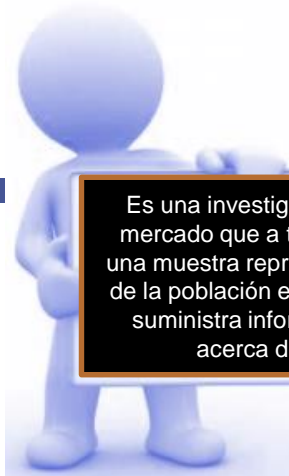




PERFIL DEL VISITANTE Y ACTIVIDAD TURÍSTICA GIFF 2013



Es una investigación de mercado que a través de una muestra representativa de la población en estudio, suministra información acerca de:

Información del Perfil

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

Que será de gran utilidad para:

La definición de estrategias que se traduzcan en una mayor atracción de visitantes a los Eventos que se organizan en el Estado de Guanajuato y que generan impacto social y económico en el destino.

Se realiza:

Con una muestra aleatoria de:

600 encuestas totales (480 a visitantes y 120 a locales), levantadas en GIFF 2013, a turistas y excursionistas, con un nivel de confianza del 95% y error del $\pm 4\%$

Lugares de levantamiento:

GUANAJUATO: Teatro Juárez, Teatro Principal, Teatro Cervantes, Auditorio y centro de convenciones de Guanajuato.
SAN MIGUEL DE ALLENDE: Cine los Aldama, Jardín principal, Calles de San Miguel, Teatro Ángela Peralta y Hospitality Suite

¿Qué es el perfil del Visitante de GIFF y cómo se realiza?



Se entrevista a:

Hombres y mujeres mayores de 18 años de edad, visitantes y residentes en el destino donde se realiza la entrevista y que hayan asistido a algún evento del programa GIFF 2013.

A través de

Encuesta Personal Cara a Cara

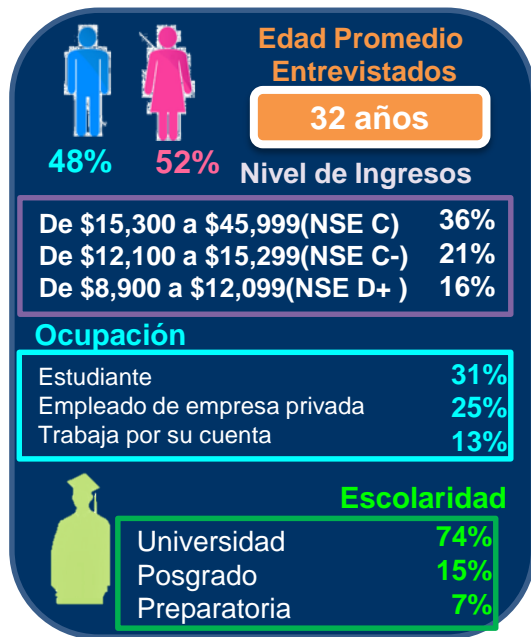
Una agencia de investigación de mercados contratada por la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato. La empresa codifica, captura y elabora el reporte de resultados.

El estudio es realizado por

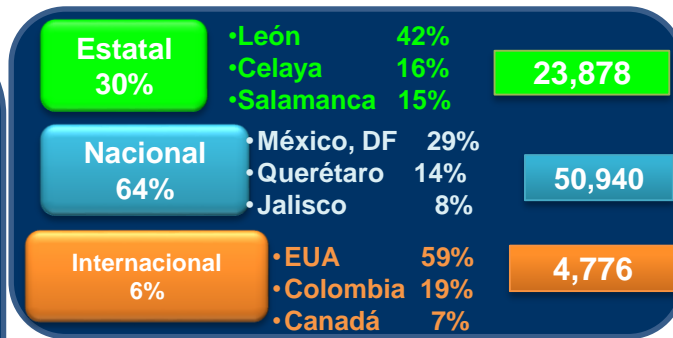
Del 19 al 28 de Julio de 2013

En un período de levantamiento de:

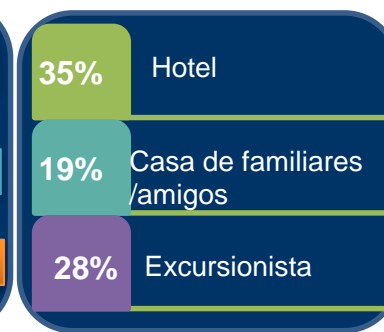
Demográficos



Mercados Emisores



Distribución

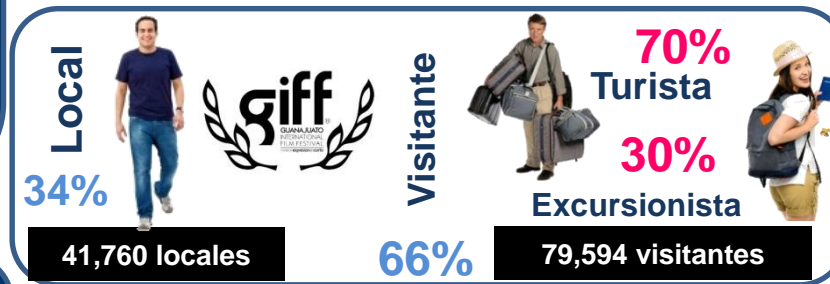


Grupo de Viaje

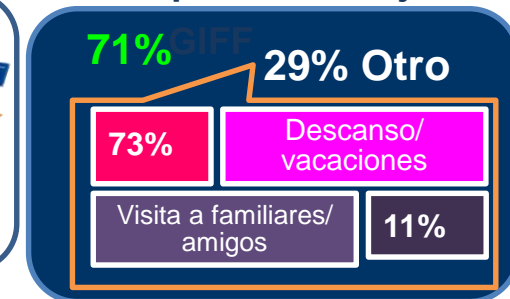


PERFIL VISITANTE GENERAL GIFF 2013

121,354 asistentes

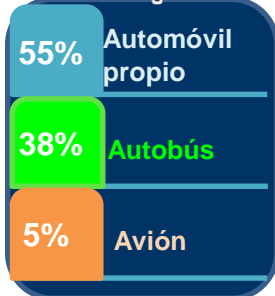
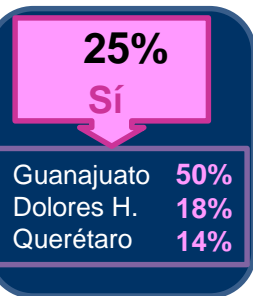


Propósito de viaje



Movilidad

Transporte



Medios Publicitarios



Experiencia y Satisfacción GIFF 2013



Gasto y Estadía



Indicadores de la Actividad Turística



**Festival Internacional de Cine de Guanajuato
2013**

Guanajuato Capital – San Miguel de Allende

Principales Indicadores Actividad Turística GIFF 2013



Asistentes	Guanajuato	San Miguel de Allende	2 destinos
Visitantes	65,001	14,593	79,594
Locales	13,109	28,651	41,760
Asistentes	78,110	43,244	121,354



+ Actividad Hotelera			
Indicador	Guanajuato	San Miguel de Allende	2 destinos
Llegada de turistas	19,854	5,837	25,691
Ocupación	78%	54%	69%



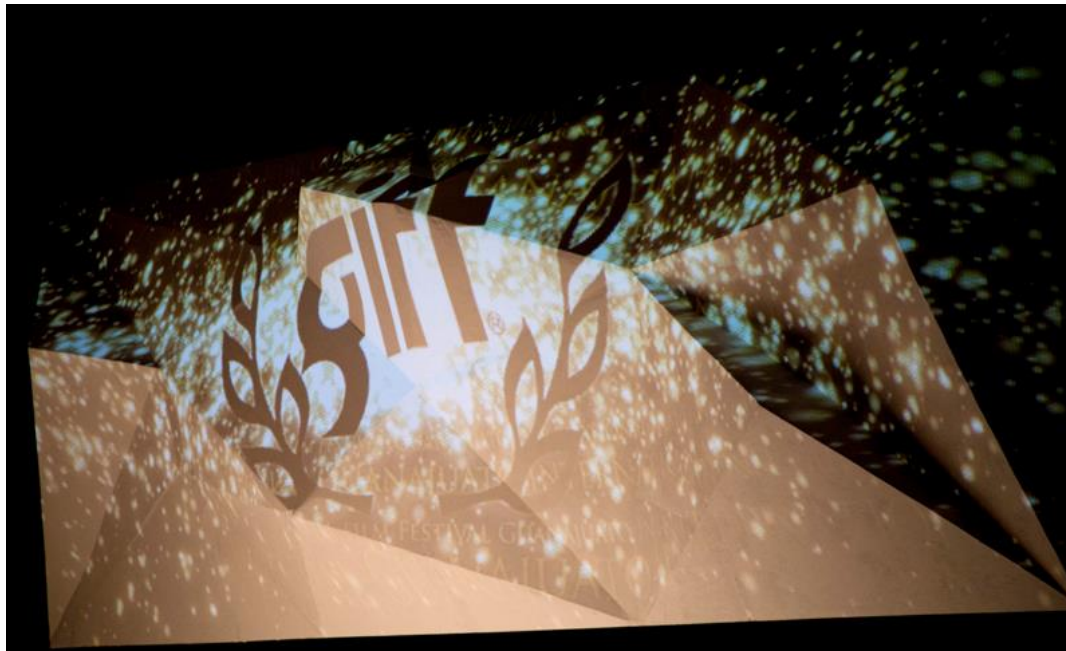
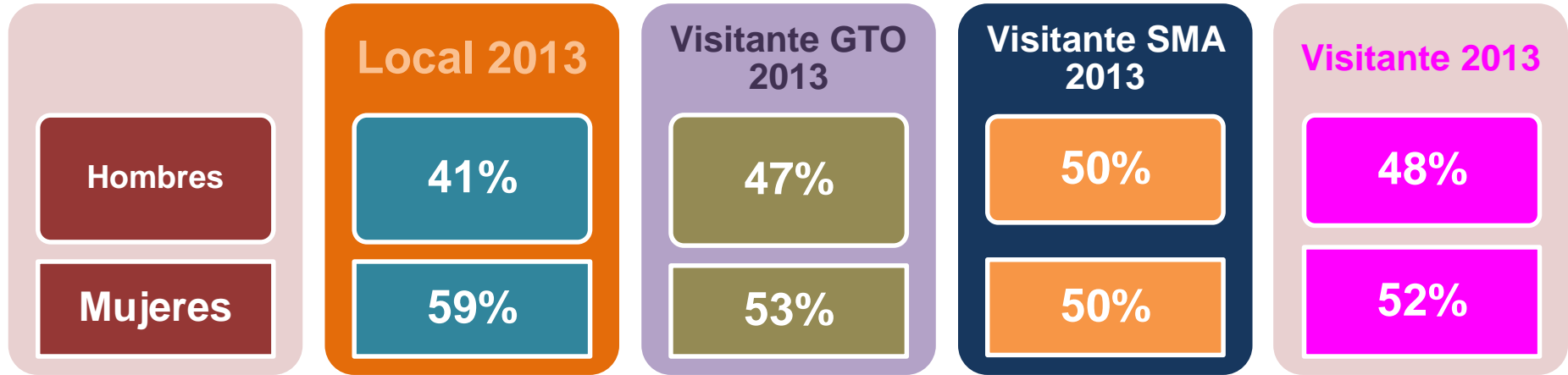
+ Asistentes		
	2013	Variación 2011-2013
Asistentes	121,354	34%
Derrama Económica	\$178,144,543	28%

Fuente: Datatur, Sector Guanajuato, Estudio del Perfil del Visitante GIFF 2013, Comité Organizador

ANEXOS

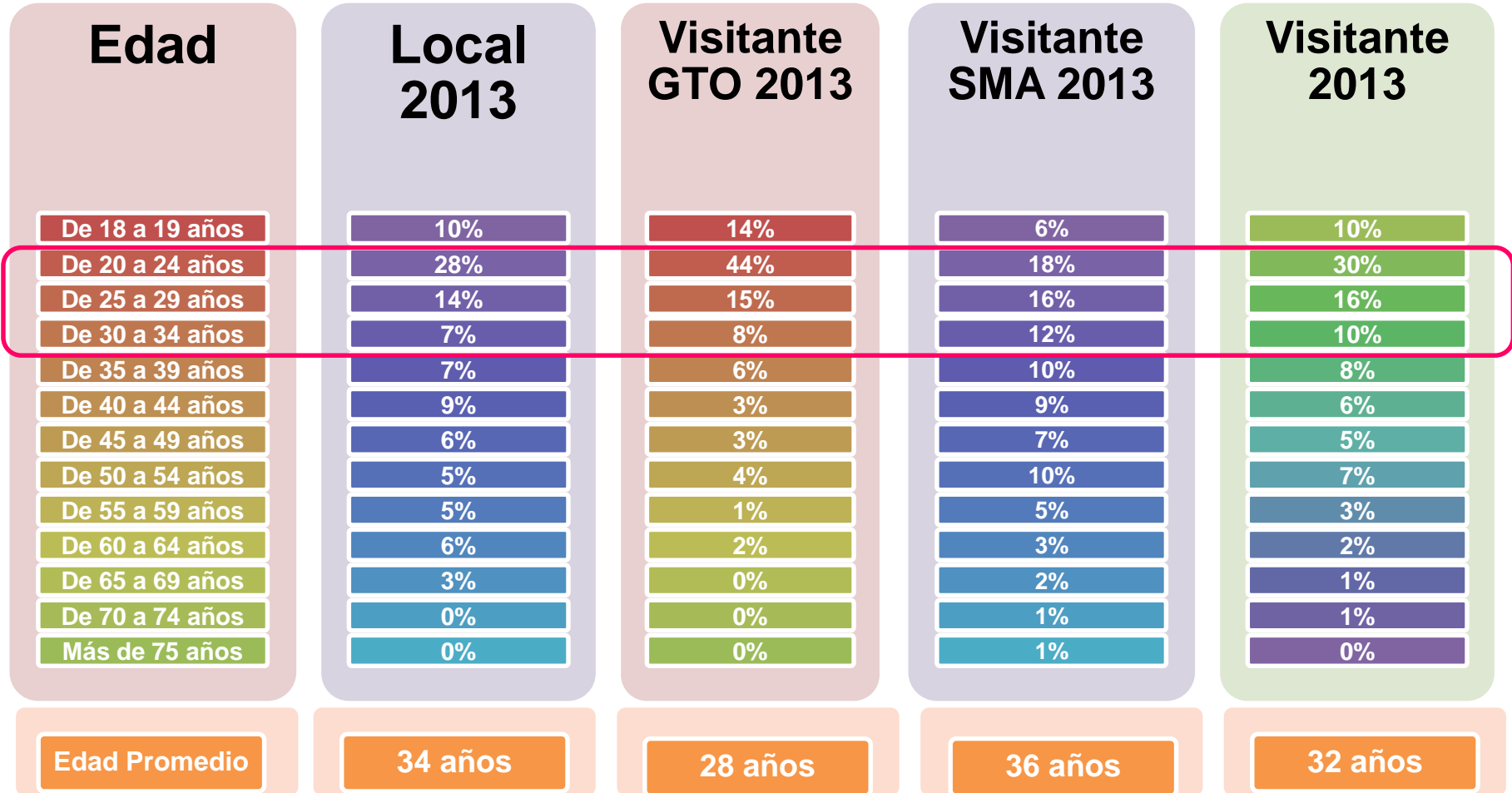
PERFIL GENERAL

Género del Entrevistado



PERFIL GENERAL

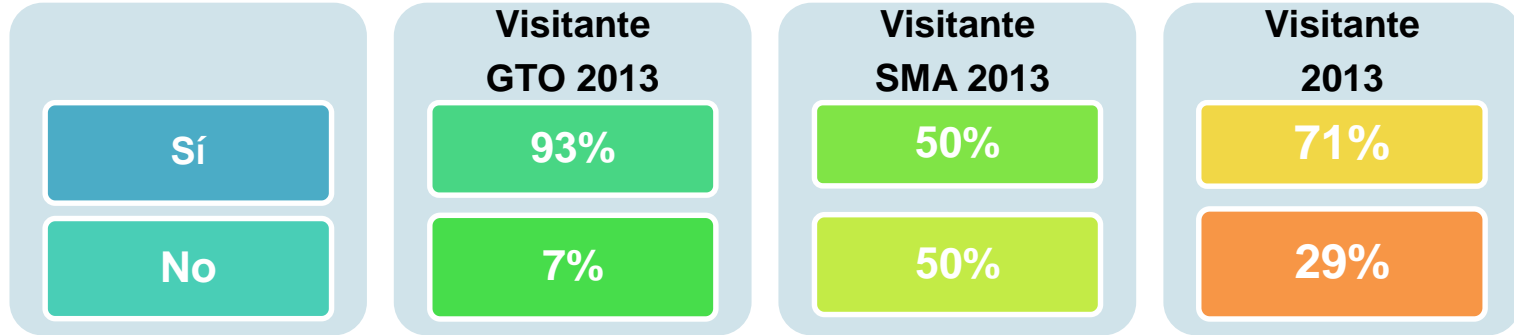
Edad promedio de los entrevistados



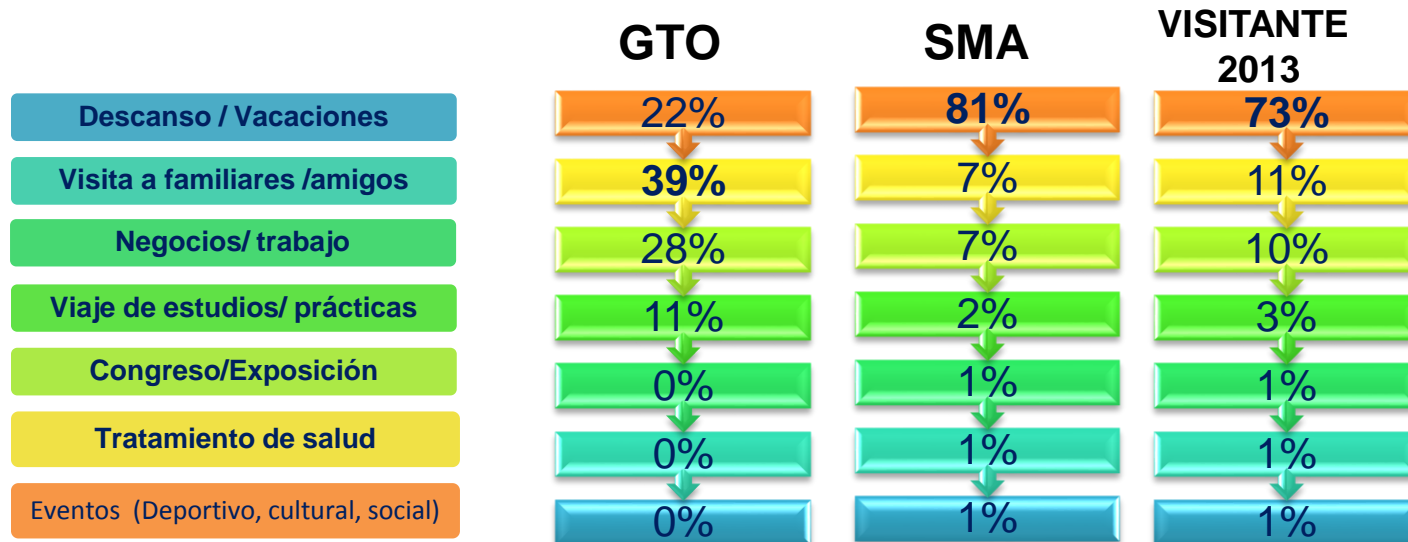
PLANEACIÓN DEL VIAJE

Propósito de Viaje

¿El GIFF es su principal razón de visita a la ciudad?



Para visitantes que su principal razón de visita no es el GIFF ¿Cuál de las siguientes opciones define mejor su propósito de viaje?



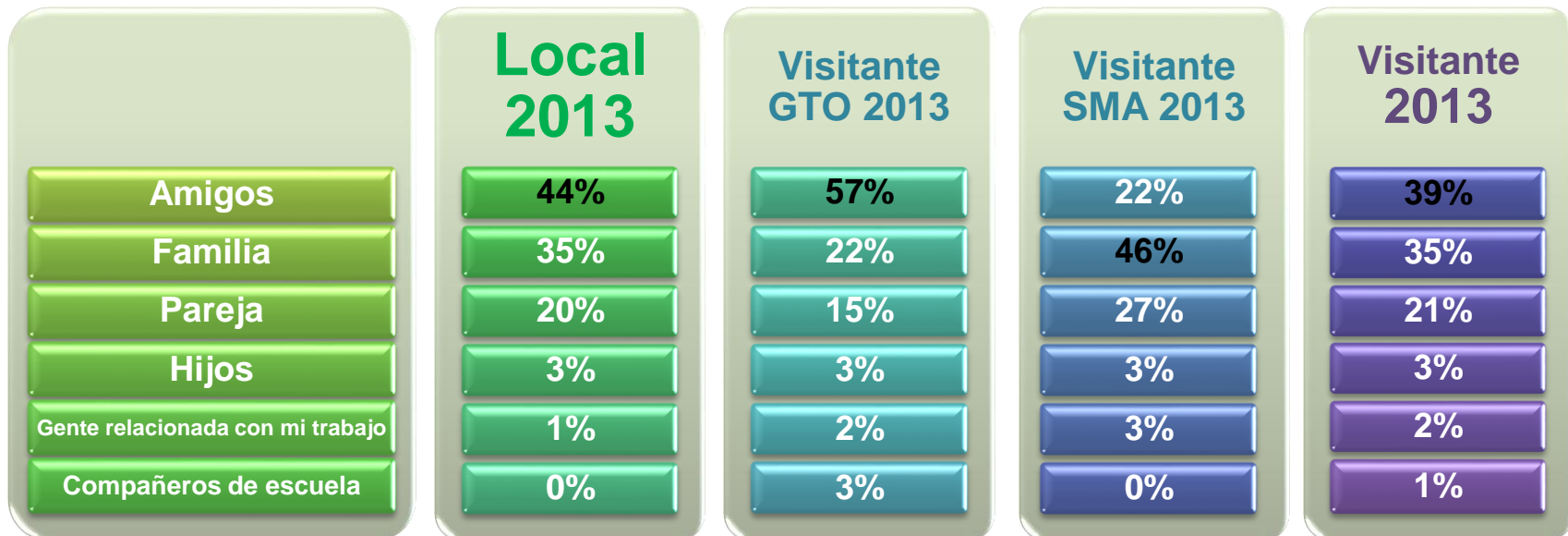
PLANEACIÓN DEL VIAJE

Grupo de Viaje

¿Con quién viaja/visita el evento?



Acompañado por....



Nota: Suma de menciones por lo que puede superar el 100%

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Distribución del visitante por tipo de hospedaje y reservaciones



TIPO DE HOSPEDAJE

	GTO 2013	SMA 2013	2013
Hotel	31%	40%	35%
Casa de familiares / amigos	19%	19%	19%
Hostal / Posada	14%	3%	9%
Vivienda rentada	4%	8%	6%
Vivienda propia	2%	4%	3%
Excursionista	30%	26%	28%

RESERVACIÓN	GTO 2013	SMA 2013	2013
Sí	66%	49%	57%
No	34%	51%	43%



MEDIO DE RESERVACIÓN	Visitante GTO 2013	Visitante SMA 2013	Visitante 2013
Internet	37%	58%	47%
Teléfono / Fax	49%	32%	41%
Agencia de viajes	4%	8%	6%
Organizador de eventos	3%	0%	1%
Otro	7%	2%	5%

Otro: personalmente, por medio de un amigo/familiar

Excursionista: Se refiere al visitante que no pernocta en el destino. *(Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita)*

Turista. *(Visitante que pernocta)*, si su viaje incluye una pernoctación.

Fuente: OMT (Organización Mundial de Turismo)

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Medio de Transporte

Medio de Transporte

Automóvil propio

Autobús

Avión

Autobús rentado

Automóvil rentado

Visitante GTO 2013

44%

49%

3%

2%

2%

Visitante SMA 2013

65%

28%

6%

1%

0%

Visitante 2013

55%

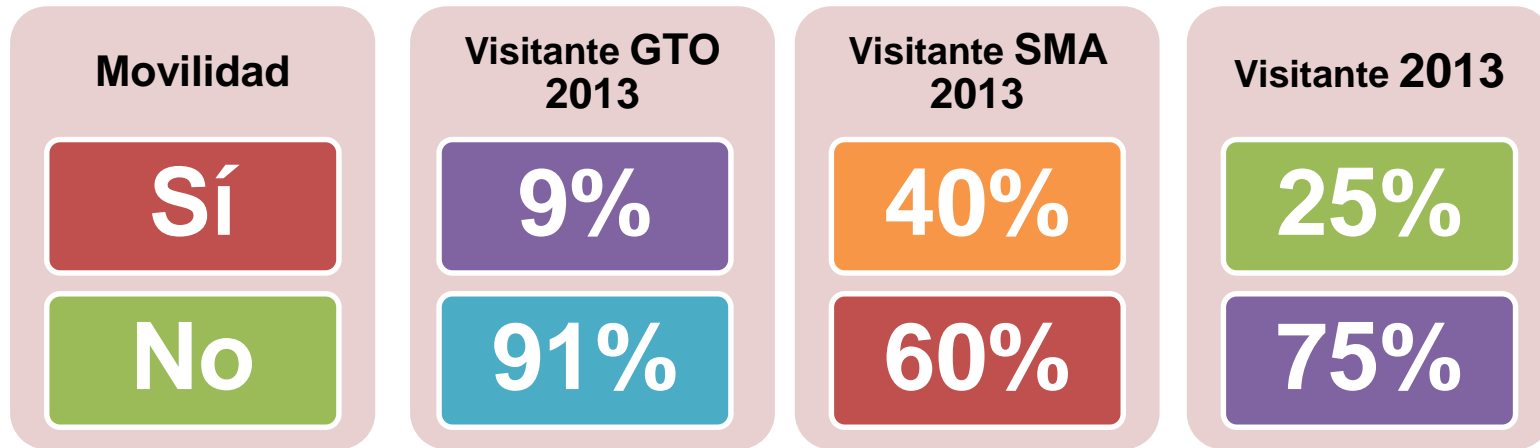
38%

5%

1%

1%

Dígame ¿si visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?



VISITANTE GTO 2013 (TOP 5)			
DENTRO DE GUANAJUATO		FUERA DE GUANAJUATO	
San Miguel de Allende	50%	Guadalajara	27%
León	29%	Ciudad de México	27%
Irapuato	7%	Colima	9%
Salamanca	7%	Hermosillo	9%
Silao	7%	Puebla	9%

VISITANTE SMA 2013 (TOP 5)			
DENTRO DE GUANAJUATO		FUERA DE GUANAJUATO	
Guanajuato	57%	Querétaro	38%
Dolores Hidalgo	20%	Ciudad de México	18%
León	11%	Puerto Vallarta	8%
Celaya	7%	Guadalajara	5%
Comonfort	2%	Tequisquiapan	5%

VISITANTE 2013 (TOP 5)			
DENTRO DE GUANAJUATO		FUERA DE GUANAJUATO	
Guanajuato	50%	Querétaro	32%
Dolores Hidalgo	18%	Ciudad de México	20%
León	13%	Guadalajara	10%
Celaya	6%	Puerto Vallarta	6%
San Miguel de Allende	6%	Tequisquiapan	4%

Índice de Satisfacción Ciudad

Índice Global Visitante
GTO 2013

7.9

Índice Global Visitante
SMA 2013

8.2

Índice Global
Visitante 2013

8.1

EVALUACIÓN CIUDAD	Visitante GTO 2013	Visitante SMA 2013	Visitante 2013
Aeropuerto	8.6	8.8	8.7
Estancia en el lugar de hospedaje	8.0	8.8	8.5
Establecimientos de alimentos y bebidas	7.8	8.5	8.1
Infraestructura y señales carreteras	7.8	7.9	7.9
Instalaciones de la terminal de autobuses	7.6	7.8	7.7
Transporte público local (taxis y transporte urbano)	7.4	7.9	7.6

Nota: Índice calculado según SECTUR en una escala de 6 a 10, donde 6 es Pésimo, 7 Malo, 8 Regular, 9 Bueno y 10 Excelente.

Índice de Satisfacción GIFF

Índice Global
Evento Local
2013

8.3

Índice Global
Evento Visitante
GTO 2013

8.3

Índice Global
Evento Visitante
SMA 2013

8.4

Índice Global
Evento
Visitante 2013

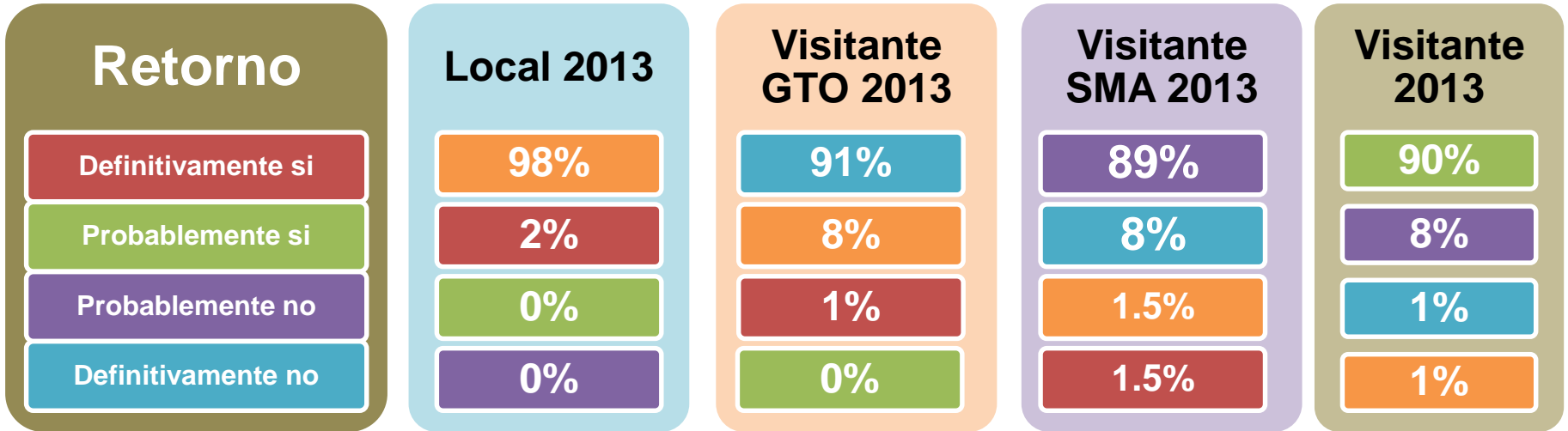
8.4

EVALUACIÓN GIFF	Local 2013	Visitante GTO 2013	Visitante SMA 2013	Visitante 2013
Rally Universitario	9.0	9.0	10.0	9.0
Imagen del festival	8.6	8.8	8.5	8.7
Conferencias	8.3	8.7	N/A	8.7
Calidad de los espectáculos del festival	8.4	8.6	8.6	8.6
Nivel de afluencia en los eventos	8.5	8.7	8.4	8.6
Información de la ciudad y de las sedes	8.1	8.3	8.3	8.4
Presentación de la información (programa)	8.3	8.2	8.3	8.3
Horarios de las proyecciones	8.1	8.1	8.4	8.3
Ayuda por parte de los organizadores	8.2	8.2	8.3	8.3
Actividades adicionales del GIFF	7.6	8.3	7.5	8.2
Organización en general	8.2	7.9	8.4	8.1
Organización de los eventos fuera de las salas	8.1	7.6	8.3	8.0
Organización de las proyecciones	7.8	7.5	8.3	7.9

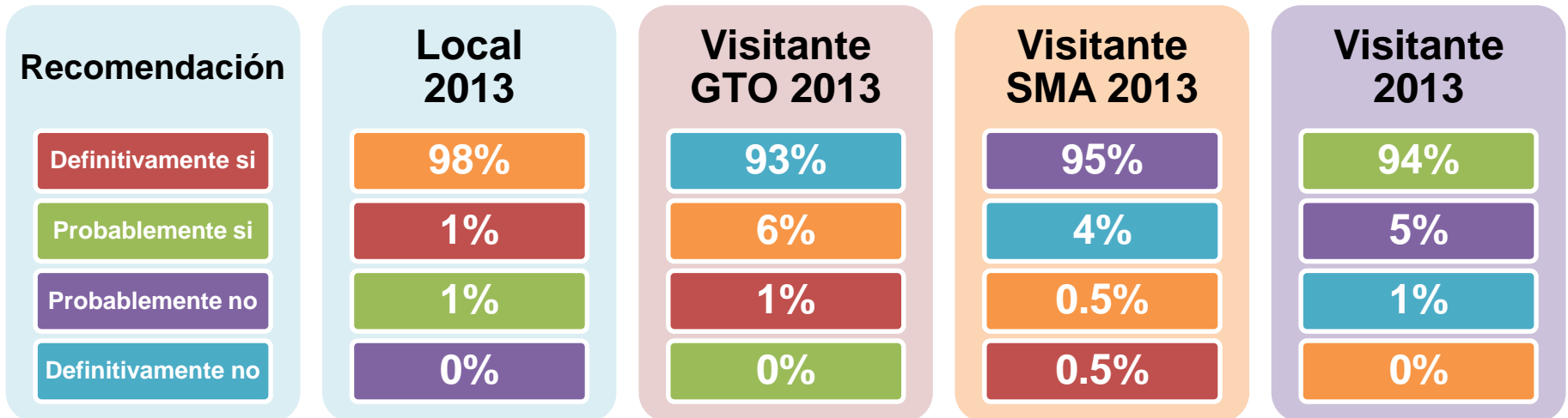
Nota: Índice calculado según SECTUR en una escala de 6 a 10, donde 6 es Pésimo, 7 Malo, 8 Regular, 9 Bueno y 10 Excelente.

NA. No Aplica

¿Qué tan probable es que usted vuelva a visitar el GIFF?



¿Qué tan probable es que Usted recomiende a un amigo o colega visitar el GIFF?



¿En qué medio de comunicación vio o escuchó sobre el evento?

Medio	Local 2013	Visitante GTO 2013	Visitante SMA 2013	Visitante 2013
Internet	38%	59%	35%	47%
Recomendación	7%	27%	22%	25%
Espectacular	28%	8%	13%	10%
Anuncio de TV	22%	8%	10%	9%
Folletos	13%	4%	14%	9%
Radio	16%	3%	4%	4%
Revistas	1%	3%	3%	3%
Otro	13%	6%	13%	9%

Nota: Suma de menciones por lo que puede superar el 100%

OTRO: Cuando pasaba por el evento, escuela, ediciones anteriores

¿En que medio encontró información más relevante para planear su visita al GIFF?

Medio	Local 2013	Visitante GTO 2013	Visitante SMA 2013	Visitante 2013
Ninguno	50%	49%	55%	51%
Internet	32%	43%	30%	37%
Recomendación	1%	4%	7%	5%
Folletos impresos	6%	2%	3%	3%
Publicidad en la calle	3%	1%	1%	1%
Periódico	0%	1%	1%	1%
Radio	3%	0%	1%	1%
Televisión	4%	0%	1%	1%
Agencia de viajes	1%	0%	1%	1%
Revistas	1%	0%	0%	0%



Indicadores de la Actividad Turística



**Festival Internacional de Cine de Guanajuato
2013**

Guanajuato Capital – San Miguel de Allende

Visitantes y Derrama Económica



Visitantes y Derrama Económica Estimada San Miguel de Allende y Guanajuato Capital 19 al 28 de julio 2013		
Categoría	Personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5*	25,691	\$50,873,039
Turistas en otros establecimientos comerciales	14,972	\$41,335,251
Turistas en establecimientos no comerciales	15,247	\$38,787,582
Excursionistas	23,685	\$20,906,866
Visitantes	79,594	\$151,902,737
Locales	41,760	\$26,241,805
Asistentes	121,354	\$178,144,543

Fuente: Datatur, Sector Guanajuato, Estudio del Perfil de GIFF 2013.
Comité Organizador GIFF con datos del total de asistentes.

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada y Casa rentada

Turistas en establecimientos no comerciales incluye la categoría: Familiares y amigos y Casa Propia

Se considera excursionista al visitante que no pernocta en el destino.

Contacto

- **Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,**
Director General de Planeación
rcardenas@guanajuato.gob.mx

- **Mtra. Claudia Avalos Betancourt,**
Directora de Información y Análisis
cavalosb@guanajuato.gob.mx

- **Lic. Irazema Álvarez Pérez,**
Jefe de Estadística e Información
ialvarezp@guanajuato.gob.mx

- **Mtra. Adriana Jardon Salazar,**
Jefe de Investigación y Análisis de Mercado
ajardon@guanajuato.gob.mx

Dirección

Blvd. Vasco de Quiroga # 101, Torre Nissan 8º piso
Col. Los Gavilanes, C.P. 37120, León, Guanajuato
Tel. (477) 10 41 4 00

