



PERFIL DEL VISITANTE SALAMANCA 2017

GUANAJUATO
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

GUANAJUATO
Secretaría de Turismo

guanajuato.mx

Contenido

**Demográfico /
Mercados emisores**



**Experiencia /
Satisfacción**



**Insights/
Mix de Ideas**



Metodología

**Plan de Viaje /
Segmentos**

Medios

**Gasto /
Indicadores**

Metodología

Del 25 de Marzo 2017 al 07 de Enero de 2018.

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

152 encuestas cara a cara a turistas y excursionistas con un nivel de confianza de 95% y un error de +/- 7.95%

Estudio cuantitativo descriptivo:

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



Turismo en Salamanca

65% hombres
35% mujeres



La edad promedio
es de **34 años**



43% tiene
grado Universitario



36% es
empleado privado



28%
tienen ingresos de
\$15,000 a \$55,999



PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO



67%
excursionista



33%
turista



59% procedencia
estatal



36% procedencia
nacional



5% procedencia
internacional



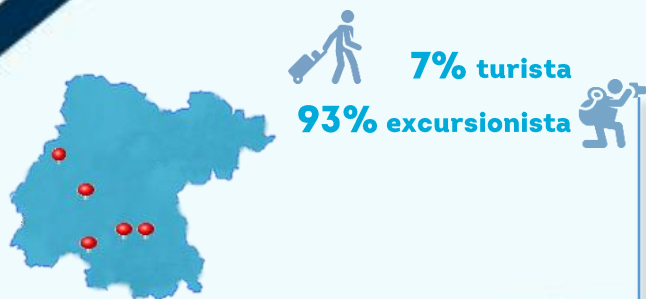
55% viajó al interior de
México **5.13 veces** Min 1 - Max 100



27% viajó al extranjero
3.39 veces Min 1 - Max 52

Turismo en Salamanca

MERCADOS EMISORES



59% Estatal

T	E	
18%	82%	León 19%
0%	100%	Valle de Santiago 17%
0%	100%	Irapuato 13%
13%	87%	Celaya 9%
0%	100%	Villagrán 8%

32 años

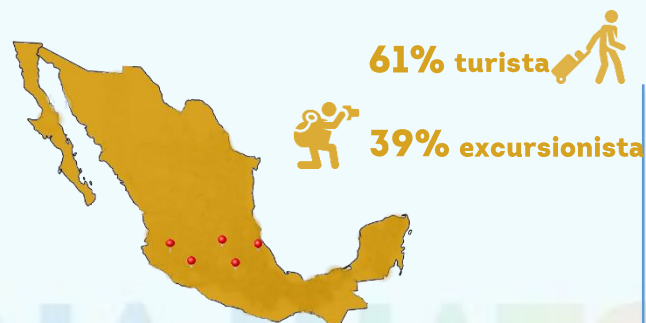


60% Hombres

39% Universidad



37% pertenece al NSE D-



36% Nacional

T	E	
67%	33%	Cd. de México 22%
0%	100%	Querétaro 13%
67%	33%	Michoacán 11%
80%	20%	Veracruz 9%
75%	25%	Jalisco 7%

36 años

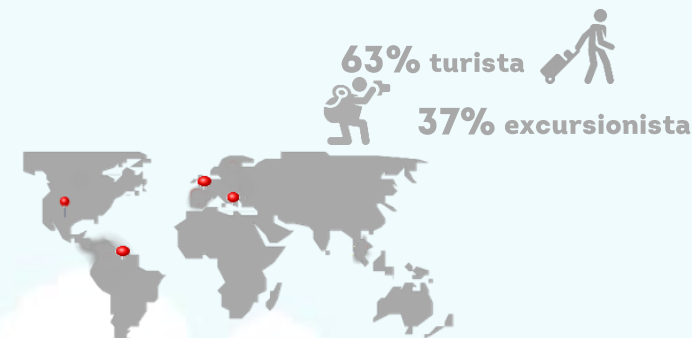


70% Hombres

50% Universidad



33% pertenece al NSE D-



5% Internacional

T	E	
80%	20%	Estados Unidos 63%
0%	100%	Italia 13%
0%	100%	Alemania 13%
100%	0%	Venezuela 13%

36 años



75% Hombres

50% Universidad



38% pertenece al NSE C+



Turismo en Salamanca

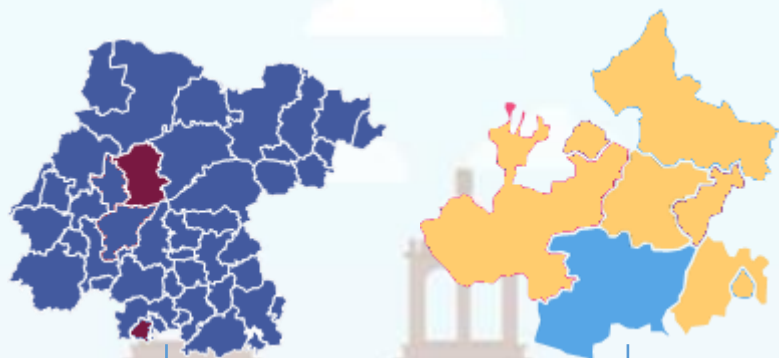
EXCURSIONISTAS



¿En dónde se hospeda el **67%** de nuestros **excursionistas**?

62% regresó a su destino de origen
5% se hospedó en otro destino

38% Nacional



Dentro de Guanajuato:
Guanajuato **50%**
Moroleón **50%**

Fuera de Guanajuato:
Michoacán **100%**

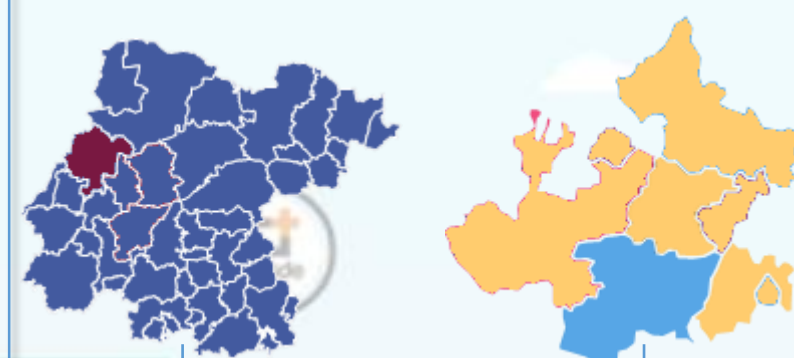
38% Estatal



Dentro de Guanajuato:
Guanajuato **50%**
Irapuato **50%**

Fuera de Guanajuato:
Querétaro **100%**

24% Internacional



Dentro de Guanajuato:
León **100%**

Fuera de Guanajuato:
Michoacán **100%**

Turismo en Salamanca

PLAN DE VIAJE

Grupo promedio de viaje
2 personas



1

5 Medio de transporte al Estado

46%



Autobús

40%



Auto propio

5%



Auto rentado

Acompañado por 2

51%



Familia

16%



Pareja

11%



Amigos

Grupo de edad 3



-14 años

17%



18-45 años

61%



46-65 años

7%



Otros

15%

4

Actividades de interés

Probar la gastronomía típica 51%

Ir de compras 39%

Visitar museos y/o templos 26%

6 Medio de transporte en la ciudad



Autobús público

34%



Taxi

23%



Auto particular

20%

7 Destinos visitados durante el viaje

-50%

8%

Visitó otros destinos
dentro del Estado de Guanajuato

Guanajuato 50%
Irapuato 33%
León 25%

8

Visitas a Familiares / Amigos



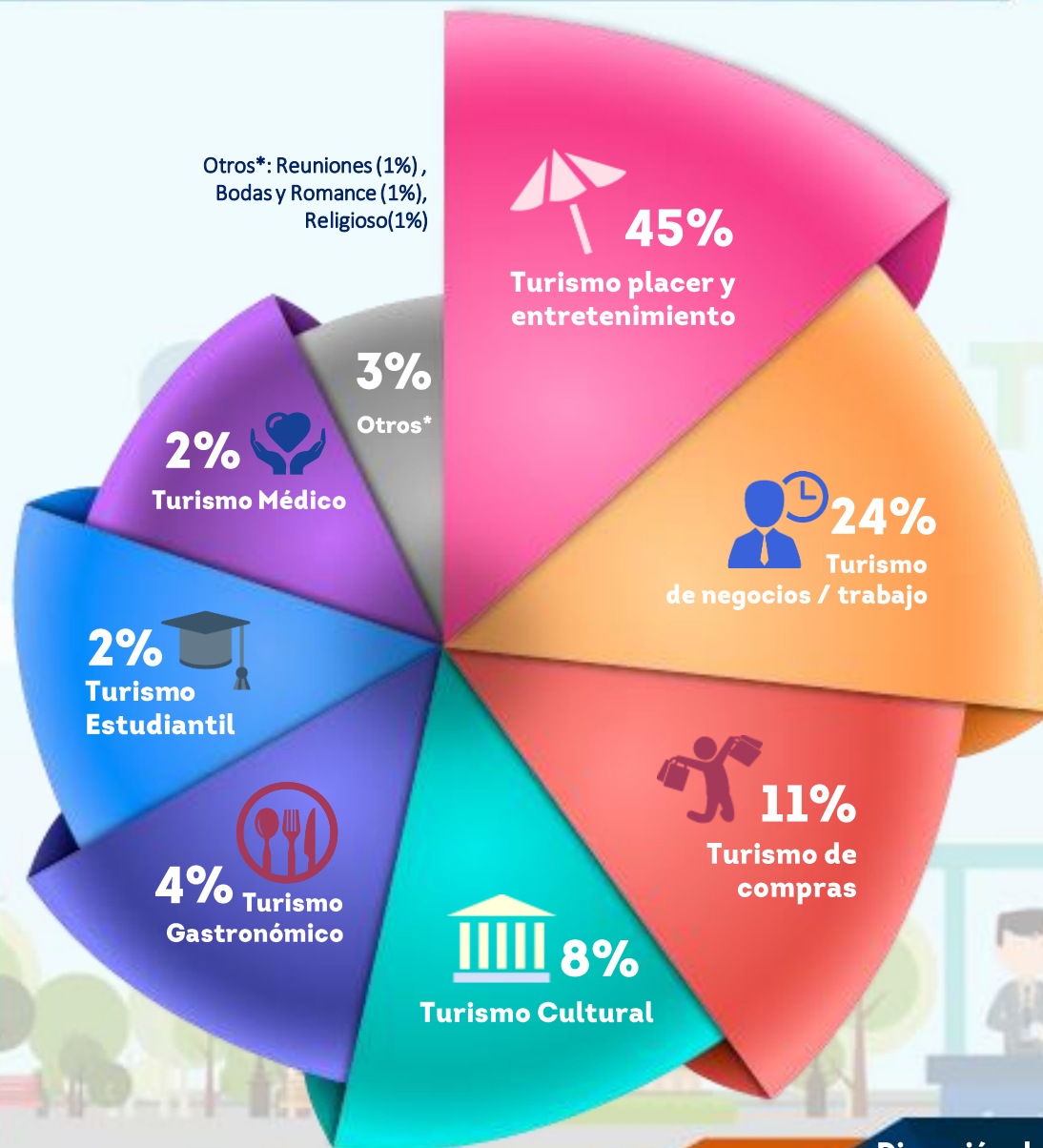
35%

Visitó un familiar durante su
estancia en **Salamanca**

Turismo en Salamanca

SEGMENTOS

Estos segmentos se identificaron a partir del cruce de variables de motivo de viaje y actividades realizadas en el destino.



SEGMENTOS	Nacional	Estatad	Internacional
	37%	50%	50%
	39%	7%	13%
	2%	18%	0%
	13%	4%	12%
	0%	4%	25%
	2%	3%	0%
	4%	1%	0%
	4%	3%	0%

Turismo en Salamanca

EXPERIENCIA /
SATISFACCIÓN

7.3 ÍNDICE DE
SATISFACCIÓN



Retorno
98%



Recomendación
93%

8 de cada 10 personas
visita 7 veces al año este
destino

NA: No Aplica (El dato únicamente está disponible en una edición del Perfil, por lo tanto no se cuenta con un parámetro para ser comparada).

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



Dirección de Información y Análisis/Perfil del Visitante a Salamanca 2017

3 **90%**
Redes sociales



95% 5%
f YouTube

4 **Impacto de noticias previo a la visita**

5% Escuchó, leyó o vio alguna noticia sobre Salamanca

Tema de la noticia: Explosión de Pemex 29%
Ampliación de Mazda 14%
Corrupción 14%

Percepción



Negativo
57%



Neutral
29%



Positivo
14%

Explosión de Pemex
Inseguridad
Corrupción
n=4

5 **Dispositivos / Apps utilizadas en la visita**

94% Smartphone

7% Laptop

5% Tablet

4% GPS

3% Apps

2 **13%**
Internet

90%
Redes sociales

10%
Página web

1 **Recordación de Medios**

65% Recomendación

13% Internet

11% Espectacular

7% TV

6% Radio

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%



10% identificó alguna práctica sustentable en el destino



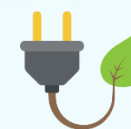
Empleos
locales
40%



Consumo de
productos locales
30%



Instalaciones para
discapacitados
30%



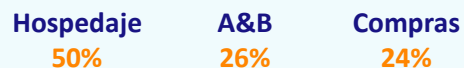
Ahorro de
Energía
20%

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%



Turismo en Salamanca

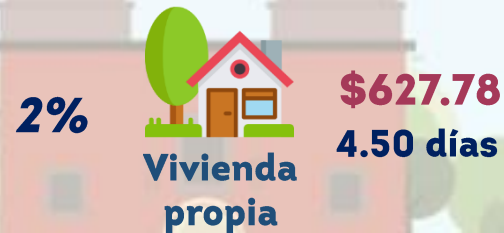
GASTO / INDICADORES



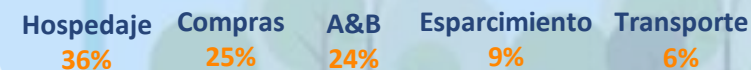
100% ^{NO} reservó
airbnb



**Casa familiares /
Amigos**



Excursionista



* **Datatur**

DERRAMA ECONÓMICA

\$104.6 millones de dólares 

\$92.7 millones de euros 



SALAMANCA

Estado Trimestre IV
171 Mil 835

**PERSONAS
OCUPADAS**

10%



1 a 5 estrellas
+ Sin Clasificar

1 mil 407
Habitaciones



GUANAJUATO
Estado más visitado de México

9 Líneas
aéreas

Variación
2017 - 2012

50%



Llegada de Turistas en Hotel a Salamanca 2017

9,997

Enero

8,844

Febrero

13,322

Marzo

13,035

Abril

12,502

Mayo

11,741

Junio

12,906

Julio

14,569

Agosto

10,784

Septiembre

17,190

Octubre

19,438

Noviembre

19,274

Diciembre

Hospedaje



22
Hoteles



1 mil 407
Habitaciones

★★★★★★		1		207
★★★★★		6		454
★★★★		6		459
★★★				
★★		4		122
★		5		165
Sin Clasificar				
Total		22		1 mil 407

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Cierre 2017

Servicios Turísticos



74

ESTABLECIMIENTOS
DE ALIMENTOS Y
BEBIDAS

11 9



4

AUXILIO
TURÍSTICO



11

TRANSPORTACIÓN

0

ARRENDADORAS
TURÍSTICAS



12

AGENCIAS
DE VIAJES

12 10



5

SPAS



1

CAMPOS
DE GOLF



45

ATRATIVOS,
RECREACIÓN,
DEPORTE



0

RECINTOS

0

GUÍAS DE
TURISTAS

6

BALNEARIOS
Y PARQUES
ACUÁTICOS

Fuente: Sector Guanajuato, Dirección de Información y Análisis, Registro Estatal de Turismo y Registro Nacional de Turismo, Cierre 2017

Casi un **60%** de los visitantes utilizan el **transporte público local**, que es el 3er aspecto **peor evaluado** (6.5)

El **5%** de los visitantes **vieron alguna noticia** referente a Salamanca previo a su visita, el **impacto** fue **Negativo** en más de la mitad de los visitantes mientras que la **percepción de seguridad** del destino es de **6.2**

El segmento de turismo **de placer y entretenimiento** es en su mayoría de origen internacional (paisanos que vienen a visitar a sus familiares y se hospedan con ellos)

El **90%** de los visitantes **no identificó** alguna **práctica sustentable** en el destino.

El **24%** de los encuestados visitaron Salamanca por motivos **de negocios/trabajo**, y de éste, casi el **40%** es nacional.

El **turismo de compras** es de procedencia **estatal** en su mayoría, de destinos como: **Villagrán, Uriangato, Valle de Santiago, Celaya**.

Impulsar el segmento de Negocios/ Trabajo y Turismo de Reuniones en municipios cercanos a Salamanca. mediante alianzas estratégicas con la industria petroquímica, corredor industrial bajo y clúster automotriz.



Plantear un programa de fidelización para el turismo estatal que realiza sus compras en el destino a través de eventos y espectáculos para proveocar la pernocta o larga estadía en el destino.



Impulsar estrategias para reducir el índice de inseguridad en el destino y comunicarlas a los residentes.



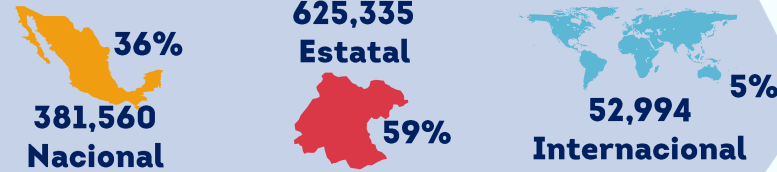
Dar a conocer las prácticas sustentables que se llevan a cabo en el destino.



Cuidar, mejorar y monitorear el servicio del transporte público local.

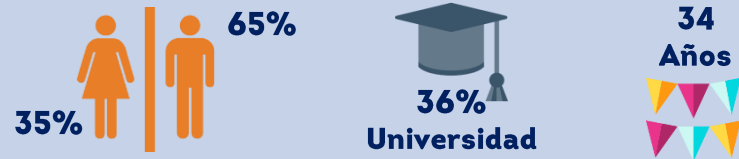
02

De dónde viene



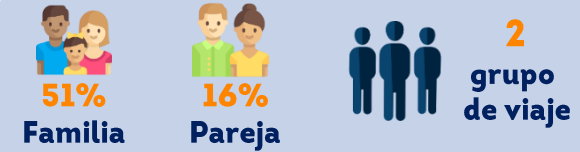
01

Quién nos visita



03

Con quién viaja



04

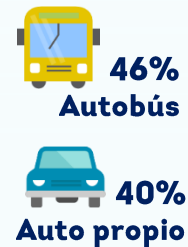
Tipo de visitante

1, 059,889
Visitantes

Se hospeda en



Segmentos



En qué viaja

Experiencia de visita

7.3
Satisfacción

Gasto y estadía

\$1 mil 978 MDP

Derrama económica

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 Jardón Salazar**

Jefe de Investigación y Análisis de Mercado

ajardon@guanajuato.gob.mx**Rosario Álvarez Macías**

Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis

malvarezm@guanajuato.gob.mx**Sarahí Martínez Hernández**

Asistente de Codificación y Captura

kmartinezh@guanajuato.gob.mx**Luz Margarita Robledo Olivares**

Analista de Estadística

lmrobledo@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