Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Secretaría de Desarrollo Turístico
Gobierno del Estado

PERFIL DEL VISITANTE A LA CIUDAD DE SAN MIGUEL DE ALLENDE 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.

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

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 1,665 ; levantadas en la ciudad de San Miguel de Allende y eventos: GIFF y FIC, 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 del 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.**

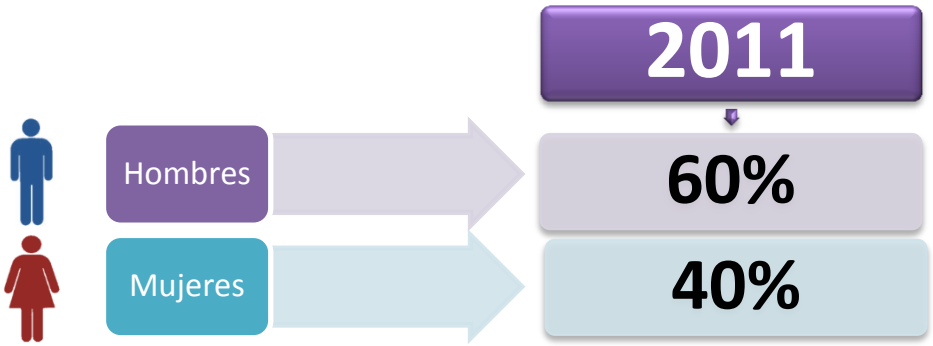
LUGAR DE LEVANTAMIENTO

- δ Parroquia de San Miguel de Allende
- δ Teatro Ángela Peralta
- δ Casa-Museo Allende
- δ Casa de Mayorazgo
- δ Centro de Interpretación
- δ Jardín Botánico “El Charco del Ingenio”
- δ Centro Histórico
- δ El Nigromante
- δ Parque El Chorro
- δ Parque Juárez
- δ Mercados Artesanales
- δ Santuario de Atotonilco

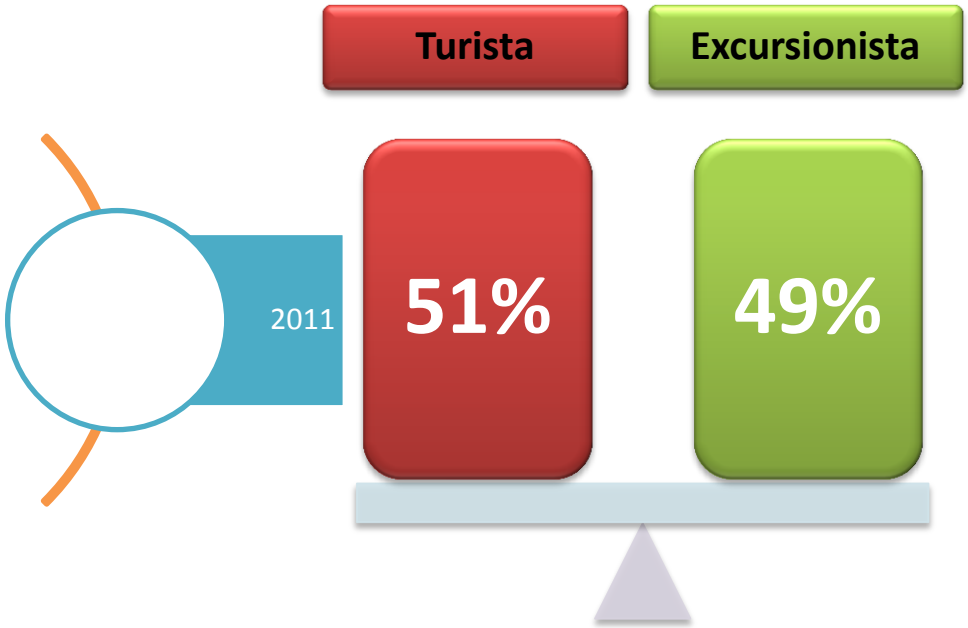
PERFIL GENERAL

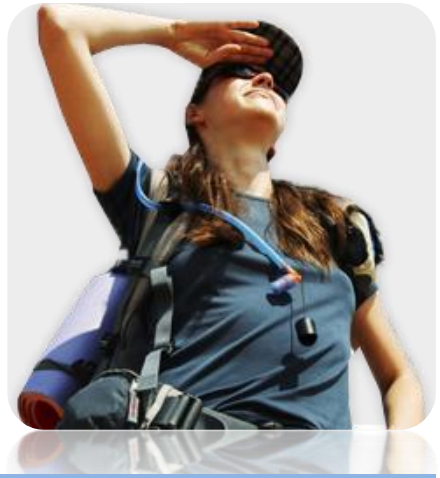
Tipo y Sexo del visitante

--Sexo --



-- Tipo de Visitante --



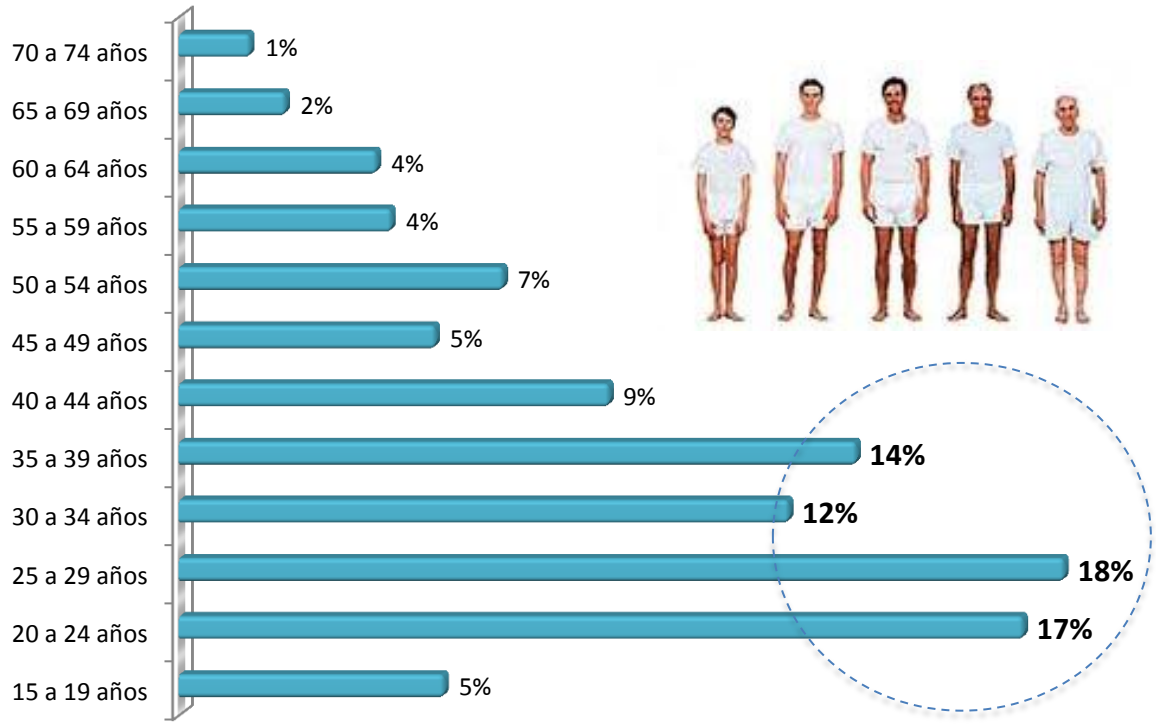


Excursionista: Se refiere al visitante que no pernocta en el destino.
(Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita)
Fuente: OMT (Organización Mundial de Turismo)

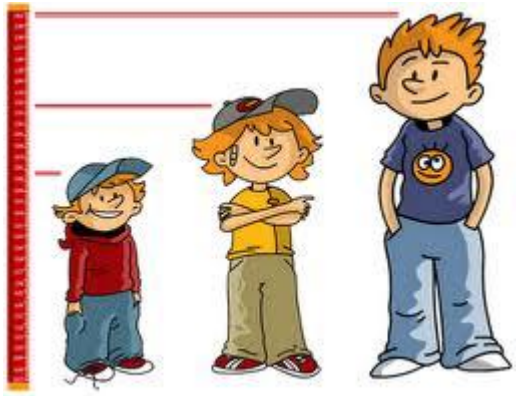
Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

PERFIL GENERAL

Edad del visitante



Como podemos observar, existe una variación en la edad del visitante, señalando en la media a un visitante más joven.



Edad Promedio

2011

36 años

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

PROCEDENCIA DEL VISITANTE

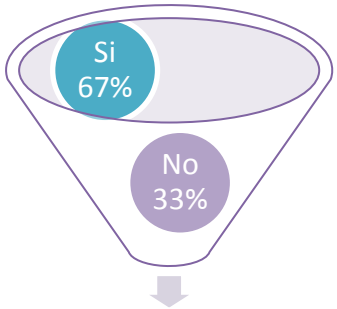
2011

31%	•León •Celaya •Guanajuato •Irapuato •Dolores Hidalgo	**Estatales**	
61%	•D.F. y Edo. México •Jalisco •Querétaro •San Luis Potosí •Nuevo León	**Nacionales**	
8%	•Estados Unidos •Canadá •Colombia •Francia •España	**Internacionales**	

PLANEACIÓN DEL VIAJE

Movilidad del Visitante

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

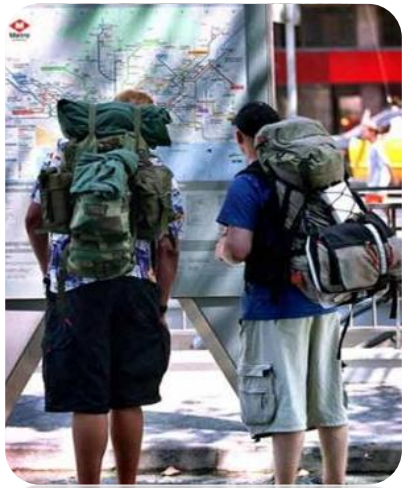


2011

El 67% de los visitantes en 2011 mencionó que visitó o visitará otros destinos, los cuales principalmente se encuentran en el Estado de Guanajuato, pudiéndose observar el interés y preferencia por las diversas actividades y atractivos con los que cuenta el Estado.

¿Qué otras ciudades o destinos visitó o visitará?

- Guanajuato
- Dolores Hidalgo
- León
- Querétaro
- Celaya



PLANEACIÓN DEL VIAJE

Distribución del visitante

Tipo de Hospedaje	2011
Hotel	30%
Casa de familiares	15%
Casa rentada	4%
Casa propia	1%
Hostal/posada	1%
Excursionista	49%

Hospedaje

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?

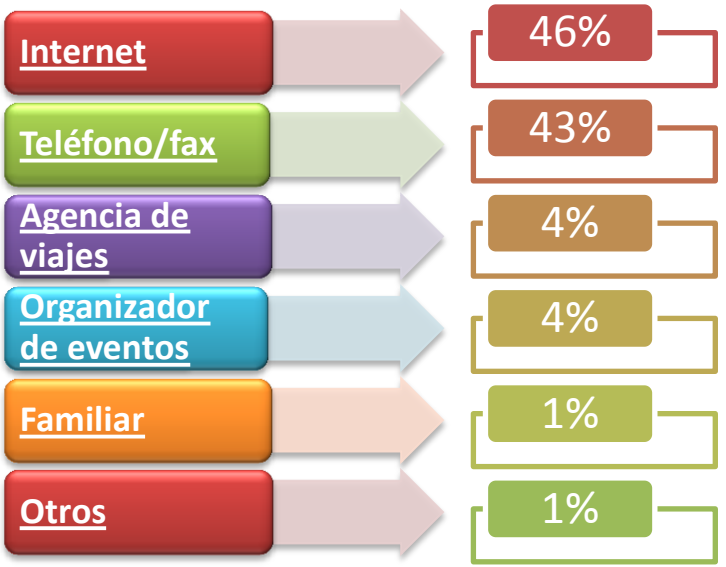
- Si 51%
- No 49%

2011

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

¿Cómo realizó su reservación?

2011



PLANEACIÓN DEL VIAJE

Medio de transporte utilizado

PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZÓ PARA LLEGAR A ESTE DESTINO

2011

Automóvil — 68%

Autobús — 20%

Autobús Rentado — 6%

Avión — 6%

Auto Rentado — 4%

Otro — 1%

Otros: moto, ride, taxi.

MOTIVO DE VISITA

2011

Descanso/vacaciones	65%
Visita familiares/amigos	15%
Evento Cultural	6%
Negocios/trabajo	6%
Evento Social	4%
Evento Deportivo	2%
Viaje de Estudios	1%
Otros	1%

Otros: religión, tratamiento de salud, luna de miel, congreso, compras .

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

MOTIVO DE VISITA

¿Cuál de las siguientes razones motivó más su visita de DESCANSO o PLACER

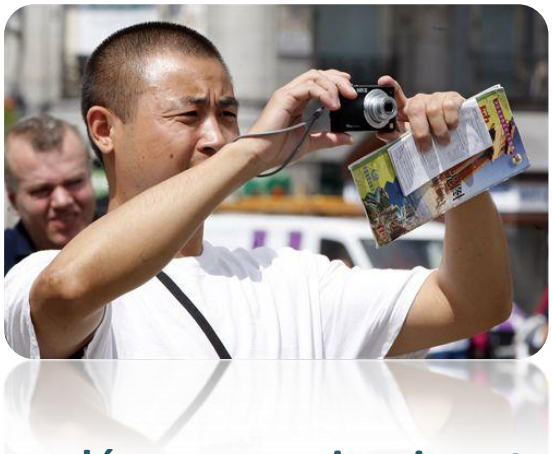
2011

La cultura del destino	62%
El ambiente natural y belleza del paisaje	28%
Las compras	2%
El sol y el contacto con el agua	4%
La vida nocturna	3%
Otros	1%

Otros: Parques temáticos o diversiones, religión, actividades deportivas

EXPERIENCIA DE VIAJE

Visitas anteriores



¿Ya había visitado anteriormente este destino?

	2011
Sí	54%
No	46%

¿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?

	2011
Mejor	49%
Igual	45%
Peor	6%

Más del 50% de los viajeros en 2011 ya habían visitando anteriormente San Miguel de Allende. El 49% de los visitantes consideró su experiencia en el destino mejor que en la ocasión anterior, haciéndose notar en todo momento en la evaluación sobre los aspectos del destino.

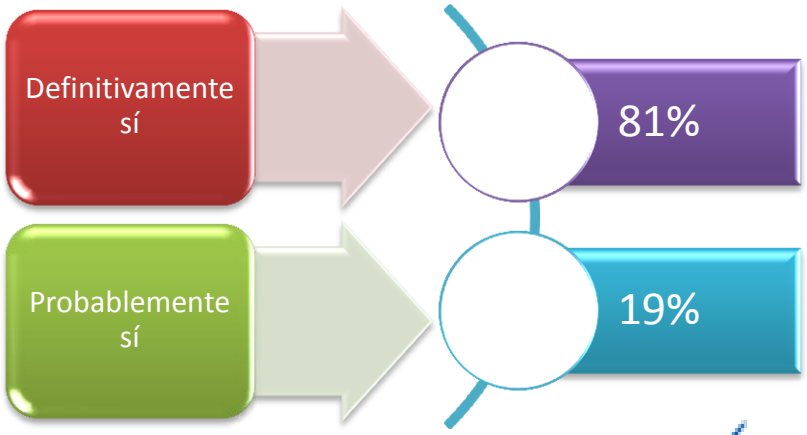
¿Peor por qué?
No tiene nada nuevo

EXPERIENCIA DE VIAJE

Retorno al destino

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

2011



Existe un nivel de retorno al destino elevado (100%), lo que significa que debemos generar mejores eventos para proponerle nuevas experiencias al visitante y se mantenga en su preferencia el destino.

San Miguel de Allende
La Grandeza está en su Gente

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

2011	
Definitivamente Sí	90%
Probablemente Sí	10%

El 100% de los visitantes en 2011, definitivamente recomendarían a un amigo y/o colega visitar el destino, lo que refleja el agrado del viajero por el lugar y la satisfacción que se ha tenido con la vivencia, lugares, productos, servicios y actividades más representativos y de excelencia que ofrece la cuidad de San Miguel de Allende.

EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD DEL DESTINO

¿Qué medio consultó para planear su viaje a la ciudad de San Miguel de Allende?

	Estatal	Nacional	Internacional	Global
Recomendación	63%	52%	50%	54%
Internet	28%	36%	39%	35%
Anuncio en TV	2%	4%	2%	3%
Folletos	3%	1%	2%	2%
Agencia de viajes	0%	2%	3%	2%
Revistas	0%	2%	2%	2%
Espectaculares	0%	1%	2%	1%
Anuncio en radio	2%	0%	0%	1%
Otros	2%	2%	0%	2%

Otros: Por la empresa, teléfono, escuela, evento cultural.

VISITANTE PROMEDIO

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

VISITANTE PROMEDIO

PERFIL	San Miguel de Allende 2011
Edad Promedio	36 años
Acompañado por	Familia
Grupo de viaje	3.3 personas
Medio de transporte	Automóvil
Ingreso	$7,100 a $12,199 (NSE D+)
Otros lugares por visitar	Guanajuato Dolores Hidalgo León
Motivo de Visita	Descanso/Vacaciones
Si regresa el mismo día gastará	$ 1,453.40 por persona
Si se hospeda una noche en hotel gastará	$ 1,707.48 por persona
Principal lugar de hospedaje	Hotel
Experiencia del viaje	Totalmente de acuerdo
Recomendación del destino	Definitivamente SI
Retorno al destino	Definitivamente SI
Índice de satisfacción	8.2

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

gto Gobierno del Estado
Secretaría de Desarrollo Turístico

Indicadores de la Actividad Turística

San Miguel de Allende

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

INVENTARIO DE SERVICIOS

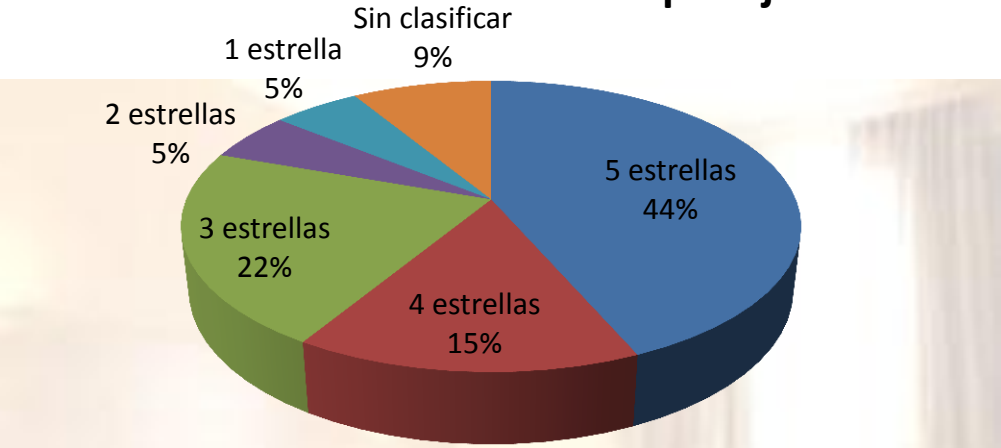
Inventario de Servicios Turísticos	
Establecimientos de hospedaje (1 a 5 estrellas y sin clasificar)	92
Establecimientos de hospedaje 1 a 5 estrellas	84
Restaurantes	92
Balnearios	7
Guias de turistas	22
Agencias de viaje	14
Arrendadoras	3
Centros de congresos y convenciones	6
Transportadoras	34

Fuente: Sedetur, diciembre 2011

Inventario de hospedaje		
Categoría	Establecimientos	Cuartos
5 estrellas	40	886
4 estrellas	14	377
3 estrellas	20	361
2 estrellas	5	64
1 estrella	5	41
Sin clasificar	8	101
Total	92	1830
1 a 5 estrellas	**84**	**1,729**

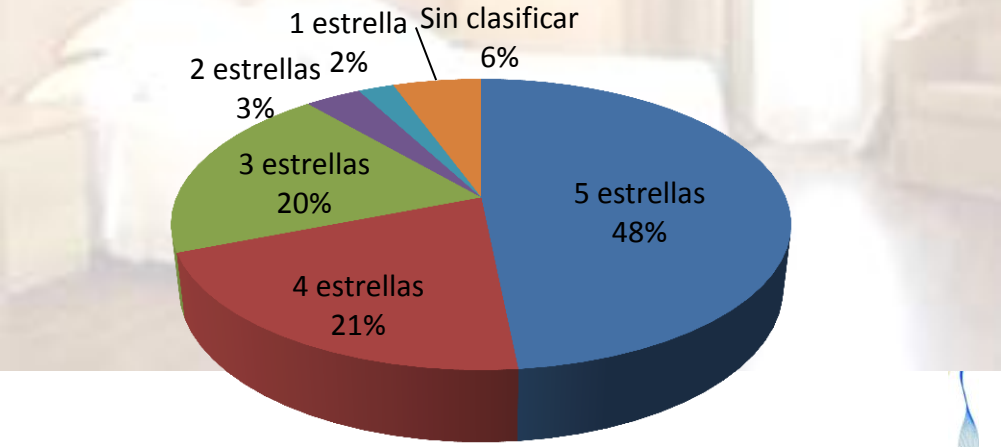
Fuente: Sedetur, abril 2012

Establecimientos de hospedaje



Fuente: Sedetur Abril 2012

Habitaciones



Fuente: Sedetur - Actualización Abril 2012

RESUMEN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Concepto	Información Relevante
Número de habitaciones	1,729
Porcentaje de 1 a 5 estrellas	94%
Llegada de turistas a hoteles de 1 a 5 estrellas 2011	243,378
Porcentaje de Ocupación promedio 2011	35%
Porcentajes de ocupación más altos en 2011	Abril y Julio
Estadía promedio	1.73

Fuente: Datatur-Sectur

DERRAMA ECONÓMICA ESTIMADA
San Miguel de Allende

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

gto Guanajuato Gobierno del Estado | Secretaría de Desarrollo Turístico
Contigo Vamos

Visitantes y Derrama Económica Estimada 2011			
Visitantes			
Categoría	**San Miguel de Allende**	**Estado**	**Proporción SMA/Estado**
Turistas en Hotel 1 a 5*	**243,378**	2,976,899	8%
Turistas en otros establecimientos comerciales	**38,605**	887,523	4%
Turistas en establecimientos no comerciales	**129,802**	4,641,004	3%
Excursionistas	**396,678**	9,984,630	4%
Totales	**808,463**	**18,490,056**	**4%**

Derrama Económica Estimada			
Categoría	**San Miguel de Allende**	**Estado**	**Proporción SMA/Estado**
Turistas en Hotel 1 a 5*	**$717,277,744**	$5,984,344,827	12%
Turistas en otros establecimientos comerciales	**$662,347,066**	$5,390,482,143	12%
Turistas en establecimientos no comerciales	**$1,030,672,407**	$20,364,894,660	5%
Excursionistas	**$576,532,016**	$9,172,890,771	6%
Totales	**$2,986,829,234**	**$40,912,612,401**	**7%**

Fuente: Datatur-Sectur, Estudio del Perfil del Turista 2011 , Sedetur .
Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada , Casa rentada, y Otros.
Turistas en establecimientos no comerciales incluye las categorías: Casa propia y Familiares y amigos.
Se considera excursionista al visitante que no pernocta en el destino.

Para Mayor Información:

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