



PRE-FIG 2014

Metodología del perfil del visitante

Es una investigación de mercado que suministra información de:

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



Estudio realizado por una agencia de investigación de mercados. La empresa codifica, captura y elabora el reporte de resultados.



UTILIDAD
Definir estrategias que atraigan más visitantes al estado, que generen impacto social y económico.

Muestreo aleatorio con salto sistemático

416 encuestas aplicadas a visitantes turistas y excursionistas y visitantes locales con un nivel de confianza del 95% y error del $\pm 4.8\%$.
295 Locales (71%)
121 Visitantes (29%)

En:

- ▶ Jalpa de Cánovas (95)
- ▶ Plazuelas (35)
- ▶ Peralta (32)
- ▶ Dolores Hidalgo (54)
- ▶ Salvatierra (34)
- ▶ Mineral de Pozos (67)
- ▶ Yuriria (99)



Asistentes foráneos y locales mayores de 18 años. Encuesta personal cara a cara. Los días 07, 09, 11, 12 y 29 de Noviembre del 2014

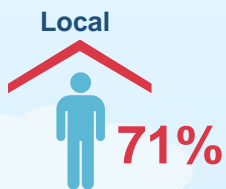


Perfil del Asistente

PRE-FIG 2014



42,000 asistentes



29%

Visitante

Excursionista

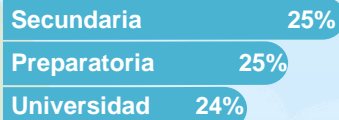
Turista



Quién nos visita:

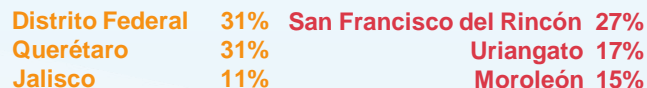


37 años



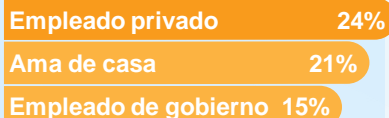
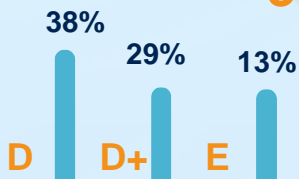
De dónde viene:

12,216 visitantes



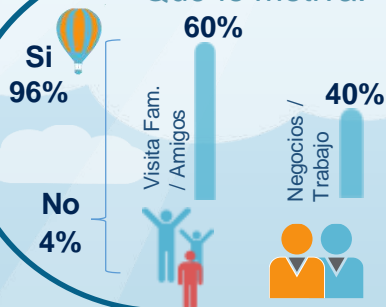
1,955

10,261

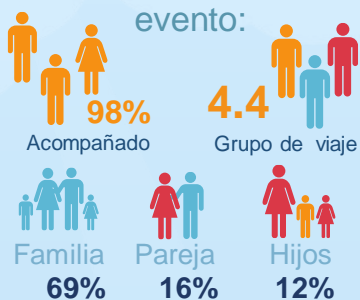


Fuente: AMAI

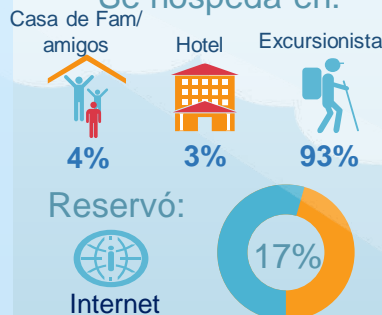
Qué lo motiva:



Con quién visita el evento:

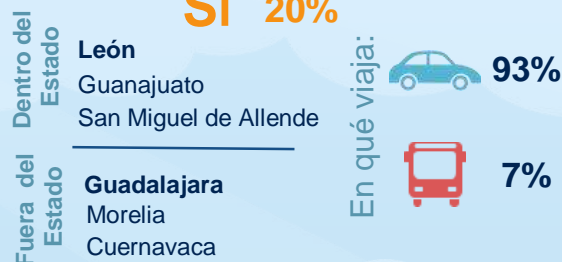


Se hospeda en:

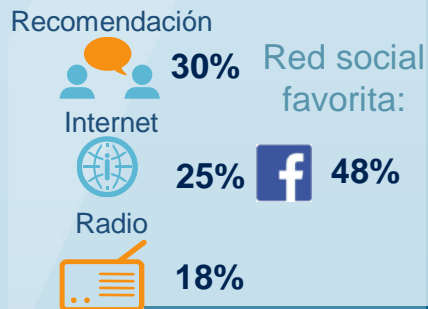


Visitó otros lugares:

SÍ 20%



Vio publicidad:



Su experiencia en el evento:



Gasta:



* Dato proporcionado por Datatur

Nota: Se muestran solo las principales menciones.

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

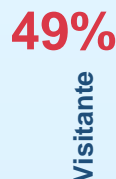


Perfil del Visitante

PREPRE-FIG 2014

Jalpa de Cánovas

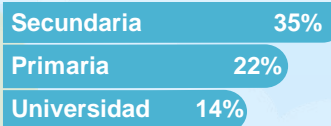
8,000 Asistentes



Quién nos visita:

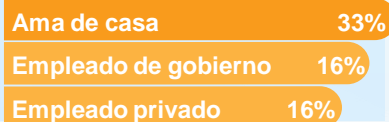
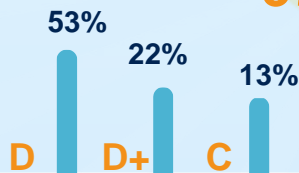
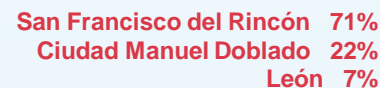
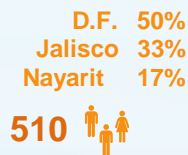
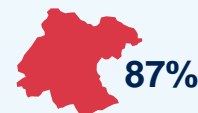


37 años



De dónde viene:

3,920 visitantes



Fuente: AMAI

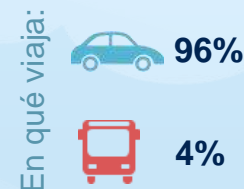
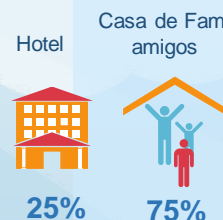
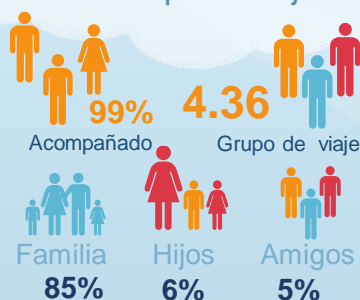
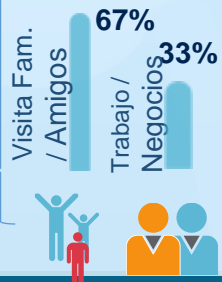
Qué lo motiva:

Con quién viaja:

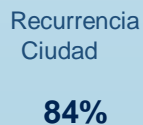
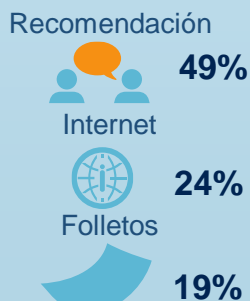
Se hospeda en:



No 6%



Vio publicidad:



Nota: Se muestran solo las principales menciones.

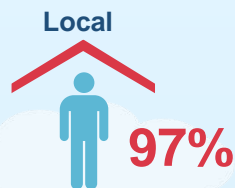


Perfil del Visitante

PREPRE-FIG 2014

Plazuelas - Pénjamo

1,000 Asistentes



3%

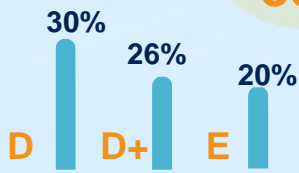
Visitante



Quién nos visita:



39 años



Fuente: AMAI



Secundaria	34%
Preparatoria	34%
Universidad	20%

De dónde viene:

30 visitantes



Abasolo 100%



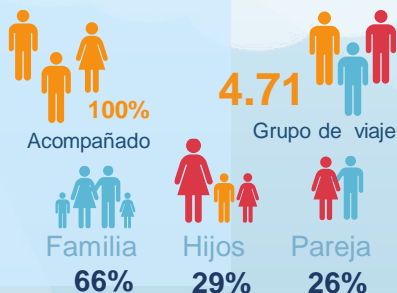
Empleado de gobierno	20%
Empleado privado	20%
Ama de casa	17%

Qué lo motiva:



Si 100%

Con quién viaja:



En qué viaja:



Vio publicidad:



Su experiencia en el evento:



Recurrencia Ciudad 100%



Satisfacción General 7.7

Nota: Se muestran solo las principales menciones.

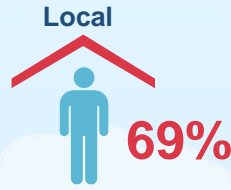
Perfil del Visitante



PREPRE-FIG 2014

Peralta - Abasolo

1,500 Asistentes

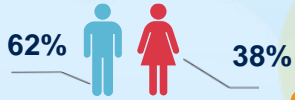


31%

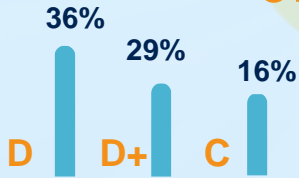
Visitante



Quién nos visita:



37 años



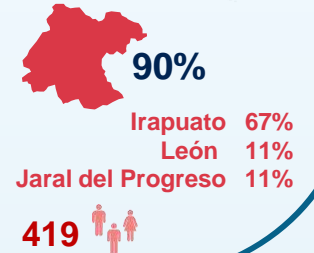
Preparatoria	28%
Universidad	22%
Secundaria	19%



Empleado privado	31%
Empleado de gobierno	22%
Ama de casa	22%

De dónde viene:

465 visitantes



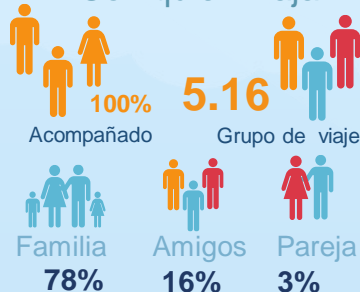
Fuente: AMAI

Qué lo motiva:



Si
100%

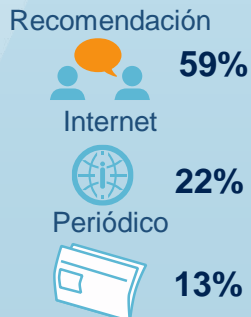
Con quién viaja:



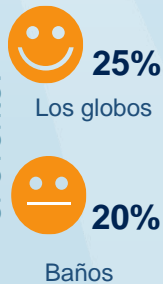
En qué viaja:



Vio publicidad:



Su experiencia en el evento:



Recurrencia Ciudad
78%



Satisfacción
8.3
General

Nota: Se muestran solo las principales menciones.



Perfil del Visitante

PREPRE-FIG 2014

Yuriria

20,000 Asistentes



43%

Visitante

Excursionista

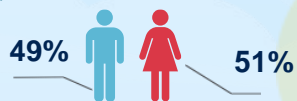
Turista

99%

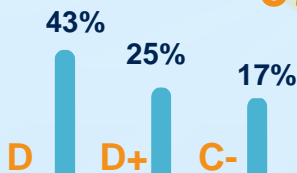
1%



Quién nos visita:



37 años



Universidad	26%
Preparatoria	24%
Primaria	22%

De dónde viene:

8,600 visitantes



Estado de México	34%
Michoacán	33%
Querétaro	33%

Uriangato	42%
Moroleón	36%
Salvatierra	10%

602

7,998

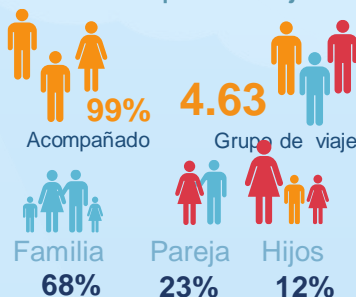
Fuente: AMAI

Qué lo motiva:



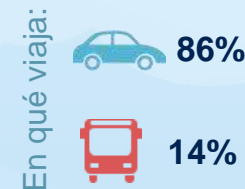
Si 100%

Con quién viaja:

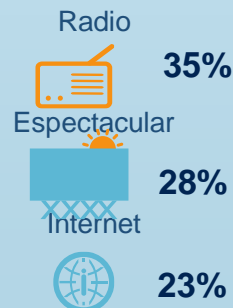


Se hospeda en:

Casa de Fam/ amigos



Vio publicidad:



Recurrencia Ciudad 88%



Satisfacción General 8.3

Nota: Se muestran solo las principales menciones.

Perfil del Visitante

PREPRE-FIG 2014

Dolores Hidalgo

8,000 Asistentes

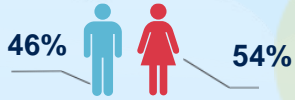


9%

Visitante



Quién nos visita:



34 años



Preparatoria	39%
Universidad	33%
Secundaria	11%

De dónde viene:

720 visitantes



D.F. 50%

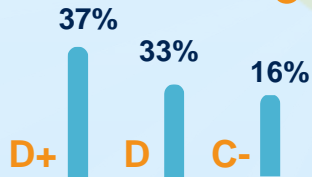
Michoacán 50%

SMA 67%

Celaya 33%

288

432



Empleado privado	28%
Cuenta propia	18%
Estudiante	15%

Fuente: AMAI



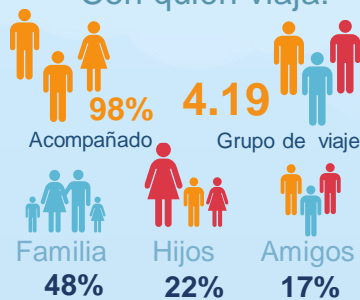
Si 80%

No 20%

Qué lo motiva:



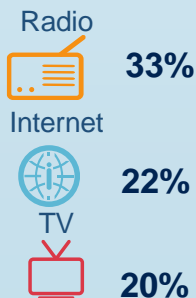
Con quién viaja:



Se hospeda en:



Vio publicidad:



Su experiencia en el evento:



Recurrencia Ciudad

100%



Satisfacción

8.0

General

Nota: Se muestran solo las principales menciones.

Perfil del Visitante



PREPRE-FIG 2014

Salvatierra

500 Asistentes



3%

Visitante



Quién nos visita:



Secundaria	35%
Preparatoria	26%
Universidad	18%

De dónde viene:

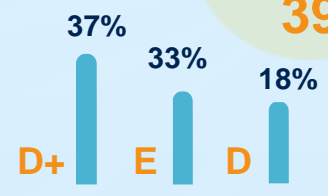
15 visitantes



Tarandácuaro **100%**

15

39 años



Ama de casa	47%
Empleado de gobierno	14%
Comerciante	12%

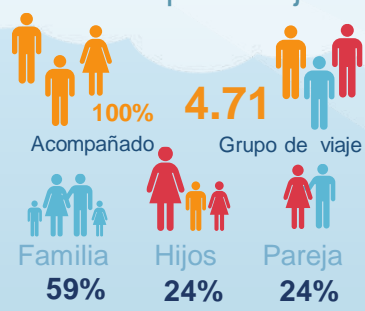
Fuente: AMAI

Qué lo motiva:



Si
100%

Con quién viaja:

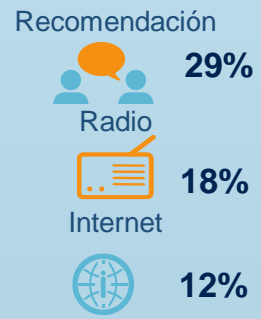


En qué viaja:



100%

Vio publicidad:



Su experiencia en el evento:



Recurrencia Ciudad **100%**



Satisfacción **7.2** General

Nota: Se muestran solo las principales menciones.



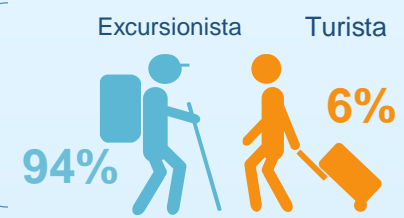
Perfil del Visitante



PREPRE-FIG 2014

Mineral de Pozos

3,000 Asistentes



Quién nos visita:



35 años



Universidad	37%
Preparatoria	27%
Secundaria	21%

De dónde viene:

630 visitantes

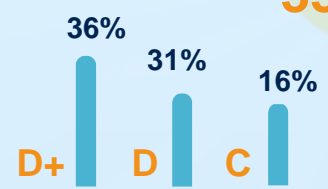


Querétaro 71%
D.F. 29%

San José Iturbide 44%
Celaya 14%
Dolores Hidalgo 14%

315

315



Empleado privado	30%
Empleado de gobierno	15%
Ama de casa	13%

Fuente: AMAI

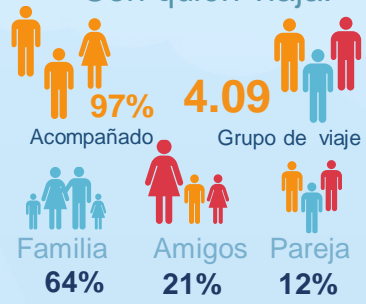
Qué lo motiva:



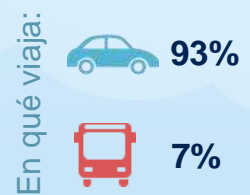
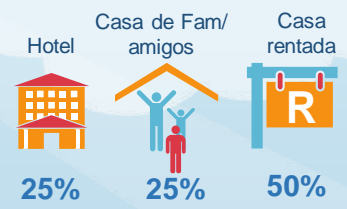
Si 93%
No 7%



Con quién viaja:



Se hospeda en:



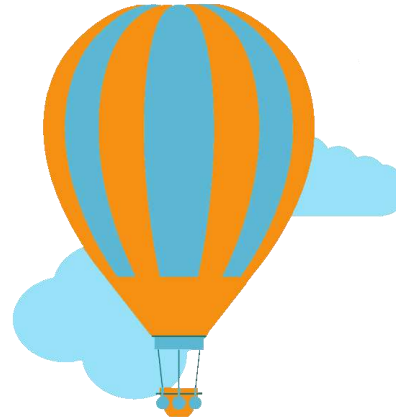
Vio publicidad:



Recurrencia Ciudad
92%



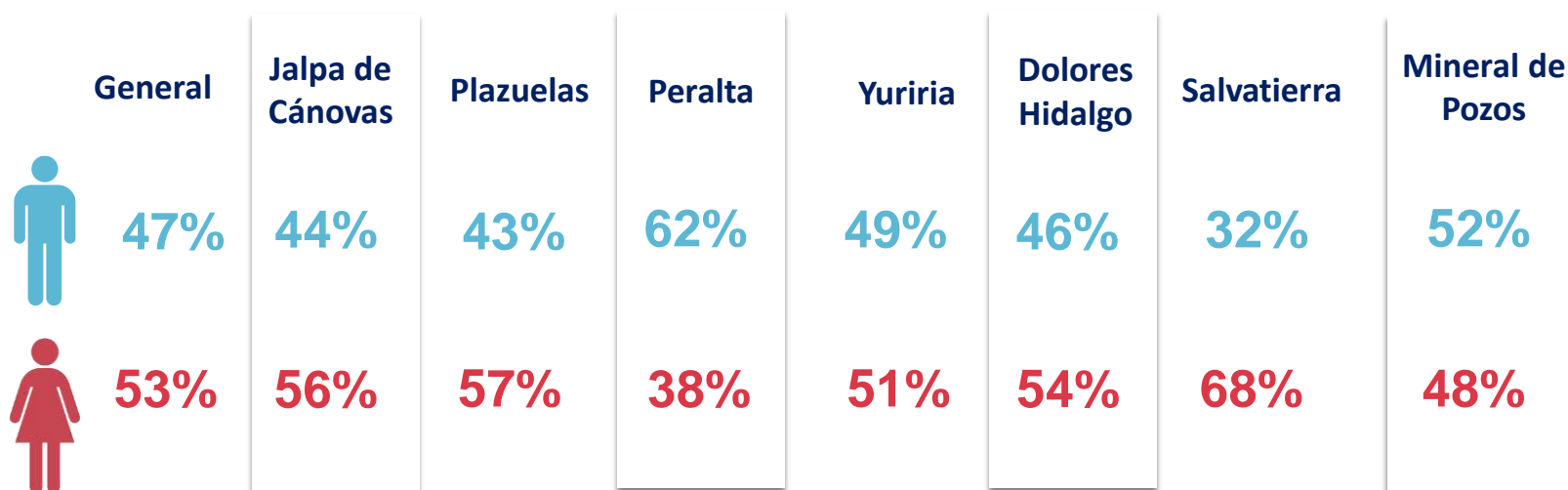
Nota: Se muestran solo las principales menciones.



PRE-FIG 2014

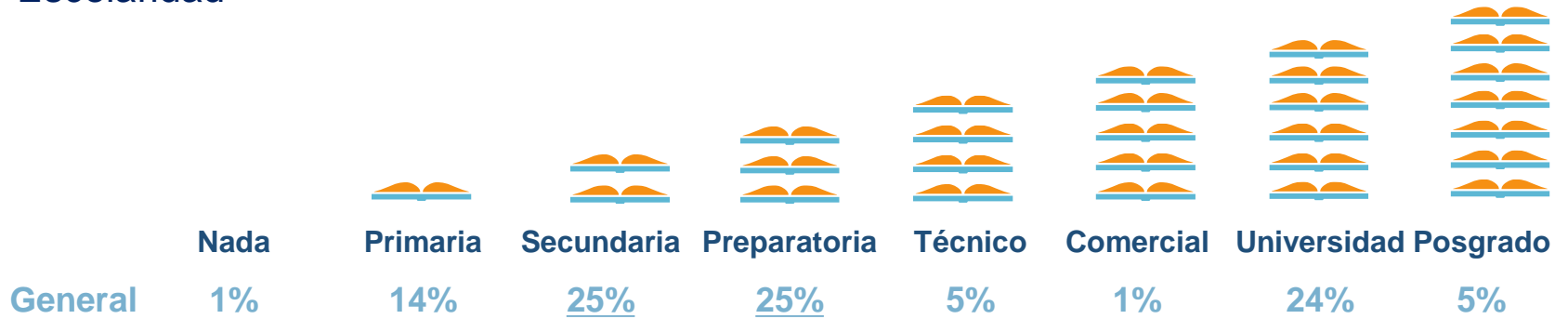
Anexos

Género del entrevistado

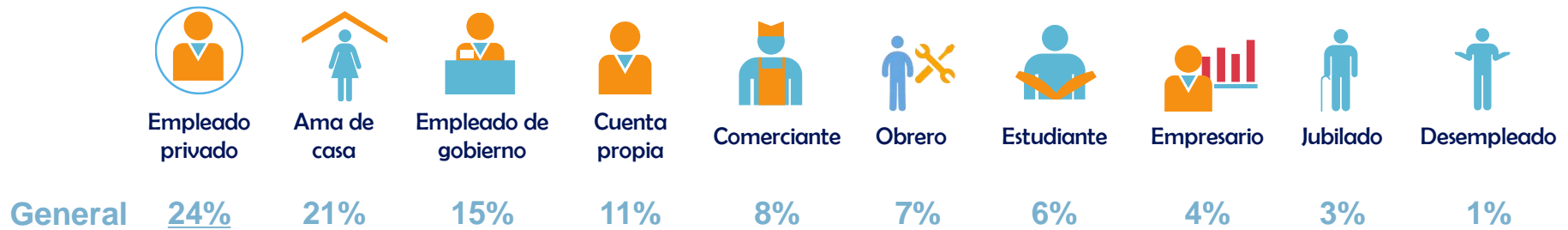


Perfil general

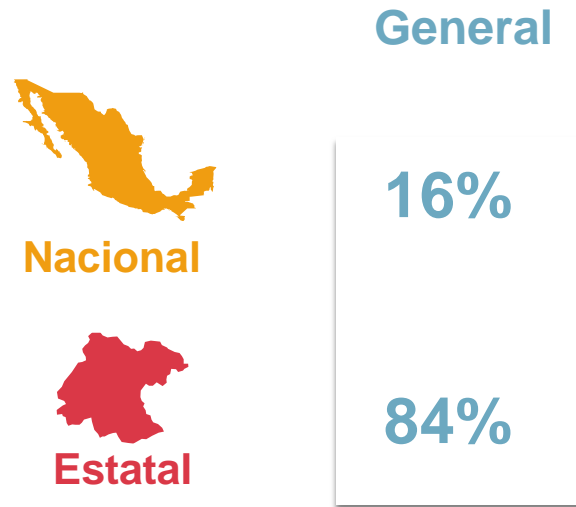
Escolaridad



Ocupación

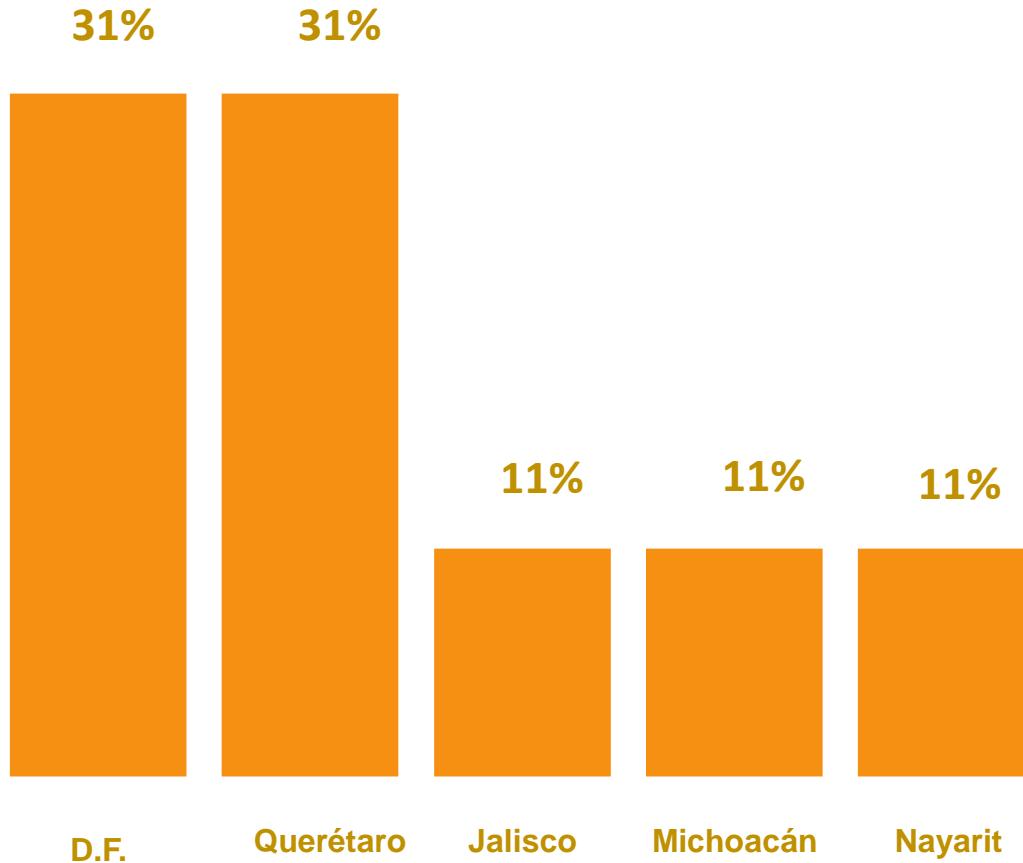


Procedencia del Visitante





Procedencia del Visitante Nacional

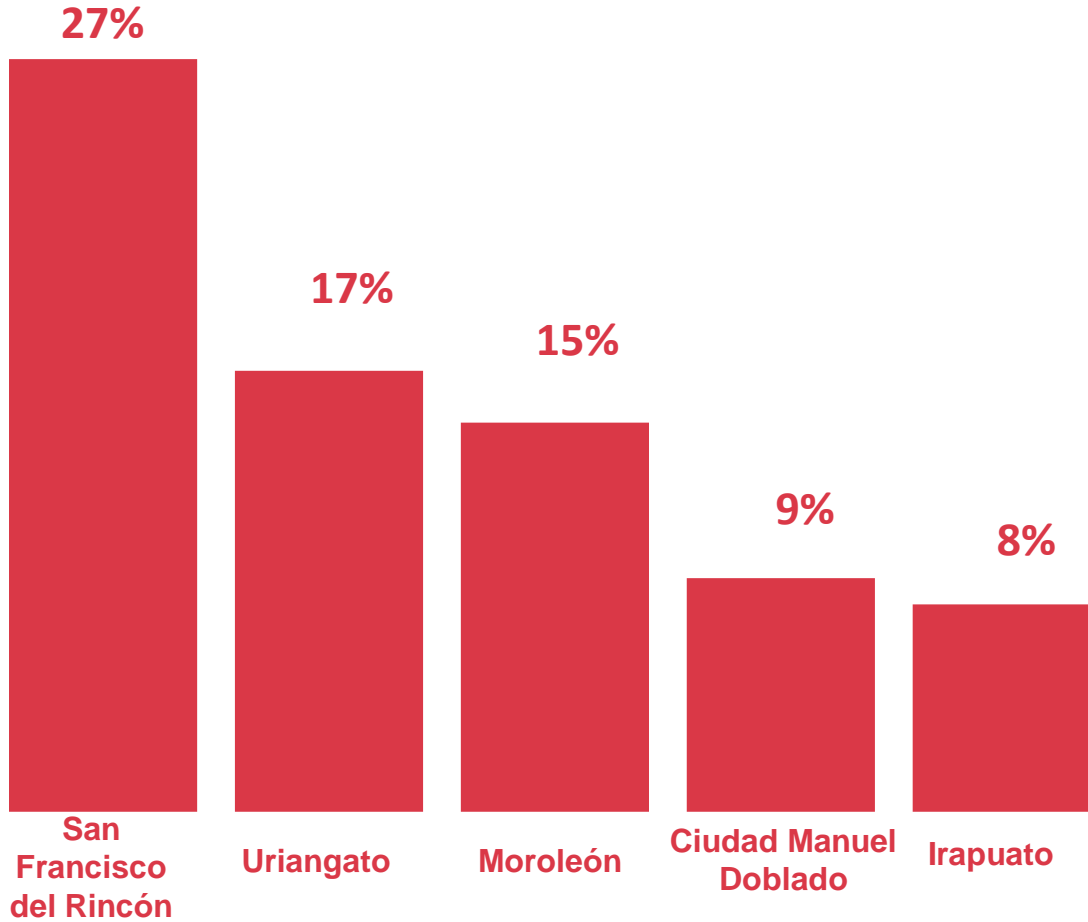


Estado	%
Distrito Federal	31%
Querétaro	31%
Jalisco	11%
Michoacán	11%
Nayarit	11%
Estado de México	5%
TOTAL	100%





Procedencia del Visitante Estatal



Estado	%
San Francisco del Rincón	27%
Uriangato	17%
Moroleón	15%
Cd. Manuel Doblado	9%
Irapuato	8%
León	4%
Salvatierra	4%
Celaya	3%
San José Iturbide	3%
San Miguel de Allende	2%
Abasolo	1%
Dolores Hidalgo	1%
Jaral del Progreso	1%
Pénjamo	1%
Tarandácuaro	1%
Tarimoro	1%
Valle de Santiago	1%
Victoria	1%
TOTAL	100%

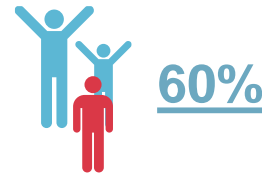


¿El evento es la principal razón de su visita al municipio?



Sí 96%

No 4%



Visita a Familiares /
Amigos

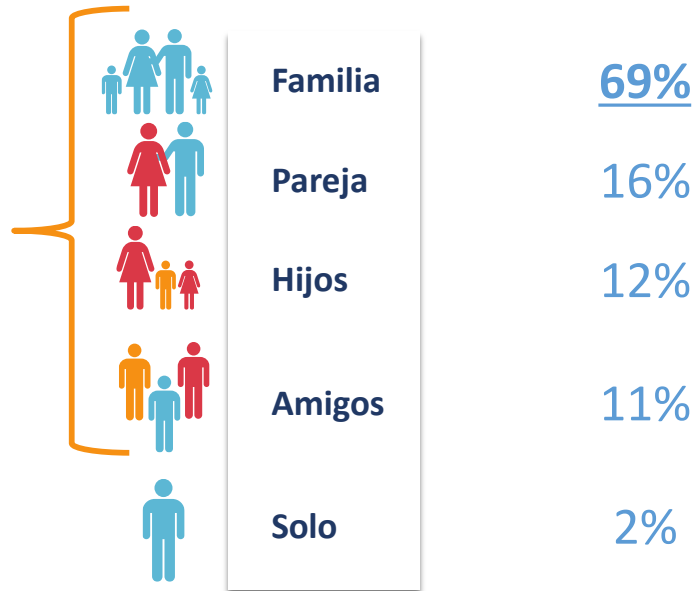


Trabajo / Negocios



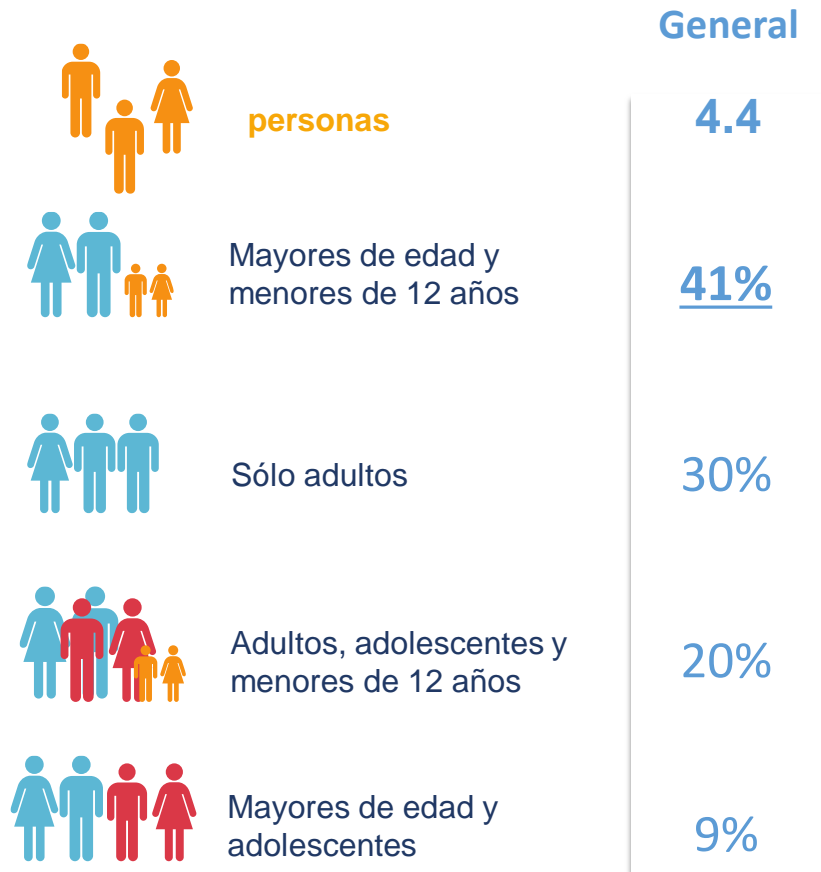
Acompañado por...

Acompañado
98%



Nota: SDM por lo que puede superar el 100%

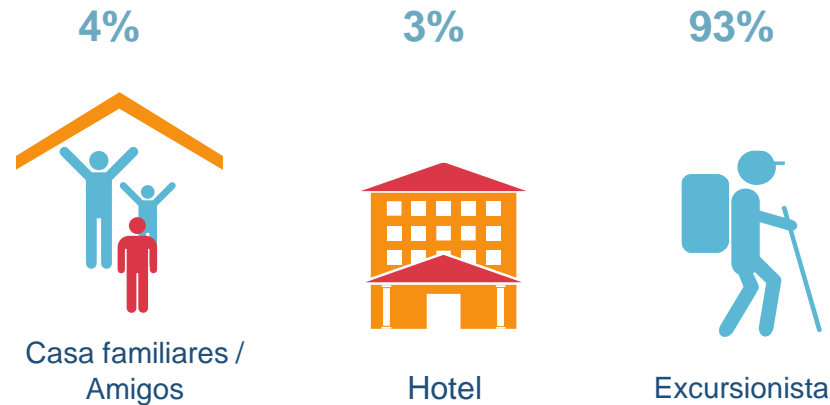
¿Cuál de los siguientes conceptos define mejor su grupo de viaje?



Planeación del viaje

Distribución del visitante por hospedaje

Del 100% de los asistentes, el **29%** se categorizaron como Visitantes.



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

	Sí	No
General	20%	80%

Global (Top 5)

Dentro de Guanajuato

León
Guanajuato
San Miguel de Allende
Irapuato
Purísima del Rincón

Fuera de Guanajuato

Guadalajara
Morelia
Cuernavaca
Ixtapa Zihuatanejo
Querétaro



Planeación del viaje

Medio de transporte

¿Qué medio de transporte utilizó usted como medio principal para llegar a la ciudad?



93%

Auto propio

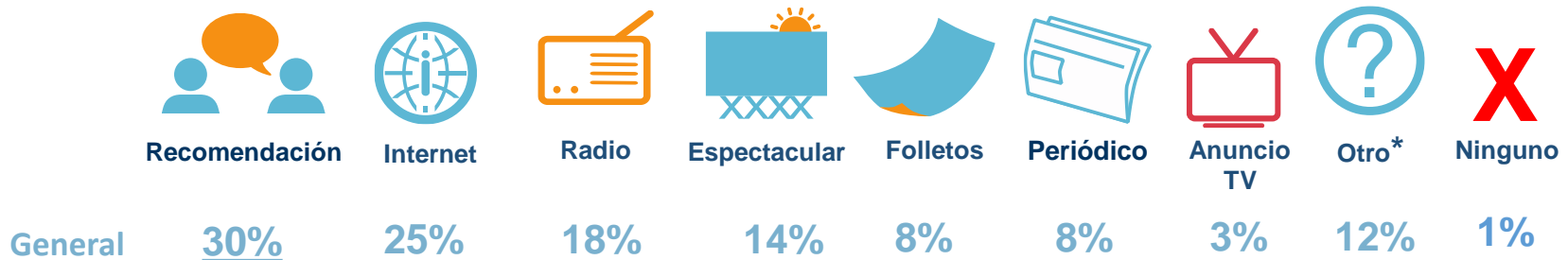


7%

Autobús



¿En qué medios escuchó o vio publicidad sobre el evento?




*Otro 2014: Perifoneo, Escuela, Cuando pasaba por el lugar, Invitación, Ediciones anteriores, Autobuses/Avión,

Nota: SDM por lo que puede superar el 100%

Atributos Generales del Evento

Índice Global

8.1

Calidad de los espectáculos	8.5	
Experiencia general durante el evento	8.5	
Imagen del evento	8.5	
Horarios de los espectáculos	8.3	
Ayuda por parte de los organizadores	8.3	
Seguridad durante el evento	8.2	
Organización en general	8.2	
Nivel de afluencia en los eventos	8.2	
Día en que se realizó el evento	8.1	
Presentación de la información	8.1	
Servicio de sanitarios	7.6	
Información de la ciudad*	7.5	
Publicidad del evento	7.2	

Promedio calculado bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6)

** Información de la ciudad – Aspecto evaluado únicamente para asistentes foráneos.*

Nota: Índice calculado según metodología SECTUR



¿Qué tan probable es que usted vuelva a asistir al evento?

	General
Definitivamente SÍ	93%
Probablemente SÍ	6%
Probablemente No	1%
Definitivamente No	0%

¿Por qué no?

TOP 2

GENERAL
No le gustó
Faltan globos

¿Qué tan probable es que usted recomiende a un amigo o colega asistir al evento?

	General
Definitivamente SÍ	91%
Probablemente SÍ	8%
Probablemente No	1%
Definitivamente No	0%

¿Por qué no?

TOP 3

GENERAL
Mal ambiente
Faltan globos
No me gustó







Metodología

Herramientas etnográfico

- **Target primario**
Entrevista a profundidad
- **Target secundario**
Entrevistas cortas
- **Grabación y evaluación del entorno**

Calendario de levantamiento

07
nov.

Jalpa

08
nov.

Plazuelas

09
nov.

Peralta

09
nov.

Dolores Hidalgo

11
nov.

Salvatierra

12
nov.

Mineral de Pozos

29
nov.

Yuriria

NOTA: Únicamente se programaron entrevistas para Peralta y Yuriria. En los demás destinos sólo se realizó grabación y evaluación de entorno.



Persona



ORGULLOSOS ANFITRIONES



3
horas



Edad
30-39



4 personas/
familia

El festival representa una oportunidad única de diversión y entretenimiento para los locales. Es, simplemente, algo nunca antes visto en la ciudad.

El evento despierta interés y genera expectativas entre la población. Así mismo, el hecho de que algo así se realice en su ciudad, es algo que los hace sentirse orgullosos.

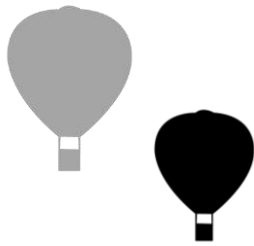
El asistente disfruta de las diversas actividades, es un elemento activo.



Percepción



Frases



Frases

“Ahorita con todos los problemas de inseguridad y violencia... el evento nos brinda un buen momento para olvidarnos de lo que está pasando”.

Asistente Moroleón



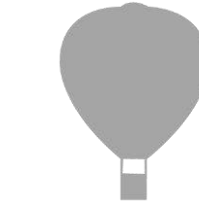
“Lo vemos como que le hace falta... Mientras que se da lo de los globos hubieran metido otros programas, hubieran aprovechado para invitar a las escuelas a hacer algún evento”.

Asistente local



“Son muy diferentes: allá (en León) es ver más de 200 globos y está padrísimo... y aquí, aunque son pocos, está muy padre que puedan traer estos globos para la gente que no se puede trasladar hacia allá, y es una convivencia muy familiar”.

Asistente Salamanca



“Nos llamaron la atención los globos, los artesanos, la comida y la música”

Asistente local



“En aquel evento de Salvatierra sí llevaron globos aerostáticos y estuvieron a disposición de la gente; algunos tuvieron la oportunidad de subir a ellos”.

Asistente Salvatierra, y Moroleón





Entorno

Jalpa de Cánovas



Impuntualidad en el programa, menos globos de los mencionados y no se encontraron las actividades lúdicas para niños.



Botes de basura insuficientes.

Plazuelas / Pénjamo



El evento fue publicitado con muy poco tiempo de anticipación; sólo incluía el sobrevuelo y no había señalética.



El espectáculo cultural estaba a cargo de sólo dos personas cantando.

Peralta



Campamento poco concurrido: sólo 6 casas de campaña.



Sobrevuelo cancelado debido a las condiciones del clima.



Puerta de acceso en mal estado, no había señalética del evento.



La muestra gastronómica eran sólo antojitos mexicanos.

Dolores Hidalgo



En general se percibió como un evento bien organizado, salvo la impuntualidad.

Mineral de Pozos



Impuntualidad y evento realizado entre semana, difícil para la asistencia de visitantes.

Salvatierra



Evento poco publicitado y gente insatisfecha por el día en el que se llevó a cabo; sólo asistieron las escuelas.

Yuriria



Las actividades comenzaron más tarde de lo indicado, sobre todo la aparición de los globos.



Exceso de basura en el lugar, muy pocos contenedores.

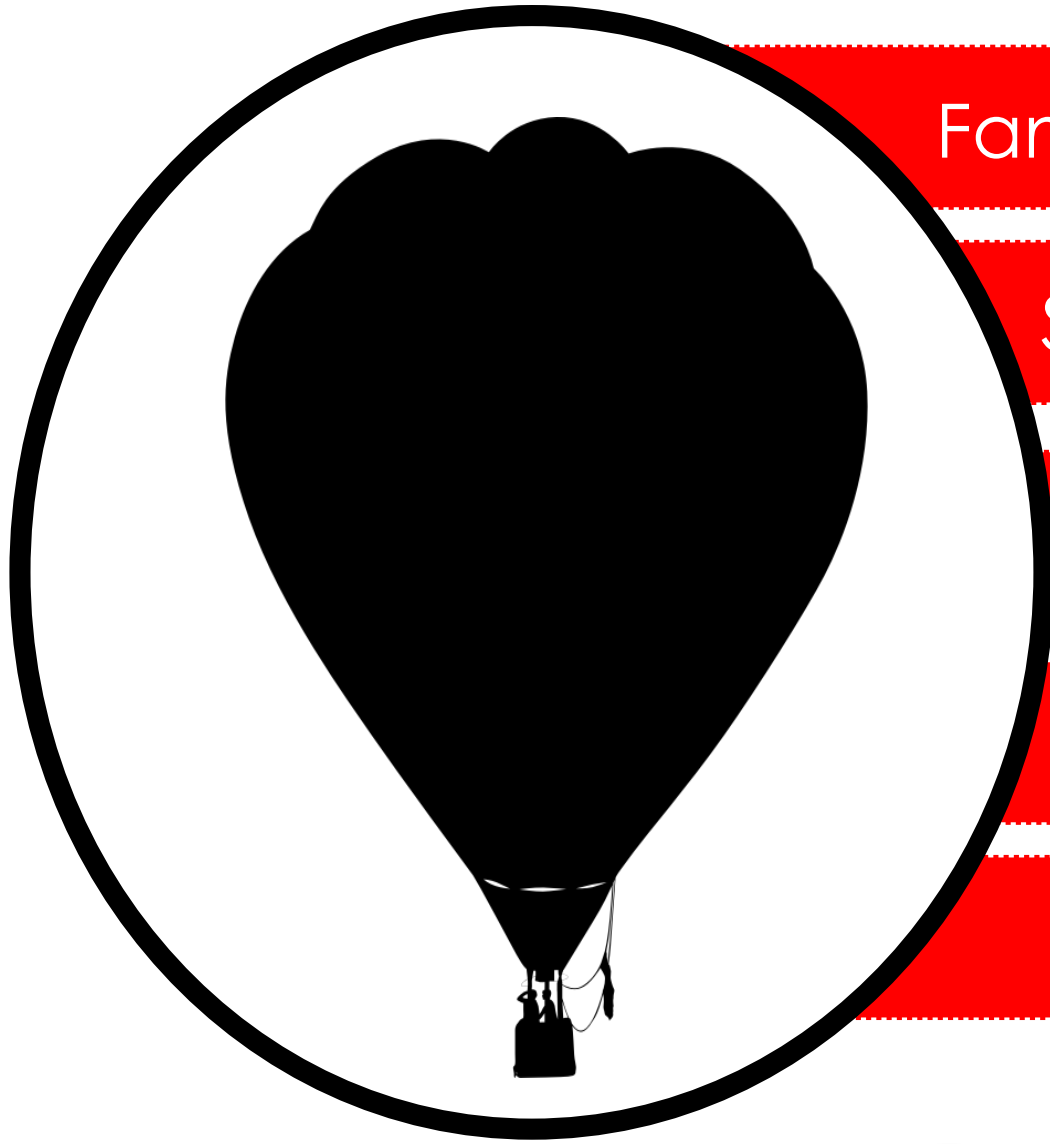


El lirio no permite ver que la laguna esta debajo, siendo esto **muy peligroso** para la gente que no es de la zona. Ya que no hay ningún aviso ni límite de la zona.

El exceso de lirio no permitió la colocación de las 1000 linternas que se mencionaban en el programa.



Identidad



Familia

Sueños

Escaparate

Convivencia

“También pasa en...”

Identidad



Redes



Foto agregada por Thompson Tinoko

Acerca de Festival Del Globo Yuriria

Atracción turística

Dirección Dirección postal Dentro de otro lugar

Sugiere una dirección

No hay dirección postal

Valle de Santiago

Teléfono Sugiere un número de teléfono

No hay número de teléfono

Guardar cambios

Me gusta

Opinar

Guardar

Editar

⚙

Valle de Santiago

A 1 persona le gusta este tema

30 visitas

Nublado 19 °C

Yuriria Guanajuato | Facebook

<https://es-la.facebook.com/yuriria.guanajuato.5>

Página Oficial de Presidencia Municipal de Yuriria, Jardín Principal s/n. ... INICIO DE LAS FIESTAS DECEMBRINAS-YURIRIA 2014 (22 fotos) ... Más de 1000 globos de cantoya, globos aerostáticos, música, gastronomía, artesanías, todo ...

Noche mágica con globos de cantolla en Guanajuato ...

www.dondeir.com/viajes/noche-magica-con-globos-de...en.../2014/11

11 de nov. de 2014 - DÓNDE IR diciembre 2014 ... Con motivo del Festival Internacional del Globo, que se realizará del 14 al 18 de noviembre en el ... El Pueblo Mágico de Yuriria realizará una noche mágica en la Laguna, donde desplegará mil ...

Yuriria, Guanajuato | México Desconocido

www.mexicodesconocido.com.mx/yuriria-guanajuato-pueblos-magicos-...

11 / DICIEMBRE / 2014 ... Festival de Globos Aerostáticos, en Xochitla ... Además, durante tu visita a Yuriria podrás degustar el delicioso caldo de michi, ...

Anuncian el prefestival del Globo 2014 en Pueblos Mágicos ...

www.oem.com.mx/elmexicano/notas/n3558866.htm

3 de oct. de 2014 - Anunció que en el Pueblo Mágico de Yuriria el programa será ... El programa del Pre-Festival del Globo iniciará el 7 de noviembre con una ...

Los gigantes que iluminan Guanajuato - Grupo Milenio

www.milenio.com/.../SViajes-Festival-Globo-Guanajuato-Gigantes_0_40...

10 de nov. de 2014 - El tradicional Festival Internacional del Globo de Guanajuato llegó



Yuriria Guanajuato

24 de noviembre

Noche Mágica



Me gusta · Comentar · Compartir

Compartida 164 veces

A 115 personas les gusta esto.

Mejores comentarios

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis



Yuriria Guanajuato

24 de noviembre · Editado ·

Noche Mágica Yuriria 2014

Las Noches Mágicas llegan a su fin y para cerrar con broche de oro toca el turno a nuestro Pueblo Mágico de Yuriria, un evento lleno de magia y diversión para toda la familia, te esperamos el próximo sábado 29 de Noviembre, se elevarán más de mil globos de #Cantoya no te lo puedes perder. #NocheMágica #YuririaMágico

5574 reproducciones

Me gusta · Comentar · Compartir

A 257 personas les gusta · Mejores comentarios · esto.

Compartida 113 veces



Martha Mar Mira JL Castelañ E se oye padre

Me gusta · Responder · 1 · 24 de noviembre a la(s) 19:12



JL Castelañ EVAMOS

Ver traducción



Yuriria Guanajuato

1 de diciembre ·

Noche Mágica 2014-Yuriria Pueblo Mágico

Memoria de la Noche Mágica en Yuriria, Gto.

Más de 1000 globos de cantoya, globos aerostáticos, música, gastronomía, artesanías, todo esto es Yuriria. — con Eduardo Martínez Briones.



Yuriria Guanajuato

1 de diciembre ·

Noche Mágica 2014-Yuriria Pueblo Mágico

Memoria de la Noche Mágica en Yuriria, Gto.

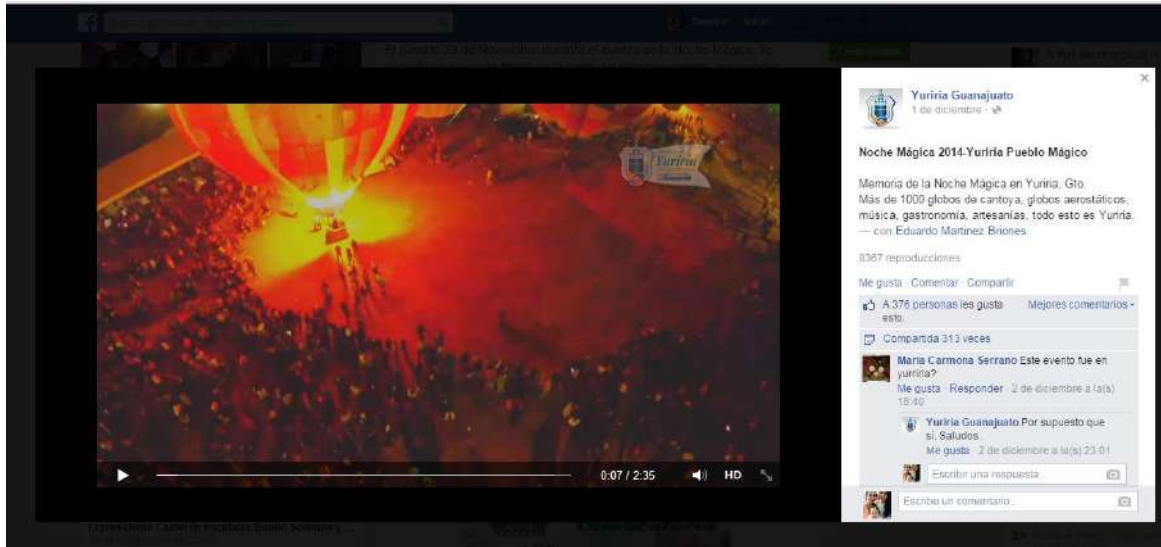
Más de 1000 globos de cantoya, globos aerostáticos, música, gastronomía, artesanías, todo esto es Yuriria. — con Eduardo Martínez Briones.

9799 reproducciones

Me gusta · Comentar · Compartir

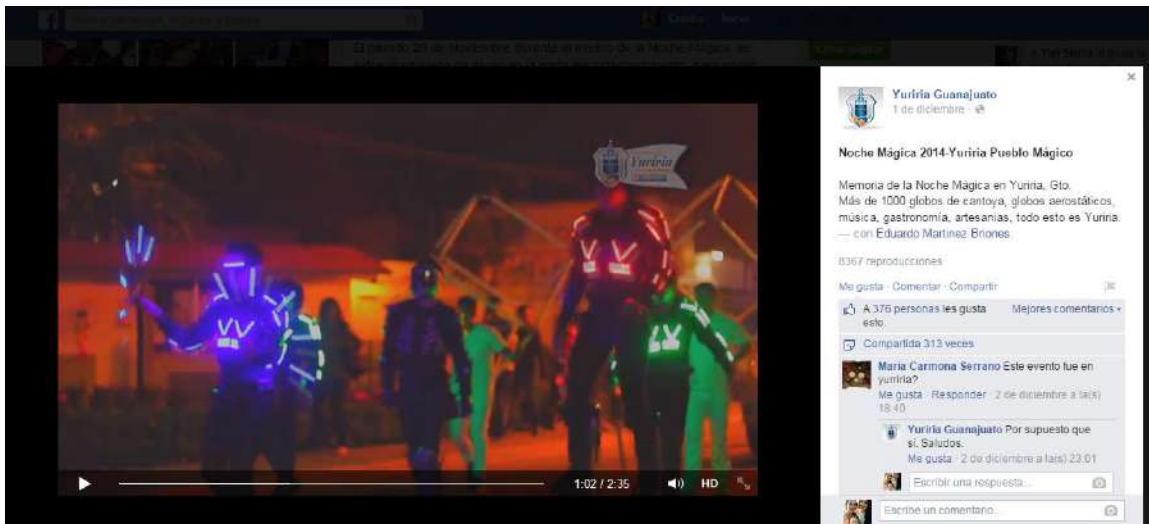
A 397 personas les gusta · Mejores comentarios · esto.

Compartida 372 veces



The image shows a video player interface. The video content depicts a hot air balloon being inflated at night, illuminated by its own lights, with a large crowd of people gathered around. A banner for 'Yuriria' is visible in the background. The video player shows a progress bar at 0:07 / 2:35. Overlaid on the right side of the video is a Facebook share dialog for the page 'Yuriria Guanajuato'. The dialog title is 'Noche Mágica 2014-Yuriria Pueblo Mágico'. The text below the title reads: 'Memoria de la Noche Mágica en Yuriria. Gto. Más de 1000 globos de carroya, globos aerostáticos, música, gastronomía, artesanías, todo esto es Yuriria. — con Eduardo Martínez Briones.' It shows 8367 reproducciones and 376 likes. A comment from Maria Carmona Serrano asks 'Este evento fue en yuriria?' and is answered by Yuriria Guanajuato.





Indicadores de la Actividad Turística



PRE-FIG 2014

Asistentes y Derrama Económica

Estimación de los Asistentes y la Derrama Económica Pre Festival Globo 2014

Categoría	Total en Personas	Participación	Estadía siguiendo el evento	Turistas noche y Excursionistas	Gasto diario promedio 2014	Derrama Económica Estimada
Turistas Hoteles 1 a 5*	311	2.54%	1.06	329	\$981.48	\$323,124
Familiares o amigos	518	4.24%	1.00	518	\$156.88	\$81,207
Excursionistas	11,388	93.22%		11,388	\$373.68	\$4,255,544
Visitantes	12,216	29.09%		12,235	\$380.86	\$4,659,875
Locales	29,784	70.91%		29,784	\$156.01	\$4,646,485
Asistentes	42,000	100.00%				\$9,306,360

Fuente: Datatur-Sectur, Sectur Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información. Estudio del Perfil del Visitante Pre Festival 2014.

Durante las Noches Mágicas se registró la asistencia de **42 mil personas**, generando una derrama económica de **\$9.3 millones de pesos**.

Asistentes y Derrama Económica



Noches Mágicas 2014

Destino	Día	Asistentes	Derrama Económica
Dolores Hidalgo	9 de Noviembre	8,000	\$1,772,640
San Luis de la Paz	12 de Noviembre	3,000	\$664,740
Jalpa de Cánovas	7 de Noviembre	8,000	\$1,772,640
Yuriria	29 de Noviembre	20,000	\$4,431,600
Salvatierra	11 de Noviembre	500	\$110,790
Pueblos Mágicos		39,500	\$8,752,410
Abasolo	9 de Noviembre	1,500	\$332,370
Pénjamo	8 de Noviembre	1,000	\$221,580
Zonas Arqueológicas		2,500	\$553,950
Total Noches Mágicas		42,000	\$9,306,360

Fuente: Sectur Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Coordinación de Estadística e Información, Estudio del Perfil del Visitante Pre-Festival 2014. Datos de asistentes proporcionados por el Comité Organizador.

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 Jardón Salazar,

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado

ajardon@guanajuato.gob.mx

Lic. Regina Loya Plascencia,

Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis

rloyap@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



GUANAJUATO

EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

