

Perfil del Visitante

Salamanca 2016



guanajuato.mx

GUANAJUATO
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO



IMPULSO
Guanajuato

Perfil Demográfico y Mercados Emisores



Nota Metodológica



Plan de Viaje y Segmentos de Turistas

Experiencia y Satisfacción



Impacto de Medios

Mix de Ideas



Gasto e Indicadores de la Actividad

2

223 encuestas
a turistas y excursionistas con un Nivel de Confianza del 95% y un error de +/-6.56%



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.**



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



1

Es un estudio cuantitativo descriptivo que suministra información:

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



3

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



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

5


En:

1. Zona Centro
2. Centro comercial
3. Aeropuerto Internacional del Bajío
4. Templos y parroquias
5. Ex Convento San Juan de Sahagún
6. Casa de las Artesanías



35% 
de los asistentes son
mujeres

65% 
de los asistentes son
hombres

59%
tiene ingresos de
\$4,300 a \$14,999 (D, D+) 
18% tiene ingresos de
\$15,000 a +\$19,999 (C)




La edad promedio es de
35 años

50% 
procedencia Estatal



53%
tiene grado **Universidad**

45% 
procedencia Nacional



36%
Empleado privado

5% 
procedencia Internacional





50%
Estatad

Municipio



33 años



62% Hombres

48% Universidad

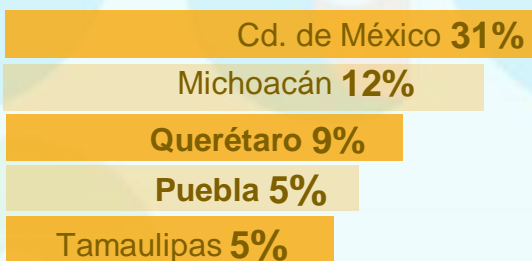


43% pertenece al NSE D



45% -13%
Nacional

Estado



37 años



65% Hombres

58% Universidad



31% pertenece al NSE D+



5%
Internacional

País



38 años



90% Hombres

60% Universidad



30% 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 \$56,000 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 D: De \$4,300 a \$10,999; NSE E: De \$0 a \$4,299

Grupo promedio de viaje 1



2 personas

Acompañado por

33%



Familia

21%



Pareja

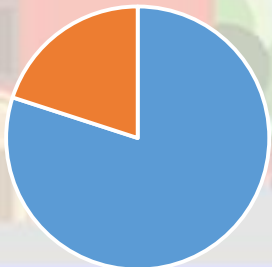
16%



Gente del trabajo

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

**Sí
16%**



**No
84%**

Dentro de Guanajuato

Guanajuato	24%
Irapuato	16%
León	13%

Actividades de interés

<i>Ir a desayunar/comer/cenar</i>	44%
Ninguna	30%
Visitar atractivos por su cuenta	21%
Compras	11%

5 Medio de reservación



Internet

62%



Agencia de viajes

23%



Teléfono

15%

6 Medio de transporte



Autobús

74%



Auto propio

18%

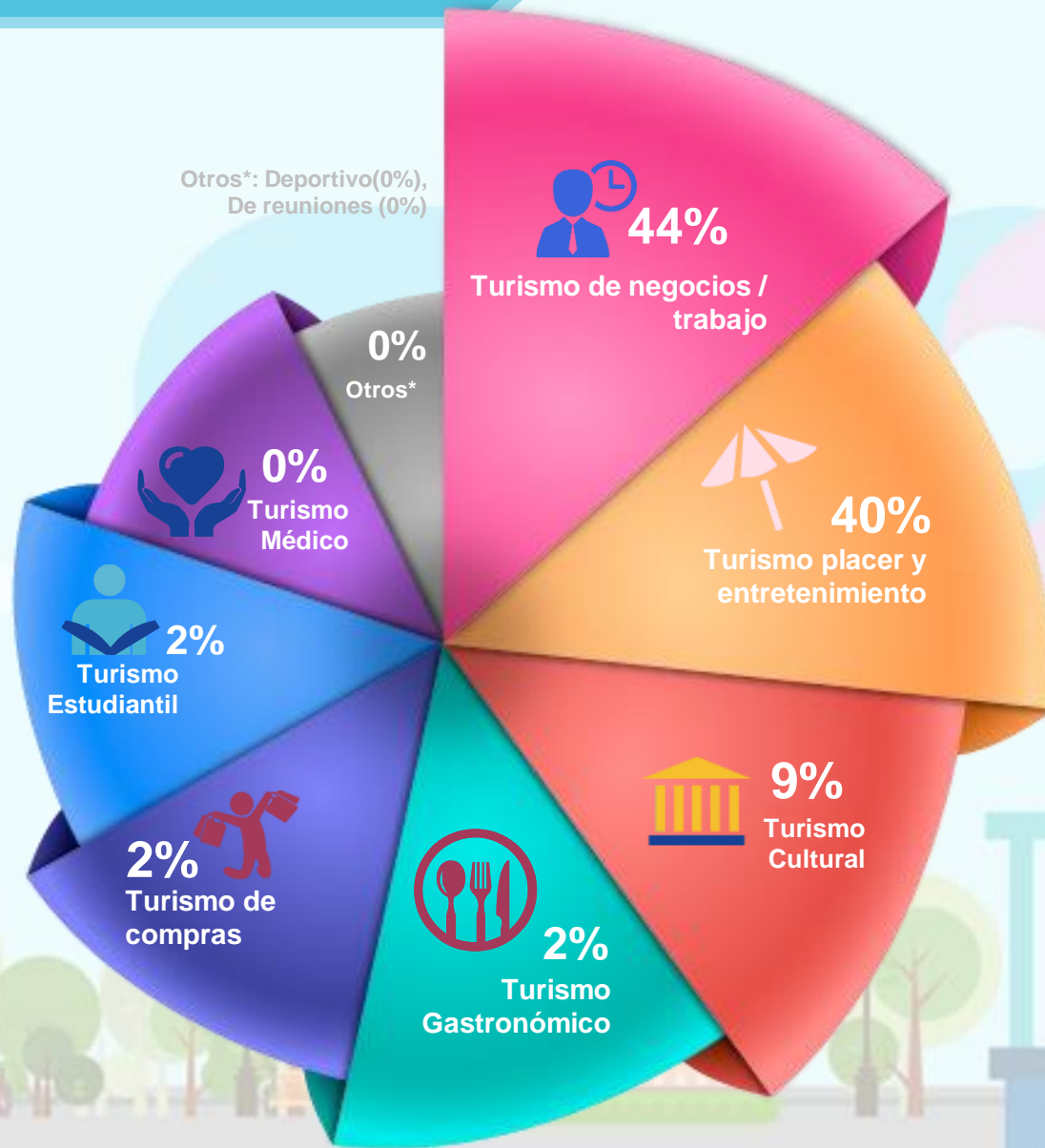


Avión

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

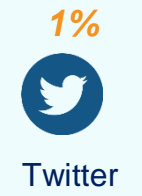
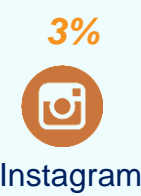
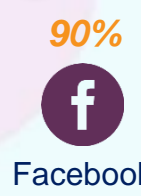
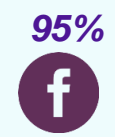
- Turismo de negocios / trabajo
- Turismo placer y entretenimiento
- Turismo Cultural
- Turismo Gastronómico
- Turismo de compras
- Turismo Estudiantil
- Turismo Médico
- Otros*

	Nacional	Estatal	Internacional
	54%	38%	30%
	37%	42%	40%
	3%	13%	20%
	1%	4%	0%
	0%	4%	0%
	3%	0%	10%
	1%	0%	0%

7.6 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL DESTINO



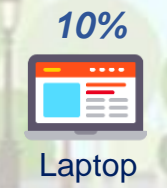
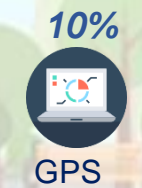
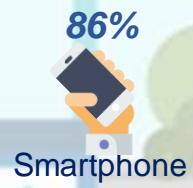
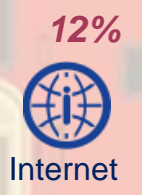
Nota: Índice calculado según metodología SECTUR bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6)



*Otro: Whatsapp, Snapchat.



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



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%



Fortalecimiento de la **promoción hotelera, restaurantera y atractivos turísticos.**



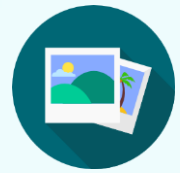
Aprovechar la llegada del turismo de negocios para ofrecer algo adicional como **descuentos en restaurantes o atractivos turísticos para incrementar su estadía o promover su regreso.**



Generación de campaña: ¿qué hacer en Salamanca un fin de semana?



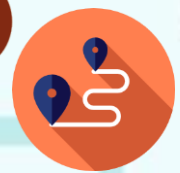
Fortalecer el Circuito del Nopal.



Generación de producto turístico.



Vinculación **con tour operadores externos para ofertar el destino turístico.**



Alianzas con destinos de placer para diversificación de la oferta con Guanajuato Capital, Dolores Hidalgo y San Miguel de Allende.



Fortalecer eventos a lo largo del año.



Han hecho buen trabajo en redes sociales, **mantener y fortalecer comunidad.**



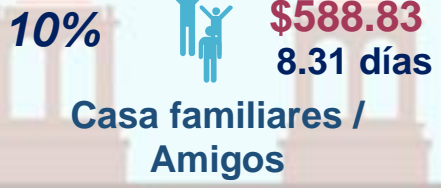
GASTO Y ESTADIA



Hospedaje	A&B	Compras
40%	28%	23%



A&B	Compras	Entradas
27%	26%	10%



*Estadía proporcionada por Datatur

INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN SALAMANCA



990 mil
visitantes



\$1 mil 718
MDP derrama económica



140 mil 699
cuartos ocupados



23 mil 999
asientos semanales



156 mil
Personas ocupadas
Estado IV Trimestre 2016



1 mil 164
habitaciones
1 a 5 + sin clasificar



\$246 MDP
Inversión privada



1 millón 711mil
Pasajeros



10 Líneas aéreas

Llegadas de Turistas
152 mil 882

Ocupación Hotelera
38%

Llegada de Turistas 2016

8,938

Enero

8,408

Febrero

14,845

Marzo

12,230

Abril

13,031

Mayo

15,424

Junio

14,349

Julio

12,576

Agosto

12,698

Septiembre

11,224

Octubre

16,704

Noviembre

12,455

Diciembre

Hospedaje

20
Hoteles
8 9

1,164
Habitaciones

Servicios Turísticos

		1		207
		5		326
		5		344
		0		0
		4		122
Sin Clasificar		5		165
Total		20		1,164

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



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

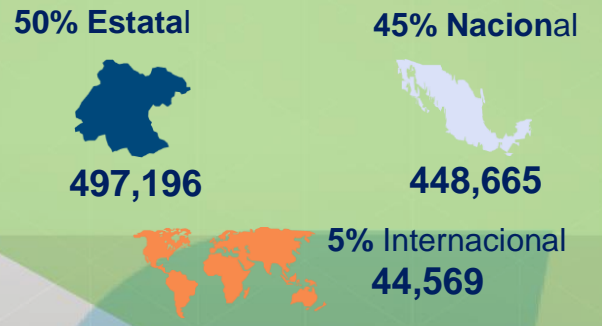


Perfil del Visitante a SALAMANCA 2016

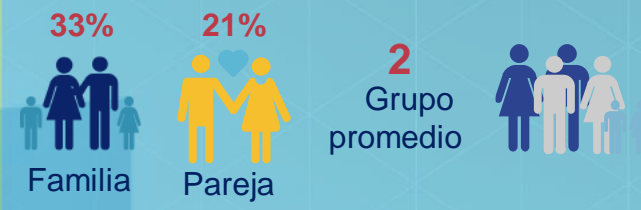
Quién nos visita



De dónde viene



Con quién viaja



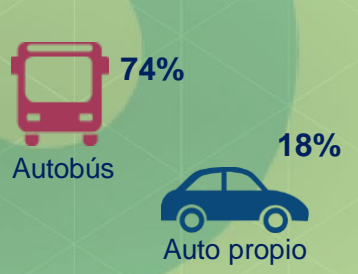
Propósito del viaje



Se hospeda en



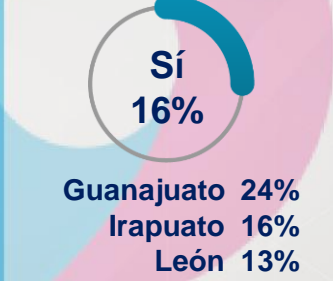
En qué viaja



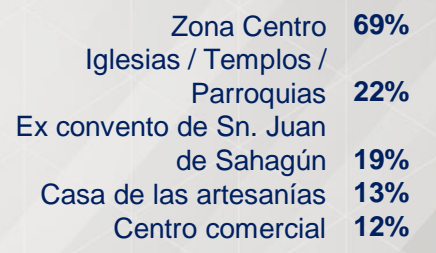
Impacto de medios



Visitó otros lugares



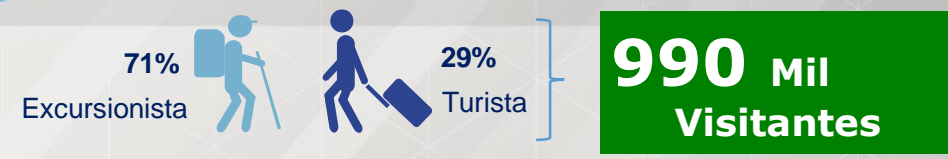
Atractivos turísticos



Gasto y Estadía



Tipo de Visitante



Experiencia de Visita



Derrama económica





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

