

Perfil del visitante a WRC Rally Guanajuato 2019



Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos

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

***209 encuestas cara a cara y en Panel On Line** a asistentes, con un nivel de confianza de 95% y un

error de **+/- 6.8%**

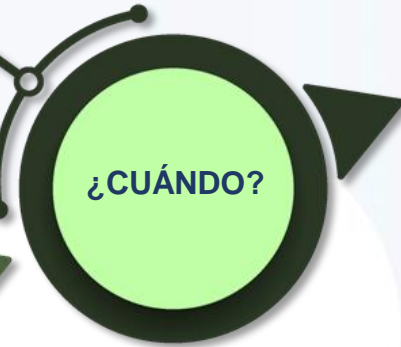
*Mystery Tourist

*Etnografía

*Social Listening

Estudio cuantitativo descriptivo:

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



Del 07 al
10 de Marzo de 2019

en:

Arrancada (Alhóndiga)	10%
Autódromo	20%
Ruta (El Brinco)	20%
Rock and Rally	20%
Rally campus	15%
Ceremonia de premiación	15%

Asistentes mayores de 18 años,
que hayan permanecido y/o
participado en alguna actividad
del evento.

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores


Hallazgos

 **55%**
hombres

 **45%**
mujeres

 Edad promedio
34 años

 **52%**
grado Universitario

 **49%**
empleado privado


 **54%**
NSE AB / C+

 **67%**
Local

 **33%**
Visitante

 **51%**
Excursionista

 **49%**
Turista

 **19%**
procedencia **Nacional**

 **62%**
procedencia **Estatad**

 **19%**
procedencia **Internacional**

WRC Rally Guanajuato 2019

Mercados Emisores

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos



19% Nacional

35 años



75% Hombres

63% Universidad



62% Estatal

34 años



57% Mujeres

45% Universidad



19% Internacional

33 años



54% Hombres

57% Universidad



WRC Rally Guanajuato 2019

Mercados Emisores

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

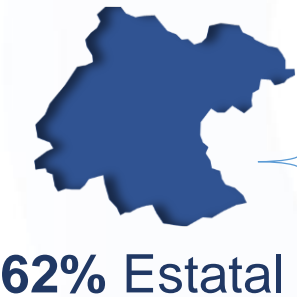
Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos



62% Estatal

Municipio	2019
Guanajuato	25%
Celaya	17%
Irapuato	15%
Salamanca	8%
Salvatierra	6%
San Miguel de Allende	4%
Juventino Rosas	4%
Valle de Santiago	4%
Abasolo	2%
Apaseo El Grande	2%
Cortazar	2%
Dolores Hidalgo	2%
Moroleón	2%
Purísima del Rincón	2%
Romita	2%
San Francisco del Rincón	2%
Silao	2%
Uriangato	2%
TOTAL	100%



19% Nacional



19% Internacional

Estado	2019
Querétaro	25%
Jalisco	19%
Michoacán	19%
Aguascalientes	13%
Ciudad de México	13%
Estado de México	6%
Puebla	6%
TOTAL	100%

País	2019
Estados Unidos	38%
Japón	38%
España	19%
Ecuador	6%
TOTAL	100%

Nota Metodológica

Perfil Sociodemográfico

Plan de Viaje / Segmentos

Experiencia / Satisfacción

Medios

Gasto / Indicadores

Hallazgos



99%

Viaja Acompañado



Grupo promedio de viaje **4.6** personas

Acompañado por

47%



Amigos

41%



Pareja

32%



Familia

Grupo de edad

10%



-14 años

84%



18-45 años

1%



46-65 años



Es la primera vez que asiste al Rally??

SI 38% **NO 62%** → **3.8 Veces**

Medios de transporte para llegar al Estado

95%



Auto particular

5%



Autobús

Medio de transporte para llegar al Evento

40%



Auto propio

3%



Uber

1%



Autobús público

1%



Auto rentado

1%



Taxi

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos

7.3 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL



Retorno
58%



Recomendación
62%

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos

6.8 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN PROGRAMA DEL EVENTO



El rally es su principal razón de su visita a esta ciudad **87%**

Nota Metodológica

Perfil Sociodemográfico

Plan de Viaje / Segmentos

Experiencia / Satisfacción

Medios

Gasto / Indicadores

Hallazgos

Comentarios u observaciones para mejorar la experiencia

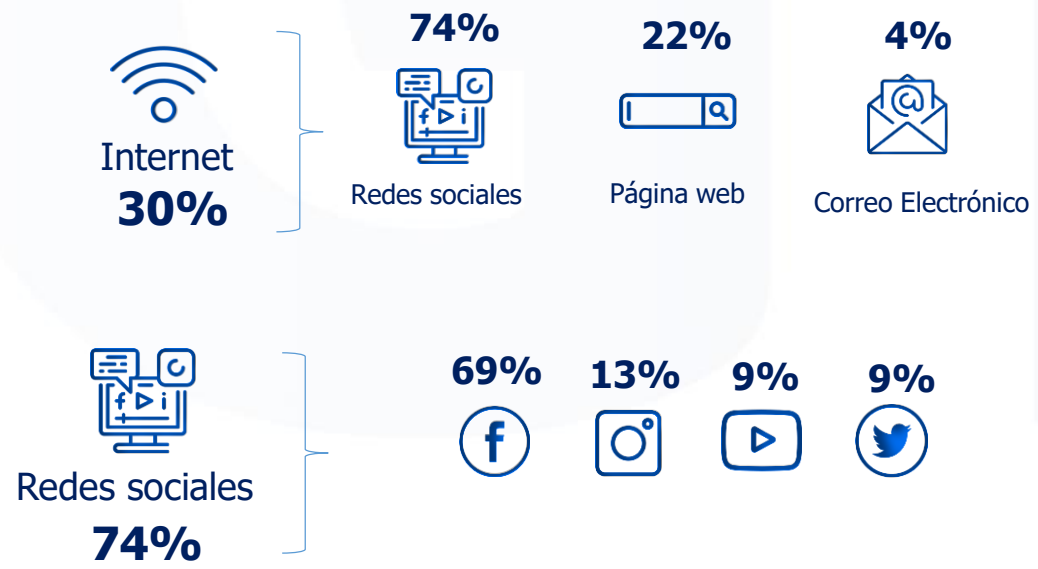


Nota Metodológica	Perfil Sociodemográfico	Plan de Viaje / Segmentos	Experiencia / Satisfacción	Medios	Gasto / Indicadores	Hallazgos
-------------------	-------------------------	---------------------------	----------------------------	---------------	---------------------	-----------

Recordación de Medios



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%



Escuchó o conocía el WRC Rally

15% Escuchó / vio algo sobre el Rally Verde



21% Ha escuchado / conoce el Rally de la Salud



Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos

Tipo de Hospedaje, Gasto y Estadía

36%



\$2,171.67
1.36 días

Hotel

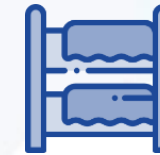
7%



\$831.73
3.00 días

Familiares y amigos

3%



\$963.70
2.50 días

Hostal

2%



\$434.14
1.00 días

Campamento

1%



\$899.80
3.00 días

Casa rentada

51%



\$2,065.74
6.76 hrs

Excursionista

33%



\$1,798.06
2.80 hrs

Visitante

67%



\$1,145.50
4.87 hrs

Local

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios








Gasto /
Indicadores

Hallazgos

❖ La ocupación promedio en los cuatro destinos fue de 56%, con la llegada de 46 mil 643 turistas a hotel.

Indicadores de la Actividad Turística

7 al 10 de marzo 2019

Concepto	Suma 4 destinos	Guanajuato	León	Silao	Irapuato
 Cuartos Ocupados	25,484	4,592	14,357	3,245	3,290
 Llegada de turistas	34,241	7,788	18,870	3,610	3,972
 Turistas noche	46,643	9,735	26,418	5,127	5,363
 Porcentaje de Ocupación	56%	47%	69%	48%	41%
 Estadía Promedio	1.36	1.25	1.40	1.42	1.35
 Visitantes	95,114	22,156	52,526	9,728	10,703
 Derrama Económica Total	\$228,378,127	\$51,306,108	\$127,670,874	\$23,809,085	\$25,592,060

DERRAMA ECONÓMICA GENERADA

\$749,387,417



ASISTENTES TOTALES

549,945



Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos

El evento en general fue calificado como satisfactorio, sin embargo se percibió una desconexión fuerte entre la oferta, la demanda y el posicionamiento deseado.

La principal demanda del evento está conformada por **locales de segmento medio**, medio bajo.

La oferta no está dirigida a cubrir **las necesidades de visitante extranjero**. Cubre de forma muy parcial las necesidades de un visitante VIP.

Los visitantes más entusiastas son aquellos que han estado asistiendo al **evento de forma continua** por los últimos años, aunque percibieron el evento del 2018 mejor que el del 2019.

Las diferentes **activaciones, subeventos, branding y atención estaban desalineados**; dando una experiencia asimétrica al visitante

No existe un esfuerzo de promoción dirigido a segmentos, ni utilizando los canales más efectivos.

El evento parece estar organizado **solo a satisfacer a los pilotos y sus equipos**, más no al Visitante.

Nota
Metodológica

Perfil
Sociodemográfico

Plan de Viaje /
Segmentos

Experiencia /
Satisfacción

Medios

Gasto /
Indicadores

Hallazgos

En general el evento fue identificado como de gran atracción y adecuada satisfacción, cumpliendo las expectativas. **Sin embargo hay importantes áreas de oportunidad:**



Planeación y Asistencia

- Mayoría local y regional
- Principal motivo de viaje
- Grupos más comunes de 3 a 5 integrantes



Satisfacción y Experiencia

- Percepción general adecuada
- Área de oportunidad en alimentos y bebidas, actividades e información
- Eventos muy dispares



Consumo de Medios

- La mayor tracción es boca en boca
- La segunda más importante son comentarios personales en Facebook
- Ningún otro medio es relevante



Gasto

- El rubro más importante es Alimentos y bebidas, seguido por eventos de esparcimiento y en tercer lugar artesanías

WRC Rally Guanajuato 2019

Quién nos visita



45%
Mujeres



55%
Hombres



52%
Universidad



34
Años

De dónde viene

19%



Nacional

62%



Estatad

19%



Internacional

Con quién viaja



4.6
Grupo de viaje



47%
Amigos



41%
Pareja

Patrocinadores



57%



25%

Se hospeda en



36%
Hotel



7%
Familiares y amigos



3%
Hostal

En qué viaja



95%
Auto propio



5%
Autobús

Experiencia de visita



58%
Retorno



62%
Recomendación



7.3
Satisfacción

Tipo de asistente



67%
Local



33%
Visitante

549, 945 Asistentes

Gasto, Estadía y Derrama económica



HOTEL
\$2,171.67
1.36 días*



FAMILIARES/AMIGOS
\$831.73
3.0 días



EXCURSIONISTA
\$2,065.74
6.7 hrs

\$749,387,417

Roberto W. Cárdenas Hernández

Director General de Planeación

rcardenas@guanajuato.gob.mx

Miriam Cecilia Adame Alcaraz

Directora de Información y Análisis

madame@guanajuato.gob.mx

Irazema Álvarez Pérez

Coordinadora de Estadística e Información

ialvarezp@guanajuato.gob.mx

Adriana Jardon Salazar

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado

ajardon@guanajuato.gob.mx

Regina Loya Plascencia

Analista de Información

rloyaplasc@guanajuato.gob.mx

Julia Hernández Ortega

Auxiliar de Codificación y Captura

jhernandezo@guanajuato.gob.mx

Stephanie Cedillo Orozco

Analista de Información

scedillo@guanajuato.gob.mx



Dirección

Parque Guanajuato Bicentenario, Carretera de Cuota Silao-Guanajuato Km. 3.8, 36270 Silao, Gto

Teléfono 472 103 99 00