

# Perfil del Visitante Celaya 2016



guanajuato.mx

**GUANAJUATO**  
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

**gto**  
orgullo y  
compromiso  
de todos

**IMPULSO**  
Guanajuato

## Perfil Demográfico y Mercados Emisores



Nota Metodológica

## Experiencia y Satisfacción



Plan de Viaje y Segmentos de Turistas

## Mix de Ideas



Impacto de Medios

Nivel de Gasto e Indicadores de la Actividad Turística



## 1

Es un estudio cuantitativo descriptivo que suministra información:

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



## 2

**331 encuestas** a turistas y excursionistas con un Nivel de Confianza del 95% y un error de +/-5.1%



## 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



## 3

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



## 5

En:

1. Zona centro
2. Centro comercial
3. Alameda Central
4. Fábrica de cajeta
5. Feria de Celaya
6. Aeropuerto Internacional del Bajío

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



**40%**  
de los asistentes son mujeres



**60%**  
de los asistentes son hombres



**68%**  
tiene ingresos de \$4,300 a \$19,999 (D,D+ y C-)



La edad promedio es de **35 años**



**53%**  
procedencia Nacional



**50%**  
tiene grado Universidad



**44%**  
procedencia Estatal



**38%**  
Empleado privado



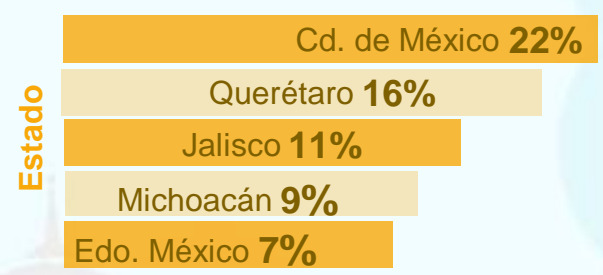
**3%**  
procedencia Internacional



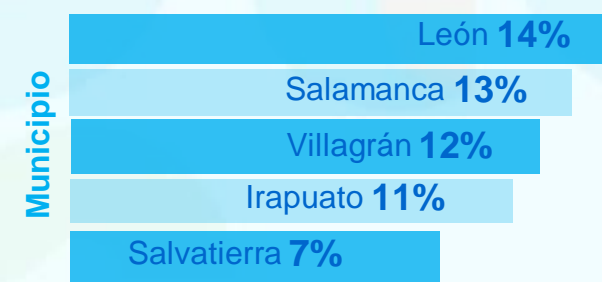




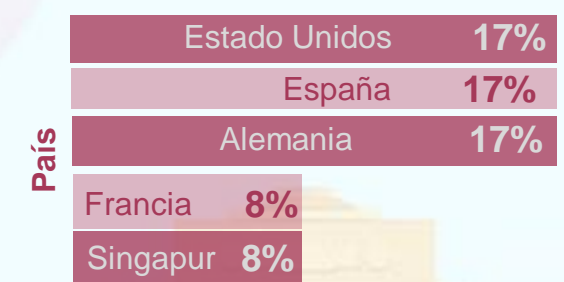
**53%**  
**Nacional**



**44%**  
**Estatad**



**3%**  
**Internacional**



35 años

58% Hombres

53% Universidad

24% pertenece al NSE C-

34 años

60% Hombres

46% Universidad

32% pertenece al NSE D

38 años

75% Hombres

67% Universidad

33% pertenece al NSE C

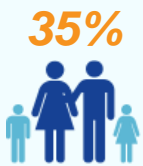
\* Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMA). NSE AB: Más de \$140,000; NSE C+: De \$60,000 a \$139,999; NSE C: De \$20,000 a \$55,999; NSE C-: De \$15,000 a \$19,999; NSE D+: De \$11,000 a \$14,999; NSE D: De \$4,300 a \$10,999; NSE E: De \$0 a \$4,299

### Grupo promedio de viaje 1

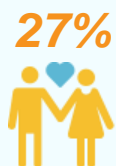


**4 personas**

### Acompañado por



Familia  
-35%



Pareja  
12%



Hijos  
-23%

### 2

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

No  
79%  
-2%



Sí  
21%  
11%

### Dentro de Guanajuato

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| Guanajuato            | 36% |
| León                  | 36% |
| San Miguel de Allende | 33% |

### 4 Actividades de interés

|                                  |     |      |
|----------------------------------|-----|------|
| Ir a desayunar/comer/cenar       | 48% | -2%  |
| Visitar atractivos por su cuenta | 22% | -62% |
| Ir de compras                    | 18% | -14% |

Atractivos: Centro, Iglesias/Templos/Parroquias, Alameda Central, Bola de Agua, Parque Xochipilli Celaya

### 5 Medio de reservación



Internet  
48%  
85%



Teléfono  
26%  
-56%



Organizador de Eventos  
7%  
0%

### 6 Medio de transporte



Autobús  
54%  
10%

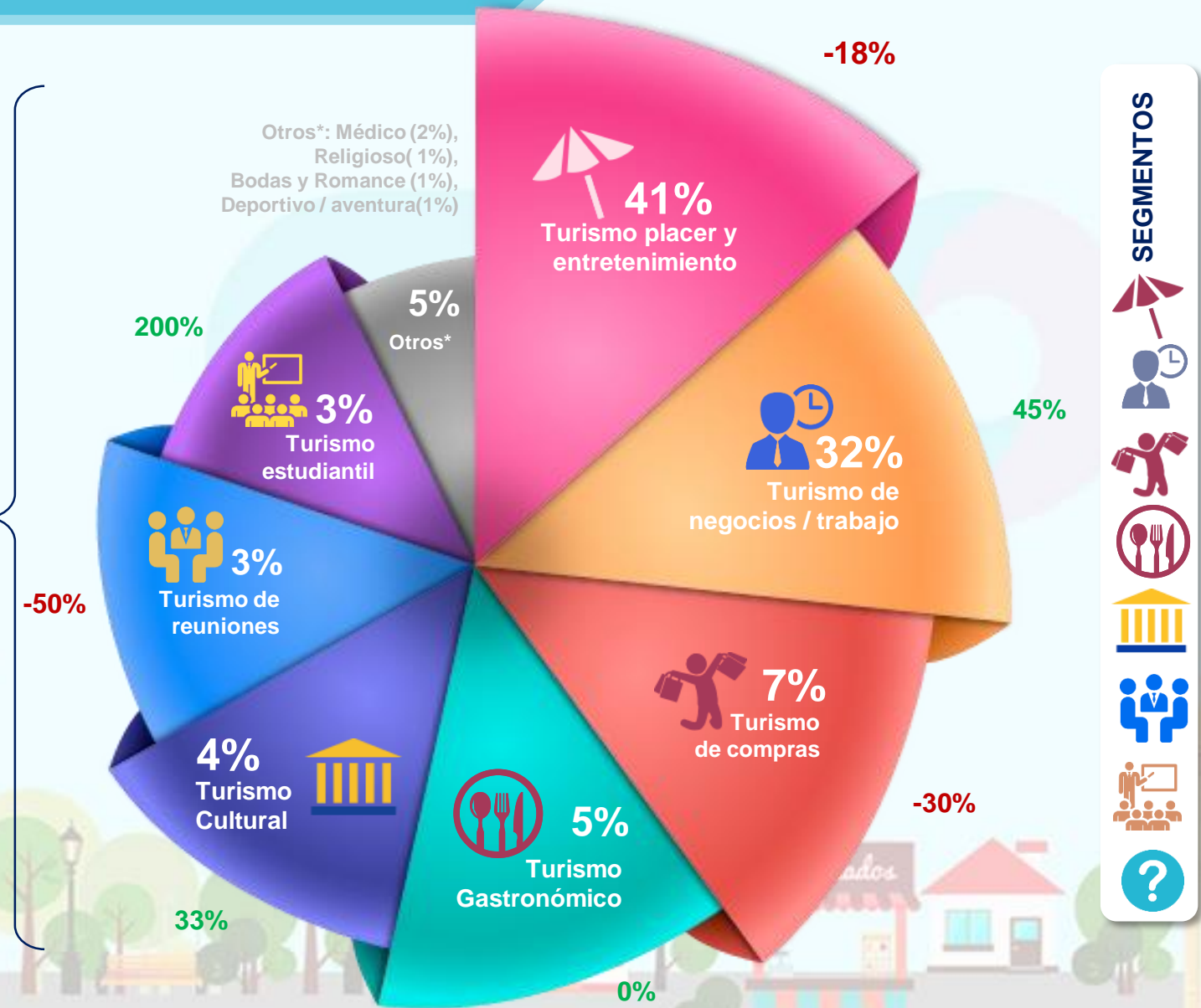


Auto propio  
37%  
-18%



Avión  
5%  
25%

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 placer y entretenimiento
  - Turismo de negocios / trabajo
  - Turismo de compras
  - Turismo Gastronómico
  - Turismo Cultural
  - Turismo de reuniones
  - Turismo estudiantil
  - Otros\*

|  | Nacional | Estatad | Internacional |
|--|----------|---------|---------------|
|  | 35%      | 51%     | 8%            |
|  | 41%      | 21%     | 50%           |
|  | 5%       | 9%      | 8%            |
|  | 6%       | 3%      | 17%           |
|  | 5%       | 3%      | 8%            |
|  | 3%       | 3%      | 8%            |
|  | 2%       | 5%      | 0%            |
|  | 3%       | 5%      | 1%            |

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.

## -5% 7.4 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL DESTINO



95% Retorno

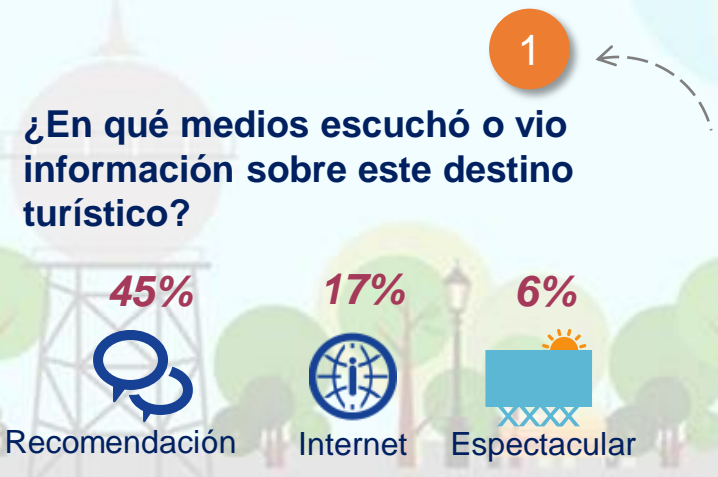
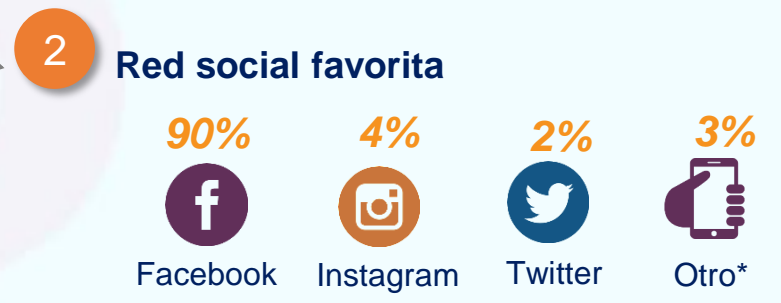
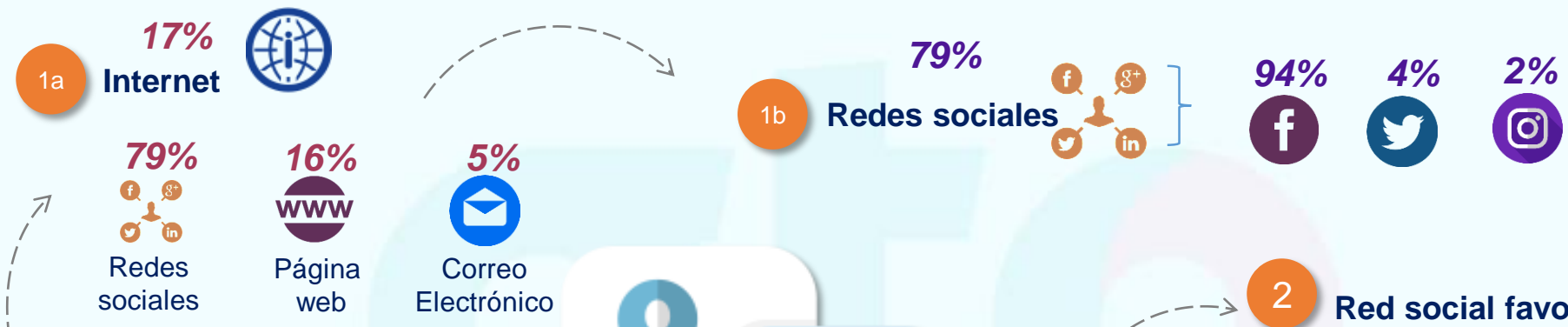
88% Recomendación



5

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







**Campaña para contrarrestar la percepción de inseguridad.**



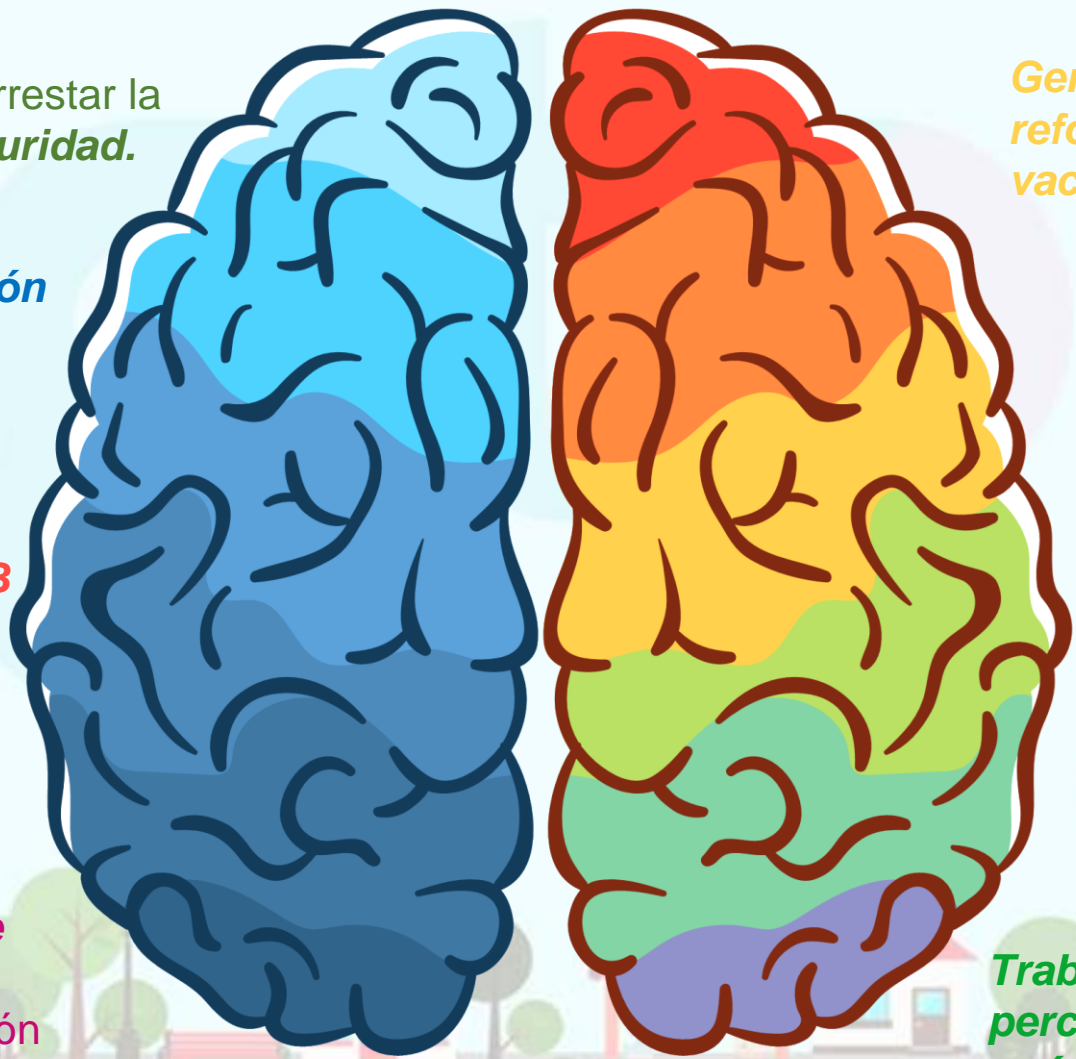
**Certificación y capacitación de guías.**



**Mejorar el contenido digital de la página de FB utilizando hashtags, videos, streaming que invite a vivir la experiencia.**



**Estrategias con bloggers e influencers especializados en generación de experiencias turísticas**



**Generación de eventos para reforzar temporadas de vacaciones.**



**Potencializar la promoción de la oferta hotelera.**



Generar experiencias de aventura, gastronómicas, y rurales a través de **eventos & recorridos para aumentar la estancia del segmento de negocios en el destino.**



**Trabajar en un cambio de percepción a ciudad turística**



## GASTO Y ESTADIA



**100% No reservó por Airbnb** 

\*Estadía proporcionada por Datatur



# INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

**2.5** Millones  
visitantes

**\$ 5 mil 194**  
MDP derrama económica

**418 mil**  
cuartos ocupados

**23 mil 999**  
asientos semanales

**156 mil**  
Personas ocupadas  
Estado - IV Trimestre 2016

**3 mil 123**  
habitaciones  
1 a 5 + sin clasificar

**\$556 MDP**  
Inversión privada

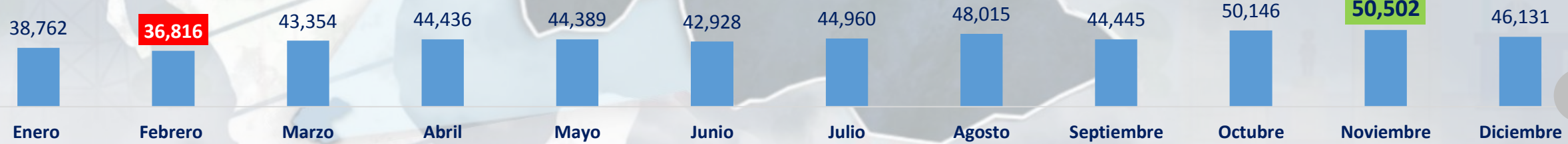
**1 millón 711mil**  
Pasajeros

**10** Líneas aéreas

**535 mil**  
Llegadas de Turistas

Ocupación Hotelera  
**50%**

Llegada de Turistas 2016





## Hospedaje

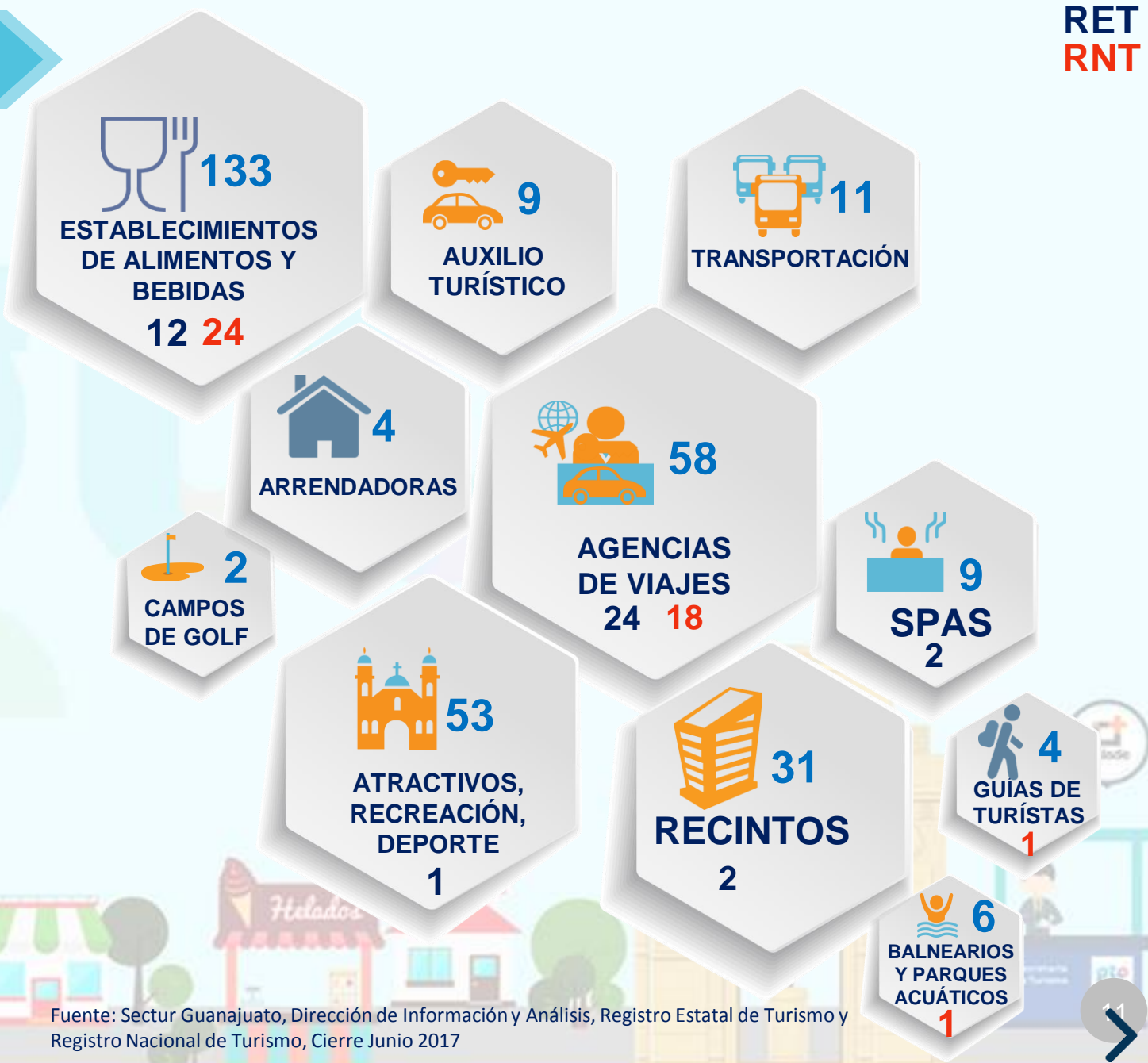
**59**  
Hoteles  
14 17

**123**  
**3 mil 123**  
Habitaciones

## Servicios Turísticos

|                |           |              |
|----------------|-----------|--------------|
| ★★★★★★         | 1         | 126          |
| ★★★★★          | 15        | 1,415        |
| ★★★★           | 9         | 522          |
| ★★★            | 8         | 394          |
| ★★             | 4         | 112          |
| Sin Clasificar | 22        | 554          |
| <b>Total</b>   | <b>59</b> | <b>3,123</b> |

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 Celaya 2016

## Quién nos visita



68% tiene ingresos de \$4,300 a \$19,999 (D,D+ y C-)



## De dónde viene



86,154

1,356,218



44% Estatal  
1,144,584

## Con quién viaja



4 Grupo promedio



## Propósito del viaje



41% Turismo de Placer y Entretenimiento

32% Turismo de Negocios / Trabajo

7% Turismo de Compras

## Se hospeda en



Hotel  
21%



Casa Familiares/ Amigos  
16%



Vivienda Rentada  
4%

## En qué viaja



Autobús  
54%



Auto Propio  
37%

## Impacto de medios



Recomendación

## Visitó otros lugares



## Atractivos visitados

|                      |     |
|----------------------|-----|
| Centro               | 41% |
| Alameda Central      | 20% |
| Templos & Parroquias | 16% |
| Centro Comercial     | 11% |
| Fábricas de Cajetas  | 7%  |

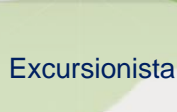
## Gasto y Estadía



\$1,490.45  
1.28 días\*

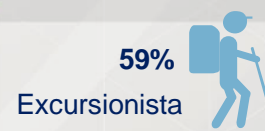


Casa Familiares/ Amigos  
\$734.26  
5.98 días



Excursionista  
\$1,256.67  
5.51 horas

## Tipo de Visitante



**2.5 Millones Visitantes**

## Recurrencia



## Experiencia de Visita Satisfacción



Retorno



Recomendación

## Derrama económica



**\$5 mil 194 MDP**



## Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández

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

## Mtra. Miriam C. Adame Alcaraz

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

## Mtra. Irazema Álvarez Pérez

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

## Mtra. Adriana Jardon Salazar

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

## Mtra. Rosario Álvarez Macías

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

## Lic. Sarahí Martínez Hernández

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

## Lic. Luz Margarita Robledo Olivares

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

## Lic. Stephanie Cedillo Orozco

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

## Dirección

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