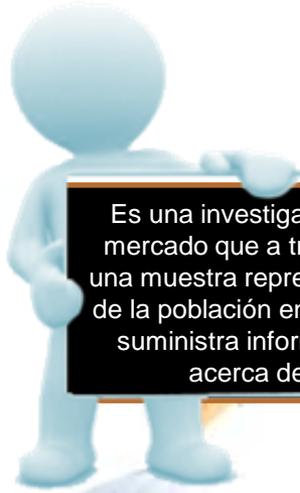




PERFIL DEL VISITANTE Y ACTIVIDAD TURÍSTICA FIG 2013



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.

Se realiza:

Con una muestra aleatoria de:

380 encuestas totales (300 a visitantes y 80 a locales), levantadas en FIG 2013, a turistas y excursionistas, con un nivel de confianza del 95% y error del \pm 5%

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



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

Lugares de levantamiento:

Parque Metropolitano de León, Guanajuato

Se entrevista a:

Hombres y mujeres mayores de 18 años de edad, visitantes y residentes en el destino donde se realiza la entrevista y que hayan asistido a algún evento del programa FIG 2013.

A través de

Encuesta Personal Cara a Cara

Del 15 al 18 de Noviembre de 2013

En un período de levantamiento de:

Demográficos



Mercados Emisores



Distribución



Grupo de Viaje



<18 >18

33 años **10 años**

Edad acompañantes

PERFIL VISITANTE FIG 2013

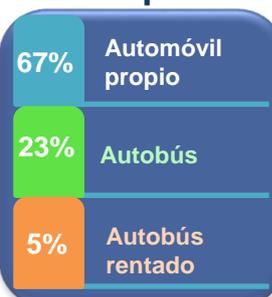


Propósito de viaje



Movilidad

Transporte



Medio por el que se enteró del evento



Medio favorito Internet 77%

Experiencia y Satisfacción FIG2013



Gasto y Estadía



Demográficos



Nivel de Ingresos

NSE D+ (De \$8,900 a \$12,099)	31%
NSE D (De \$3,500 a \$8,899)	29%
NSE C- (De \$12,100 a \$15,299)	18%

Ocupación

Ama de casa	33%
Trabaja por su cuenta	23%
Empleado de empresa privada	20%

Escolaridad

Universidad	35%
Preparatoria	23%
Secundaria	18%

Lugar de Levantamiento

Parque Metropolitano

Campamento

1%

acamparon

Gasto y días siguiendo el evento

Gasto

\$526.00

9.0 hrs

Horas Evento

PERFIL ASISTENTE LOCAL

FIG 2013



178,200



Medio por el que se enteró del evento

Anuncio de Tv	64%
Espectacular	38%
Radio	30%

Medio favorito:

Televisión
44%

Grupo de Viaje

Solo

0%

Acompañado

100%

4.1 personas

Edad acompañantes

35 años

9 años

Experiencia y Satisfacción FIG

Actividad que llamó más la atención de la Programación Complementaria

Banda el Recodo

Recurrencia

76%

Índice de Satisfacción

Evento
8.5

Lealtad al Evento

Retorno
100%

Recomendación
100%



Gustó

Los globos	56%
Inflado y despegue	19%
Todo	9%



Gustó

Nada	70%
Precios elevados	8%
Ubicación de la zona de despegue	6%



Nada	36%
Más actividades en el día	13%
Áreas de descanso	8%



Nada	94%
Bebidas alcohólicas	3%
Música Pop	1%

Festival Internacional del Globo 2013



Resultados de la Actividad hotelera con base en el Sistema de Información Turística Datatur



Festival Internacional del Globo 2013



Asistentes

Local	44%	178,200
Visitante	56%	226,800
Asistentes	100%	405,000

Fuente: Sectur, Estudio del Perfil del Visitante FIG 2012
 Información de Asistentes proporcionada por el Parque Metropolitano y Comité Organizador FIG



Indicadores de la Actividad Turística León 2013 15-18 noviembre

Llegada de Turistas	25,300	11%
Turistas Noche	29,601	-2%
Ocupación	87%	-3%
Estadía	1.17	-11%

Fuente: Sectur-Datur, Estudio del Perfil del Visitante FIG 2013
 Información de Asistentes proporcionada por el Parque Metropolitano y Comité Organizador FIG

Oferta Hotelera 1 a 5 *	León 2013	Var. 2012
Hoteles	82	-2%
Habitaciones	5,479	2%

Oferta Hotelera 1 a 5 *+ Sin Clasificar	León 2013	Var. 2012
Hoteles	125	1%
Habitaciones	7,010	3%

Fuente: Sectur Guanajuato

Visitantes y Asistentes

Indicador	2013	Variación 2012-2013
Visitantes	226,800	8%
Derrama económica visitantes	\$331,815,824	65%
Asistentes	405,000	8%
Derrama económica asistentes	\$425,622,593	58%



ANEXOS

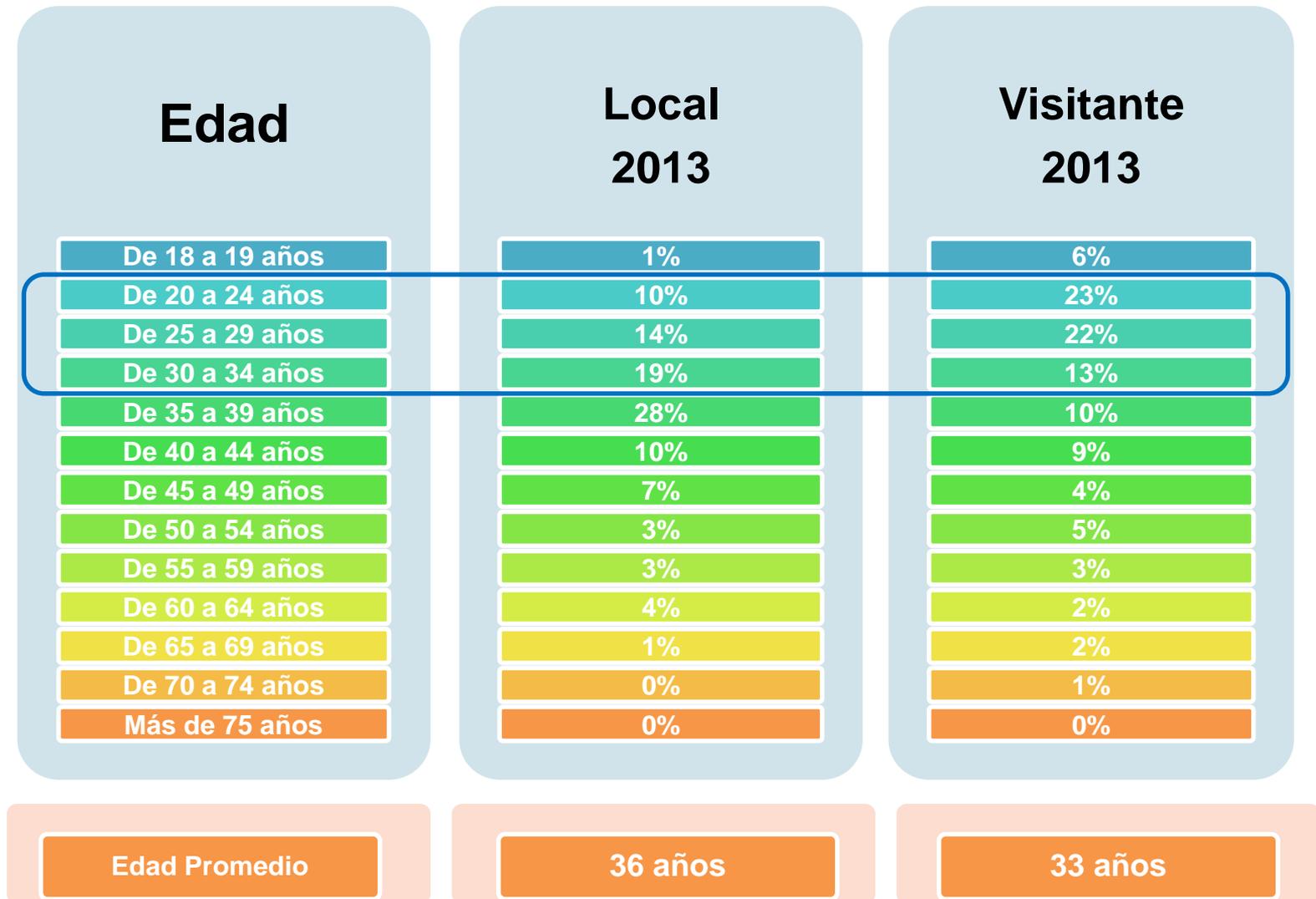
PERFIL GENERAL

Género del Entrevistado



PERFIL GENERAL

Edad promedio de los entrevistados



PERFIL GENERAL

Procedencia del Visitante

¿De qué estado nos visita?

ESTADO **2013** ↓

Principales menciones

Distrito Federal	24%
Jalisco	22%
Michoacán	17%
San Luis Potosí	9%
Querétaro	9%
Aguascalientes	2%
Nuevo León	2%
Sonora	2%
Coahuila	2%
Estado de México	2%
Guerrero	2%
Hidalgo	2%
Colima	1%
Nayarit	1%
Veracruz	1%
Sinaloa	1%
Tamaulipas	1%
Baja California Norte	.4%
Campeche	.4%
Chiapas	.4%
Morelos	.3%
Puebla	.3%
Zacatecas	.2%
Quintana Roo	0%
Total	100%

¿De qué ciudad nos visita?

MUNICIPIO **2013** ↓

Principales menciones

Celaya	32%
Irapuato	21%
Silao	13%
Guanajuato	8%
San Miguel de Allende	6%
Acámbaro	2%
Comonfort	2%
Cortazar	2%
Salamanca	2%
Salvatierra	2%
San Diego de la Unión	2%
San Felipe	2%
San Francisco del Rincón	2%
Uriangato	2%
Valle de Santiago	2%
Juventino Rosas	0%
Apaseo del Alto	0%
Cuerámara	0%
Abasolo	0%
Dolores Hidalgo	0%
Moroleón	0%
Total	100%

¿De qué país nos visita?

PAÍS **2013** ↓

Estados Unidos	100%
Colombia	0%
Total	100%

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Propósito de Viaje

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

Sí

No

2013

96%

4%

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

Negocios/ trabajo

36%

Visita a familiares /amigos

28%

Compras

18%

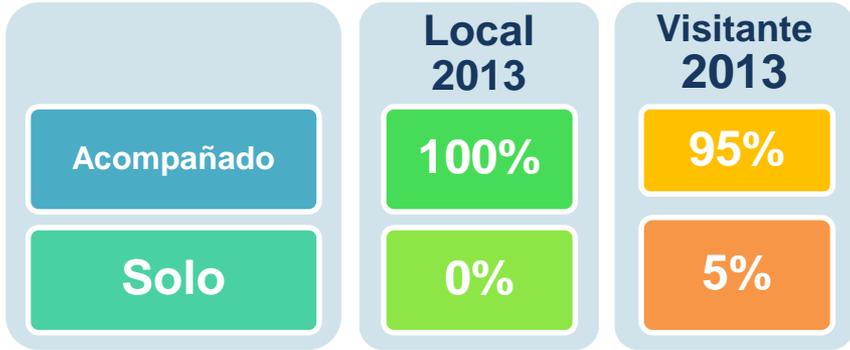
Descanso/Vacaciones

9%

Viaje de estudios/ prácticas profesionales

9%

¿Con quién viaja/visita el evento?



Acompañado por....



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

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Distribución del visitante por tipo de hospedaje y reservaciones

TIPO DE HOSPEDAJE

- ▶ Hotel
- ▶ Casa de fam. / amigos
- ▶ Campamento
- ▶ Hostal / Posada
- ▶ Vivienda propia
- ▶ Vivienda rentada
- ▶ Otros
- ▶ Excursionista

2013

- ▶ 11%
- ▶ 23%
- ▶ 13%
- ▶ 0.1%
- ▶ 4%
- ▶ 0%
- ▶ 4%
- ▶ 45%

Otro 2013: En el auto/ camión

Excursionista: Se refiere al visitante que no pernocta en el destino. (*Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita*)

Turista. (*Visitante que pernocta*), si su viaje incluye una pernoctación.

Fuente: OMT (*Organización Mundial de Turismo*)

RESERVACIÓN	2013
Sí	47%
No	53%



MEDIO DE RESERVACIÓN	Visitante 2013
Internet	62%
Teléfono / Fax	28%
Agencia de viajes	4%
Organizador de eventos	2%
Otro	4%

Otro: personalmente, por medio de un amigo/ familiar



Medio de Transporte

Automóvil propio

Autobús

Autobús rentado

Automóvil rentado

Avión

Otro

2013

67%

23%

5%

2%

2%

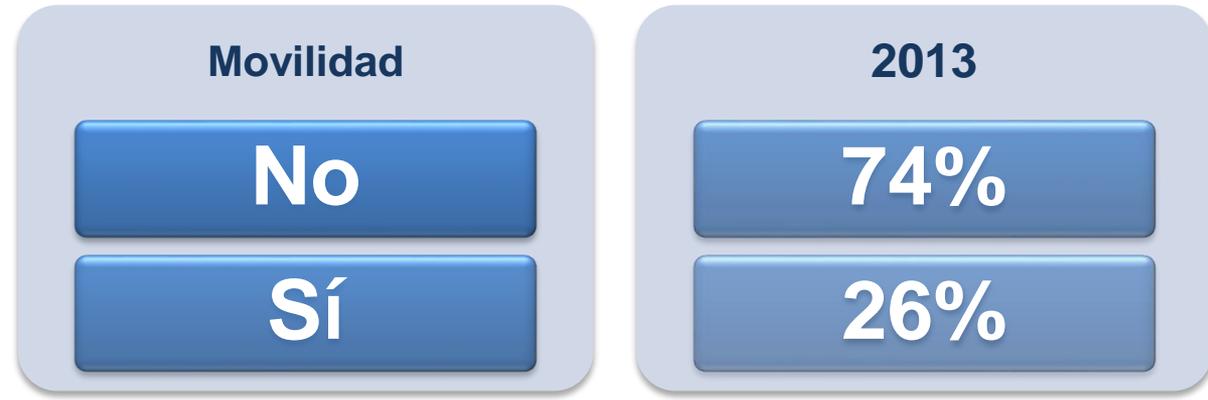
1%

Otro: Ride/ mochilazo

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Movilidad del Visitante

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



CIUDADES 2013 (TOP 5)			
DENTRO DE GUANAJUATO		FUERA DE GUANAJUATO	
Guanajuato	61%	Querétaro	65%
Silao	14%	Guadalajara	9%
San Miguel de Allende	10%	Ciudad Valles	4%
Celaya	4%	Lagos de Moreno	4%
Irapuato	4%	San Juan de los Lagos	4%

EXPERIENCIA DE VIAJE E ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

Índice de Satisfacción Ciudad

Índice Global Visitante 2013
8.0

EVALUACIÓN CIUDAD	2013
Aeropuerto de Guanajuato	9.2
Instalaciones de la terminal de autobuses	8.3
Estancia en el lugar de hospedaje	8.2
Percepción de seguridad	8.1
Transporte público local (taxis y transporte urbano)	8.0
Infraestructura y señales carreteras	8.0
Establecimientos de alimentos y bebidas	7.7

Nota: Índice calculado según SECTUR

Índice de Satisfacción FIG

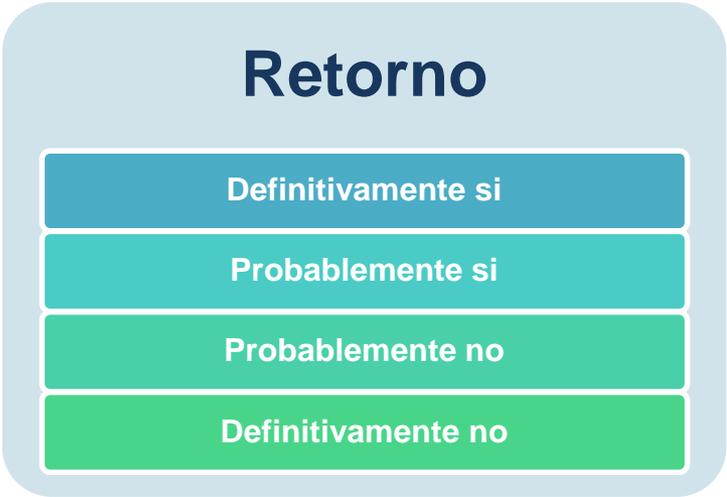
Índice Global Evento
Local 2013
8.5

Índice Global Evento
Visitante 2013
8.2

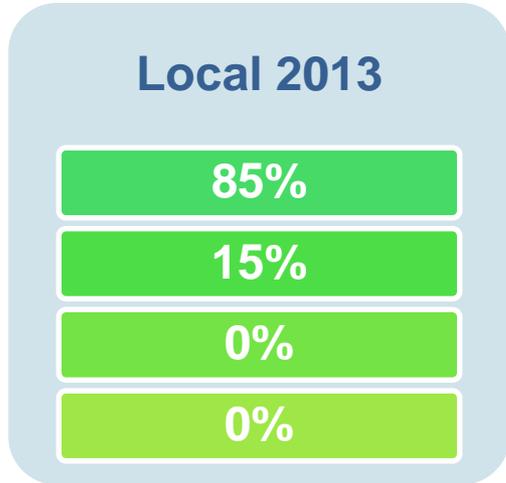
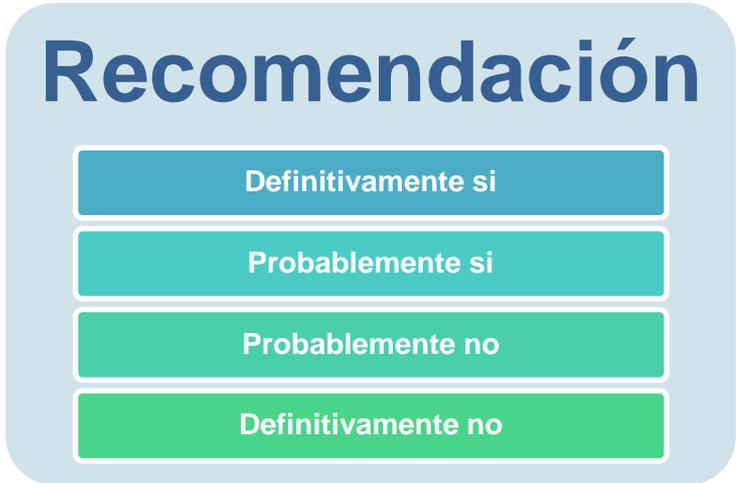
EVALUACIÓN FIG	Local 2013	Visitante 2013
Inflado de Globos y Despegue	9.0	9.1
Noche mágica	9.2	8.8
Imagen del festival	9.0	8.8
Publicidad del evento	8.8	8.8
Escenarios del evento	8.9	8.7
Experiencia general del FIG	8.8	8.6
Calidad de los espectáculos/ exposiciones del festival	8.6	8.5
Seguridad durante el evento	8.7	8.4
Nivel de afluencia en los eventos	8.5	8.4
Horarios de los espectáculos	8.4	8.3
Área de Juegos Mecánicos	8.0	8.3
Eventos musicales /Conciertos /Bandas	8.8	8.2
Presentación de la información (programa)	8.3	8.1
Stands de alimentos y bebidas	8.4	8.0
Información de la ciudad	7.9	8.0
Ayuda por parte de los organizadores	8.2	7.7
Organización en general	8.3	7.2
Servicio de sanitarios	6.8	4.9

Nota: Índice calculado según SECTUR

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



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



MEDIOS PUBLICITARIOS

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

Medio	Local 2013	Visitante 2013
Internet	20%	59%
Anuncio de TV	64%	21%
Recomendación	5%	21%
Espectacular	38%	21%
Radio	30%	11%
Folletos	5%	2%
Revistas	1%	0%
Otro	1%	2%

Otro 2013: Periódico, autobuses

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

¿En que medio encontró información más relevante para planear su visita al FIG?

Medio	Visitante 2013
Internet	55%
Ninguno	36%
Sugerencia de amigos/ familiares	7%
Folletos impresos	1%
Agencia de viajes	1%

Festival Internacional del Globo 2013



Resultados de la Actividad hotelera con base en el Sistema de Información Turística Datatur

Visitantes y Derrama Económica

Estimación de los visitantes al Festival Internacional del Globo 15-18 de noviembre 2013 León

Rubro	Total en Personas	Estadía	Turistas noche+ Excursionistas	Gasto Diario Promedio	Derrama Económica	Porcentaje
Turistas 1 a 5*	25,300	1.17	29,601	\$1,401	\$41,457,864	11.16%
Hostal Posada	117	2.00	233	\$1,102	\$256,824	0.05%
Familiares / amigos	51,043	2.07	105,659	\$714	\$75,463,121	22.51%
Campamento	29,720	2.1	63,601	\$779	\$49,565,175	13.10%
Vivienda Propia	9,463	1.7	15,803	\$594	\$9,383,472	4.17%
Otros	8,707	1.50	13,060	\$575	\$7,512,590	3.84%
Excursionistas	102,451		102,451	\$1,446	\$148,176,779	45.17%
Total Visitantes	226,800		330,408	\$1,004	\$331,815,824	
Locales	178,200			\$526	\$93,806,769	
TOTAL ASISTENTES	405,000			\$1,051	\$425,622,593	

Fuente: Sectur, Datatur, Estudio del Perfil del Visitante FIG 2013

Información de Asistentes y Personas en Campamento proporcionada por el Parque Metropolitano de León y el Comité Organizador FIG

Contacto

- **Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,**
Director General de Planeación
rcardenas@guanajuato.gob.mx
- **Mtra. 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
- **Mtra. Adriana Jardón 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

