



Parque Guanajuato Bicentenario 2013

Metodología del perfil del visitante

Es una investigación de mercado que suministra información de:

- ▶ Perfil Sociodemográfico
- ▶ Planeación de Viaje
- ▶ Satisfacción y Lealtad
- ▶ Recordación publicitaria
- ▶ Gasto y Estadía



Estudio realizado por una agencia de investigación de mercados.

La empresa codifica, captura y elabora el reporte de resultados.

UTILIDAD

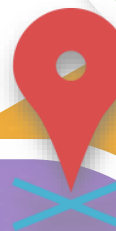
Definir estrategias que atraigan más visitantes al PGB, que generen impacto social y económico.

400 encuestas a turistas y excursionistas con un nivel de confianza del 95% y error del + 4.9%



En:

- Parque Guanajuato Bicentenario



Viajeros

mayores de 18 años, que no residan ni trabajen en el destino. Con 3 horas mínimo dentro del PGB. Encuesta personal cara a cara del 09 de agosto al 12 de noviembre de 2013.



Perfil del Visitante

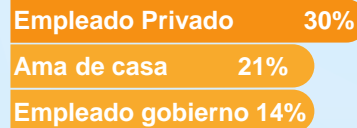
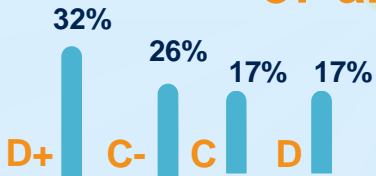
Parque Guanajuato Bicentenario 2013



Quién nos visita:



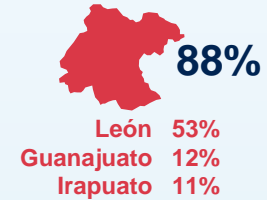
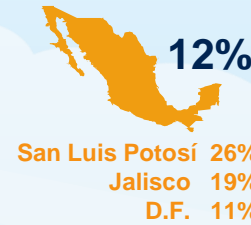
37 años



Fuente: AMAI

De dónde viene:

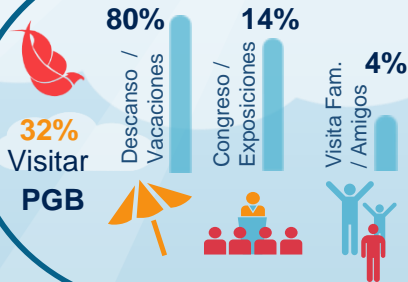
274,787 visitantes



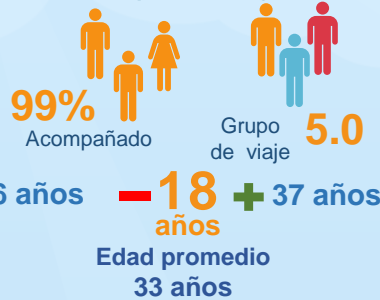
32,974

241,813

Qué lo motiva:



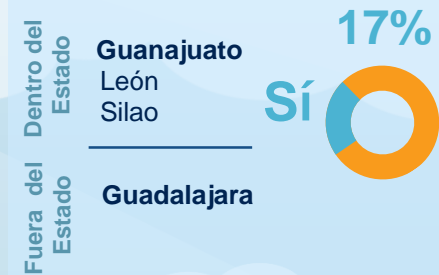
Con quién viaja:



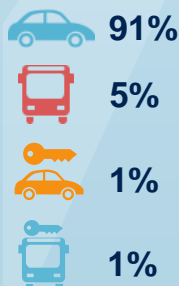
Se hospeda en:



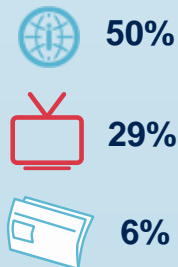
Visitó otros lugares:



En qué viaja:



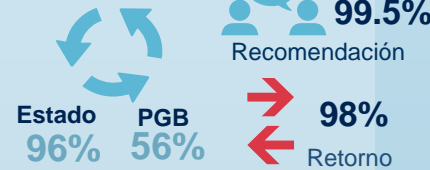
Medio favorito:



Su experiencia en el destino:



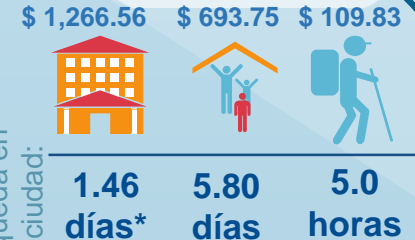
Recurrencia



Satisfacción



Gasta:



*Datatur. Estadía correspondiente al Estado 2013.





Parque **G**uanajuato **B**icentenario

Principales indicadores Parque Guanajuato Bicentenario 2013



Visitantes



274,787

Derrama

\$ 87,382,995

Fuente: Sectur- Datatur, Inegi – Censo de Población y Vivienda 2010, ENOE – Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, Grupo Aeroportuario del Pacífico, Parque Guanajuato Bicentenario, Estudio del Perfil del Visitante 2013





Anexos

Perfil general

Género del entrevistado

2013

41%



59%



Tipo de visitante

Excursionista



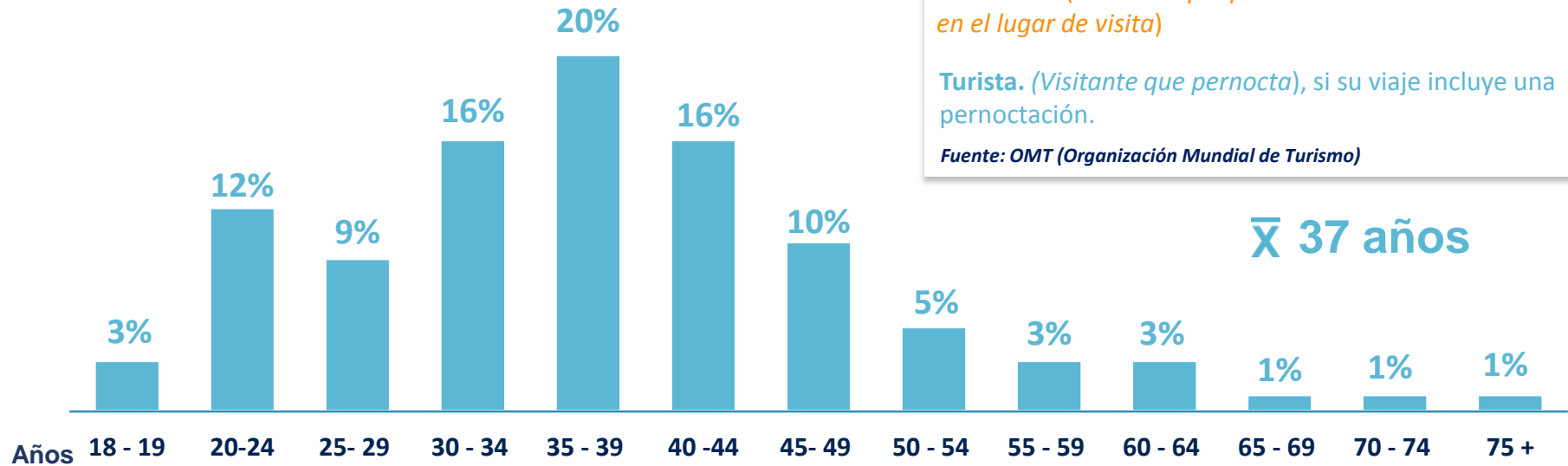
93%

Turista



7%

Edad promedio de los entrevistados



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)

Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de: Min - 18 años y Max - 75 años.

2013



Nacional

12%



Estatal

88%



Procedencia del Visitante Nacional

Estado	2013
San Luis Potosí	26%
Jalisco	19%
Distrito Federal	11%
Querétaro	11%
Michoacán	9%
Nuevo León	6%
Aguascalientes	4%
Chihuahua	4%
Sinaloa	4%
Sonora	2%
Veracruz	2%
Zacatecas	2%



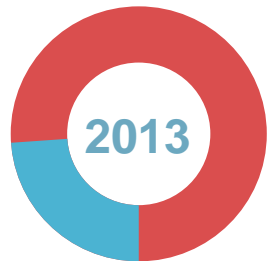


Municipio	2013
León	50%
Guanajuato	12%
Irapuato	10%
Salamanca	9%
Silao	8%
Celaya	7%
Villagrán	1%
Santiago Maravatio	0.6%
Yuriria	0.6%
Apaseo el Grande	0.3%
Jerécuaro	0.3%
Salvatierra	0.3%
San José Iturbide	0.3%
Uriangato	0.3%
Valle de Santiago	0.3%



¿El PGB es la principal razón de su visita al Estado de Guanajuato?

Sí
32%



No
68%

¿Cuál de las siguientes opciones define mejor el motivo principal de su viaje a este destino?

2013



Planeación del viaje

Grupo de viaje

¿Con quién viaja / visita este destino?



Solo
1%

2013



Acompañado
99%



Grupo promedio
2013
5 personas

Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de:
Min – 2 personas y Max – 10 personas

Edad promedio **33 años**

Promedio

6 años – 18 años + 37 años

El **63%** de los acompañantes es mayor de 18 años.

Acompañado por...

83%



Familia

7%



Pareja

1%



Solo

5%



Amigos

3%



Hijos

.5%



Gente del
trabajo

.5%



Compañeros
De escuela

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

Planeación del viaje

Distribución del visitante por tipo de hospedaje

2013

4%



Hotel

3%



**Casa familiares /
Amigos**

93%



Excursionista



Planeación del viaje

Reservaciones

Del **4%** que se hospedó en hotel:

¿Hizo reservación?

Sí
69%



2013

No
31%

¿Medio de reservación?

2013

56%



Internet

44%



Teléfono

¿Su viaje forma parte de un paquete?

Sí
0%

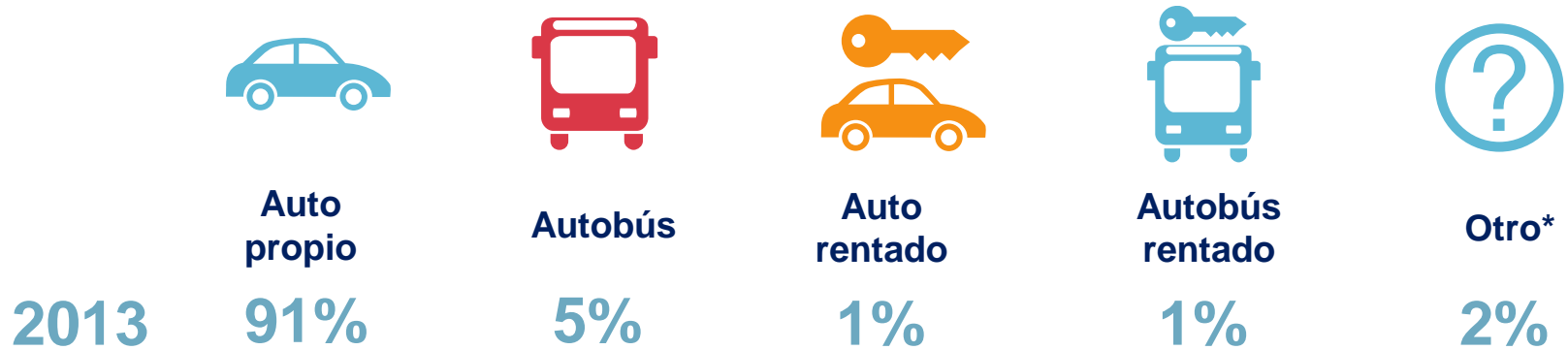
2013

No
100%



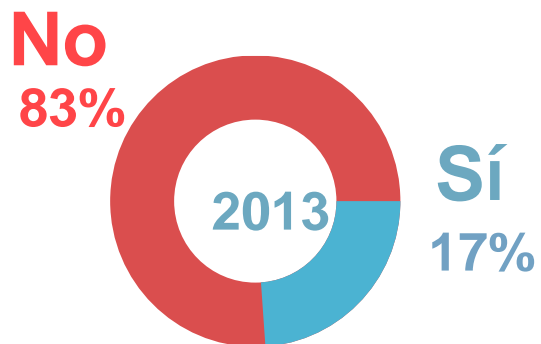
Planeación del viaje

Medio de transporte



* Otro 2013: Camión Urbano, Taxi, Motocicleta.

¿Visitó o visitará otras ciudades o destinos durante su viaje?



2013

¿Qué ciudades?
Global **(Top 5)**

Dentro de Guanajuato

Guanajuato
León
Silao
Irapuato
Celaya

Fuera de Guanajuato

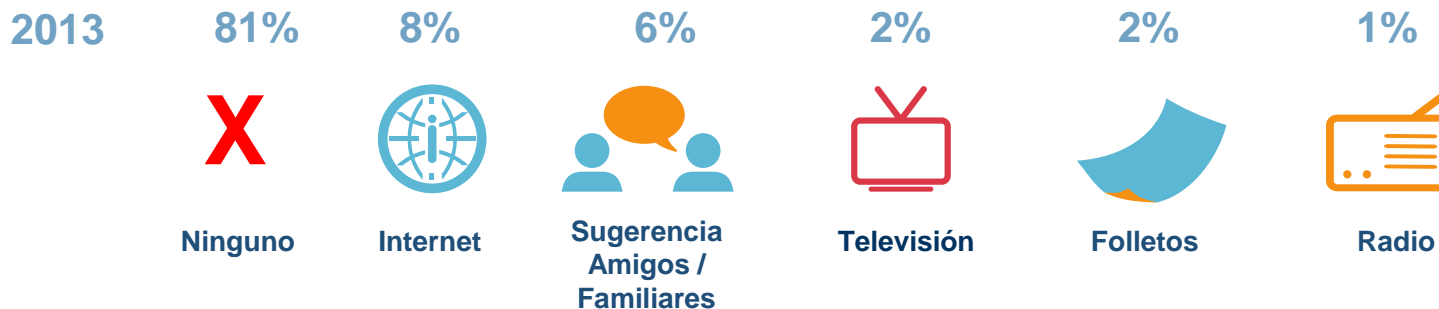
Guadalajara



Medios Publicitarios

Impacto de medios

¿En qué medio encontró información más relevante para planear su visita a este destino?



Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

¿Acerca de qué buscó información?

Atractivos	48%
Eventos	34%
Precios	18%

¿Le sirvió la información?

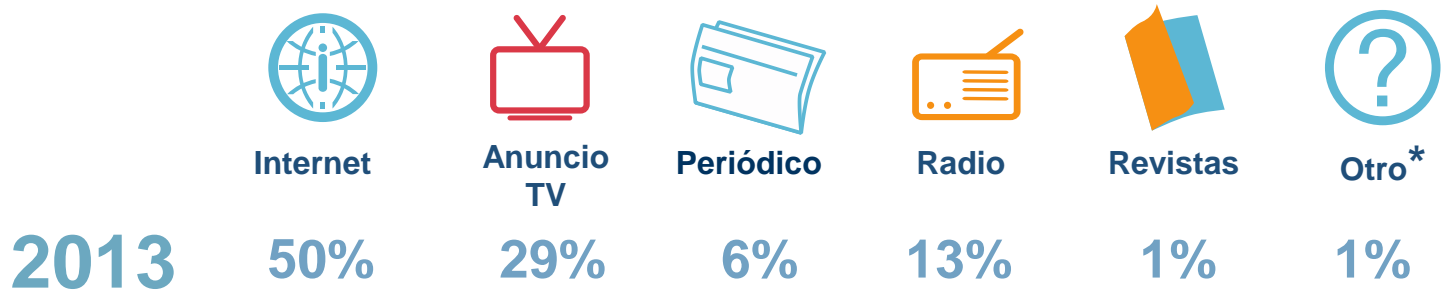
Sí	No
91%	9%



Medios Publicitarios

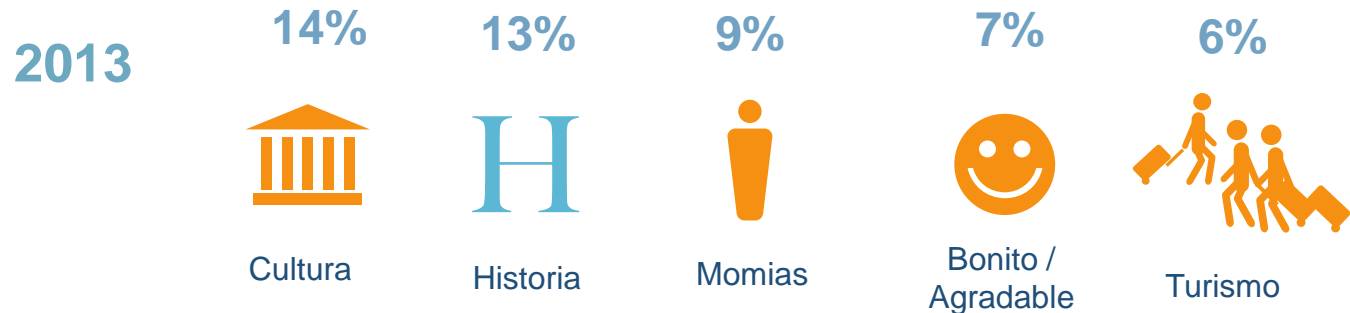
Medios favoritos

¿Cuál es su medio de comunicación favorito?



*Otro 2013: Teléfono celular.

TOP 5 : Palabras con las que asocia el estado de Guanajuato

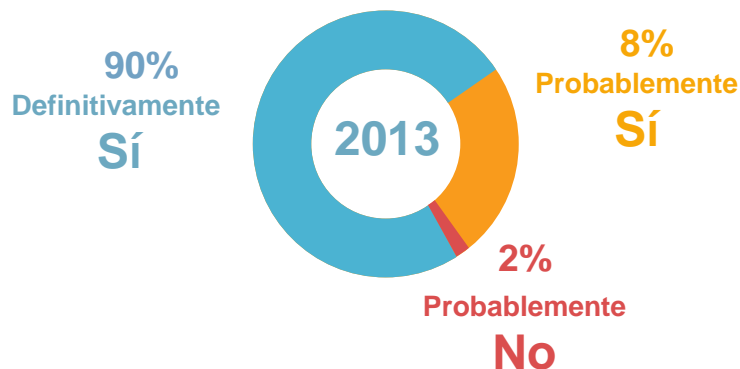


Nota: Suma de menciones puede superar el 100%

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



¿Qué tan probable es que usted recomiende a un amigo o colega visitar el PGB?



Índice Global	2013
	9.2
Exposición temporal: Erase una vez el cuerpo humano	9.7
Recorrido de la Bandera monumental	9.4
Fuente Bicentenario	9.4
Murales de Luz	9.2
Pabellón de las fuerzas armadas Memorabilia	9.2
Exposición temporal: Sacristía Papal	9.2
Pabellón del mañana	9.1
Visita a la Victoria Alada	9.1
Parque Lúdico	9.1
Juegos extremos y laberinto	9.0
Exposición temporal: Finanzas y Bienestar	9.0
Rotonda de los héroes y heroínas	9.0
Área deportiva	9.0
Pabellón Iberoamérica y sus Bicentenarios	9.0
Parque ecológico	8.8

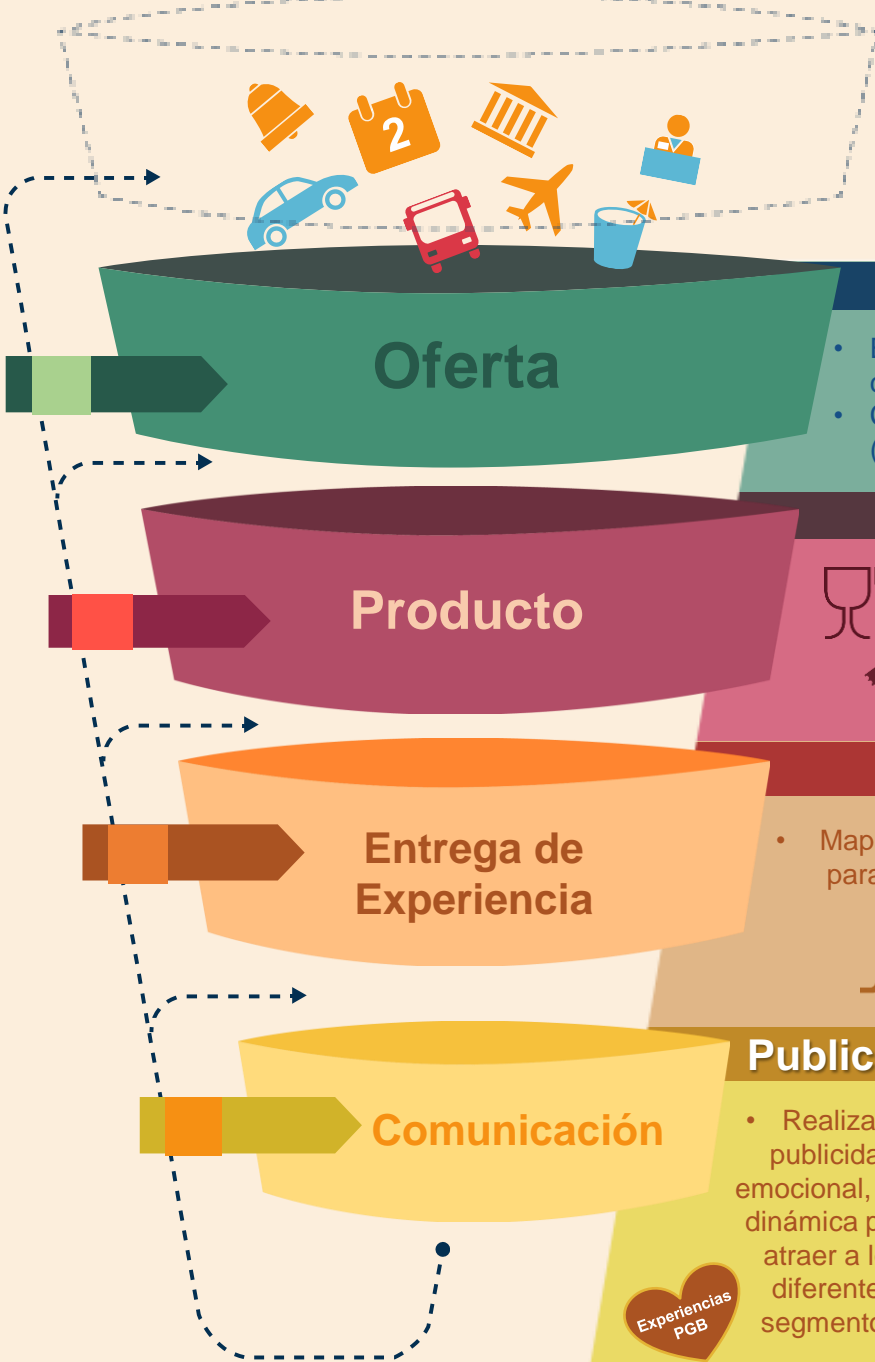
Nota: Promedio calculado bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6)
Índice calculado según metodología SECTUR

Índice Global	2013
	8.7
Limpieza de pabellones y áreas comunes	9.8
Sanitarios	9.8
Seguridad en el recinto	9.5
Información y apoyo (cedulas , folletos, guías)	9.4
Contenido de las exposiciones	9.4
Trato y atención del personal del PGB	9.1
Horarios del parque	8.9
Tiempos de recorrido de las salas	8.9
Tarifas / precios del parque	8.9
Organización en general	8.9
Estacionamiento	8.4
Área de comida	7.0
Publicidad sobre el PGB	5.6

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

Mix de ideas

Perfil del Visitante al Parque Guanajuato Bicentenario 2013



Nuevas Experiencias

- Eventos deportivos y de convivencia familiar.
- Circuitos dentro del parque (rallies familiares, escolares, etc).



- Representaciones infantiles por niños que conecten a los niños visitantes con las exposiciones en curso.

Paquetes



- Paquetes que incluyan alimentos, actividades, souvenirs, etc.
- Beneficios para cumpleaños (niños).

Circuitos

- Circuito nocturno (globos de cantoya).
- Circuito valor de la familia (actividades de integración familiar) etc.

Apps

- Mapa descargable para dispositivos.



Página web

- Actualizar la información del parque con los eventos, exposiciones, promociones etc.

www

Códigos QR

- Tener códigos QR en las salas y en las instalaciones del parque para hacer más dinámico el recorrido con el contenido que se comparta.



Publicidad

- Realizar publicidad emocional, más dinámica para atraer a los diferentes segmentos.



Mkt directo

- Seguimiento posterior a la visita (Bases de datos)
- Programa de lealtad



CRM: Customer Relationship Management (gestión de las relaciones con los clientes).

P. de venta

- Implementar personajes del PGB que interactúen con los visitantes. Así como promocionales con ellos, apoyara a promocionar la marca PGB.



R. Públicas

- Realizar campañas de acopio con un fin benéfico como botellas pet e intercambiarlas por un precio especial.





Parque Guanajuato Bicentenario



Parque Guanajuato Bicentenario 2013

Clasificación	Llegada de Turistas	Distribución	Estadía	Turistas noche /Excursionistas	Gasto promedio diario 2013	Derrama Económica Estimada
Turistas en Hotel	9,642	3.51%	1.46	14,077	\$1,266.56	\$17,829,115
Familiares o amigos	10,330	3.76%	5.80	59,916	\$693.75	\$41,566,699
Excursionistas	254,815	92.73%		254,815	\$109.83	\$27,987,181
Visitantes	274,787	100%		328,808	\$265.76	\$87,382,995

Fuente: PGB, Sectur Guanajuato / Estudio del Perfil del Visitante PGB 2013, Datatur.

Derrama Económica 2012 y 2013 con base en el Estudio del Perfil del Visitante al PGB 2013

Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,

Director General de Planeación

rcardenas@guanajuato.gob.mx

Mtra. Claudia Ávalos 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

Lic. Regina Loya Plascencia,

Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis

rloyap@guanajuato.gob.mx

Lic. Alejandra López Ladrón de Guevara,

Asistente de Investigación de Mercados y Análisis

alladron@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



GUANAJUATO

EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

