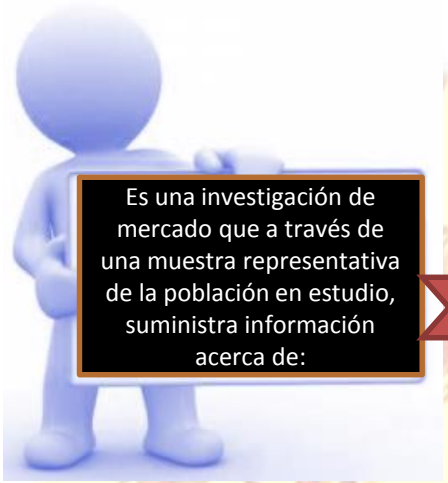
PERFIL DEL VISITANTE Y ACTIVIDAD TURÍSTICA DE GUANAJUATO CAPITAL 2012

Perfil Visitante a Guanajuato Capital 2012
Período de levantamiento Febrero-Agosto 2012

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis



Es una investigación de mercado que a través de una muestra representativa de la población en estudio, suministra información acerca de:

Información del Perfil

- Perfil Sociodemográfico del Visitante
- Planeación de Viaje
- Nivel de Satisfacción y Lealtad
- Medios de Comunicación e Información
- Gasto y Estadía del Visitante

Que será de gran utilidad para:

La definición de estrategias que se traduzcan en una mayor atracción de visitantes a los destinos del Estado de Guanajuato y que generan impacto social y económico.

¿Qué es el perfil del Visitante a Guanajuato Capital y cómo se realiza?

Se realiza:

Con una muestra aleatoria de:

1,003 entrevistas efectivas aplicadas a turistas y excursionistas, con un nivel de confianza del 95% y error del ± 5%

Los lugares de levantamiento fueron en estas ubicaciones:

Pípila, Plaza de la Paz (Basílica Nuestra Señora de Guanajuato), Museos (Regional Alhóndiga de Granaditas, Historia Natural Alfredo Dugés, de las Momias, Diego Rivera, Iconográfico del Quijote, Centros de Interpretación), Callejón de Beso, Universidad de Guanajuato, Teatros (Juárez, Principal, Cervantes), Mercado Hidalgo, Funicular, Área de La Valenciana y Presa de La Olla

Se entrevista a:

Viajeros, hombres y mujeres mayores de 18 años de edad, que no residan ni trabajen en el destino donde se realiza la entrevista y que hayan permanecido al menos 3 horas en el destino.

A través de

Encuesta Personal Cara a Cara

En un período de levantamiento de:

Del 4 de Febrero al 31 de agosto de 2012

El estudio es realizado por:

Una agencia de investigación de mercados contratada por la Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato. La empresa codifica, captura y elabora el reporte de resultados.

PERFIL GUANAJUATO CAPITAL 2012

Demográficos

56 % 44%

Edad promedio del entrevistado 33 Años

Nivel de Ingresos

De $13,200 a $36,699 (C)	36%
De $7,700 a $13,199 (D+)	33%

Ocupación

Empleado de empresa Privada	31%
Estudiante	22%
Trabaja por su cuenta	14%

Escolaridad

Universidad	49%
Posgrado	20%
Preparatoria	19%

Mercados Emisores

- Nacional 57% — 1,006,630
  - D.F. 24%
  - Jalisco 12%
  - Michoacán 6%
- Estatal 39% — 688,747
  - León 42%
  - Irapuato 15%
  - Celaya 13%
- Internacional 4% — 70,641
  - EUA 50%
  - Francia 7%
  - Chile, Ecuador, España y Venezuela 5%

1,766,018 Visitantes

Distribución

30%	Hotel	Reservó 55%	Por Internet 48%
15%	Casa de Familiares / amigos		
49%	Excursionista		

Turista 51% — Excursionista 49%

Propósito de Viaje

65%	Descanso/ vacaciones
Evento cultural	11%
7%	Congreso/ Exposición

Grupo de Viaje

Solo	15%
Acompañado	85%

3.7 personas

Movilidad

Si 27%

San Miguel de A	32%
León	31%
Dolores Hidalgo	12%

Gasto y Estadía

	Hotel	Casa de Familiares/ Amigos	Excursionista
	$1,621.56	$831.42	$1,130.37
	1.71 días	3.82 días	N.A.

Época y Plan de viaje

55%	28%	21%
No hay Fecha	Verano	Fin de Año

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Transporte

58%	Automóvil
32%	Autobús
4%	Avión

Experiencia y Satisfacción

Recurrencia: Si 75%

Experiencia	Índice de Satisfacción	Lealtad al Destino	
		Retorno	Recomendación
Igual 65%	8.2	99%	100%

Medios de Búsqueda

Internet	70%
Recomendación	21%
Agencia de viajes	5%

Nota: Se muestran solo las principales menciones.

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

gto orgullo y compromiso de todos
Secretaría de Desarrollo Turístico

Indicadores de la Actividad Turística **Guanajuato Capital**

Perfil Visitante a Guanajuato Capital 2012
Período de levantamiento Febrero-Agosto 2012

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

Principales Indicadores 2012
Guanajuato Capital

Población	
Población Total	171,709
Hombres	48%
Mujeres	52%

Oferta Hotelera 1 a 5 estrellas	2013	Var. 2011
Establecimientos	89	2%
Habitaciones	2,757	1%

Inversión Turística Privada

$ 59 millones de pesos

Indicadores de la Actividad Turística		Variación 2011
Llegada de Turistas	533,359	9%
Turistas Noche	910,173	11%
Ocupación	43%	15%
Estadía	1.71	2%
Densidad	2.10	-4%

Visitantes y Derrama Económica	2012	Variación 2011
Visitantes	1,766,018	9%
Derrama Económica Estimada	$3,788,777,671	7%

Principales Eventos	Visitantes	Variación	Derrama Económica	Variación
Rally WRC Guanajuato	5,199	11%	$42,066,527	8%
Festival Internacional Cervantino	140,388	-4%	$326,050,763	-15%
Festival Internacional de Cine	50,628	1%	$103,121,958	33%

Fuente: Sectur Guanajuato, Datatur, Inegi – Censo de Población y Vivienda 2010,, Estudio del Perfil del Visitante a Guanajuato 2012

ANEXOS

PERFIL GENERAL

Sexo y Tipo de Visitante

	2012
Hombres	56%
Mujeres	44%

	2012
Excursionista	51%
Turista	49%

PERFIL GENERAL

Edad promedio de los entrevistados

Edad	2012
15 a 19 años	6%
20 a 24 años	25%
25 a 29 años	19%
30 a 34 años	11%
35 a 39 años	11%
40 a 44 años	9%
45 a 49 años	8%
50 a 54 años	5%
55 a 59 años	2%
60 a 64 años	2%
65 a 69 años	1%
70 años o más	1%
Edad Promedio	33 años

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Propósito de Viaje

PROPÓSITO DE VIAJE	2012
Descanso/ Vacaciones	65%
Evento cultural	11%
Congreso/ Exposición	7%
Negocios/ Trabajo	6%
Visita a familiares /amigos	4%
Evento deportivo	2%
Viaje de Estudios/ Prácticas profesionales	2%
Evento Social	1%
Luna de miel / romance	0.2%
Otro	1.8%

***Otro 2012**: Religión / Peregrinación (.4%), Trámite de documentos (1%) y buscar casa para rentar (.4%)*

PROPÓSITO (Descanso/Placer)	2012
La cultura del destino	64%
El ambiente natural y la belleza del paisaje	31%
Las compras	1%
El sol y el contacto con el agua	1%
La vida nocturna	1%
Conocer la ciudad	0.3%
Los parques temáticos o de diversiones	0.1%
La práctica de actividades deportivas	0.1%
Otro	1.7%

***Otro 2012**:: Relajación/tranquilidad (.6%), recomendación (.4%), conocer la ciudad (.3%), trabajos de su pareja (.3%), por la comida (.2%), trámites (.1%), y me queda por el rumbo (.1%)*

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Grupo de Viaje

¿Con quién viaja?	2012
Acompañado	87%
Solo	13%

PROMEDIO EDAD ACOMPAÑANTES	2012
Adultos mayores de 18 años	34.4
Adolescentes de 12 a 18 años	15.1
Niños menores de 12 años	7.0
Promedio total de personas	3.7

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Distribución del visitante por tipo de hospedaje y Reservaciones

TIPO DE HOSPEDAJE	2012
Hotel	30%
Casa de Familiares y/o amigos	15%
Hostal	4%
Vivienda rentada	1.8%
Vivienda propia	0%
Campamento	0.2%
Excursionista	49%

RESERVACIÓN	2012
Si	55%
No	45%

MEDIO DE RESERVACIÓN	2012
Internet	48%
Teléfono / Fax	35%
Agencia de viajes	9%
Organizador de eventos	5%
Otro	3%

Otro 2012: *Personalmente (2%), por la empresa (0.5%), y por la empresa (0.5%)*

MEDIO SE ENTERÓ DE LUGAR DE HOSPEDAJE	2012
Llegando a la ciudad pregunté	39%
Por internet	36%
Por visita previa	10%
Recomendación	10%
Por agencia de viajes	4%
Otro	1%

Otro 2012: *Por la empresa (0.5%), por los guías(0.5%)*

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Movilidad del Visitante

Dígame ¿si visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?

Movilidad	2012
No	73%
Sí	27%

CIUDADES 2012	
DENTRO DE GTO.	FUERA DE GTO.
San Miguel de Allende	Guadalajara
León	Aguascalientes
Dolores Hidalgo	Acapulco
Silao	Lagos de Moreno
Irapuato	Fresnillo / Ixtapa

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Medio de Transporte

Medio de Transporte	2012
Automóvil propio	58%
Autobús	32%
Avión	4%
Autobús rentado	2%
Automóvil rentado	3%
Otro	1%

Otro 2012: Ride, auto de la empresa

PLANEACIÓN DE VIAJE

Hábitos de viaje

¿En que época del año acostumbra viajar por placer, diversión, descanso o vacaciones?

MOTIVO	2012
No hay fecha	55%
Verano	28%
Fin de año	21%
Semana Santa	16%
Fines de Semana	4%
Puentes	4%
Otro	1%

Otro 2012 :Inicio de año (1%).

¿Con cuánto tiempo de anticipación planeó su viaje?

Tiempo	2012
Menos de una semana	50%
1 semana a 15 días	23%
15 días a un mes	11%
1 mes a 3 meses	10%
Más de 3 meses	6%

Nota: La sumatoria puede sumar el 100%, por ser multirespuesta.

¿Cuántas veces al año acostumbra viajar por placer, diversión, descanso o vacaciones?

Promedio	2012
Veces	3.19

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

Recomendación y Retorno al Destino

¿Qué tan probable es que usted vuelva a visitar el destino en el futuro?

Retorno	2012
Definitivamente si	92%
Probablemente si	8%
Probablemente no	0%
Definitivamente no	0%

¿Qué tan probable es que Usted recomiende a un amigo o colega visitar este destino?

Recomendación	2012
Definitivamente si	92%
Probablemente si	8%
Probablemente no	0%
Definitivamente no	0%

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

Índice de Satisfacción

Índice Global 2012

8.2

ESTRUCTURA TURÍSTICA	2012
Experiencia en el destino	8.9
Centro Histórico	8.9
Museos de la ciudad	8.8
Diversidad de atractivos turísticos	8.8
Diversidad de actividades recreativas	8.6
Servicio de módulos de información	8.4
Servicio de guías de turistas	8.3
Relación Calidad / Precio en el destino	8.1
Establecimientos de alimentos y bebidas	8.0
Establecimientos de hospedaje	7.9

ESTRUCTURA. Es el conjunto de instalaciones, equipos personas físicas y empresas dedicadas a prestar servicios para satisfacer y facilitar la práctica del turismo.

FUENTE: Ramírez Blanco, Manuel. Teoría General del Turismo. Mayo de 1997

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

Índice de Satisfacción

SERVICIOS	2012
Hospitalidad de los residentes	8.8
Mantenimiento de recursos culturales	8.7
Seguridad en el destino	8.6
Mantenimiento de los recursos naturales	8.3
Limpieza en las calles y áreas públicas	8.0
Servicio de elementos de seguridad	8.0
Limpieza de los balnearios	7.8
Servicio de transporte público local	7.6

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

Índice de Satisfacción

INFRAESTRUCTURA DE LA CIUDAD	2012
Iluminación de la ciudad	8.7
Imagen Urbana	8.5
Infraestructura carretera	8.4
Señalética en la ciudad	8.3
Accesos a la ciudad	8.2
Aeropuerto	7.6
Terminal de Autobuses	7.4
Servicio de Estacionamientos	6.6

INFRAESTRUCTURA: Es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para promover el desarrollo socioeconómico en general y que son aprovechadas o utilizadas para impulsar alguna actividad en especial. La infraestructura puede ser externa en sus dos modalidades de acceso (marinas, carreteras, telecomunicaciones, aeropuertos) y de servicios básicos (agua electricidad, drenaje, transporte público y servicios asistenciales, educativos o administrativos).

FUENTE: Ramírez Blanco, Manuel. Teoría General del Turismo. Mayo de 1997.

MEDIOS PUBLICITARIOS

¿Qué medio consultó para planear su viaje a la ciudad?

Medio	2012
Internet	70%
Recomendación	21%
Agencia de Viajes	5%
Teléfono	1%
Folletos	1%
Otro	2%

Otro 2012: *Anuncios de TV (0.5%), autobús (0.5%), escuela (.5%), módulos de Información (0.5%)*

¿Qué medio de comunicación utiliza más?

Medio	2012
Internet	60%
Televisión	34%
Radio	4%
Prensa	1%
Revistas	1%

VISITANTE PROMEDIO

Perfil Visitante a Guanajuato Capital 2012
Período de levantamiento Febrero-Agosto 2012

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

VISITANTE PROMEDIO

PERFIL	2012
Edad Promedio	33 Años
Nivel de Ingreso	$13,200 a $36,699 (C) / $7,700 a $13,199 (D+)
Nivel Académico	Universidad
Acompañado por	Familia / Pareja
Grupo de viaje	3.7 personas
Medio de transporte	Automóvil propio
Otros lugares por visitar dentro del Estado	San Miguel de Allende, León, Dolores Hidalgo
Otros lugares por visitar fuera del Estado	Guadalajara, Aguascalientes, Acapulco
Propósito de Viaje	Descanso/Vacaciones / La cultura del destino
Si regresa el mismo día gastará	$1,130.37 p/p
Si se hospeda una noche en hotel gastará	$1,621.56 p/p
Principal lugar de hospedaje	Hotel
Experiencia del viaje	Igual
Recomendación del destino	Definitivamente Si
Retorno al destino	Definitivamente Si
Índice de satisfacción	8.2
Medio consultado para planear su viaje al Estado de Gto.	Internet

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

gto orgullo y compromiso de todos
Secretaría de Desarrollo Turístico

Indicadores de la Actividad Turística **Guanajuato Capital**

Perfil Visitante a Guanajuato Capital 2012
Período de levantamiento Febrero-Agosto 2012

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

INVENTARIO DE SERVICIOS TURÍSTICOS GUANAJUATO CAPITAL

Inventario de Servicios Turísticos	
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	109
Habitaciones (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	3,015
Restaurantes	163
Agencias de viajes	15
Campos de golf	1
Centros de Convenciones Salones y Recintos	7
Transportadoras turísticas	14
Arrendadoras	30
Atractivos	58
Auxilio Turístico	11
Spas	3
Recreación y Deporte	5
Vida Nocturna	31

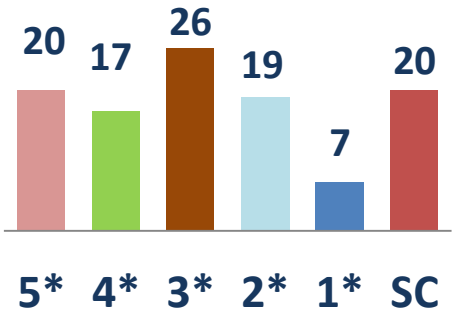
Fuente: Sectur a Enero 2013.

INVENTARIO DE HOSPEDAJE
GUANAJUATO CAPITAL

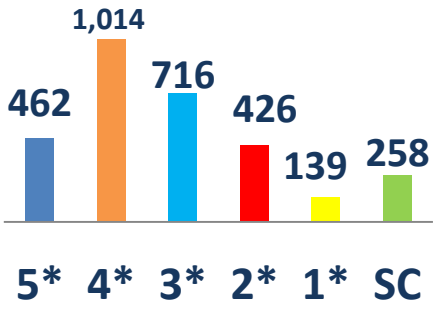
ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
GUANAJUATO CAPITAL

Categoría	Hoteles	Habitaciones
5 *	20	462
4*	17	1,014
3*	26	716
2*	19	426
1*	7	139
1 a 5 *	89	2,757
Sin Clasificar	20	258
1 a 5 * + SC	109	3,015

Hoteles



Habitaciones



Fuente: Sectur 2013

Derrama Económica Estimada
Guanajuato Capital

Visitantes y Derrama Económica Estimada 2012			
Visitantes			
Categoría	**Guanajuato Capital**	**Estado**	**Proporción Guanajuato/Estado**
Turistas en Hotel 1 a 5*	533,359	3,328,089	**16%**
Turistas en otros establecimientos comerciales	100,466	1,006,764	**10%**
Turistas en establecimientos no comerciales	266,808	5,258,381	**5%**
Excursionistas	865,384	9,984,267	**9%**
Totales	**1,766,018**	**19,577,501**	**9%**

Derrama Económica Estimada			
Categoría	**Guanajuato Capital**	**Estado**	**Proporción Guanajuato/Estado**
Turistas en Hotel 1 a 5*	$1,475,896,243	$8,894,075,899	**17%**
Turistas en otros establecimientos comerciales	$487,290,499	$7,866,458,858	**6%**
Turistas en establecimientos no comerciales	$847,386,544	$21,292,871,577	**4%**
Excursionistas	$978,204,385	$13,084,160,572	**7%**
Totales	**$3,788,777,671**	**$51,137,566,907**	**7%**

Fuente: Datatur-Sectur, Estudio del Perfil del Turista 2012

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: 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.

Contacto

- **Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,**
Director General de Planeación
rcardenas@guanajuato.gob.mx

- **Lic. Claudia Avalos Betancourt,**
Directora de Información y Análisis
cavalosb@guanajuato.gob.mx

- **Lic. Irazema Álvarez Pérez,**
Jefe de Estadística e Información
ialvarezp@guanajuato.gob.mx

- **Lic. Adriana Jardon Salazar,**
Jefe de Investigación y Análisis de Mercado
ajardon@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