



Perfil del Visitante a  
GUANAJUATO SÍ SABE 2018

**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





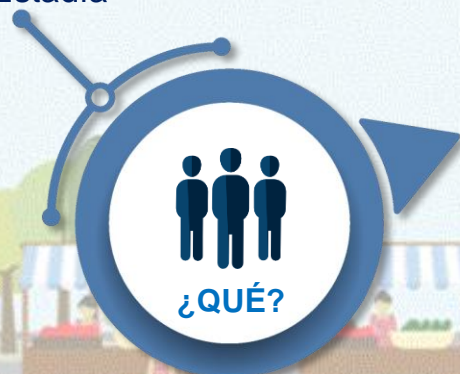
# Metodología

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

**221 encuestas cara a cara** a asistentes locales/visitantes (turistas y excursionistas) con un nivel de confianza de 95% y un error de **+/- 6.59%**

## Estudio cuantitativo descriptivo:

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



¿QUÉ?



¿A QUIÉN?



¿CÓMO?



¿DÓNDE?



¿CUÁNDO?

Del 29 de mayo 2018 al 12 de Junio de 2018.

En:

- 6o. Encuentro de Cocina Tradicional **44%**
- 8a. Edición del Festival del Cordero y el mezcal **29%**
- Gastronomicón **27%**

**Asistentes locales y Visitantes mayores de 18 años,** que hayan permanecido participado en alguna actividad del evento.



# Turismo en Guanajuato Sí Sabe

53% mujeres  
47% hombres



La edad promedio  
es de 36 años



69% tiene  
grado Universitario



30% es  
empleado privado



63%  
tienen ingresos de \$15,000 a  
\$55,999



74%  
excursionista



26%  
turista



## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO



53%  
Visitante



47%  
Local



48%  
procedencia estatal



44%  
procedencia nacional



8%  
procedencia internacional



98% viajó al interior  
de México *5.3 veces*  
Min 1-Max 50

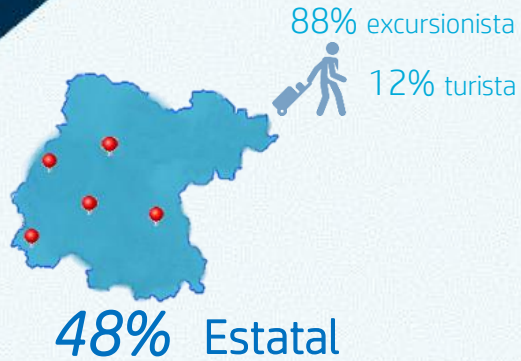


41% viajó al extranjero *1.52*  
Min 1-Max 5

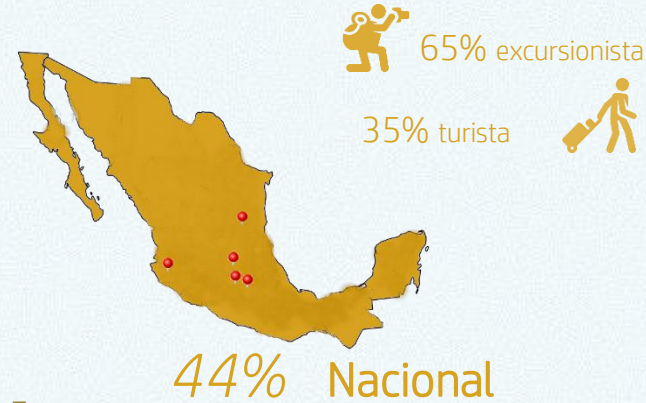


# Turismo en Guanajuato Sí Sabe

## MERCADOS EMISORES



T	E	
0%	100%	León <b>45%</b>
25%	75%	Irapuato <b>14%</b>
17%	83%	Guanajuato <b>11%</b>
0%	100%	Celaya <b>5%</b>
0%	100%	Pénjamo <b>4%</b>



T	E	
25%	75%	Cd. de México <b>31%</b>
18%	82%	Querétaro <b>21%</b>
57%	43%	Jalisco <b>13%</b>
0%	100%	San Luis Potosí <b>8%</b>
0%	100%	Estado de México <b>6%</b>



T	E	
40%	60%	España <b>50%</b>
100%	0%	Argentina <b>30%</b>
100%	0%	Estados Unidos <b>10%</b>
100%	0%	Guatemala <b>10%</b>



\* Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI). 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



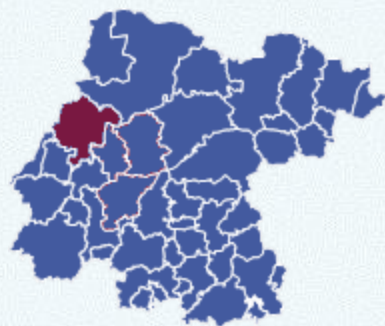


¿En dónde se hospedó el 74% de nuestros Excursionistas?

72% regresó a sus destinos de origen

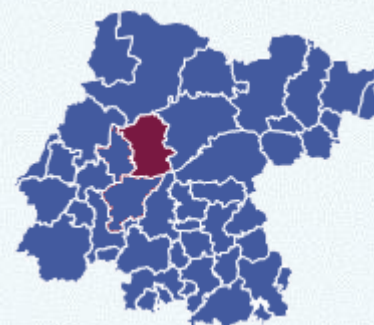
2% se hospedó en otro destino

50% Nacional



Dentro de Guanajuato:  
León 100%

50% Internacional



Dentro de Guanajuato:  
Guanajuato 100%



Grupo promedio de viaje

3.67 personas



1

Acompañado por 2

38%



Familia

31%



Pareja

29%



Amigos

Grupo de edad 3

Menores de  
14 años

11%



18-30 años

35%



31-45 años

31%



46-65 años

13%



Otros

10%

4 Razón visita a la ciudad



93%

El evento GSS es su principal razón  
de su visita a esta ciudad

5

Medio de transporte al Estado

82%



Auto propio



8% Avión

5%



Auto rentado

6

Medio de transporte al evento



Auto particular

77%



Autobús

15%



Uber

4%



# 8.4 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN



Retorno  
88%



Recomendación  
92%

4 de cada 10 personas ha asistido 3 veces anteriormente a ¡Guanajuato Sí Sabe!

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



Comentarios para mejorar la experiencia en el evento



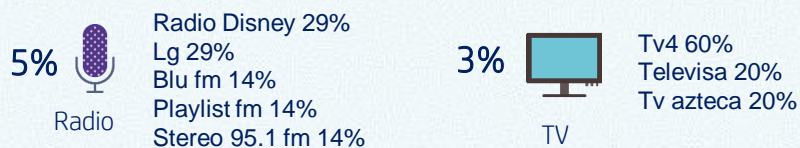
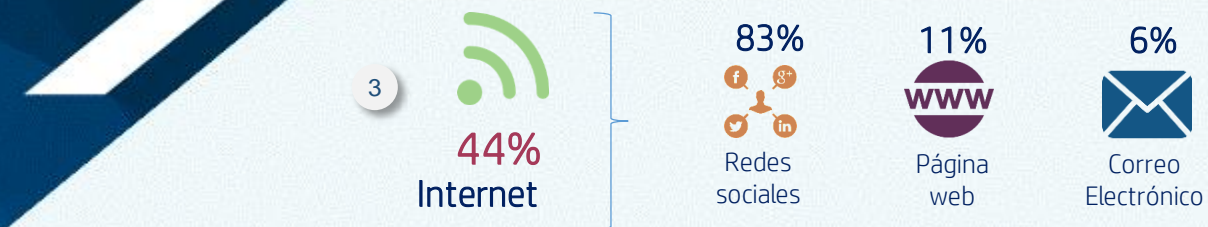
Comentarios: Publicidad 29%, todo bien 12%, seguir haciéndolo 7%, comida 5%, precios 5%, fechas 5%, expositores 3%, actividades 2%, área infantil 2%, contenedores de basura 2%, eventos 2%, organización 2%, programa 2%, etc.

Comentarios de lo que más le gustó del evento

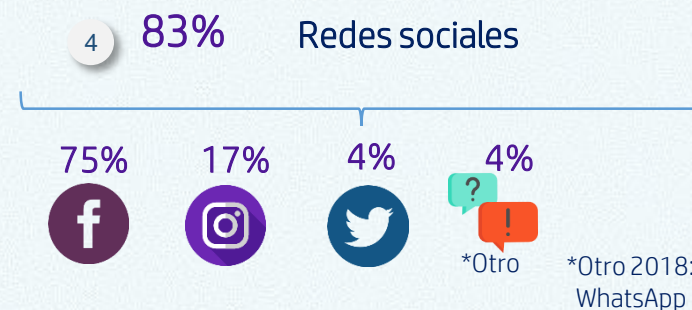


Comentarios: Comida 48%, conferencias 13%, todo 11%, ambiente 5%, chefs / ponentes 4%, lugar 2%, mezcal 2%, conferencia Topless Baker 1%, stands 1%, decoración 1%, música 1% chocolate 1%, San Miguel gourmet 1%, participación 1%, precios 1%, mariachi 1%, etc.





Nota: Suma de menciones puede superar el 100%



**5** **Marcas patrocinadoras de mayor recordación**





2 Prácticas sustentables identificadas

<b>Consumo de productos locales</b>	<b>26%</b>
<b>Reducción de residuos</b>	<b>17%</b>
Empleos locales	16%
Instalaciones para discapacitados	15%
Ahorro de papel	12%
Ahorro de agua	10%
Ahorro de energía	4%

3 Considera que el evento daña el medio ambiente



<b>Poco</b>	<b>54%</b>
Nada	44%
Mucho	2%

1 Identificó alguna practica sustentable



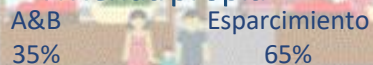
**43%** Identificó alguna práctica sustentable

4 Motivo (Responden solo los que contestaron mucho)

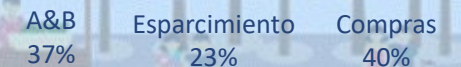
<b>Desechables</b>	<b>60%</b>
Basura	20%
Contaminación	20%







\*Datatur





El **93%** de los visitantes mencionaron **Guanajuato Sí Sabe** como la **principal razón de su viaje al destino**.



El **53%** de los asistentes es **Visitante (+36%)**



Hubo un crecimiento de Turistas Vs Excursionistas. **(+30%)**



El **48%** de los asistentes mencionó la **comida** como lo que **más le gustó del evento**.



El **8%** de los visitantes conforman el mercado emisor **internacional**.



El **36%** consideran la **publicidad del evento** una área de oportunidad y la calificaron con un índice de satisfacción de **6.7**.



El **83%** recuerda haber **escuchado o visto algo** sobre **Guanajuato Sí Sabe** por medio de **redes sociales**.



7 de cada asistentes conocen el evento ( **posicionamiento creció (+60%)** )



El **57%** de los visitantes **no identificó** alguna **práctica sustentable** en el evento.



Le segunda **red social favorita** es **Instagram** con un **17%**, **(+325%)**.



Generar paquetes turísticos (**Hospedaje+Entradas**) a los eventos para incentivar la estadía en los destinos.



**Impulsar** publicidad personalizada en los principales mercados emisores nacionales e internacionales.



Presencia de **Corazón de Guanajuato** en los distintos eventos.



Promover las **rutas gastronómicas** existentes dentro del Estado para aumentar el tiempo de estadía y derrama económica.



Colocar **señalética** en cada evento en **español e inglés**.



Realizar **una estrategia de publicidad cruzada** con los diferentes eventos dentro del programa.



Aprovechar el escaparate de Gto Sí Sabe para meter preventivos de Eventos como **Vendimia, Festival del Mezcal y Noches Mágicas**



Incitar el uso de **hashtags o etiquetas**, mediante activaciones en redes sociales.



Utilizar **envases comestibles o biodegradables**.



Realizar **campana de likes a lo largo del año** y compartiendo contenidos de calidad que sean compatibles como memes o videos de recetas.



# CONTACTO

## 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 Jardon 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