Perfil del Visitante

Dolores Hidalgo

C.I.N 2016

guanajuato.mx

GUANAJUATO
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

gto
orgullo y compromiso de todos

IMPULSO Guanajuato

CONTENIDO

Nota Metodológica

Perfil Demográfico y Mercados Emisores

Plan de Viaje y Segmentos de Turistas

Experiencia y Satisfacción

Impacto de Medios

Mix de Ideas

Nivel de Gasto e Indicadores de la Actividad Turística

NOTA **METODOLÓGICA**

1

Es un estudio cuantitativo descriptivo que suministra información:

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

2

238 encuestas a turistas y excursionistas con un Nivel de Confianza del 95% y un error de +/-6.1%

3

UTILIDAD

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

4

Estudio realizado por una agencia de investigación de mercados contratada por esta Secretaría. La empresa **ejecuta el trabajo de campo, codifica y procesa la información**.

La Dirección de Información & Análisis **elabora el análisis y reporte de resultados**

5

En:

1. Plaza principal Jardín del grande Hidalgo
2. Parroquia de nuestra señora de Dolores
3. Casa- Museo José Alfredo Jiménez
4. Aeropuerto Internacional del Bajío
5. Panteón Municipal / Tumba de José Alfredo Jiménez

6

Viajeros mayores de 18 años, que no residan ni trabajen en el destino.

Encuesta personal cara a cara

Del 19 de marzo de 2016 al 08 de enero de 2017

DEMOGRÁFICOS

46%
de los asistentes son mujeres

54%
de los asistentes son hombres

63%
tiene ingresos de
$4,300 a $19,999

La edad promedio es de
37 años

55%
procedencia Nacional

50%
tiene grado **Universidad**

42%
procedencia Estatal

26%
Empleado privado

3%
procedencia Internacional

MERCADOS EMISORES

Top 5

55%
Nacional

Estado

- Cd. de México **15%**
- Querétaro **13%**
- Edo México **10%**
- Nuevo León **9%**
- San Luis Potosí **8%**

39 años

61% Hombres

57% Universidad

29% pertenece al NSE D+

42%
Estatal

Municipio

- León **30%**
- San Luis De la Paz **11%**
- San Miguel De Allende **10%**
- San Diego de la Unión **9%**
- Celaya **9%**

35 años

53% Mujeres

39% Universidad

38% pertenece al NSE D

3%
Internacional

País

- Estado Unidos 57%
- España **43%**

38 años

71% Mujeres

57% Universidad

29% 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 $60,000 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 DDe $4,300 a $10,999; NSE EDe $0 a $4,299

PLAN DE VIAJE

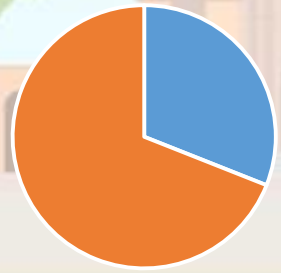
1 Grupo promedio de viaje

4 personas

2 Acompañado por

Familia	Pareja	Amigos
55%	20%	17%

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



No 68%

Sí 32%

Dentro de Guanajuato

San Miguel de Allende	59%
Guanajuato	43%
León	15%

4 Actividades de interés

Ir a desayunar/ comer/ cenar	61%
Visitar atractivos por su cuenta	26%
Recorridos turísticos	19%

Recorridos turísticos: Museos, Iglesias / Templos, Centro, Turibus, Plaza principal

5 Medio de reservación

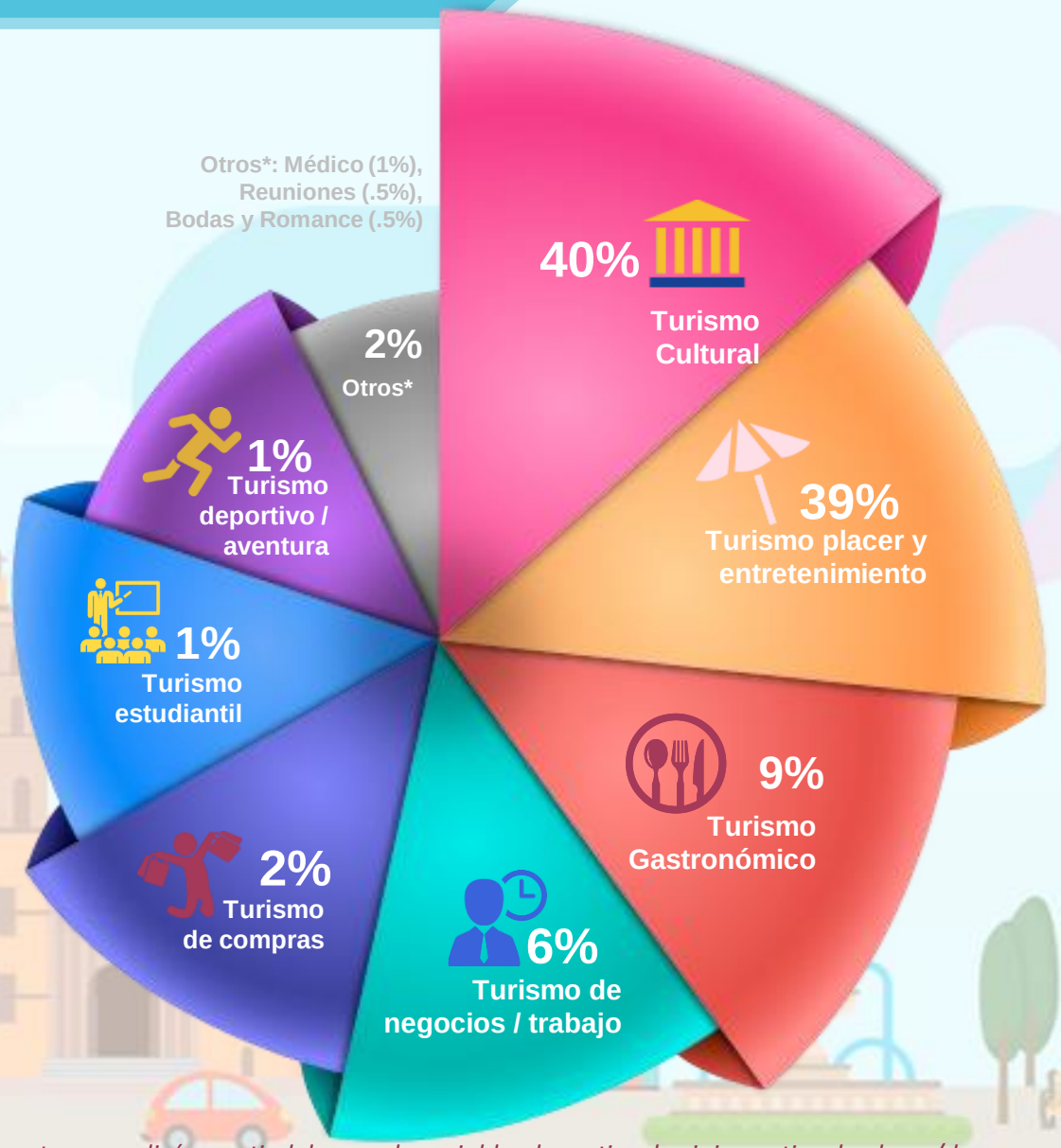
Internet	Teléfono
55%	45%

6 Medio de transporte

Auto propio	Autobús	Avión
71%	20%	5%

SEGMENTOS

Estos segmentos se identificaron a partir del cruce de variables de motivo de viaje y motivo de placer/descanso, y actividades realizadas en el destino.



SEGMENTOS	Nacional	Estatal	Internacional
	42%	39%	29%
	39%	39%	43%
	9%	6%	28%
	5%	8%	0%
	2%	3%	0%
	1%	2%	0%
	2%	0%	0%
	0%	3%	0%

Nota: En 2015 el análisis de segmentos se realizó a partir del cruce de variables de motivo de viaje, motivo de placer/descanso, actividades y ponderación con la base de eventos.

SATISFACCIÓN

8.1 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL DESTINO

98% Retorno

99% Recomendación

Nota: Índice calculado según metodología SECTUR bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6)

PERCEPCIÓN & ELEMENTOS DE ATRACCCIÓN

Posicionamiento de Pueblos Mágicos
Dolores Hidalgo 23%
Salvatierra 17%
Yuriria 14%
Mineral de Pozos 13%
Jalpa de Cánovas 5%
Otro 11%
Ninguno 17%
Otro: San Miguel de Allende, Guanajuato y Celaya

Lo que mas le ha gustado
Tranquilidad 17%
Templos / Iglesias 9%
Nieve 9%

Asociación del destino
Historia / Independencia 65%
Tranquilidad 37%
Cultura del destino 20%

Eventos que recuerda se realicen en este Pueblo Mágico.
Grito de Independencia 86%
Festival Internacional de José Alfredo Jiménez 22%
Semana Santa / Viacrucis 3%

IMPACTO DE MEDIOS

1 ¿En qué medios escuchó o vio información sobre este destino turístico?

- 1a Internet — 18%
- 1b Redes sociales — 74%
  - 100%
- Redes sociales — 74%
- Página web — 21%
- Correo Electrónico — 7%

2 Red social favorita

- Facebook — 95%
- Instagram — 1%
- Twitter — 1%
- Otro* — 1%

3 Dispositivo / Aplicaciones que utiliza en viaje

- Smartphone — 89%
- GPS — 9%
- Laptop — 8%

Recomendación — 51%

Internet — 18%

Espectacular — 7%

MIX **DE IDEAS**

Fortalecer el destino como el más importante de México al ser la ***Cuna de la Independencia Nacional.***

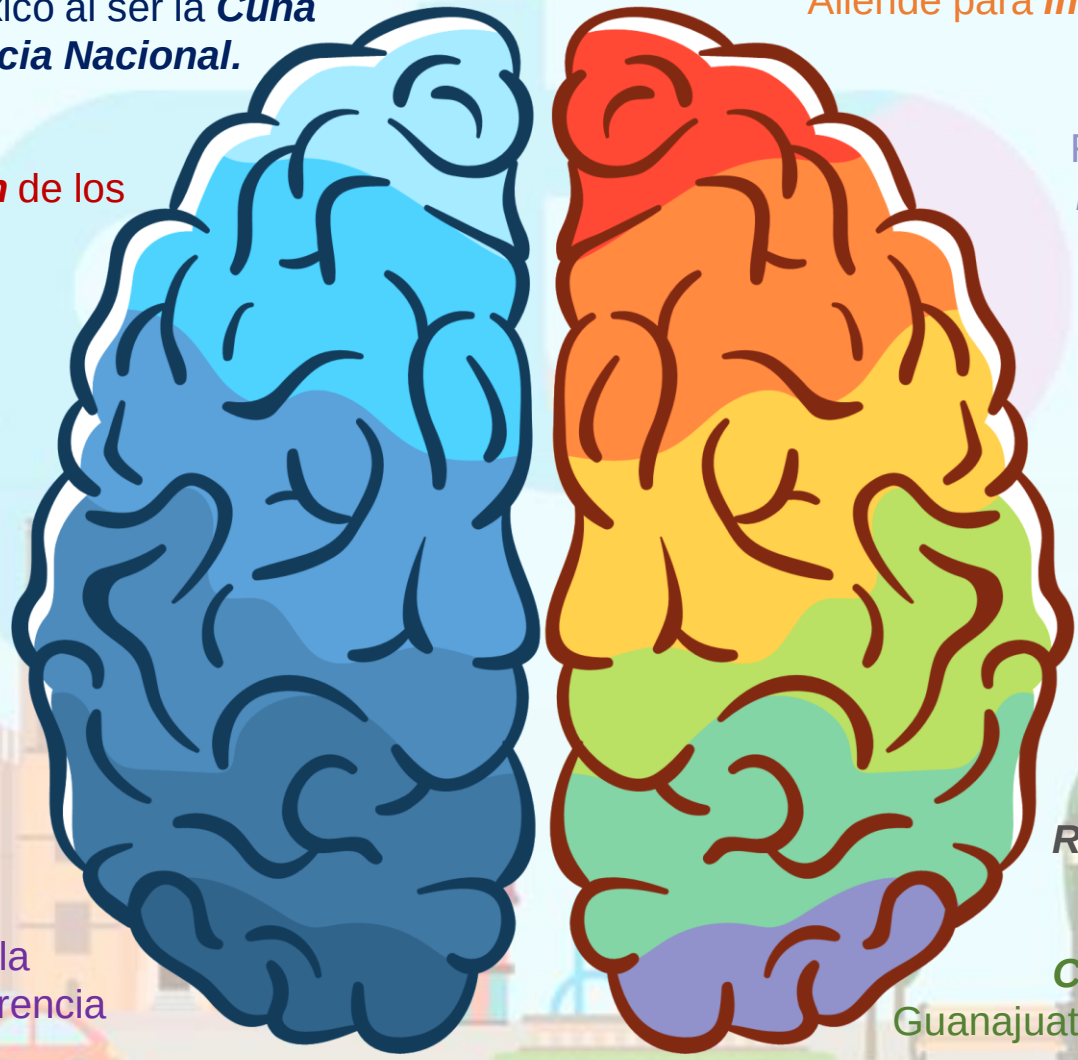
Incrementar la promoción de los eventos en el destino.

Implementar un tranvía para recorridos turísticos

Capacitar a los guías de turistas.

Generar una estrategia con bloggers e ***influencers*** para posicionar el destino.

Hacer campaña dirigida a la ***recomendación,*** de preferencia vía redes sociales.



Hacer alianzas con San Miguel de Allende para ***impulsar el segmento de bodas y romance.***

Fortalecer la estrategia para ***reforzar la oferta hotelera.***

Impulsar la certificación hotelera y restaurantera.

Promover el trabajo de los ***artesanos locales.***

Aceptar tarjetas de crédito en restaurantes, hoteles, tienda de souvenirs, etc.

Realizar campañas en febrero y temporada baja.

Colaborar en conjunto con Guanajuato Capital y con San Miguel de Allende.

GASTO Y ESTADIA

14%

Hotel

$1,312.87
1.07 días*

Hospedaje	A&B	Compras
20%	23%	13%

78%

Excursionista

$1,196.14
5.10hrs

A&B	Compras	Souvenirs
19%	21%	12%

8%

Casa familiares / Amigos

$741.33
3.4 días

*Estadía proporcionada por Datatur

INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA
DOLORES HIDALGO

790 Mil
visitantes

$1 mil 053
MDP derrama económica

55 mil 440
cuartos ocupados

23 mil 999
asientos semanales

Llegadas de Turistas
112 mil 625

Ocupación Hotelera
31%

156 mil
Personas ocupadas
Estado IV Trimestre 2016

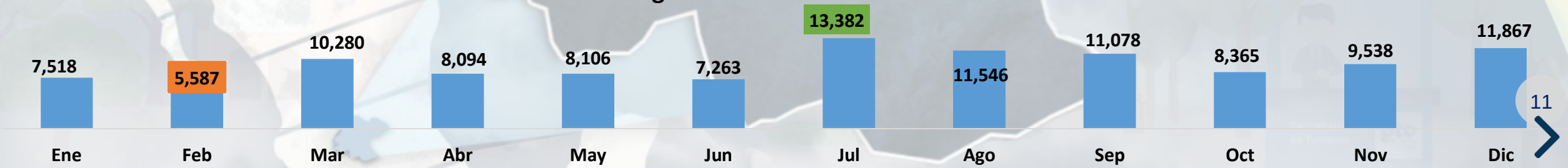
536
habitaciones
1 a 5 + sin clasificar

$18 MDP
Inversión privada

1 millón 711mil
Pasajeros

10 Líneas aéreas

Llegada de Turistas 2016



RET
RNT

Hospedaje

28 Hoteles
7 8

536 Habitaciones

★★★★★	2	22
★★★★	2	63
★★★	5	145
★★	8	166
★	5	95
Sin Clasificar	6	45
Total	**28**	**536**

Fuente: Sectur Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Cierre 2016

Servicios Turísticos

- **102** ESTABLECIMIENTOS DE ALIMETNOS Y BEBIDAS — 9 1
- **2** AUXILIO TURÍSTICO — 1
- **10** TRANSPORTACIÓN
- **2** ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS
- **4** AGENCIAS DE VIAJES — 3 1
- **18** GUÍAS DE TURÍSTAS — 11 3
- **36** ATRACTIVOS, RECREACIÓN, DEPORTE
- **8** RECINTOS
- **1** BALNEARIOS Y PARQUES ACUÁTICOS

Fuente: Sectur Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Registro Estatal de Turismo y Registro Nacional de Turismo, Cierre Mayo 2017

Perfil del Visitante a **Dolores Hidalgo 2016**

Quién nos visita

54% 46%

63% tiene ingresos de **$4 300 mil a $19 999 mil NSE D, D+ y C-**

50% Universidad

37 años

De dónde viene

3% Internacional

23, 235

55% Nacional

434, 990

42% Estatal

332,090

Con quién viaja

60% Familia

22% Pareja

4% Grupo promedio

Propósito del viaje

40% Turismo Cultural

39% Turismo de placer y entretenimiento

9% Turismo Gastronómico

Se hospeda en

Hotel **14%**

Casa Familiares/ Amigos **8%**

Excursionista **78%**

En qué viaja

71% Auto Propio

15% Autobús

Impacto de medios

51% Recomendación

Visitó otros lugares

Sí 32%

San Miguel de Allende 59%
Guanajuato 43%
León 15%

Atractivos visitados

Plaza Principal	19%
Parroquia de Ntra. Señora de Dolores	15%
Casa Museo José Alfredo	12%
Museo Independencia Nacional	11%
Panteón y tumba JAJ	8%

Gasto y Estadía

Hotel **$1,312 .87** **1.07 días***

Casa Familiares/ Amigos **$741.33** **3.44 días**

Excursionista **$1,196.14** **5.10 horas**

*Estadía proporcionada por Datatur

Tipo de Visitante

78% Excursionista

22% Turista

790,315 Visitantes

Experiencia de Visita

Recurrencia 57%

Satisfacción

Destino **8.1**

98% Retorno

99% Recomendación

Derrama económica

$1 mil 053 MDP

CONTACTO

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

Mtra. Miriam C. Adame Alcaraz
Directora de Información y Análisis
madame@guanajuato.gob.mx

Mtra. Irazema Álvarez Pérez
Coordinadora de Estadística e Información
ialvarezp@guanajuato.gob.mx

Mtra. Adriana Jardon Salazar
Jefe de Investigación y Análisis de Mercado
ajardon@guanajuato.gob.mx

Mtra. Rosario Álvarez Macías
Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis
malvarezm@guanajuato.gob.mx

Lic. Sarahí Martínez Hernández
Asistente de Codificación y Captura
kmartinezh@guanajuato.gob.mx

Lic. Luz Margarita Robledo Olivares
Analista de Estadística
lmrobledo@guanajuato.gob.mx

Lic. Stephanie Cedillo Orozco
Analista de Información
scedillo@guanajuato.gob.mx

Dirección

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