



SAN LUIS POTOSÍ



*Tu destino...*



**XILITLA**  

---

**PUEBLO MÁGICO**

# Perfil del Visitante

## Xilitla

### Pueblo Mágico

### Invierno 2018

Con el objeto de determinar el Perfil del Visitante y conocer la experiencia durante su estancia en este destino, se llevó a cabo un levantamiento de 221 encuestas.

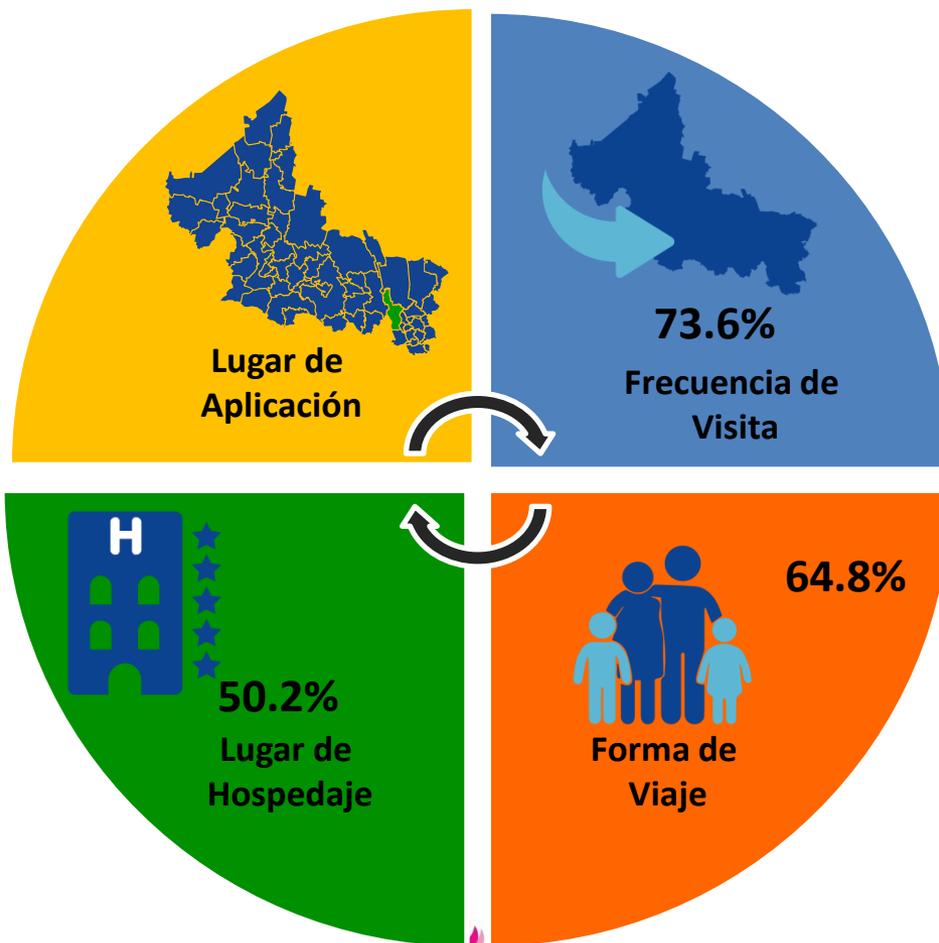
Las entrevistas se levantaron durante el mes de Diciembre en los principales sitios turísticos del destino y fueron contestadas directamente por los visitantes.

Los resultados obtenidos para cada uno de los conceptos se presentan a continuación:

# Resumen

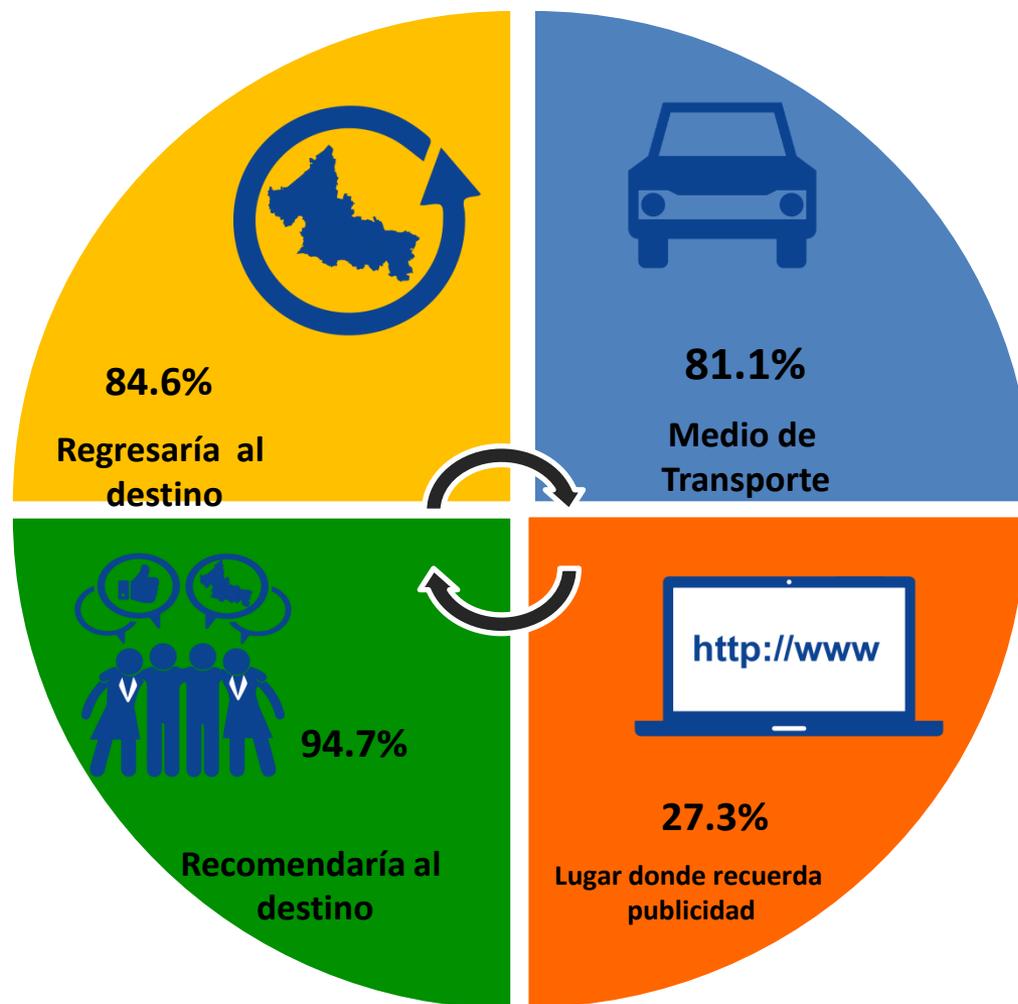
5.5

Tamaño de Grupo promedio



33 37  
Edad Promedio (Años)

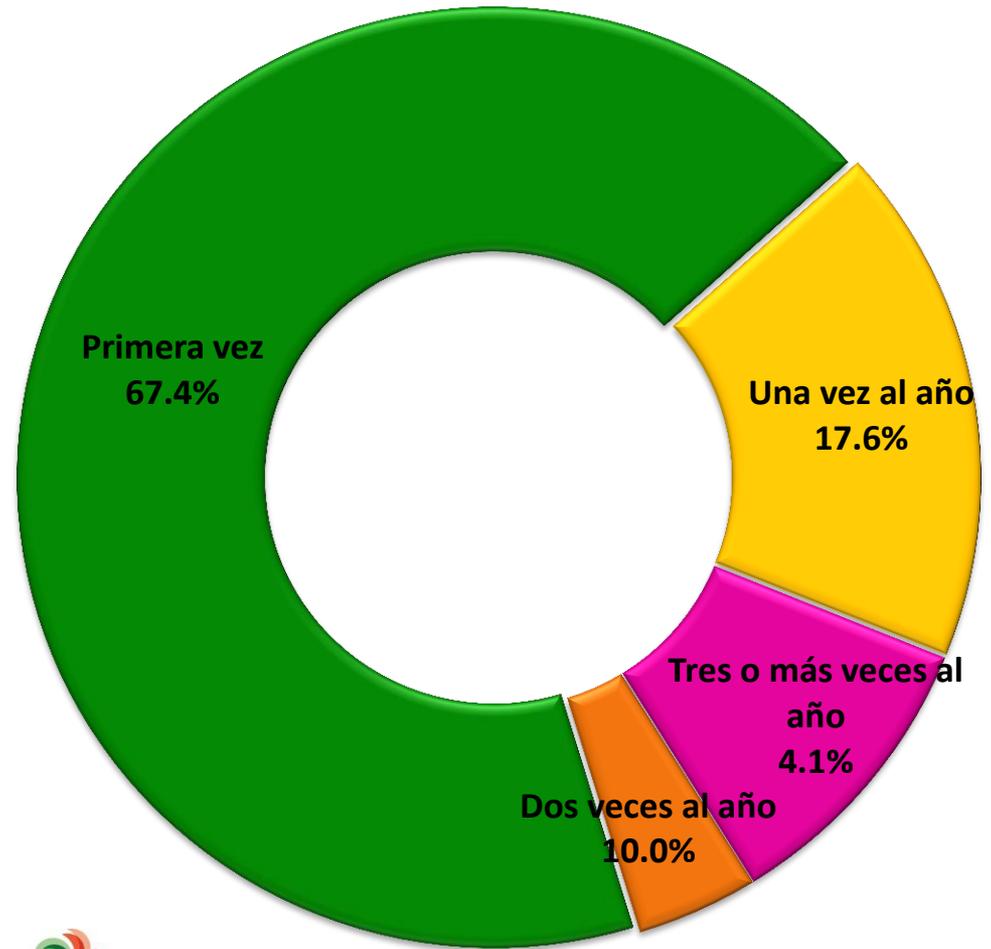
# Resumen



# Frecuencia de Visita a la Región

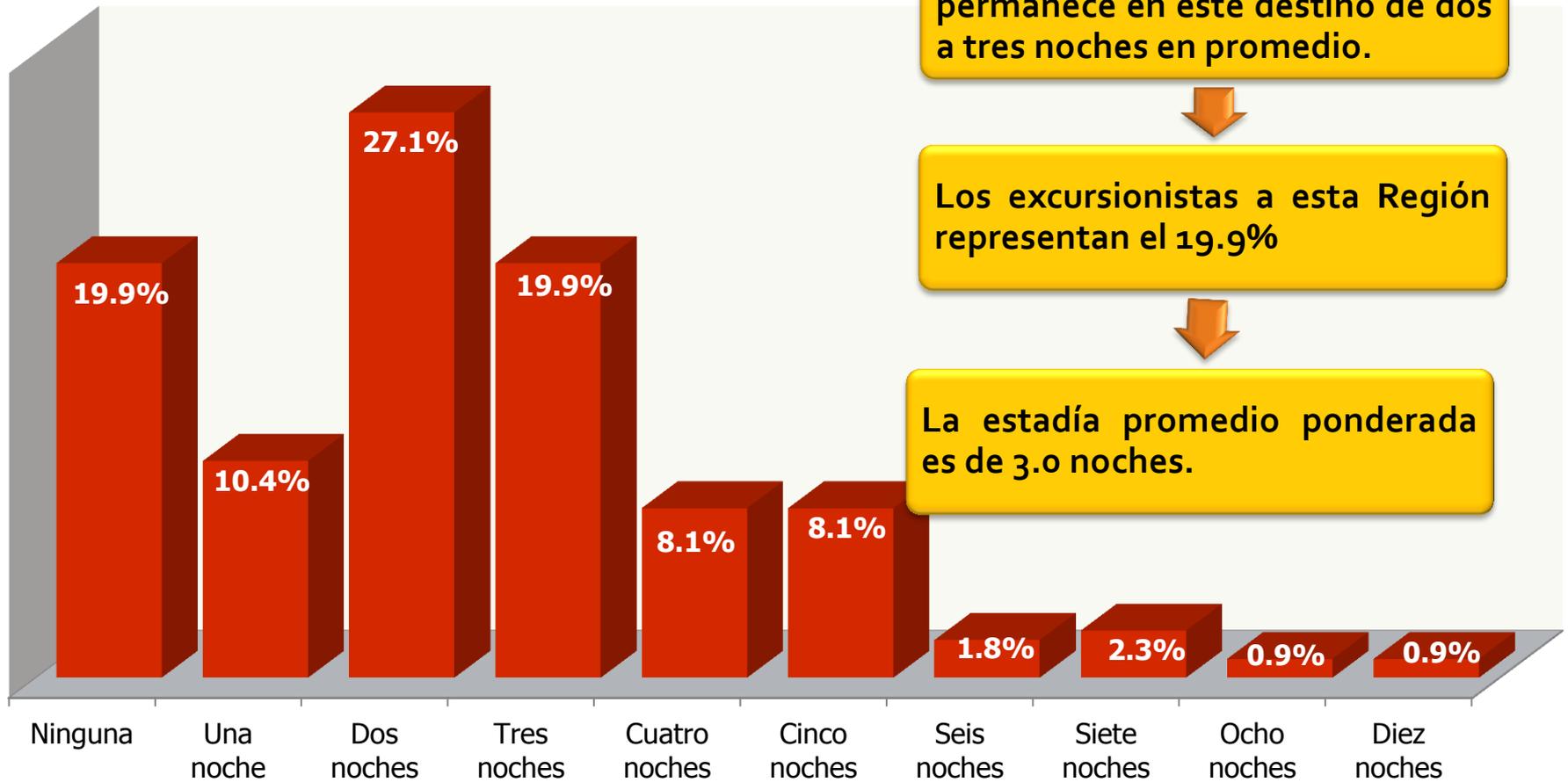
El 67.4% visita el municipio por primera vez

El turismo repetitivo representa el 31.7%



Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Noches de Estadía



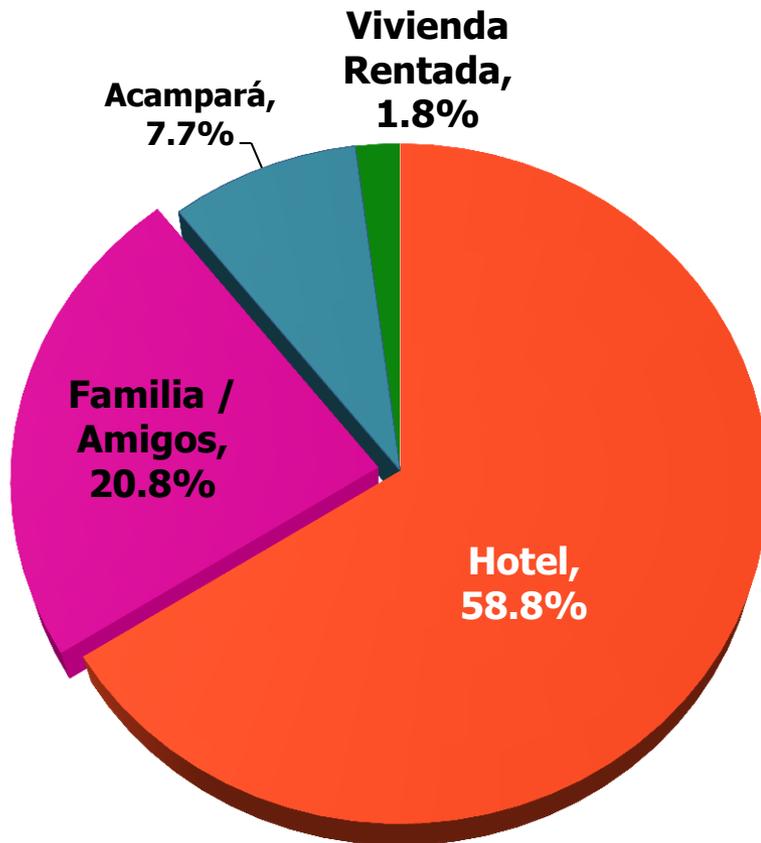
El 47.1% de los visitantes permanece en este destino de dos a tres noches en promedio.

Los excursionistas a esta Región representan el 19.9%

La estadía promedio ponderada es de 3.0 noches.

Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Lugar de Hospedaje del Visitante

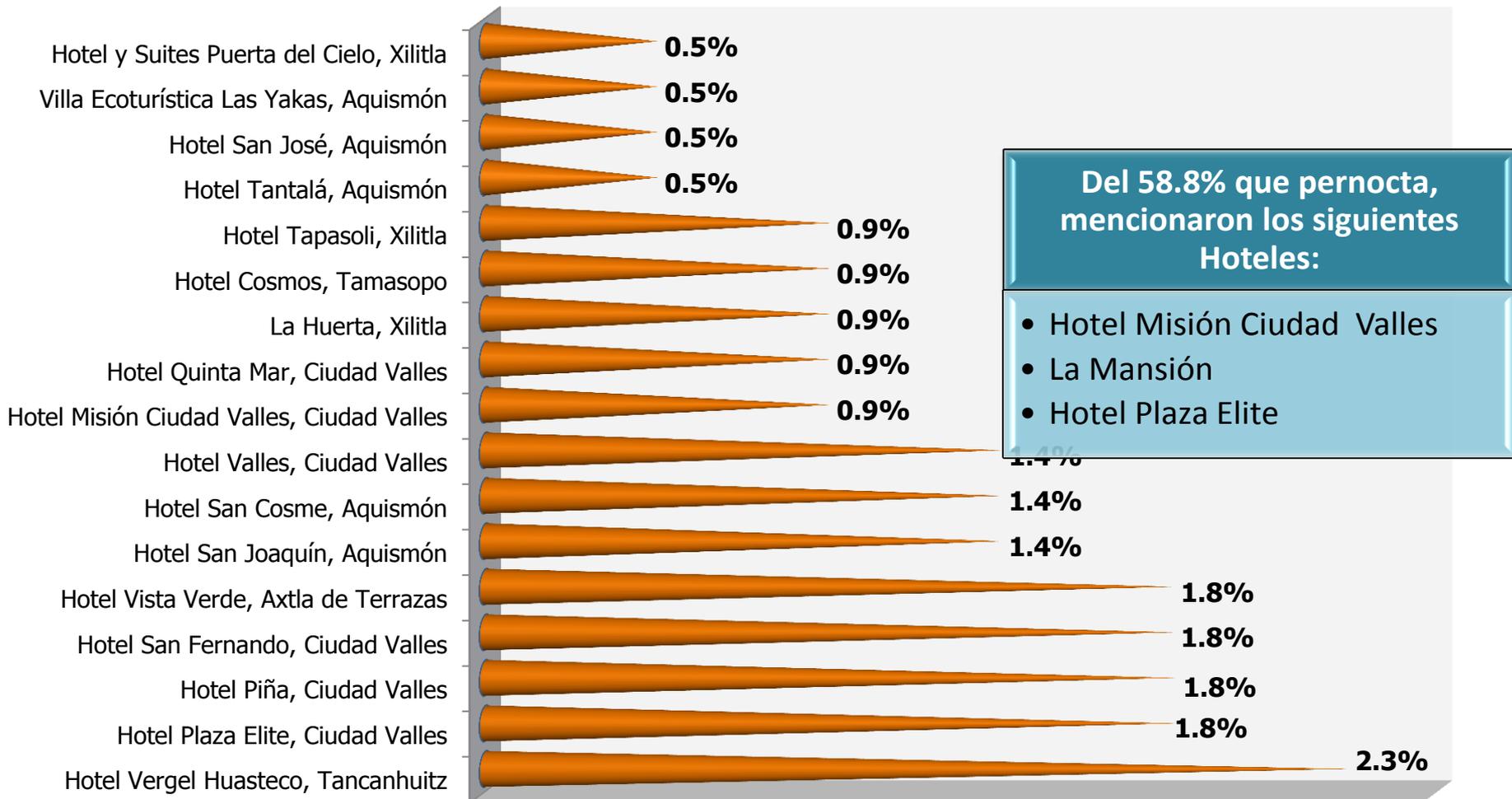


Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

Más de la mitad de los visitantes pernoctan en algún hotel de esta región (58.8%)

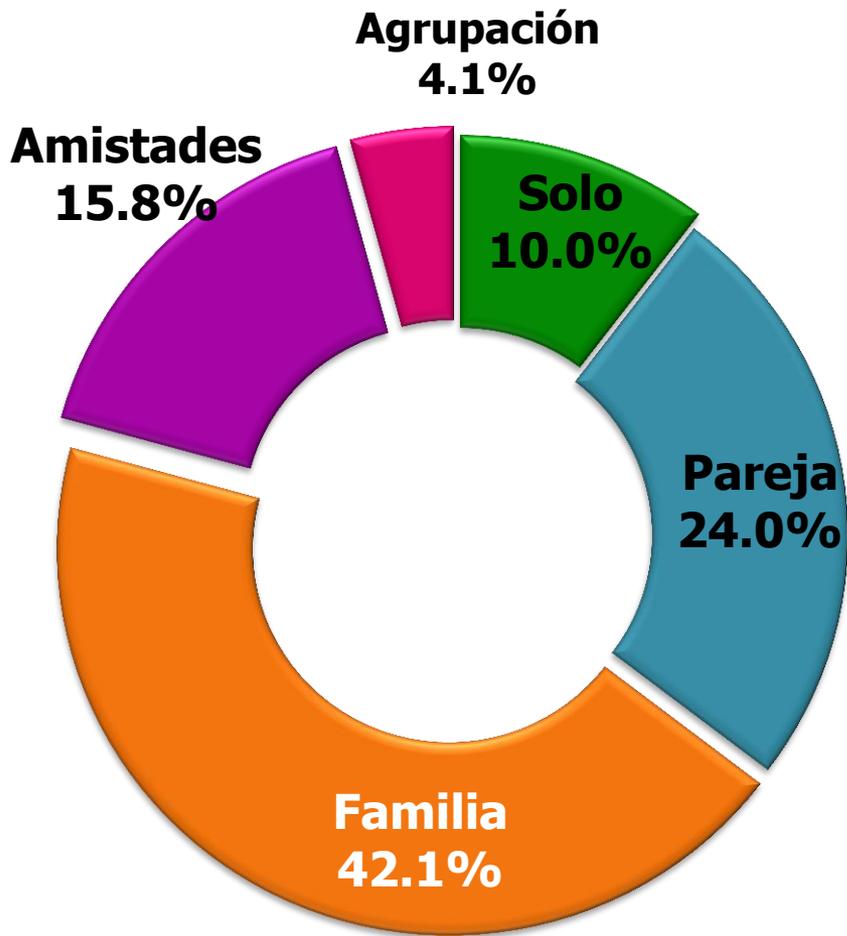
El 20.8% prefiere casas de Familiares y amigos.

# Principales Hoteles de Pernocta del visitante



Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Forma de Viajar del Visitante



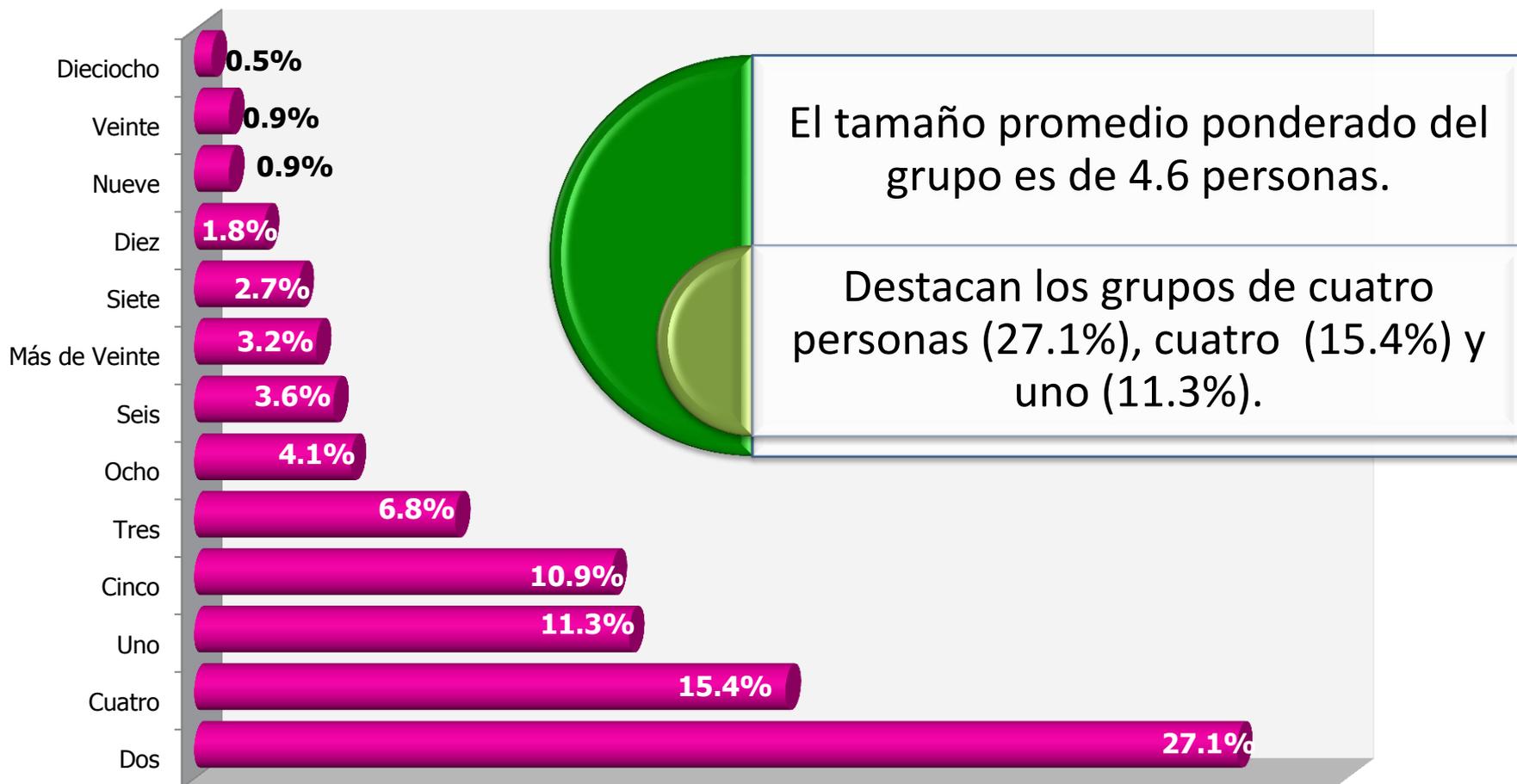
El 42.1% realiza este viaje con la familia.

El 24.0% viaja con su pareja.

15.8% viaja con amistades y el 4.1% realiza este viaje con alguna agrupación.

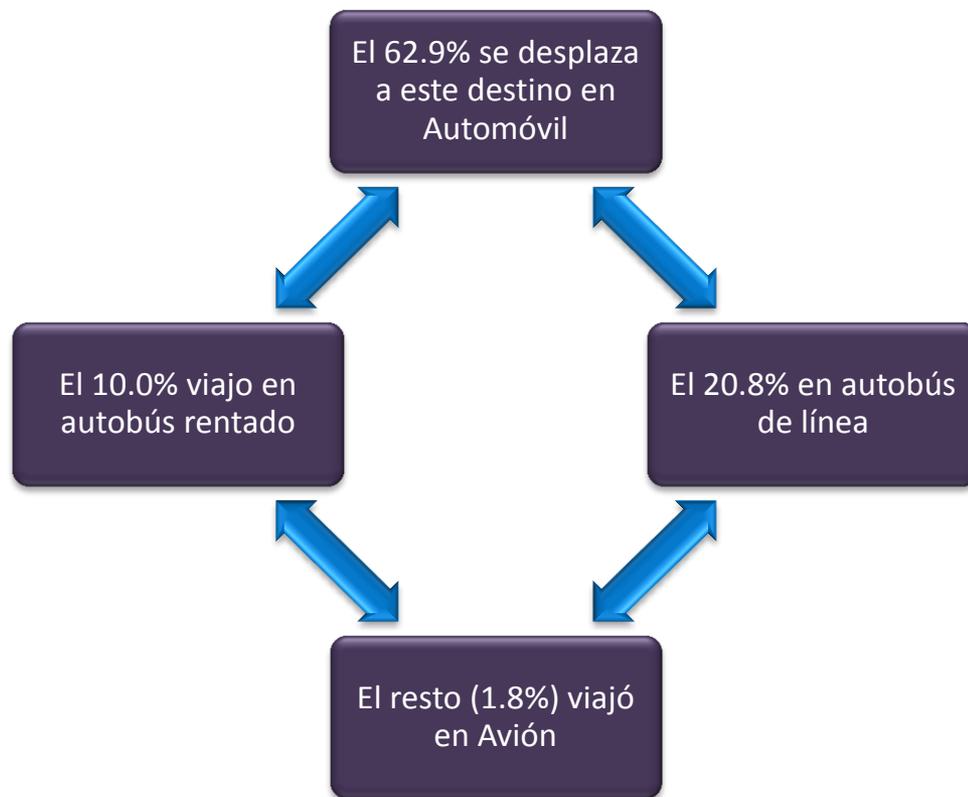
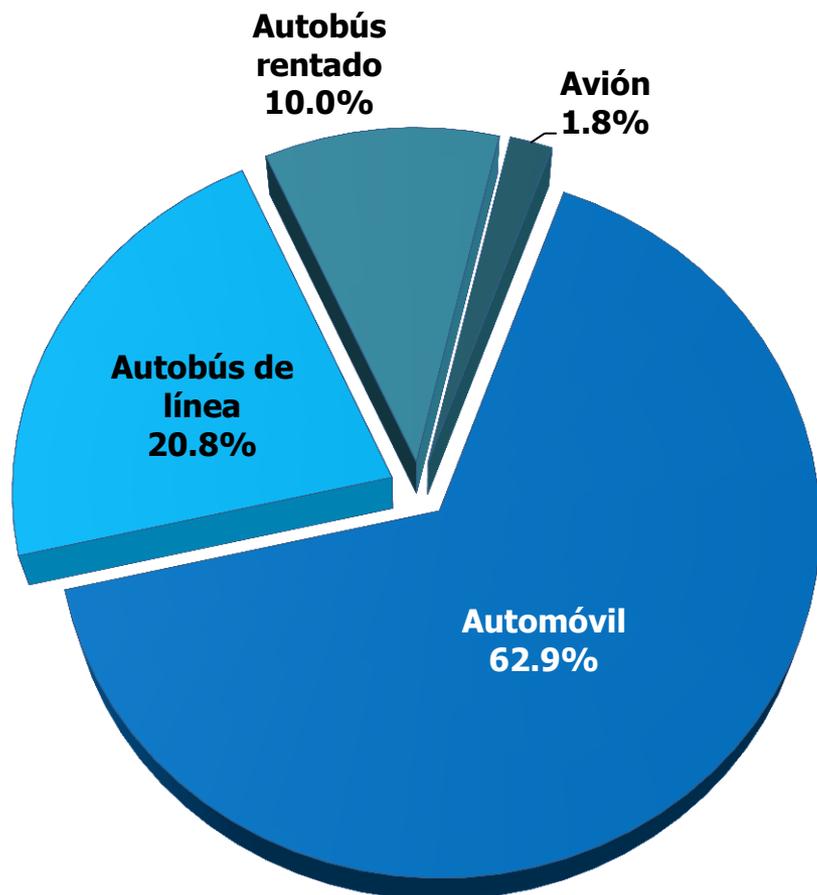
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Número de Acompañantes en su Visita



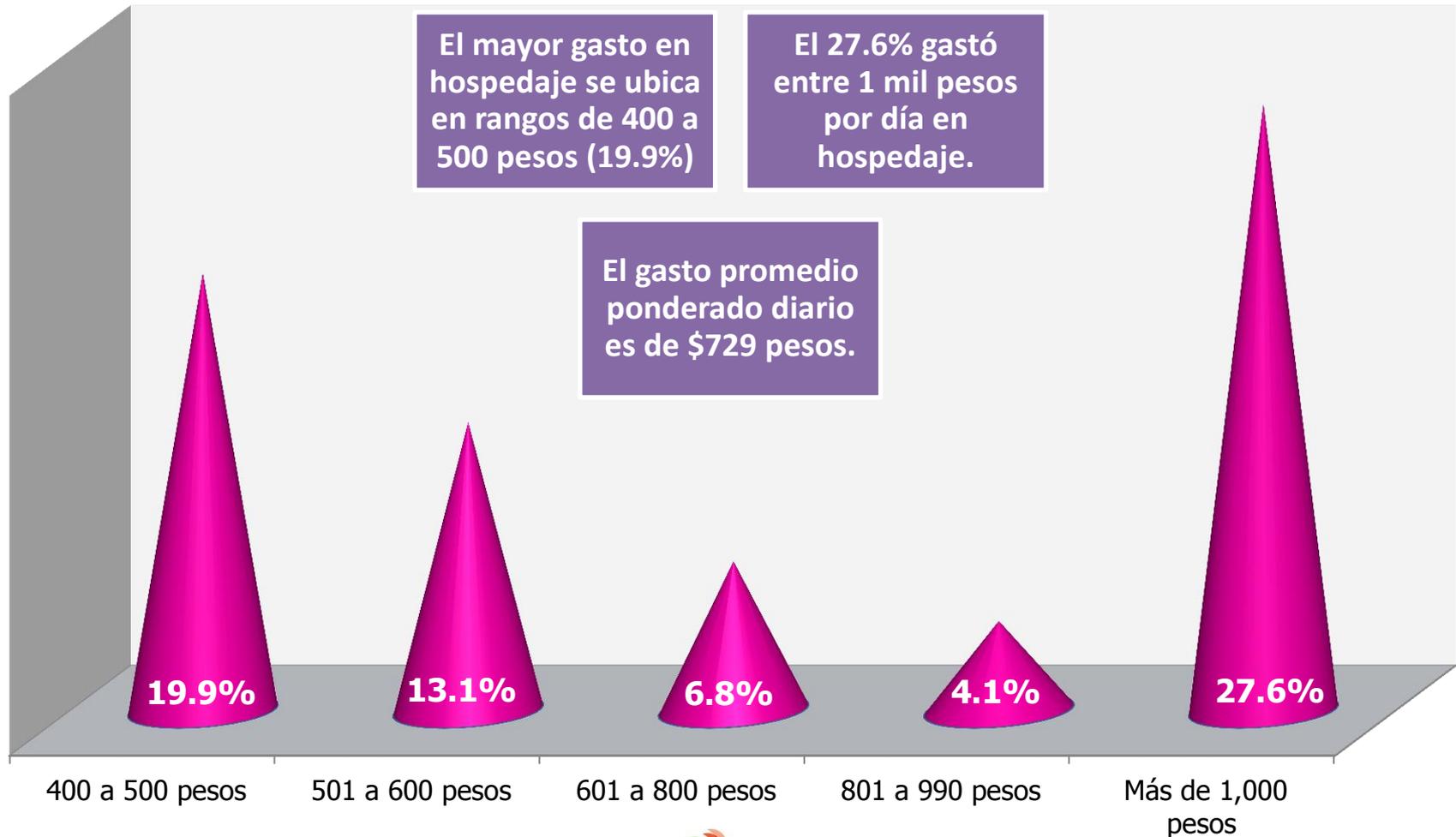
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Medio de Transporte Utilizado por el Visitante



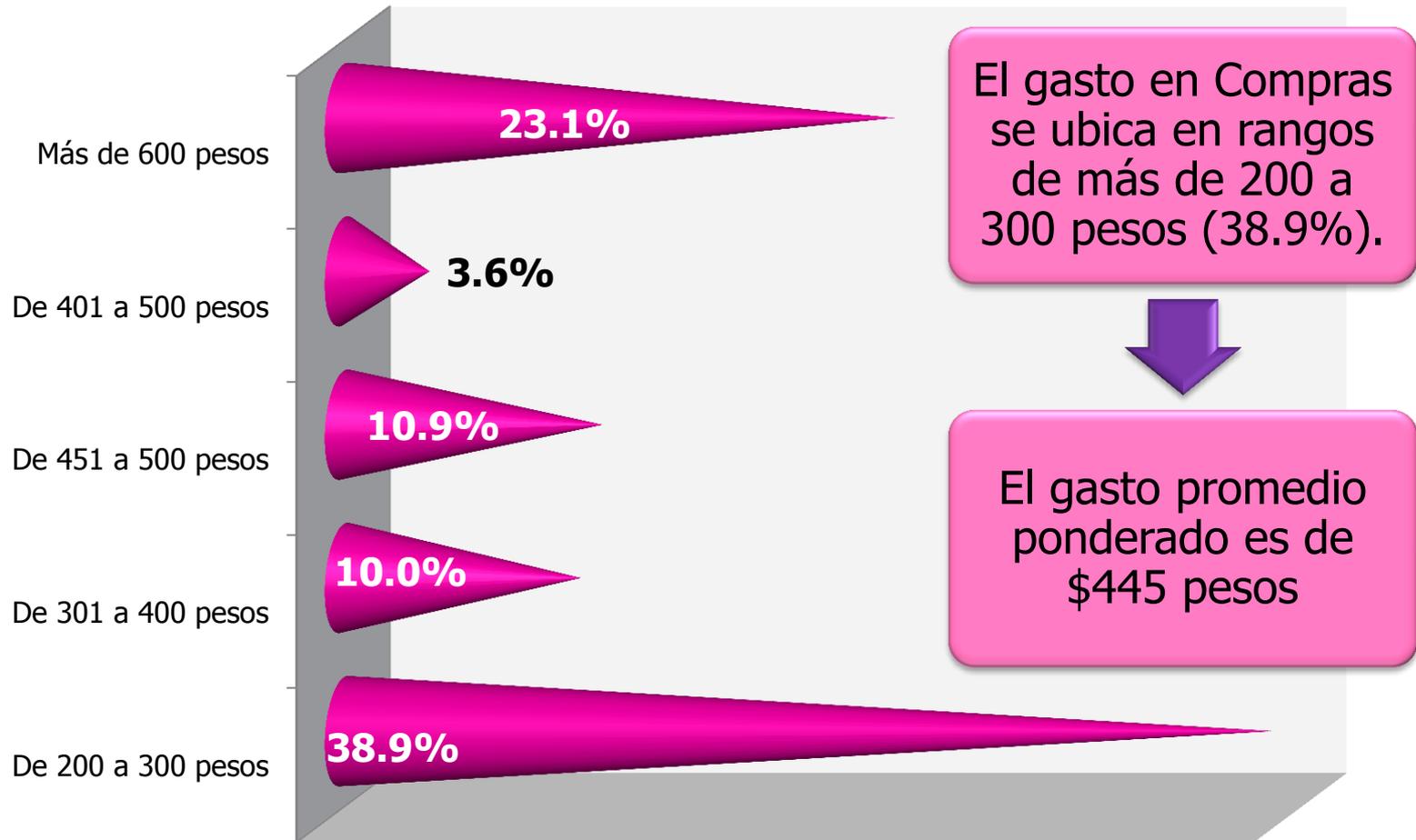
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio - Hospedaje



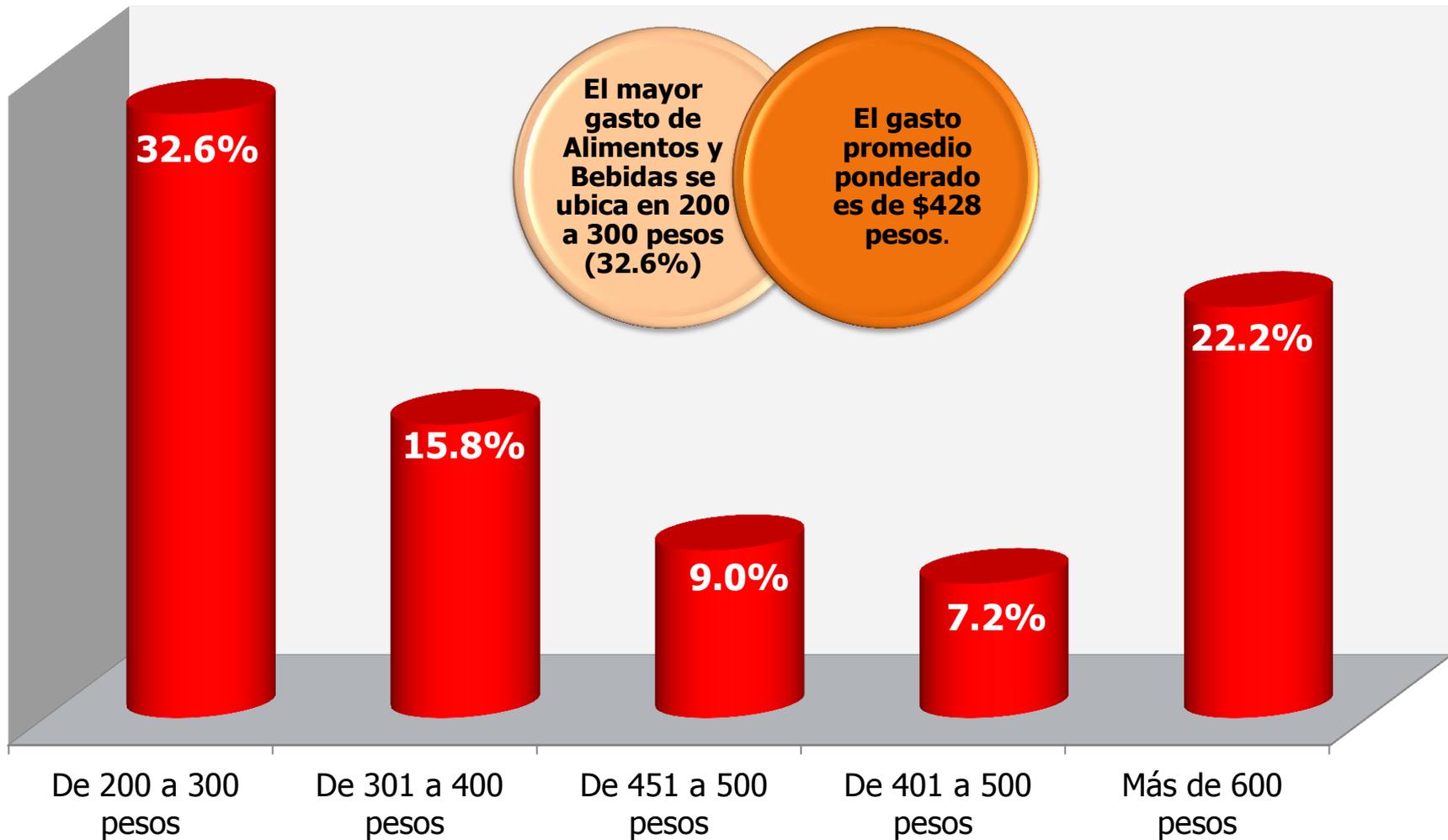
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio - Compras

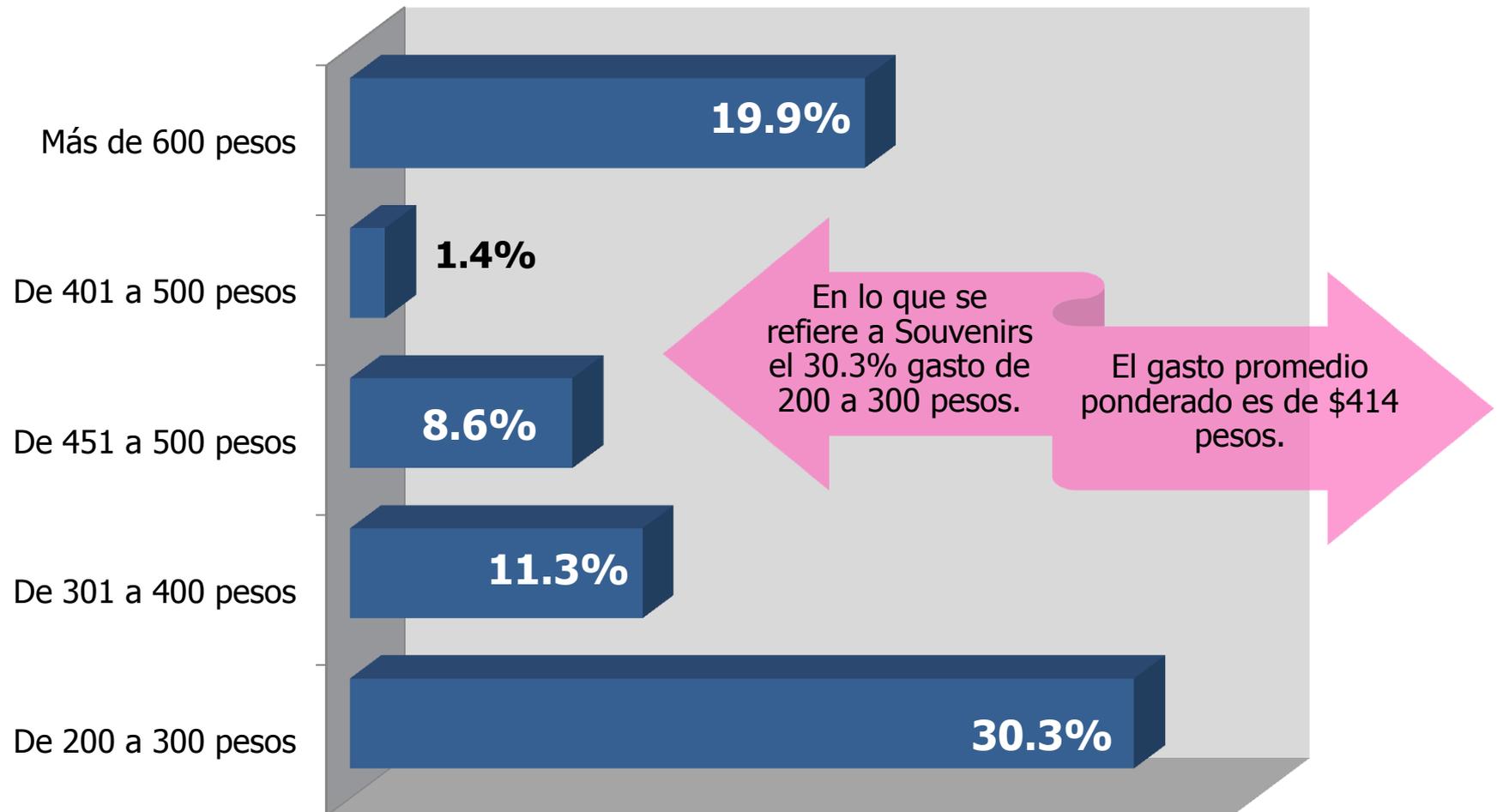


Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio – Alimentos y Bebidas

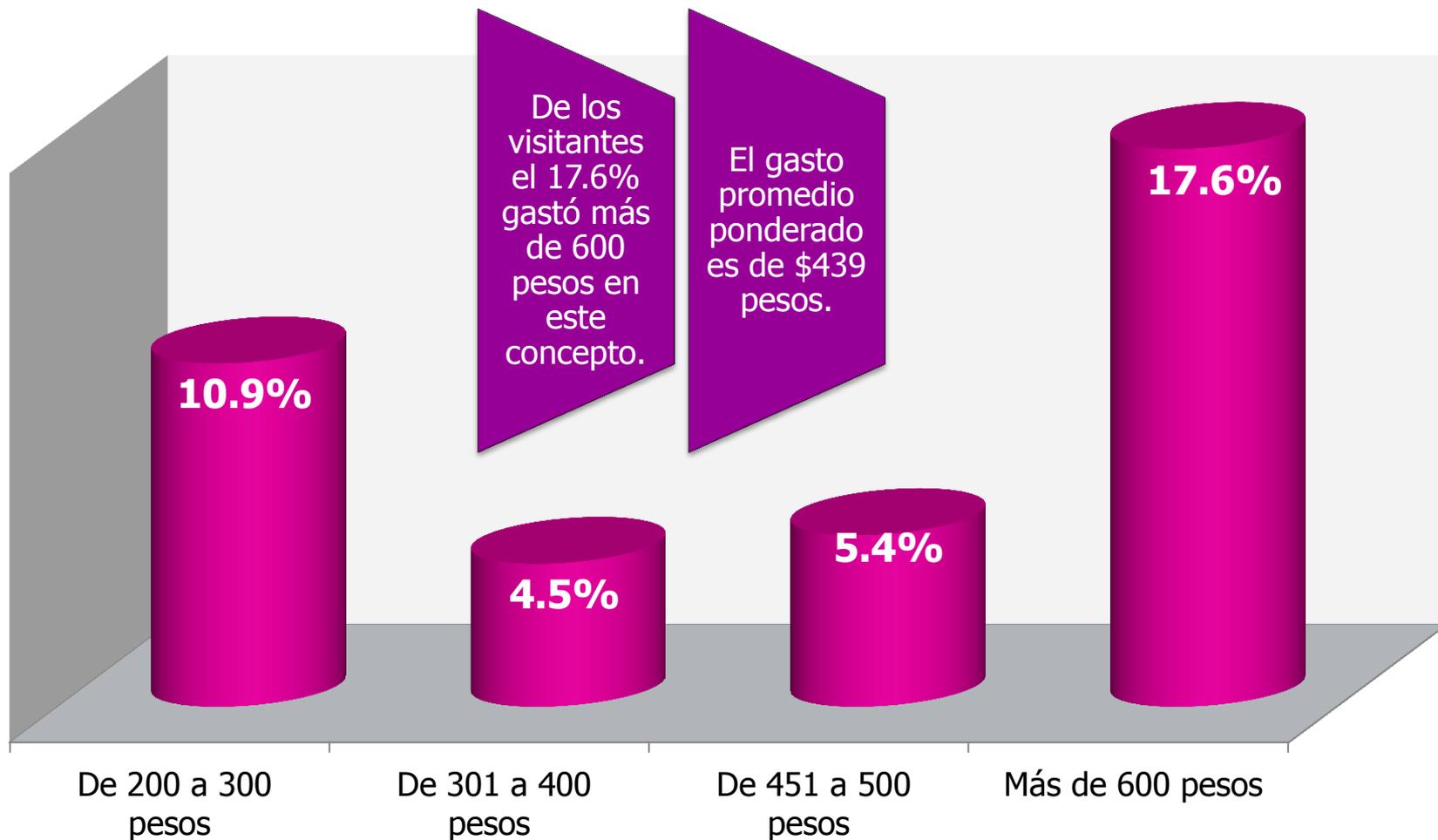


# Gasto Promedio - Souvenirs



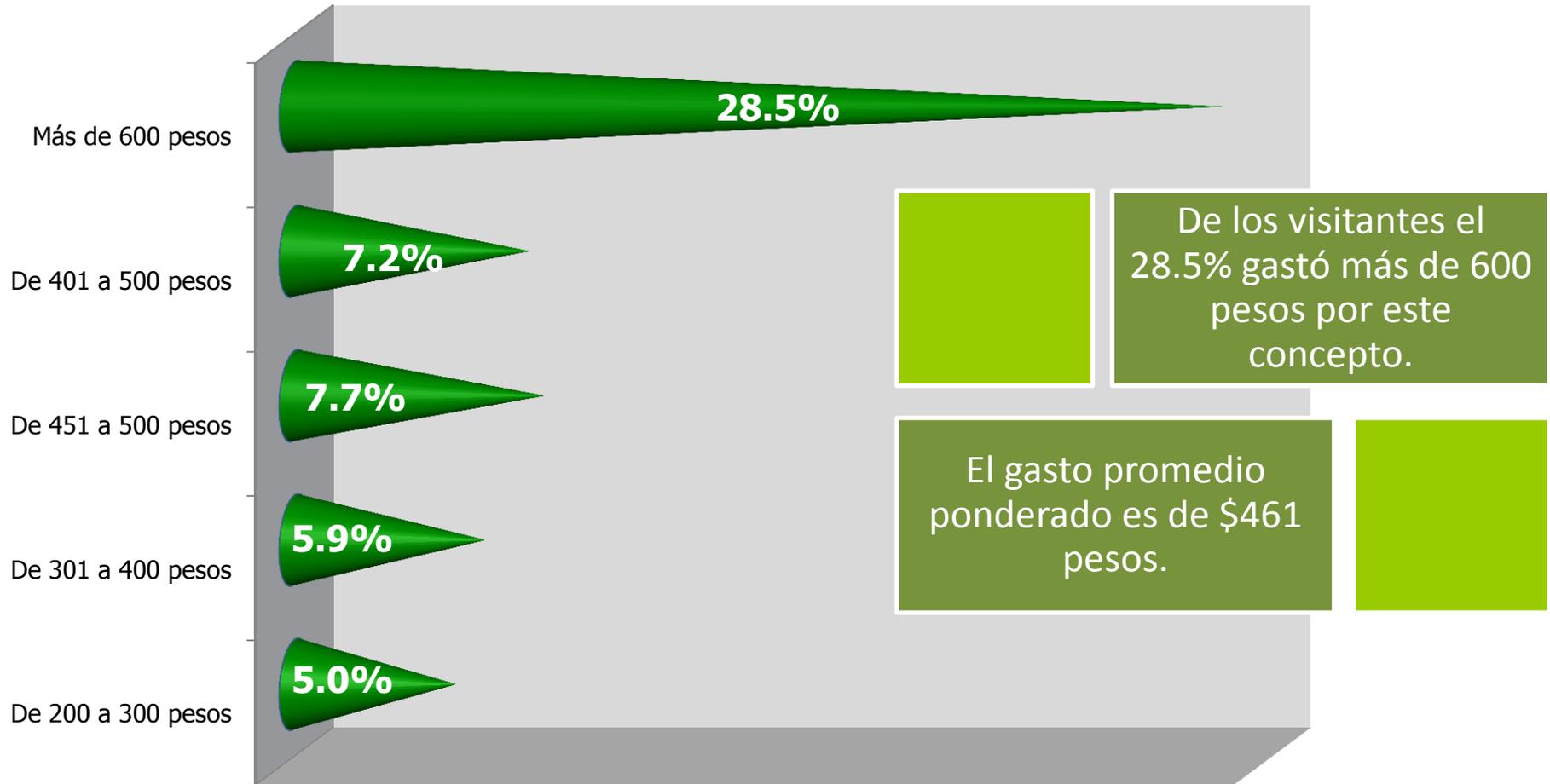
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio – Transportación Local



Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio – Gasolina



Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Total Promedio Ponderado

Hospedaje

• \$729

Compras

• \$445

Alimentos y  
Bebidas

• \$428

Souvenirs

• \$414

Transporte  
Local

• \$439

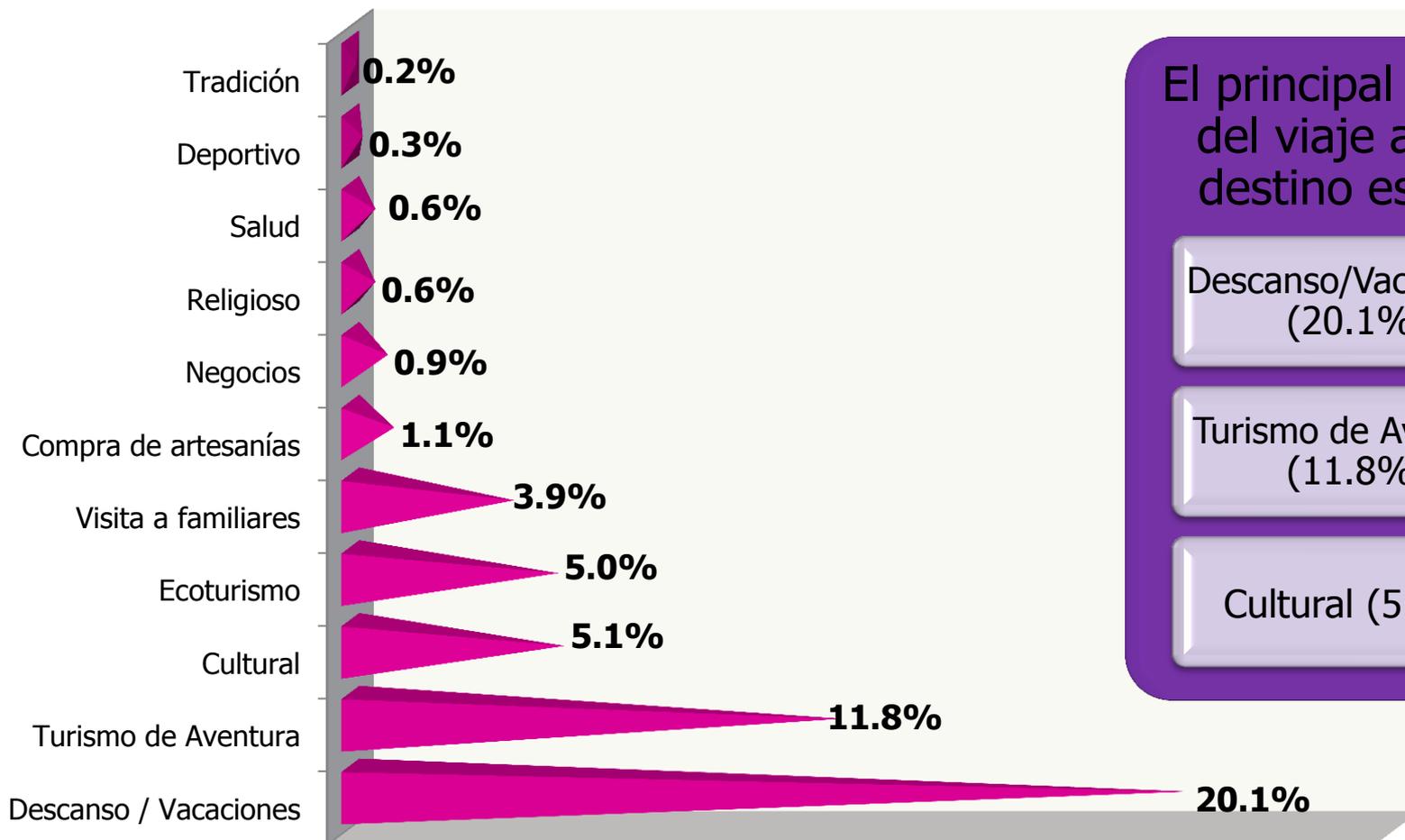
Gasolina

• \$461

Gasto Total  
Promedio  
Ponderado

• \$2,918

# Razón Principal de Viaje a este destino



El principal motivo del viaje a este destino es por:

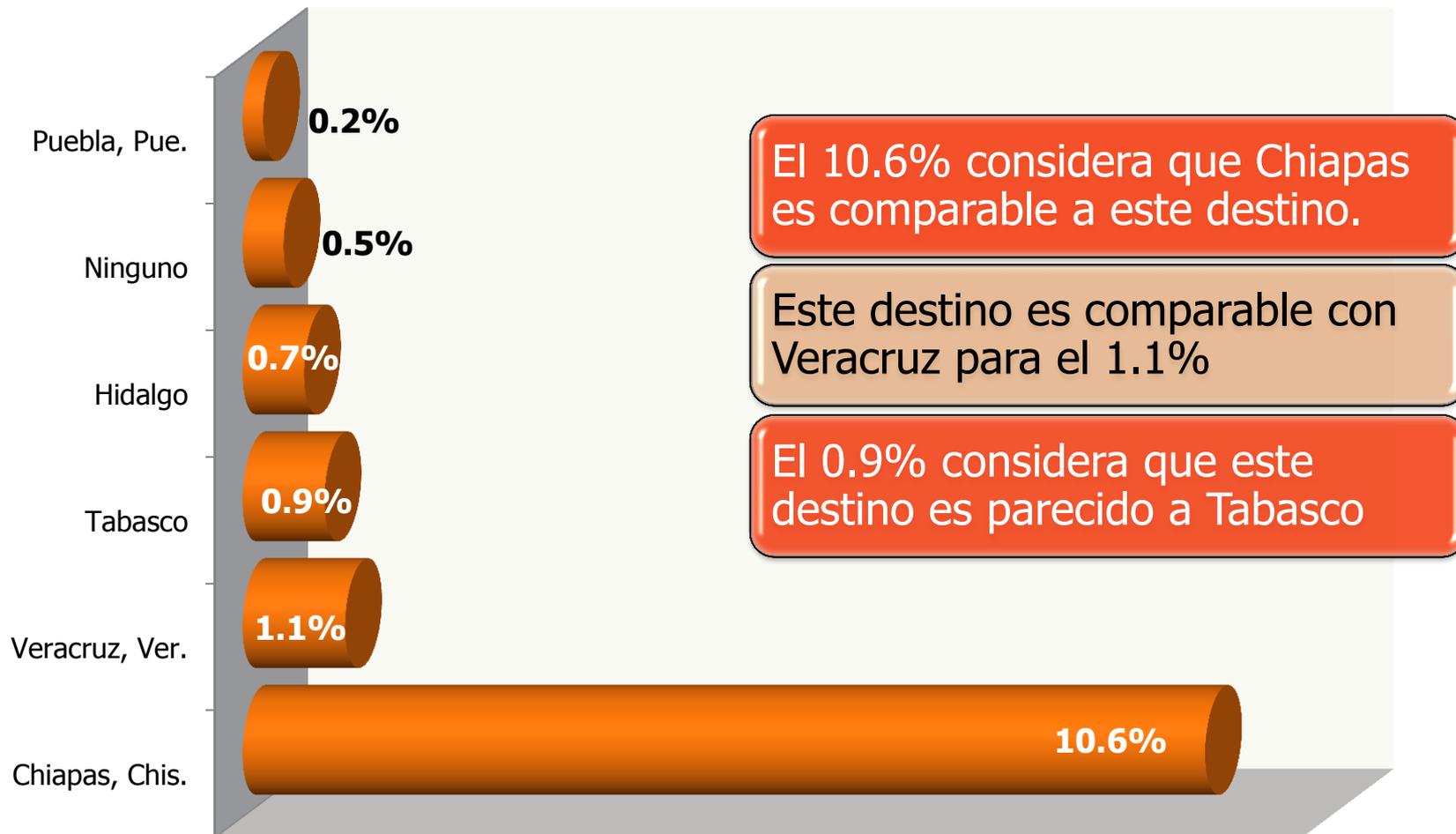
Descanso/Vacaciones  
(20.1%)

Turismo de Aventura  
(11.8%)

Cultural (5.1%)

Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

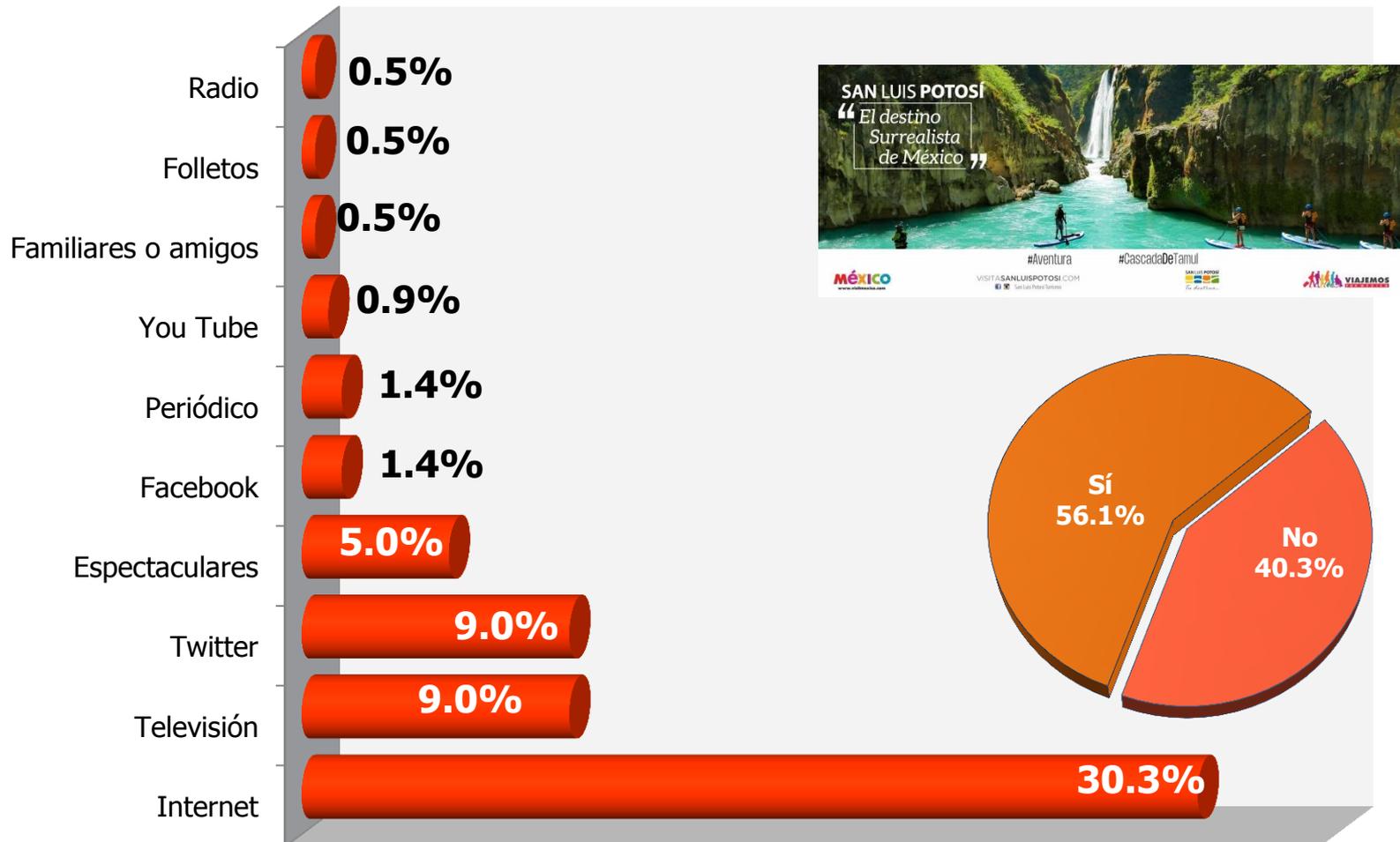
# Sitios con los que Comparan a la Región



**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Recordación de la Publicidad

“El destino Surrealista de México”



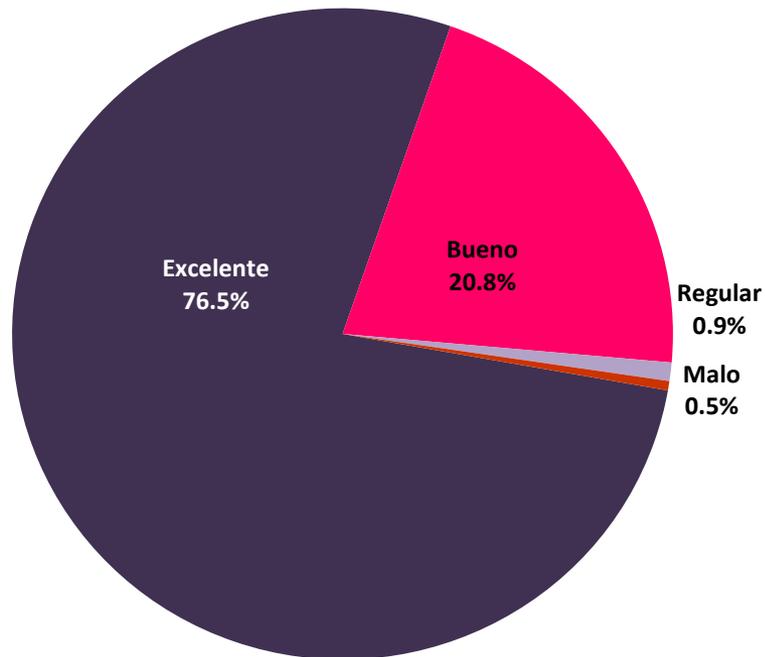
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Medio por el que se enteró o Conoce de la Región según Lugar de Origen

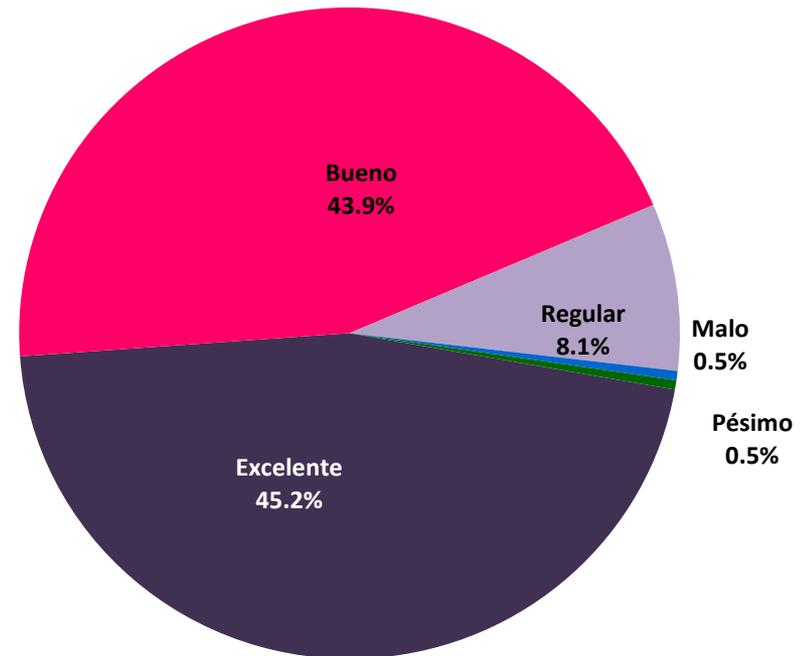
Medio de Comunicación	Ciudad de México	Querétaro, Qro.	San Luis Potosí, S.L.P.	Guadalajara, Jal.	Monterrey, N.L.	Pachuca, Hgo.	Tampico, Tamps	Puebla, Pue.	Toluca, Edo. Mex.	León, Gto.	Morelia, Mich.	Tijuana, B.C.N.	Guanajuato, Gto.	Cuernavaca, Mor.	Irapuato, Gto.	Aguaascalientes, Ags.	Otras Menciones	Total	
Internet	0.0%	0.0%	0.9%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	28.5%	↗	30.3%
Televisión	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	7.7%	↓	9.0%
Twitter	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.1%	↓	9.0%
Espectaculares	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.1%	↓	5.0%
Facebook	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	↓	1.4%
Periódico	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	↓	1.4%
You Tube	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	↓	0.9%
Familiares o amigos	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	↓	0.5%
Folletos	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	↓	0.5%
Radio	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	↓	0.5%
Revista	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓	0.0%
Instagram	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓	0.0%
<b>Total</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>1.8%</b>	<b>1.8%</b>	<b>1.4%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.9%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.5%</b>	<b>1.4%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>1.8%</b>	<b>90.5%</b>		<b>100.0%</b>

# Satisfacción del destino

## Sitios y Atractivos Turísticos



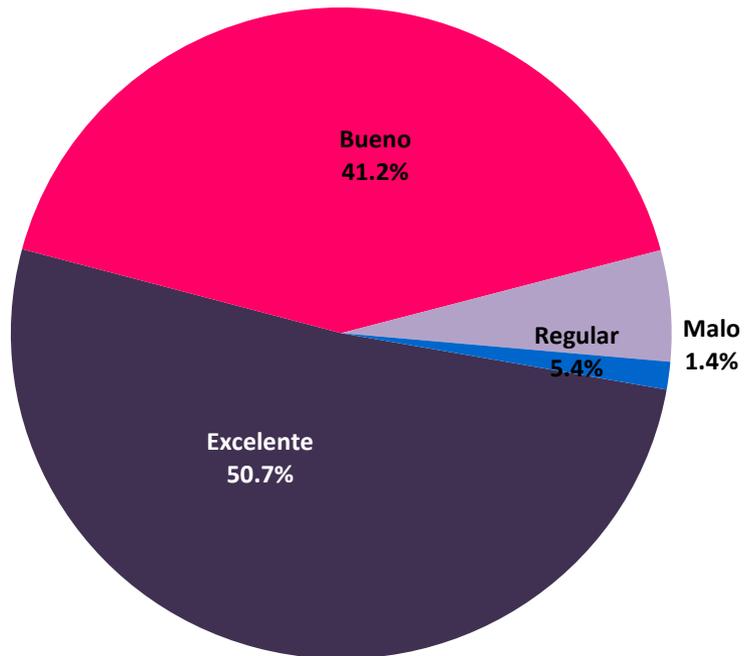
## Calidad de la Infraestructura Turística



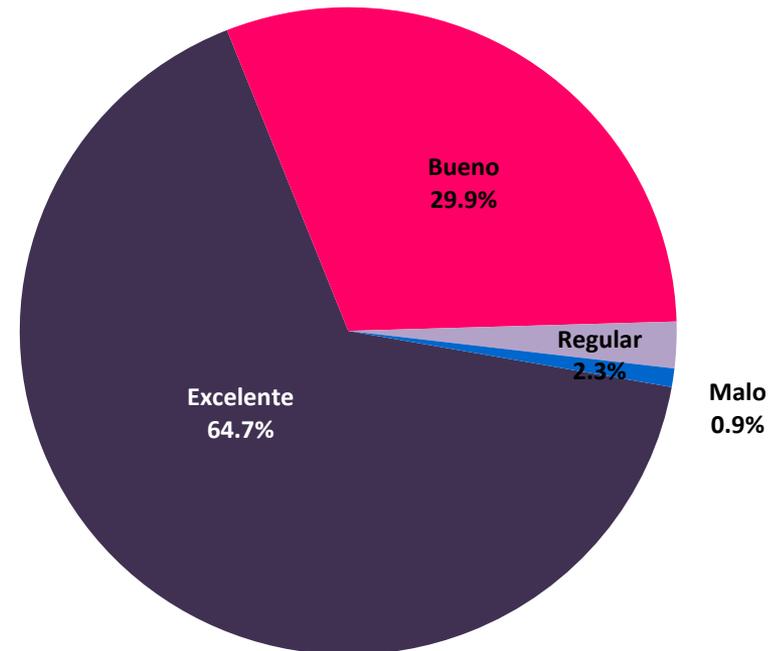
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Satisfacción del destino

## Imagen Turística del Destino



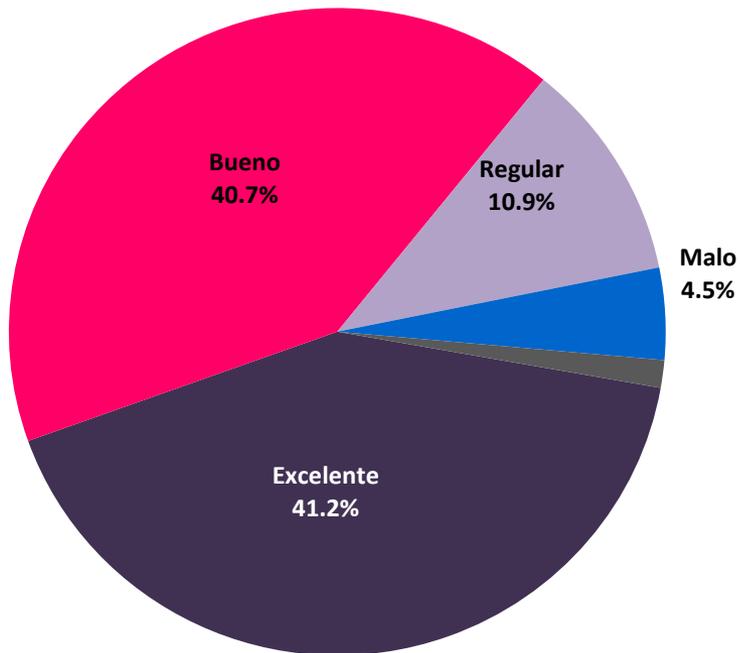
## Experiencia de Viaje del destino



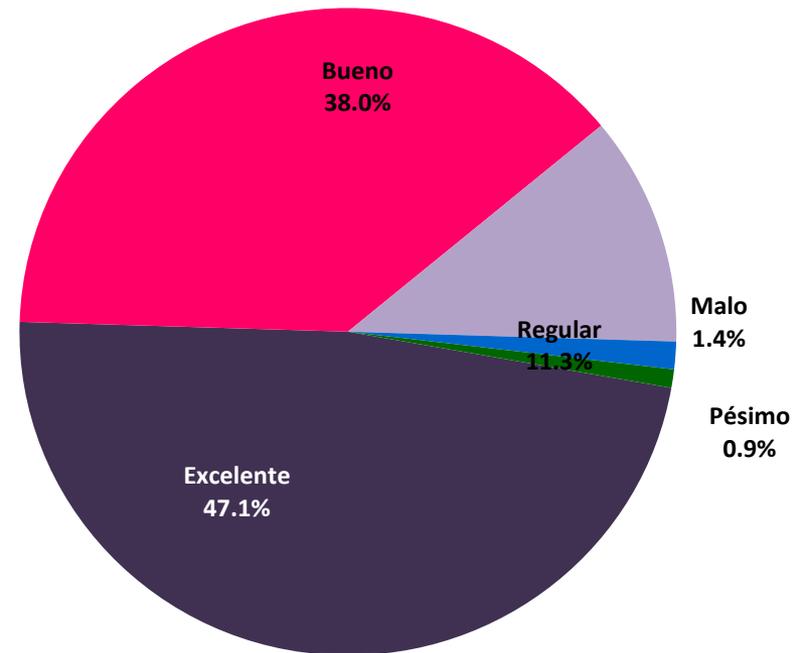
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Satisfacción del destino

## Limpieza en las calles y áreas públicas



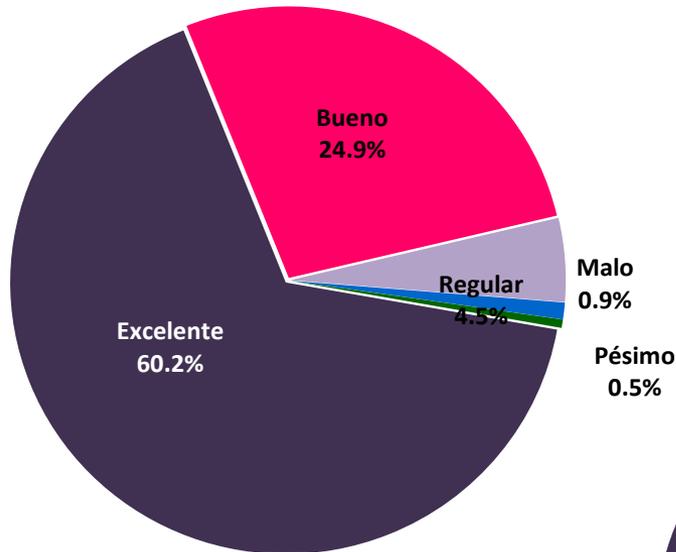
## Señalética Turística del destino



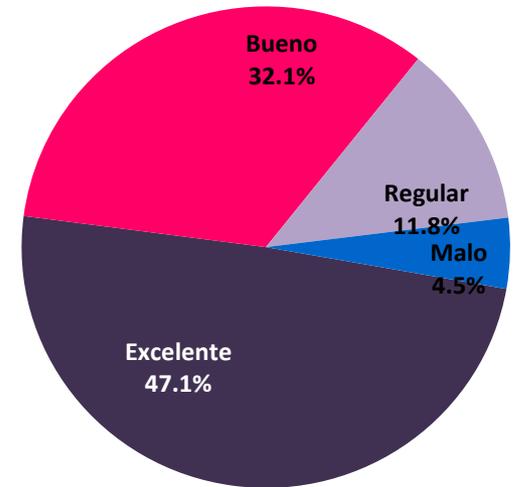
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Satisfacción del destino

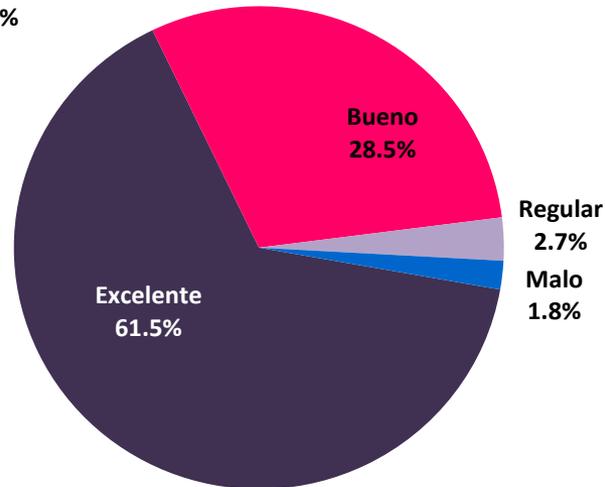
## Módulos de Información turística



## Relación calidad/cantidad de sanitarios



## Gastronomía típica del destino

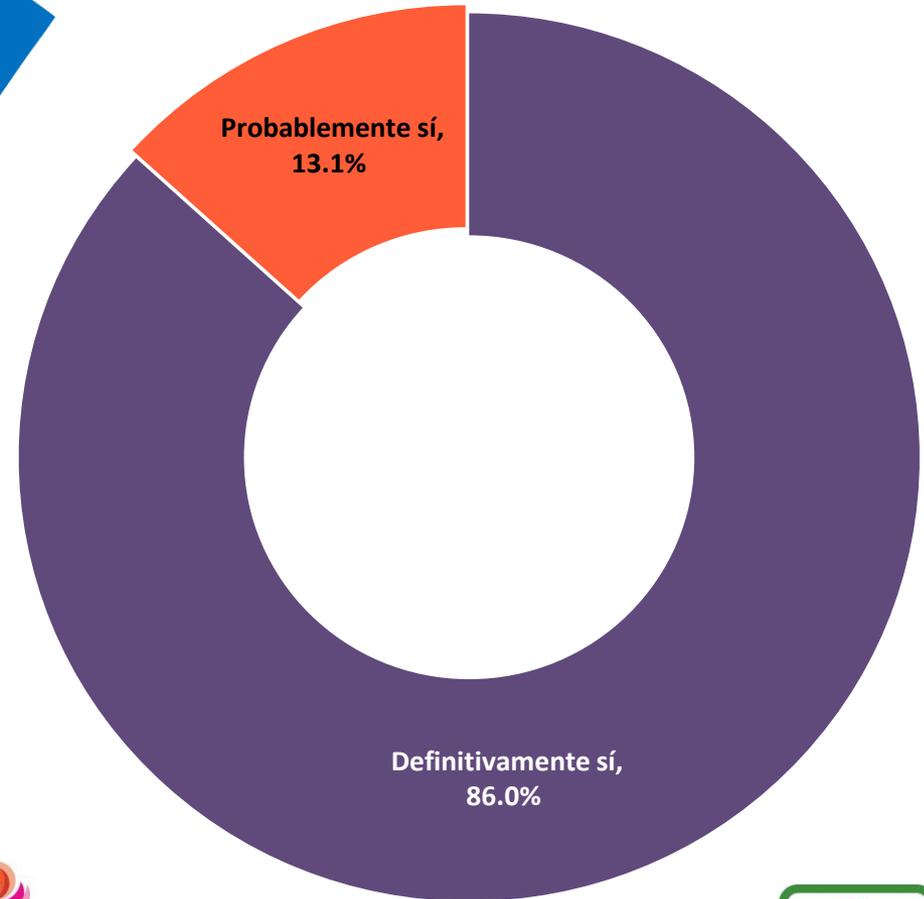


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Opinión de Regresar a este destino

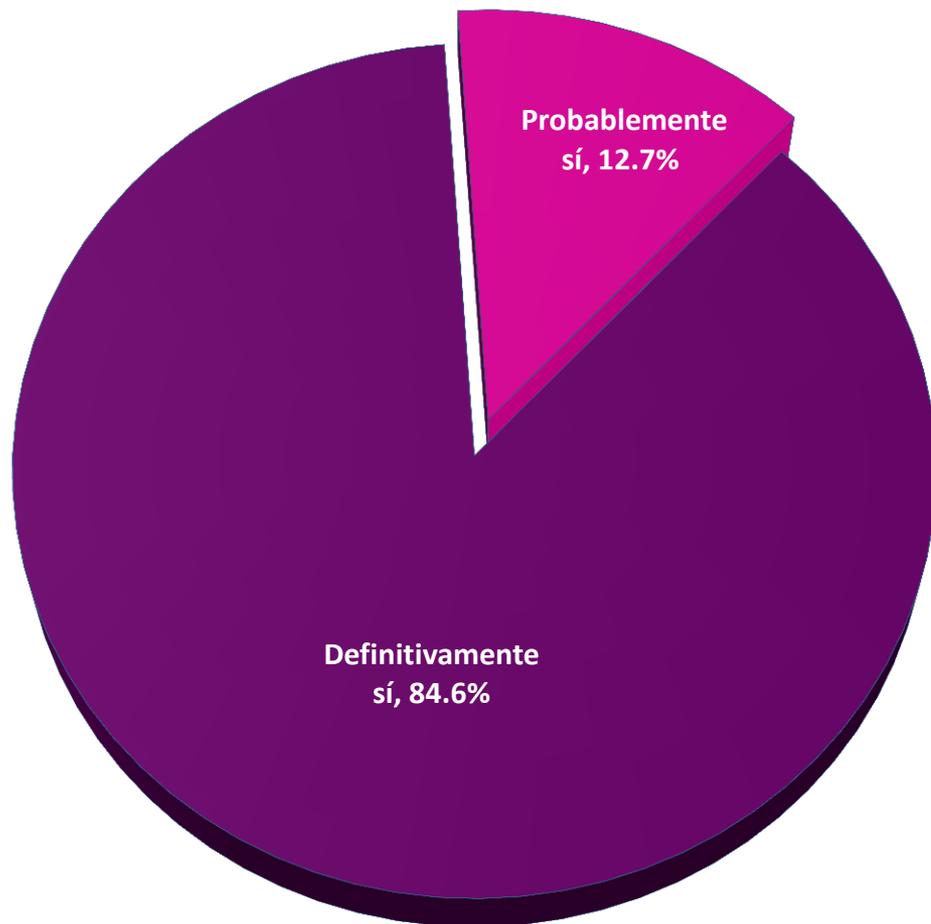
El 86.0% de los visitantes definitivamente si regresaría a este destino.

El 13.1% probablemente regresaría.

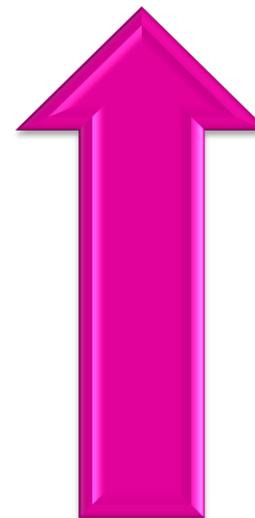


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

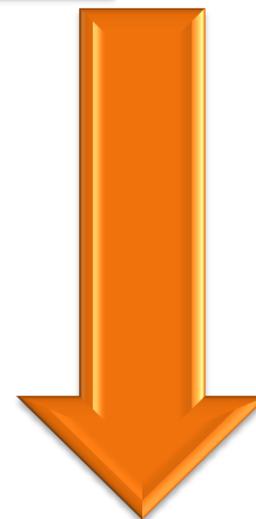
# Opinión de Recomendar a este destino



**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

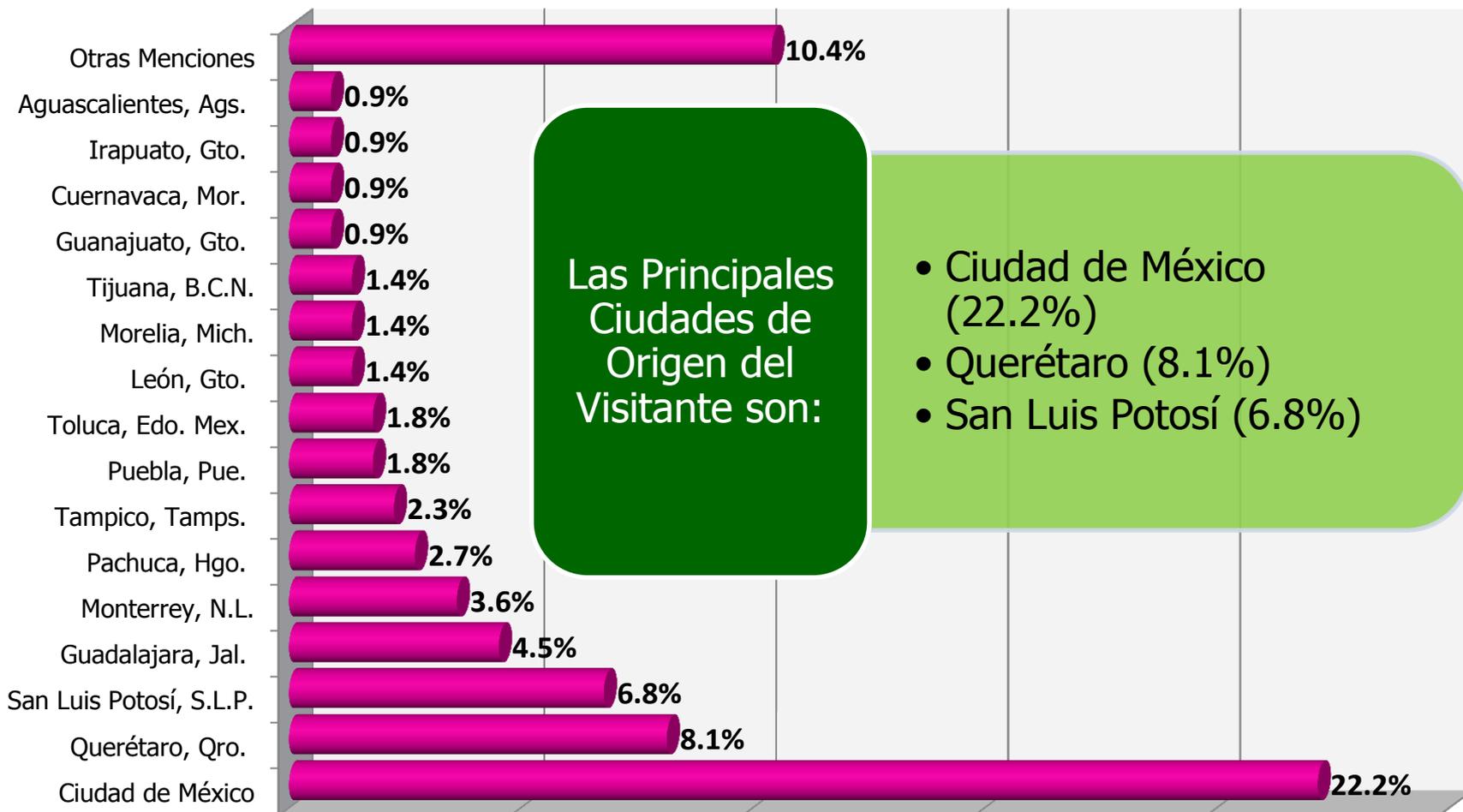


**El 84.6% de los visitantes definitivamente si recomendaría el destino.**



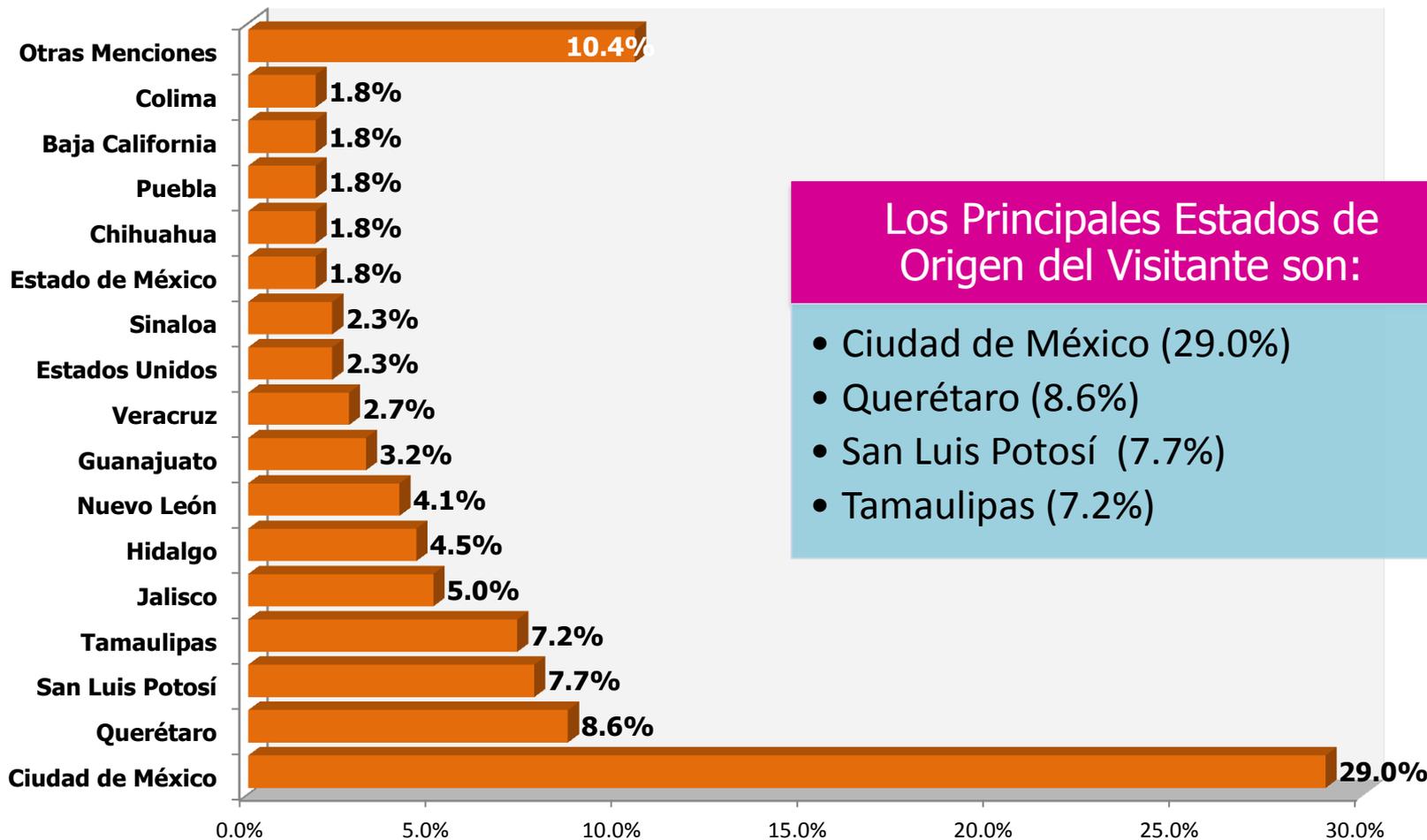
El 12.7% probablemente recomendaría el destino.

# Principales Ciudades de Origen del Visitante



**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Principales Estados de Origen del Visitante



Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

- Ciudad de México (29.0%)
- Querétaro (8.6%)
- San Luis Potosí (7.7%)
- Tamaulipas (7.2%)

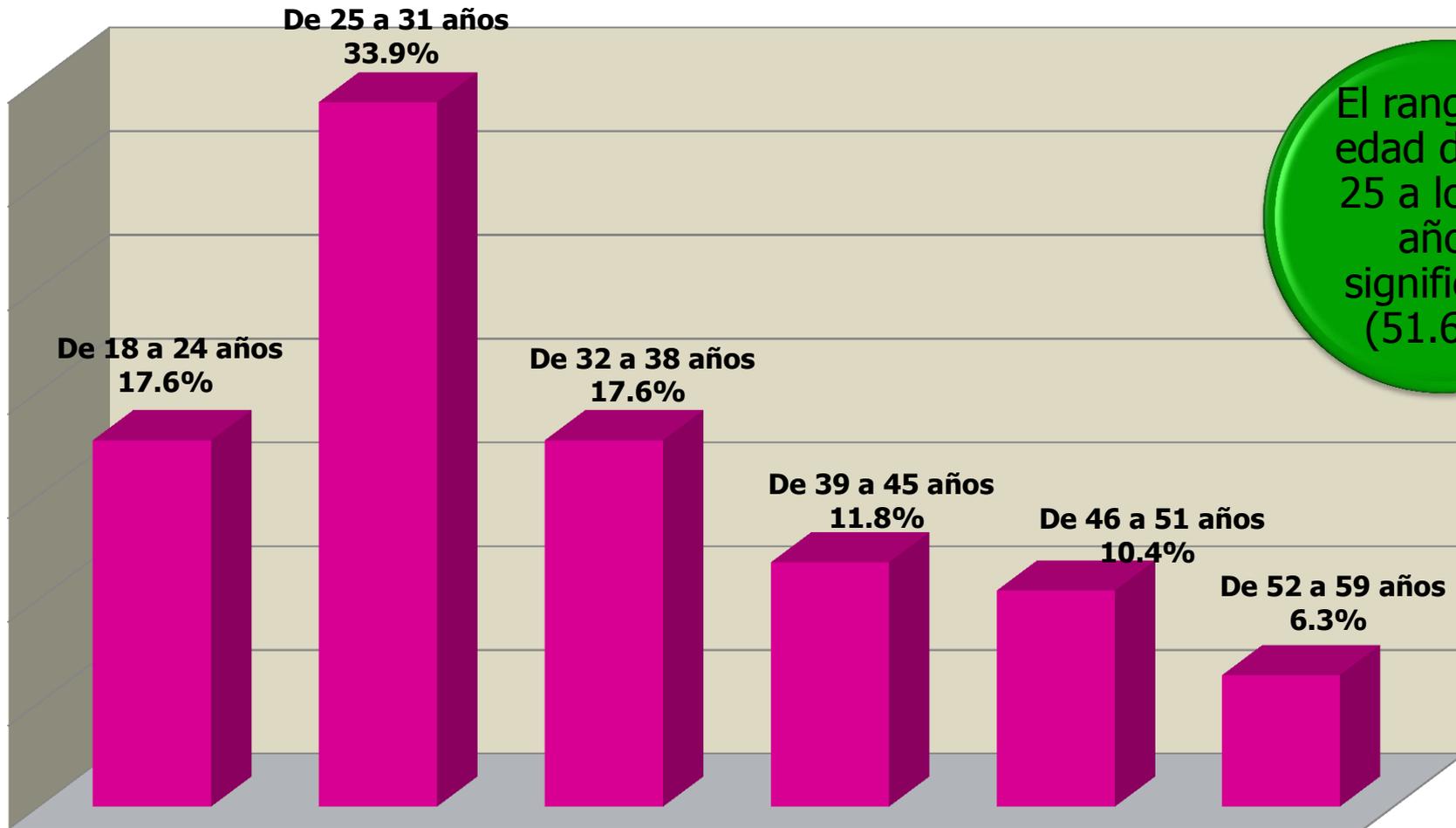
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Sexo del Visitante a la Región



**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Rango de Edad de los Visitantes



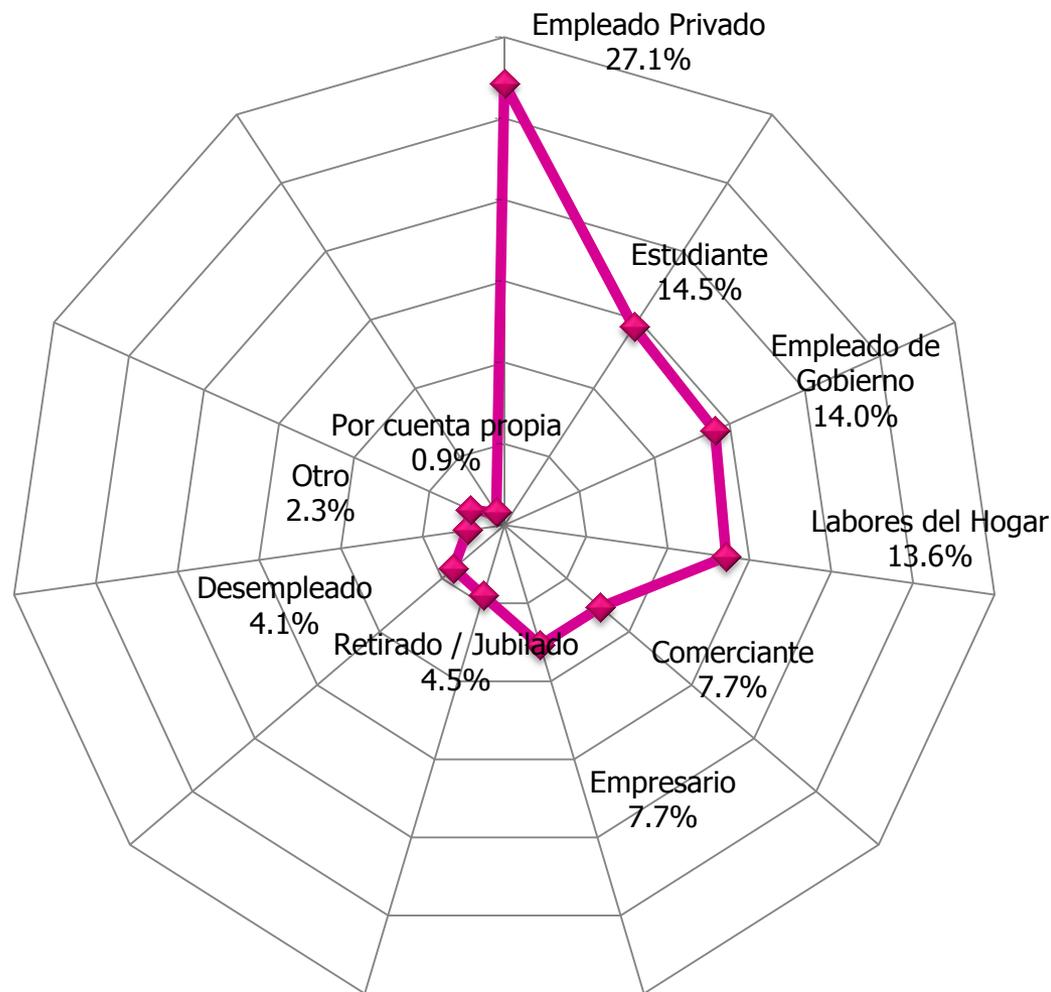
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Ocupación del Visitante a San Luis Potosí

Una importante parte de los visitantes son empleados privados (27.1%)

Otro segmento importante (14.5%) son estudiantes y el 14.0 son empleados de gobierno.

El 13.6% se dedica a labores del hogar.





SAN LUIS POTOSÍ  
  
*Tu destino...*



XILITLA  
PUEBLO MÁGICO

# Perfil del Visitante

## Xilitla

### Pueblo Mágico

### Invierno 2018

# Resultados con Perspectiva de Género

## Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	28.5%	37.6%	1.4%	<b>67.4%</b>
Una vez al año	9.0%	8.1%	0.5%	<b>17.6%</b>
Dos veces al año	6.3%	3.6%	0.0%	<b>10.0%</b>
Tres o más veces al año	1.4%	2.3%	0.5%	<b>4.1%</b>
No contesto	0.0%	0.9%	0.0%	<b>0.9%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguna	6.8%	12.7%	0.5%	<b>19.9%</b>
Una noche	4.1%	5.9%	0.5%	<b>10.4%</b>
Dos noches	12.7%	14.5%	0.0%	<b>27.1%</b>
Tres noches	10.9%	8.6%	0.5%	<b>19.9%</b>
Cuatro noches	2.3%	5.4%	0.5%	<b>8.1%</b>
Cinco noches	5.4%	2.3%	0.5%	<b>8.1%</b>
Seis noches	0.0%	1.8%	0.0%	<b>1.8%</b>
Siete noches	1.4%	0.9%	0.0%	<b>2.3%</b>
Ocho noches	0.5%	0.5%	0.0%	<b>0.9%</b>
Diez noches	0.9%	0.0%	0.0%	<b>0.9%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Lugar donde se esta hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	26.7%	30.8%	1.4%	<b>58.8%</b>
Familia / Amigos	10.0%	10.4%	0.5%	<b>20.8%</b>
Acampará	3.6%	3.6%	0.5%	<b>7.7%</b>
Vivienda Rentada	1.4%	0.5%	0.0%	<b>1.8%</b>
No contesto	3.6%	7.2%	0.0%	<b>10.9%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Vergel Huasteco, Tancanhuitz	0.5%	1.8%	0.0%	<b>2.3%</b>
Hotel Plaza Elite, Ciudad Valles	1.4%	0.5%	0.0%	<b>1.8%</b>
Hotel Piña, Ciudad Valles	0.5%	1.4%	0.0%	<b>1.8%</b>
Hotel San Fernando, Ciudad Valles	0.5%	1.4%	0.0%	<b>1.8%</b>
Hotel Vista Verde, Axtla de Terrazas	0.0%	1.8%	0.0%	<b>1.8%</b>
Hotel San Joaquín, Aquismón	0.9%	0.5%	0.0%	<b>1.4%</b>
Hotel San Cosme, Aquismón	0.5%	0.9%	0.0%	<b>1.4%</b>
Hotel Valles, Ciudad Valles	0.9%	0.0%	0.5%	<b>1.4%</b>
Hotel Misión Ciudad Valles, Ciudad Valles	0.5%	0.5%	0.0%	<b>0.9%</b>
Hotel Quinta Mar, Ciudad Valles	0.9%	0.0%	0.0%	<b>0.9%</b>
La Huerta, Xilitla	0.9%	0.0%	0.0%	<b>0.9%</b>
Hotel Cosmos, Tamasopo	0.9%	0.0%	0.0%	<b>0.9%</b>
Hotel Tapasoli, Xilitla	0.0%	0.9%	0.0%	<b>0.9%</b>
Hotel Tantalá, Aquismón	0.5%	0.0%	0.0%	<b>0.5%</b>
Hotel San José, Aquismón	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
Villa Ecoturística Las Yakas, Aquismón	0.5%	0.0%	0.0%	<b>0.5%</b>
Hotel y Suites Puerta del Cielo, Xilitla	0.5%	0.0%	0.0%	<b>0.5%</b>
No contesto	25.8%	34.8%	1.8%	<b>62.4%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	2.7%	6.8%	0.5%	<b>10.0%</b>
Pareja	10.0%	13.6%	0.5%	<b>24.0%</b>
Familia	22.2%	19.0%	0.9%	<b>42.1%</b>
Amistades	6.3%	9.0%	0.5%	<b>15.8%</b>
Agrupación	2.3%	1.8%	0.0%	<b>4.1%</b>
No contesto	1.8%	2.3%	0.0%	<b>4.1%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Dos	11.3%	15.4%	0.5%	<b>27.1%</b>
Cuatro	5.9%	9.0%	0.5%	<b>15.4%</b>
Uno	4.1%	6.8%	0.5%	<b>11.3%</b>
Cinco	5.4%	5.4%	0.0%	<b>10.9%</b>
Tres	4.5%	2.3%	0.0%	<b>6.8%</b>
Ocho	2.3%	1.4%	0.5%	<b>4.1%</b>
Seis	2.7%	0.9%	0.0%	<b>3.6%</b>
Más de Veinte	2.3%	0.9%	0.0%	<b>3.2%</b>
Siete	0.5%	2.3%	0.0%	<b>2.7%</b>
Diez	1.4%	0.5%	0.0%	<b>1.8%</b>
Nueve	0.5%	0.5%	0.0%	<b>0.9%</b>
Veinte	0.0%	0.9%	0.0%	<b>0.9%</b>
Dieciocho	0.0%	0.0%	0.5%	<b>0.5%</b>
Doce	0.5%	0.0%	0.0%	<b>0.5%</b>
No contesto	3.6%	5.4%	0.0%	<b>9.0%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	27.6%	33.9%	1.4%	<b>62.9%</b>
Autobús de línea	9.5%	10.4%	0.9%	<b>20.8%</b>
Autobús rentado	5.0%	5.0%	0.0%	<b>10.0%</b>
Avión	0.9%	0.9%	0.0%	<b>1.8%</b>
No contestó	2.3%	2.3%	0.0%	<b>4.5%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
400 a 500 pesos	8.6%	11.3%	0.0%	<b>19.9%</b>
501 a 600 pesos	7.2%	5.9%	0.0%	<b>13.1%</b>
601 a 800 pesos	1.8%	4.1%	0.9%	<b>6.8%</b>
801 a 990 pesos	3.2%	0.9%	0.0%	<b>4.1%</b>
Más de 1,000 pesos	9.5%	16.7%	1.4%	<b>27.6%</b>
No contesto	14.9%	13.6%	0.0%	<b>28.5%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	19.0%	19.9%	0.0%	<b>38.9%</b>
De 301 a 400 pesos	6.3%	2.7%	0.9%	<b>10.0%</b>
De 451 a 500 pesos	3.2%	7.7%	0.0%	<b>10.9%</b>
De 401 a 500 pesos	1.8%	1.4%	0.5%	<b>3.6%</b>
Más de 600 pesos	8.6%	14.0%	0.5%	<b>23.1%</b>
No contesto	6.3%	6.8%	0.5%	<b>13.6%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	16.7%	15.8%	0.0%	<b>32.6%</b>
De 301 a 400 pesos	9.5%	5.9%	0.5%	<b>15.8%</b>
De 451 a 500 pesos	2.3%	6.3%	0.5%	<b>9.0%</b>
De 401 a 500 pesos	4.5%	2.7%	0.0%	<b>7.2%</b>
Más de 600 pesos	6.8%	14.0%	1.4%	<b>22.2%</b>
No contesto	5.4%	7.7%	0.0%	<b>13.1%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	13.6%	16.7%	0.0%	<b>30.3%</b>
De 301 a 400 pesos	7.2%	3.2%	0.9%	<b>11.3%</b>
De 451 a 500 pesos	3.6%	5.0%	0.0%	<b>8.6%</b>
De 401 a 500 pesos	1.4%	0.0%	0.0%	<b>1.4%</b>
Más de 600 pesos	6.3%	12.7%	0.9%	<b>19.9%</b>
No contesto	13.1%	14.9%	0.5%	<b>28.5%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	5.4%	5.4%	0.0%	<b>10.9%</b>
De 301 a 400 pesos	3.2%	1.4%	0.0%	<b>4.5%</b>
De 451 a 500 pesos	1.4%	3.6%	0.5%	<b>5.4%</b>
Más de 600 pesos	7.2%	10.0%	0.5%	<b>17.6%</b>
No contesto	25.8%	30.3%	1.4%	<b>57.5%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	0.5%	4.5%	0.0%	<b>5.0%</b>
De 301 a 400 pesos	3.2%	2.7%	0.0%	<b>5.9%</b>
De 451 a 500 pesos	3.6%	4.1%	0.0%	<b>7.7%</b>
De 401 a 500 pesos	2.3%	5.0%	0.0%	<b>7.2%</b>
Más de 600 pesos	13.6%	14.0%	0.9%	<b>28.5%</b>
No contesto	22.2%	22.2%	1.4%	<b>45.7%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Descanso / Vacaciones	9.8%	10.1%	0.2%	<b>20.1%</b>
Turismo de Aventura	5.3%	6.2%	0.3%	<b>11.8%</b>
Cultural	2.6%	2.6%	0.0%	<b>5.1%</b>
Ecoturismo	2.6%	2.3%	0.2%	<b>5.0%</b>
Visita a familiares	2.1%	1.8%	0.0%	<b>3.9%</b>
Compra de artesanías	0.9%	0.2%	0.0%	<b>1.1%</b>
Negocios	0.6%	0.3%	0.0%	<b>0.9%</b>
Religioso	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.6%</b>
Salud	0.0%	0.6%	0.0%	<b>0.6%</b>
Deportivo	0.2%	0.0%	0.2%	<b>0.3%</b>
Tradicción	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
No Contestó	20.8%	27.8%	1.5%	<b>50.1%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Chiapas, Chis.	5.2%	4.8%	0.7%	<b>10.6%</b>
Veracruz, Ver.	0.9%	0.2%	0.0%	<b>1.1%</b>
Tabasco	0.5%	0.5%	0.0%	<b>0.9%</b>
Hidalgo	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Ninguno	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
Puebla, Pue.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
No Contesto	38.0%	45.7%	1.6%	<b>85.3%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Recuerda Publicidad del Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Sí	25.8%	29.4%	0.9%	<b>56.1%</b>
No	17.6%	21.3%	1.4%	<b>40.3%</b>
No contesto	1.8%	1.8%	0.0%	<b>3.6%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio en que recuerda la publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	13.1%	17.2%	0.0%	<b>30.3%</b>
Televisión	4.5%	4.1%	0.5%	<b>9.0%</b>
Twitter	5.0%	4.1%	0.0%	<b>9.0%</b>
Espectaculares	2.3%	2.3%	0.5%	<b>5.0%</b>
Facebook	0.5%	0.9%	0.0%	<b>1.4%</b>
Periódico	0.9%	0.5%	0.0%	<b>1.4%</b>
You Tube	0.9%	0.0%	0.0%	<b>0.9%</b>
Familiares o amigos	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
Folletos	0.5%	0.0%	0.0%	<b>0.5%</b>
Radio	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
No contesto	17.6%	22.6%	1.4%	<b>41.6%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	39.4%	44.3%	2.3%	<b>86.0%</b>
Probablemente sí	5.9%	7.2%	0.0%	<b>13.1%</b>
No Contesto	0.0%	0.9%	0.0%	<b>0.9%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	40.7%	42.5%	1.4%	<b>84.6%</b>
Probablemente sí	4.1%	8.1%	0.5%	<b>12.7%</b>
Probablemente no	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
No Contesto	0.5%	1.4%	0.5%	<b>2.3%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ciudad de México	12.7%	9.5%	0.0%	<b>22.2%</b>
Querétaro, Qro.	4.1%	4.1%	0.0%	<b>8.1%</b>
San Luis Potosí, S.L.P.	3.6%	3.2%	0.0%	<b>6.8%</b>
Guadalajara, Jal.	1.8%	2.3%	0.5%	<b>4.5%</b>
Monterrey, N.L.	1.4%	2.3%	0.0%	<b>3.6%</b>
Pachuca, Hgo.	0.5%	2.3%	0.0%	<b>2.7%</b>
Tampico, Tamps.	0.0%	2.3%	0.0%	<b>2.3%</b>
Puebla, Pue.	1.4%	0.5%	0.0%	<b>1.8%</b>
Toluca, Edo. Mex.	0.0%	1.8%	0.0%	<b>1.8%</b>
León, Gto.	0.9%	0.5%	0.0%	<b>1.4%</b>
Morelia, Mich.	0.0%	1.4%	0.0%	<b>1.4%</b>
Tijuana, B.C.N.	0.0%	1.4%	0.0%	<b>1.4%</b>
Guanajuato, Gto.	0.9%	0.0%	0.0%	<b>0.9%</b>
Cuernavaca, Mor.	0.9%	0.0%	0.0%	<b>0.9%</b>
Irapuato, Gto.	0.5%	0.5%	0.0%	<b>0.9%</b>
Aguascalientes, Ags.	0.0%	0.9%	0.0%	<b>0.9%</b>
Huejutla, Hgo.	0.9%	0.0%	0.0%	<b>0.9%</b>
Chihuahua, Chih.	0.5%	0.5%	0.0%	<b>0.9%</b>
Ciudad Juárez, Chih.	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
Los Angeles, EUA	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
No Contesto	10.0%	13.6%	1.8%	<b>25.3%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ciudad de México	15.8%	13.1%	0.0%	<b>29.0%</b>
Querétaro	4.5%	4.1%	0.0%	<b>8.6%</b>
San Luis Potosí	3.6%	4.1%	0.0%	<b>7.7%</b>
Tamaulipas	0.9%	6.3%	0.0%	<b>7.2%</b>
Jalisco	2.3%	2.3%	0.5%	<b>5.0%</b>
Hidalgo	1.8%	2.7%	0.0%	<b>4.5%</b>
Nuevo León	1.8%	2.3%	0.0%	<b>4.1%</b>
Guanajuato	2.3%	0.9%	0.0%	<b>3.2%</b>
Veracruz	1.8%	0.9%	0.0%	<b>2.7%</b>
Estados Unidos	0.5%	1.8%	0.0%	<b>2.3%</b>
Sinaloa	0.9%	0.9%	0.5%	<b>2.3%</b>
Estado de México	0.0%	1.8%	0.0%	<b>1.8%</b>
Chihuahua	0.5%	1.4%	0.0%	<b>1.8%</b>
Puebla	1.4%	0.5%	0.0%	<b>1.8%</b>
Baja California	0.5%	1.4%	0.0%	<b>1.8%</b>
Colima	1.8%	0.0%	0.0%	<b>1.8%</b>
Michoacán	0.5%	1.4%	0.0%	<b>1.8%</b>
Aguascalientes	0.0%	1.4%	0.0%	<b>1.4%</b>
Morelos	0.9%	0.0%	0.0%	<b>0.9%</b>
Guerrero	0.0%	0.9%	0.0%	<b>0.9%</b>
Sonora	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
No contesto	1.4%	1.4%	1.4%	<b>4.1%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Edad Promedio de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 18 a 24 años	8.6%	8.6%	0.5%	<b>17.6%</b>
De 25 a 31 años	15.4%	18.6%	0.0%	<b>33.9%</b>
De 32 a 38 años	7.7%	9.0%	0.9%	<b>17.6%</b>
De 39 a 45 años	3.6%	8.1%	0.0%	<b>11.8%</b>
De 46 a 51 años	5.4%	5.0%	0.0%	<b>10.4%</b>
De 52 a 59 años	3.6%	2.7%	0.0%	<b>6.3%</b>
No Contesto	0.9%	0.0%	0.9%	<b>1.8%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Empleado Privado	9.0%	18.1%	0.0%	<b>27.1%</b>
Estudiante	5.4%	8.6%	0.5%	<b>14.5%</b>
Empleado de Gobierno	6.3%	7.7%	0.0%	<b>14.0%</b>
Labores del Hogar	7.7%	5.4%	0.5%	<b>13.6%</b>
Comerciante	2.3%	5.4%	0.0%	<b>7.7%</b>
Empresario	5.4%	2.3%	0.0%	<b>7.7%</b>
Retirado / Jubilado	2.3%	2.3%	0.0%	<b>4.5%</b>
Desempleado	3.2%	0.5%	0.5%	<b>4.1%</b>
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	1.4%	0.9%	0.0%	<b>2.3%</b>
Otro	1.8%	0.5%	0.0%	<b>2.3%</b>
Por cuenta propia	0.0%	0.9%	0.0%	<b>0.9%</b>
No Contesto	0.5%	0.0%	0.9%	<b>1.4%</b>
<b>Total</b>	<b>45.2%</b>	<b>52.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>



SAN LUIS POTOSÍ



*Tu destino...*



**XILITLA**  

---

**PUEBLO MÁGICO**

# Perfil del Visitante

## Xilitla

### Pueblo Mágico

### Invierno 2018