



# Perfil del Visitante e Impacto en la Actividad Turística Festival Internacional Cervantino 2011 San Miguel de Allende

# CONTENIDO

- Objetivos
- Metodología
- Perfil del visitante de San Miguel de Allende
  - Datos sociodemográficos
  - Datos psicográficos
  - Datos económicos
- Resultados de la actividad hotelera de San Miguel de Allende



# CONTENIDO

San Miguel de Allende por primera vez fue subsede de la 39 edición del FIC con diversos espectáculos y actividades en foros abiertos y privados, donde fue evidente el talento y oferta de eventos culturales, con la participación de artistas locales, regionales y extranjeros.

Cabe mencionar que el 2010 se llevaron a cabo eventos alternos al FIC, sin embargo, fue hasta 2011 que de manera oficial San Miguel de Allende se convirtió en sede.



Dirección General de Planeación  
Dirección de Información y Análisis



# OBJETIVOS

## OBJETIVOS PARTICULARES

- Conocer el perfil del visitante al Festival.

- Conocer el grado de satisfacción del visitante al Festival.

- Conocer el impacto que tiene la publicidad (TV, espectaculares, radio, medios impresos, etc.), para visitar este Festival.

- Conocer las variables de clasificación del visitante, perfil sociodemográfico y su perfil psicográfico.

- Detectar áreas de oportunidad para elaborar estrategias de desarrollo y apoyo al organizador.

- Conocer cuál es el gasto de los visitantes al festival.

- Analizar el comportamiento del visitante al festival

## Objetivo General

- Conocer el perfil del visitante a eventos para generar y sistematizar información tanto cuantitativa como cualitativa que permita conocer adecuadamente y, en su caso, formular estrategias adecuadas de intervención en el ámbito turístico.



# METODOLOGÍA

Se realizaron entrevistas personales durante el evento a visitantes foráneos, teniendo como principales características el ser mayores de 18 años y que sean originarios de ciudades diferentes a San Miguel de Allende.



		MARCOS DE REFERENCIA	
MARCO SISTEMA	Tipo de Investigación	Concluyente	
	Universo	Visitantes al FIC 2011	
	Sistema de selección	Aleatorio	
	Instrumento de Recolección	Cuestionario Estructurado	
	Levantamiento	Cara a cara	
	Muestra SMA	150 casos	

**NOTA:** El nivel de confianza es del 91% con un error de  $\pm 7$ .

# PERFIL DEL VISITANTE, San Miguel de Allende



# SEXO Y EDAD



MUJER



HOMBRE



2011 → 47% 53%

2010 → 76% 24%

EDAD PROMEDIO DEL VISITANTE

2011	2010
35	34
AÑOS	



# OCUPACIÓN E INGRESOS

## ESCOLARIDAD DEL VISITANTE

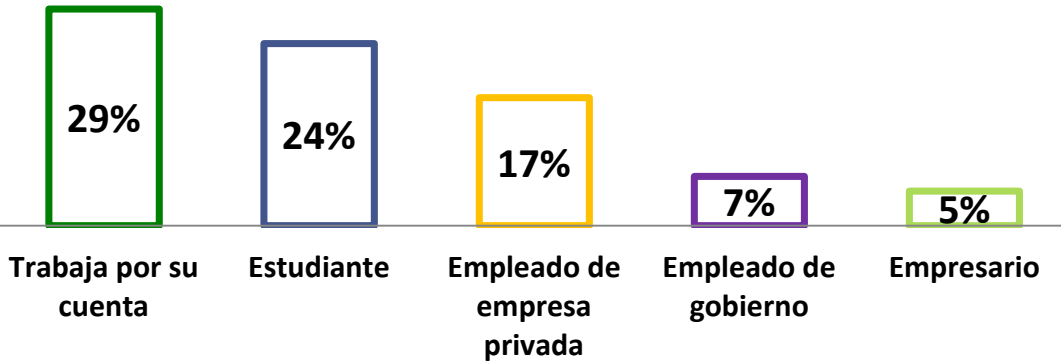
2011

UNIVERSIDAD 68%

2010

UNIVERSIDAD 34%

## OCUPACIÓN DEL VISITANTE TOP 5

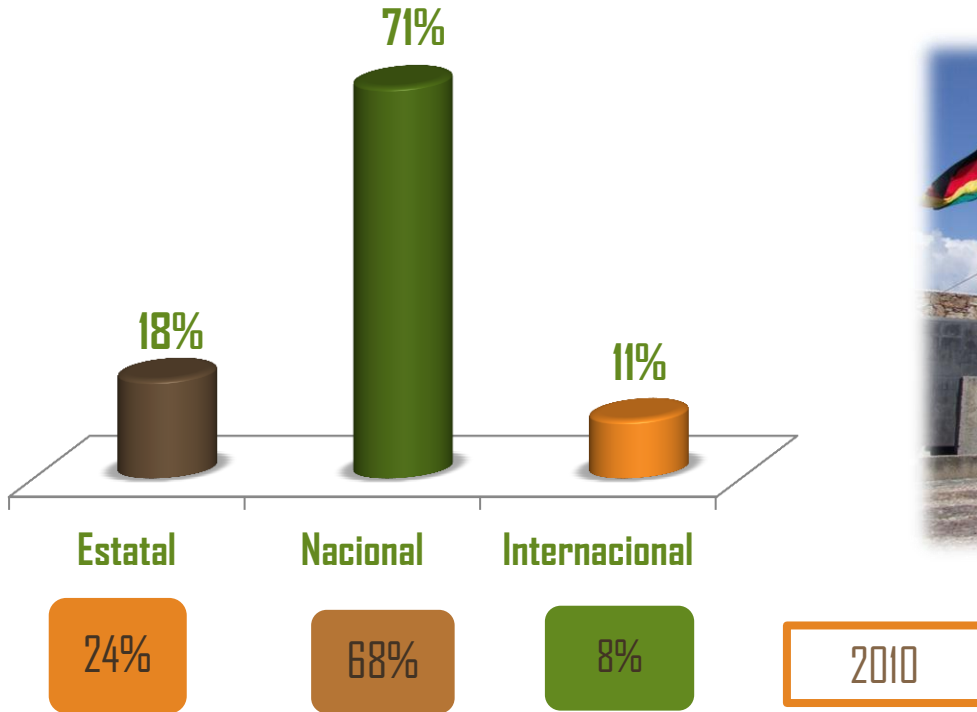


**Principal Ocupación**  
**2011 Trabaja por su cuenta 29%**  
**2010 Empleado empresa privada 25%**

## INGRESOS DEL VISITANTE

	Rango de Ingresos	2011	2010
A/B	Mas de \$92,700	2%	2%
C+	\$38,200-\$92,699	25%	5%
C	\$12,700-\$38,199	45%	24%
D+	\$7,400-\$12,699	20%	32%
D	\$2,900-\$7,399	7%	30%
E	\$0-\$2,899	1%	7%

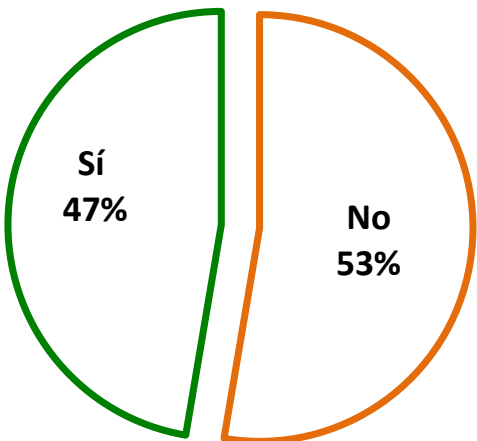
# LUGAR DE ORIGEN



E estatal	Nacional	Internacional
León 48%	D.F. y Edo. Mex. 34%	Estados Unidos 44%
Celaya 26%	Querétaro 20%	Canadá 19%
Dolores Hidalgo 7%	Chihuahua 7%	Argentina 12%
Guanajuato 9%	Nuevo León 7%	Colombia 12%

# MOTIVO DE VISITA

¿EL FESTIVAL ES LA PRINCIPAL RAZÓN DE SU VISITA A LA CIUDAD?



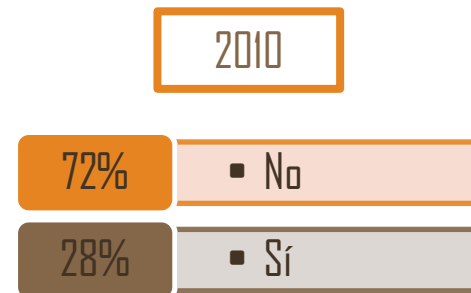
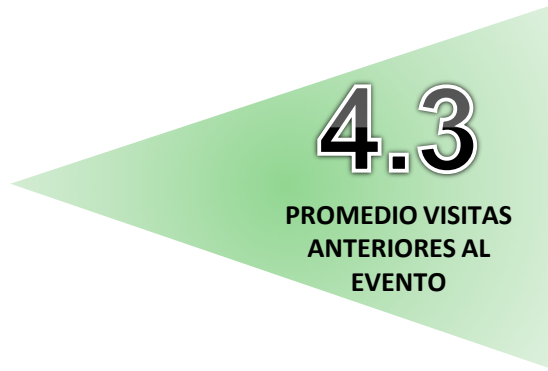
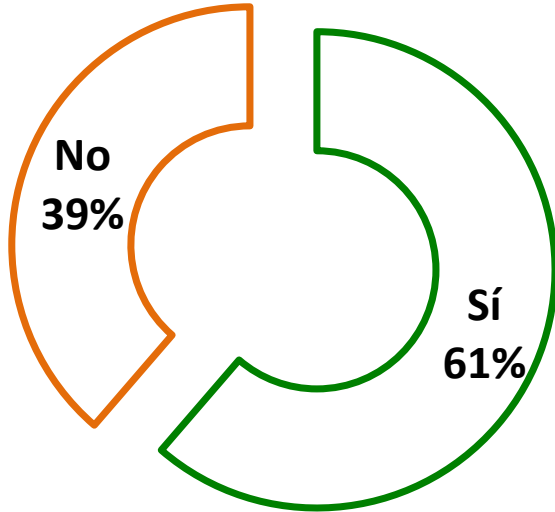
Razones



	2011	2010
39%	▪ Descanso / Vacaciones	41% ▪ Descanso/Vacaciones
30%	▪ Visitar familiares y amigos	33% ▪ Visita Familiares /Amigos
15%	▪ Negocios/Trabajo	12% ▪ Historia /Cultura
11%	▪ Evento Social	8% ▪ Negocios

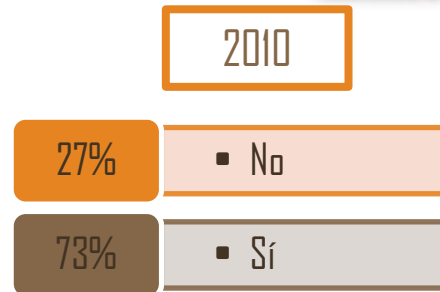
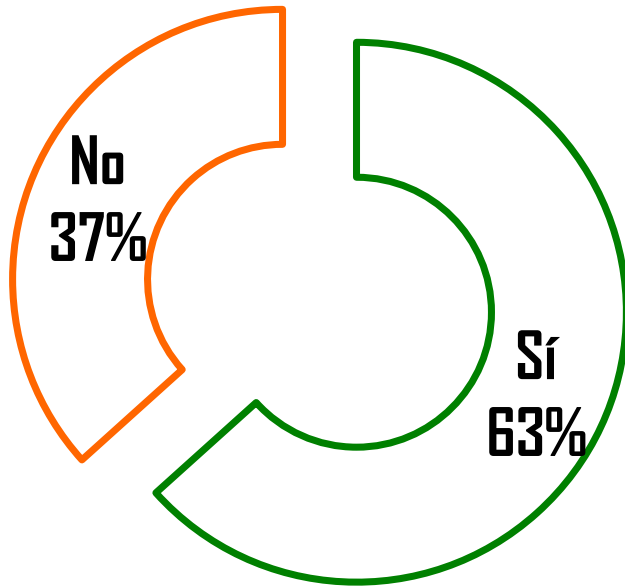
Nota: El gráfico muestra solo las primeras 4 respuesta.

# PRIMERA VEZ QUE VISITA EL FESTIVAL



# ASISTENCIA A EVENTOS

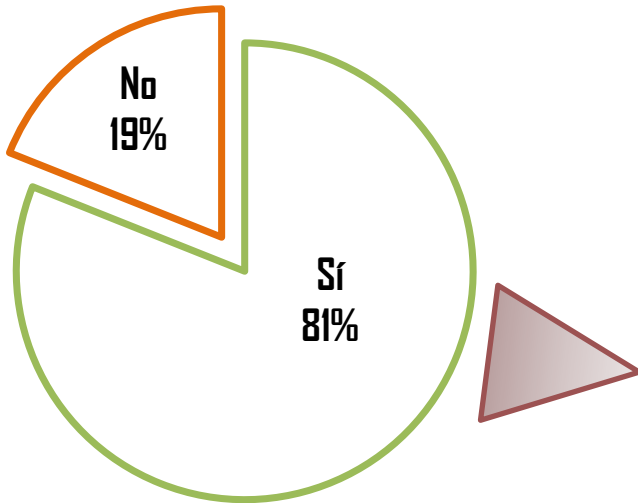
¿USTED ASISTIÓ O ASISTIRÁ A ALGÚN EVENTO DEL FESTIVAL INTERNACIONAL CERVANTINO EN LA CIUDAD DE GUANAJUATO?



Más de la mitad de los visitantes al Festival Internacional Cervantino asistieron a eventos en la ciudad de Guanajuato, mientras que el 37% solo estuvieron en eventos de la ciudad de San Miguel de Allende.

# DIFERENCIAS ENTRE EDICIONES DEL FESTIVAL

## ¿HAY ALGO NUEVO O DIFERENTE QUE HAYA NOTADO EN ESTA EDICIÓN DEL EVENTO EN COMPARACIÓN CON LAS EDICIONES PASADAS



Nota: La tabla muestra únicamente las respuestas con mayor número de menciones.



# ASPECTOS DEL FESTIVAL QUE MÁS/MENOS GUSTARON (Top 5)



Lo que más gustó



26%  
Eventos musicales



11%  
Contexto / ambiente del FIC



8%  
Calidad de eventos

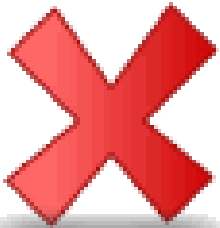


5%  
Mucha gente



4%  
Variedad de eventos

2010 -Obras y espectáculos -Música y orquestas -Eventos -Cultura



Lo que menos gustó



5%  
Poca difusión FIC



4%  
Mala organización

FECHA	UBICACIÓN	TIPO DE EVENTO	VALOR	VALOR
01/01/2010	San Miguel de Allende	Concierto	10000	10000
02/01/2010	San Miguel de Allende	Concierto	10000	10000
03/01/2010	San Miguel de Allende	Concierto	10000	10000
04/01/2010	San Miguel de Allende	Concierto	10000	10000
05/01/2010	San Miguel de Allende	Concierto	10000	10000
06/01/2010	San Miguel de Allende	Concierto	10000	10000
07/01/2010	San Miguel de Allende	Concierto	10000	10000
08/01/2010	San Miguel de Allende	Concierto	10000	10000
09/01/2010	San Miguel de Allende	Concierto	10000	10000
10/01/2010	San Miguel de Allende	Concierto	10000	10000
11/01/2010	San Miguel de Allende	Concierto	10000	10000
12/01/2010	San Miguel de Allende	Concierto	10000	10000

3%  
Poca afluencia



3%  
Horarios

3%  
Fallas técnicas eventos

2010 -Borracheras -Seguridad -Precios altos

# ASPECTOS QUE AGREGARÍA Y QUITARÍA (Top 5)

**+**  
Qué agregaría



**25%**

Difusión del evento

~~NADA~~

**22%**

Nada



**6%**

Organización



**5%**

Más eventos



**4%**

Información

2010 -Más Espectáculos -Más conciertos -Más alcohol

**-**  
Qué quitaría

~~NADA~~

**89%**

Nada



**2%**

El desorden



**2%**

Eventos no culturales



**1%**

La venta de alcohol

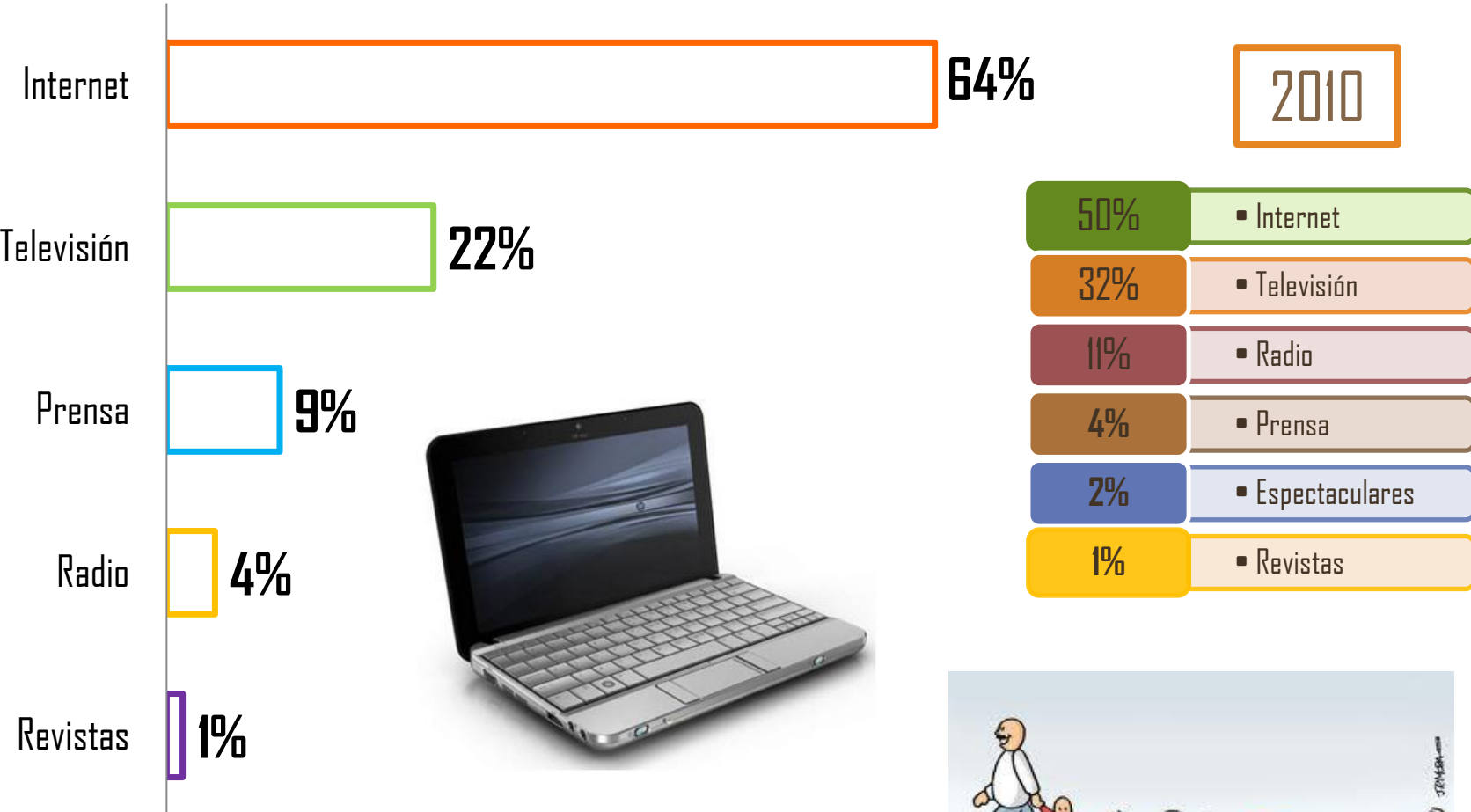


**1%**

Las normas del evento

2010 -Alcohol y borrachos -Precios altos -Policías

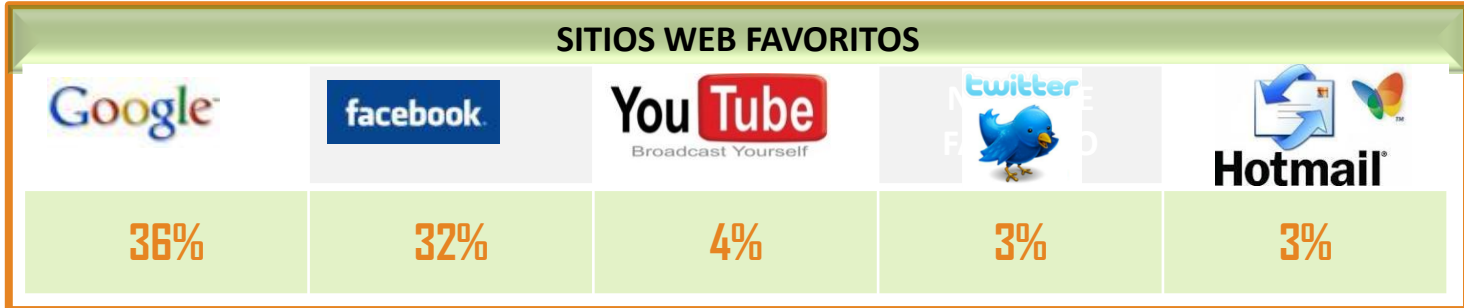
# MEDIO PUBLICITARIO AL QUE TIENE MAYOR EXPOSICIÓN



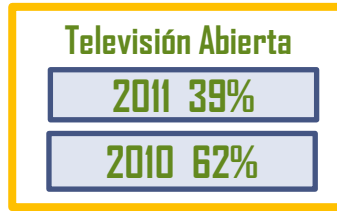
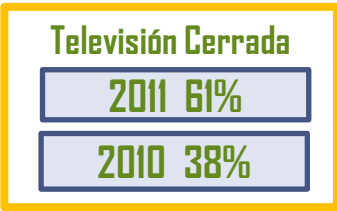
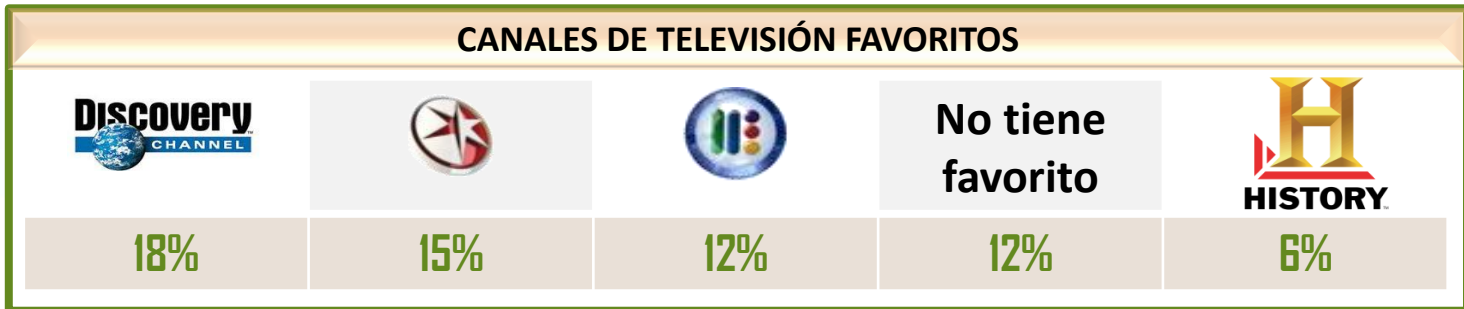
# MEDIOS PUBLICITARIOS FAVORITOS



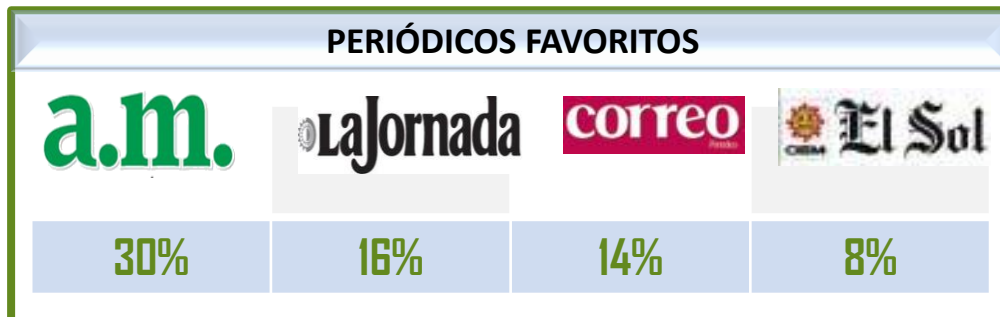
INTERNET



TELEVISIÓN



PRENSA

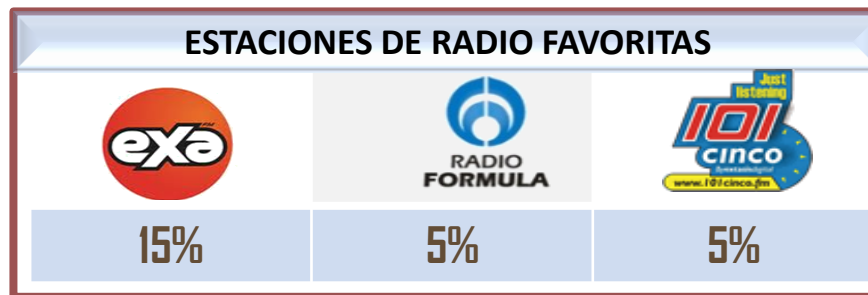


Nota: El gráfico sólo muestra las respuestas con mayor número de menciones.

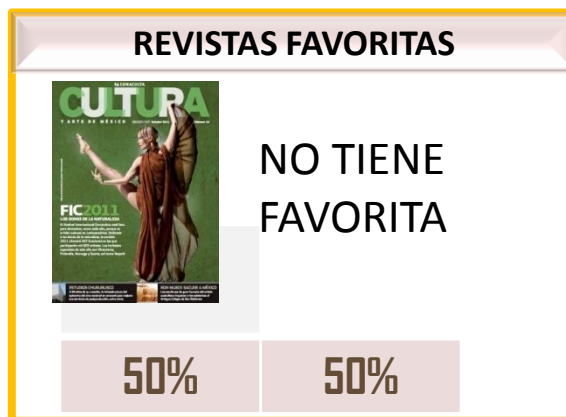
# MEDIOS PUBLICITARIOS FAVORITOS



**RADIO**



**REVISTAS**



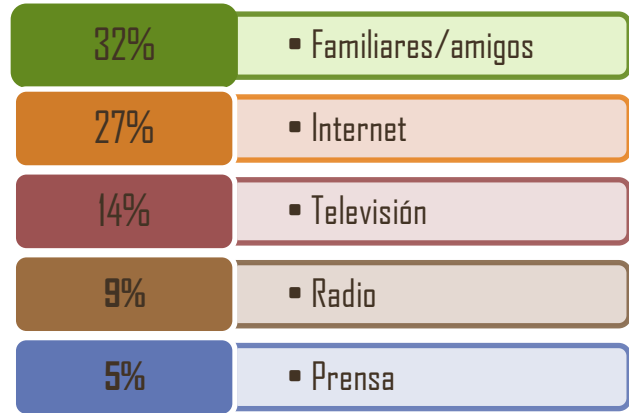
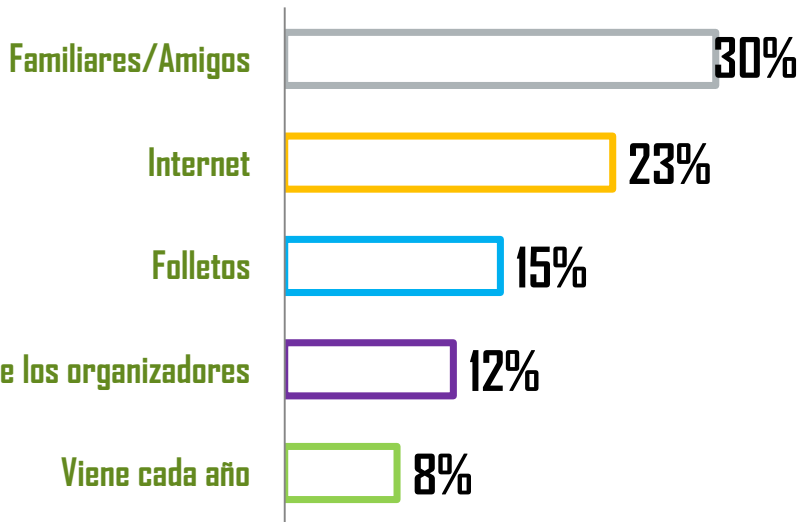
Nota: El gráfico sólo muestra las respuestas con mayor número de menciones.



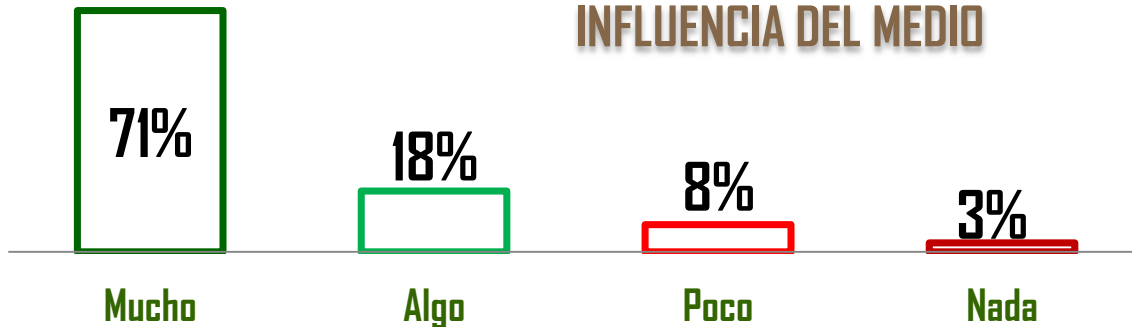
# MEDIOS POR LOS QUE SE ENTERÓ DEL FESTIVAL Y SU INFLUENCIA

2010

## MEDIO POR EL QUE SE ENTERÓ DEL EVENTO (Top 5)



## INFLUENCIA DEL MEDIO



Dirección General de Planeación  
Dirección de Información y Análisis



# APOYOS ECONÓMICOS

El apoyo económico por parte de la Secretaría de Desarrollo Turístico fue para la extensión del FIC en San Miguel de Allende. De acuerdo a datos proporcionados el evento fue apoyado de la siguiente manera:

COMISIONES	ÁREA SEDETUR	IMPORTE TOTAL
Programación artística y logística de eventos.	Productos Turísticos	\$ 600,000.00
Impresos	Promoción y Difusión	\$ 29,000.00
Conferencia Prensa	Relaciones Públicas	\$ 7,560.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 636,560.00</b>



Estudio	Monto
Perfil del Visitante en San Miguel de Allende	\$ 11,919
<b>Total</b>	<b>\$ 11,919</b>
<b>Gran Total</b>	<b>\$ 648,479</b>

# REGRESO AL PRÓXIMO CERVANTINO

2011

96%

▪ SI

4%

▪ NO



## REGRESAR

2010

86%

▪ SI

1%

▪ NO

13%

▪ NO SABE

El porcentaje de personas que mencionaron que SI regresarían al festival el próximo año fue más alto en 2011 comparado con 2010, lo que demuestra mayor satisfacción del asistente en esta edición.

# MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



2011  
57%

Automóvil

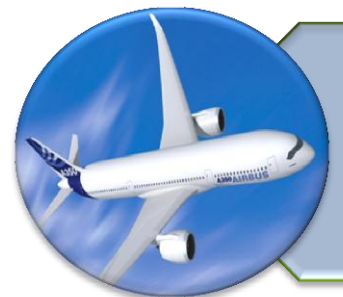
2010  
61%



2011  
37%

Autobús

2010  
35%



2011  
6%

Avión

2010  
4%



# PLANEACIÓN DE VIAJE



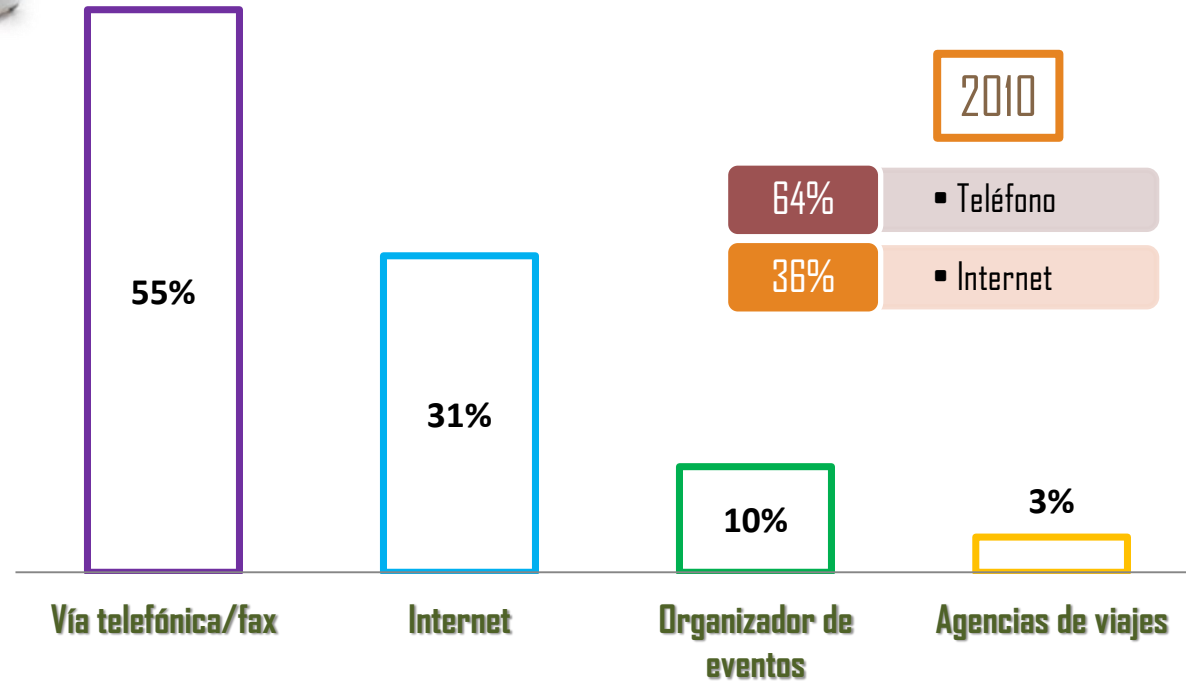
## CATEGORÍA DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

### ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE TOP

Boutique	8%
5 Estrellas	34%
4 Estrellas	28%
3 Estrellas	22%
2 estrellas	8%

## MEDIO POR EL QUE HIZO RESERVACIÓN

**67.4%**  
Hizo reservación  
previamente



# TAMAÑO DE GRUPO

¿Viaja usted solo o acompañado?

2011

Sólo

▪ 28%

Acompañado

▪ 72%

2010

Sólo

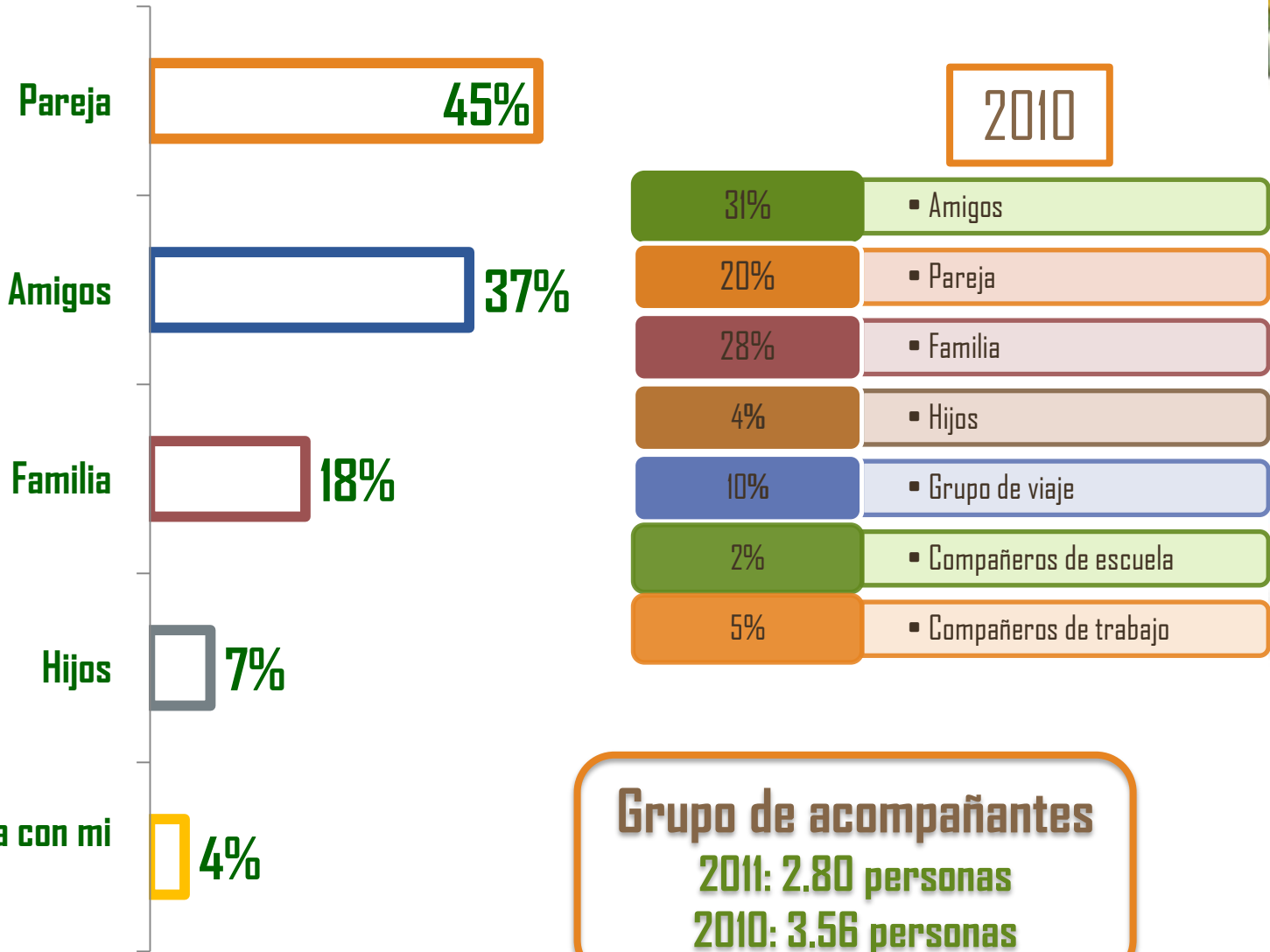
▪ 19%

Acompañado

▪ 81%



# ACOMPAÑANTES



# TIEMPO TOTAL EN EL DESTINO

2010

2011

1.6 NOCHES

2.6 NOCHES

- Turistas

2.0 HORAS

8.6 HORAS

- Excursionistas

## CIUDAD EN TOTAL

2010

2011

5.0 NOCHES

5.3 NOCHES

- Turistas

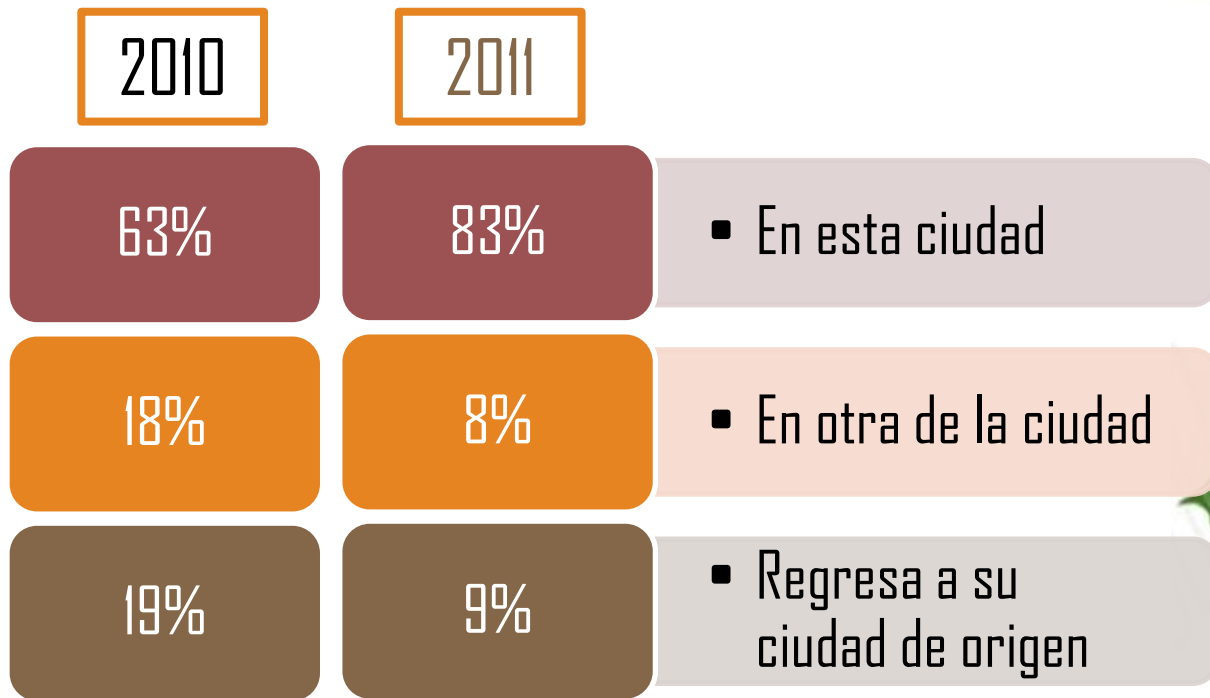
9.6 HORAS

9.1 HORAS

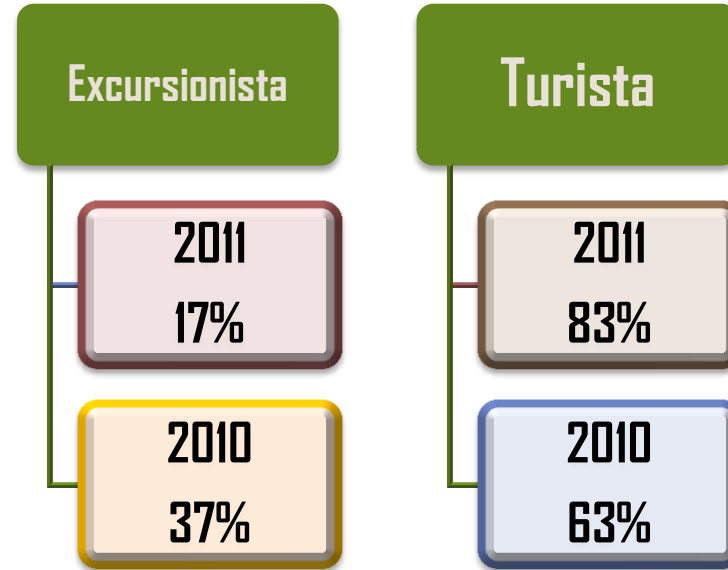
- Excursionistas

## CIUDAD SIGUENDO EL EVENTO

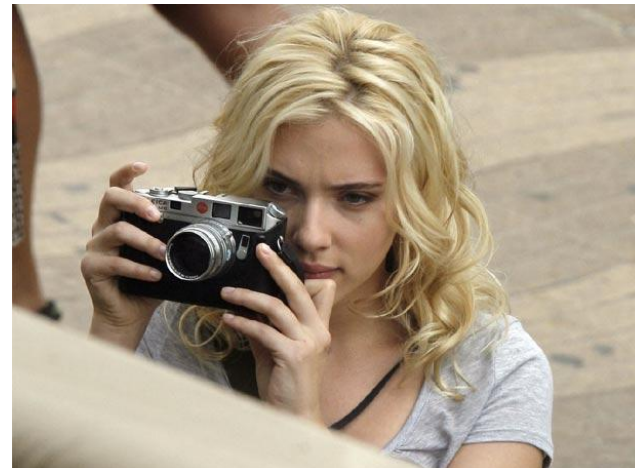
# ¿DÓNDE SE HOSPEDARÁ?



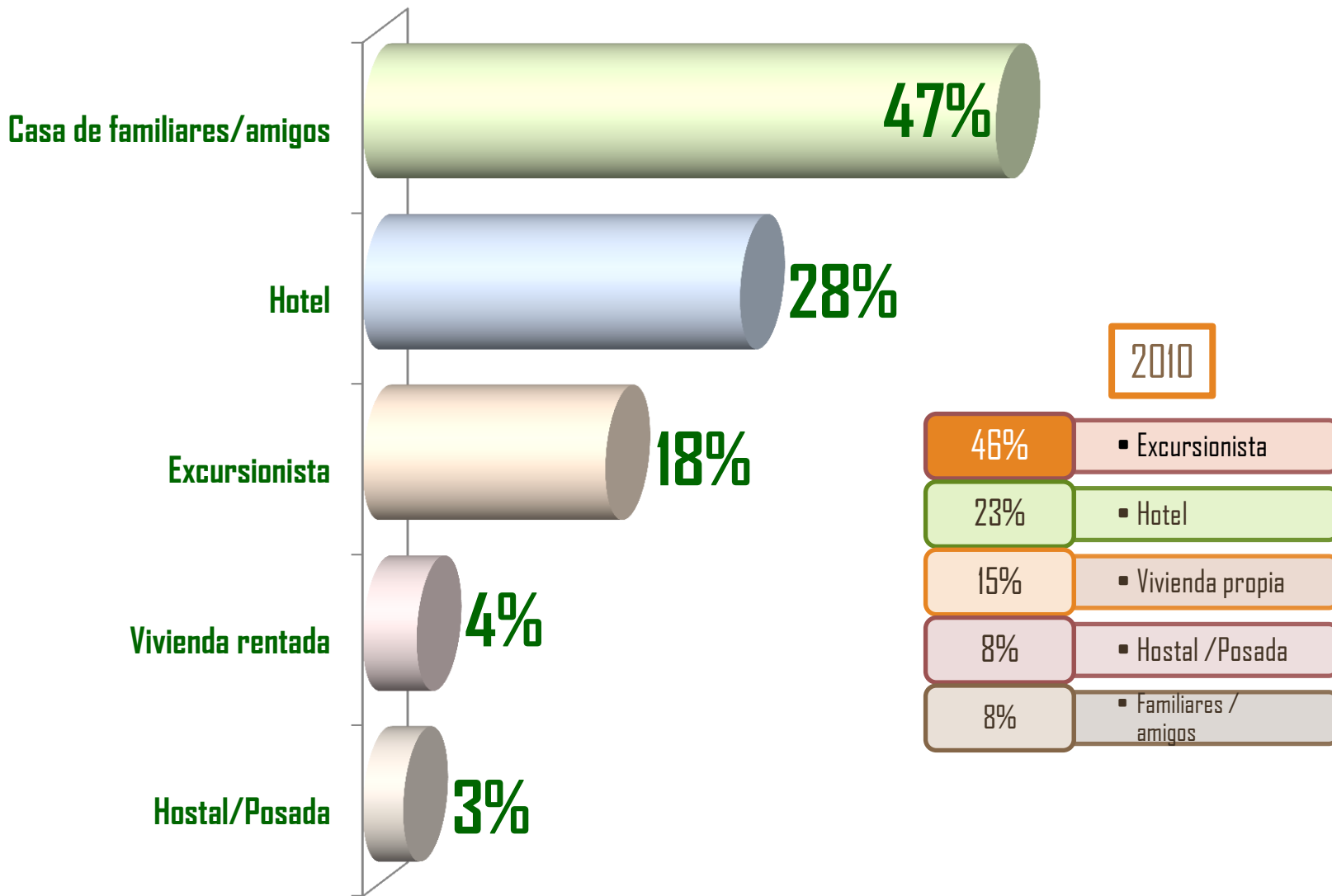
# TIPO DE VISITANTE



El **83%** de las personas se hospedaron en la ciudad en donde se les entrevistó, sólo un **17%** fueron excursionistas.



# LUGAR DE HOSPEDAJE



# PROMEDIO DE ESTADÍA POR TIPO DE HOSPEDAJE

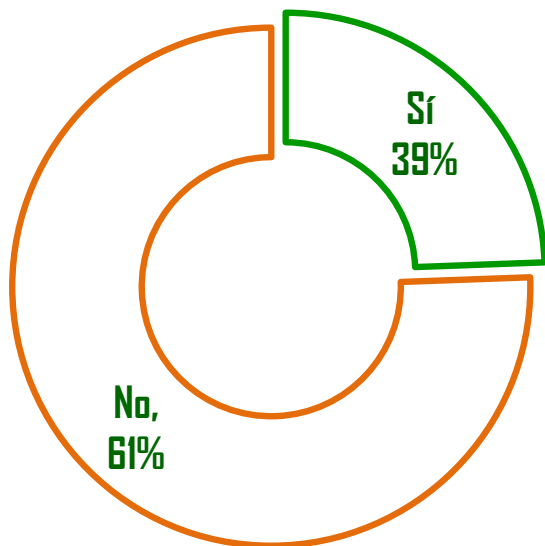
Tipo de Hospedaje	2011	2010
Hotel	1.68* días	1.76* días
Familiares/amigos	2.60 días	4.00 días
Hostal/posada	1.60 días	3.00 días
Vivienda propia	NA	2.50 días
Vivienda rentada	6.10 días	NA
Otros/Tiendas de campaña	NA	NA

\*Fuente: Datatur



# ANÁLISIS DE GASTO POR ENTRADA A EVENTOS

## ¿PAGÓ POR ENTRAR A ALGÚN EVENTO?



**\$284**  
GASTO PROMEDIO POR  
ENTRADA A EVENTO

**1.6**  
PERSONAS PROMEDIO



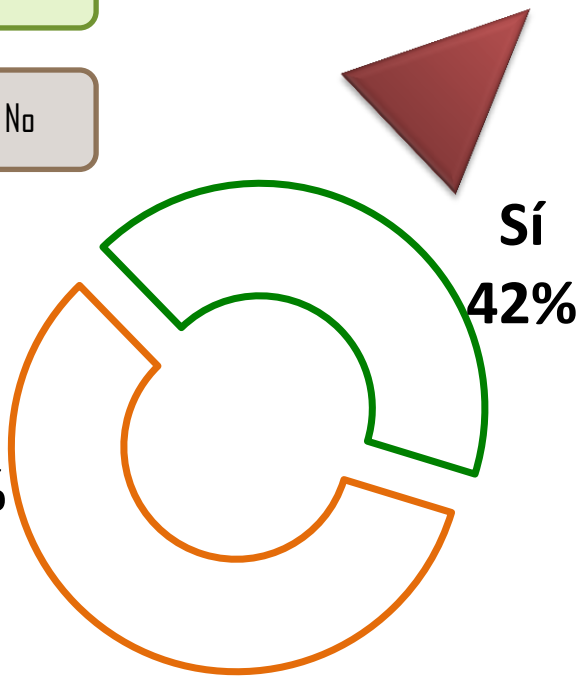
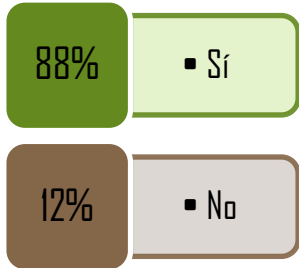
# ANÁLISIS DE GASTO POR TIPO DE VISITANTE

Rubro	Hotel 1* a 5*	Hostal/ Posada	Familiares/ Amigos	Vivienda rentada	Otros/ Tienda de Campaña	Vivienda propia	Excursionista
Hospedaje	28%	29%	0%	24%	NA	NA	0.0%
Alimentos	19%	24%	29%	22%	NA	NA	22%
Souvenirs/ recuerdos	18%	11%	17%	8%	NA	NA	15%
Entradas a eventos	7%	9%	9%	6%	NA	NA	15%
Transporte Local	2%	45%	5%	5%	NA	NA	0%
Otros	6%	0%	0%	0%	NA	NA	2%
Artesanías	9%	0%	16%	35%	NA	NA	15%
Esparcimiento/ Diversión	3%	0%	8%	0%	NA	NA	16%
Bebidas	8%	23%	16%	0%	NA	NA	15%
Gasto 2011	\$1,671	\$776	\$992	\$1,133	NA	NA	\$1,054
Gasto 2010	\$1,815	\$138	\$1,162	NA	NA	\$850	\$1,412

# MOVILIDAD DEL VISITANTE

¿DÍGAME SI VISITÓ O VISITARÁ OTRAS CIUDADES O DESTINOS DURANTE SU VIAJE?

2010



CIUDADES QUE VISITÓ		Permanencia
Guanajuato	75%	1 noche
Dolores Hidalgo	19%	1 noche
León	12%	1 noche
Celaya	8%	1 noche

Permanencia  
1 noche

CIUDADES QUE VISITARÁ		Permanencia
Guanajuato	41%	1 noche
León	27%	1.4 noches
Dolores Hidalgo	15%	1 noche
Querétaro	9%	NA
Zacatecas	6%	1 noche

Permanencia  
1.3 noches

Nota: Las Tablas muestra únicamente las respuestas con mayor número de menciones.



# VALORACIÓN DEL EVENTO

2011

2010

8.9	Calidad en los espectáculos del festival	8.8
8.7	Imagen del festival	8.9
8.4	Organización de los eventos en foros	8.5
8.4	Organización en general	8.4
8.4	Organización de los eventos fuera de los foros	8.4
8.2	Presentación de la información	8.4
8.1	Información de la ciudad y de las sedes	8.3
8.1	Horarios de los espectáculos	NA
8.1	Ayuda por parte de los organizadores	8.2
8.0	Nivel de afluencia en los eventos	8.6
<b>8.3</b>	<b>CALIFICACIÓN GENERAL</b>	<b>8.5</b>

Nota: En San Miguel de Allende en 2010 se realizaron eventos alternos los cuales obtuvieron una calificación de 8.5, fue hasta 2011 que la ciudad se convirtió en sede y que las evaluaciones fueron más enfocadas a la organización del evento obteniendo una calificación de 8.3.

# RAZONES DE EVALUACIONES NEGATIVAS AL EVENTO

## Organización de los eventos en foros

- Poca afluencia

## Organización en general

- Falta promoción del evento
- Falta organización

## Organización de los eventos fuera de los foros

- Fallas técnicas
- Falta organización

## Presentación de la información

- No hay información
- Falta promoción de evento

## Información de la ciudad y sedes

- No hay información
- Poca señalización

## Horario de los espectáculos

- Se tardan en presentar
- Son muy tarde
- Se empalman

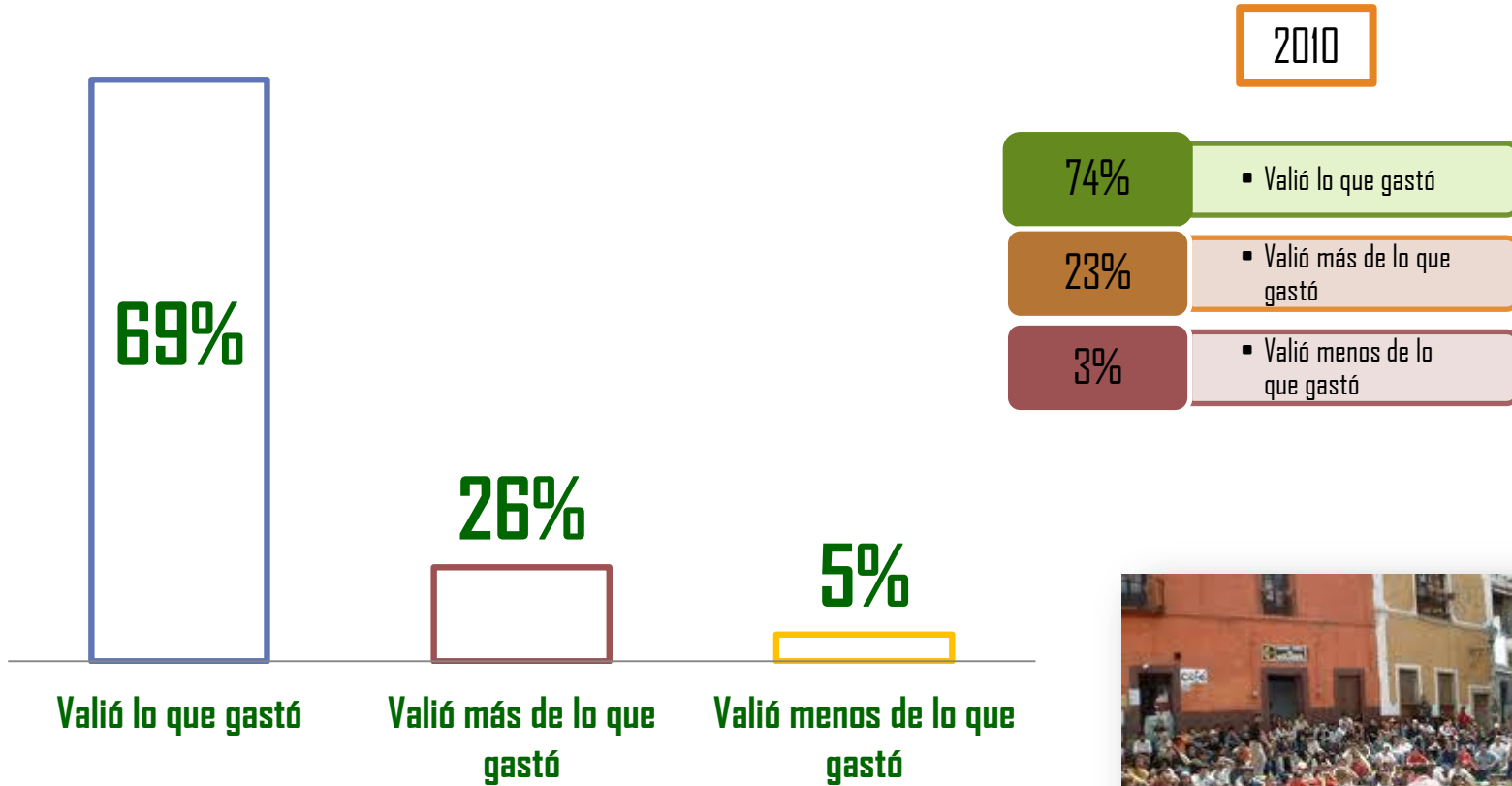
## Ayuda por parte de los organizadores

- No dan información

## Nivel de afluencia en los eventos

- Poca afluencia
- Falta promoción del evento

# VALORACIÓN DEL EVENTO



# PERFIL DEL VISITANTE GENERAL

- Carlos tiene 35 años, su nivel académico es universitario.
- Su ingreso familiar mensual se encuentra en un rango de \$12,700-\$38,199 pesos y pertenece al nivel socioeconómico C (Medio)
- Es visitante nacional proveniente del D.F./Edo.Mex. y se enteró del evento por medio de familiares/amigos.
- Viajó a la ciudad para descansar y aprovechó para asistir al festival.
- Ha acudido al Festival en promedio a 4.3 ediciones, y en ésta última percibió que hubo mayor organización
- Se acompañó de su pareja y utilizó automóvil como medio de transporte para llegar a la ciudad.
- Se quedó en casa de familiares/amigos, con una estadía y gastó al día \$855 pesos.
- Lo que más le gustó del festival fueron eventos musicales y el ambiente; lo que menos le gustó fue la poca difusión del evento así como la mala organización.
- Evaluó con 8.3 los aspectos del Festival y consideró que su experiencia en el viaje valió lo que gastó, por lo que piensa regresar al evento el próximo año.



# INCIDENCIAS



**DE CADA 10 VISITANTES  
AL FESTIVAL ERAN DE SAN  
MIGUEL DE ALLENDE**

**EN PROMEDIO 6 DE CADA 10 PERSONAS INTERCEPTADAS PARA REALIZARLES LA ENCUESTA DEL PERFIL DEL VISITANTE AL FESTIVAL INTERNACIONAL CERVANTINO ERAN ORIGINARIAS DE SAN MIGUEL DE ALLENDE.**



# Resultados de la actividad hotelera con base en el Sistema de Información Turística Datatur



# Indicadores de la Actividad Turística San Miguel de Allende

La llegada de turistas durante los días del evento fue de más de 13 mil personas, lo que representa 13% más en comparación con 2010.

El porcentaje de ocupación hotelera fue de 39%, debido a que actualmente existe una mayor oferta hotelera.

Festival Internacional Cervantino 2011						
Indicadores de Hospedaje - San Miguel de Allende						
Indicador	(14-16 oct)	Semana 2 (17-23 oct)	Semana 3 (24oct- 30 oct)	Acumulado 2011	Acumulado 2010	Variación 2010-2011
Llegada de turistas	2,826	5,508	4,989	<b>13,323</b>	<b>11,746</b>	13%
Turistas Noche	5,454	9,309	7,632	<b>22,395</b>	<b>20,673</b>	8%
Ocupación	53%	39%	34%	<b>39%</b>	<b>40%</b>	-1%
Estadía	1.93	1.69	1.53	<b>1.68</b>	<b>1.76</b>	-4%

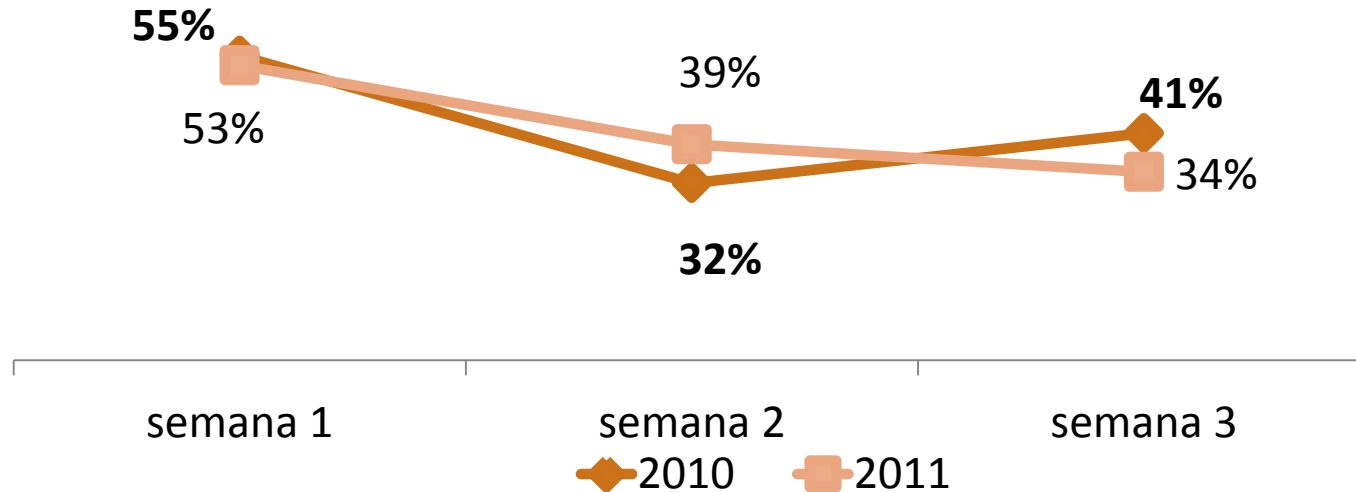
Fuente: Sedetur - Datatur

Los datos 2010 se presentan solamente a manera de comparativo, debido a que San Miguel de Allende fue sede del evento a partir de 2011.

# Ocupación Hotelera

En 2011 la ocupación hotelera de la segunda semana del evento mostró un incremento de 7 puntos porcentuales en comparación con 2010.

## Porcentaje de Ocupación Semanal 2010 - 2011



Fuente: Datatur

Los datos 2010 se presentan solamente a manera de comparativo, debido a que San Miguel de Allende fue sede del evento a partir de 2011.

# Impacto del FIC en San Miguel de Allende

## Visitantes y Derrama Económica

Visitantes y Derrama Económica Estimada Festival Internacional Cervantino 2011 San Miguel de Allende		
Categoría	Total en personas	Derrama Económica Estimada
Turistas en Hotel 1 a 5*	13,323	\$37,423,874
Turistas en establecimientos no comerciales	21,887	\$56,465,170
Turistas en otros establecimientos comerciales	3,489	\$15,123,648
Excursionistas	8,247	\$8,698,151
<b>Totales</b>	<b>46,946</b>	<b>\$117,710,844</b>

Fuente: Datatur-Sector. Estudio del Perfil del Visitante FIC 2011

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

Turistas en establecimientos no comerciales incluye : Familiares y amigos.

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

