/-8%

1

**Es un estudio cuantitativo
descriptivo que
suministra información:**

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

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 contratada
por esta Secretaría.
La empresa **ejecuta
el trabajo de
campo, codifica y
procesa la
información.**

5

En:

1. Ex Convento y Templo Agustino de San Pablo
2. Laguna de Yuriria / Embarcadero
3. La Joya-Lago Cráter
4. Templo del Señor de la Preciosa Sangre
5. Aeropuerto Internacional del Bajío
6. Templo de la Purísima Concepción

6

**Viajeros
mayores de 18 años,
que no residan ni
trabajen en el destino.**
Encuesta personal cara a cara
Del 19 de marzo de 2016 al 08
de enero de 2017



de los asistentes son mujeres



de los asistentes son hombres



tiene ingresos de \$4,300 a \$19,900 (D,D+,C-)



La edad promedio es de **37 años**



procedencia Estatal



procedencia Nacional



procedencia Internacional



44% tiene grado **Universidad**



27%

Empleado privado





68%

Estatal

Municipio



34 años



56% Hombres

43% Universidad



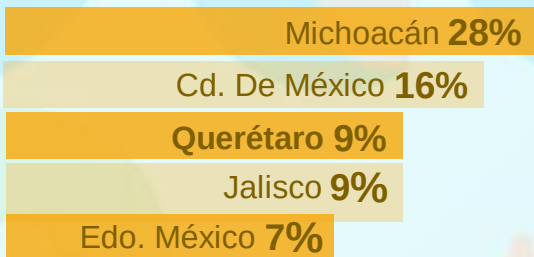
34% pertenece al NSE D



29%

Nacional

Estado



42 años



74% Hombres

49% Universidad



28% pertenece al NSE C-



3%

Internacional

País



38 años



60% Hombres

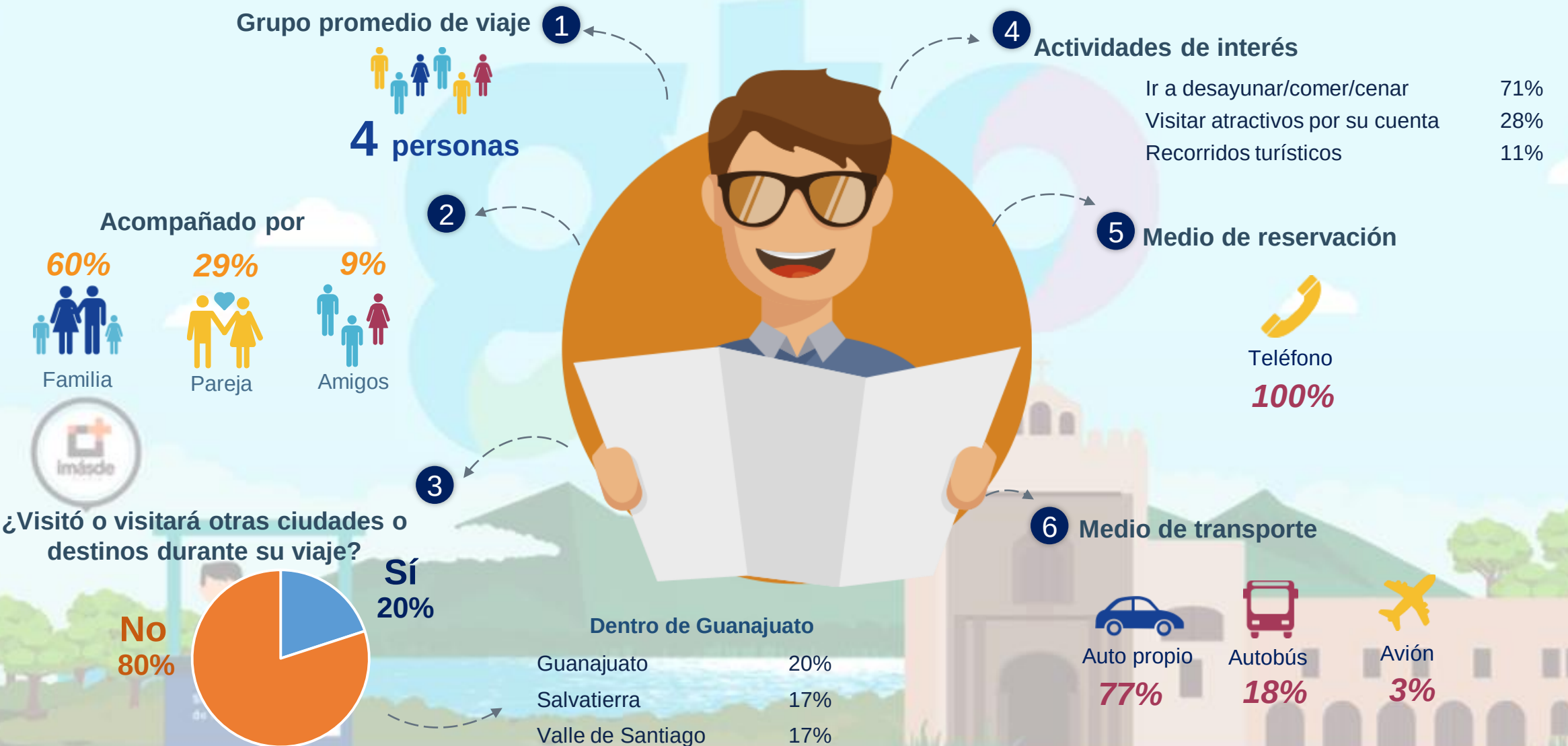
40% Preparatoria



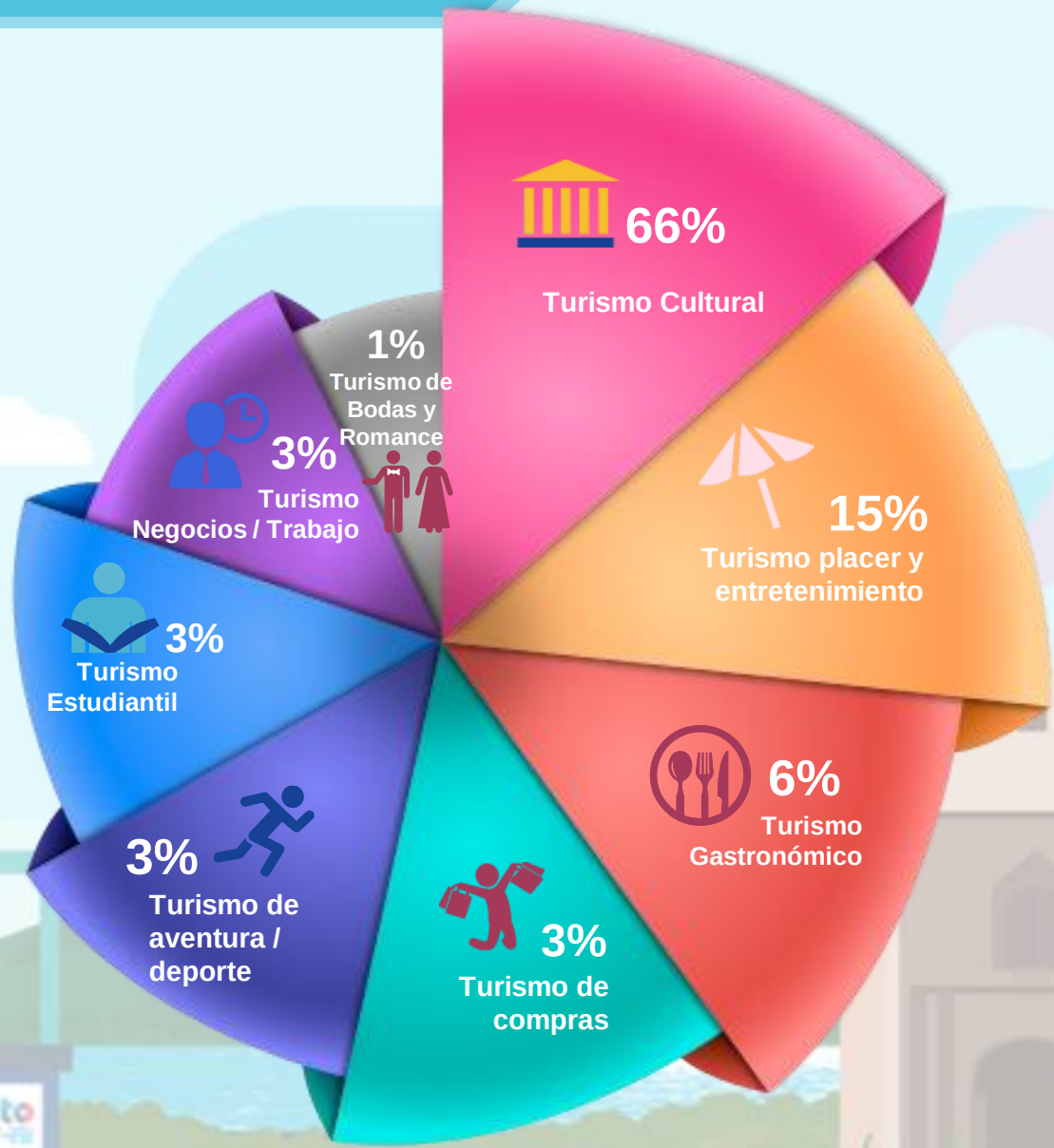
40% pertenece al NSE C-

• Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI). NSE AB: Más de \$140,000; NSE C+: De \$56,000 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





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



SEGMENTOS	Nacional	Estatad	Internacional
	58%	73%	20%
	21%	10%	80%
	5%	7%	0%
	5%	2%	0%
	2%	3%	0%
	7%	1%	0%
	2%	3%	0%

8.3 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL DESTINO



PERCEPCIÓN & ELEMENTOS DE ATRACCIÓN

Posicionamiento de Pueblos Mágicos

Dolores Hidalgo 23%

Salvatierra 17%

Yuriria 14%

Mineral de Pozos 13%

Jalpa de Cánovas 5%

Otro 11%

Ninguno 17%

Otro: San Miguel de Allende, Guanajuato y Celaya

Lo que mas le ha gustado

Laguna 19%

Ex-convento 19%

Tranquilidad 12%

Asociación del destino

Bonito/hermoso 42%

Tranquilidad/Descanso/Relax 39%

Historia 19%

Eventos que recuerda se realicen en este Pueblo Mágico.

Noche Mágica 28%

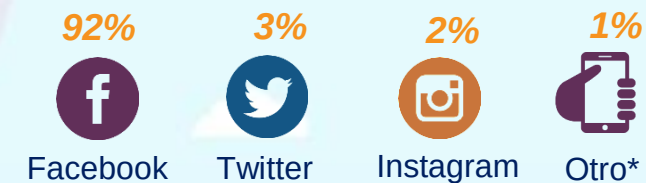
Carpas 20%

Feria/Fiesta de la ciudad 16%

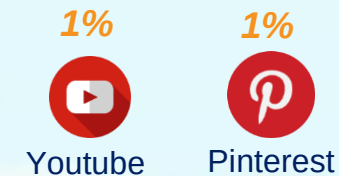




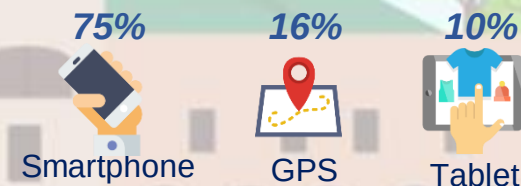
2 Red social favorita



*Otro: Whatsapp

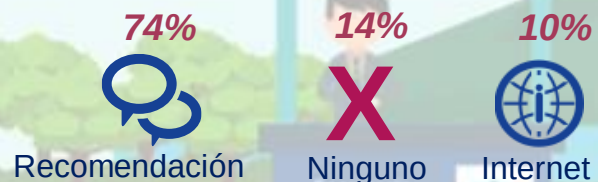


3 Dispositivo / Aplicaciones que utiliza en viaje



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

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



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%



Incrementar la promoción de los eventos en el destino a través de promoción cruzada con destinos de negocios (Celaya-Salamanca-Irapuato).

Desarrollar actividades en La Laguna y el Lago que fortalezcan al segmento de aventura (pesca, paseo en lanchas, paseo a caballo, etc..)



Implementar un tranvía para recorridos turísticos

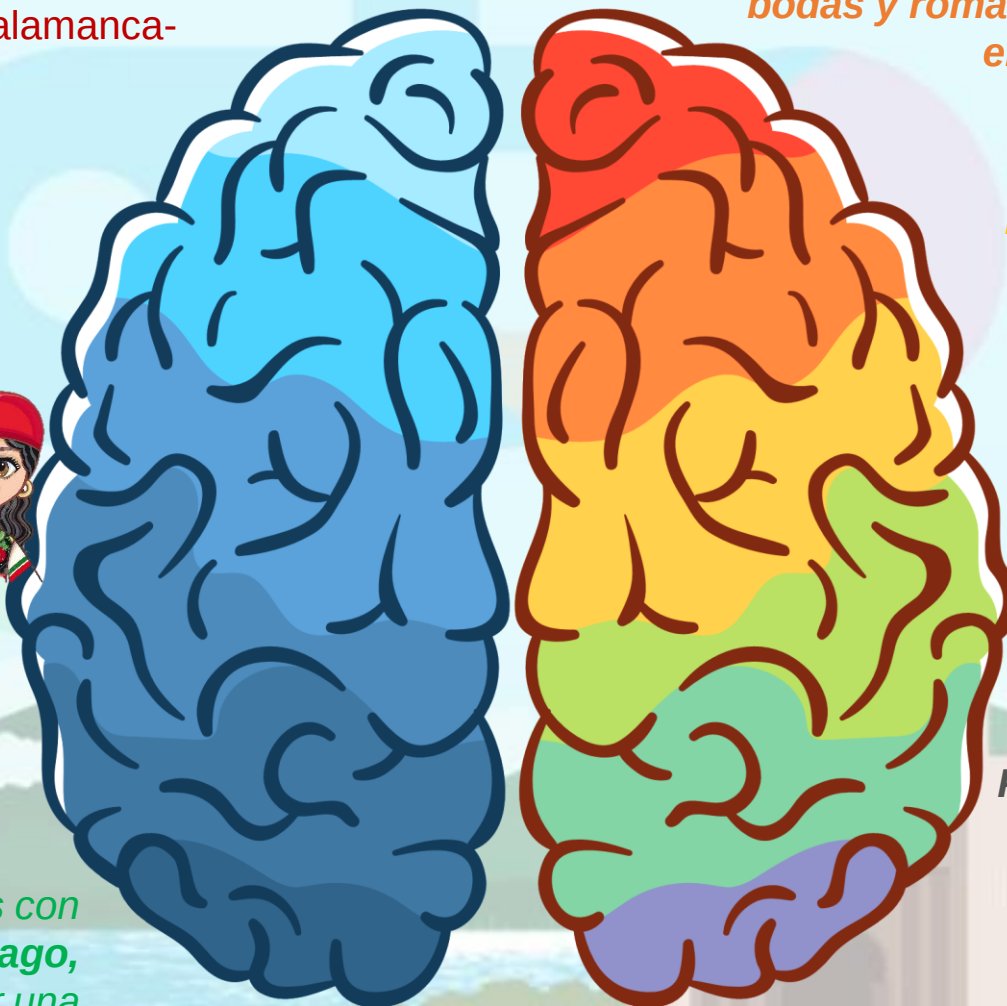
Recuperar Tradiciones y & Festividades como la de los Gitanos y desarrollar la experiencia turística.



Generar una estrategia con bloggers e **influencers** para posicionar el destino.



Integración de **clústeres turísticos** con destinos como: Valle de Santiago, Moroleón & Uriangato para ofrecer una **experiencia integral y diversificada**



Hacer alianzas con San Miguel de Allende para **impulsar el segmento de bodas y romance**. (shooting de fotos en la Laguna, Convento)



Impulsar la certificación hotelera y restaurantera.



Hacer campaña dirigida a la **recomendación**, de preferencia vía redes sociales.

Aceptar tarjetas de crédito en restaurantes, hoteles, tienda de souvenirs, etc.



Fortalecer los eventos de las Carpas y el de las tostadas con promoción cruzada con los **Pueblos Mágicos hermanos**.



14%  **\$501.50**
5.72 días*
Casa familiares / Amigos

5%  **\$735.00**
1.37 días
Hotel

Hospedaje	A&B	Compras
51%	30%	11%

81%  **\$1,139.66**
4.62 hrs
Excursionista

A&B	Compras	Entradas
25%	19%	10%

*Estadía proporcionada por Datatur



INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN YURIRIA



107 mil
visitantes



Derrama económica
\$146.6
Millones de pesos



4 mil 467
cuartos ocupados



23 mil 999
asientos semanales



156 mil
Personas ocupadas
Estado IV Trimestre 2016



128
habitaciones
1 a 5 + sin clasificar

Llegadas de Turistas
5 mil 770

Ocupación Hotelera
22%

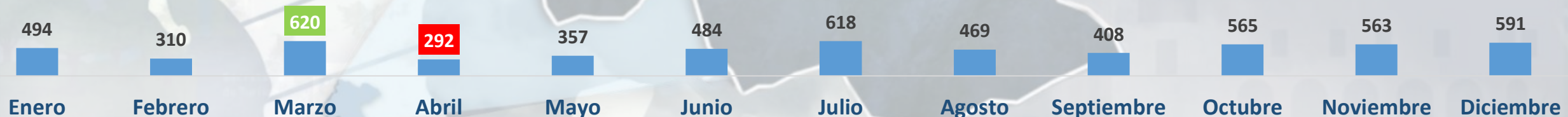


1 millón 711mil
Pasajeros



10 Líneas aéreas

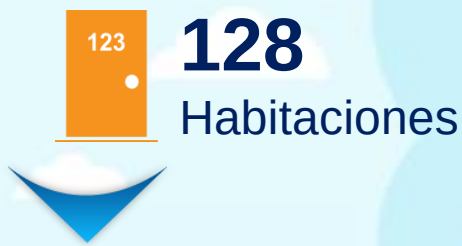
Llegada de Turistas 2016



Hospedaje



4 1



Servicios Turísticos

Yuriria



★★★★★		0		0
★★★★		0		0
★★★		1		34
★★		1		20
★		0		0
Sin Clasificar		5		74
Total		7		128

Fuente: Sectur Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Cierre 2016

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

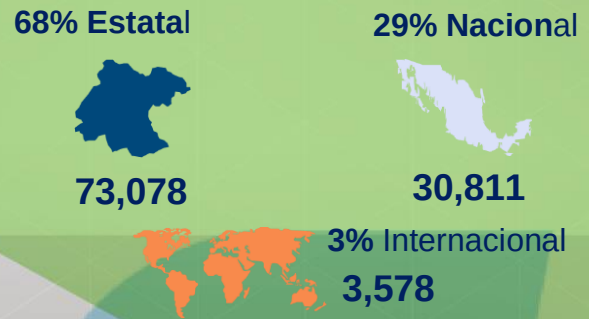


Perfil del Visitante a YURIRIA 2016

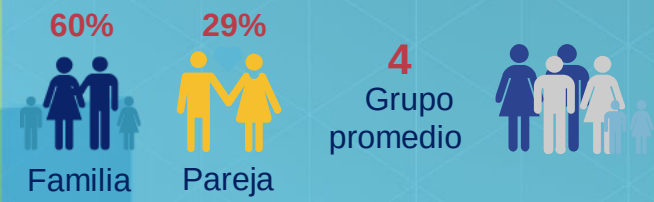
Quién nos visita



De dónde viene



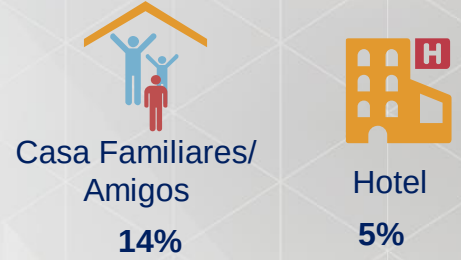
Con quién viaja



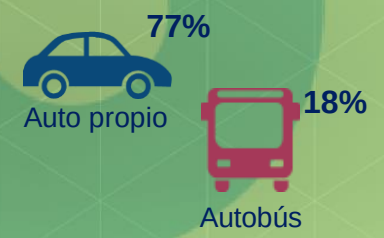
Propósito del viaje



Se hospeda en



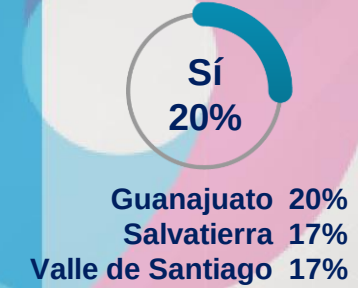
En qué viaja



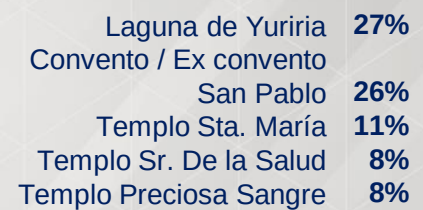
Impacto de medios



Visitó otros lugares



Atractivos turísticos



Gasto y Estadía



*Estadía proporcionada por Datatur

Tipo de Visitante



107,467
Visitantes

Recurrencia



Experiencia de Visita

Satisfacción



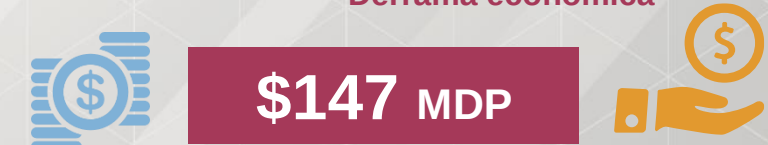
Retorno



Recomendación



Derrama económica



Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández

Director General de Planeación
rcardenas@guanajuato.gob.mx

Mtra. Miriam C. Adame Alcaraz

Directora de Información y Análisis
madame@guanajuato.gob.mx

Mtra. 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

Lic. Luz Margarita Robledo Olivares

Analista de Estadística
lmrobledo@guanajuato.gob.mx

Lic. 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

