Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

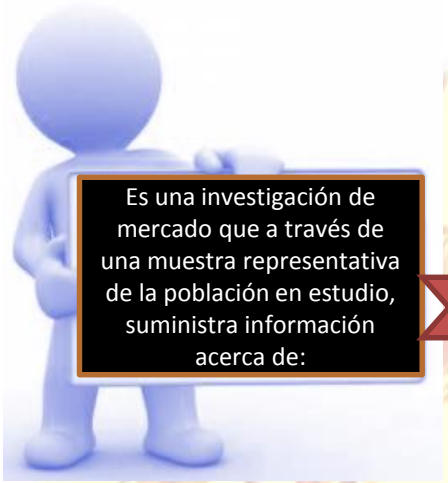
gto orgullo y compromiso de todos

Secretaría de Desarrollo Turístico

PERFIL DEL VISITANTE Y ACTIVIDAD TURÍSTICA DE SAN MIGUEL DE ALLENDE 2012

Perfil Visitante a San Miguel de Allende 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 San Miguel de Allende y cómo se realiza?

Se realiza:

Con una muestra aleatoria de:

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

Los lugares de levantamiento fueron en 9 ubicaciones:

Casa de Allende, Bellas Artes, Parroquia de San Miguel Arcángel, Ángela Peralta (Teatro), Casa del Mayorazgo, Parque Juárez, Parque del Chorro, El Charco del Ingenio, Atotonilco.

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 SAN MIGUEL DE ALLENDE 2012

Demográficos

56% 44%

Edad promedio Entrevistado
36 Años

Nivel de Ingresos

De $13,200 a $39,699 (C)	38%
De $7,700 a $13,199 (D+)	34%

Ocupación

Empleado de empresa privada	32%
Empleado de gobierno	15%
Trabaja por su cuenta	14%

Escolaridad

Universidad	49%
Posgrado	22%
Preparatoria	14%

Mercados Emisores

- **Nacional 71%** — 662,710
  - D.F. 28%
  - Querétaro 19%
  - Edo. Méx. 7%
- **Estatal 24%** — 224,015
  - Celaya 23%
  - León 20%
  - Guanajuato 19%
- **Internacional 5%** — 46,670
  - EUA 59%
  - Chile 8%
  - Colombia/ Canadá/ España 5%

933,395 Visitantes

Distribución

29%	Hotel	Reservó 55%	Por Internet 50%
15%	Casa de Familiares/ amigos		
51%	Excursionista		

Turista 49% — Excursionista 51%

Propósito de Viaje

80%	Descanso/ vacaciones
Visita a Familiares	7%
6%	Negocios/ trabajo

Grupo de Viaje

Solo	8%
Acompañado	92%

3.6 personas

Movilidad

Si 38%

Guanajuato	64%
Dolores Hidalgo	35%
León	29%

Gasto y Estadía

Hotel	Casa de Familiares/ Amigos	Excursionista
$1,735.28	$1,285.15	$1,505.29
1.61 días	5.50 días	N.A.

Época y Plan de viaje

52%	31%	30%
No hay Fecha	Verano	Fin de Año

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Transporte

74%	Automóvil
19%	Autobús
2%	Avión

Experiencia y Satisfacción

Recurrencia	Experiencia	Índice de Satisfacción	Lealtad al Destino	
Si 64%	Igual 63%	8.2	Retorno 99%	Recomendación 100%

Medios de Búsqueda

Internet	61%
Recomendación	31%
Agencia de viajes	4%

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

San Miguel de Allende

Perfil Visitante a San Miguel de Allende 2012
Período de levantamiento Febrero-Agosto 2012

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

Principales Indicadores 2012
San Miguel de Allende

Población	
Población Total	160,383
Hombres	47 %
Mujeres	53 %

Oferta Hotelera 1 a 5 estrellas	2012	Var. 2011
Establecimientos	92	10%
Habitaciones	1,777	3%

Inversión Turística Privada

$40 millones de pesos

Indicadores de la Actividad Turística		Variación 2011
Llegada de Turistas	275,138	13%
Turistas Noche	443,776	6%
Ocupación	35%	0%
Estadía	1.61	-7%
Densidad	1.99	0%

Visitantes y Derrama Económica		Variación 2011
Visitantes	933,395	15%
Derrama Económica Estimada	$3,014,242,391	1%

Principales Eventos	Llegada de turistas	Variación	Derrama Económica	Variación
Cuba Fest	9,144	12%	$16,945,625	6%
Festival de Música Barroca	6,846	44%	$12,857,281	36%

Fuente: Sectur Guanajuator-Datatur, Inegi – Censo de Población y Vivienda 2010, Estudio del Perfil del Visitante a San Miguel de Allende 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	4%
20 a 24 años	16%
25 a 29 años	19%
30 a 34 años	13%
35 a 39 años	11%
40 a 44 años	10%
45 a 49 años	9%
50 a 54 años	8%
55 a 59 años	4%
60 a 64 años	4%
65 a 69 años	2%
70 años o más	1%
Edad Promedio	36 años

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Propósito de Viaje

PROPÓSITO DE VIAJE	2012
Descanso/ Vacaciones	80%
Visita familiares/ amigos	7%
Negocios/trabajo	6%
Evento social	2%
Viaje de estudios/ prácticas	1%
Compras	1%
Religión / Peregrinación	1%
Evento cultural	0.5%
Congreso/Exposición	0.4%
Evento deportivo	0.2%
Tratamiento de salud	0.1%
Luna de miel/romance	0.1%
Otro	0.6%

Otro 2012: Trámites de documentos (0.5%), buscar casa para rentar (0.1%)

PROPÓSITO (Descanso/Placer)	2012
La cultura del destino	61%
El ambiente natural y la belleza del paisaje	34%
El sol y el contacto con el agua	2%
La vida nocturna	1%
Las compras	1%
Los parques temáticos o de diversiones	0.1%
Otro	0.9%

Otro 2012: Conocer la ciudad (0.6%), relajación/tranquilidad (0.2%), por la comida (0.1%)

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Grupo de Viaje

¿Con quién viaja?	2012
Acompañado	92%
Solo	8%

PROMEDIO EDAD ACOMPAÑANTES	2012
Adultos mayores de 18 años	36.9
Adolescentes de 12 a 18 años	15.1
Niños menores de 12 años	7.1
Promedio total de personas	3.6

ACOMPAÑANTES	2012
Familia	41%
Pareja	36%
Amigos	11%
Hijos	9%
Gente relacionada con trabajo	2%
Compañeros de escuela	1%

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Distribución del visitante por tipo de hospedaje y Reservaciones

TIPO DE HOSPEDAJE	2012
Hotel	29%
Casa de Familiares y/o amigos	15%
Vivienda rentada	2%
Vivienda propia	2%
Hostal/ posada	1%
Excursionista	51%

MEDIO DE RESERVACIÓN	2012
Internet	50%
Teléfono / Fax	41%
Familiar / Amigos	5%
Agencia de viajes	4%

RESERVACIÓN	2012
Si	55%
No	45%

MEDIO SE ENTERÓ DE LUGAR DE HOSPEDAJE	2012
Internet	37%
Llegando a la ciudad pregunté	35%
Recomendación	14%
Ya lo conocía	10%
Agencia de viajes	4%

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Movilidad del Visitante

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

Movilidad	2012
Sí	38%
No	62%

CIUDADES 2012	
DENTRO DE GTO.	**FUERA DE GTO.**
Guanajuato	Guadalajara
Dolores Hidalgo	Cancún
León	Aguascalientes
Celaya	Cuernavaca
Silao	Durango

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Medio de Transporte

Medio de Transporte	2012
Automóvil propio	74%
Autobús	19%
Avión	2%
Autobús rentado	2%
Automóvil rentado	2%
Otro	1%

Otro 2012 : moto, ride, taxi.

PLANEACIÓN DE VIAJE

Hábitos de viaje

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

MOTIVO	2012
No hay fecha	52%
Verano	31%
Fin de año	30%
Semana Santa	24%
Puentes	4%
Fines de semana	4%
Al inicio de año	1%

Multirespuesta por lo que la sumatoria da más del 100%.

¿Con cuánto tiempo de anticipación planeó su viaje?

Tiempo	2012
Menos de una semana	48%
1 semana a 15 días	24%
15 días a un mes	13%
1 mes a 3 meses	10%
Más de 3 meses	5%

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

Promedio	2012
Veces	3.4 veces

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	93%
Probablemente si	6%
Probablemente no	0%
Definitivamente no	1%

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

Recomendación	2012
Definitivamente si	95%
Probablemente si	5%
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	8.6
Museos de la ciudad	8.5
Diversidad de atractivos turísticos	8.5
Diversidad de actividades recreativas	8.4
Establecimientos de hospedaje	8.3
Establecimientos de alimentos y bebidas	8.2
Servicio de guías de turistas	7.9
Servicio de módulos de información	7.8
Relación Calidad / Precio	7.7

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	8.7
Mantenimiento de recursos culturales	8.5
Seguridad en el destino	8.4
Limpieza en las calles y áreas públicas	8.4
Mantenimiento de los recursos naturales	8.3
Servicio de elementos de seguridad	7.9
Servicio de transporte público local	7.7
Limpieza de los balnearios	NA

NA. Información No disponible, no hubo casos con esta respuesta.

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

Índice de Satisfacción

INFRAESTRUCTURA DE LA CIUDAD	2012
Iluminación de la ciudad	8.4
Imagen Urbana	8.4
Accesos a la ciudad	8.3
Infraestructura carretera	8.2
Señalética en la ciudad	8.1
Terminal de Autobuses	7.9
Servicio de Estacionamientos	6.3
Aeropuerto	NA

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.

NA. Información No disponible, no hubo casos con esta respuesta.

MEDIOS PUBLICITARIOS

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

Medio consultado	2012
Internet	61%
Recomendación	31%
Agencia de viajes	4%
Folletos	1%
Organizador de eventos	1.5%
Teléfono	0.5%
Revistas	0.5%
Por la empresa	0.5%
Por la escuela	0.5%

¿Qué medio de comunicación utiliza más?

Medio	2012
Internet	56%
Televisión	36%
Radio	5%
Prensa	2%
Revistas	0.9%
Otro	0.1%

Otro 2012: Teléfono celular (0.1%)

VISITANTE PROMEDIO

Perfil Visitante a San Miguel de Allende 2012
Período de levantamiento Febrero-Agosto 2012

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

VISITANTE PROMEDIO

PERFIL	2012
Edad Promedio	36 años
Nivel de Ingreso	De $13,200 a $39,699 (C)
Nivel Académico	Universidad
Acompañado por	Familia
Grupo de viaje	3.6 personas
Medio de transporte	Automóvil
Otros lugares por visitar dentro del Estado	Guanajuato Dolores Hidalgo León
Otros lugares por visitar fuera del Estado	Guadalajara Cancún Aguascalientes
Propósito de Viaje	Descanso/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	$1,505.29 por persona
Si se hospeda una noche en hotel gastará	$1,735.28 por persona
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 destino	Internet

Indicadores de la Actividad Turística

San Miguel de Allende

Perfil Visitante a San Miguel de Allende 2012
Período de levantamiento Febrero-Agosto 2012

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

INVENTARIO DE SERVICIOS TURÍSTICOS SAN MIGUEL DE ALLENDE

Inventario de Servicios Turísticos	
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	100
Habitaciones (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	1,878
Restaurantes	75
Agencias de viajes	15
Campos de golf	2
Centros de Convenciones Salones y Recintos	16
Transportadoras turísticas	27
Arrendadoras	2
Atractivos	63
Auxilio Turístico	3
Spas	17
Recreación y Deporte	8
Vida Nocturna	37

Fuente: Sectur a Enero 2013.

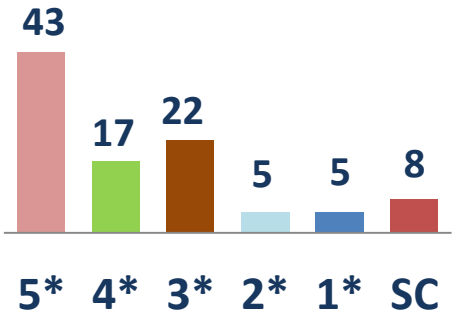
INVENTARIO DE HOSPEDAJE SAN MIGUEL DE ALLENDE

ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

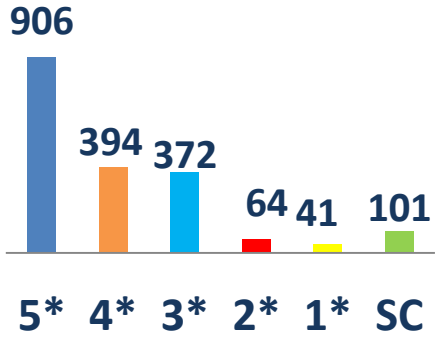
SAN MIGUEL DE ALLENDE

Categoría	Hoteles	Habitaciones
5 *	43	906
4*	17	394
3*	22	372
2*	5	64
1*	5	41
1 a 5 *	92	1,777
Sin Clasificar	8	101
1 a 5 * + SC	100	1,878

Hoteles



Habitaciones



Fuente: Sectur 2013

Derrama Económica Estimada
San Miguel de Allende

Visitantes y Derrama Económica Estimada 2012			
Visitantes			
Categoría	**San Miguel de Allende**	**Estado**	**Proporción SMA/Estado**
Turistas en Hotel 1 a 5*	275,138	3,328,089	8 %
Turistas en otros establecimientos comerciales	28,638	1,006,764	3 %
Turistas en establecimientos no comerciales	151,559	5,258,381	3%
Excursionistas	478,060	9,984,267	5%
Totales	**933,395**	**19,577,501**	**5%**

Derrama Económica Estimada			
Categoría	**San Miguel de Allende**	**Estado**	**Proporción SMA/Estado**
Turistas en Hotel 1 a 5*	$770,075,473	$8,894,075,899	9%
Turistas en otros establecimientos comerciales	$480,210,598	$7,866,458,858	6%
Turistas en establecimientos no comerciales	$1,044,338,981	$21,292,871,577	5%
Excursionistas	$719,617,340	$13,084,160,572	6%
Totales	**$ 3,014,242,391**	**$51,137,566,907**	**6%**

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

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