

Perfil del Visitante

# Guanajuato **SÍ** Sabe

## 2017



[guanajuato.mx](http://guanajuato.mx)

**GUANAJUATO**  
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO



**IMPULSO**  
Guanajuato

## Perfil Demográfico y Mercados Emisores



Nota Metodológica

## Experiencia y Satisfacción



Plan de Viaje

## Mix de Ideas



Impacto de Medios

Gasto e Indicadores de la Actividad



1

Es una investigación de mercado que suministra información de:

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

2

388 encuestas a residentes, turistas y excursionistas con un Nivel de confianza del 95% y un error del +/- 4.98%

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:

▸ Celaya	21%
▸ León	16%
▸ Guanajuato	16%
▸ Silao	13%
▸ San Francisco	11%
▸ Irapuato	9%
▸ Salamanca	7%
▸ Salvatierra	7%

Eventos:

- Comida de Gala con Sabor a Celaya
- 5to. Encuentro de Cocina Tradicional
- 4to. Festival de Alta Cocina Tradicional Mexicana "Los Chiles Rellenos"
- 5to. Festival de la Capital Mundial de las Fresas
- Cena de Gala con las Estrellas de la Cocina
- Gastronómico
- 3a. Edición De Historia, De Vida y De Comida
- Noche Porfiriana
- 4ta. Cena Conventual. "Conventualia".
- 1er. Festival Gastronómico de la Larga y la Quesadilla
- Food Fest Celaya 2017

6


### Asistentes

mayores de 18 años, Residentes y visitantes  
Encuesta personal cara a cara.  
Del 30 de mayo al 11 de Junio de 2017

# DEMOGRÁFICOS


**58%**   
de los asistentes son  
mujeres

**42%**   
de los asistentes son  
hombres

**50%**  
tiene ingresos de  
\$15,000 a \$139,999  
(NSE D+, C-, C) 

  
La edad promedio es de  
**38 años**

**67%**   
procedencia Estatal

  
**54%**  
tiene grado **Universidad**

**30%**   
procedencia Nacional

  
**29%**  
Empleado **privado**

**3%**   
procedencia Internacional

## MERCADOS EMISORES

### Top 5



**67%**  
**Estatad**

Municipio



37 años



54% Mujeres

57% Universidad

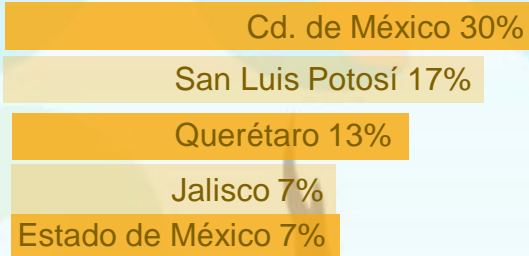


27% pertenece al NSE C



**30%**  
**Nacional**

Estado



38 años



61% Mujeres

54% Universidad

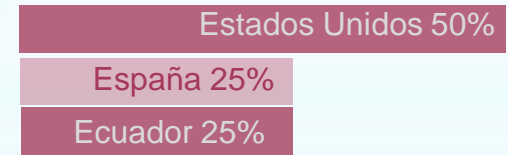


33% pertenece al NSE C



**3%**  
**Internacional**

País



39 años



75% Mujeres

50% Universidad



50% 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

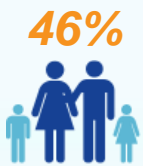
## PLAN DE VIAJE

### Grupo promedio de viaje **1**



**2 personas**

### Acompañado por **2**



Familia



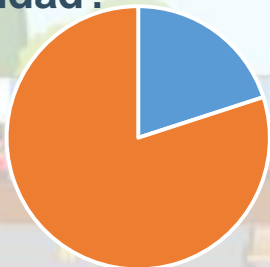
Pareja



Amigos

**3** ¿Visitó o visitará a algún familiar o amigo durante su estancia en esta ciudad?

**No**  
83%



**Sí**  
17%

### Actividades de interés

<b>4</b> <i>Ninguna, sólo estar en el evento</i>	57%
Probar la gastronomía del lugar	25%
Ir de compras	13%

### Medio de transporte **5**



Auto propio

**82%**



Autobús

**8%**

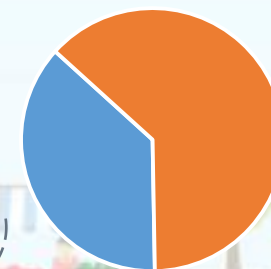


Avión

**5%**

### **6** ¿Hay algo nuevo diferente?

**Sí**  
37%



**No**  
63%

Más platillos  
Mejor organización

12%  
12%

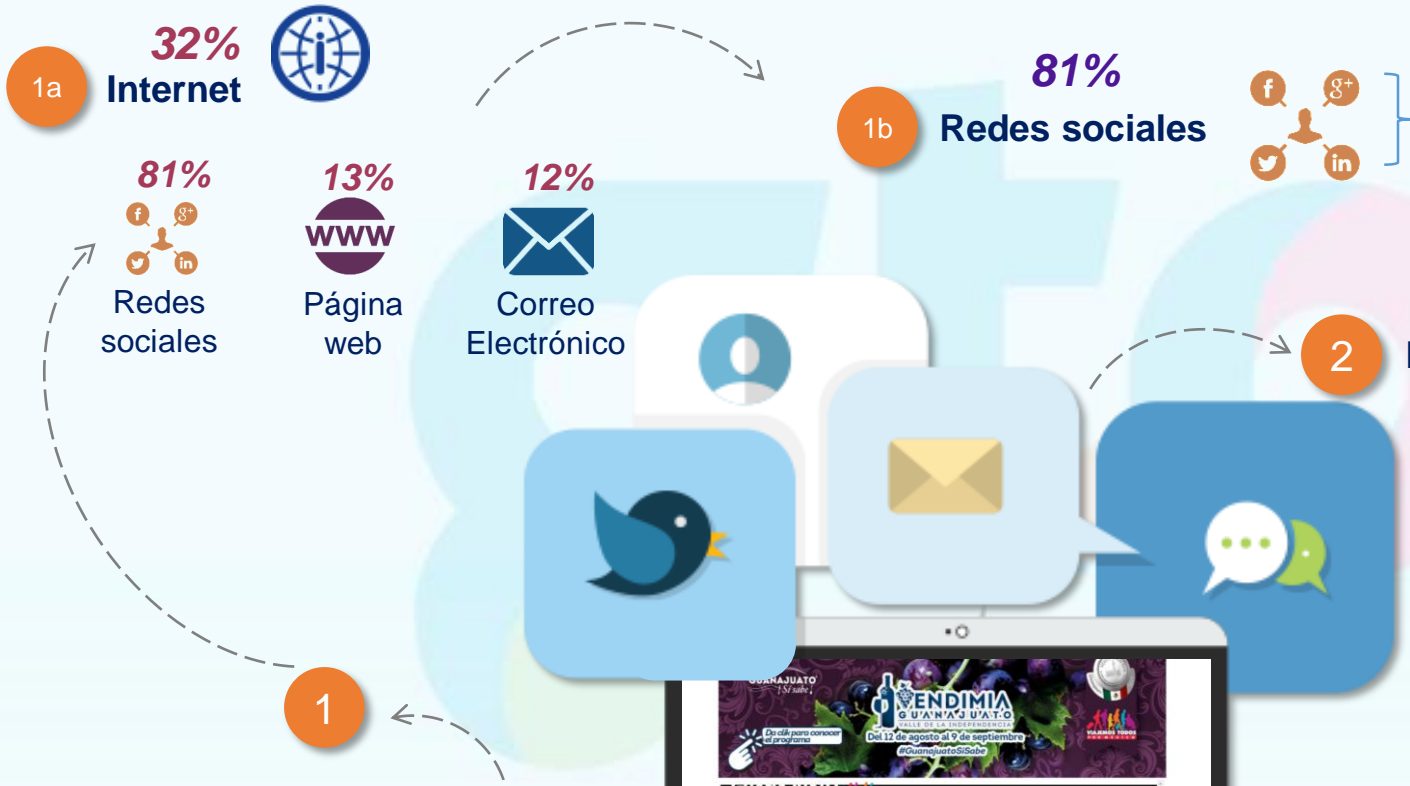
# 8.4 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL EVENTO



Nota: Índice calculado según metodología SECTUR bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6).  
NA: Este rubro no se evaluó el año anterior

## IMPACTO DE MEDIOS

**48%**  
**GUANAJUATO**  
*Sí sabe!*  
**Posicionamiento**



**1a** **32%**  
**Internet**

**81%**  
 Redes sociales

**13%**  
 Página web

**12%**  
 Correo Electrónico

**1b** **81%**  
**Redes sociales**

**87%**  
 Facebook

**6%**  
 Twitter

**4%**  
 Instagram

**3%**  
 Otro\*

\*Otro: Whatsapp

**2** **Empresa o marcas patrocinadoras del Evento que recuerda**

**33%**  
 Ninguno

**14%**  
 Honda

**8%**  
 Gobierno del Estado de Guanajuato

**¿En qué medios escuchó o vio información sobre el evento?**

**36%**  
 Recomendación

**32%**  
 Internet

**19%**  
 Espectaculares

**6%**  
**TEQUILA CORRALEJO**  
 Tequila Corralejo

**5%**  
**Red Cola**  
 Red Cola

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

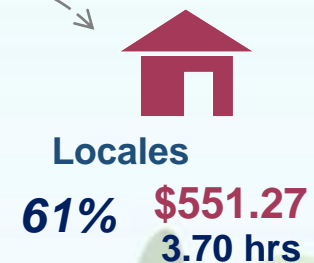
## GASTO Y ESTADIA



Hospedaje	A&B	Compras
28%	21%	14%



A&B	Esparcimiento	Entradas
30%	34%	27%



\*Estadía proporcionada por Datatur

1 ¿Qué es la Huella de Carbono?



Es el total de **gases efecto invernadero** (GEI) que emite de manera directa o indirectamente un individuo, una organización, evento o producto.

2 ¿Cómo se calcula la Huella de Carbono generada por un evento?

Se hace con base al **número de personas asistentes** al evento tomando en cuenta:



Medio de transporte utilizado para llegar al destino del evento.

Kms desde el lugar de procedencia hasta el lugar del evento.

Kms dentro del destino



Resultados

3 La cantidad en Kg de carbono (CO<sub>2</sub>) que se generaron en la edición de GSS 2017 son:

**TOTAL  
284,000 Kg  
de CO<sub>2</sub>**

4 Para poder revertir el impacto ambiental de dicho evento se requiere plantar :



**1,803  
árboles**



Que pueden ser donados al Parque Ecológico del Parque Guanajuato Bicentenario

Nota: Cada árbol absorbe 157.54 kg de CO<sub>2</sub>



ASISTENTES TOTALES

**41 mil 280**



DERRAMA ECONÓMICA GENERADA



**\$34 millones 385 mil pesos**

## Cumbre Internacional de la Gastronomía 2017 30 de mayo al 11 de Junio

Destino	Llegada de Turistas	Ocupación
Celaya	21,715	43%
Guanajuato	28,033	40%
Irapuato	18,484	58%
León	61,675	62%
Salamanca	5,857	39%
Salvatierra	1,054	56%
San Francisco del Rincón	820	25%
San Miguel de Allende	15,971	39%
Silao	15,376	52%

Fuente: Sector Guanajuato. Dirección General de Planeación. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información. Datatur-Sector. Estudio del Perfil del Visitante GSS 2017

*Resulta importante considerar que la edición 2017 incluye 1 día más de duración*



Hacer actividades de GSS en Pueblos Mágicos para promocionar el destino.

Incluir en el **sitio web de GSS que hacer en el estado** para los turistas que se quedan más de un día e incrementar la estadía de los visitantes.

Hacer **activaciones para promocionar GSS en eventos turísticos previos a GSS.** Ej. Rally



**Impulsar estrategia con bloggers e influencers** especializados en comida tradicional



**En el caso del encuentro de cocina tradicional considerar poner más sombras** ya que es el principal comentario que dieron los encuestados.



**Respetar los tiempos que aparecen en el programa.**



En el evento de “Con Sabor a Celaya”, **se podía observar que la mayoría de los asistentes eran de la SECTUR.**



**Generar en FB eventos y paginas de eventos el programa de GSS.**



**Etiquetar a los patrocinadores** del evento en las publicaciones en sus redes sociales.

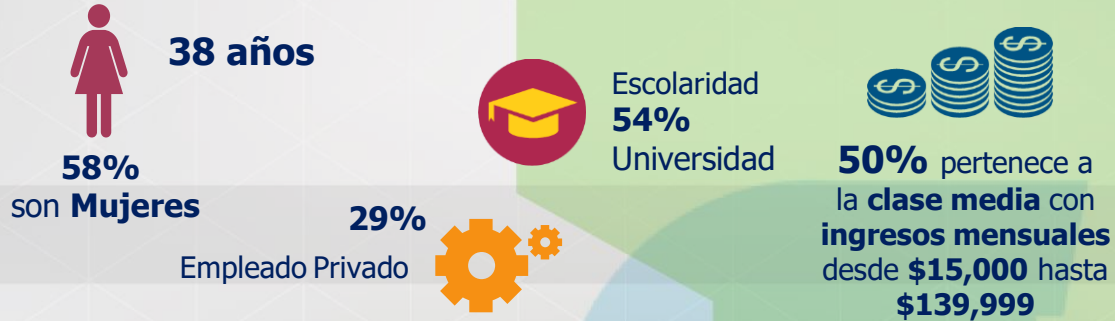


**Hacer mini videos de recetas en el transcurso del año** ( en su mayoría publican fotografías) para captar la atención de los seguidores.



# Perfil del Visitante General a Guanajuato Sí Sabe 2017

## Quién nos visita



## Tipo de asistente

**41 mil 280 asistentes**



## Derrama Económica

**\$34 millones 385 mil pesos**

## De dónde viene

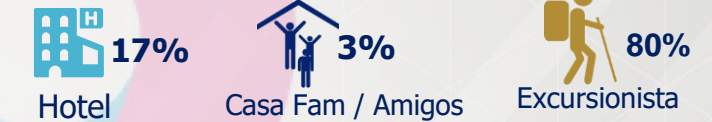


## Qué lo motiva



**Sí 87%**

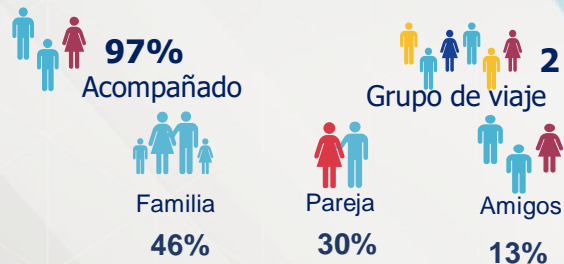
## Se hospeda en



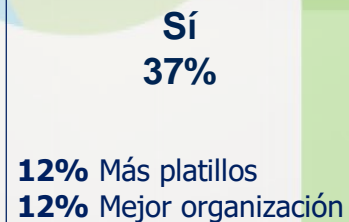
## Vio publicidad



## Con quién viaja



## Hay algo nuevo diferente



## Satisfacción 8.4

### Lo mejor evaluado



### Lo peor evaluado



## Gasta

**\$1,490.29** **\$551.27** **\$1,120.64**



**1.26 días\***

**3.70 hrs**

**4.86 hrs**

13

\*Dato proporcionado por Datatur

## Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández

Director General de Planeación  
[rcardenas@guanajuato.gob.mx](mailto:rcardenas@guanajuato.gob.mx)

## Mtra. Miriam C. Adame Alcaraz

Directora de Información y Análisis  
[madame@guanajuato.gob.mx](mailto:madame@guanajuato.gob.mx)



## Mtra. Irazema Álvarez Pérez

Coordinadora de Estadística e Información  
[ialvarezp@guanajuato.gob.mx](mailto:ialvarezp@guanajuato.gob.mx)

## Mtra. Adriana Jardon Salazar

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado  
[ajardon@guanajuato.gob.mx](mailto:ajardon@guanajuato.gob.mx)

## Mtra. Rosario Álvarez Macías

Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis  
[malvarezm@guanajuato.gob.mx](mailto:malvarezm@guanajuato.gob.mx)

## Lic. Sarahí Martínez Hernández

Asistente de Codificación y Captura  
[kmartinezh@guanajuato.gob.mx](mailto:kmartinezh@guanajuato.gob.mx)

## Lic. Luz Margarita Robledo Olivares

Analista de Estadística  
[lmrobledo@guanajuato.gob.mx](mailto:lmrobledo@guanajuato.gob.mx)

## Lic. Stephanie Cedillo Orozco

Analista de Información  
[scedillo@guanajuato.gob.mx](mailto:scedillo@guanajuato.gob.mx)



## Dirección

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

