



Perfil del Visitante

Guanajuato International Film Festival 2016

2

217 encuestas a asistentes con un nivel de confianza del 95% y error del $\pm 6.65\%$



4

Estudio realizado por una agencia de investigación de mercados. La empresa codifica, captura y elabora el reporte de resultados.



6

Asistentes mayores de 18 años, Locales, Turistas y Excursionistas que hayan participado en alguna actividad del programa del evento

Entrevistas cara a cara Del 22 de julio al 31 de julio de 2016

1

Es una investigación de mercado que suministra información de:

- 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.

5

En:



GUANAJUATO
63%

- Teatro Juárez
- Teatro Principal
- Mesón de San Antonio
- Hospitality Suite Casa Mazda

SAN MIGUEL DE ALLENDE
37%

- Jardín Principal
- Teatro Ángela Peralta
- Bellas Artes
- Cinemex
- Luciérnaga



Quién nos visita

53% de los visitantes son **Hombres**



Escolaridad
81%
Universidad

30 años



44% del visitante tiene ingresos de **\$15,000-\$55,999**

De dónde viene

60% Nacional



56,715

35% Estatal



33,084

5% Internacional



4,726

Propósito de viaje



83%
Visitar al GIFF

82%
Descanso/Vacaciones

11%
Visitar Familiares/Amigos

Con quién viaja



79%
Acompañado



39%
Familia



37%
Amigos



18%
Pareja

Se hospeda en



39%

Hotel



20%

Casa Fam/Ami

Tipo de Visitante



74%

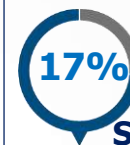
Turista



26%

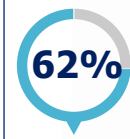
Excursionista

Visitó otros lugares



San Miguel de Allende **35%**
Guanajuato **27%**
León **15%**

Reservó



Internet **62%**
Vía telefónica **33%**
Agencia de viajes **4%**

87%
Visitante
94,525
VISITANTES

En qué viaja



51%

Auto propio



44%

Autobús

Publicidad del evento



Internet
44%



Recomendación
31%

Experiencia en el Evento

Satisfacción

98%

Recomendación

Evento

Programa

8.7

8.8



Retorno



99%

Evento **53%** Estado **85%**



Recurrencia

Gasto y Estadía

\$1,535.32 **\$671.38** **\$842.43**



Hotel

1.33 días



Casa Fam
Amigos

3.16 días



Excursionista

5.38hrs

*Dato proporcionado por Datatur

Quién nos visita



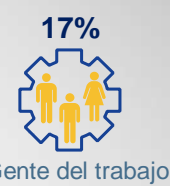
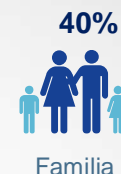
Escolaridad **68%**
Universidad

29 años



50% tiene ingresos desde **\$4,300** hasta **\$19,999**

Con quién visita el evento



Publicidad del Evento



37%

Internet



32%

Recomendación

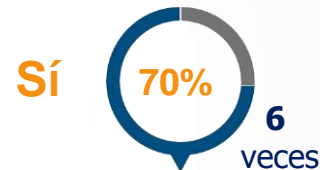


13%

Espectacular

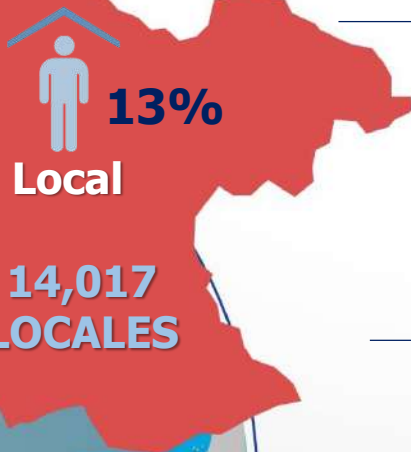
Experiencia en el Evento

Recurrencia al evento



Algo nuevo

Sí Mayor audiencia **8%**
74% Muy austero **8%**



17%
Proyecciones

20%
Falta de organización



100%



Retorno

Recomendación



100%

Evento Programa



8.1 **7.7**
Satisfacción

Gasto y Estadía

\$335.94



3.64
días siguiendo el evento

Quién nos visita



54% de los visitantes son **Hombres**



Escolaridad
73%
Universidad

33 años



44% del visitante tiene ingresos de **\$4,300 hasta \$55,999**

De dónde viene

66% Nacional



15,632

29% Estatal



6,869

5% Internacional



1,184

Propósito de viaje



81% Visitar al GIFF

79% Descanso/Vacaciones

14% Visitar Familiares/Amigos

Con quién viaja



Familia
37%



Amigos
28%



Pareja
18%

Se hospeda en



46%
Hotel



17%
Casa Fam/Ami

Tipo de Visitante



76%
Turista



24%
Excursionista

Visitó otros lugares



Guanajuato **78%**
León **11%**
Dolores Hidalgo **11%**

Reservó



Internet **78%**
Vía telefónica **22%**

80%
23,685
Visitantes

20%
6,126
Locales

En qué viaja



65%
Auto propio



32%
Autobús

Publicidad del evento



Internet
44%



Recomendación
30%

Experiencia en el Evento

Satisfacción

Evento Programa



Secretaría de Turismo

96% Recomendación



Retorno



100%

Gasto y Estadía

\$1,853.55 \$901.27 \$1,375.05



Hotel

1.46 días



Casa Fam
Amigos

3.40 días



Excursionista

4.67 hrs

*Dato proporcionado por Datatur

Dirección General de Planeación / Dirección de Información y Análisis

Quién nos visita

55% de los visitantes son **Mujeres**

27 años

Escolaridad 81%
Universidad

44% del visitante tiene ingresos de **\$15,000-\$55,999**

De dónde viene

56% Nacional
39,670

40% Estatal
28,336

4% Internacional
2,833

Propósito de viaje

85% Visitar al GIFF

86% Descanso/Vacaciones

7% Visitar Familiares/Amigos

Con quién viaja

75% Acompañado

38% Amigos

34% Familia

13% Gente del trabajo

Se hospeda en

36% Hotel

21% Casa Fam/Ami

Tipo de Visitante

73% Turista

27% Excursionista

Visitó otros lugares

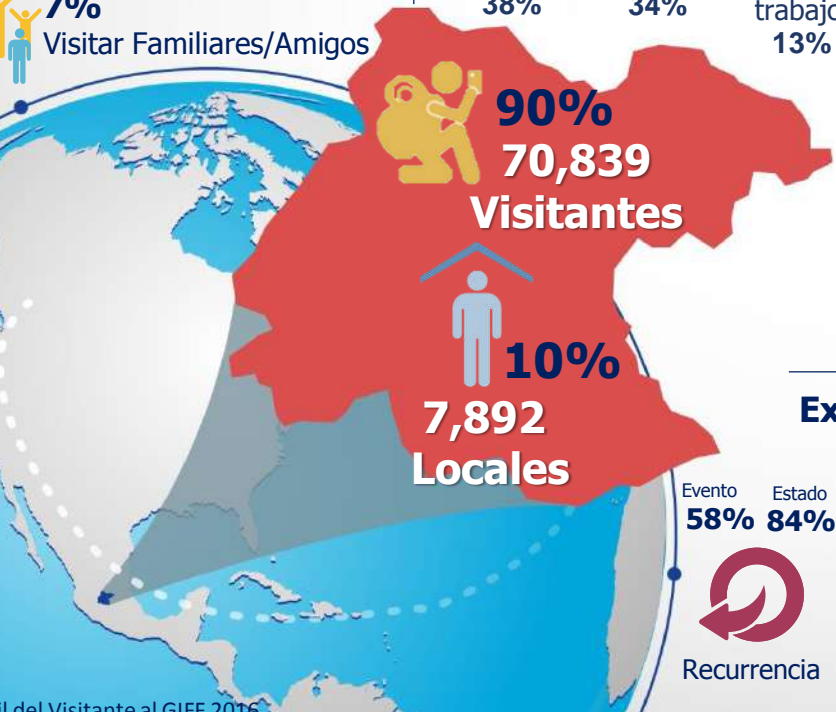
20% Sí

San Miguel de Allende **56%**
León **19%**
Irapuato **13%**

Reservó

64% Sí

Internet **52%**
Vía telefónica **41%**
Agencia de viajes **7%**



En qué viaja

53% Autobús

39% Auto propio

Publicidad del evento

42% Internet

32% Recomendación

Experiencia en el Evento

Satisfacción
Evento **8.8** Programa **8.5**

99% Recomendación

Recurrencia

Gasto y Estadía

\$1,379.23
1.27 días
Hotel

\$604.38
3.10 días
Casa Fam Amigos

\$682.40
5.80 hrs
Excursionista

*Dato proporcionado por Datatur

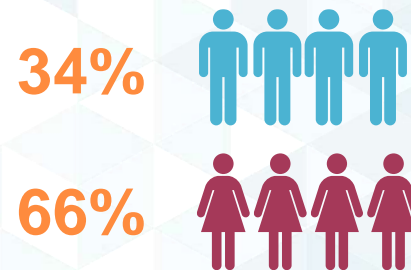


Anexos 2016

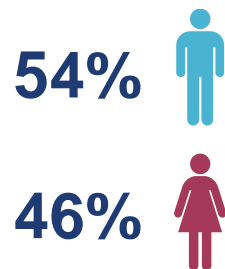
Visitante 2016



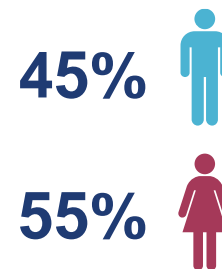
Local 2016



San Miguel de Allende



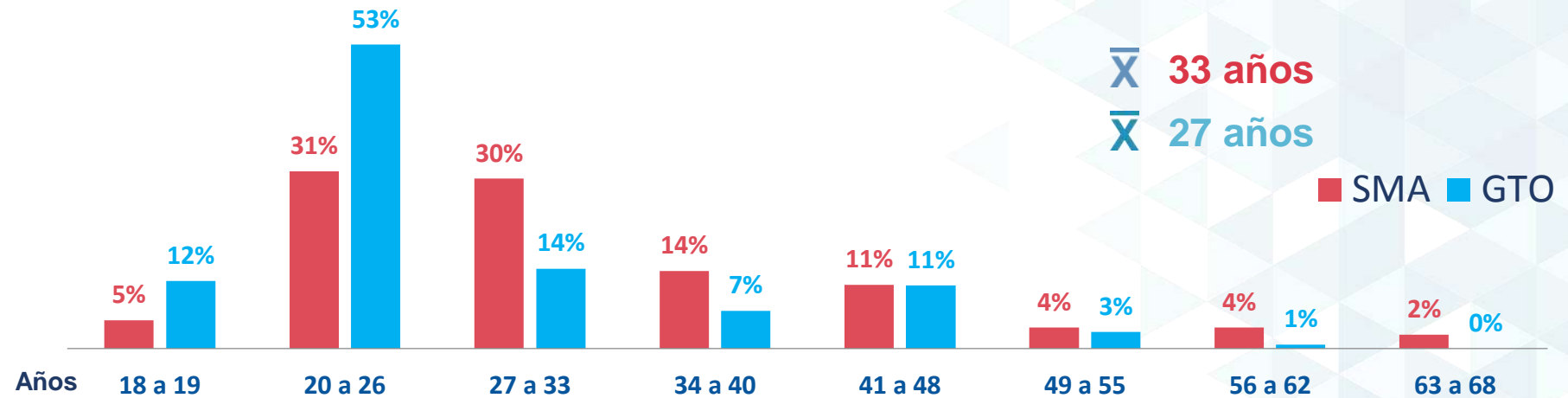
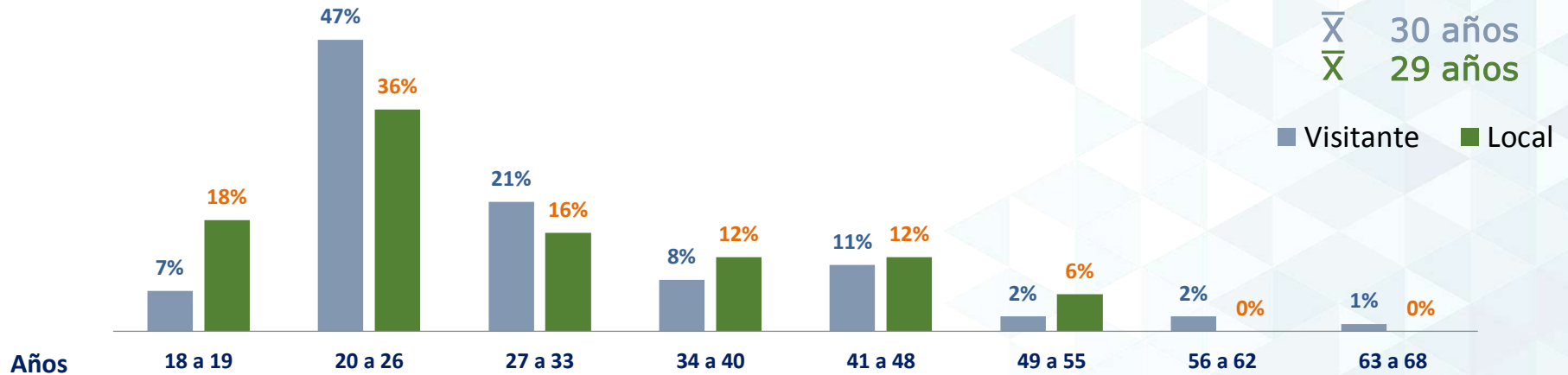
Guanajuato





Perfil Demográfico

Edad del entrevistado



Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de: Min - 18 años y Max - 67 años.





Perfil Demográfico

Procedencia del Visitante



Nacional

60%



Estatad

35%



Internacional

5%

Visitante

SMA

66%

GTO

56%

29%

40%

5%

4%





Nacional

Estado	2016	SMA	GTO
Ciudad de México	29%	29%	29%
Estado de México	15%	8%	22%
Querétaro	14%	24%	4%
Jalisco	9%	10%	8%
Nuevo León	7%	8%	6%
Aguascalientes	3%	2%	4%
Zacatecas	3%	2%	4%
Chihuahua	2%	0%	4%
Puebla	2%	2%	2%
San Luis Potosí	2%	4%	0%
Saltillo	3%	4%	0%
Baja California Norte	2%	0%	4%
Michoacán	2%	0%	4%
Quintana Roo	2%	2%	0%
Hidalgo	2%	2%	0%
Morelos	2%	2%	0%
Veracruz	1%	0%	2%
Baja California Sur	1%	0%	2%
Tamaulipas	1%	0%	2%
Sonora	1%	0%	2%
Coahuila	1%	0%	2%
Total	100%	100%	100%





Perfil Demográfico

Procedencia del Visitante Estatal



Estatal

Municipio	2016	SMA	GTO
León	55%	52%	57%
Irapuato	10%	10%	11%
Guanajuato	9%	24%	0%
Salamanca	7%	5%	5%
San Miguel de Allende	5%	0%	8%
Celaya	3%	0%	5%
Valle de Santiago	3%	0%	5%
Pénjamo	2%	0%	3%
Acámbaro	2%	5%	0%
Dolores Hidalgo	2%	5%	0%
Silao	2%	0%	3%
TOTAL	100%	100%	100%



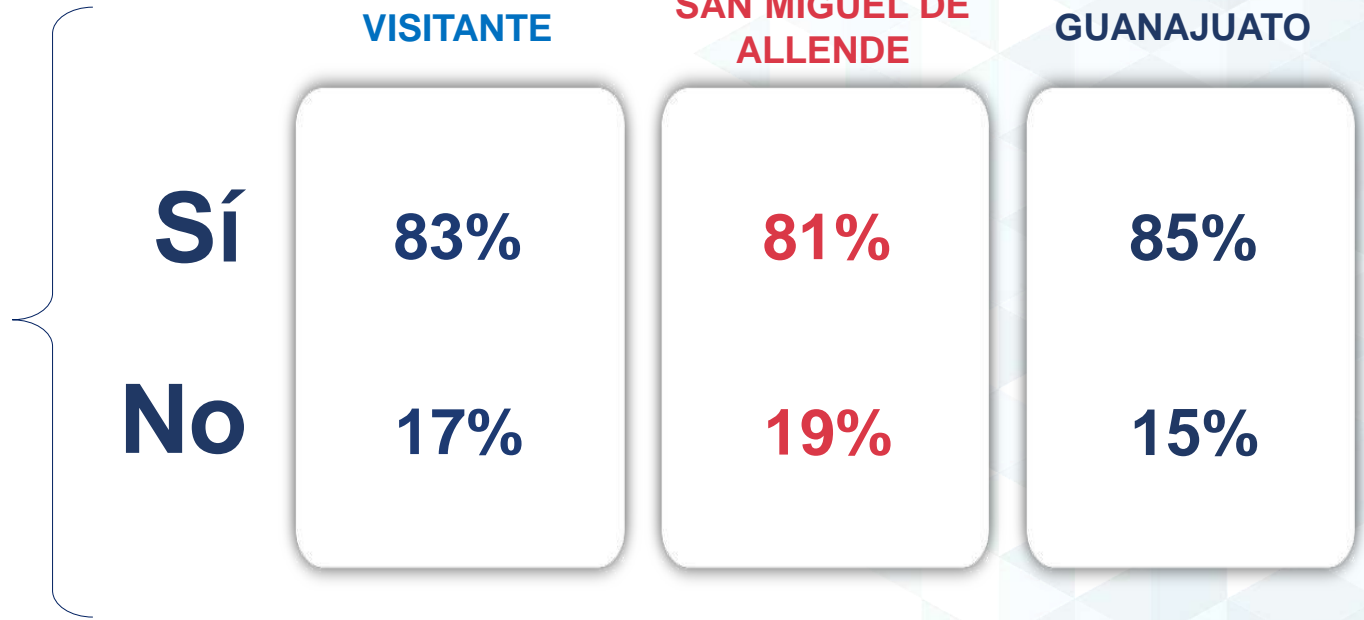


Internacional

País	2016	SMA	GTO
EUA	75%	50%	100%
Francia	13%	25%	0%
Japón	13%	25%	0%
TOTAL	100%	100%	100%



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



Planeación de viaje

Actividades de interés

Durante su visita a este destino ¿Qué actividades realizó o planea realizar durante su estancia?

En promedio los visitantes al GIFF 2016 realizan de 1 a 2 actividades durante su visita al evento.

*Otro 2016.
Trabajar, eventos del GIFF, actividades culturales, de todo un poco.

*Otro

4% 3% 5%

Recorridos turísticos

4% 1% 5%

Compras

5% 8% 3%

Zona centro/ Plazas /
Mercado bonanza / Centro comercial



Comer / cenar
46% 39% 53%

Comer / cenar en restaurant



Solo el festival
34% 37% 29%

Visitar atractivos por su cuenta

19% 23% 15%

Zona Centro/ Bellas Artes /
Universidad de Guanajuato /
Zona arqueológica / El charco



Vida nocturna

9% 7% 11%

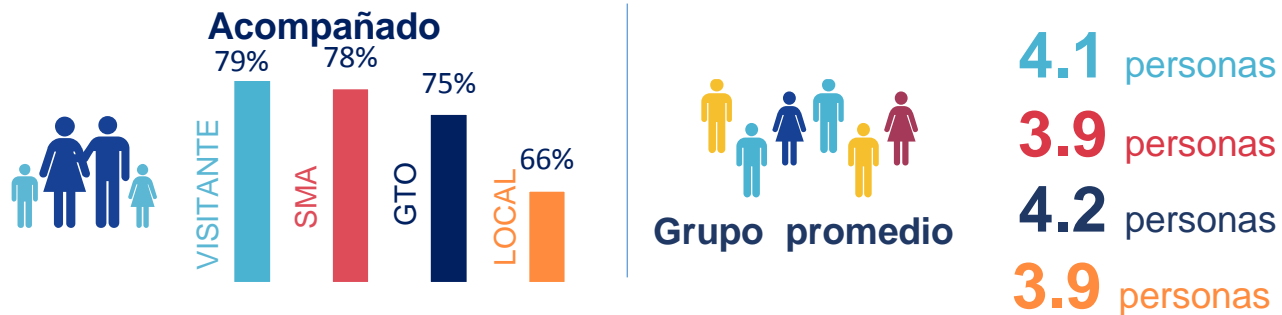
Visitante

San Miguel de Allende

Guanajuato

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

¿Con quién viaja / visita el GIFF?



Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de: Min – 2 personas y Max – 15 personas

	Adultos mayores (Mayores de 65 años)	0%	0%	0%	0%
	Adultos mayores de 18 años	84%	87%	80%	78%
	Adolescentes de 13 a 17 años	10%	10%	10%	12%
	Niños de 7 a 12 años	0%	0%	0%	0%
	Niños menores de 6 años	6%	3%	10%	10%

Visitante

San Miguel de Allende

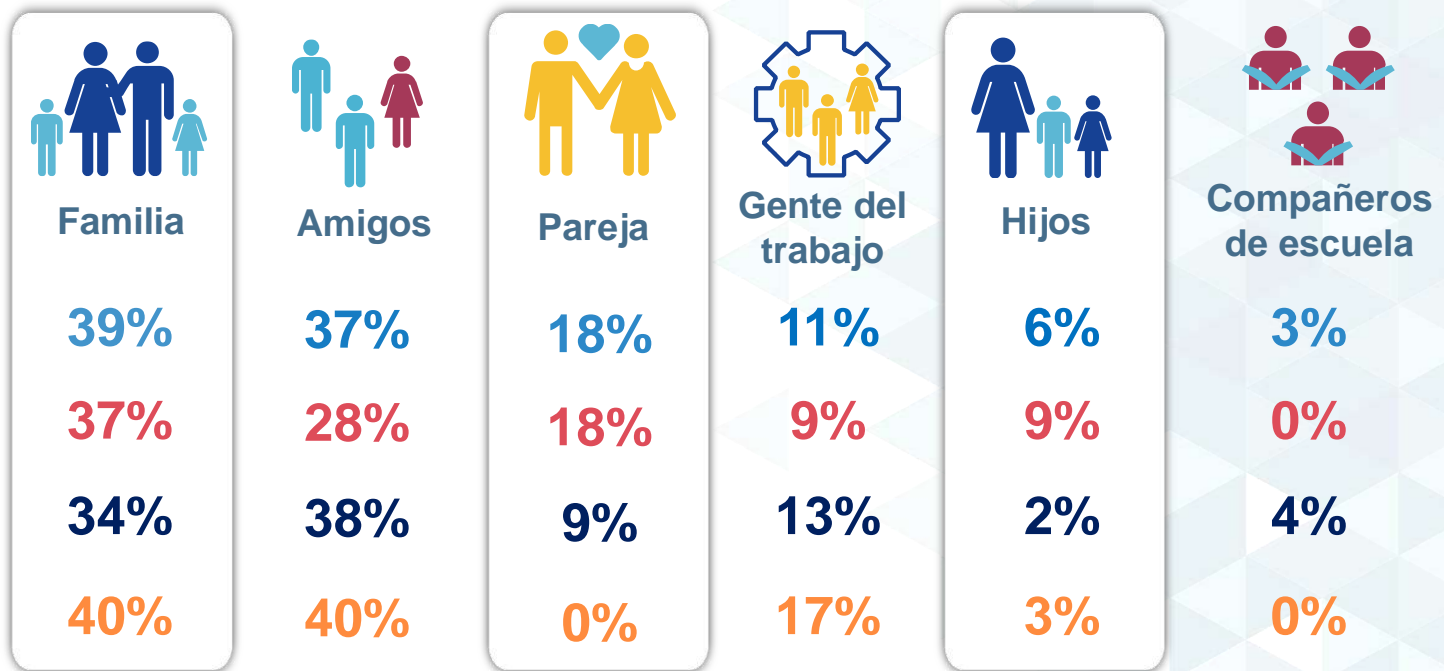
Guanajuato

Local



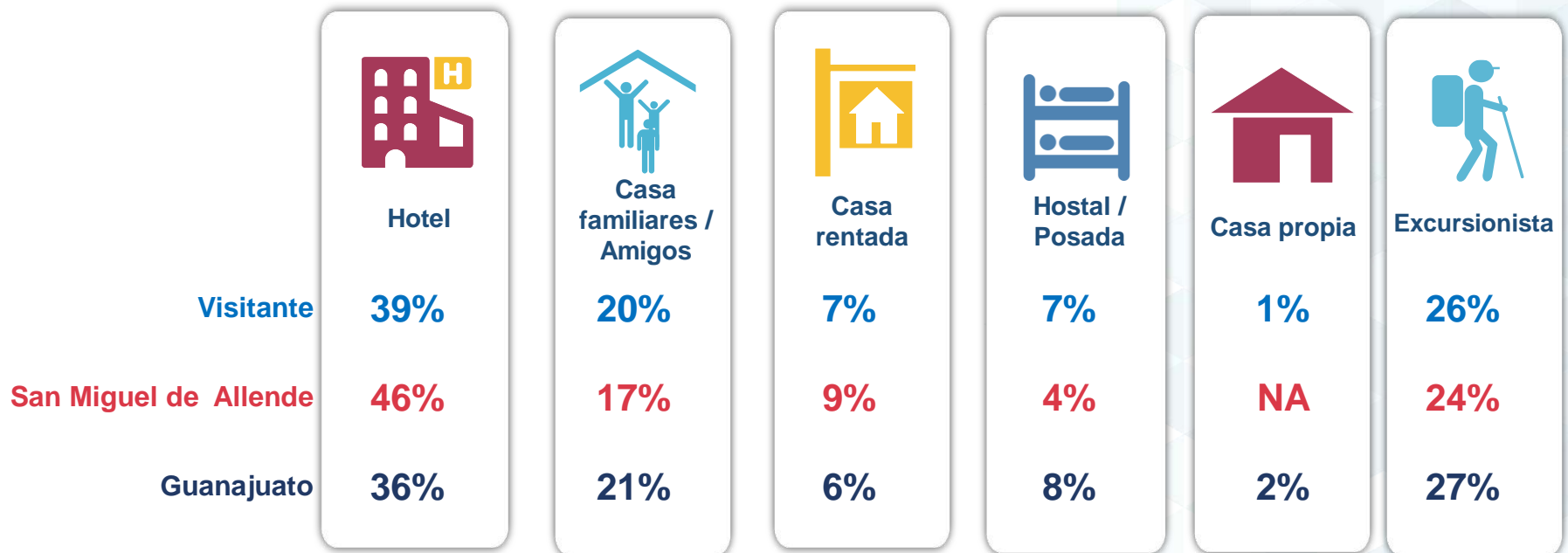
Acompañado por...

**Acompañado
79%**



Visitante
San Miguel de Allende
Guanajuato
Local





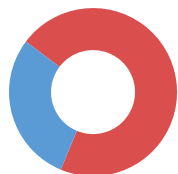
¿Visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?

Sí

No

Visitante

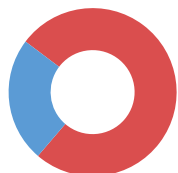
17%



83%

San Miguel de Allende

15%



85%

Guanajuato

20%



80%

Global (Top 5) Visitante

Dentro de Guanajuato 76%

Fuera de Guanajuato 24%

Visitante

San Miguel de Allende	35%
Guanajuato	27%
León	15%
Irapuato	8%
Dolores Hidalgo	8%

San Luis Potosí	25%
Guadalajara	25%
Querétaro	13%
Ciudad de México	13%
Yucatán	13%

San Miguel de Allende

Guanajuato	78%
León	11%
Dolores Hidalgo	11%

Querétaro	25%
San Luis Potosí	25%
Guadalajara	25%
Yucatán	25%

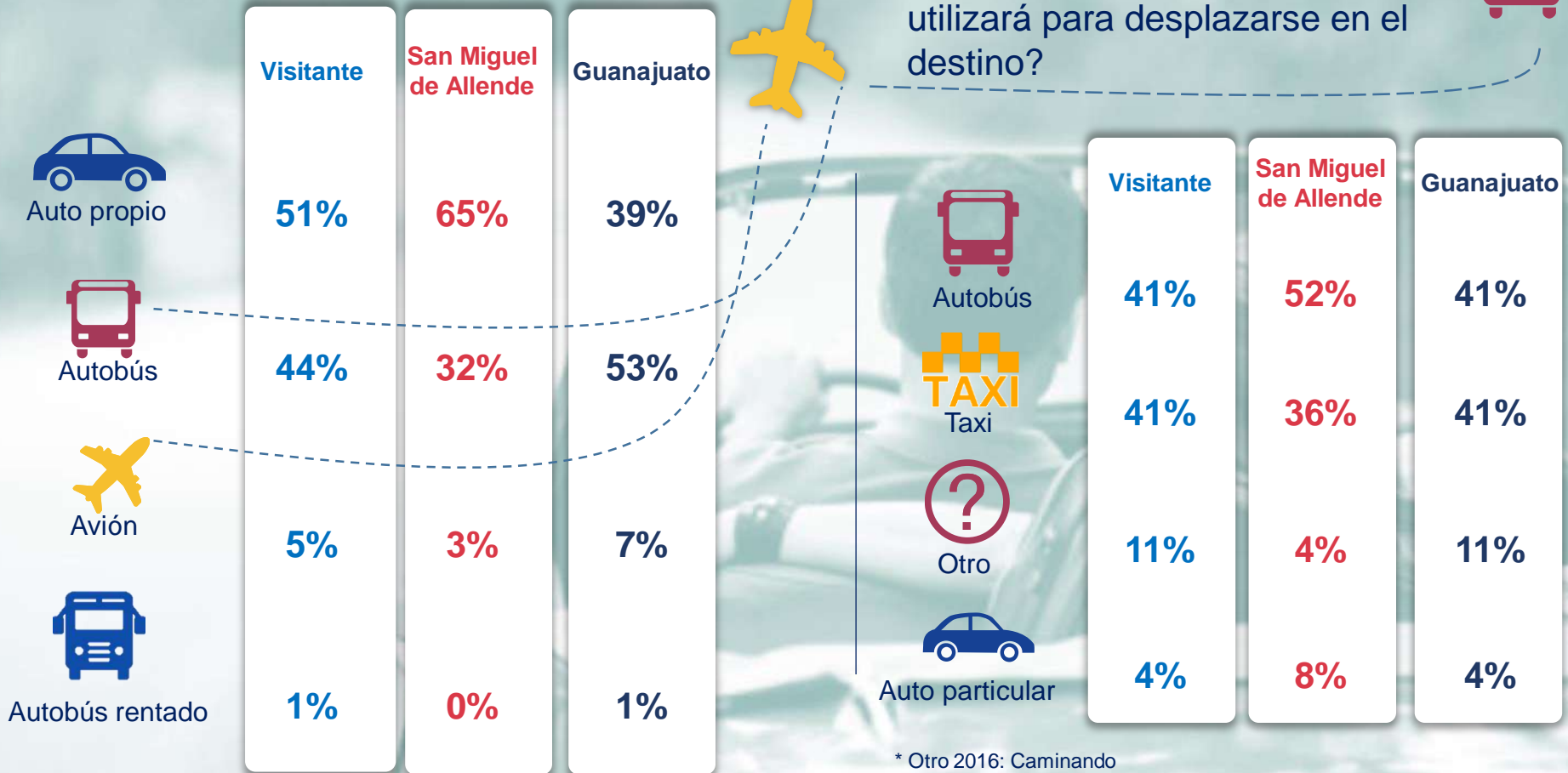
Guanajuato

San Miguel de Allende	56%
León	19%
Irapuato	13%
Dolores Hidalgo	6%
Celaya	6%

San Luis Potosí	25%
Guadalajara	25%
Atotonilco	25%
Ciudad de México	25%



Del **49%** que llegaron en avión y/o autobús, ¿Qué otro medio utilizará para desplazarse en el destino?

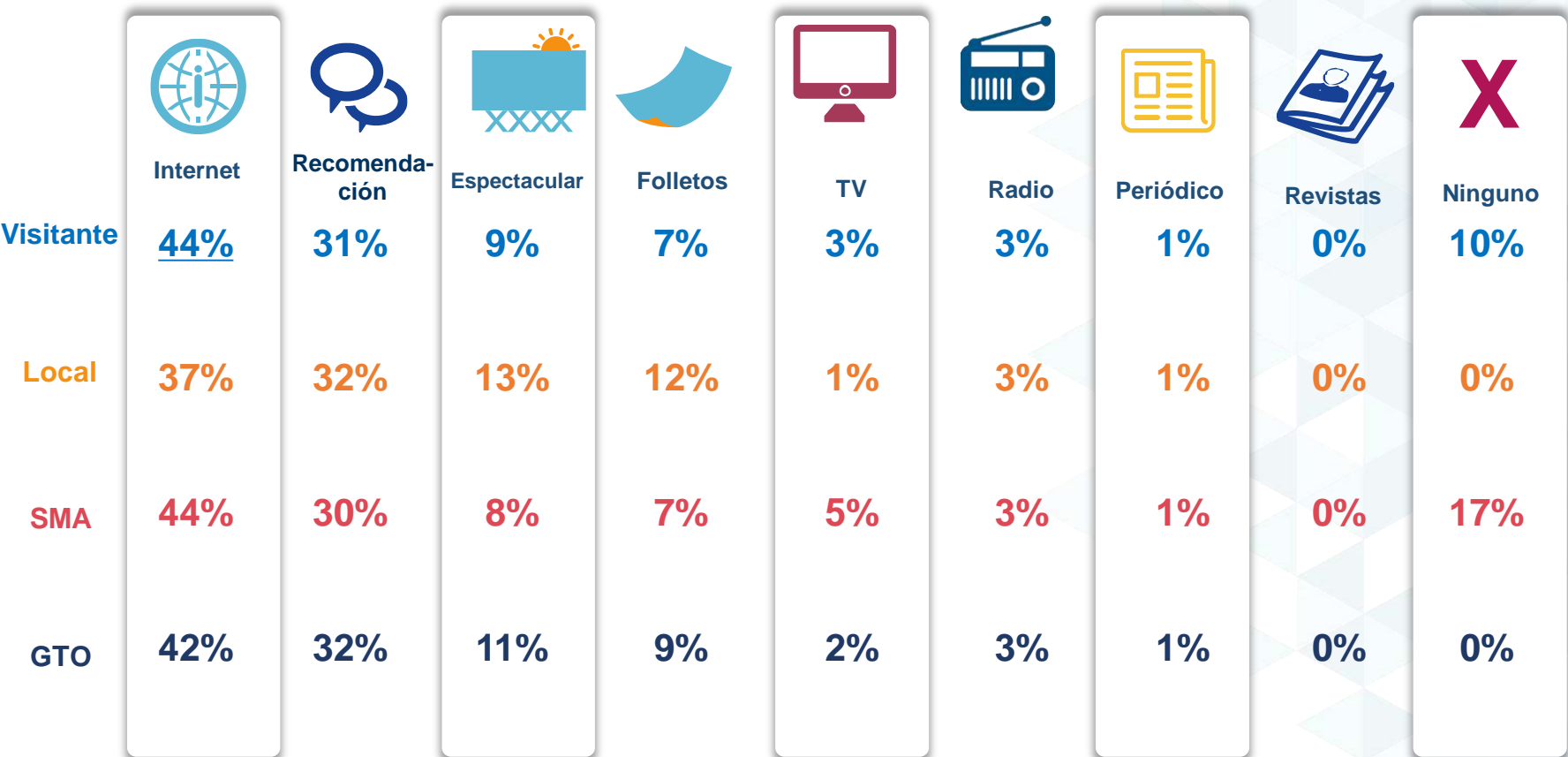


* Otro 2016: Caminando

Nota: Automóvil propio, se refiere al auto que toman prestado de sus familiares que viven en la ciudad.



¿En qué medios escuchó o vio publicidad del GIFF?



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%



Internet



Redes sociales

Visitante

78%



Página web

18%



Correo electrónico

4%

Local

100%

San Miguel
de Allende

78%

Guanajuato

85%

0%

15%

14%

0%

7%

1%

Página Web

Página oficial del GIFF 82%



Hyperanimals.com 6%

Página del gobierno 6%

Google 6%

Redes Sociales



Facebook 88%

Instagram 6%

Twitter 5%

Youtube 1%



Medios Publicitarios

Impacto de medios



Visitante



Local

Televisión



100%



TV de paga



TV abierta



50%



LA CONACULTA

25%



25%

Periódico



Visitante



Local

El Sol de Salamanca

100%

El Sol de Salamanca

50%

Periódico de San Miguel

50%

Radio



Visitante



Local



33%



33%



33%

Radio Universidad

50%



50%



Experiencia de viaje

Índice de Satisfacción Atributos Generales del Evento

Índice Promedio Global

Visitante **8.7**

San Miguel de Allende **8.6**

Guanajuato **8.8**

Local **8.1**



9.6
9.3
9.8
9.6

Precios del Evento



9.0
8.8
9.1
9.0

Sede del evento



8.9
8.8
8.9
8.3

Imagen del festival



8.9
8.8
8.9
8.2

Seguridad durante todo el evento



8.8
8.5
9.0
7.8

Ayuda por parte de los organizadores



8.7
8.4
8.9
8.4

Calidad de los espectáculos del evento



8.6
8.6
8.6
7.6

Horarios



8.6
8.5
8.6
7.9

Servicios recibidos durante el evento



8.5
8.2
8.7
8.3

Nivel de afluencia en los eventos



8.5
8.4
8.6
NA

Información de la ciudad



8.4
8.3
8.4
7.9

Organización en general



8.3
8.3
8.3
7.9

Presentación de la información



8.2
8.1
8.3
7.7

Publicidad y promoción del evento

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



¿A qué eventos del programa del GIFF 2016 asistió o asistirá?

	Visitante	San Miguel de Allende	Guanajuato	Local
+ Ceremonia Inaugural	37%	57%	24%	32%
+ Alfombras rojas	46%	48%	43%	42%
Homenajes	27%	23%	30%	28%
+ Proyecciones	74%	75%	71%	66%
+ Conciertos	40%	56%	28%	34%
+ Conferencias	37%	20%	49%	42%
Talleres y asesorías	10%	18%	3%	2%
Exhibición epicentro	2%	0%	1%	0%
Locura de media noche	5%	3%	6%	4%
Cine entre muertos	8%	15%	2%	2%
Rally universitario	8%	0%	8%	9%
Niños de acción	9%	19%	5%	12%
RV Screening	13%	0%	12%	9%

Nota: SDM, Suma de menciones, puede superar el 100%



¿Qué tan probable es que usted vuelva a asistir al GIFF?

Definitivamente **No**

0% 0%
0% 0%

Probablemente

2% 1%
4% 0%



Retorno

Definitivamente **Sí**
98% 99%
96% 100%

¿Qué tan probable es que usted recomiende a un amigo o colega visitar al GIFF?

Definitivamente **No**

0% 0%
0% 0%

Probablemente

1% 1%
0% 0%



Recomendación

Definitivamente **Sí**
99% 99%
100% 100%

Probablemente o Definitivamente **NO**
¿Por qué? **TOP 3**

2%

0%

- Si coincide con las vacaciones 33%
- Por la distancia 33%
- Depende de la invitación 33%

Probablemente o Definitivamente **NO**
¿Por qué? **TOP 3**

1%

0%

- Si le gusta el cine a su amigo, le recomendaría asistir 100%

Visitante

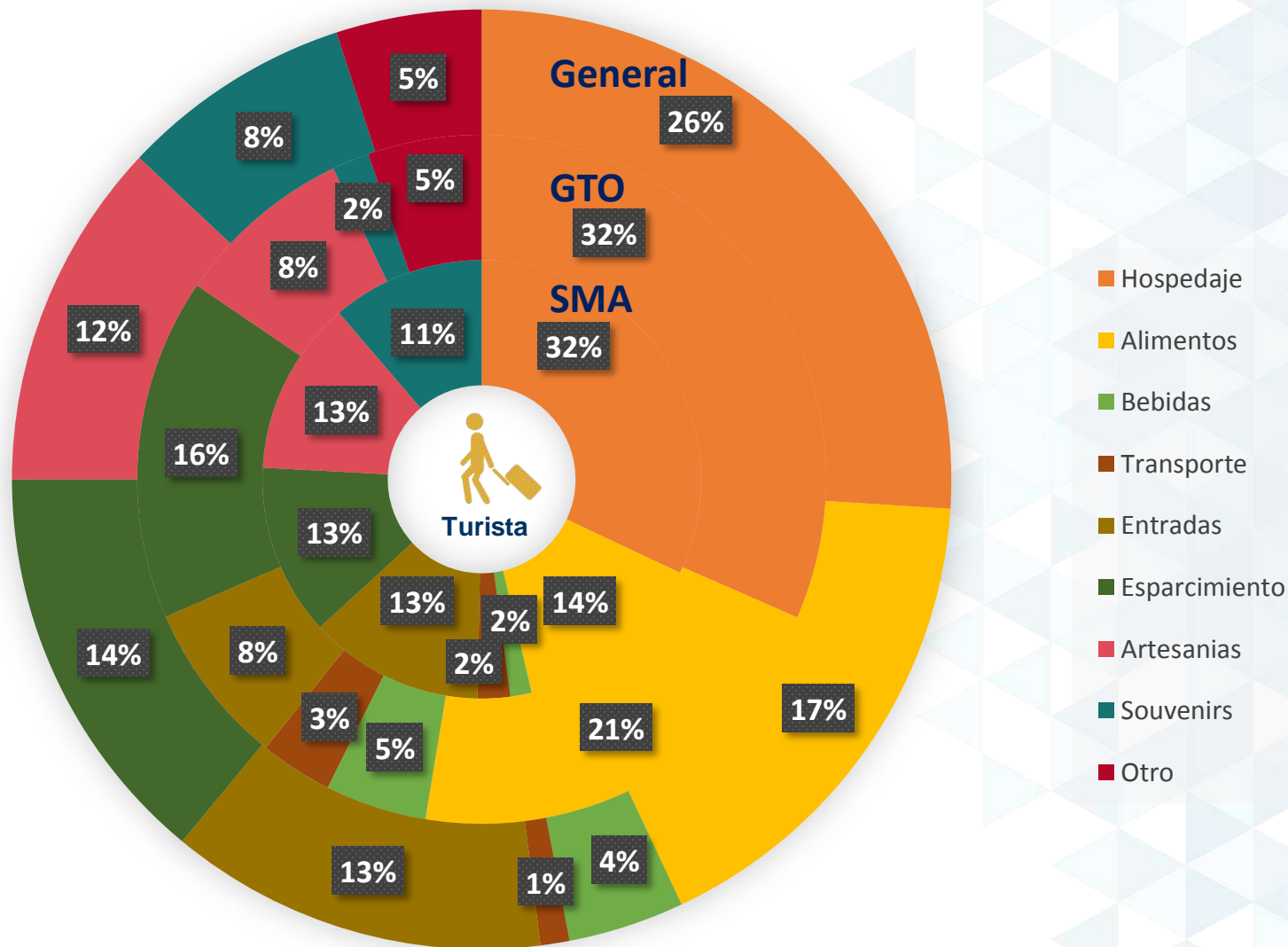
San Miguel de Allende

Guanajuato

Local



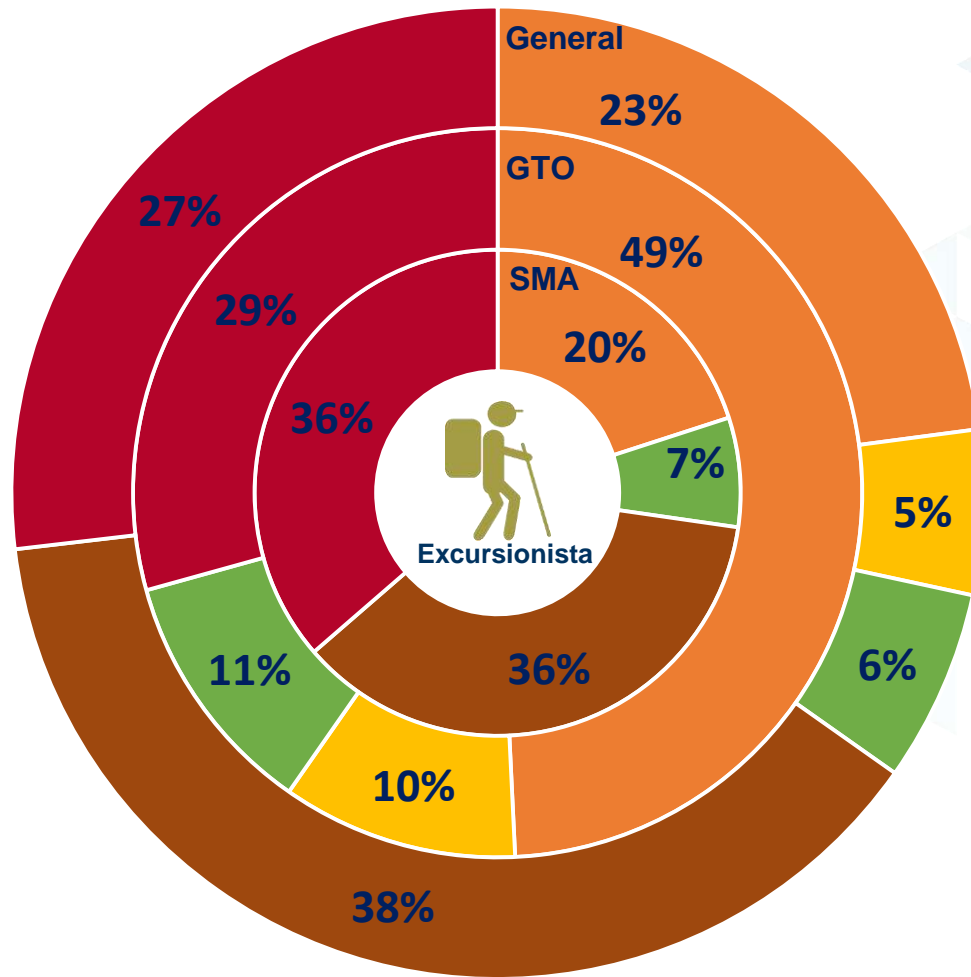
	 Hotel	 Casa familiares / Amigos	 Vivienda rentada	 Vivienda propia	 Hostal / Posada	 Excursionista
Turista General	\$1,535.32	\$671.38	\$510.71	\$387.50	\$515.44	\$842.43
San Miguel de Allende	\$1,853.55	\$901.27	\$536.40	N.A.	\$661.84	\$1,375.05
Guanajuato	\$1,379.23	\$604.38	\$501.25	\$387.50	\$492.14	\$682.40
 Local		General \$335.94		San Miguel de Allende \$240.00		Guanajuato \$410.40



Otro 2016: Estacionamiento, recargas celular, medicinas

Gasto y Estadía de viaje

Distribución del gasto del Excursionista

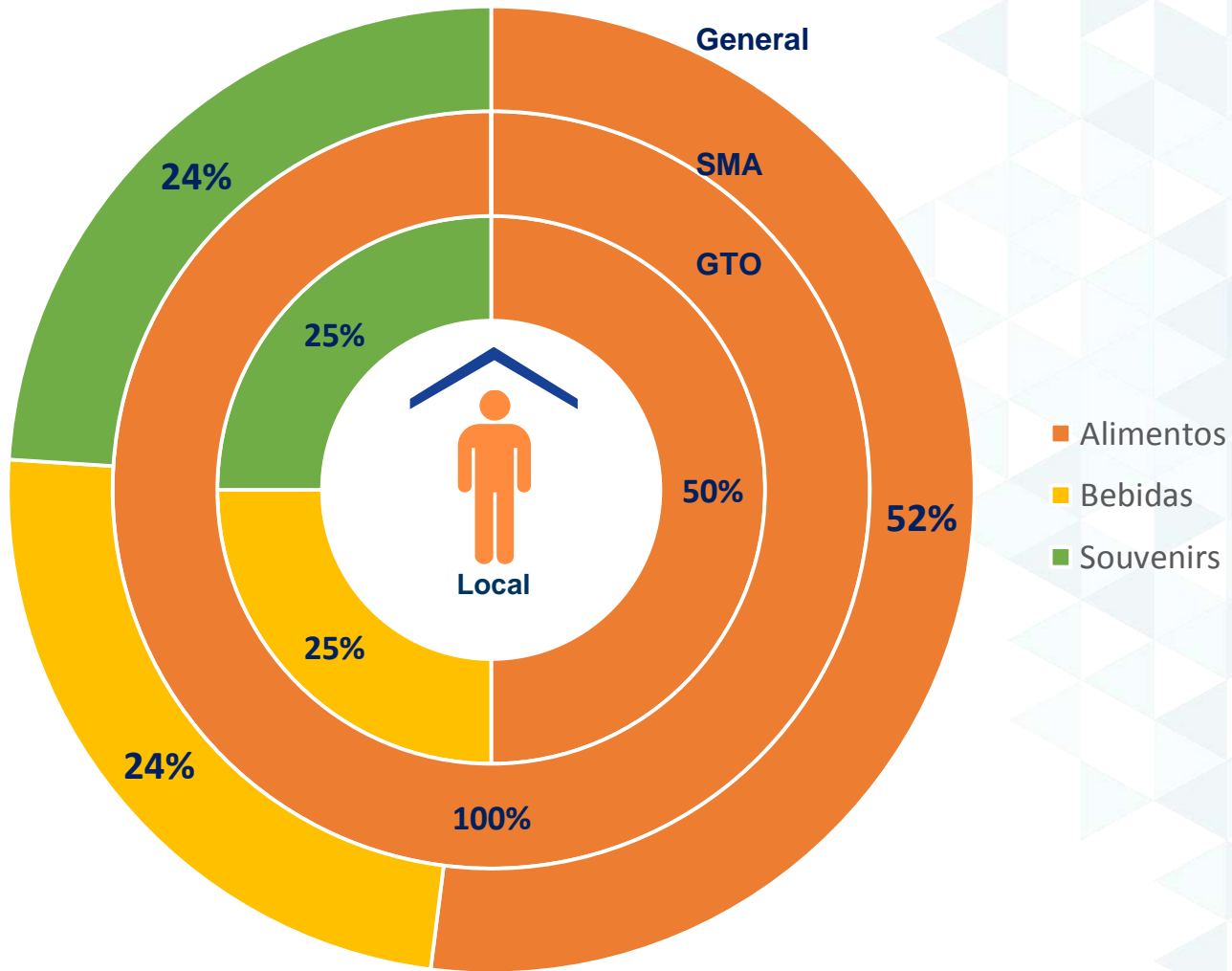


- Alimentos
- Bebidas
- Transporte
- Esparcimiento
- Artesanias



Gasto y Estadía de viaje

Distribución del gasto del Local





giff

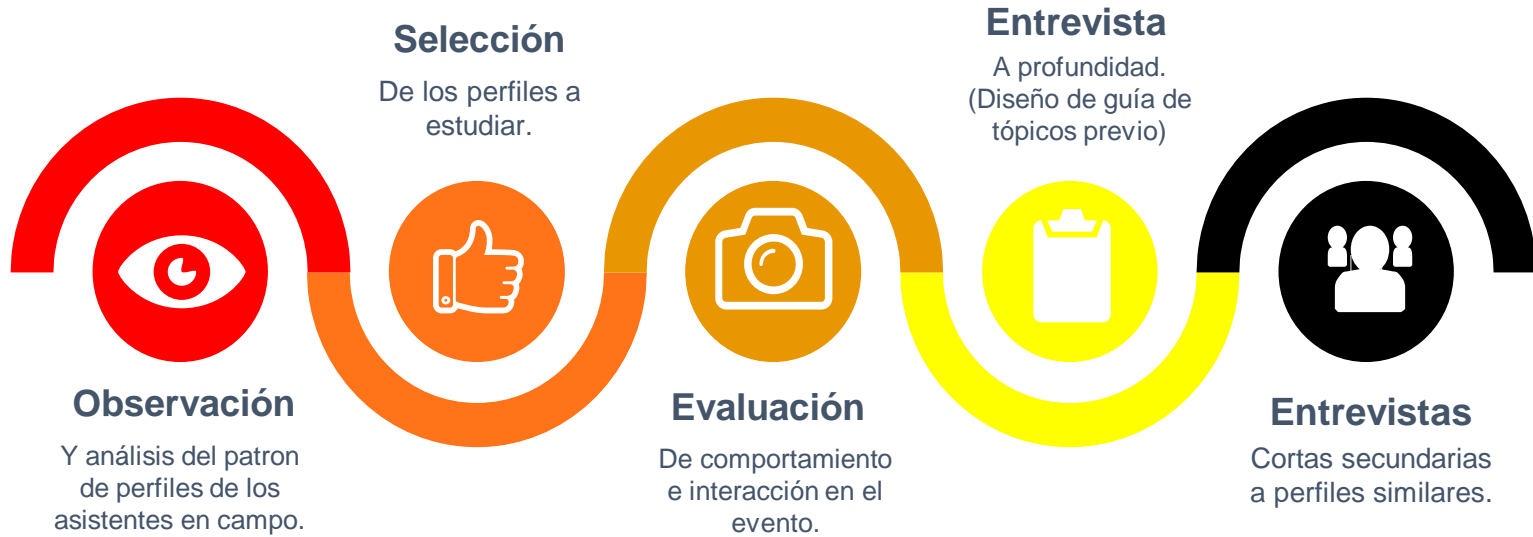
GUANAJUATO
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL

31

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Metodología de Etnografías*

¿Cómo se obtiene la información?



***Etnografía:** Análisis del modo de vida de una raza o grupo de individuos, mediante la observación y descripción de lo que la gente hace, cómo se comportan y cómo interactúan entre sí, para describir sus creencias, valores, motivaciones, perspectivas y cómo estos pueden variar en diferentes momentos y circunstancias.

Hipótesis del Perfil

y Perfiles **Encontrados**

Hipótesis del perfil:

Asistente

Visitante primerizo.



Perfil encontrado:

Asistente

Género: Hombre
Edad: 17 años
Perfil: Generación Y
Nivel Socioeconómico: A/B





- Chile.
- Generación Y.
- Soltero.
- Estudiante de preparatoria.
- NSE: A/B.



- Cine, experiencia más completa, mejor audio y video.
- 5 veces al mes asiste al cine.
- 4 hrs. al día en Smartphone o computadora.
- Visita buzzfeed, twitter, fb, YouTube, snapchat.
- Primera vez en el GIFF.
- Planea asistir a 4 eventos, debería haber mejor organización en entrada.



- Ciudad de México.

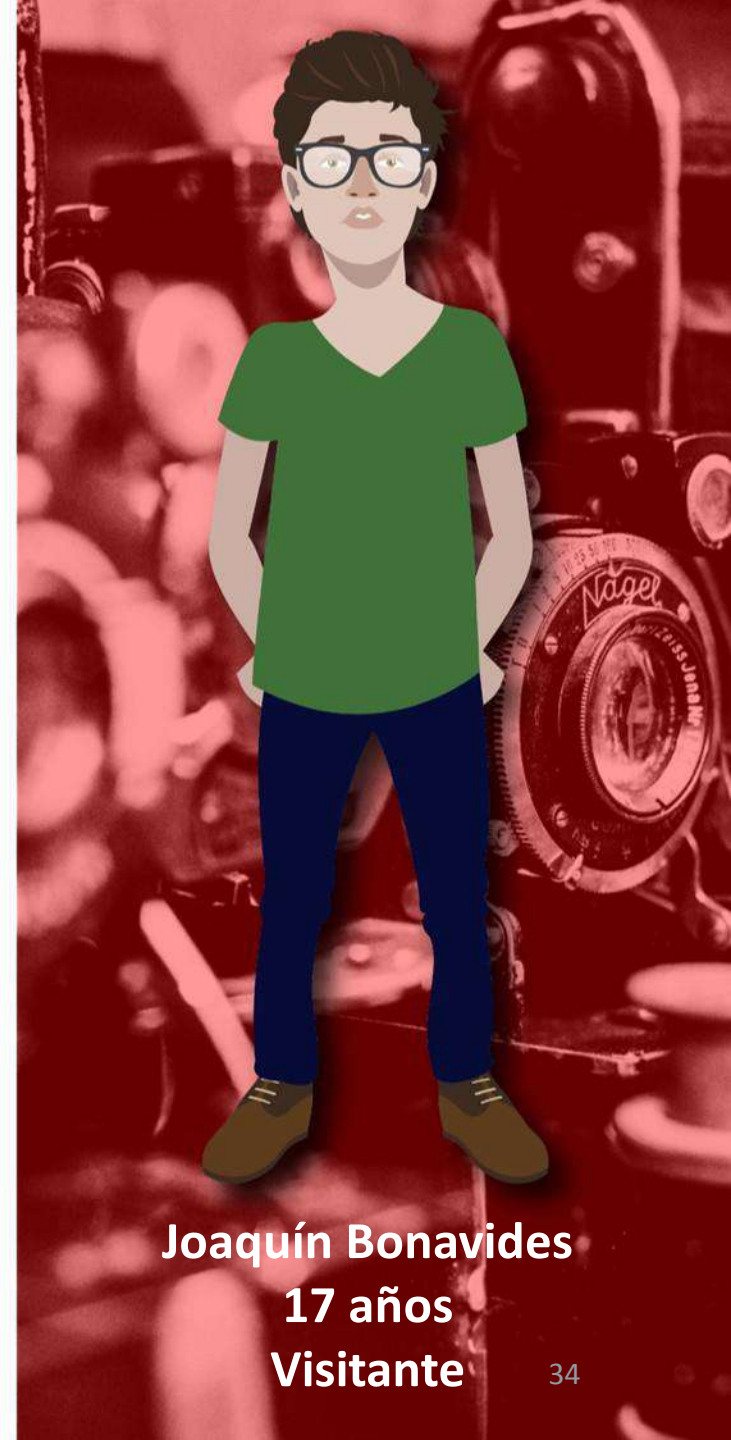


• El evento se parece a la película “Relatos Salvajes”, porque son varios cortometrajes que no tienen nada que ver uno con el otro.



- Le gusta ver películas
- Género: Drama. “2001 Odisea en el espacio” y “Boyhood”.
- Dir. Favorito: Stanley Kubrick.

- Aprender de fotografía.
- Se enteró por su profesor de fotografía.
- Asiste a eventos parecidos en bellas artes, GIFF su favorito.
- Gasta \$800 al día en comidas.
- Todos muy amables y todo muy bien en servicio.
- Sí cumplió expectativas, es a lo que vine, a ver películas, conferencias y aprender cosas nuevas del cine.
- Más invitados reconocidos en las conferencias.
- Muy probable que vuelva a asistir.



Joaquín Bonavides
17 años
Visitante

Hipótesis del Perfil

Hospitality Suite Casa Mazda

Hipótesis del perfil:

Medios

Miembro
de la prensa.



Perfil encontrado:

Medios

Género: Hombre
Edad: 41 años
Perfil: Geek
Nivel Socioeconómico: C





Jesús Chavarría
41 años
Medios



- Ciudad de México
- Geek
- Soltero.
- Teatro y periodismo.
- NSE: C.



- 12 hrs al día en Smartphone o computadora.
- Visita Google, digital spy, la casa de el, la zona negativa, Cinepolis, Marvel.

“Le tengo mucho cariño al GIFF porque es el primer festival al que fui en mi vida, tiene un aire muy juvenil, el rally universitario es muy distintivo.” Jesús Chavarría



- Ciudad de México.
- 8 años dedicándose al cine.
- Desde el niño veía muchas películas en tv, fue el entretenimiento en casa.
- Le gusta leer comics, ir al cine, los videojuegos y capoeira.
- Películas favoritas: Punto de quiebra, Asesinos por naturaleza, Azul profundo.
- Dir. Favorito: Oliver Stone, Alfred Hitchcock, Robert Rodriguez



- Es la séptima edición a la que asiste
- Ver el mayor número de películas posibles y conciertos.
- Ver películas que no puedes ver tan pronto o que sólo se ven aquí.
- Me da mucho gusto participar.
- Festival de cine de Guadalajara, Riviera Maya, Morbido, voy a la mayoría, los mejores GIFF y Morelia.
- Lugares de comida.
- \$250 al día en comidas y café.
- Hotel Paseo de la presa.
- Sí cumplió expectativas.
- Que algunos protocolos no fueran tan largos, transporte cuando el hotel no está tan cerca.
- Muy probable regresaría.
- Genial, la ciudad es increíble.



REDES SOCIAL MEDIA



Comparativa

Redes principales / Seguidores Agosto 2016



147,536
seguidores

43,432
seguidores

5,393
seguidores

1,529
seguidores



48,092
seguidores

21,300
seguidores

6,066
seguidores

763
seguidores



250,552
seguidores

13,836
seguidores

10.5 k
seguidores

959
seguidores



151,839
seguidores

242,863
seguidores

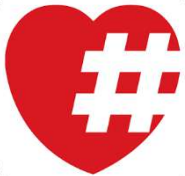
13.1 k
seguidores

4,747
seguidores

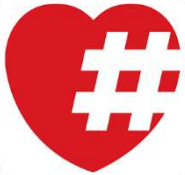


Hashtags Evaluados.

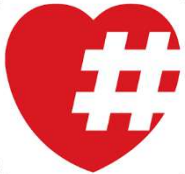
Del 1 de Julio al 10 de Agosto.



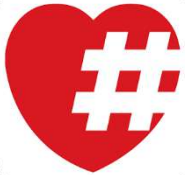
Máscineporfavor (84 menciones)



GIFF2016 (2,286 menciones)



GIFF (285 menciones)



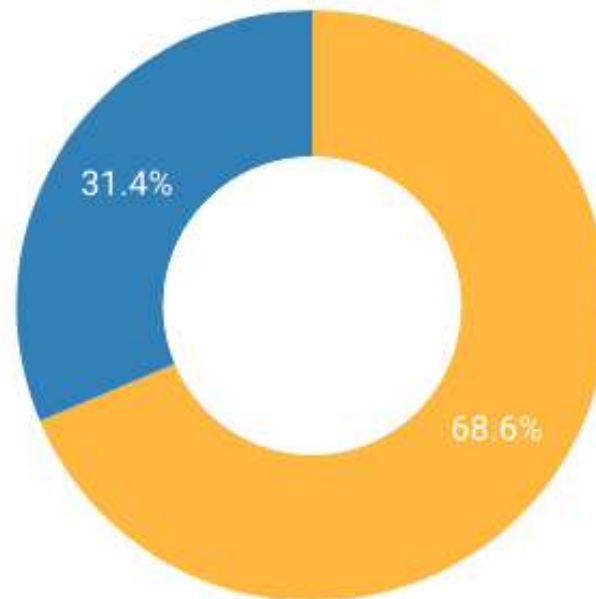
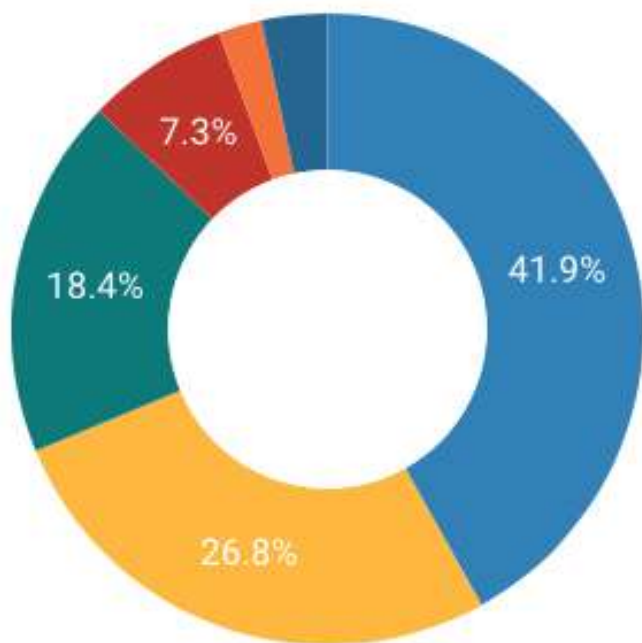
MomentosGIFF (43 menciones)

2,698 menciones en total.



Perfil de usuarios.

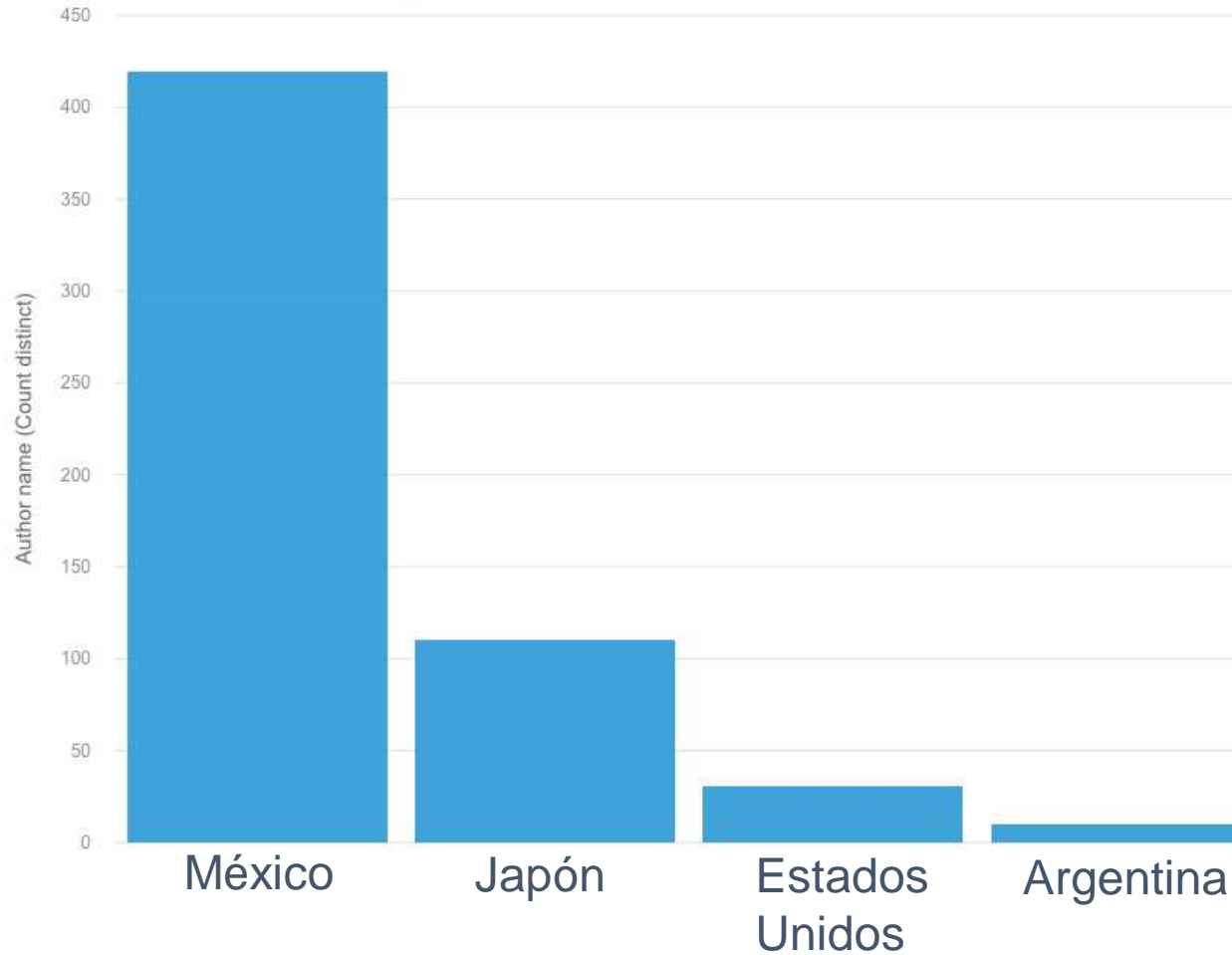
¿Quiénes mencionaron los hashtags?



- El 68.6% de las menciones en línea de los hashtags relacionados con el evento fueron hechas por mujeres.
- El 41.9% de las menciones se hicieron mediante un iPhone, por lo que se asume que el perfil tiene un nivel adquisitivo alto.

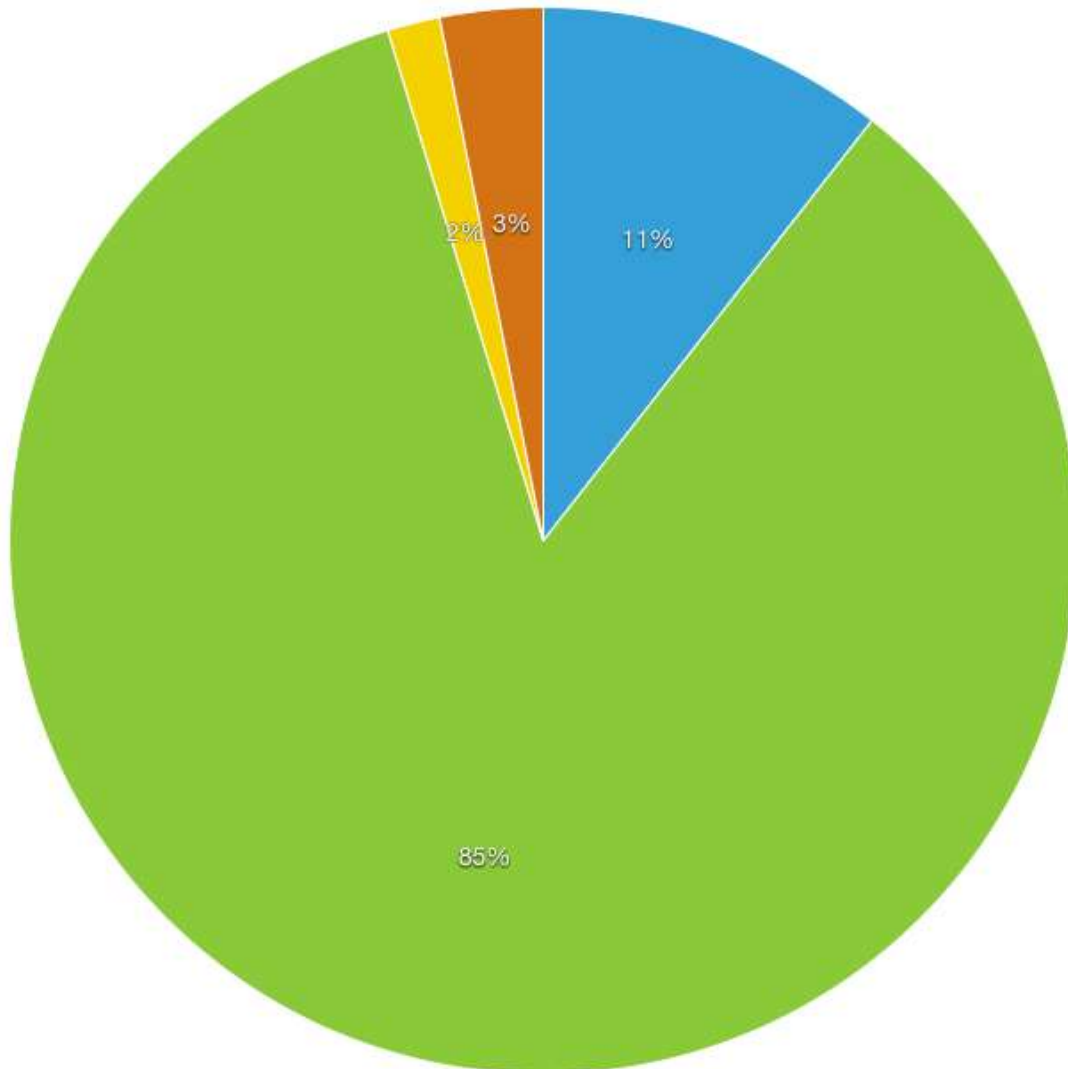


Países con más menciones





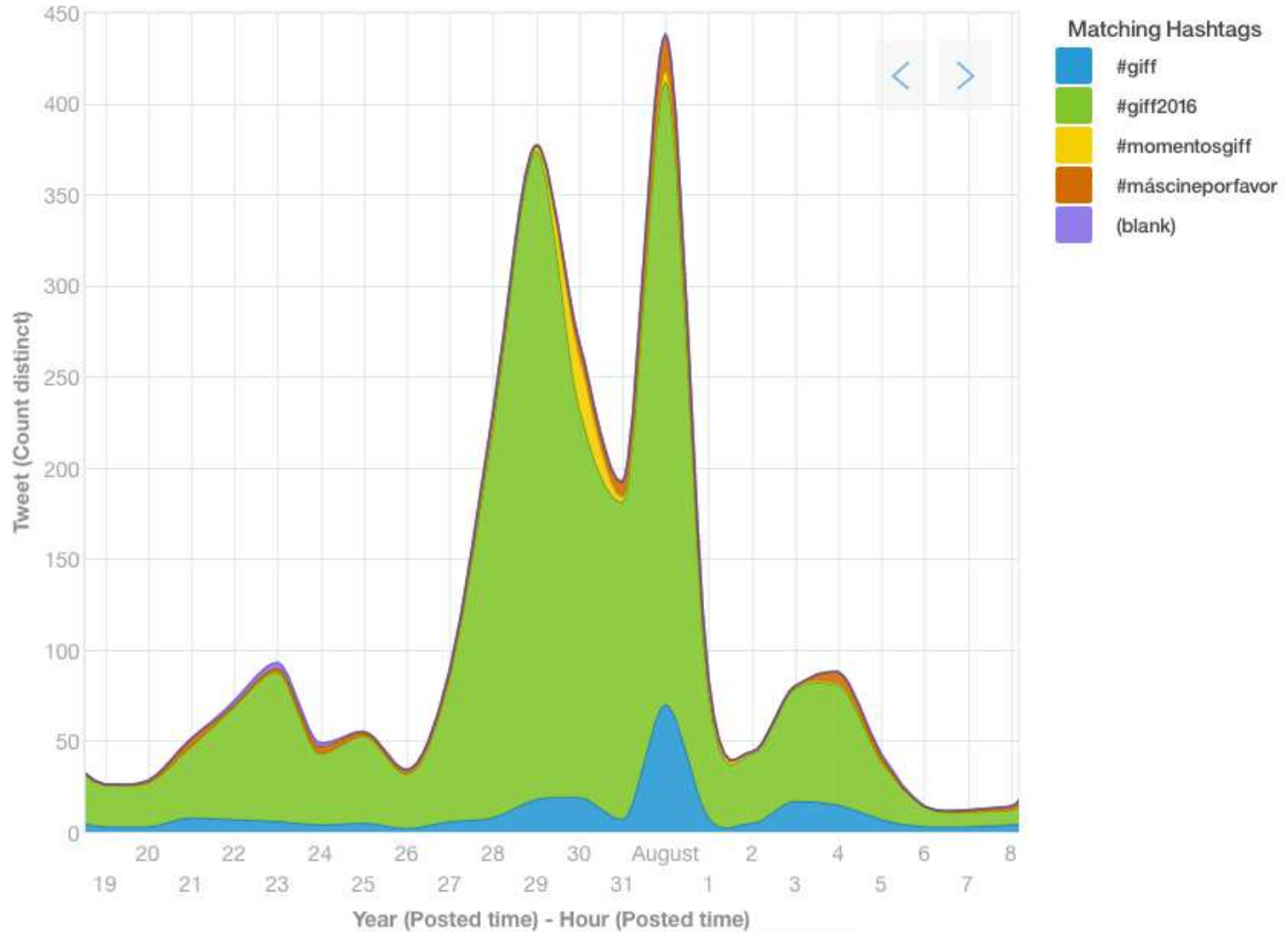
Proporción de hashtags



- Matching Hashtags
- #giff
 - #giff2016
 - #momentosgiff
 - #máscineporfavor

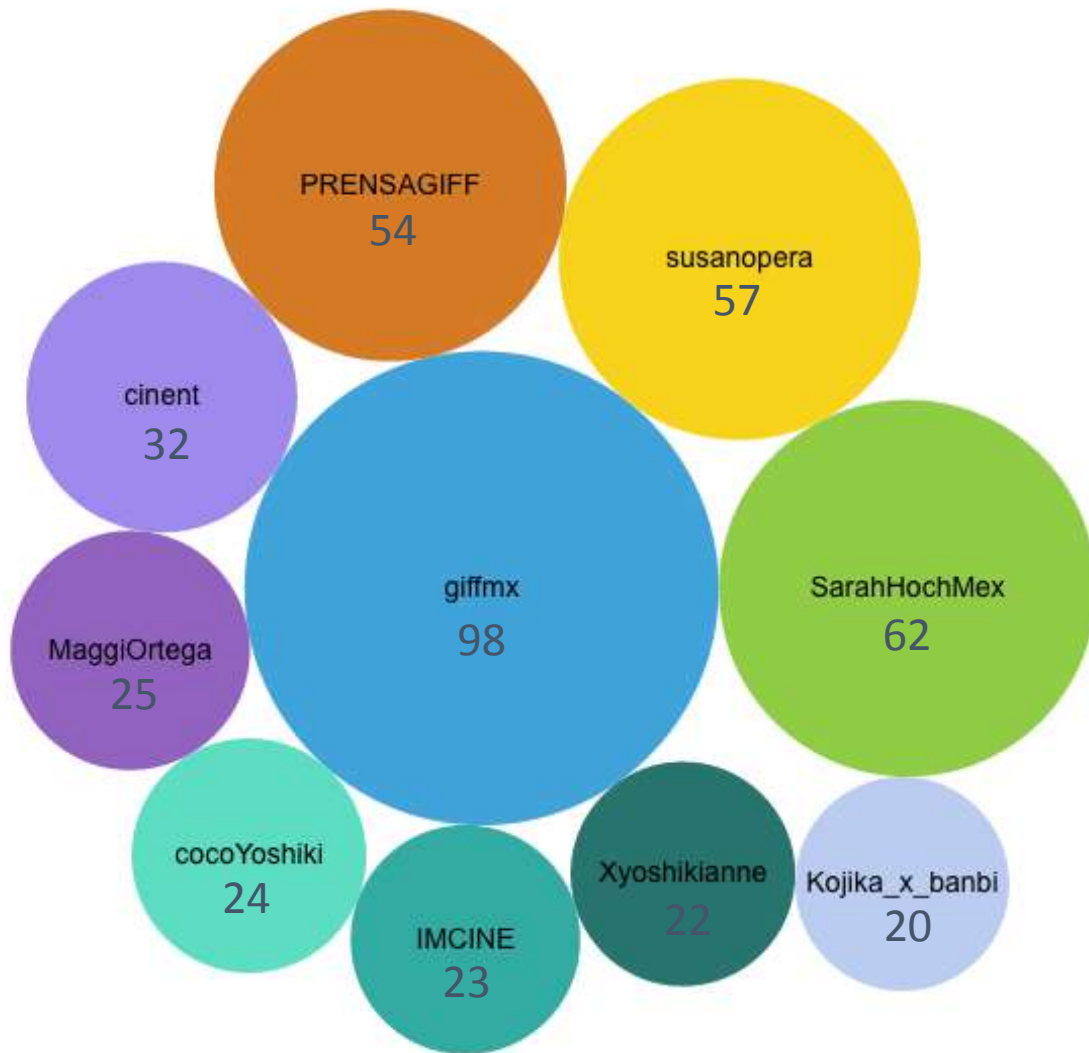


Uso de Hashtags por día





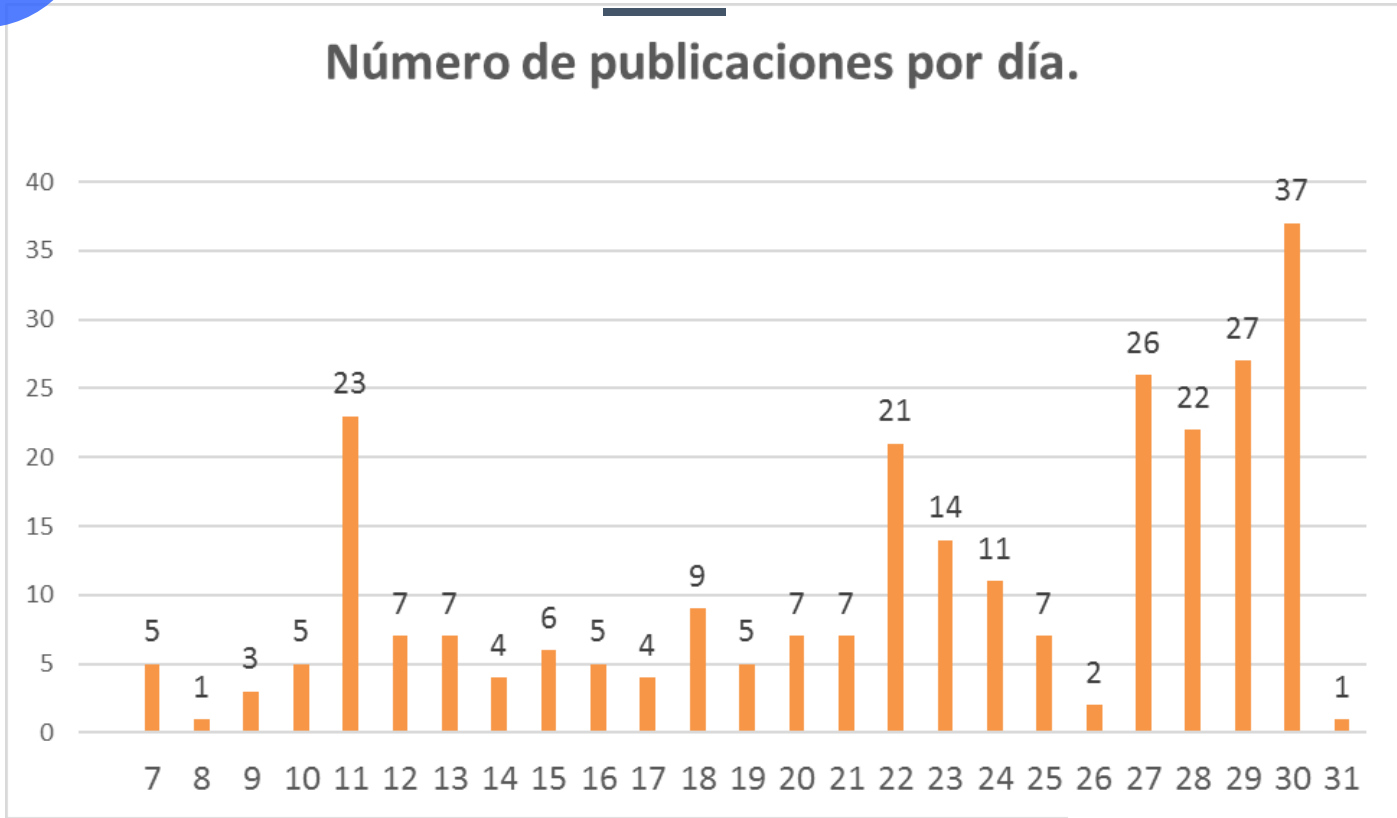
Cuentas que más utilizaron los Hashtags.





Resumen de actividad en facebook.

Corte al 30 Agosto 2016



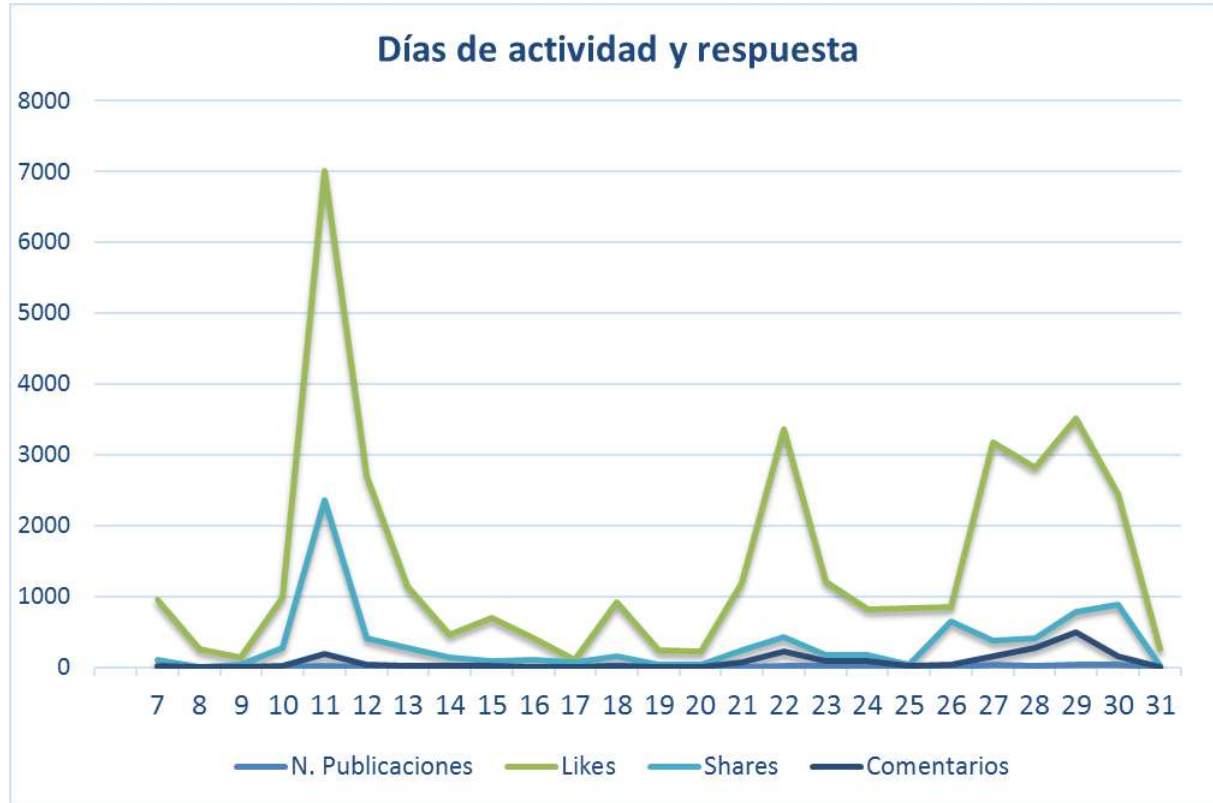
La calificación de Facebook por parte de usuarios para el GIFF es de 4.8, siendo el 5 la calificación más alta y el 1 la más baja.

4.8 ★ 4.8 of 5 stars
495 reviews





Resumen de resultados en facebook.



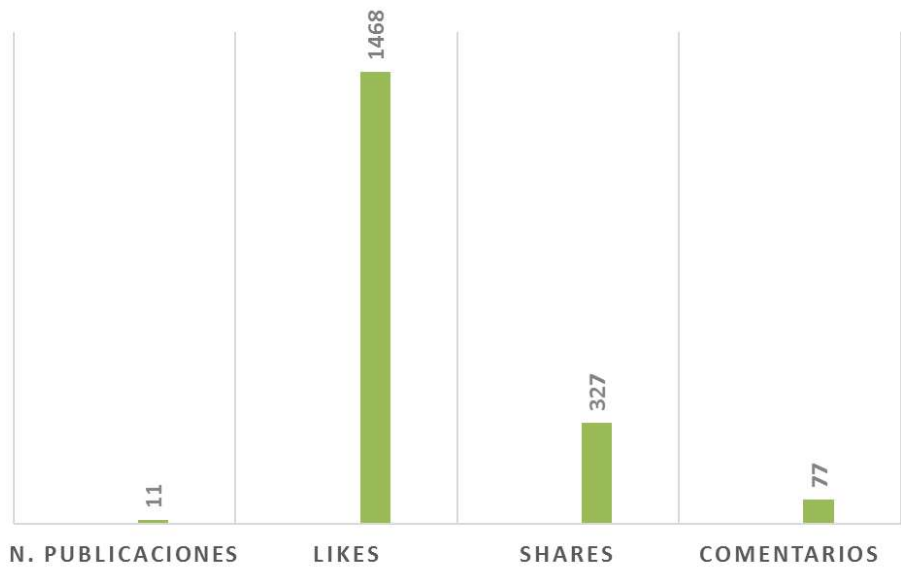
La respuesta por parte de los usuarios en la página de facebook es muy favorable con respecto a número de publicaciones.



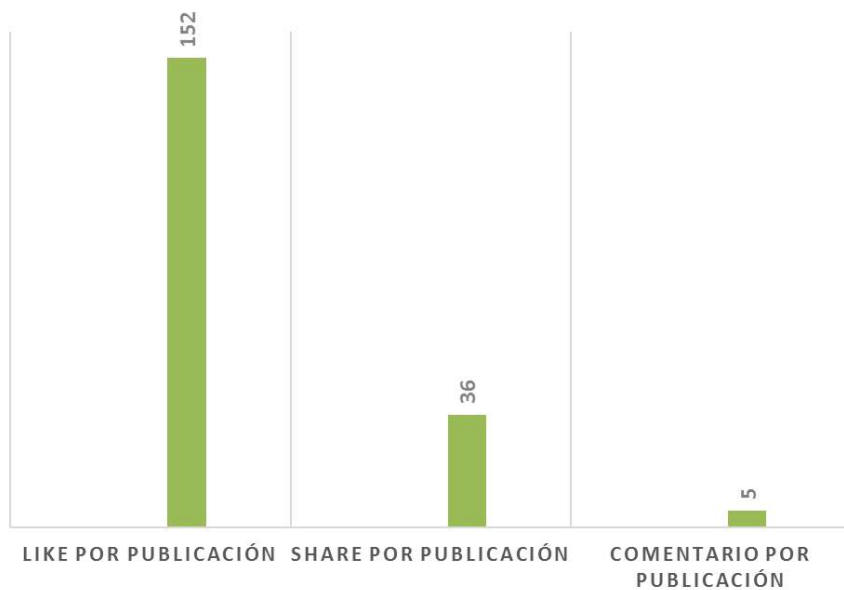
No hay respuesta por parte del community manager en la mayoría de los comentarios públicos.



PROMEDIO DIARIO



ACTIVIDAD POR PUBLICACIÓN



GIFF = Lovemark



Una lovemark es aquella marca que consigue una conexión emocional tan profunda con sus clientes y ocupan una parte de su vida tan importante, que éstos llegan a sentir auténtico amor por sus marcas favoritas.

La receta de una lovemark:



giff
GUANAJUATO
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL



giff¹⁹
GUANAJUATO
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL

JULY 22/31/2016
SAN MIGUEL DE ALLENDE
+ GUANAJUATO CAPITAL

Misterio, sensualidad e intimidad.

-Kevin Roberts CEO de Saatchi & Saatchi.



zaisierra
Teatro Juarez, Guan...

Seguir

16 Me gusta

3 sem

zaisierra Guanajuato 🍷 #giff #lastweekend

📄 Add a comment...

...

Los asistentes al GIFF buscan profundidad en los contenidos que consumen, les atrae el arte, la cultura y el intelectualismo. El estilo misterioso de la comunicación del evento que engloba lo anterior provoca una lealtad más allá de la razón entre los GIFF – Lovers e incluso entre los asistentes primerizos, por que sienten que forman “parte del club.”



Indicadores de la actividad turística

Guanajuato International Film Festival 2016

- La llegada de turistas en los 2 destinos fue de más de 36 mil personas, registrando un incremento del 21% con relación a 2015.
- El porcentaje de ocupación hotelera fue de 74%, mostrando un aumento del 5% en comparación al año pasado.



Festival Internacional de Cine Guanajuato 2016 San Miguel de Allende y Guanajuato

Indicador	San Miguel de Allende 22 al 26 de julio	Guanajuato Capital 27 al 31 de julio	Total 2 destinos
Cuartos Ocupados	6,965	13,169	20,134
Llegada de turistas	10,972	25,716	36,688
Turistas Noche	16,019	32,659	48,678
Ocupación	63%	82%	74%
Estadía	1.46	1.27	1.33

Fuente: Sectur Guanajuato. Dirección de Información y Análisis, Coordinación de Estadística e Información, Datatur-Sectur



Visitantes y Derrama Económica Estimada San Miguel de Allende y Guanajuato Capital 22 al 31 de julio 2016

Categoría	Personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5*	36,688	\$74,736,567
Turistas en otros establecimientos comerciales	13,881	\$25,218,947
Turistas en establecimientos no comerciales	19,081	\$40,519,242
Excursionistas	24,875	\$20,955,290
Visitantes	94,525	\$161,430,047
Locales	14,017	\$4,708,956
Asistentes	108,542	\$166,139,003

Fuente: Datatur, Sector Guanajuato, Estudio del Perfil del Turista 2016.
Comité Organizador GIFF con datos del total de asistentes.

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada y Casa rentada
Turistas en establecimientos no comerciales incluye la categoría: Familiares y amigos y Casa Propia
Se considera excursionista al visitante que no pernocta en el destino.





Perfil del Visitante

Guanajuato International Film Festival 2016



Contacto

Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,

Director General de Planeación
rcardenas@guanajuato.gob.mx



Lic. 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



Dirección

Bldv. Vasco de Quiroga # 101, Torre Nissan 8º piso
Col. Los Gavilanes, C.P. 37120, León, Guanajuato
Tel. (477) 10 41 4 00

