Festival Internacional de Cine Guanajuato 2011

Resultados del Estudio del Perfil del Visitante

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

¿Qué es el Estudio del Perfil del Visitante a Eventos realizado en 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 para acudir al Evento
- Nivel de Satisfacción en relación al Evento y a los servicios que proporciona el destino sede
- Recordación publicitaria
- Gasto del Visitante
  En la Ciudad y en El Evento

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.

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

GUANAJUATO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL
POWERED BY expresionencorto

- Metodología
- Objetivos
- Perfil del visitante
- Asistencia al GIFF 2011
- Diferencias con la edición anterior
- Razón de visita
- Evaluación del GIFF 2011
- Medios de comunicación
- Distribución por tipos de hospedaje
- Medio de transporte utilizado
- Movilidad del visitante
- Experiencia de viaje
- Visitante promedio al GIFF 2011
- Indicadores de la Actividad Turística

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 la sede del evento.

Fecha de Levantamiento

Del 22 al 31 de Julio 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 el reporte de resultados.**

	MARCOS DE REFERENCIA	
MARCO SISTEMA	Tipo de Investigación	Concluyente
	Universo	Visitantes al Giff 2011
	Sistema de selección	Aleatorio
	Instrumento de Recolección	Cuestionario Estructurado
	Levantamiento	Cara a cara
	Muestra SMA	**300 casos**
	Muestra GTO	**300 casos**
	Total Muestra	**600 casos**

Objetivos

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.

OBJETIVOS PARTICULARES

•Conocer el perfil del visitante a Eventos.

•Conocer las variables de clasificación del visitante, perfil sociodemográfico (edad, sexo, ocupación, ingreso, escolaridad y procedencia) y su perfil psicográfico (planeación de viaje, motivo de visita, gasto planeado, movilidad del visitante, gasto del visitante, experiencia de viaje e índice de satisfacción).

•Conocer el grado de satisfacción del visitante a Eventos.
•Detectar áreas de oportunidad para elaborar estrategias de desarrollo y apoyo al sector turístico del estado de Guanajuato.

•Conocer el impacto que tiene la publicidad (TV, espectaculares, radio, medios impresos, etc.), para visitar los Eventos en el estado de Guanajuato.

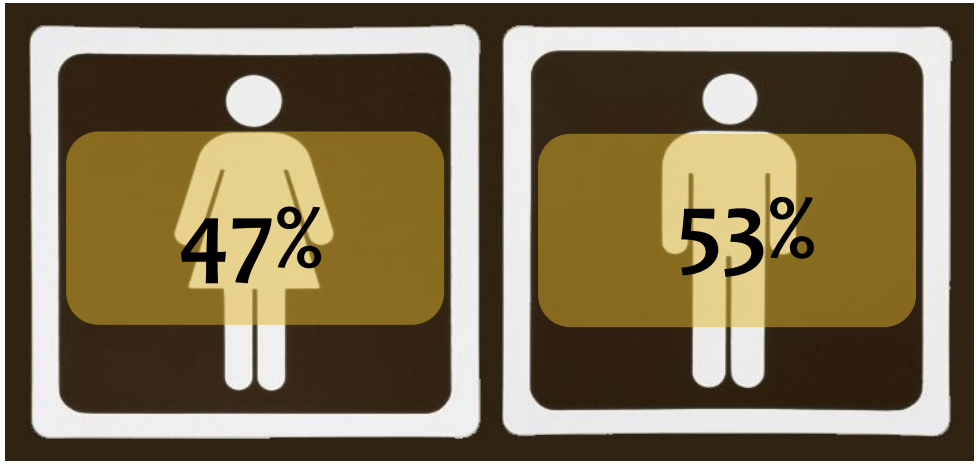
•Conocer cuál es el gasto de los visitantes a los eventos en el Estado de Guanajuato dependiendo de su motivo de viaje y tipo de hospedaje.

•Analizar el comportamiento del visitante a los eventos en el Estado de Guanajuato.

Perfil del Visitante

Sexo y Edad

GÉNERO DEL VISITANTE



En el festival de cine se encontró un equilibrio de género entre los visitantes.

EDAD DEL VISITANTE	
18 a 22 años	38%
23 a 27 años	22%
28 a 32 años	13%
33 a 37 años	7%
38 a 42 años	8%
43 a 47 años	4%
48 a 52 años	3%
53 a 57 años	1%
58 a 62 años	2%
Más de 62 años	2%

Edad Promedio

29 AÑOS

Lugar de Origen

ESTADOS	
D.F./Edo. México	**27%**
Jalisco	18%
Querétaro	11%
Chihuahua	5%
Nuevo León	5%
Tamaulipas	3%
Puebla	3%
San Luís Potosí	3%
Zacatecas	3%
Otros	22%

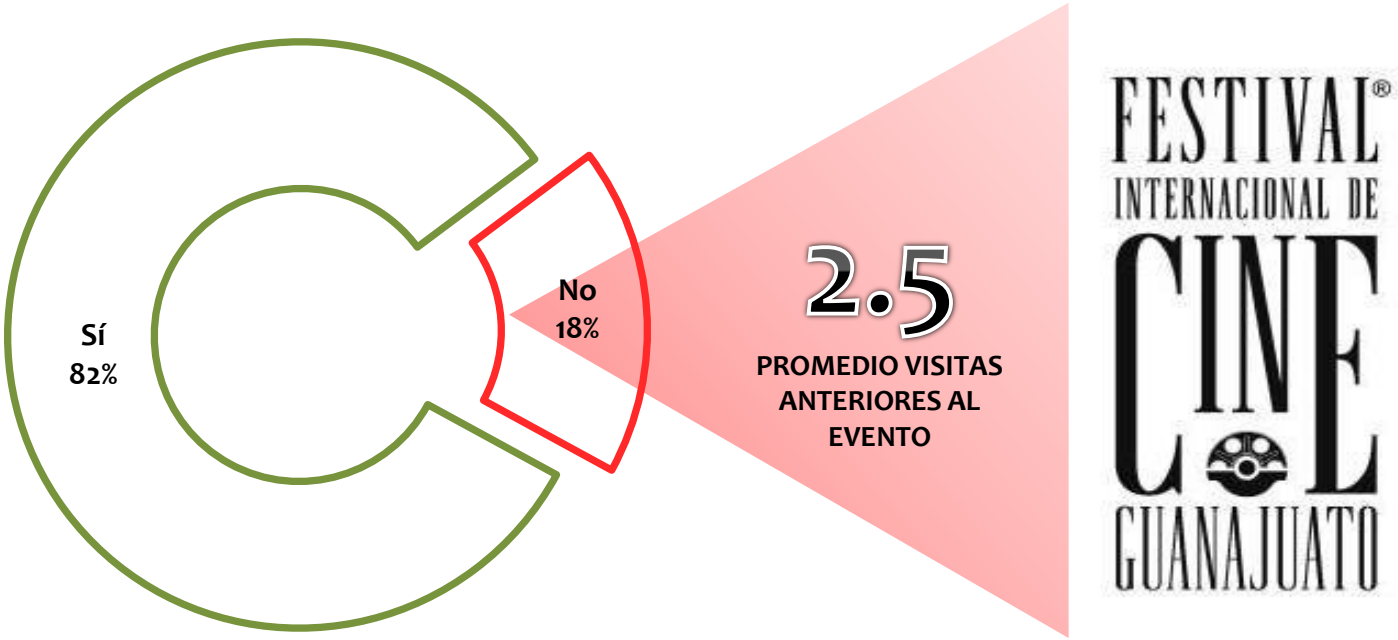
CIUDADES	
León	**37%**
Irapuato	17%
Celaya	14%
Salamanca	8%
Silao	5%
Dolores Hidalgo	4%
Guanajuato	4%
Valle de Santiago	3%
Moroleón	1%
Salvatierra	2%
Otros	5%

PAÍSES	
Estados Unidos	**82%**
Canadá	6%
Alemania	6%
Chile	6%

Nota: Otros se refiere al resto de los resultados.

Asistencia al Evento

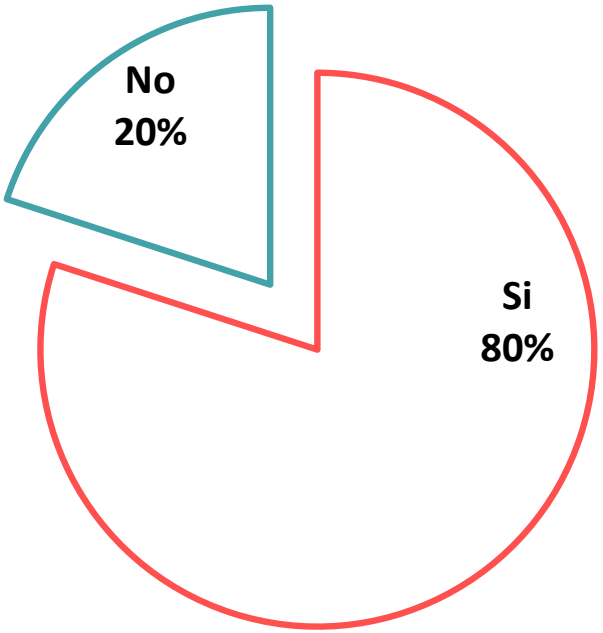
¿ES LA PRIMERA VEZ QUE VISITA ESTE EVENTO?



Para la mayoría de los visitantes entrevistados esta es la primera vez que visitan el festival, por lo que se puede decir que el público cautivo del evento es equivalente al 18% los cuales en promedio lo han visitado en 2.5 ocasiones anteriores.

Diferencias del Evento

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



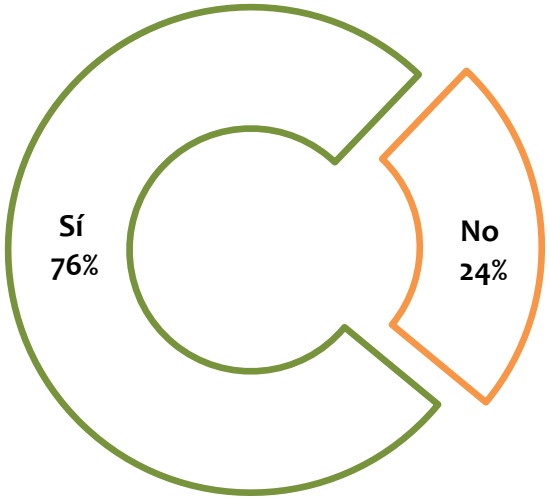
Nota: La tabla muestra únicamente las primeras 5 respuestas con mayor número de menciones.

Razón de Visita

7 de cada **10** entrevistados **ya habían visitado la ciudades sedes.**

El 70% de los visitantes han estado en ocasiones anteriores a ésta en las ciudades sedes del evento, mientras que para el 30% de ellos esta es la primera vez que visitan la sede en que fueron entrevistados.

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

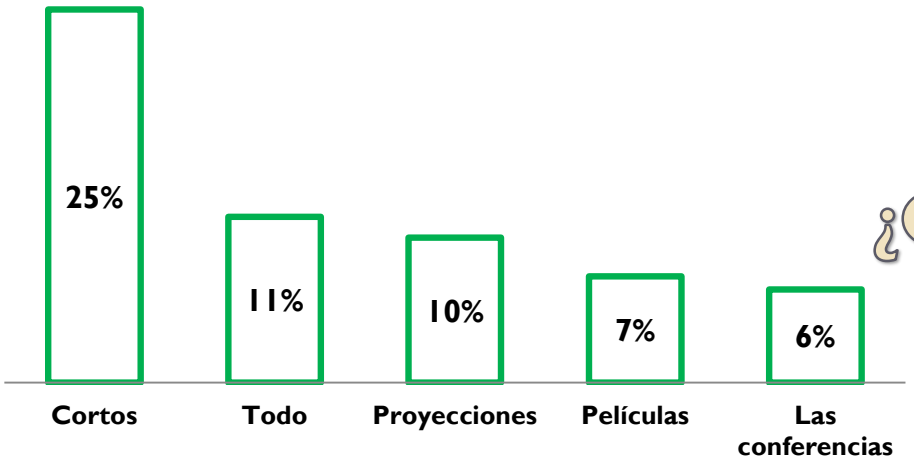


- DESCANSO/VACACIONES 74%
- VISITA FAMILIARES/AMIGOS 18%
- TARABAJO/NEGOCIOS 3%
- EVENTO SOCIAL 3%
- OTROS 2%

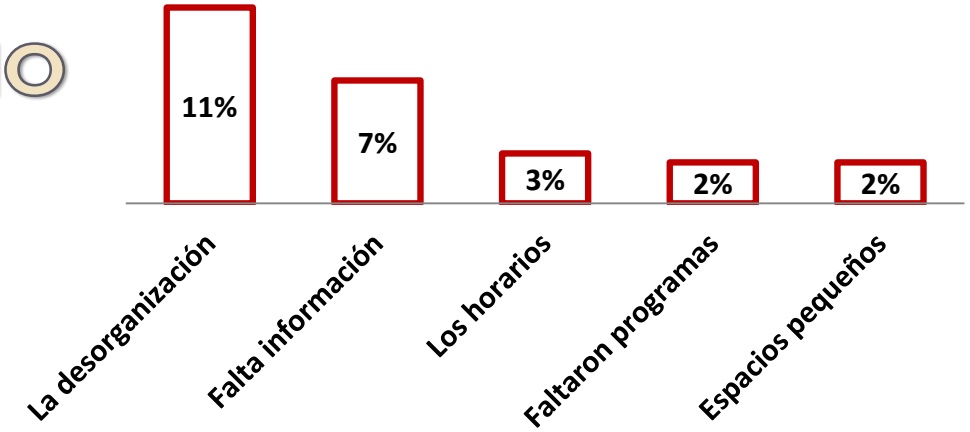
Nota: En otros se agruparon las respuestas "religión", "luna de miel" y "evento cultural".

Evaluación del Giff

¿Qué es lo que MÁS le ha gustado?



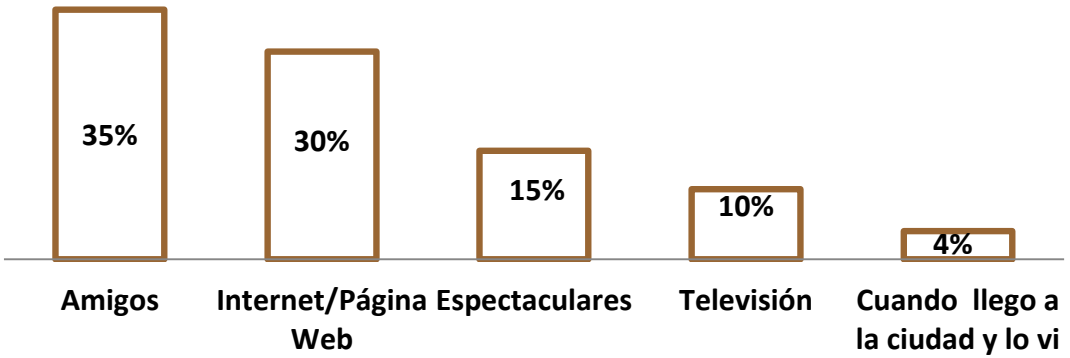
¿Existe algo que NO le ha gustado?



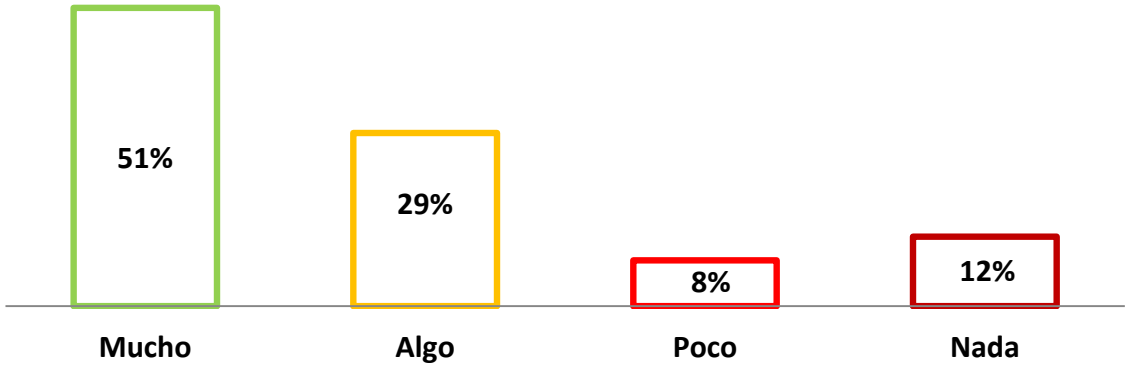
Nota: : El gráfico sólo muestra las respuestas con mayor número de menciones.

Medios de Comunicación

¿DE QUÉ MANERA SE ENTERÓ USTED DEL EVENTO? TOP 5



INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE ASISTIR AL EVENTO TOP 5



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

Distribución por tipo de Hospedaje

Tipo de Asistente

EXCURSIONISTA

45%

TURISTA

55%

¿Dónde se está hospedando o se hospedará?

Hotel	**54%**
Casa de familiares/amigos	31%
Hostal/Posada	7%
Otros	4%
Vivienda rentada	4%

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)

Medio de Transporte utilizado

¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZÓ USTED COMO MEDIO PRINCIPAL PARA LLEGAR A ESTA CIUDAD?

AUTOMÓVIL PROPIO

50%

AUTOBÚS

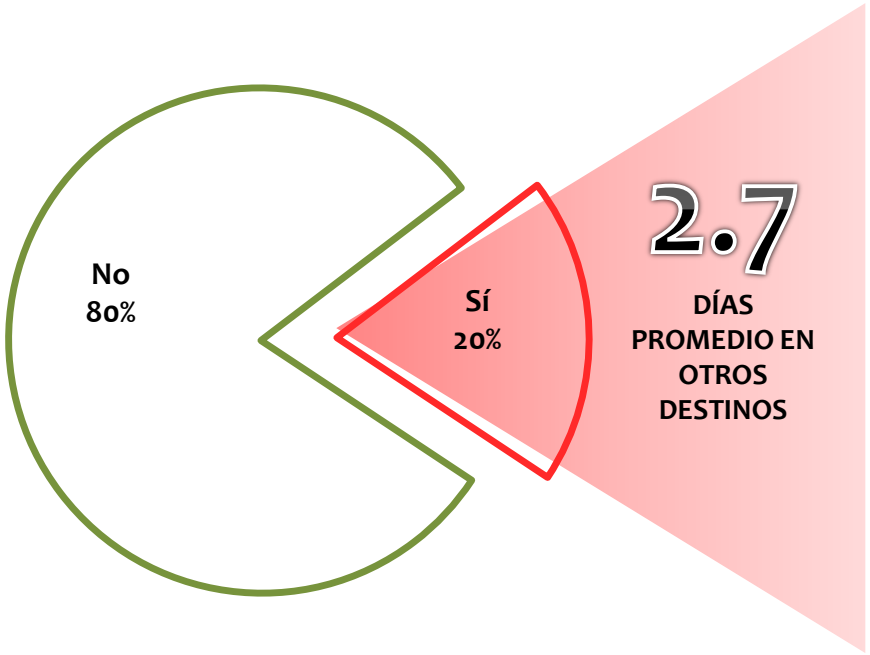
46%

AVIÓN

4%

Movilidad del Visitante

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



CIUDADES QUE VISITÓ	
San Miguel de Allende	**24%**
Guanajuato	18%
León	18%
Irapuato	12%

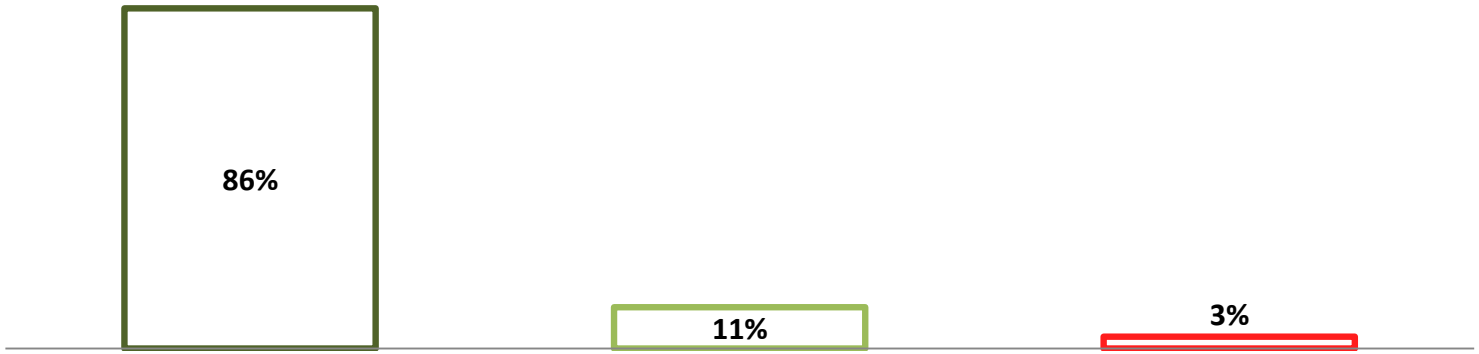
CIUDADES QUE VISITARÁ	
Guanajuato	**57%**
León	16%
San Miguel de Allende	10%
Dolores Hidalgo	7%

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

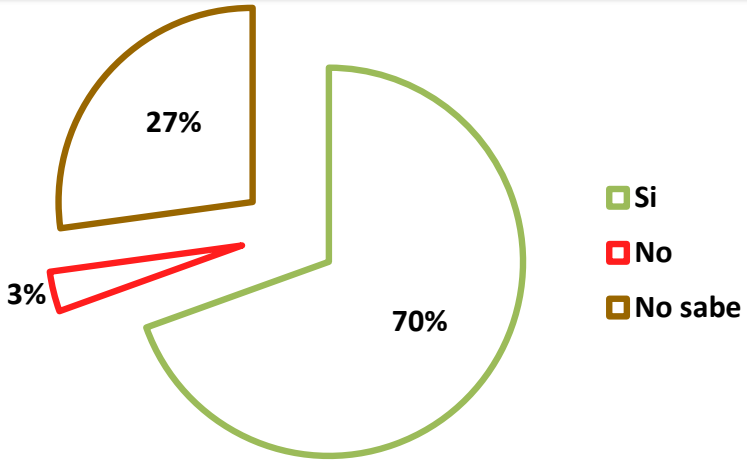
Podemos decir que la movilidad de los visitantes al eventos se dio al interior del estado, siendo las sedes del evento los lugares que visitaron, así como otras ciudades cercanas a las mismas.

Experiencia de Viaje

EXPERIENCIA DE VIAJE



¿CONSIDERARÍA REGRESAR AL EVENTO EL PRÓXIMO AÑO?



70%

DE LAS PERSONAS CONSIDERAN REGRESAR A LA PRÓXIMA EDICIÓN DEL EVENTO

Perfil Promedio

- Armando tiene 29 años, es estudiante universitario.
- El es un visitante nacional originario del Distrito Federal y viene acompañado de amigos.
- Visitó la ciudad sede con la finalidad de asistir al evento, llegó en su automóvil propio.
- Él es aficionado al cine y esta es su primera visita al evento.
- Lo que más le gustó del evento fueron los cortos, mientras lo que menos le gustó fue la desorganización.
- Los medios a los que tiene mayor exposición son el internet y la televisión; el medio por el cual se enteró del evento fue por amigos, los cuales influyeron mucho para que decidiera asistir.
- Considera que su experiencia de viaje valió lo que gastó y piensa asistir a la próxima edición del evento.
- Él se hospedo en hotel y su gasto diario por persona fue de $1,546.

Perfil Ciudad de Guanajuato

- David tiene 24 años, es estudiante universitario.

- El es un visitante estatal originario de la ciudad de León y viene acompañado de amigos.

- Visitó la ciudad sede con la finalidad de asistir al evento, llegó en autobús.

- Él es aficionado al cine y esta es su primera visita al evento.

- Lo que más le gustó del evento fueron los cortos y la películas, mientras lo que menos le gustó fue la desorganización.

- Los medios a los que tiene mayor exposición son el internet y la televisión; el medio por el cual se enteró del evento fue por amigos, los cuales influyeron mucho para que decidiera asistir.

- Considera que su experiencia de viaje valió lo que gastó y piensa asistir a la próxima edición del evento.

- Él regresó a su ciudad de origen y su gasto promedio en su visita al evento fue de $1,106.68.

Perfil Ciudad de San Miguel de Allende

- José tiene 34 años, es empleado en una empresa privada y su nivel académico es de universidad.
- Él es un visitante nacional originario del Distrito Federal y viajo solo.
- Visitó la ciudad con la finalidad de asistir al evento, llegó en su automóvil propio.
- Él es aficionado al cine y esta es su primera visita al evento.
- Lo que más le gustó del evento fueron los cortos, mientras lo que menos le gustó fue la falta de información.
- Los medios a los que tiene mayor exposición son el internet y la televisión; el medio por el cual se enteró del evento fue internet, el cual influyó mucho para que decidiera asistir.
- Considera que su experiencia de viaje valió lo que gastó y piensa asistir a la próxima edición del evento.
- Él se hospedo en hotel y su gasto diario por persona fue de $1,754.05.

Estado de Guanajuato
lo que vives, hace historia

Secretaría de Desarrollo Turístico
Gobierno del Estado

Indicadores de la Actividad Turística 2011

Ocupación y Visitantes

- La llegada de turistas a hoteles en conjunto para los 2 destinos fue de más de 19 mil personas durante el periodo del evento.
- El promedio de ocupación hotelera fue de 67%.
- La llegada de turistas en San Miguel de Allende presentó un incremento del 20% en comparación con el año anterior, mientras que la ocupación aumentó 3%.
- En Guanajuato Capital, la estadía (noches) y la densidad (personas por habitación) presentaron incrementos del 9% y 4% respectivamente con relación a 2010.

Festival Expresión en Corto 2011 San Miguel de Allende y Guanajuato			
Indicador	**San Miguel de Allende 22-26 de julio**	**Guanajuato Capital 27 - 31 julio**	**Total 2 destinos**
Llegada de turistas	**5,914**	**13,256**	**19,170**
Turistas Noche	10,705	24,656	35,361
Ocupación	**59%**	**71%**	**67%**
Estadía	1.81	1.86	1.84

Fuente: Sedetur - Datatur

Impacto del Evento

Visitantes y Derrama Económica Estimada San Miguel de Allende y Guanajuato Capital 22 de julio al 31 de agosto 2011		
Categoría	**Personas**	**Derrama Económica Estimada**
Turistas en Hotel 1 a 5*	19,170	$49,619,834
Turistas en otros establecimientos comerciales	4,091	$11,936,248
Turistas en establecimientos no comerciales	10,357	$20,513,438
Excursionistas	34,241	$40,566,660
Totales	**67,860**	**$122,636,180**

Fuente: Datatur-Sectur, Estudio del Perfil del Visitante al Festival 2011.

Impacto del evento = 76% de visitantes motivados por el Festival
51 mil 709 visitantes
$93.5 millones de pesos de derrama económica

Turistas en otros establecimientos comerciales incluye las categorías: Hostal/Posada, Casa rentada y Otros
Turistas en establecimientos no comerciales incluye la categoría: 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