



# PERFIL DEL VISITANTE SALVATIERRA 2017

**GUANAJUATO**<sup>®</sup>  
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

**GUANAJUATO**  
Secretaría de Turismo

**guanajuato.mx**

# Contenido

Demográfico /  
Mercados emisores



Experiencia /  
Satisfacción



Mix de Ideas /  
Insights



Metodología



Plan de Viaje /  
Segmentos



Medios



Gasto /  
Indicadores



# Metodología

Del 25 de Marzo de 2017 al  
07 de Enero de 2018.

Estudio realizado por la **SECTUR**  
en conjunto con una empresa  
proveedora de **investigación de  
Mercados.**

**105 encuestas cara a cara**  
a turistas y excursionistas con un  
nivel de confianza de 95% y un  
error de +/- 9.56%

## Estudio cuantitativo descriptivo:

- Perfil sociodemográfico
- Plan de viaje
- Satisfacción y lealtad
- Recordación publicitaria
- Gasto y Estadía



En:

- Plaza de armas "Santuario Diocesano" **31%**
- Templo y Convento de San Francisco **27%**
- Eco-Parque El Sabinal **22%**
- Templo del Carmen **20%**

**Viajeros mayores de 18 años**, que no residen ni trabajan en el destino.

# Turismo en Salvatierra

59% hombres   
41% mujeres 

La edad promedio  
es de **37 años** 

41% tiene  
grado Universitario 

36% es  
empleado privado 

61%  
tienen ingresos de  
\$11,000 a \$55,999 



82%  
excursionista



18%  
turista



60% procedencia  
estatal



30%  
procedencia nacional



10%  
procedencia  
internacional



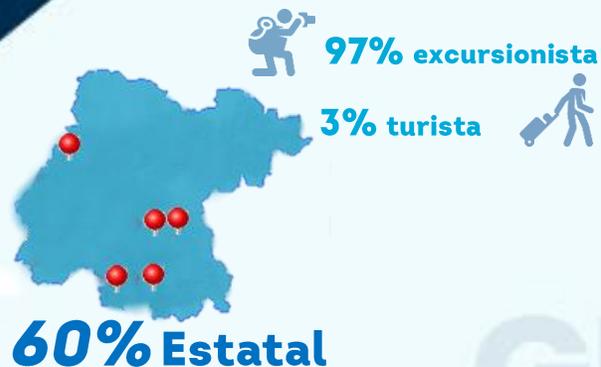
70% **viaja al interior  
de México** **6.86 veces**  
Min 1-150



29% **viaja al  
extranjero**

**1.73 veces**  
Min 1-9

# Turismo en Salvatierra



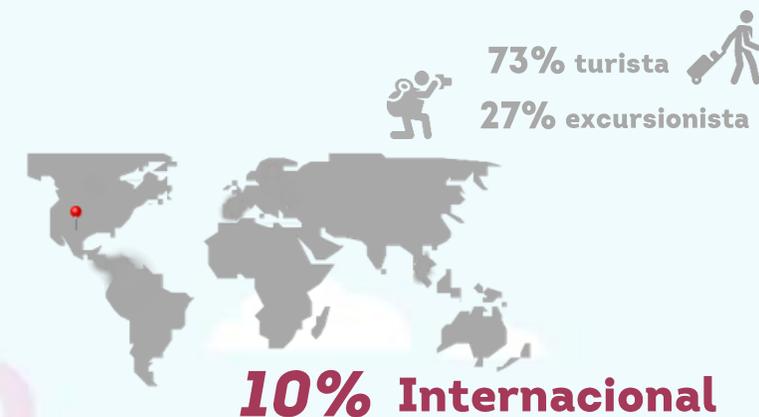
T	E	
0%	100%	Celaya 27%
0%	100%	Yuriria 13%
0%	100%	Cortazar 10%
33%	67%	León 10%
0%	100%	Santiago Maravatío 10%



T	E	
89%	11%	Cd. De México 29%
11%	89%	Querétaro 29%
100%	0%	Edo. De México 10%
67%	33%	Michoacán de Ocampo 10%
0%	100%	Nuevo León 3%



## MERCADOS EMISORES



T	E	
73%	27%	Estados Unidos 100%

Se identificó que el 70% de los visitantes internacionales se hospedaron con familiares y amigos, por lo que se infiere que son migrantes guanajuatenses.



# Turismo en Salvatierra

EXCURSIONISTAS



¿En dónde se hospeda el **82%** de nuestros excursionistas?

**77%** regresó a su destino de origen

**5%** se hospedó en otro destino

**50% Nacional**



Fuera de Guanajuato:  
Aguascalientes **100%**

**25% Internacional**



Dentro de Guanajuato:  
Guanajuato **100%**

**25% Estatal**



Dentro de Guanajuato:  
Celaya **100%**

Grupo promedio de viaje  
**3 personas**



1

5 Medio de transporte al Estado

71%  Auto propio

23%  Autobús

6%  Avión

Acompañado por 2

67%  Familia

22%  Pareja

9%  Amigos

6 Medio de transporte en la ciudad

 Autobús  
43%

 Auto particular  
27%

 Ninguno/A pie  
20%

Grupo de edad 3

 -14 años  
22%

 18-45 años  
55%

 46-65 años  
17%

 Otros  
6%

7 Destinos visitados durante el viaje

**10%**  
Visitó otros destinos dentro del Estado de Guanajuato

Celaya 36%  
Guanajuato 27%  
San Miguel de Allende 27%

4 Actividades que realizó o planea realizar  
**Probar la gastronomía típica 57%**

Recorridos turísticos 35%  
Ir de compras 34%

8 Visitas a Familiares / Amigos

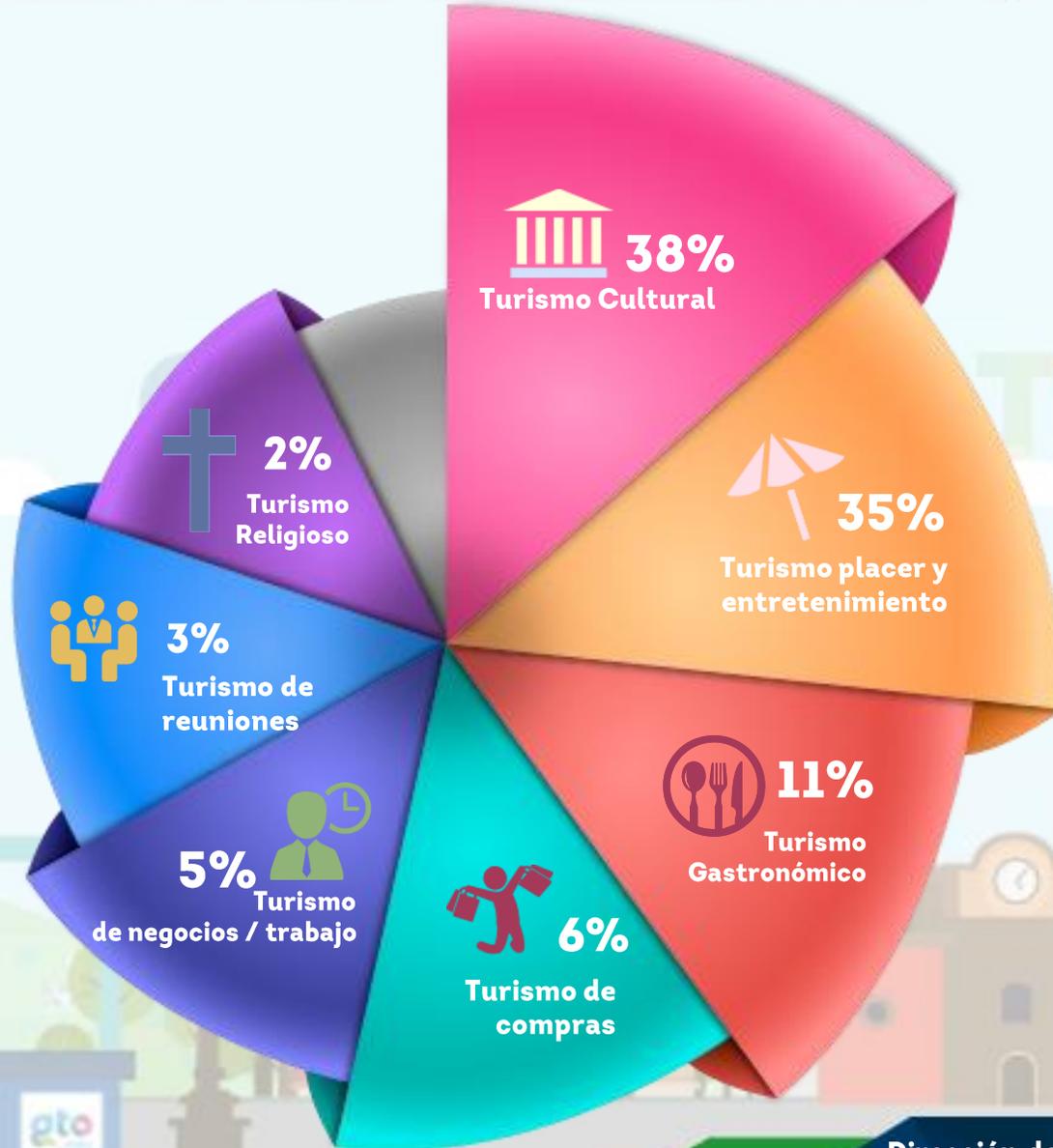


**43%** Visitó familiares durante su estancia en **Salvatierra**

# Turismo en Salvatierra

## SEGMENTOS

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



SEGMENTOS	Nacional	Estatal	Internacional
	36%	40%	36%
	36%	34%	46%
	19%	8%	9%
	3%	6%	9%
	3%	6%	0%
	3%	3%	0%
	0%	3%	0%

# Turismo en Salvatierra

EXPERIENCIA /  
SATISFACCIÓN

**7.6** ÍNDICE DE  
SATISFACCIÓN



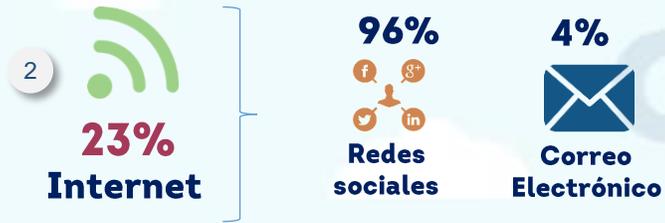
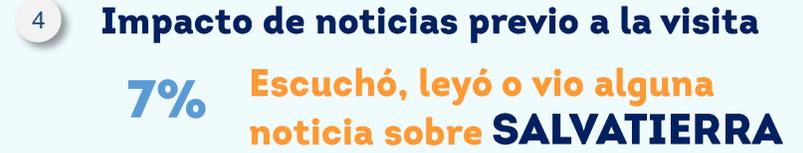
Retorno  
100%



Recomendación  
98%

9 de cada 10 personas visita  
6 veces al año este destino





### Percepción



### 1 Recordación de Medios



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

### 6 Dispositivos / Apps utilizadas en la visita





**19%** identificó alguna práctica sustentable en el destino



Consumo de  
productos locales  
**47%**



Reducción  
de residuos  
**13%**



Ahorro de  
agua  
**13%**



Empleos  
locales  
**13%**



Instalaciones para  
discapacitados  
**13%**



Ahorro de  
Energía  
**7%**

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

# Turismo en Salvatierra

## GASTO / INDICADORES

**8%**  
  
**\$524.56**  
**1.21 días\***  
**Hotel**

Hospedaje	A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
30%	40%	6%	9%	15%

**10%**  
  
**\$550.11**  
**5.94 días**  
**Casa familiares / Amigos**

A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
32%	6%	36%	26%



**82%**  
  
**\$796.58**  
**4.72 hrs**  
**Excursionista**

A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
27%	7%	52%	14%

**\$680.72**  
  
**Visitante**

Hospedaje	A&B	Transporte	Compras	Esparcimiento
19%	25%	6%	35%	15%

# DERRAMA ECONÓMICA

\$26 millones de dólares 

\$23 millones de euros 



# SALVATIERRA

Estado Trimestre IV  
171 Mil 835

PERSONAS OCUPADAS 10%



# 6 GUANAJUATO

Estado más visitado de México

Llegada de Turistas 2017





## Hospedaje



**11**  
Hoteles

3 3



**214**  
Habitaciones

## Servicios Turísticos

★★★★★★				
★★★★★				
★★★★		2		60
★★★				
★★		2		29
★		7		125
Sin Clasificar		11		214
<b>Total</b>		<b>11</b>		<b>214</b>

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Cierre 2017



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

El **40%** de los visitantes son de origen **nacional o internacional**, por lo que el mercado principal es el estatal.

El **82%** de los visitantes **no pernoctan** en el destino y la estadía promedio de los **excursionistas** es de **4.72 horas**.

El **10%** de los visitantes mencionó haber **visitado algún otro destino dentro de Guanajuato en su visita al destino**.

Fortalecer el **posicionamiento orgánico** de la página Web, pues no aparece dentro de los medios de impacto.

El **5%** de los visitantes forma parte del turismo de **negocios/trabajo**, el **3%** al turismo de **reuniones** y el **35%** al turismo de **placer/entretenimiento**.

El **10%** de los visitantes considera los **estacionamientos** como un área de oportunidad y el índice de satisfacción es de **6.8**.

Los visitantes consideran el servicio de guías de turistas como una área de oportunidad y el índice de satisfacción es de **6.6**.



Consolidar los eventos como **SalvaBluesJazz**, **El de la Larga y la quesadilla**, **Cena de la Marquesa**, **Marquesada**, para que vayan posicionando al destino en los segmentos de: **Gastronomía, cultura.**

Considerar las rutas y recorridos turísticos donde el visitante viva **experiencias personalizadas** ( como preparar alimentos típicos personalmente)

Fortalecer el segmento cultural con una **representación de las Capuchinas** dentro del Convento.

Utilizar herramientas de promoción como Facebook Ads, display, videos, etc..



Desarrollar una ruta para el segmento millenial que los defina como destino fotogénico, con la ruta “ **Perspectivas Salvatierra**”.



Promocionar el destino en otros medios, tales como interior de autobuses.

Desarrollar un producto turístico dirigido al segmento de los migrantes guanajuatenses.

Se recomienda fortalecer la ruta el Triángulo Mágico con **Yuriria y Acámbaro**. Para el segmento cultural. Y otra con **Moroleón** para fortalecer las compras de los visitantes y generar la pernocta en el destino.





El visitante



El visitante

1

2

1

3

Los impactos



02

De dónde viene



03

Con quién viaja



01

Quién nos visita



04

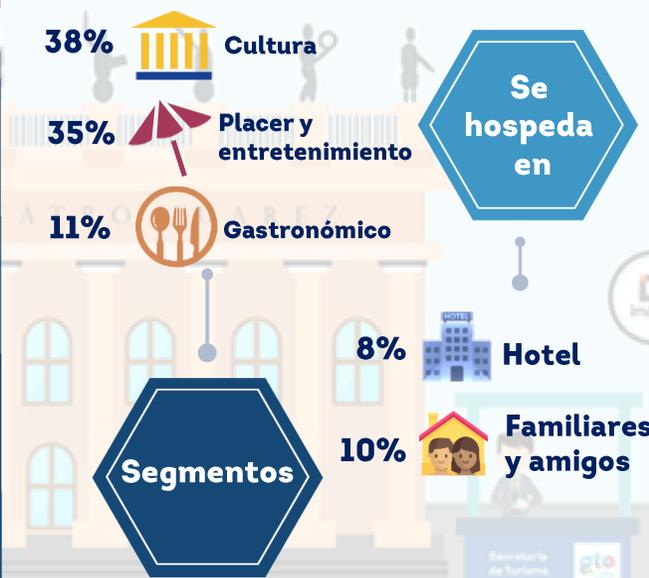
Tipo de visitante



El viaje



Segmentos



En qué viaja



Experiencia de visita



Gasto y estadía



\$494 MDP

Derrama económica

**Roberto W. Cárdenas Hernández**

Director General de Planeación  
[rcardenas@guanajuato.gob.mx](mailto:rcardenas@guanajuato.gob.mx)

**Miriam Cecilia Adame Alcaraz**

Directora de Información y Análisis  
[madame@guanajuato.gob.mx](mailto:madame@guanajuato.gob.mx)

**Irazema Álvarez Pérez**

Coordinadora de Estadística e Información  
[ialvarezp@guanajuato.gob.mx](mailto:ialvarezp@guanajuato.gob.mx)

**Adriana Jardón Salazar**

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado  
[ajardon@guanajuato.gob.mx](mailto:ajardon@guanajuato.gob.mx)

**Rosario Álvarez Macías**

Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis  
[malvarezm@guanajuato.gob.mx](mailto:malvarezm@guanajuato.gob.mx)

**Sarahí Martínez Hernández**

Asistente de Codificación y Captura  
[kmartinezh@guanajuato.gob.mx](mailto:kmartinezh@guanajuato.gob.mx)

**Luz Margarita Robledo Olivares**

Analista de Estadística  
[lmrobledo@guanajuato.gob.mx](mailto:lmrobledo@guanajuato.gob.mx)

**Stephanie Cedillo Orozco**

Analista de Información  
[scedillo@guanajuato.gob.mx](mailto:scedillo@guanajuato.gob.mx)

**Dirección**

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