Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Secretaría de Desarrollo Turístico
Gobierno del Estado

Actividad Turística y Perfil del Visitante 2011

Abasolo-Peralta 2011

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

¿Qué es el Estudio del Perfil del Visitante al Estado de Guanajuato?

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

- Perfil Sociodemográfico del Visitante
- Planeación de Viaje
- Nivel de Satisfacción en relación a los servicios que proporciona el destino sede.
- Recordación publicitaria
- Gasto y Estadía del Visitante en la Ciudad

Que será de gran utilidad para:

La definición de estrategias que se traduzcan en una mayor Atracción de visitantes al Estado de Guanajuato y que generan impacto social y económico en el destino.

Los resultados que se generan en este estudio sirven de base para conocer los hábitos del viajero que visita el Estado de Guanajuato, más no reflejan el comportamiento de los indicadores macroeconómicos que se viven en el país.

Contenido

- Metodología
- Lugares de Levantamiento
- Perfil General
- Procedencia del Visitante
- Movilidad del Visitante
- Distribución del Visitante
- Medio por el que realizó Reservaciones
- Medio de Transporte utilizado
- Motivo de Visita
- Experiencia de Viaje
- Exposición a la Publicidad del destino
- Visitante Promedio
- Indicadores de la Actividad Turística

METODOLOGÍA

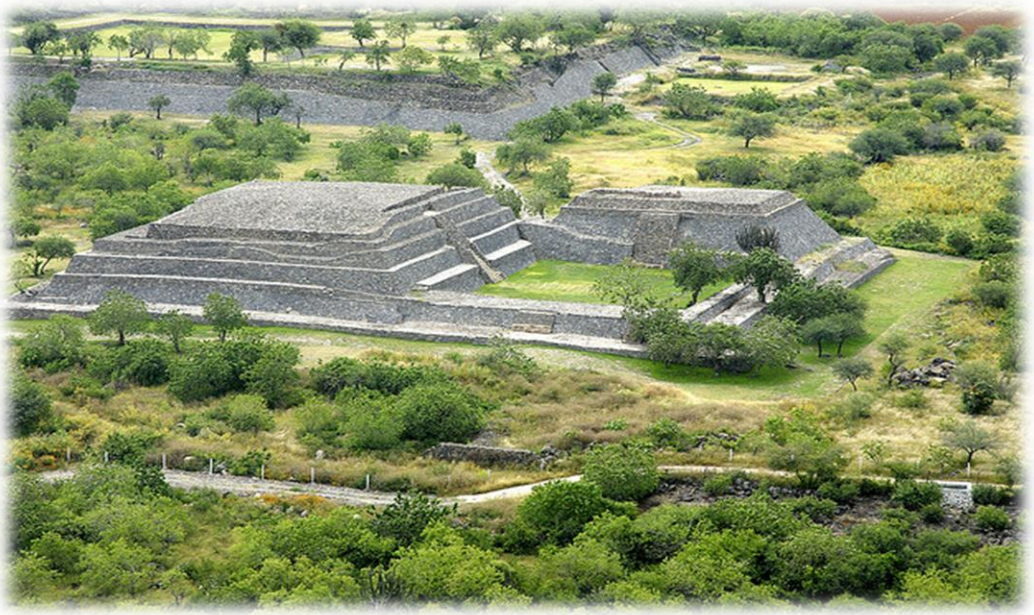
TIPO DE ENTREVISTA	**Cara a cara**
MUESTRA	**Total entrevistas efectivas 448 ; levantadas en la zona arqueológica Peralta, a turistas y excursionistas, con un nivel de confianza del 95% y error del ± 5%**
PÚBLICO OBJETIVO	**Viajeros, hombres y mujeres mayores de 18 años de edad, que no residan ni trabajen en el destino donde se realiza la entrevista y que hayan permanecido al menos 3 horas en el destino.**
FECHA DE LEVANTAMIENTO	**Del 4 de Febrero al 31 de Diciembre de 2011** **Realizado por una agencia de investigación de mercados contratada por la Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato. La empresa codifica, captura y elabora reporte de resultados.**

LUGAR DE LEVANTAMIENTO

- **Peralta**

Zona Arqueológica Peralta

Habitada entre los años 300 y 900 d.C., su monumentalidad constructiva lo ubica entre los seis asentamientos más importantes de la Tradición Bajío y entre uno de los mayores centros cívicos ceremoniales del centro-norte de Mesoamérica



Entre las construcciones de la zona arqueológica destacan el edificio ceremonial denominado "doble templo y patio hundido" y el "recinto de los gobernantes". Este último, uno de los más grandes patios hundidos de la región, fue destinado a la celebración de actos religiosos y residencia de la clase gobernante, como lo indica la presencia de habitaciones asociadas a entierros humanos acompañados de ricas ofrendas.

Datos Generales

SERVICIOS

- Museo de sitio
- Sala de proyecciones
- Guías Especializados

INSTALACIONES

- Zona Arqueológica
- Estacionamiento
- Sanitarios

ACTIVIDADES

Recorrido por la Zona Arqueológica y visita al museo

HORARIOS

Martes a domingo de 10:00 a 18:00 horas

ACCESO

$30 pesos mayores de 12 años y $10 pesos a niños de 5 a 10 años años

PERFIL GENERAL

Tipo y Sexo del visitante

--Sexo --

Hombres

Mujeres

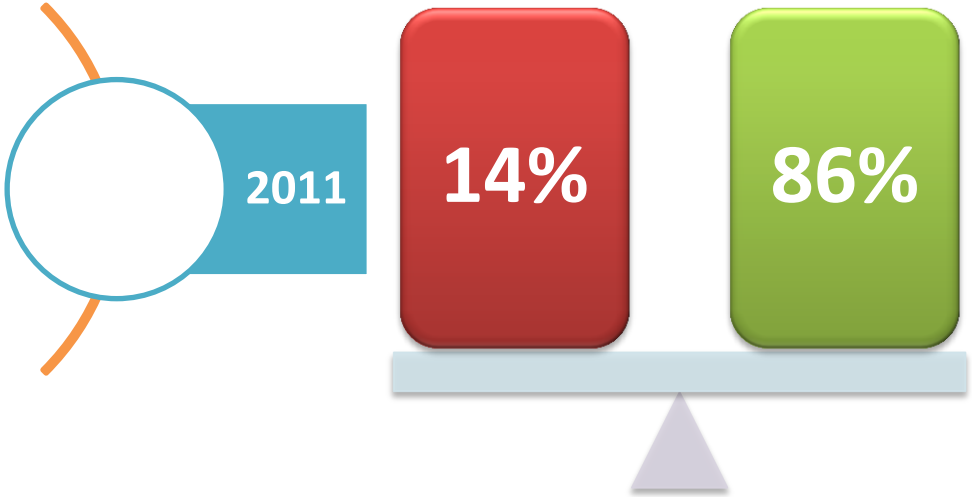
2011

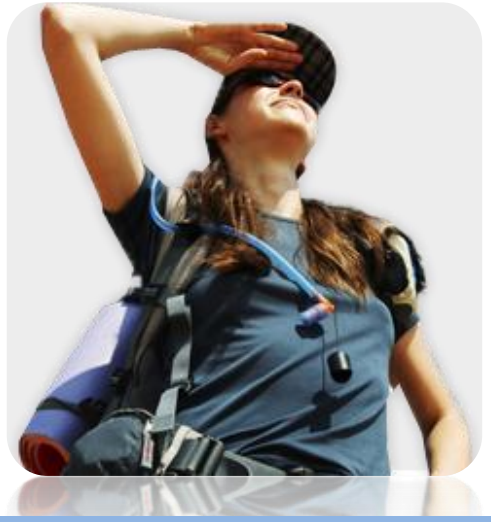
58%

42%

-- Distribución del visitante --

Turista | **Excursionista**



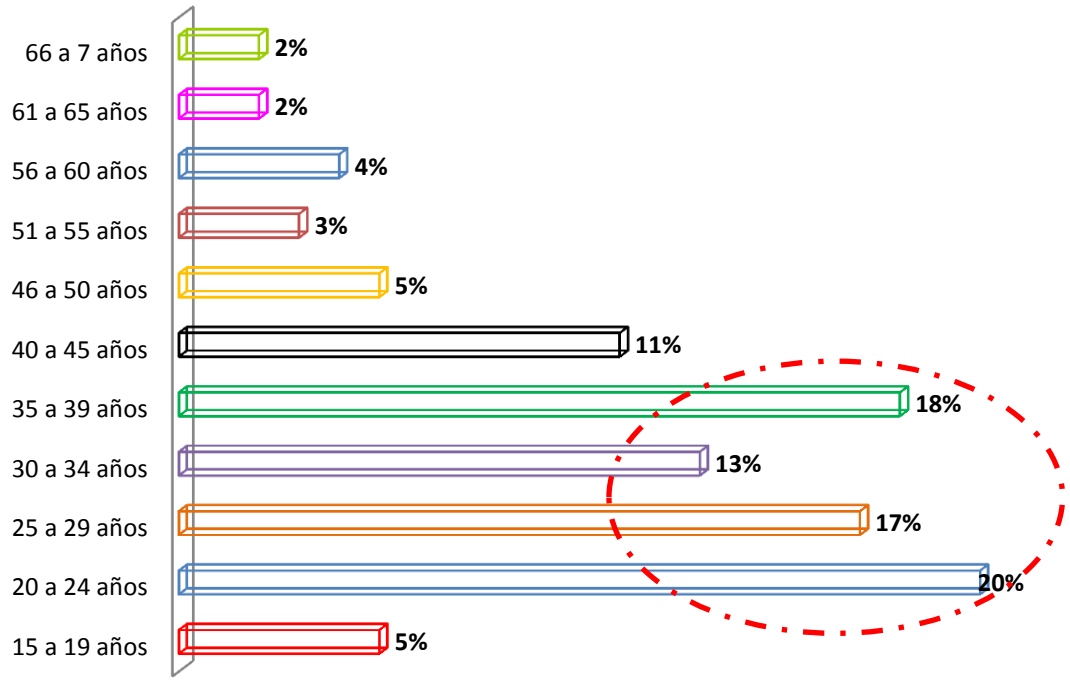


Excursionista: Se refiere al visitante que no pernocta en el destino.
(Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita)
Fuente: OMT (Organización Mundial de Turismo)

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

PERFIL GENERAL

Edad del visitante



El 79% de los visitantes a la zona arqueológica son adultos jóvenes de entre 20 y 45 años, personas con capacidad de viajar y con deseos de conocer nuevos lugares de aventura.

Edad Promedio

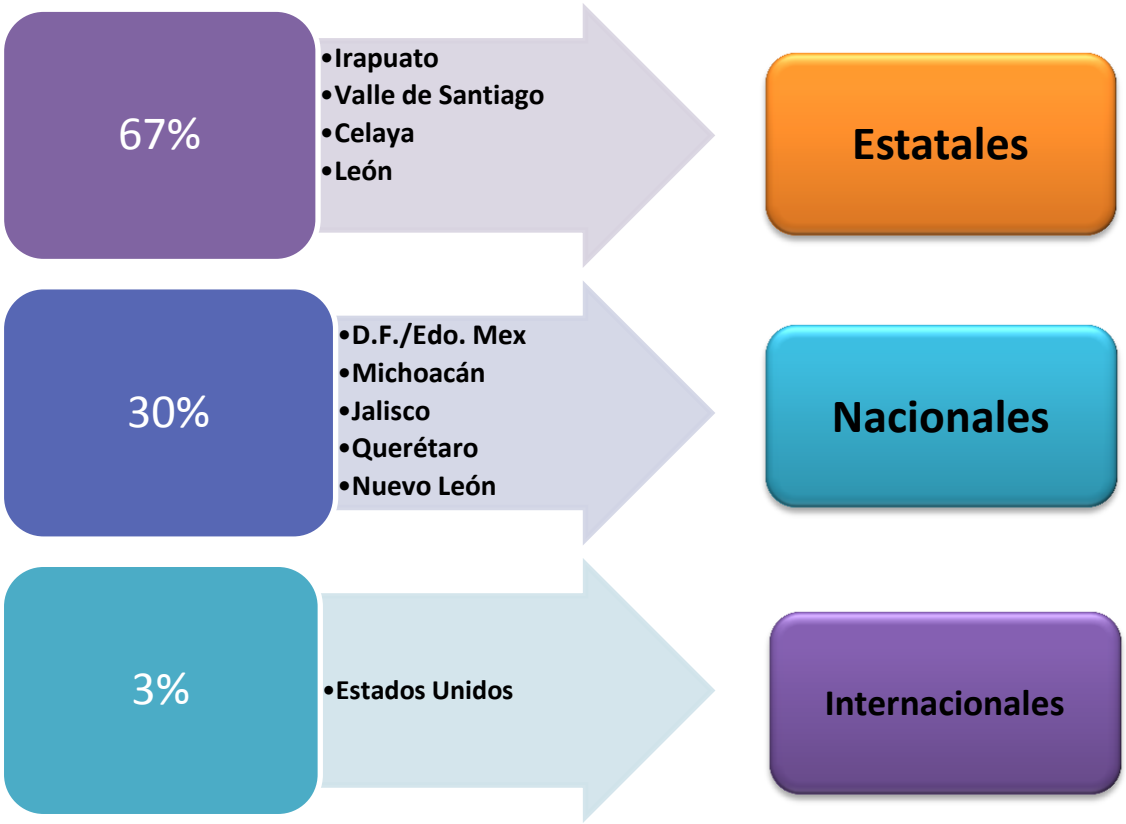
2011

34 años

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

PROCEDENCIA DEL VISITANTE

2011

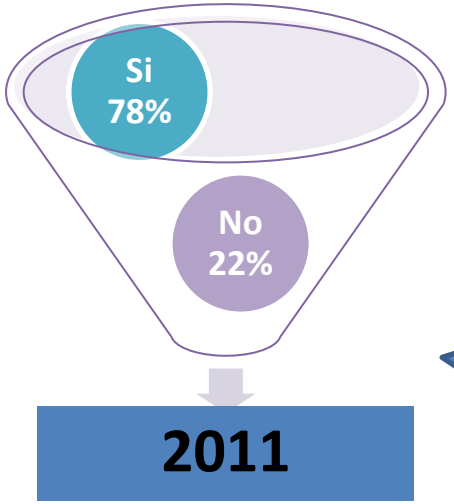


La mayor parte de los visitantes son originarios del estado de Guanajuato, un 30% provienen de estados del centro y norte del país.

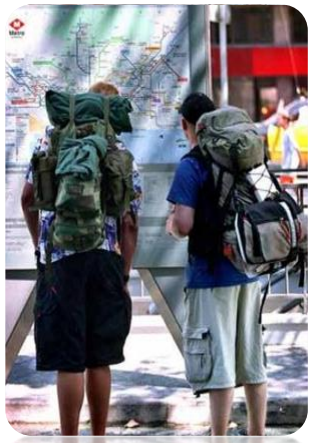
PLANEACIÓN DEL VIAJE

Movilidad del Visitante

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



2011



En las principales menciones de visita en 2011 aparecen ciudades del estado, lo cual indica que el visitante realiza recorridos entre los municipios cercanos al lugar visitado, generando así derrama económica para el Estado.

¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?

2011

- Guanajuato
- Irapuato
- León
- Pénjamo
- San Miguel de Allende

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Distribución del visitante

Tipo de Hospedaje	2011
Hotel	5%
Casa de familiares	9%
Excursionista	86%

Excursionista: Se refiere al visitante que no pernocta en el destino.
(Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita)
Fuente: OMT (Organización Mundial de Turismo)

PLANEACIÓN DEL VIAJE

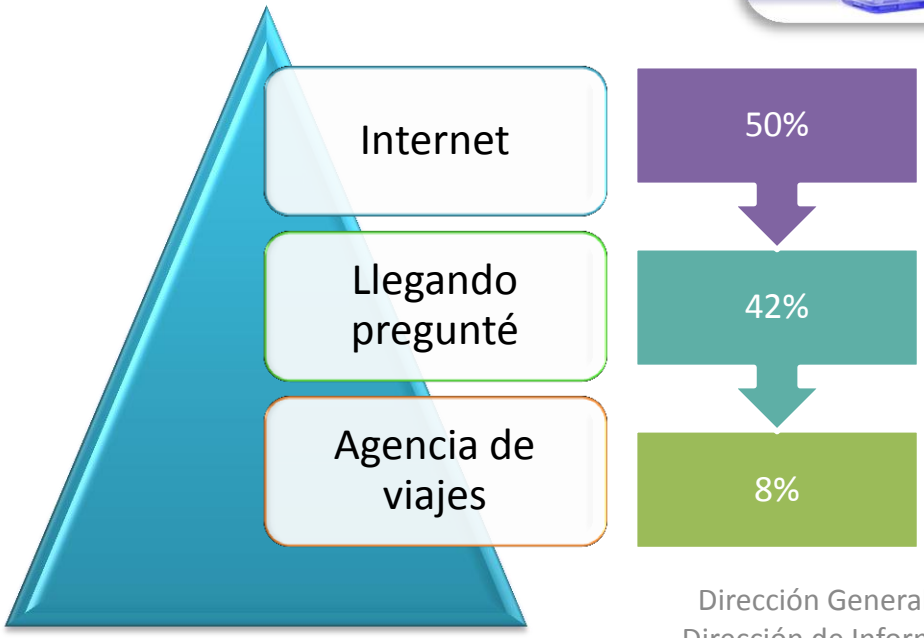
Medio por el que realizó Reservaciones

¿Hizo reservación?

- Si 55%
- No 45%

2011

¿Dónde o cómo se enteró del hotel donde se hospeda u hospedará?



¿Cómo realizó su reservación?

2011

Dirección General de Planeacion
Dirección de Información y Análisis

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Medio de trasporte utilizado

PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZÓ PARA LLEGAR A ESTE DESTINO

2011

Automóvil 94%

Autobús 2%

Autobús Rentado 2%

Avión 1%

Auto Rentado 1%

MOTIVO DE VISITA

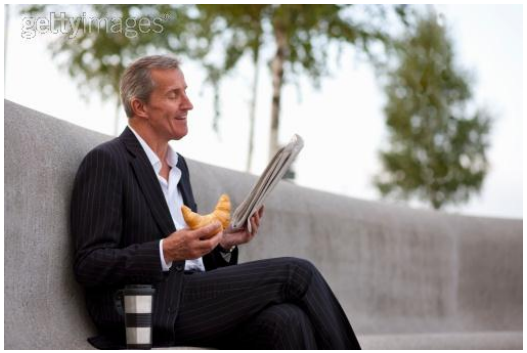
2011	
Descanso/vacaciones	73%
Visita familiares/amigos	18%
Negocios/trabajo	3%
Evento Deportivo	1%
Congreso/exposición	1%
Evento Cultural	2%
Tratamiento de salud	1%
Otros	1%

Otros: Evento social, religión, viaje estudios.

MOTIVO DE VISITA

¿Cuál de las siguientes razones motivó más su visita de DESCANSO o PLACER a este destino?

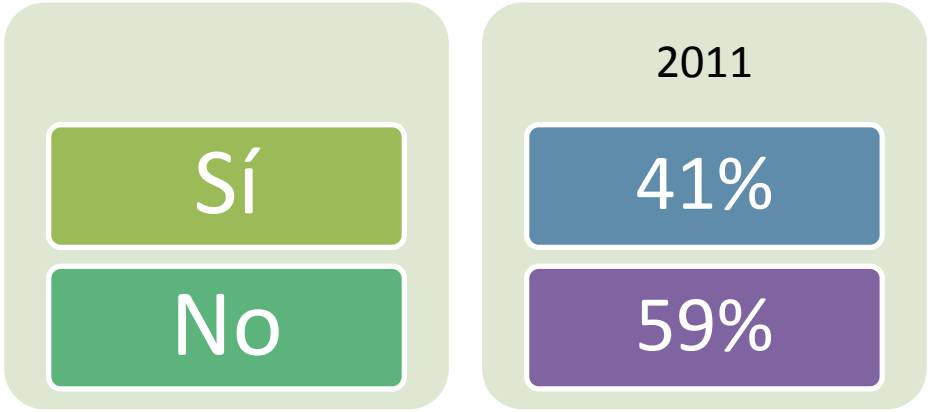
	2011
La cultura del destino	67%
El ambiente natural y belleza del paisaje	29%
Las compras	3%
El sol y el contacto con el agua	1%
La práctica de actividades deportivas	1%



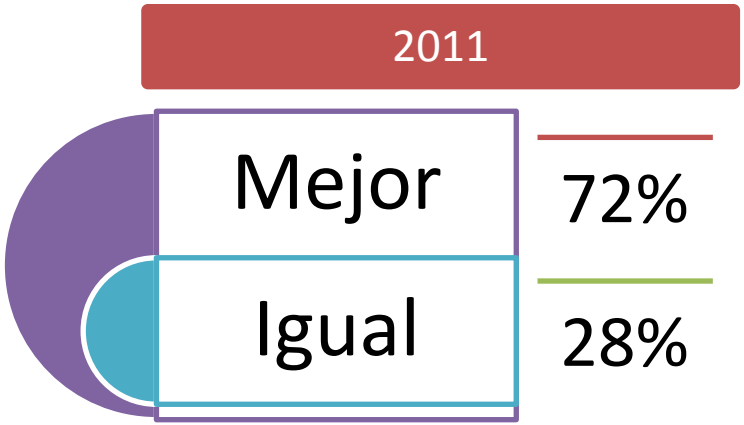
EXPERIENCIA DE VIAJE

Visitas anteriores

¿Ya había visitado anteriormente este destino?



¿Cómo evalúa su experiencia actual con respecto a las visitas anteriores? Diría Ud. que en esta visita su experiencia fue: Mejor, Igual o Peor que la vez anterior?

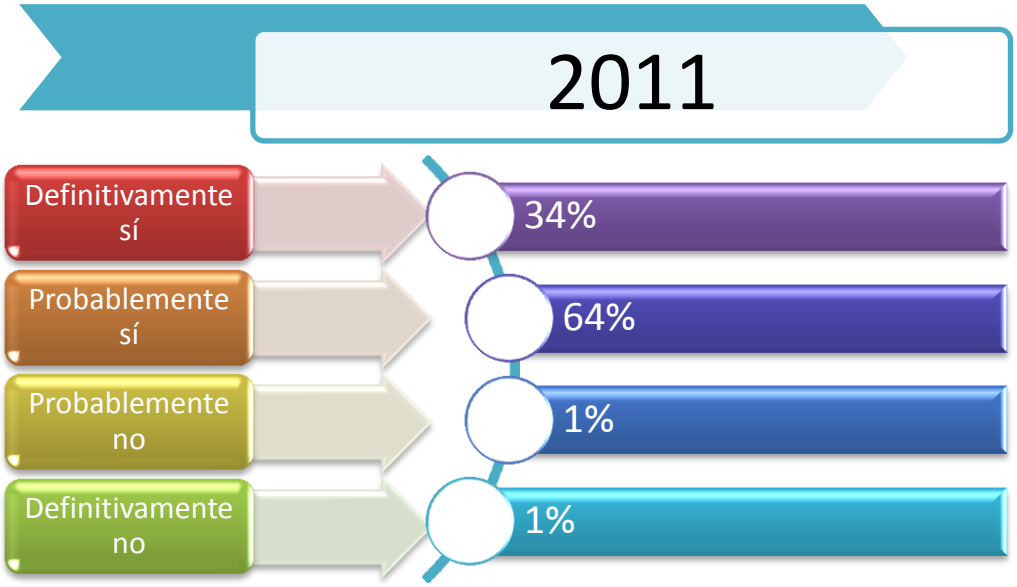


Un 41% ya había visitado la zona arqueológica, de este segmento de visitantes, la mayoría comentó que su experiencia actual fue mejor que la anteriores, esto indica que ha tenido buena aceptación.

EXPERIENCIA DE VIAJE

Regreso

¿Qué tan probable es que Ud. vuelva a visitar este destino en el futuro?



REGRESO

El 98% si volvería a visitar el destino, definitivamente el visitante ha percibido una muy buena imagen de esta zona arqueológica y la posiciona como destino turístico importante.

¿Por que definitivamente no?

Lejanía del destino

EXPERIENCIA DE VIAJE

Recomendación

¿Qué tan probable es que Ud. recomiende a un amigo o colega visitar este destino?

	2011
Definitivamente Sí	82%
Probablemente Sí	18%

Todos los entrevistados recomendarían el destino, esto es un indicador positivo y es bueno para la promoción del estado y sus atractivos.

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

¿Qué medio consultó para planear su viaje a Peralta?

	Estatal	Nacional	Internacional	Global
Recomendación	68%	62%	75%	67%
Internet	10%	11%	25%	12%
Folletos	9%	13%	0%	10%
Espectaculares	6%	6%	0%	6%
Anuncio de Tv	5%	4%	0%	5%
Empresa	0%	1%	0%	1%
Agencia de Viajes	1%	0%	0%	1%
Otros	1%	3%	0%	1%

Otros: Radio, revista.

VISITANTE PROMEDIO

VISITANTE PROMEDIO

PERFIL	Peralta 2011
Edad Promedio	34 años
Acompañado por	Familia
Grupo de viaje	3.6 personas
Medio de transporte	Automóvil
Ingreso	$7,100 a $12,199 (NSE D+)
Otros lugares por visitar	Guanajuato Irapuato León Pénjamo
Motivo de Visita	Descanso/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	$639.47 por persona
Si se hospeda una noche en hotel gastará	$523.34 por persona
Principal lugar de hospedaje	Casa de familiares/amigos
Experiencia del viaje	Mejor
Recomendación del destino	Definitivamente SI
Retorno al destino	Probablemente SI
Índice de satisfacción	8.0

Indicadores de la Actividad Turística

Peralta

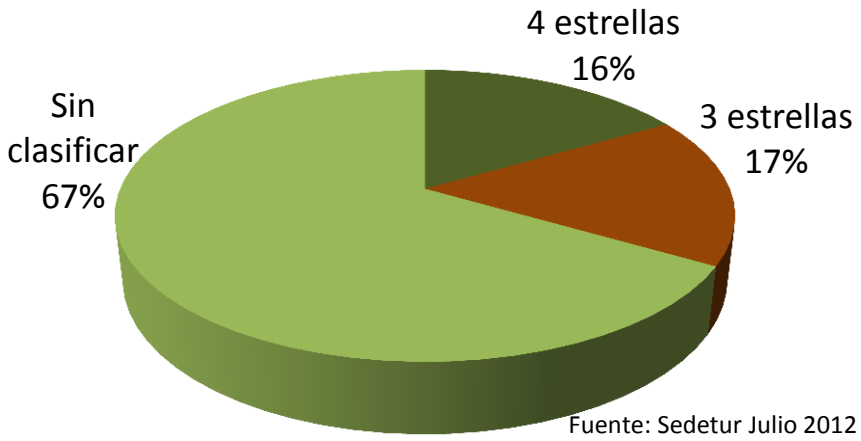
INVENTARIO DE SERVICIOS

Abasolo

Inventario Turístico	
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	6
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas)	2
Alimentos y bebidas	10
Balnearios	2
Agencias de viaje	1
Transportadoras turísticas	3

Fuente: Sedetur - Actualización diciembre 2011

Establecimientos

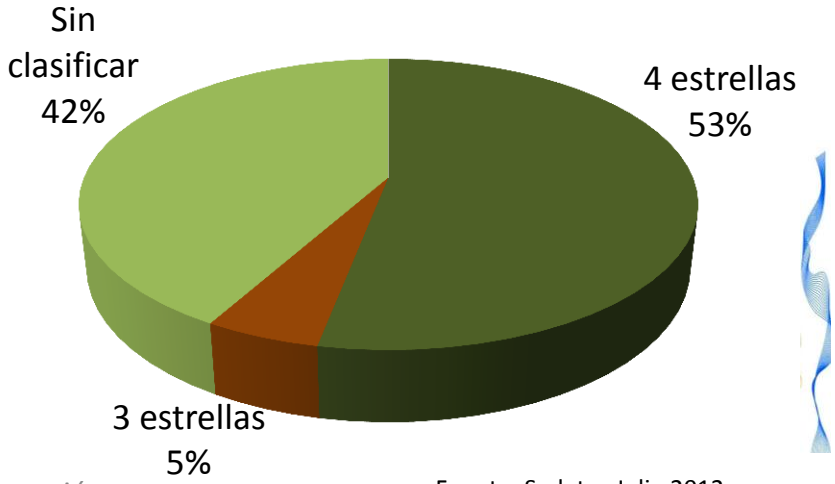


Fuente: Sedetur Julio 2012

Inventario de hospedaje		
Categoría	Establecimientos	Cuartos
4 estrellas	1	104
3 estrellas	1	10
Sin clasificar	4	82
Total	**6**	**196**

Fuente: Sedetur - Julio 2012

Habitaciones



Fuente: Sedetur Julio 2012

Derrama Económica Estimada
Peralta

Visitantes y Derrama Económica Estimada 2011			
Visitantes			
Categoría	**Peralta**	**Estado**	**Proporción Peralta/Estado**
Turistas en Hotel 1 a 5*	999	2,976,899	0.03%
Turistas en otros establecimientos comerciales	-	887,523	-
Turistas en establecimientos no comerciales	1,855	4,641,004	0.04%
Excursionistas	18,267	9,984,630	0.18%
Totales	**21,121**	**18,490,056**	**0.11%**

Derrama Económica Estimada			
Categoría	**Peralta**	**Estado**	**Proporción Peralta/Estado**
Turistas en Hotel 1 a 5*	$1,693,869	$5,984,344,827	0.03%
Turistas en otros establecimientos comerciales	-	$5,390,482,143	-
Turistas en establecimientos no comerciales	$3,325,733	$20,364,894,660	0.02%
Excursionistas	$11,681,078	$9,172,890,771	0.13%
Totales	**$16,700,679**	**$40,912,612,401**	**0.04%**

Fuente: Estudio del Perfil del Visitante 2011 , Sedetur . INAH, Se considera el total de visitantes anual
Turistas en establecimientos no comerciales incluye la categoría: Familiares y amigos.
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
- Lic. 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
- Lic. 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

Estado de
Guanajuato
lo que vives, hace historia