



SAN MIGUEL DE ALLENDE

Perfil del Visitante 2019

¿QUÉ ES?

Estudio cuantitativo, descriptivo y cualitativo realizado por la SECTUR Guanajuato con el objetivo de conocer:

- Perfil Sociodemográfico
- Plan de Viaje
- Motivo de viaje
- Satisfacción
- Recordación publicitaria
- Gasto y estadía
- Hábitos tecnológicos

¿A QUIÉN?

Viajeros mayores de 18 años que hayan visitado el estado de Guanajuato.

¿CUÁNDO?

Del 13 de abril al 31 de diciembre de 2019.

¿EN DÓNDE SE REALIZA?

Principales puntos de afluencia turística en destinos:

- Centro Histórico
- Atotonilco

¿CÓMO?

Se aplicaron **2 herramientas cuantitativas** y **3 herramientas cualitativas**, que ayudaron a validar el visitante al destino, así como caracterizarlo. Gracias a estas herramientas, se puede dar contexto a los hallazgos cuantitativos.

Entrevistas de evaluación de necesidades cubiertas por el evento.
n=4

Evaluación de la oferta, replicando el comportamiento del visitante
n=4.





57% Hombres

43% Mujeres

35 Años



26% NSE D+
Ingresos de \$11,000 a \$14,999

61% Universidad

41% Empleado de empresa privada



58% Turista

42% Excursionista

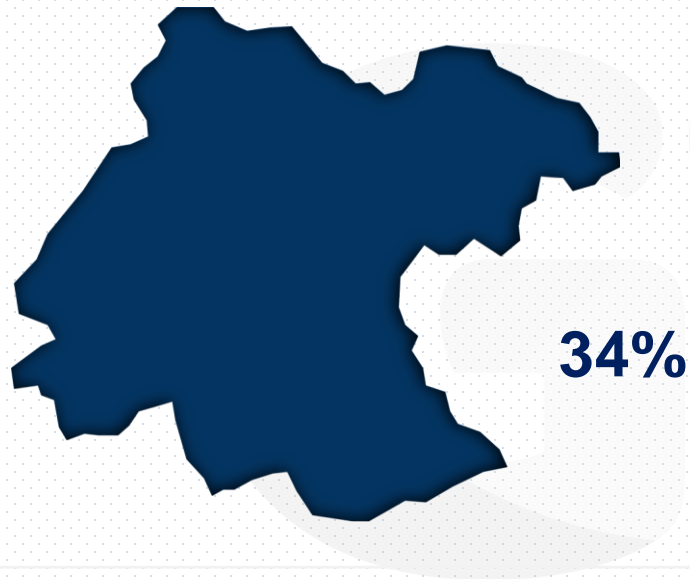






52%
procedencia nacional

34%
procedencia estatal

14%
procedencia internacional

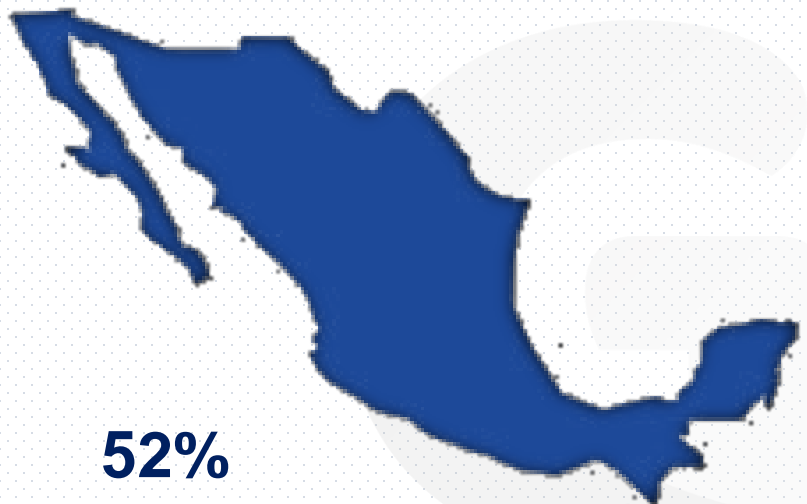
Procedencia Estatal







	35 años
	54% hombres
	60% grado universitario
	32% NSE D+ (De \$11,000 a \$14,999)

Municipio	2019	Turistas	Excursionistas
León	32%	28%	72%
Guanajuato	12%	50%	50%
Irapuato	9%	11%	89%
Salamanca	8%	0%	100%
Dolores Hidalgo	6%	17%	83%
Moroleón	6%	17%	83%
Celaya	5%	0%	100%
Salvatierra	4%	0%	100%
San Francisco del Rincón	3%	0%	100%
Valle de Santiago	3%	0%	100%
Abasolo	2%	50%	50%
Pénjamo	2%	50%	50%
San Miguel de Allende	2%	0%	100%
Acámbaro	1%	0%	100%
Apaseo el Alto	1%	100%	0%
Coroneo	1%	0%	100%
Romita	1%	0%	100%
San Luis de la Paz	1%	0%	100%
Uriangato	1%	0%	100%
Yuriria	1%	0%	100%
TOTAL	100%	21%	79%

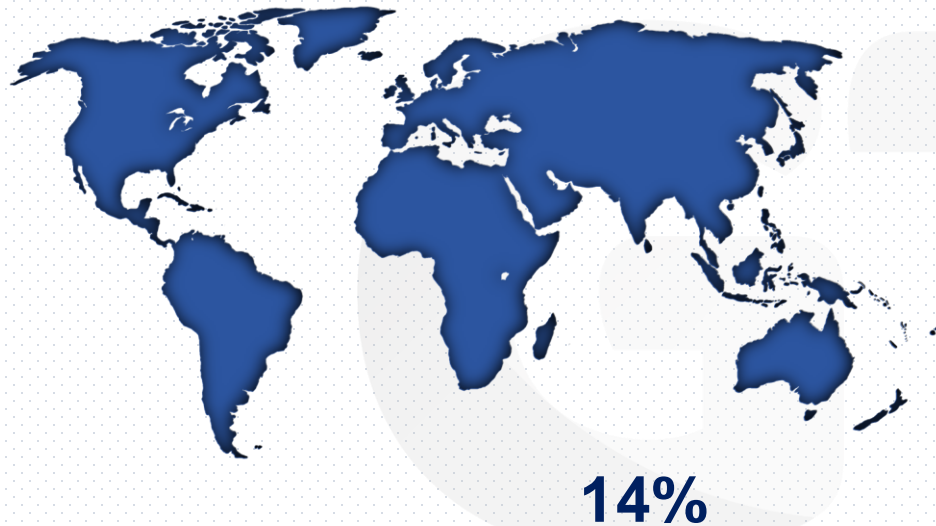
Procedencia Nacional






Estado	2019	Turistas	Excursionistas
Ciudad de México	20%	97%	3%
Michoacán	11%	59%	41%
Nuevo León	8%	77%	23%
Jalisco	7%	55%	45%
Querétaro	7%	80%	20%
Quintana Roo	4%	83%	17%
Baja California	3%	100%	0%
Coahuila	3%	80%	20%
Estado de México	3%	40%	60%
Chiapas	3%	75%	25%
Chihuahua	3%	75%	25%
Durango	3%	50%	50%
Puebla	3%	75%	25%
Aguascalientes	2%	33%	67%
Hidalgo	2%	33%	67%
Nayarit	2%	100%	0%
San Luis Potosí	2%	100%	0%
Sinaloa	2%	0%	100%
Sonora	2%	100%	0%
Zacatecas	2%	33%	67%
Tabasco	2%	100%	0%
Baja California Sur	1%	100%	0%
Colima	1%	50%	50%
Tamaulipas	1%	0%	100%
Yucatán	1%	100%	0%
Guerrero	1%	100%	0%
Morelos	1%	100%	0%
Oaxaca	1%	100%	0%
TOTAL	100%	74%	26%

	36 años
	61% hombres
	64% grado universitario
	25% NSE C+ (De \$56,000 a \$139,999)

Procedencia Internacional



	37 años
	49% hombres
	56% grado universitario

País	2019	Turistas	Excursionistas
Estados Unidos	47%	77%	23%
Canadá	9%	100%	0%
Colombia	7%	100%	0%
Costa Rica	5%	100%	0%
España	5%	100%	0%
Países Bajos	5%	100%	0%
Brasil	5%	100%	0%
Argentina	2%	100%	0%
Ecuador	2%	100%	0%
Honduras	2%	0%	100%
Puerto Rico	2%	100%	0%
Alemania	2%	100%	0%
Francia	2%	100%	0%
Polonia	2%	100%	0%
República Checa	2%	100%	0%
TOTAL	100%	88%	12%

Grupo de Viaje



Viaja con
3.0
personas

39% Pareja

36% Familia

20% Amigos

56% 18 – 30 años

42% 31 – 45 años

20% 46 – 65 años

Actividades de interés



61% Visitar templos

42% Tomar tour/recorrido

38% Gastronomía típica

34% Visitar museos / galerías

Medio de transporte

PARA LLEGAR AL ESTADO



49% Auto propio

39% Avión

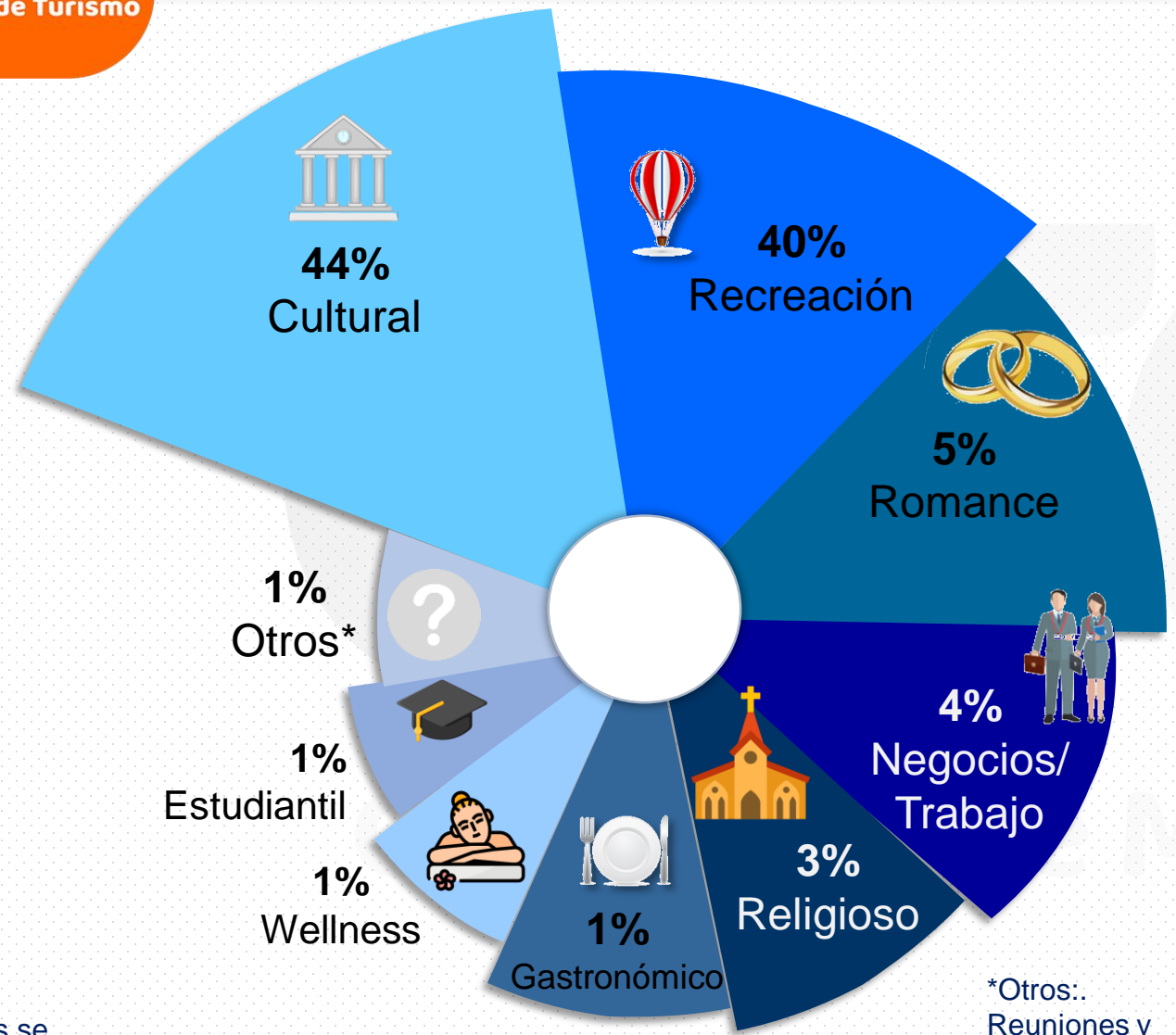
9% Autobús

EN SAN MIGUEL DE ALLENDE

53% Auto particular

21% UBER

11% Taxi

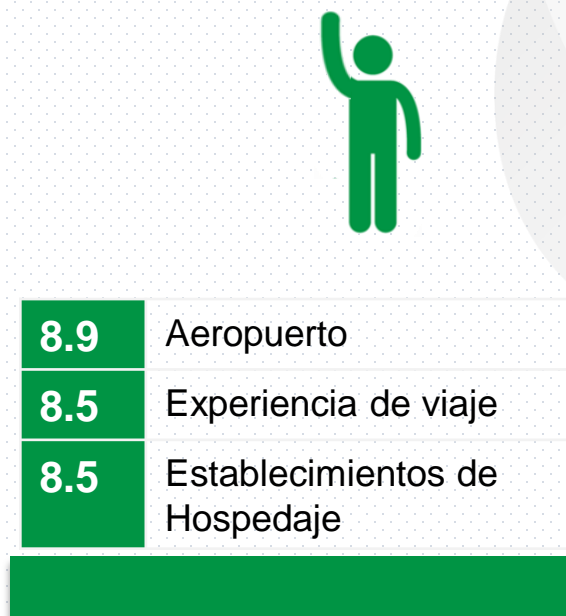


*Otros: Reuniones y Deportivo / Aventura

SEGMENTOS	Estatal	Nacional	Internacional
	39%	48%	40%
	39%	38%	51%
	1%	7%	5%
	8%	3%	0%
	7%	2%	0%
	1%	1%	0%
	2%	0%	0%
	3%	0%	2%
	0%	1%	2%

Estos segmentos se identificaron a partir de la variable de motivo de viaje.

8.1 Índice de satisfacción promedio



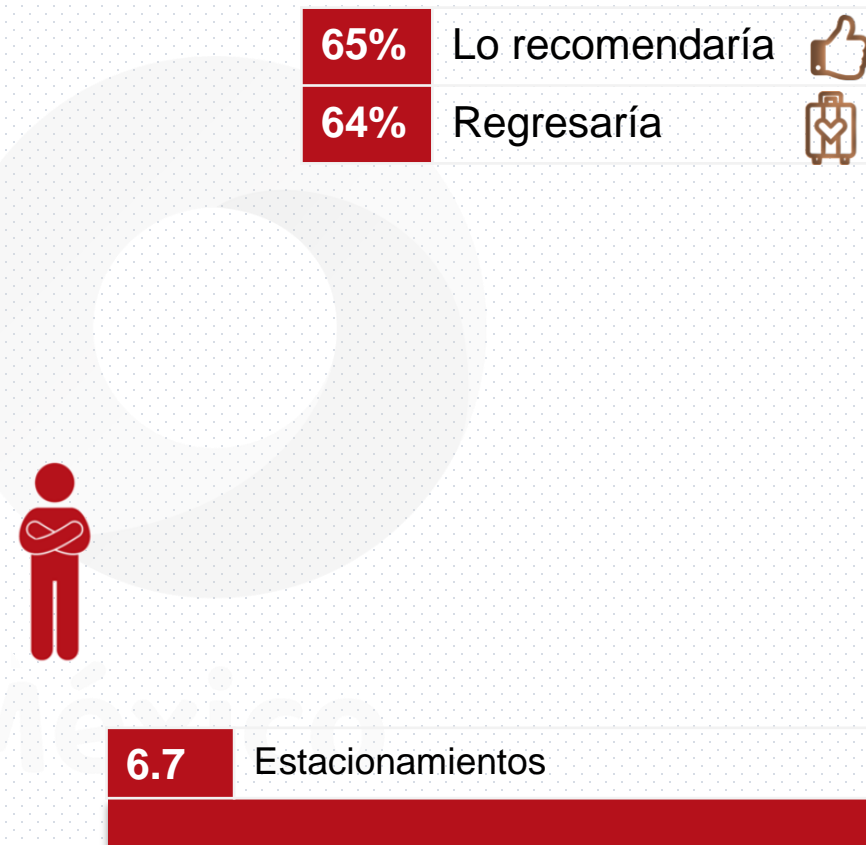
POSITIVOS

Visitantes encantados con los servicios recibidos.



NEUTROS

Visitantes que no dirán nada negativo, pero tampoco quedaron totalmente satisfechos.



NEGATIVOS






Visitantes insatisfechos con los servicios recibidos.

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

Recordación de medios

- 54% Recomendación
- 44% Internet
- 5% Ninguno
- 3% Televisión
- 2% Folletos
- 2% Espectacular
- 3% *Resto

- 89% Redes sociales
- 8% Página web
- 3% Correo electrónico

- 81%  Facebook
- 10%  Instagram
- 4%  Youtube
- 3%  Pinterest
- 2%  Twitter



*Resto: Revista, Radio y Periódico

Impacto de noticias

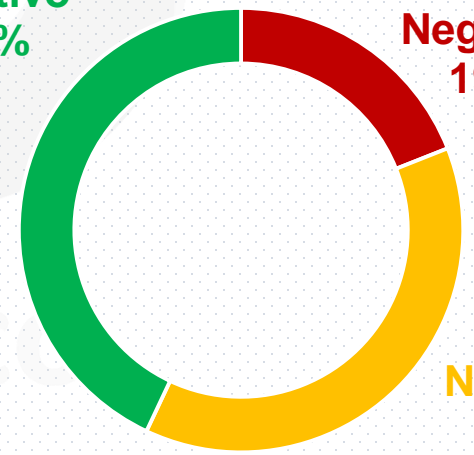
30% Escuchó, leyó o vio alguna noticia sobre Guanajuato antes de su visita a SMA

Positivo
43%

Negativo
19%

100% Inseguridad

Neutral
38%



Social Listening

Segmentos

Intereses y Necesidades

Emociones / Personalidad

Principales cuentas que hablaron del destino:

Puebloador

Eventos
Culturales
Gastronómicos
Esparcimiento
Nocturno
Musicales

Experiencias
integrales y
digitales
De aventura.,
Culturales con
rutas al resto del
estado

Esparcimiento Familiar

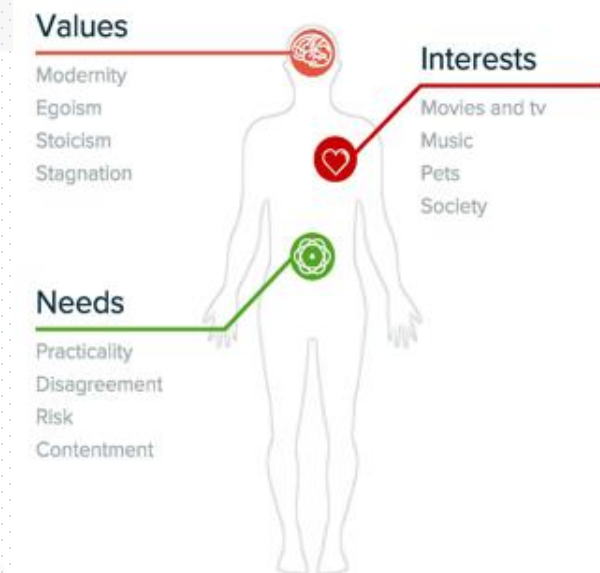
Compras
Gastronomía
Eventos
Esparcimiento
Educativos
Culturales













Hospedaje
Atractivos
infantiles
Comunicación de
eventos para
familia

Gastronómico

Eventos
Gastronómicos
Experiencias
Exclusivas
Compras

Eventos de cata
Eventos gastros
Gastrorecorridos
Hospedaje
exclusivo



- | | | | |
|---|----------------------|---|----------------------|
|  | Animal Gourmet |  | Cine Guanajuato |
|  | Mikel Alonso |  | Guanajuato Film Fest |
|  | Enrique Olvera |  | La Mole |
|  | Culinaria Mexicana |  | Claudio Quiroz |
|  | Quintonil | | |
|  | Gourmet de México | | |
|  | Gerardo Vazquez Lugo | | |
|  | Buena Mesa | | |

Mystery Tourist

Competencia

QUIÉN NOS VISITA

Destino de referencia internacional. Es una de las ciudades que logra consolidarse en varios mercados, particularmente con aquellos turistas que buscan una experiencia cultural y gastronómica.

La mayoría de los visitantes son familiares y esparcimiento de adultos. GIFF es un referente fundamental

NECESIDADES

Más oferta de hospedaje a diferentes niveles. Acompañado de oferta integradora de todos sus atractivos culturales.

Se percibe una mancha fuerte a su imagen debido a la inseguridad. Ya no es una ciudad idílica para vacacionar o vivir.

MORELIA

Pro: Evento de cine más importante, gran oferta cultural y gastronómica

Contra: Percepción de inseguridad es peor, infraestructura y accesibilidad

MÉRIDA

Pro: Mucha mejor percepción de seguridad, despunte en referencias internacionales

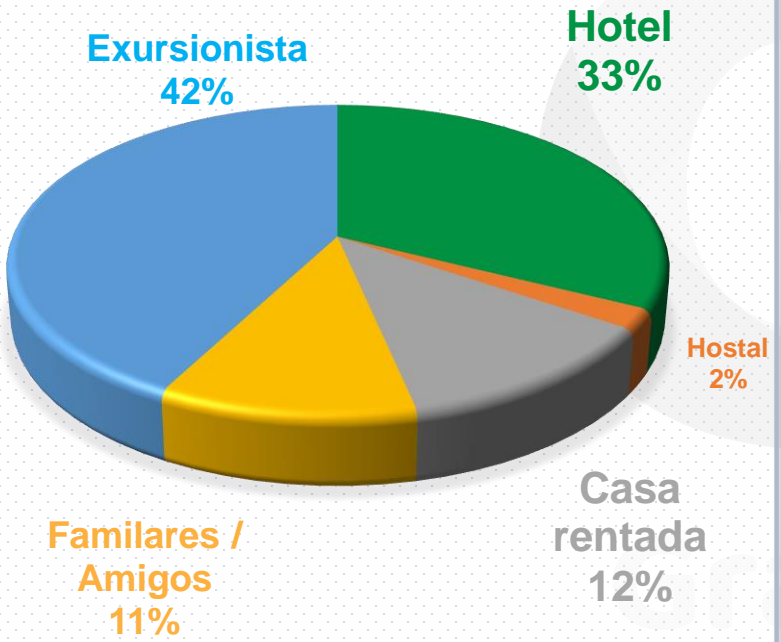
Contra: Accesibilidad no es tan cómoda, no tiene una presencia de negocios internacional o nacional tan grande, pero está en crecimiento

CHOLULA

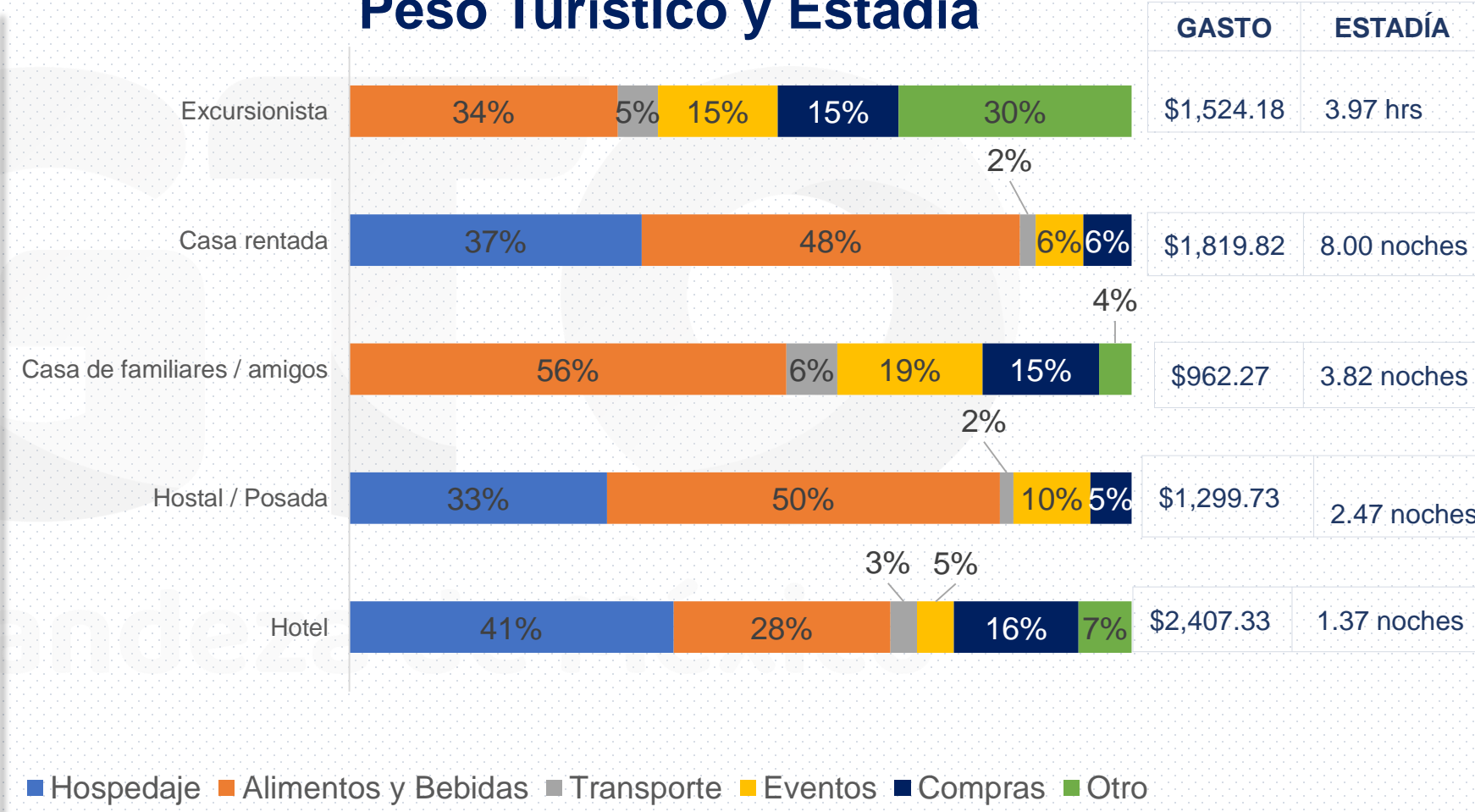
Pro: Mejor percepción de seguridad, mucho más cercano y con infraestructura con respecto a la capital.

Contra: Oferta gastronómica aunque importante le falta desarrollo, no hay eventos de gran tracción.

Tipo de Hospedaje



Peso Turístico y Estadía





546.9 mil llegada de
turistas en hotel



1.6 millones de
visitantes



\$6 mil 682 MDP
en derrama económica



373.4 mil cuartos
ocupados

41% ocupación
hotelera

1.36 días de
estadía

2 densidad
personas por habitación

2 mil 842 habitaciones
disponibles diarias

165 establecimientos
de hospedaje

QUIÉN NOS VISITA



57% Hombres
43% Mujeres
61% Universidad
41% Empleado de empresa privada
26 % NSE D+
35 Años

TIPO DE VISITANTE



58% Turista
42% Excursionista

CON QUIÉN VIAJA



39% Pareja
36% Familia
20% Amigos

3.0 personas por Grupo de viaje

DE DÓNDE VIENE

Internacional



14%

Estados Unidos 47%
Canadá 9%
Colombia 7%
Costa Rica 5%
España 5%

Nacional



52%

CDMX 20%
Michoacán 11%
Nuevo León 8%
Jalisco 7%
Querétaro 7%

Estatad



34%

León 32%
Guanajuato 12%
Irapuato 9%

SATISFACCIÓN

Índice

Experiencia de viaje	8.5
Establecimientos de Hospedaje	8.5
Establecimientos de Alimentos y Bebidas	8.3
Amabilidad de la gente	8.2
Disponibilidad de Información turística	7.8
Promedio General	8.1



RECOMENDACIÓN



64% Definitivamente regresaría
65% Definitivamente lo recomendaría



1.6 Mill
Visitantes



\$6 mil 682 MDP
Derrama Económica

Contacto

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

Stephanie Cedillo Orozco
Analista de Información
scedillo@guanajuato.gob.mx

Soledad Olvera Ibarra
Analista de Estadística
solvera@guanajuato.gob.mx

Adriana Jardon Salazar
Jefe de Investigación y Análisis de Mercado
ajardon@guanajuato.gob.mx

Regina Loya Plascencia
Auxiliar de Investigación y Análisis de Mercado
rloyaplasc@guanajuato.gob.mx

Julia Hernández Ortega
Asistente de Codificación
jhernandezo@guanajuato.gob.mx



Dirección

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

Teléfono +52 472 103 99 00

Visita San Miguel de Allende

