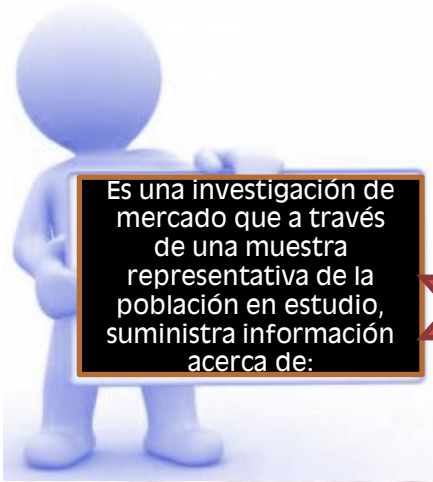
PERFIL DEL VISITANTE Y ACTIVIDAD TURÍSTICA RALLY 2013

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
- Recordación Publicitaria
- 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 Eventos que se organizan en el Estado de Guanajuato y que generan impacto social y económico en el destino.

¿Qué es el perfil del Visitante de Rally 2013 y cómo se realiza?

Se realiza:

Con una muestra aleatoria de:

500 encuestas totales (350 a Visitantes, turistas y excursionistas y 150 a locales), levantadas en RALLY 2013, con un nivel de confianza del 95% y error del ± 5%

Lugares de levantamiento:

Inauguración en Guanajuato (pastitos o Alhóndiga), Rock n Rally (Parque Guanajuato Bicentenario), Exhibición de autos en Poliforum León, Autódromo, Rutas del Rally (Agua Zarca).

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

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

El estudio es realizado por

Del 7 al 10 de marzo de 2013

En un período de levantamiento de:

PERFIL VISITANTE FORÁNEO RALLY 2013

Demográficos

71% 29%

Edad Promedio Entrevistados
33 Años

Nivel de Ingresos

NSE C (De $15,300 a $45,999)	36%
NSE C- (De $12,100 a $15,299)	23%

Ocupación

Empleado empresa privada	41%
Estudiante	12%
Trabaja por su cuenta	11%

Escolaridad

Universidad	59%
Preparatoria	19%
Posgrado	14%

Mercados Emisores

Nacional 61%	•D.F. 19% •Jalisco 19% •Edo. Méx 12%	59,520
Estatal 38%	•León 27% •Irapuato 21% •Guanajuato 14%	37,078
Internacional 1%	•EUA 50% •Costa Rica 25% •Ecuador 25%	976

97,574 visitantes

Distribución

27%	Hotel	Reservó 72% → Por Internet 50%
21%	Campamento/ Tienda de campaña	
10%	Casa Familiares / Amigos	

Grupo de Viaje

Solo 6%
Acompañado 94%
4.7 personas
28 años

Turista 60%
Excursionista 40%

Propósito de Viaje

91%	Rally	Otro 9%
Negocio / Trabajo	33%	
23%	Descanso/ Vacaciones	
Eventos	23%	

Transporte

87%	Automóvil
8%	Autobús
3%	Avión

Movilidad

16% Sí

Guanajuato	43%
León	21%
Silao	19%

Gasto y Estadía

Hotel	Casa de Familiares/Amigos	Excursionista
$2,092.92	$1,309.98	$1,710.65
1.48 días	2.13 días	N.A.

Medios Publicitarios y Patrocinadores

Internet	55%
Televisión	25%
Recomendación	15%

Corona	64%
Monster	51%
Volkswagen	46%

Experiencia y Satisfacción Rally

Recurrencia
Ciudad 95% Evento 64%

Índice de Satisfacción

Destino	Evento
7.9	8.4

Lealtad al Evento

Retorno	Recomendación
99%	99%

Autos 33%
Las rutas 21%
Baños 7%
Falta de información 7%
Gustó
Nada, todo gustó 47%
Gustó

No agregaría Nada 26%	No quitaría nada 84%
Información 9%	Alcohólicos 2%
Baños 6%	Vendedores 1%

Mayor asistencia Rutas Rally 48%

Más captó atención Rutas Rally 28%

Perfil del Visitante al Rally 2013

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

Nota: Se muestran solo las principales menciones.

Demográficos

73% 27%

Edad Promedio Entrevistado
33 años

Nivel de Ingresos

NSE C (De $15,300 a $45,999)	32%
NSE C- (De $12,100 a $15,299)	19%

Ocupación

Empleado empresa privada	37%
Trabaja por su cuenta	17%
Estudiante	13%

Escolaridad

Universidad	58%
Preparatoria	19%
Posgrado	12%

Ciudad de Levantamiento

León 86%

Guanajuato 14%

364,426 locales

Gasto y días siguiendo el evento

Gasto $736.40

Días Evento 1.89 días

Grupo de Viaje

Solo 9%

Acompañado 91%

4.4 personas

Edad Promedio
27años

PERFIL VISITANTE LOCAL RALLY 2013

Experiencia y Satisfacción Rally

Recurrencia
Sí 85%

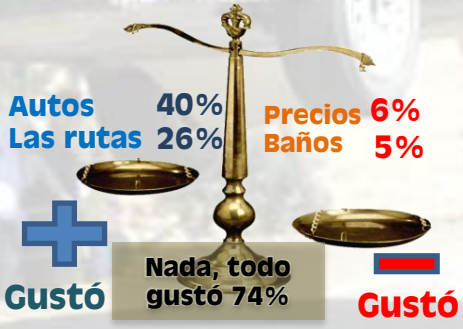
Índice de Satisfacción Evento
8.6

Lealtad al Evento

Retorno	Recomendación
98%	100%

Más llamó la atención
Exhibición Autos Poliforum 27%

Mayor asistencia
Exhibición Autos Poliforum 60%



No agregaría	No quitaría
Nada 29%	nada 87%
Gradas 7%	Precios altos 4%
Información 5%	Alcohólicos 1%

Medios Publicitarios

Televisión	43%
Internet	38%
Radio	27%

Patrocinadores

Corona	69%
Monster	59%
Volkswagen	54%

Perfil del Visitante al Rally 2013

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

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

WRC
FIA WORLD RALLY CHAMPIONSHIP

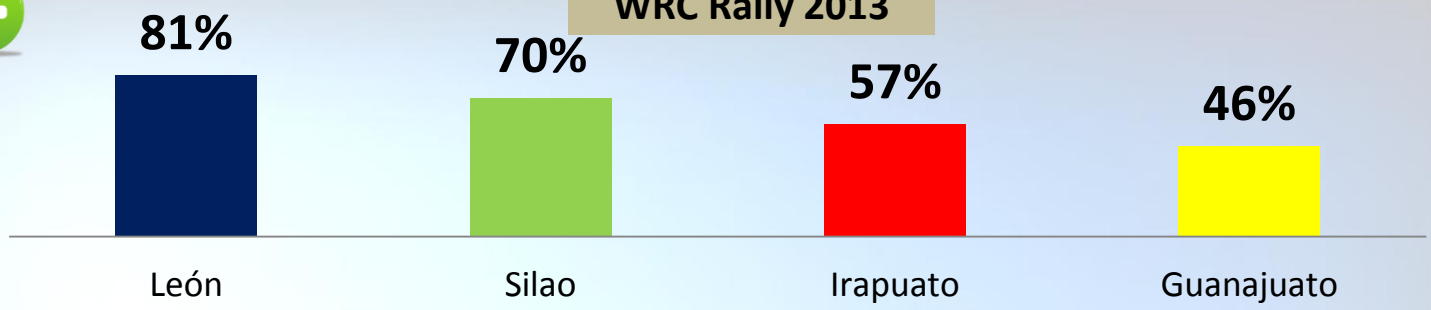
INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA 2013

7 -10 MARZO 2013

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

Principales Indicadores 2013
WRC Rally

Ocupación Hotelera WRC Rally 2013



Visitantes WRC Rally 2013

Resultados WRC Rally 2013

Clasificación	Personas	Derrama Económica
Visitantes	97,574	$204,117,284
Asistentes*	462,000	$472,480,311

Fuente: Sedetur-Datatur, Estudio del Perfil del Visitante 2013.
Comité Organizador, * Dato de asistentes totales

ANEXOS

PERFIL GENERAL

Sexo y tipo de visitante

Sexo	Local 2013	Visitante 2013
Hombres	73%	71%
Mujeres	27%	29%

Tipo de Visitante	2013
Turista	60%
Excursionista	40%

Excursionista: Se refiere al visitante que no pernocta en el destino. (Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita)
Fuente: OMT (Organización Mundial de Turismo)

Turista. Visitantes que pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.
Fuente: Datatur

PERFIL GENERAL

Edad promedio de los entrevistados

Edad	Local 2013	Visitante 2013
De 18 a 19 años	5%	5%
De 20 a 24 años	17%	15%
De 25 a 29 años	22%	23%
De 30 a 34 años	19%	21%
De 35 a 39 años	14%	14%
De 40 a 44 años	13%	9%
De 45 a 49 años	3%	6%
De 50 a 54 años	3%	4%
De 55 a 59 años	1%	1%
De 60 a 64 años	2%	1%
Más de 65 años	1%	1%
Edad Promedio	32 años	33 años

PERFIL GENERAL

Procedencia del Visitante

¿De qué Estado nos visita?

Principales menciones

Estado	2013
Distrito Federal	19%
Jalisco	19%
Estado de México	12%
Querétaro	8%
Michoacán	7%
San Luis Potosí	6%
Puebla	5%
Nuevo León	4%
Zacatecas	3%
Hidalgo	2%
Aguascalientes	2%
Tamaulipas	2%
Chihuahua	2%
Morelos	2%
Guerrero	1%
Oaxaca	1%
Durango	1%
Sonora	1%
Colima	0.5%
Veracruz	0.5%
Otro	2%
Total	**100%**

Otro: Yucatán, Tlaxcala, Nayarit, Baja California Norte (0.5% c/u)

¿De qué ciudad nos visita?

Principales menciones

Municipio	2013
León	27%
Irapuato	21%
Guanajuato	14%
Silao	12%
Celaya	9%
Salamanca	5%
San Miguel de Allende	3%
San Francisco del Rincón	1%
Uriangato	1%
Acámbaro	1%
Dolores Hidalgo	1%
Purisima del Rincón	1%
Romita	1%
San Felipe	1%
Santa Cruz de Juventino Rosas	1%
Valle de Santiago	1%
Otros	0%
Total	**100%**

Nota: porcentaje de León captado en Guanajuato y Parque Guanajuato Bicentenario.

¿De qué país nos visita?

País	2013
Estados Unidos	50%
Costa Rica	25%
Ecuador	25%
Otro	0%
Total	**100%**

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Propósito de Viaje

¿El Rally es su principal razón de visita a la ciudad?

	2013
Sí	91%
No	9%

Para visitantes que su principal razón de visita no es el rally ¿Cuál de las siguientes opciones define mejor su propósito de viaje?

Negocios / Trabajo	33%
Descanso / Vacaciones	23%
Eventos	23%
Visita a Familiares / Amigos	17%
Compras	4%

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Grupo de Viaje

¿Con quién viaja/visita el evento?

	Local 2013	Visitante 2013
Acompañado	91%	94%
Solo	9%	6%

	Local 2013	Visitante 2013
Grupo Promedio	4.4 personas	4.7 personas
Edad Promedio	27 años	28 años

Acompañado por….

	Local 2013	Visitante 2013
Familia	47%	35%
Amigos	29%	32%
Pareja	13%	23%
Hijos	14%	8%
Gente relacionada con mi trabajo	9%	1%
Compañeros de escuela	0%	1%

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Distribución del visitante por tipo de hospedaje y Reservaciones

TIPO DE HOSPEDAJE	2013
Hotel	27%
Campamento/ Tienda de campaña	21%
Casa de familiares / amigos	10%
Vivienda propia	1%
Vivienda rentada	1%
Excursionista	40%

RESERVACIÓN	2013
Sí	72%
No	28%

Nota: las respuestas de hospedaje en León fueron levantadas en Guanajuato, y las de hospedaje en Guanajuato fueron tomadas en León.

Excursionista: Se refiere al visitante que no pernocta en el destino. (Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita)
Fuente: OMT (Organización Mundial de Turismo)

MEDIO DE RESERVACIÓN	Foráneo 2013
Internet	50%
Teléfono / Fax	42%
Agencia de viajes	4%
Organizador de eventos	4%

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Medio de Transporte

Medio de Transporte	2013
Automóvil propio	87%
Autobús	8%
Avión	3%
Automóvil rentado	1%
Autobus rentado	0.5%
Otro	0.5%

Otro: *Trailer propio, taxi*

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Movilidad del Visitante

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

Movilidad	2013
No	84%
Sí	16%

CIUDADES 2013 (TOP 5)

DENTRO DE GUANAJUATO		FUERA DE GUANAJUATO	
Guanajuato	43%	Tepic	25%
León	21%	San Juan de los Lagos	13%
Silao	19%	Ciudad de México	13%
Irapuato	6%	Puerto Vallarta	13%
SMA/ Salamanca	4%	Querétaro	13%

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

Índice de Satisfacción Ciudad

Índice Global Ciudad 2013
7.9

EVALUACIÓN CIUDAD	2013
Estancia en el lugar de hospedaje	8.22
Aeropuerto	8.44
Instalaciones de la terminal de autobuses	7.86
Infraestructura y señales carreteras	7.81
Establecimientos de alimentos y bebidas	7.74
Transporte público local (taxis y transporte urbano)	7.21

Nota: *Índice calculado según SECTUR*

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

Índice de Satisfacción Rally

Índice Global Evento Local 2013
8.6

Índice Global Evento Visitante 2013
8.4

EVALUACIÓN RALLY	Local 2013	Visitante 2013
Imagen del Rally México	9.26	8.9
Etapa Callejera Nocturna en túneles de la cd. De Gto	8.43	8.9
Rutas del Rally	8.97	8.9
Ceremonia de Apertura (Alhóndiga)	8.82	8.9
Etapa Súper Especial (Autódromo)	8.91	8.6
Calidad de los espectáculos del evento	8.78	8.6
Exhibición de los autos en Poliforum León	8.92	8.5
Seguridad durante todo el evento	8.73	8.4
Rock ´n Rally (Parque Guanajuato Bicentenario)	8.33	8.4
Etapa Callejera (Por Poliforum) Street Stage	8.89	8.4

EVALUACIÓN RALLY	Local 2013	Visitante 2013
Horarios	8.63	8.4
Nivel de afluencia en los eventos	8.59	8.4
Premiación final (Foro del Lago Parque Explora)	8.57	8.3
Firma de autógrafos (Silao)	7.97	8.3
Organización en general	8.63	8.2
Presentación de la información (programa)	8.71	8.1
Información de la ciudad	8.24	8.0
Precios en comparación a otros eventos	7.94	8.0
Ayuda por parte de los organizadores	8.08	7.8
Servicios recibidos durante el evento	8.33	7.8

***Nota**: Índice calculado según SECTUR.*

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

Recomendación y Retorno al Evento

¿Qué tan probable es que usted vuelva a visitar el RALLY ?

Retorno	Local 2013	Visitante 2013
Definitivamente si	94%	92%
Probablemente si	4%	7%
Probablemente no	1%	0.5%
Definitivamente no	1%	0.5%

¿Qué tan probable es que Usted recomiende a un amigo o colega visitar el RALLY?

Recomendación	Local 2013	Visitante2013
Definitivamente si	94%	92%
Probablemente si	6%	7%
Probablemente no	0%	0%
Definitivamente no	0%	1%

MEDIOS PUBLICITARIOS

TOP 5

¿En qué medio de comunicación vio o escuchó sobre el evento?

Medio	Local 2013	Visitante 2013
Internet	38%	55%
Televisión	43%	25%
Recomendación	8%	15%
Radio	27%	13%
Espectacular	17%	5%

Nota: *Suma de menciones por lo que puede superar el 100%*

¿En qué medio encontró información más relevante para planear su visita al RALLY?

Medio	Local 2013	Visitante 2013
Internet	43%	61%
Televisión	11%	11%
Sugerencia	3%	9%
Radio	15%	9%
Folletos	13%	3%
Revista	3%	3%

VISITANTE PROMEDIO

VISITANTE PROMEDIO

PERFIL	Local 2013	Visitante 2013
Edad Promedio del Entrevistado	33 años	33 años
Nivel de Ingreso	(NSE C) De $15,300 a $45,999	(NSE C) De $15,300 a $45,999
Nivel Académico	Universidad	Universidad
Grupo de viaje	4.4 personas	4.7 personas
Acompañado por	Familia	Familia/Amigos
Medio de transporte	No Aplica	Automóvil propio
Otros lugares por visitar dentro del Estado	No Aplica	Guanajuato, León, Silao
Otros lugares por visitar fuera del Estado	No Aplica	Tepic, Mexicali, Cd. De México
Propósito de Viaje	No Aplica	Rally
Si regresa el mismo día gastará (Excursionista)	NA	$1,710.65
Si acampa gastará por día	NA	$1,041.24
Si se hospeda una noche en hotel gastará por día	NA	$2,092.92
Principal lugar de hospedaje	NA	Hotel
Índice de satisfacción con el evento	8.6	8.4
Recomendación del evento	Sí 100%	Sí 99%
Retorno al evento	Sí 99%	Sí 99%
Medio consultado para planear su visita al rally	Internet	Internet

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

gto orgullo y compromiso de todos
Secretaría de Desarrollo Turístico

WRC
FIA WORLD RALLY CHAMPIONSHIP

INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA 2013

7 -10 MARZO 2013

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

OCUPACIÓN, VISITANTES Y DERRAMA ECONÓMICA

- ✓La edición del WRC Rally México 2013 recibió a más de 97 mil visitantes, generando una derrama económica superior a los $204 millones de pesos.

- ✓La ocupación promedio en ciudad de León fue de 81%. Los mejores resultados se presentaron en las categorías 4 y 5 estrellas con ocupaciones de 95% y 99% respectivamente. Se calculan más de 59 mil visitantes a la ciudad de León, con una derrama económica estimada superior a los $125 millones de pesos.

Indicadores de la Actividad Turística Rally 2013 – del 7 al 10 de marzo					
Concepto	**Suma 4 destinos**	Guanajuato	León	Silao	Irapuato
Llegada de turistas	**25,131**	5,199	15,974	1,462	2,496
Turistas noche	**37,281**	7,871	22,400	2,947	4,064
Porcentaje de Ocupación	**67.38%**	45.61%	81.27%	69.81%	56.54%
Estadía Promedio	**1.48**	1.51	1.4	2.02	1.63
Visitantes*	**97,574**	19,358	59,477	5,445	9,295
Derrama Económica Total	**$204,117,284**	$42,066,527	$125,514,734	$13,366,246	$20,794,602

Fuente: Datatur-Sectur. Estudio del Perfil del Visitante al WRC Rally 2013.
Se consideran las noches del 7 al 9 de marzo.
Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo
*Incluye visitantes y derrama económica del PGB.

Visitantes y Asistentes del Evento

- El Comité Organizador del evento reportó 462 mil asistentes, un 5% de incremento en comparación con 2012.
- La derrama económica generada por el total de asistentes fue superior a los $472 millones de pesos.

Asistentes y Visitantes Derrama Económica Estimada WRC Rally 2013		
Categoría	**Personas**	**Derrama Económica**
Turistas en Hotel 1 a 5*	25,131	78,026,949
Turistas en otros establecimientos comerciales	19,784	31,024,263
Turistas en establecimientos no comerciales	10,962	28,204,393
Excursionistas	37,697	64,486,505
Visitantes 4 destinos	**93,574**	**$201,742,109**
Parque Guanajuato Bicentenario	**4,000**	**$2,375,175**
Visitantes Totales	**97,574**	**$204,117,284**
Locales	**364,426**	**$268,363,027**
Asistentes Totales	**462,000**	**$472,480,311**

Fuente: Sedetur, Estudio del Perfil del Visitante al WRC Rally Corona 2013. Datatur- Sectur
Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo
Turistas en otros establecimientos comerciales incluye: Campamentos
Turistas en establecimientos no comerciales: Familiares y amigos
Excursionista es el visitante que no pernocta en el destino
Comité Organizador WRC Rally Corona 2013

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 8° piso
Col. Los Gavilanes, C.P. 37120, León, Guanajuato
Tel. (477) 10 41 4 00