

EL PERFIL DEL VISITANTE EN LOS DIFERENTES DESTINOS Y EVENTOS TURÍSTICOS DEL ESTADO DE GUANAJUATO. Dolores Hidalgo y Guanajuato Sí Sabe

López Tinoco María Guadalupe¹, Morales Betzabeth Dafne²

1 [Licenciatura en Administración de Recursos Turísticos, División de Ciencias Económico Administrativas, Campus Guanajuato] | Dirección de correo electrónico: [lotmag91@gmail.com]

2 [Departamento de Gestión y Dirección de Empresas, División de Ciencias Económico Administrativas, Campus Guanajuato] | Dirección de correo electrónico: [dafne@ugto.mx]

Resumen

El presente artículo pretende analizar el perfil del visitante a destinos turísticos del Estado de Guanajuato, con la finalidad de estudiar las tendencias en gustos, motivaciones, gasto promedio, entre otros factores, a lo largo del tiempo. Analizando el perfil del visitante de Dolores Hidalgo y del evento Guanajuato Si sabe. El análisis se realiza con base en un conjunto de variables exploratorio y cualitativas. Utilizando consultoría de la pagina web del Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato. A la luz de los resultados se describe la importancia de la conservación de los atractivos culturales y la sede donde se realiza el evento.

Abstract

This article aims to analyze the profile of the visitor to tourist destinations in the State of Guanajuato, with the aim of studying trends in tastes, motivations, average spending, among other factors, over time. Analyzing the visitor's profile of Dolores Hidalgo and the Guanajuato event If you know. The analysis is made based on a set of exploratory and qualitative variables. Using consultancy from the website of the Tourist Observatory of the State of Guanajuato. In light of the results, the importance of conserving cultural attractions and the venue where the event takes place is described.

Palabras Clave

Perfil del turista; Destinos turísticos; Eventos turísticos; Turismo cultural; Turismo Gastronómico.

INTRODUCCIÓN

El Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato es un espacio de análisis, técnico, intersectorial e interdisciplinario bajo el cual un grupo de personas y/o entidades se agrupan y organizan con el propósito de vigilar, medir y verificar la evolución del sector turismo en el Estado de Guanajuato. El cual está integrado por el presidente, secretario técnico, suplente de presidente, subsecretaria de promoción turística y dirección general de desarrollo turístico de la SECTUR, además lo incorpora el sector Educativo, sector Público, sector Privado y Consejo Consultivo Turístico [1].

El posicionamiento en el mercado del turismo internacional logrado por México se basa en la diversidad de sus atractivos y en la variada oferta de destinos, donde conviven centros turísticos tradicionales y centros turísticos integralmente planificados. En la década de los años sesenta el Estado elaboró el primer Plan Nacional de Desarrollo Turístico y ejerció un rol central en la evolución de la actividad, buscando una respuesta favorable para paliar las deficiencias en la economía como consecuencia de aplicar una política de sustitución de importaciones. La respuesta inmediata fue la creación de cinco destinos turísticos planificados por el Estado: Cancún, Los Cabos, Loreto, Ixtapa-Zihuatanejo y Huatulco, que toman como sustento el recurso natural a partir de su función escénica, donde el medio ambiente aporta los recursos para el uso del suelo y al mismo tiempo actúa soporte de la actividad económica [2].

Al mismo tiempo, el estado de Guanajuato es reconocido como uno de los principales destinos turísticos del país. Sin embargo, al contar con una amplia variedad de atractivos, paisajes y riqueza histórica, natural y arquitectónica, la comprensión del fenómeno turístico, como actividad económica, se vuelve un ejercicio complejo. Una manera de capturar la situación actual es identificar los principales problemas que hasta hoy han impedido un mejor desarrollo de la actividad turística. [3] No obstante, la oferta turística cada día es más amplia: cultural, alternativa, de negocios, aventura y de ocio entre otros. El visitante es más selectivo y exigente, lo que obliga tanto a prestadores de servicios como a los diferentes órdenes de gobierno a trabajar de manera coordinada e integrad ofertando al estado de Guanajuato como un destino turístico competitivo, sustentable y cálido [4].

Se realizó en Yucatán, México, un estudio cuyo objetivo fue identificar el perfil y grado de satisfacción del turista en los principales destinos de Yucatán. En el cual utilizaron una metodología cuantitativa ya que le permite analizar los datos de manera numérica y estadística. La investigación la consideraron no experimental transeccional descriptivo. La cual pretende identificar características sociodemográficas de los turistas, del mismo modo saben qué proporción de la población tiene esas características. La población de la investigación se forma por todos los turistas nacionales y extranjeros que se visitan los seis destinos de Yucatán: Mérida, Progreso, Valladolid, Izamal, Uxmal y Chichen Itzá, que serían mayores de edad y con al menos una pernocta en el destino. Teniendo como objetivo general caracterizar al turista nacional y extranjero en relación a sus atributos sociodemográficos y estructura de consumo de los servicios turísticos y no turísticos en los distintos destinos turísticos de Yucatán: Mérida, Progreso, Valladolid, Izamal, Uxmal y Chichen Itzá[5].

Por otro lado, en Ecuador se realizó un estudio denominado “Análisis del perfil del visitante y promoción turística del Cantón Saraguro” con el objetivo de analizar la situación actual del cantón Saraguro en sus diferentes ámbitos, determinar el perfil del visitante, potencial turístico del cantón Saraguro y proponer estrategias de promoción turística del cantón [6]. En la cual se empleó un método de revisión bibliográfica ya que se recogió todas aquellas citas que aporten información importante acerca del objeto de estudio. De la misma manera, se empleó metodología cuantitativa realizaron encuestas a turistas. Donde obtuvieron como resultado que conocer la demanda es uno de los principales aspectos del sector turístico, mediante la investigación se evidencio que la mayoría de personas que vistan el cantón son turistas nacionales, preparados académicamente y provenientes de ciudades cercanas, siendo su estancia transitoria. El estudio del perfil es primordial para orientar los esfuerzos que realizan receptores para que la estadía turística sea totalmente de su agrado y se convierta en una experiencia única. Igualmente, conocer la posición competitiva de un atractivo turístico frente a los demás identificados es esencial. Seguro posee un fuerte y muy importante potencial turístico que debe ser puesto en valor.

JUSTIFICACIÓN

Este estudio es relevante para conocer las características del turista o consumidor, acerca de lo que influye en su demanda para poder visitar un destino o evento, asimismo, ayuda a revelar las variables que condicionan su comportamiento de compra, y de la misma manera, sirve de orientación para el diseño u organización de información que apoye la toma de decisiones para la delimitación de estrategias, con las correctas características de preferencia y motivos de compra. Dicha información permite satisfacer las necesidades de las personas que visitan destinos y eventos en el Estado.

OBJETIVO GENERAL

Analizar el perfil del visitante a destinos y eventos turísticos del Estado de Guanajuato, con la finalidad de estudiar las tendencias en gustos, motivaciones, gasto promedio, estadía, entre otros factores, a lo largo del tiempo. Analizando el perfil del visitante a destinos turísticos como: Dolores Hidalgo, León, Mineral de Pozos y Zonas Arqueológicas de los últimos cinco años. Además, el perfil del visitante a eventos turísticos como: Guanajuato Si sabe, Motofiesta, Noches Mágicas y Tequila, de los últimos tres años.

MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio de caso es de carácter predominantemente exploratorio y cualitativo. Utilizando consultoría de la página web del Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato para tener una visión semejante de los eventos Noches Mágicas, Motofiesta, Guanajuato Sí Sabe y Tequila y así mismo poder analizar el perfil del visitante a la ciudad en: Salamanca, Mineral de Pozos, León, Dolores Hidalgo y Zonas Arqueológicas en el Estado de Guanajuato. Por tanto, el estudio tiene como objetivo general analizar el perfil del visitante a destinos turísticos del Estado de Guanajuato, con la finalidad de estudiar las tendencias en gustos, motivaciones, gasto promedio, estadía, entre otros factores, a lo largo del tiempo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Dolores Hidalgo

La derrama económica ha ido incrementando a través de los años. Desde el año 2014 con \$ 509,053,748 hasta el año 2017 con \$1131,000,000. Los turistas utilizan hotel o casas de familiares o amigos para su descanso. Teniendo un porcentaje de ocupación hotelera de 17% y en casa de familiares 15% al 2014 con un porcentaje de ocupación hotelera de 13% y de casa de familiares de 8%. A partir del año 2014 al 2017 se ha mantenido constante. De la misma manera, la mayoría de los visitantes son de procedencia estatal con visitantes mayormente de León, Celaya, San Luis de la Paz y San Miguel de Allende. Aunque el porcentaje de procedencia internacional no es alto, ha ido aumentando a través de los años, en el año 2014 tuvo un 3% y en el 2017 un 6%, siendo Estados Unidos y España los principales visitantes con procedencia internacional. Mas aún, el gasto promedio de turistas se divide en hoteles y casas de familiares. En la hotelería ha ido incrementado poco a poco desde el año 2014 con un gasto promedio de \$ 1181.91 hasta el año 2017 con \$1364.1. Mientras que el gasto en familia ha ido disminuido con un gasto de \$ 837.24 en el 2014 hasta 2017 con \$788.94. El gasto promedio de excursionistas había aumentado conforme a los años 2014 con \$ 1115.91 hasta el año 2016 con un gasto de \$ 1196.14, pero en el 2017 disminuyo a \$ 1050.96.

En la Gráfica 1 se observa los números de visitantes que ha ido en aumento desde el año 2014 teniendo alrededor de 517,778 visitantes, hasta el año 2017 teniendo aproximadamente 859,000 visitantes.

Gráfica 1: Número de visitantes a Dolores Hidalgo



Fuente: Elaboración propia.

Guanajuato Si sabe

La Gráfica 2 se observa en cuanto a los números de visitantes que ha ido en aumento desde el año 2013 teniendo alrededor de 7,130 visitantes, hasta el año 2016 teniendo aproximadamente 36,584 visitantes, mientras que en el año 2017 hubo una disminución con 16,213 visitantes.

Gráfica 2: Número de visitantes en el evento Guanajuato Si sabe



Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, la derrama económica ha ido incrementando a través de los años. Desde el año 2013 con \$ 17,715,123 hasta el año 2016 con \$ 60,000,000. Teniendo una disminución en el año 2017 con una derrama económica de \$ 34,000,385. Los turistas utilizan hotel, hostel y casas de familiares o amigos para su descanso. Teniendo un porcentaje de ocupación hotelera de 11% y en casa de familiares 2% en el año 2014 y un porcentaje de ocupación hotelera de 66%, de hostel 2% y de casa de familiares de 33% en el año 2015, siendo este año el de mayor nivel de hospedaje. De la misma manera, la mayoría de los visitantes son de procedencia estatal con visitantes mayormente de León, Guanajuato e Irapuato. Aunque el porcentaje de procedencia nacional se mantiene constante a través de los años, en el año 2013 tuvo un 22% y en el 2017 un 30%, siendo la Ciudad de México, Querétaro y Jalisco, los principales visitantes con procedencia nacional. Sumando, que el gasto promedio de turistas fue más alto en el año 2014 con \$ 1801.29, mientras que el más bajo fue de \$ 1123.45 en el año 2015 y 2013. Anudando que el gasto promedio de excursionistas fue más alto en el año 2013 con \$ 638.74, mientras que el más bajo fue de \$ 394.7 en el año 2014.

CONCLUSIONES

Una vez concluido este análisis, se puede apreciar que en Dolores Hidalgo los visitantes tienen a ser mayormente de género masculino (47% a 62%), siendo de tipo excursionista (68% a 79%), tener un mayor nivel educativo de universidad de un 43% a 55%. La procedencia es sumamente nacional (55% a 67%) y menormente internacional (3% a 6%). Siendo acompañados prioritariamente por familias (49% a 61%) y seguida por la pareja (20% a 28%). La preferencia de alojamiento se halla entre hoteles (13% a 17%) y casa de familiares o amigos (8% a 15%). Utilizando el auto propio (71% a 82%) como principal medio de transporte al Estado. El gasto diario ronda entre \$725.28 y \$1364.1 por día. Respecto a las motivaciones para viajar se confirma que el visitante que acude a este destino lo realiza por motivos de turismo cultura (40% a 66%) y en menor medida por razones de turismo deportivo (1%). La mayoría de los visitantes expresaron una alta satisfacción con la conservación de los atractivos culturales (9%).

Por otro lado, en los eventos como Guanajuato Si sabe los visitantes tienen a ser mayormente de género femenino (51% a 58%), siendo de tipo excursionista (11% a 80%), turista (5% a 26%) o local (47% a 75%), tener un mayor nivel educativo de universidad de un 54% a 60%. La procedencia es sumamente estatal (65% a 75%) y menormente internacional (1% a 3%). Siendo acompañados prioritariamente por familias (22% a 46%) y seguida por la pareja (19% a 30%). La preferencia de alojamiento se halla entre hoteles (11% a 70%), casa de familiares o amigos (2% a 3%). Utilizando el auto propio (82%) como principal medio de transporte al Estado. El gasto diario ronda entre \$ 394.7 y \$ 1801.29 por día. La mayoría de los visitantes expresaron una alta satisfacción en la sede donde se realiza el evento (9.19%).

REFERENCIAS

- [1] Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato. (2018) Recuperado de <http://www.observatorioturistico.org/oteg>
- [2] Berseny G. (2007) El turismo en México. Apreciaciones sobre el turismo en espacio litoral. Redalyc, Vol. 11, pp 13-34.
- [3] Gobierno del Estado de Guanajuato (2018). Programa Estatal de Turismo. Guanajuato 2013-2018. SECTUR, pp 3-40.
- [4] COTUR (s.f.) Coordinadora de Turismo del Estado de Guanajuato (COTUR). Cuarto informe de Gobierno.
- [5] Robleda M., Pérez E., Kantún M., Jonapá J., (2017) Perfil y grado de satisfacción del Turista. Universidad Autónoma de Yucatán.
- [6] Quezada P., Suasnavas M., Chango P. (2018). Análisis del perfil del visitante y promoción turística del Cantón Saraguro, Ecuador. Espacios.