



SAN LUIS POTOSÍ



*Tu destino...*



# Perfil del Visitante Región Altiplano Invierno 2018

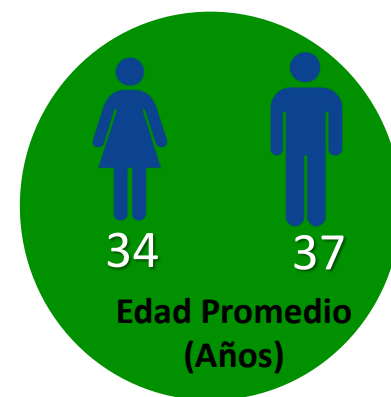
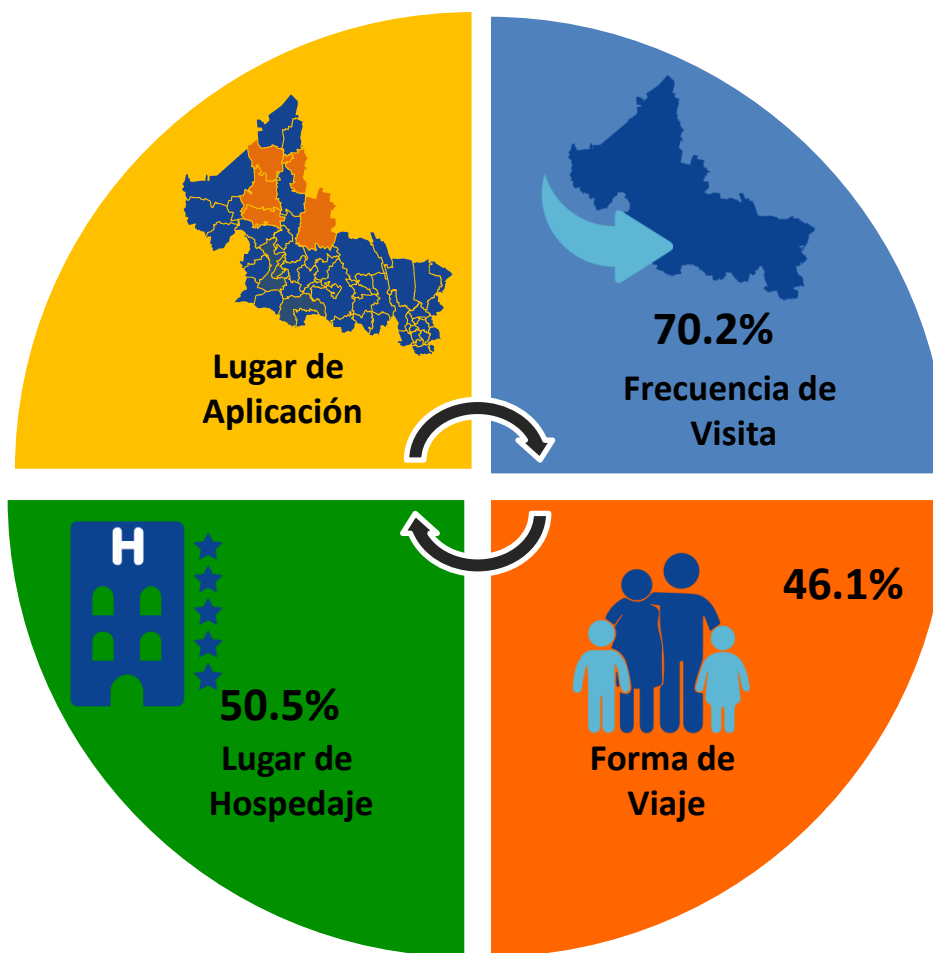
**Con el objeto de determinar el Perfil del Visitante y conocer la experiencia durante se estancia en la Región Altiplano, se llevó a cabo un levantamiento de 503 encuestas.**

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

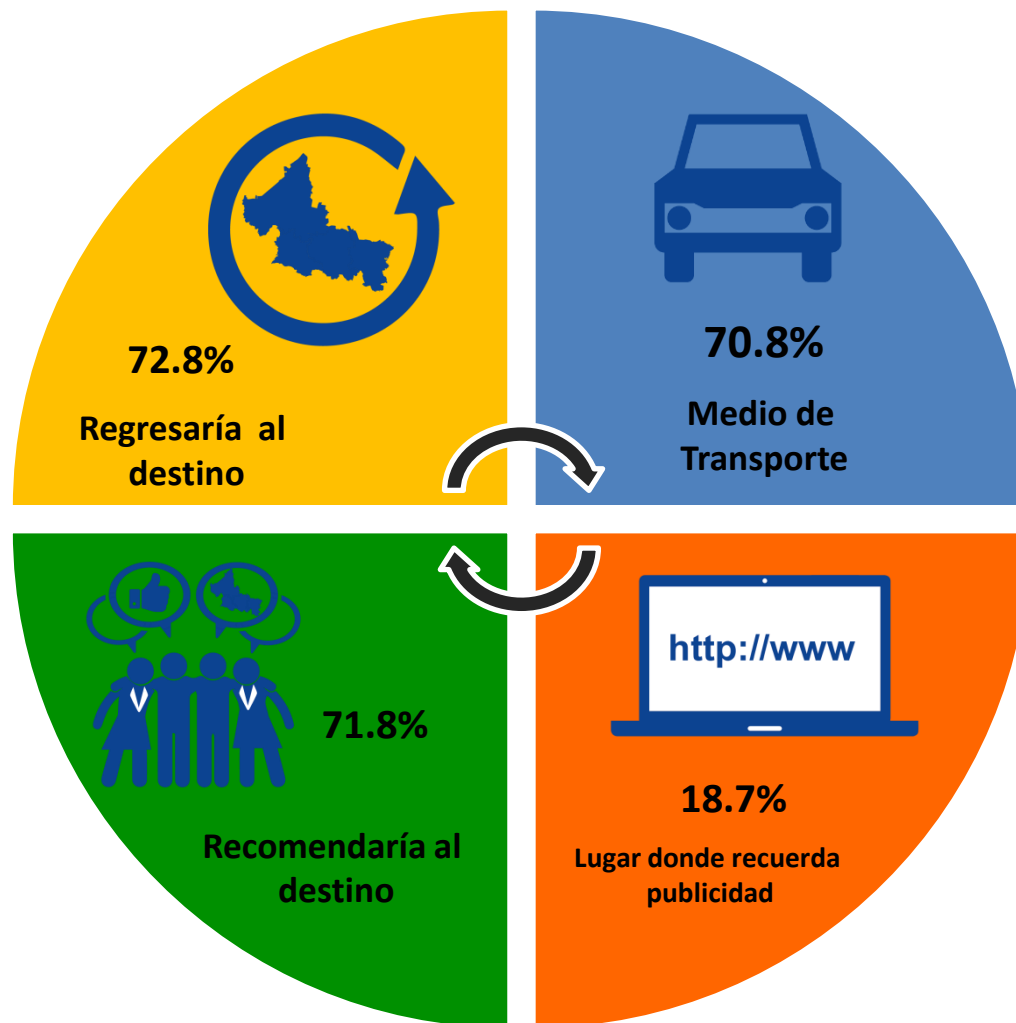
**Los resultados obtenidos para cada uno de los conceptos se presentan a continuación:**

# 5.3

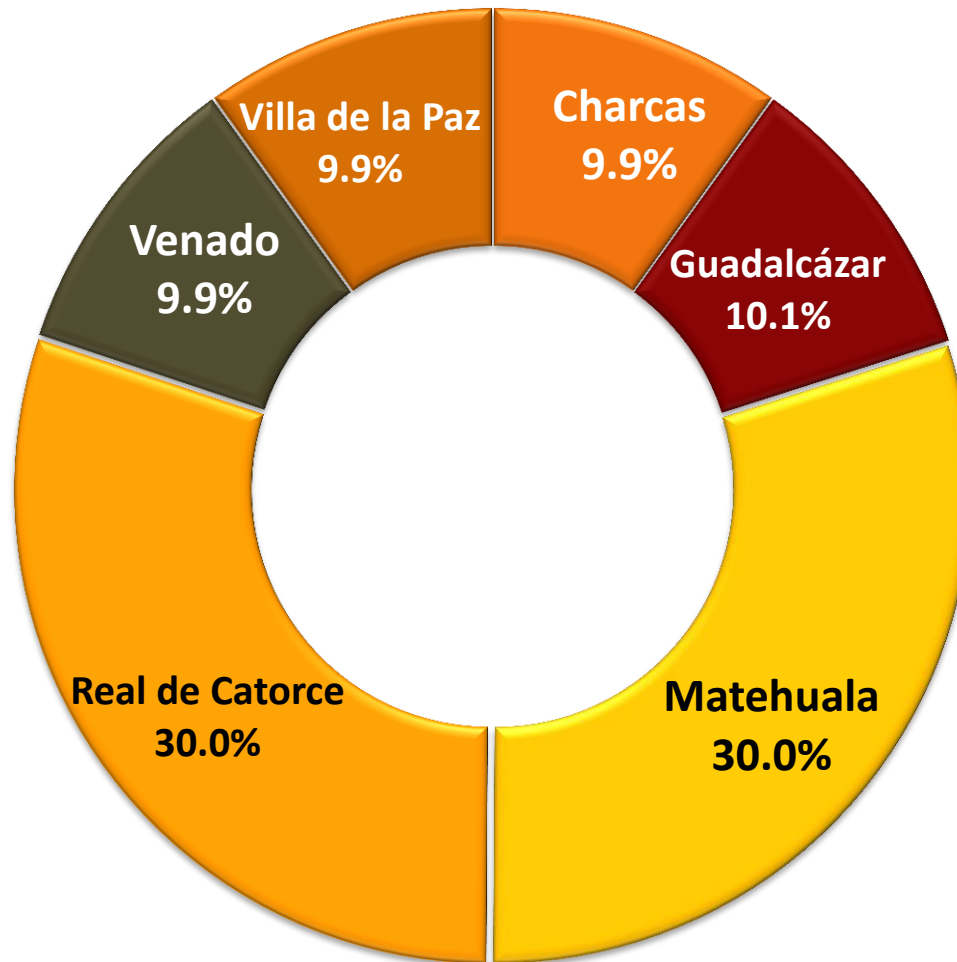
Tamaño de Grupo promedio



# Resumen



# Lugar de levantamiento



# Frecuencia de Visita a la Región

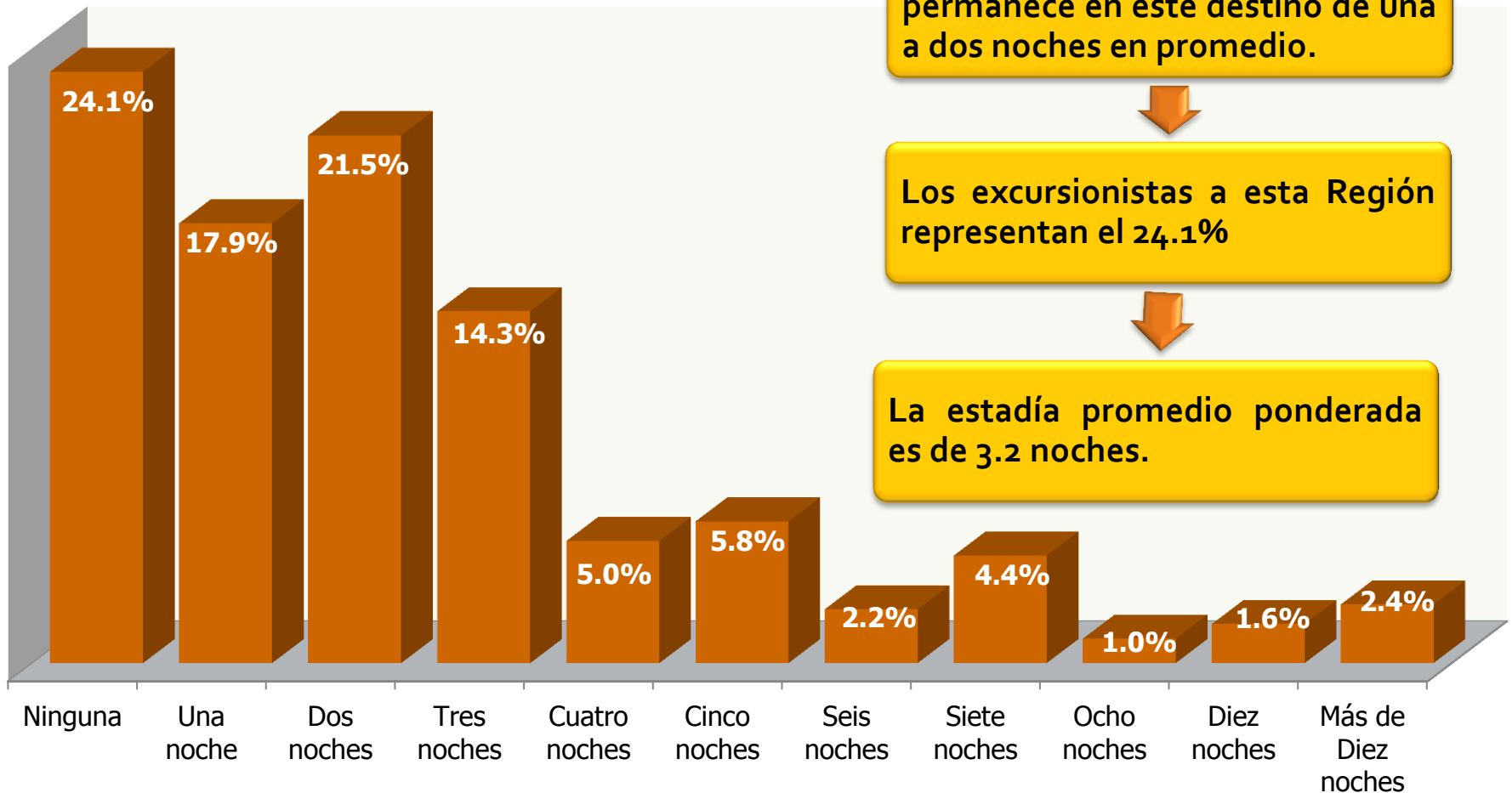
El 27.8% visita el municipio por primera vez

El turismo repetitivo representa el 70.2%



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

# Noches de Estadía



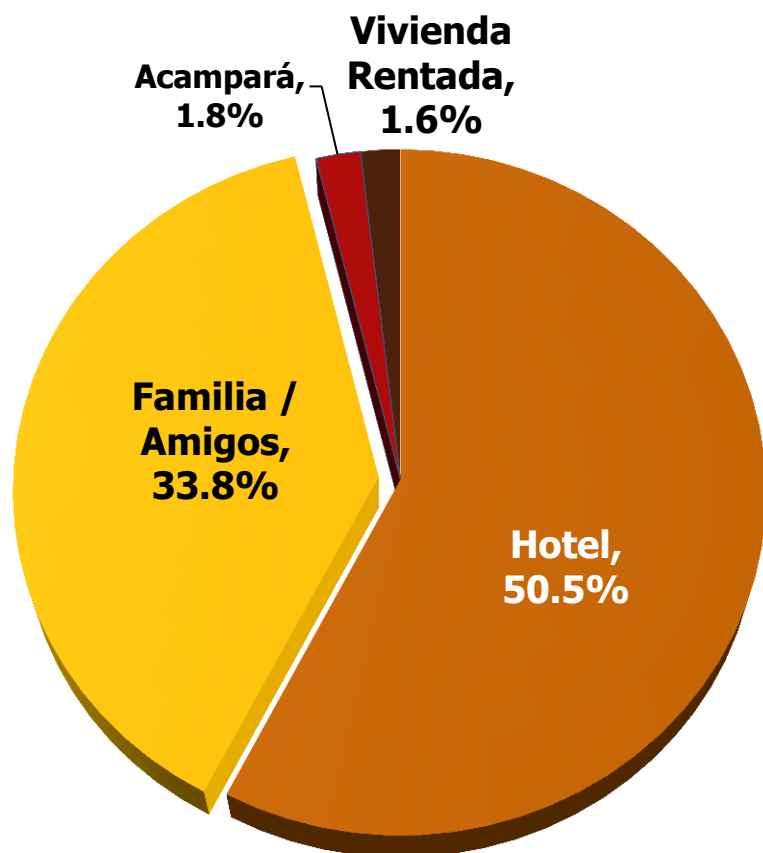
El 39.4% de los visitantes permanece en este destino de una a dos noches en promedio.

Los excursionistas a esta Región representan el 24.1%

La estadía promedio ponderada es de 3.2 noches.

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

# Lugar de Hospedaje del Visitante



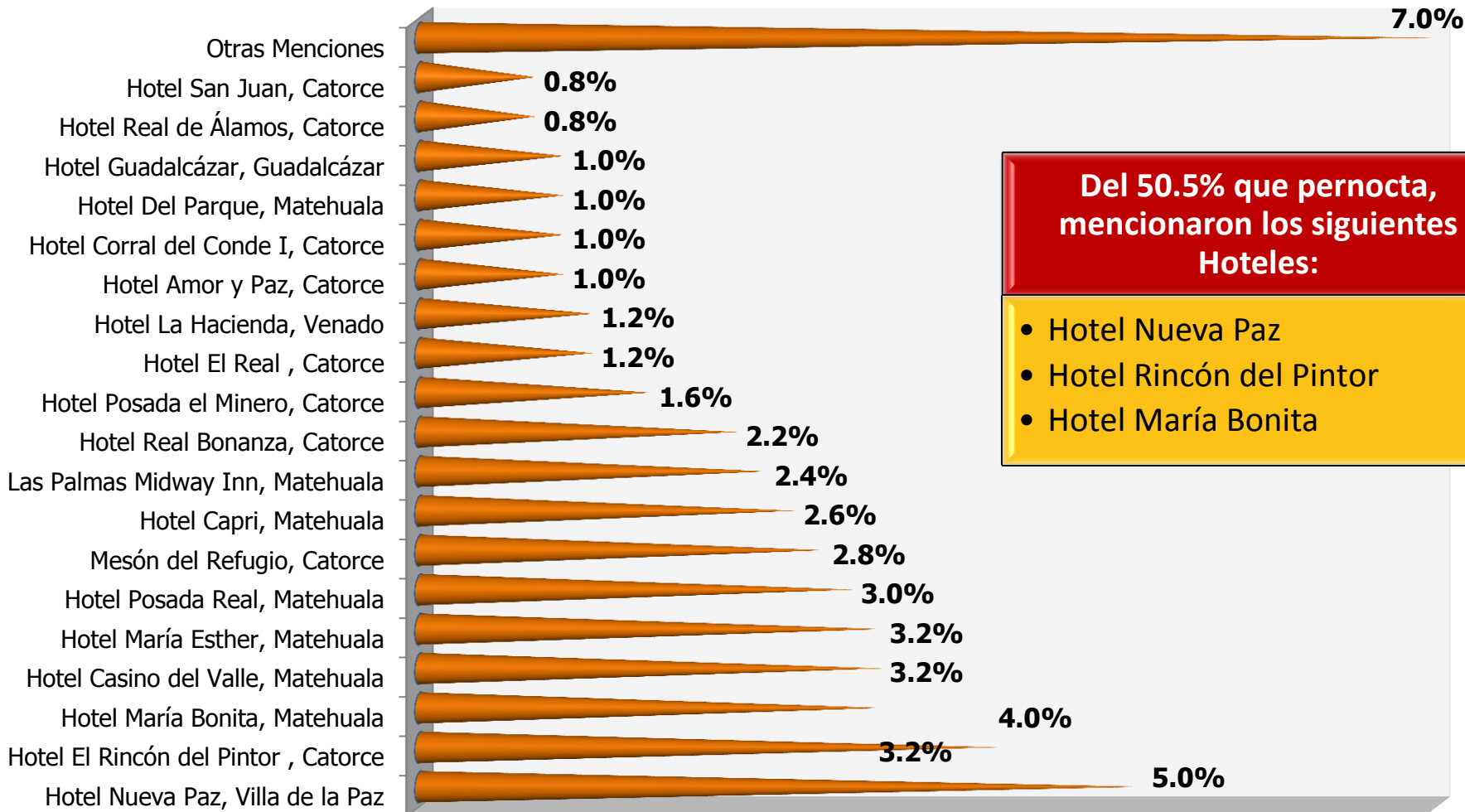
Un poco más de la mitad de los visitantes pernoctan en algún hotel de esta región (50.5%)

El 33.8% prefiere casas de Familiares y amigos.

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



# Principales Hoteles de Pernocta del visitante

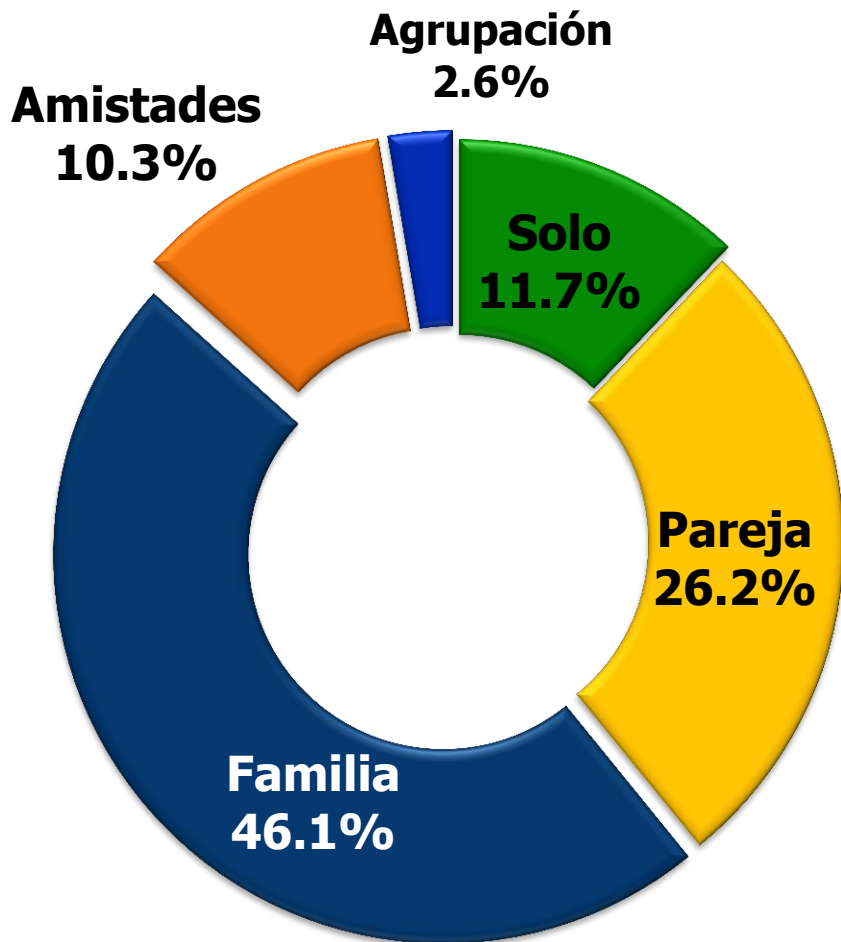


**Del 50.5% que pernocta, mencionaron los siguientes Hoteles:**

- Hotel Nueva Paz
- Hotel Rincón del Pintor
- Hotel María Bonita

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

# Forma de Viajar del Visitante



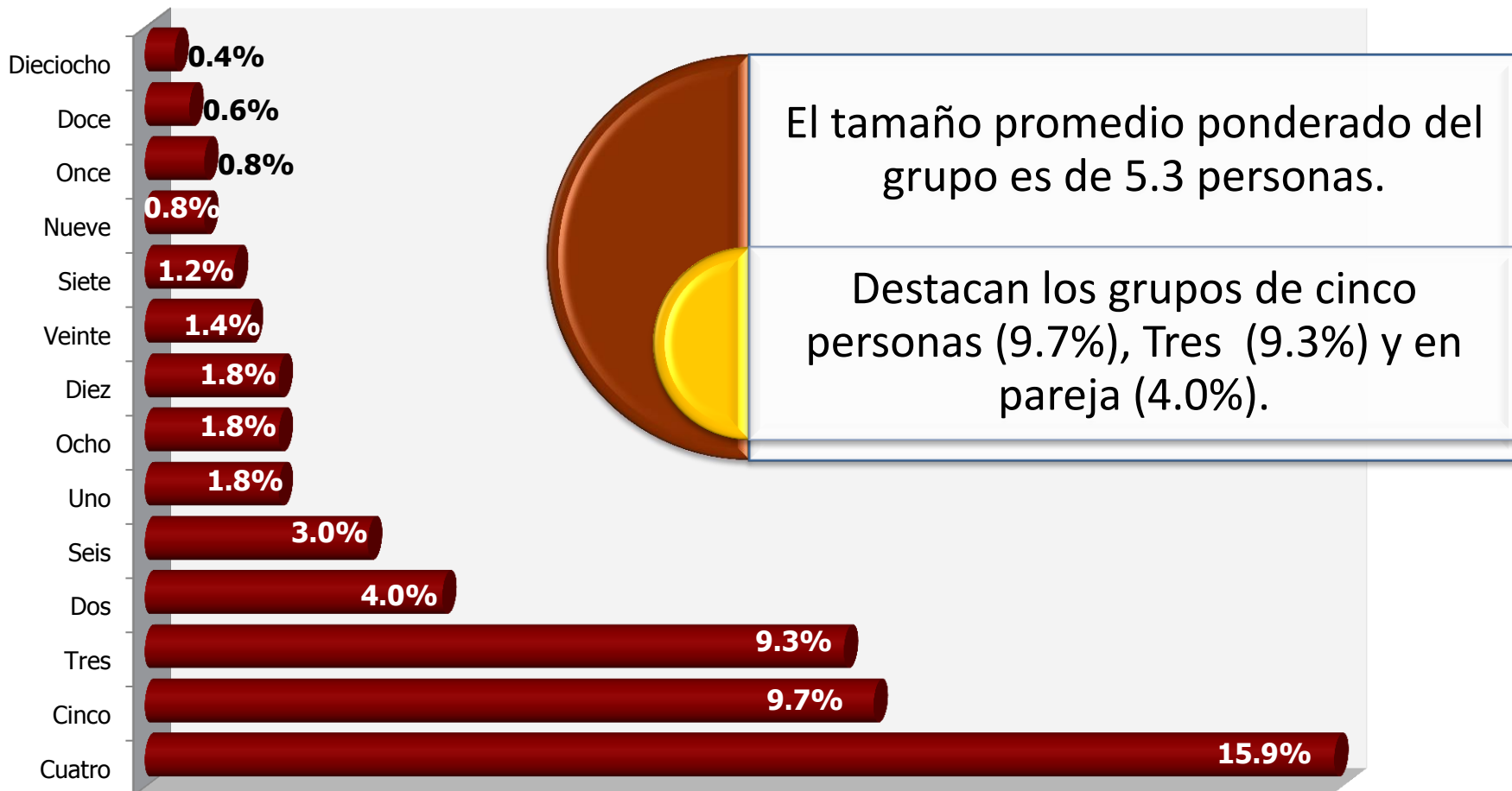
El 36.9% realiza este viaje con la familia.

El 31.5% viaja con su pareja.

17.3% viaja solo y el 5.9% realiza este viaje con amistades.

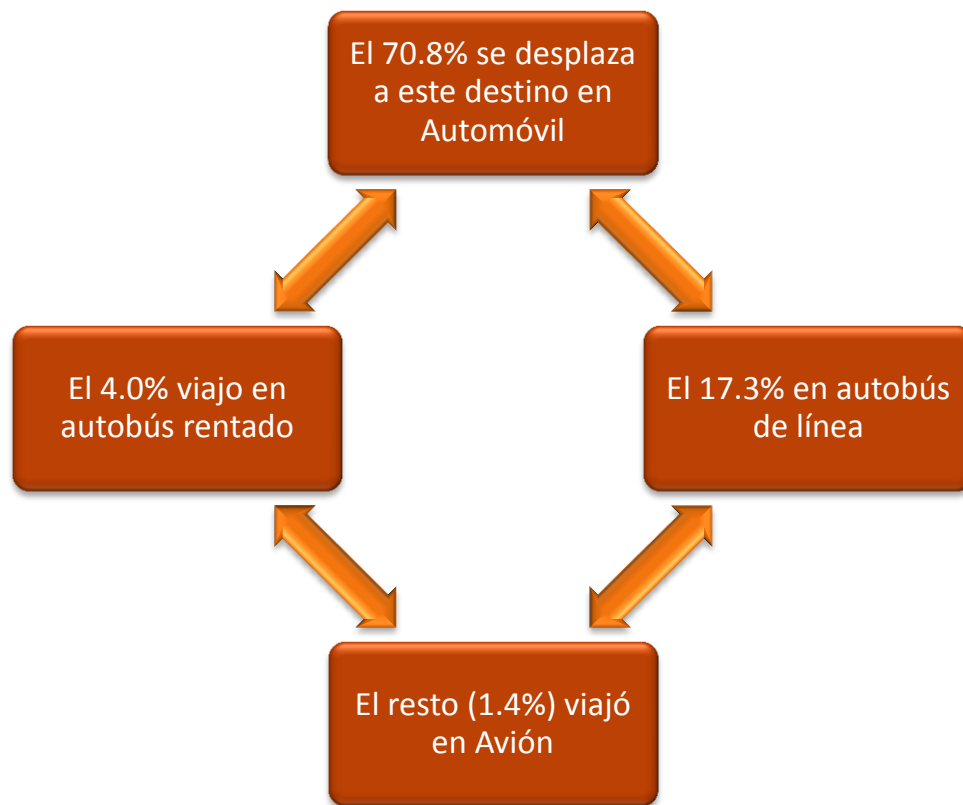
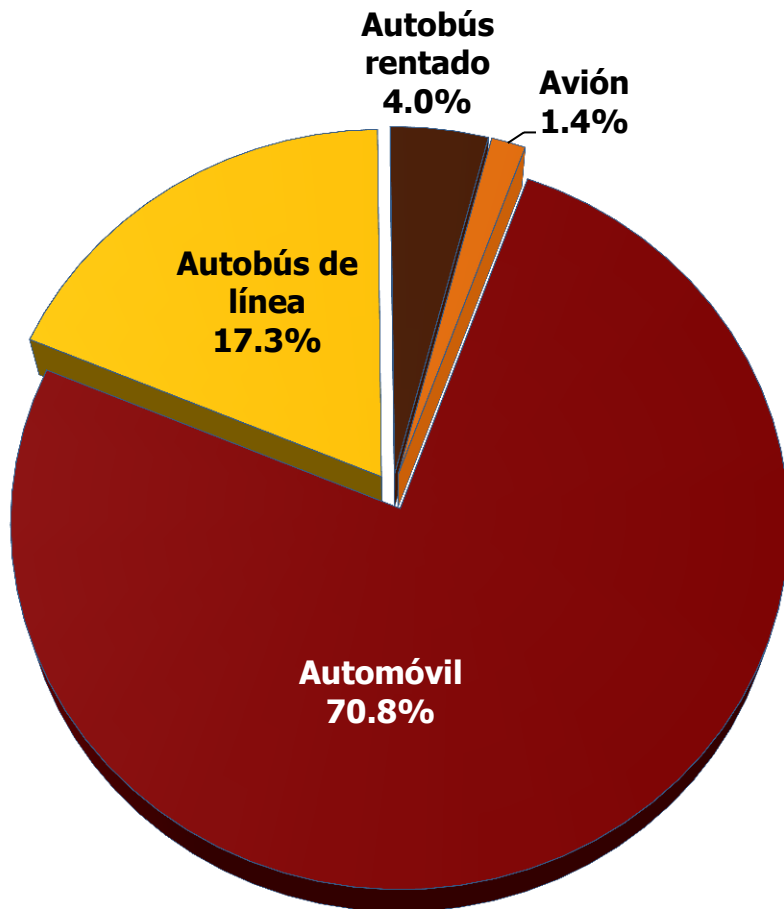
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Número de Acompañantes en su Visita



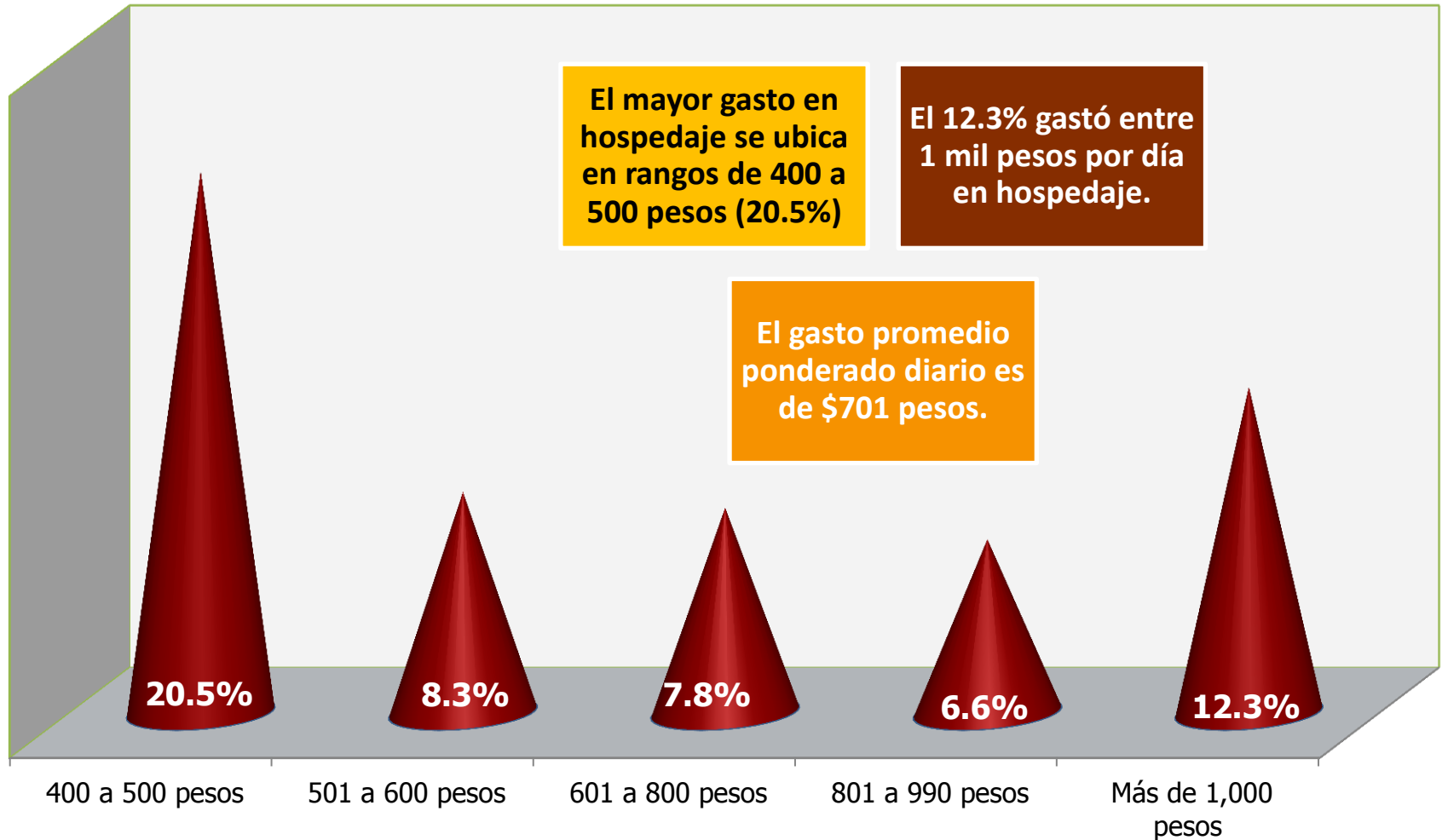
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Medio de Transporte Utilizado por el Visitante

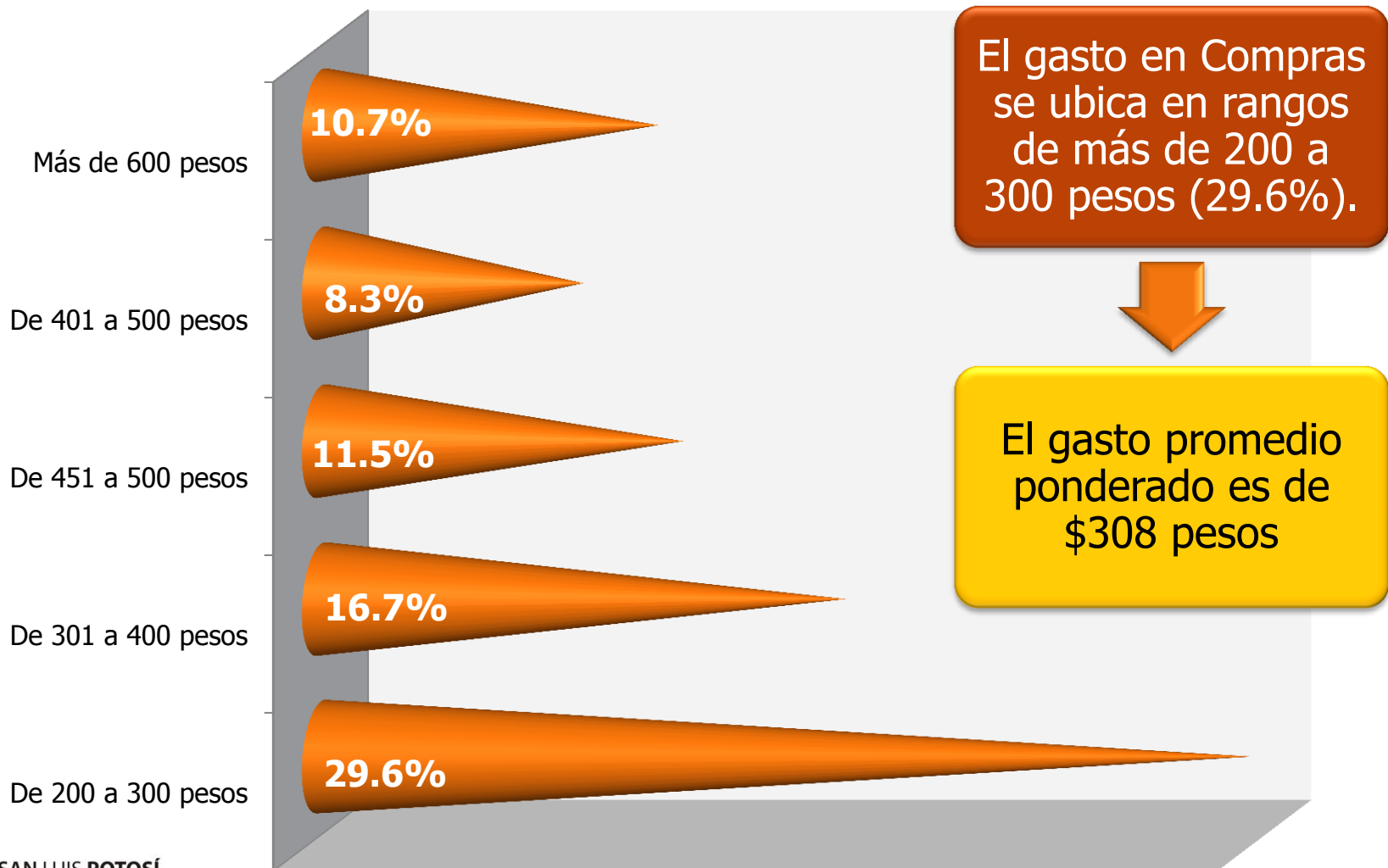


Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio - Hospedaje



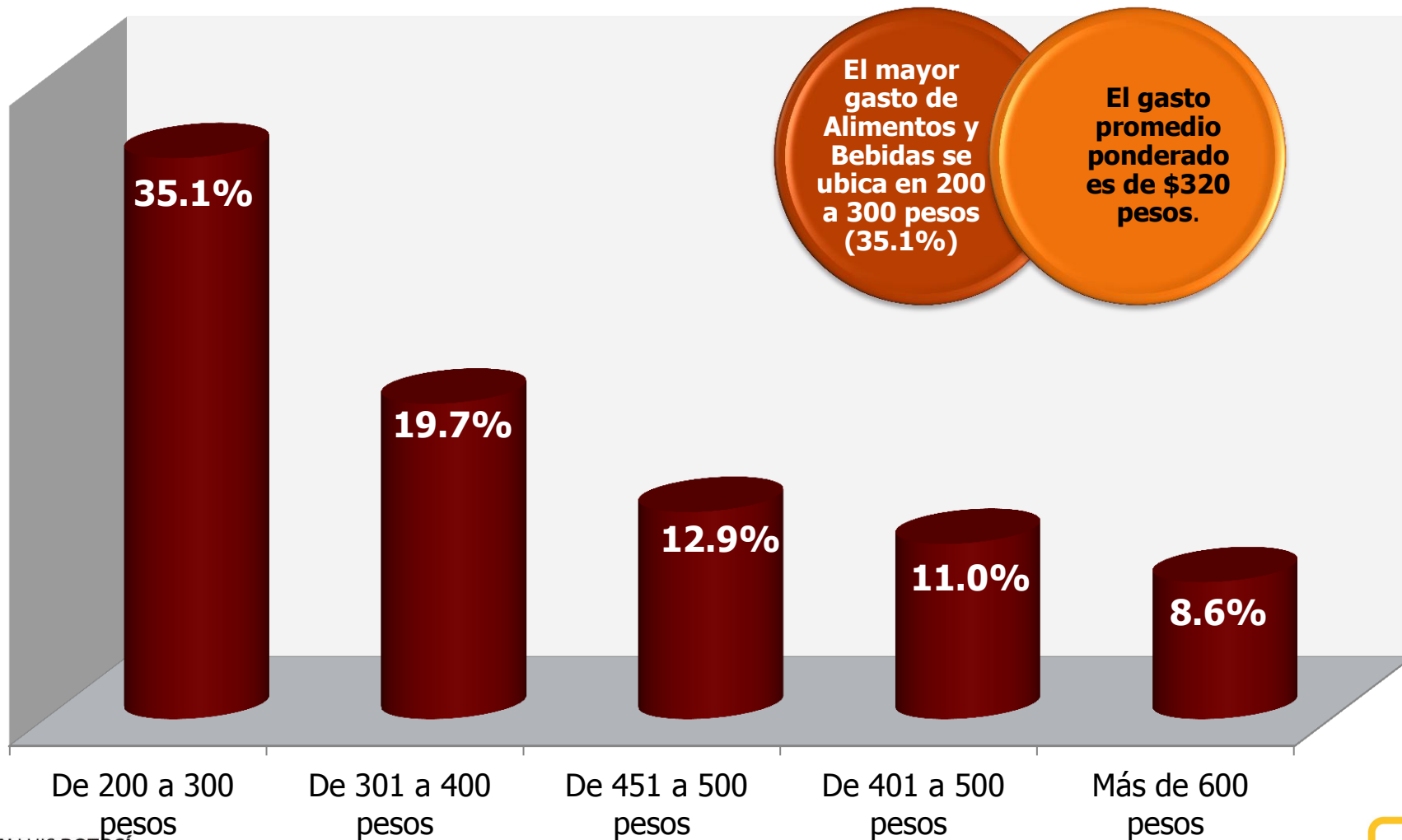
# Gasto Promedio - Compras



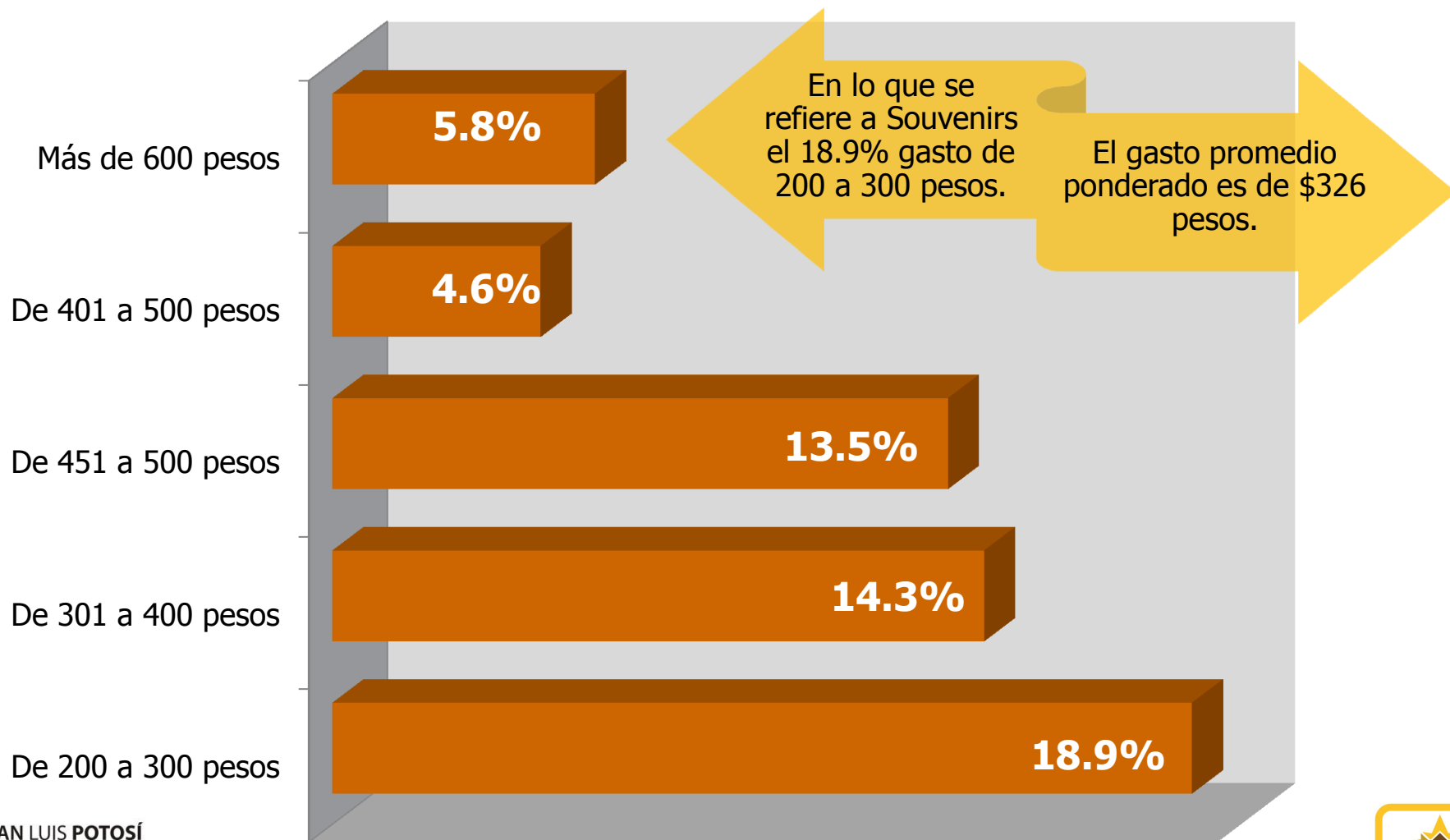
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

Invierno 2018-Región Altiplano

# Gasto Promedio – Alimentos y Bebidas

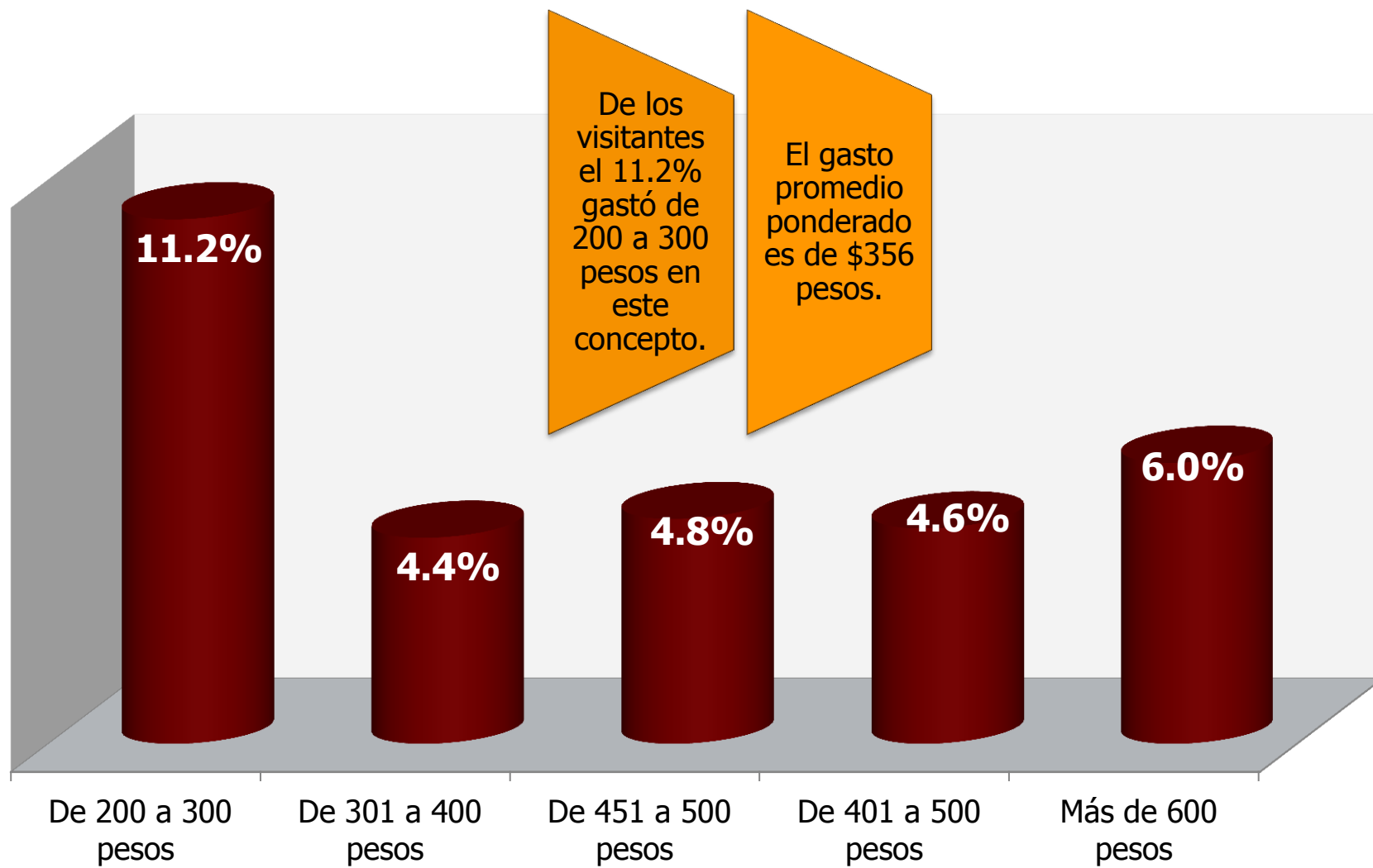


# Gasto Promedio - Souvenirs



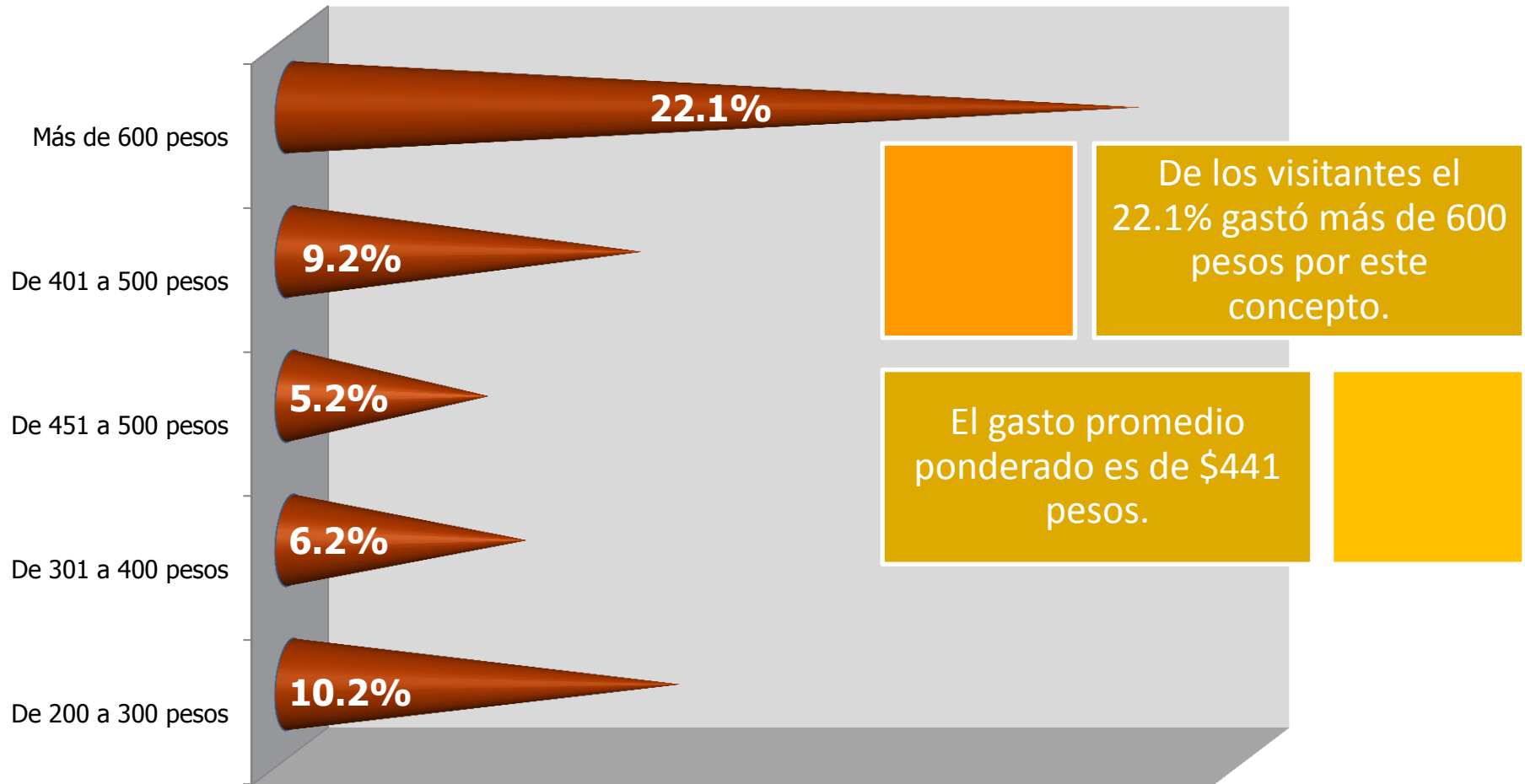


# Gasto Promedio – Transportación Local



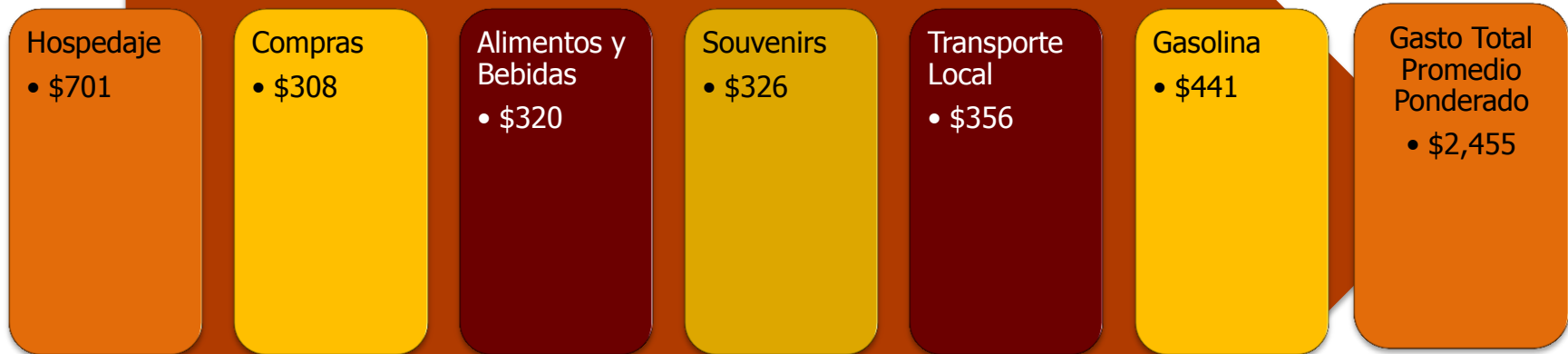
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio – Gasolina

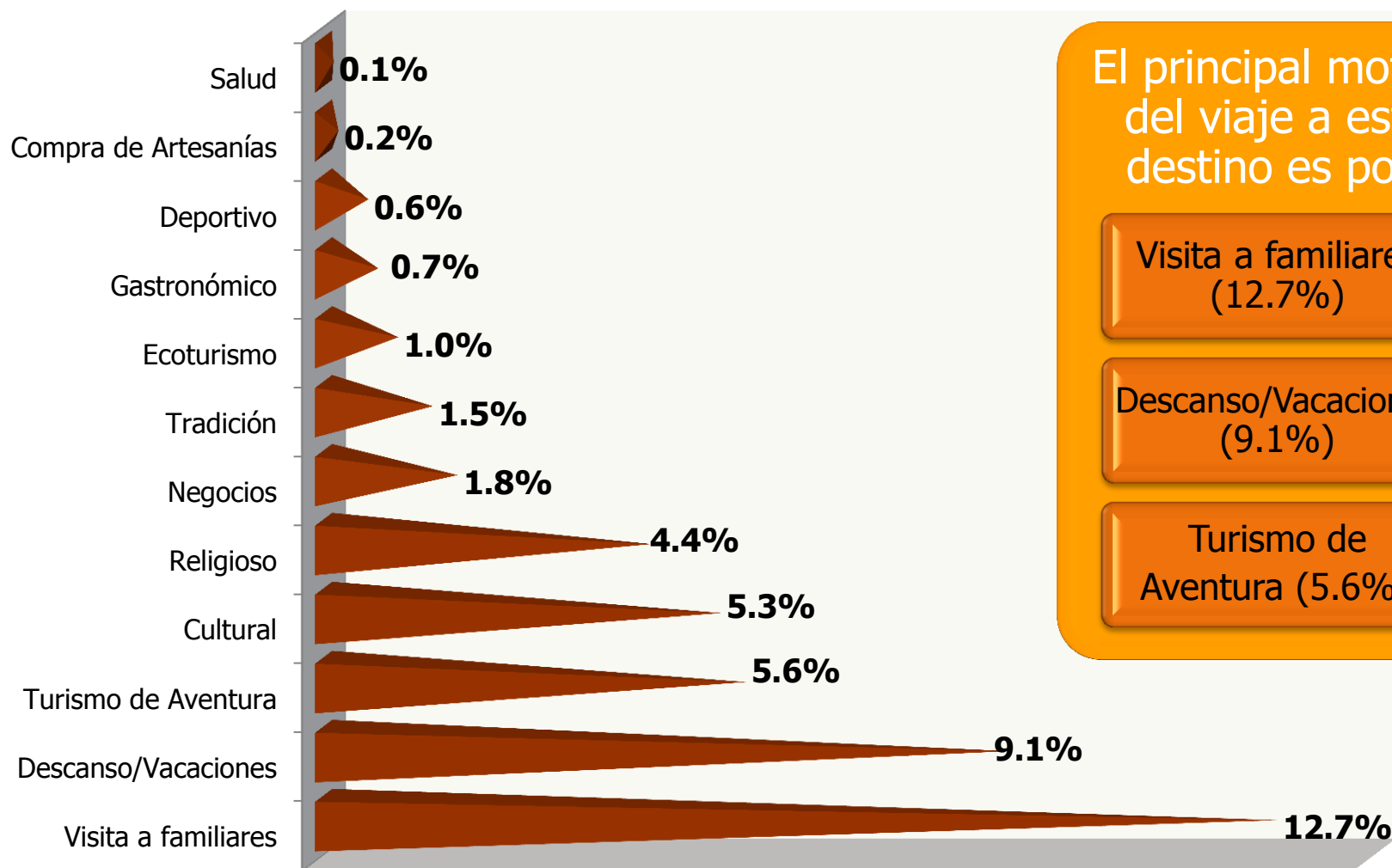


Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Total Promedio Ponderado



# Razón Principal de Viaje a este destino



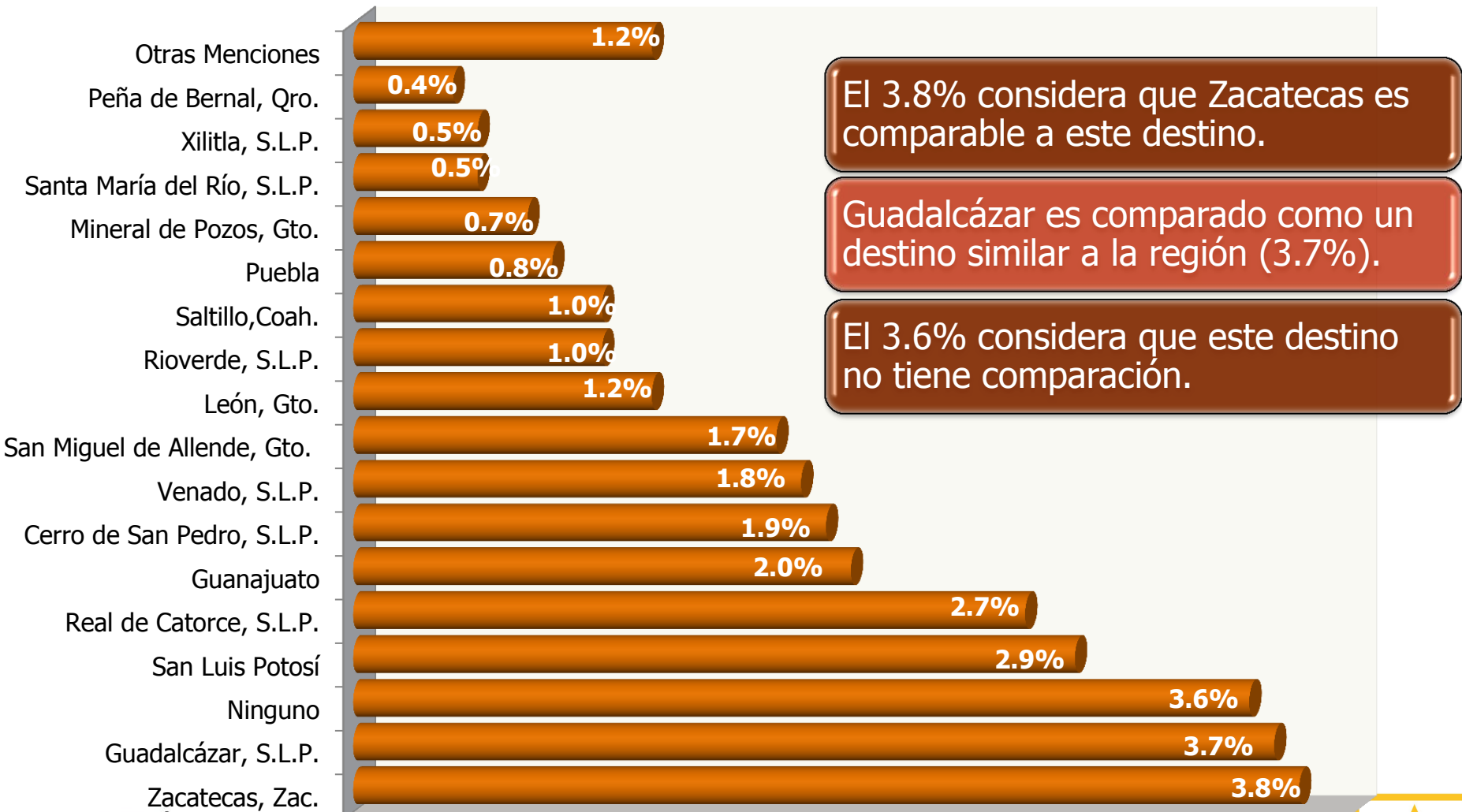
El principal motivo del viaje a este destino es por:

Visita a familiares  
(12.7%)

Descanso/Vacaciones  
(9.1%)

Turismo de Aventura  
(5.6%)

# Sitios con los que Comparan a la Región



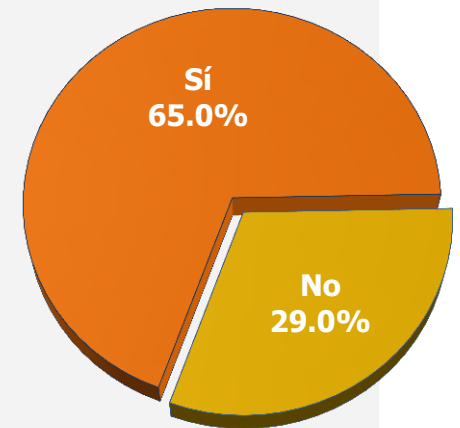
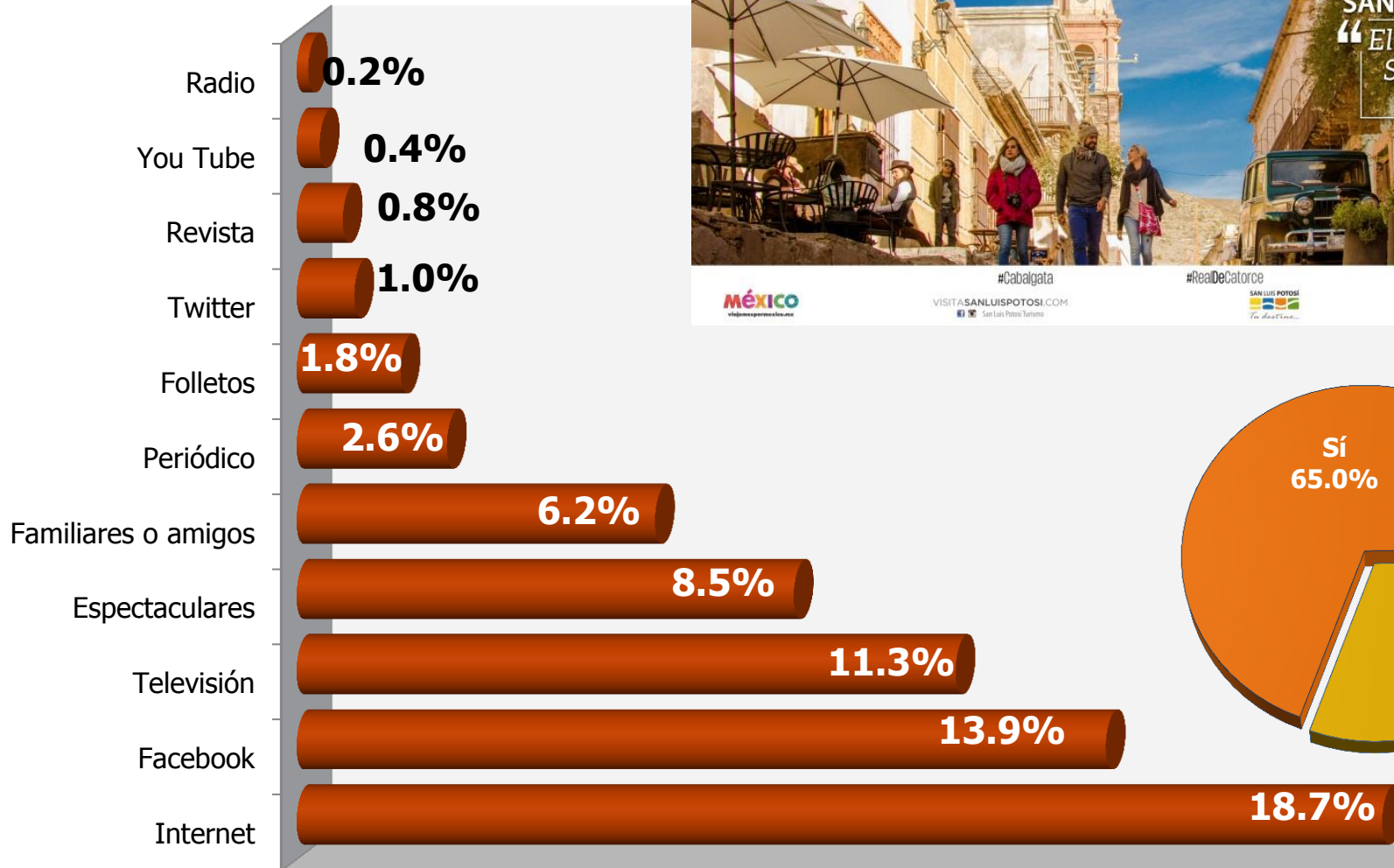
El 3.8% considera que Zacatecas es comparable a este destino.

Guadalcázar es comparado como un destino similar a la región (3.7%).

El 3.6% considera que este destino no tiene comparación.

# Recordación de la Publicidad

“El destino Surrealista de México”



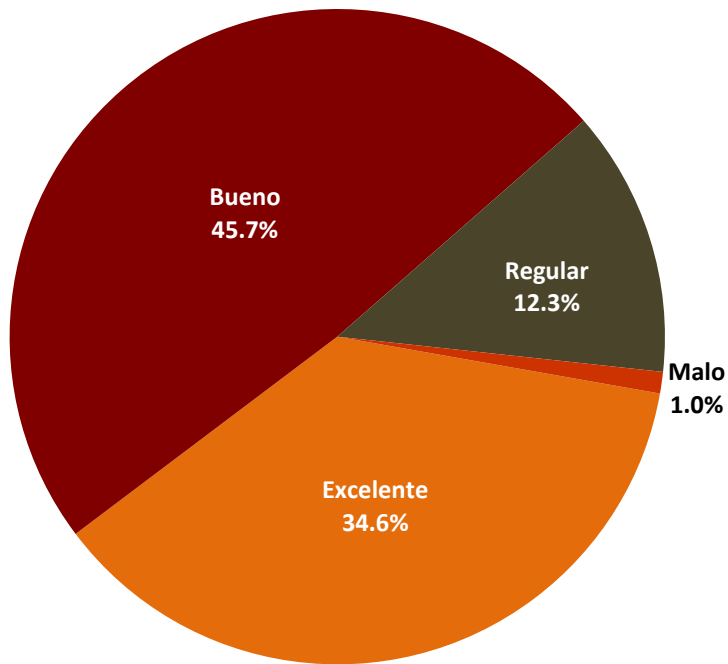
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

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

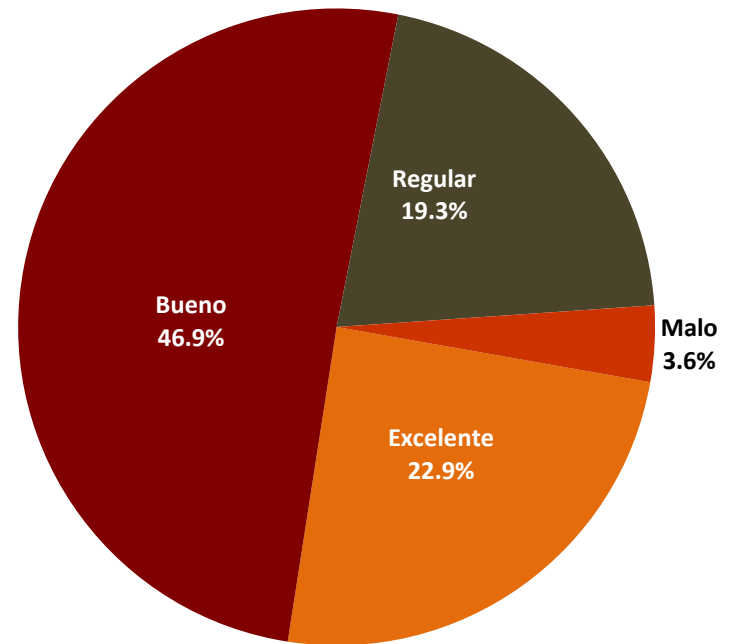
Medio de Comunicación	San Luis Potosí	Nuevo León	Coahuila	Estados Unidos	Tamaulipas	Ciudad de México	Guanajuato	Jalisco	Querétaro	Zacatecas	Estado de México	Durango	Aguascalientes	Puebla	Michoacán	Veracruz	Otras Menciones	Total	
Internet	5.6%	2.6%	1.8%	0.6%	1.4%	0.6%	0.6%	1.4%	0.6%	0.0%	0.6%	0.6%	0.2%	0.2%	0.2%	0.4%	1.4%	↔	18.7%
Facebook	4.4%	2.6%	1.2%	1.4%	1.0%	0.6%	1.2%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	1.0%	↔	13.9%
Televisión	1.4%	3.0%	1.0%	1.0%	1.0%	0.6%	0.0%	0.2%	0.4%	0.8%	0.2%	0.4%	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	0.8%	↘	11.3%
Espectaculares	1.0%	3.0%	0.6%	0.8%	1.0%	0.0%	0.2%	0.6%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	↘	8.5%
Familiares o amigos	1.0%	1.6%	0.4%	1.0%	0.2%	0.2%	0.4%	0.0%	0.2%	0.2%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	↓	6.2%
Periódico	0.4%	0.4%	0.2%	0.2%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	↓	2.6%
Folletos	0.2%	0.2%	0.6%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	↓	1.8%
Twitter	0.0%	0.4%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	↓	1.0%
Revista	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓	0.8%
You Tube	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓	0.4%
Radio	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓	0.2%
No contesto	8.3%	8.0%	2.6%	3.2%	1.4%	2.0%	1.8%	1.6%	1.2%	0.6%	0.4%	0.4%	0.4%	0.6%	0.2%	0.0%	2.0%	↑	34.6%
<b>Total</b>	<b>22.3%</b>	<b>21.9%</b>	<b>8.5%</b>	<b>8.3%</b>	<b>6.4%</b>	<b>5.0%</b>	<b>4.2%</b>	<b>4.2%</b>	<b>2.8%</b>	<b>2.2%</b>	<b>2.0%</b>	<b>1.4%</b>	<b>1.2%</b>	<b>1.2%</b>	<b>0.6%</b>	<b>0.6%</b>	<b>7.4%</b>		<b>100.0%</b>

# Satisfacción del destino

## Sitios y Atractivos Turísticos



## Calidad de la Infraestructura Turística

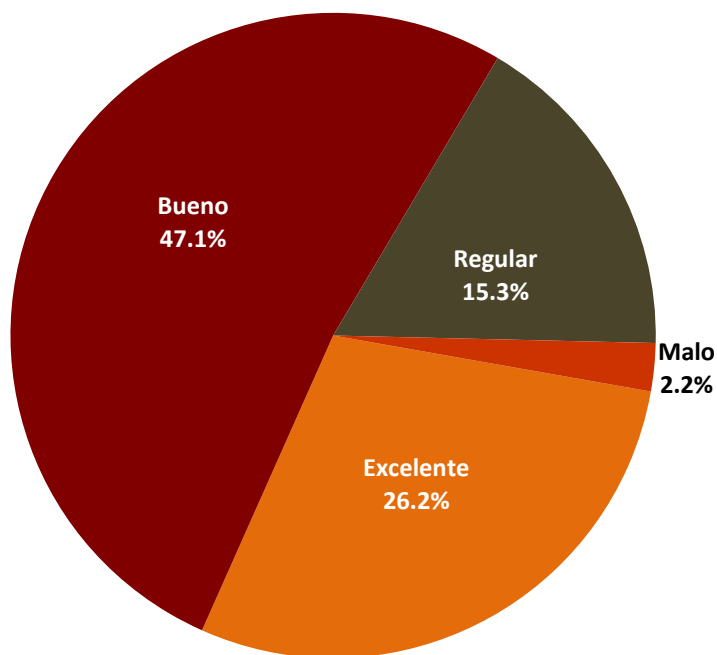


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

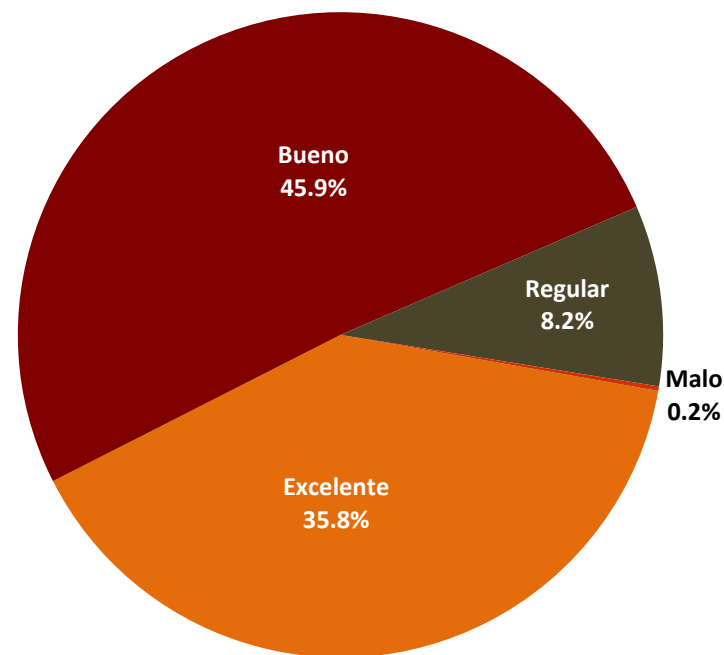


# Satisfacción del destino

## Imagen Turística del Destino



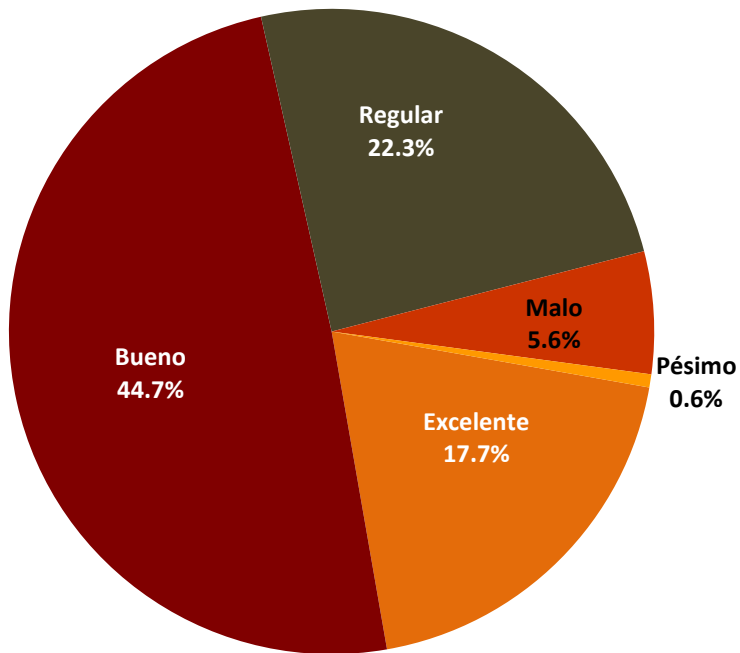
## Experiencia de Viaje del destino



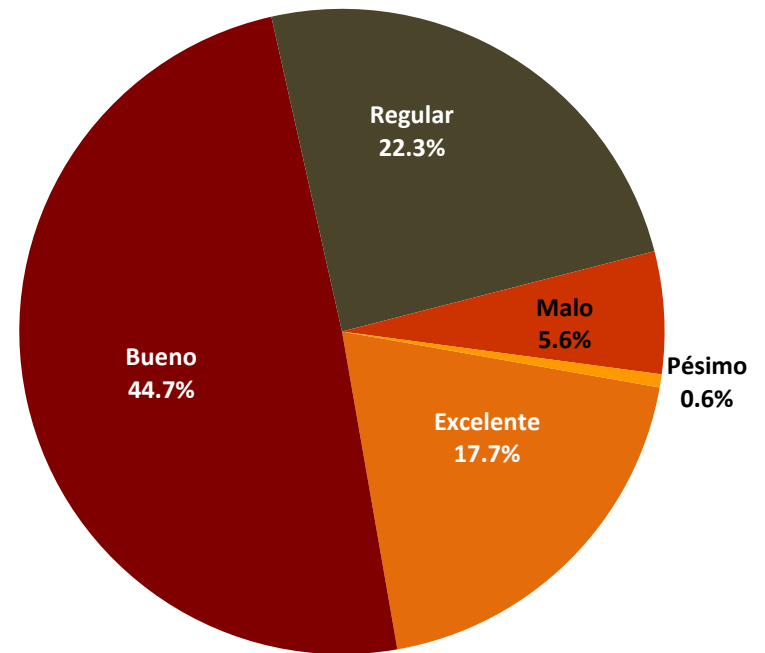
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Satisfacción del destino

## Limpieza en las calles y áreas públicas



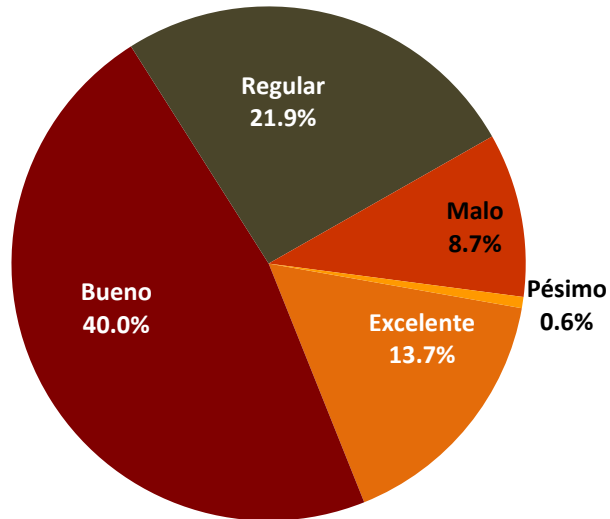
## Señalética Turística del destino



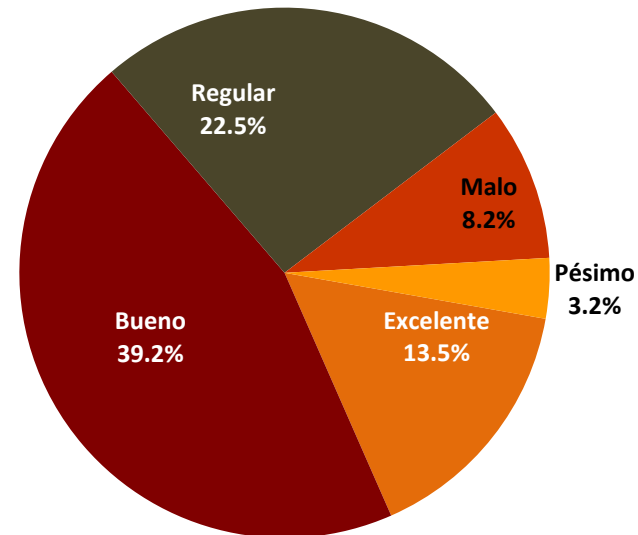
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Satisfacción del destino

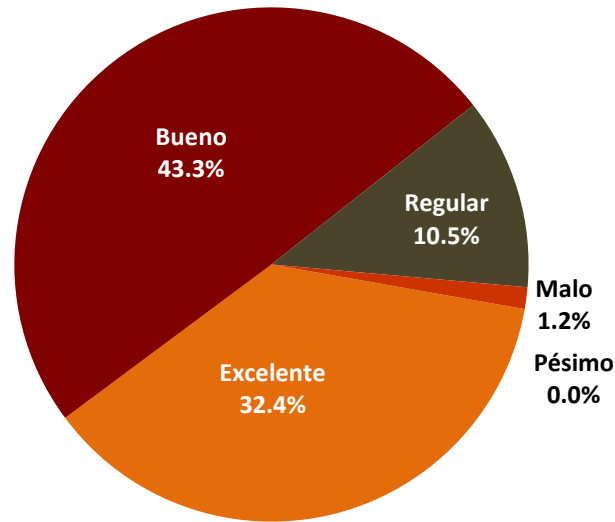
## Módulos de Información turística



## Relación calidad/cantidad de sanitarios

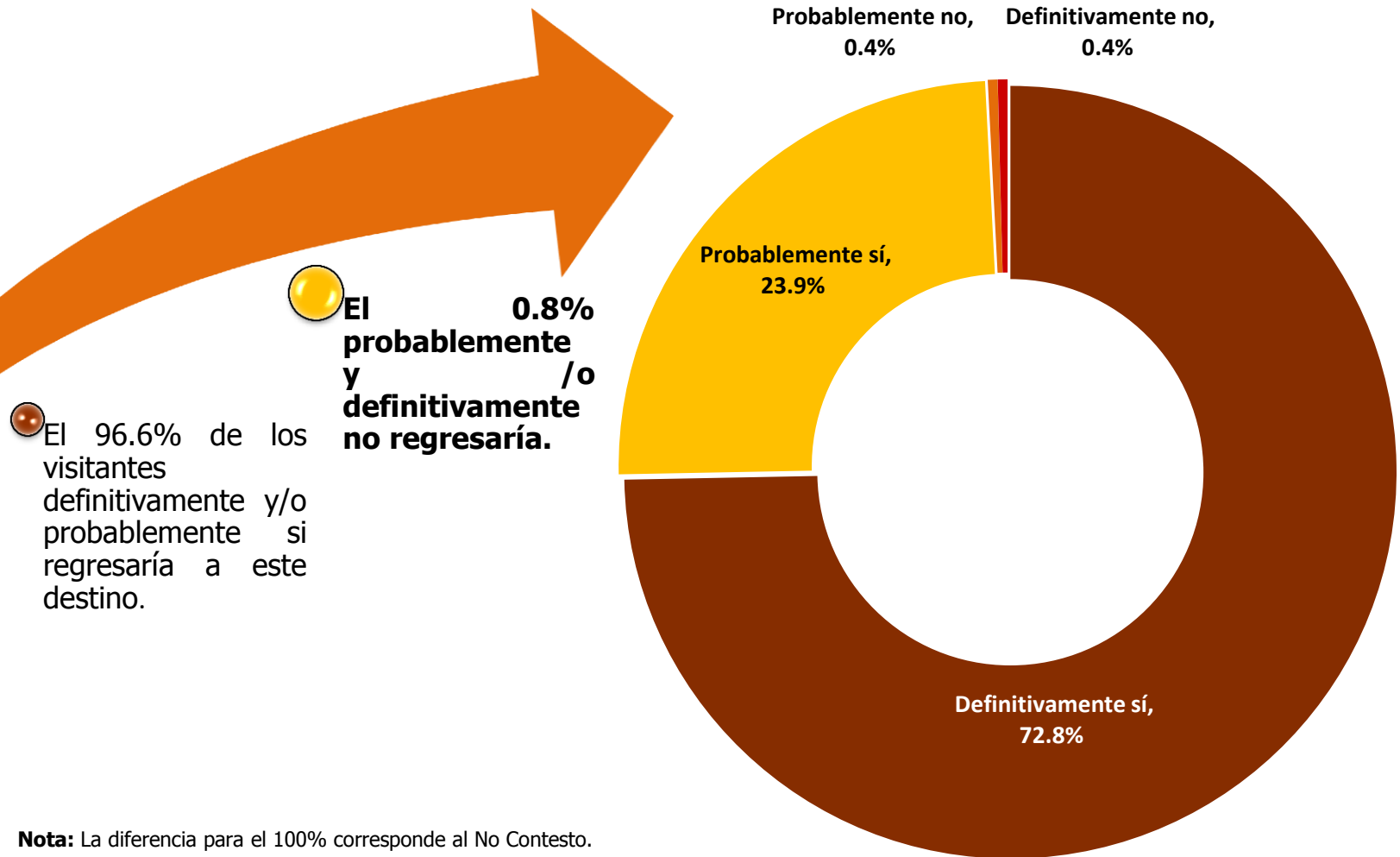


## Gastronomía típica del destino



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

# Opinión de Regresar a este destino

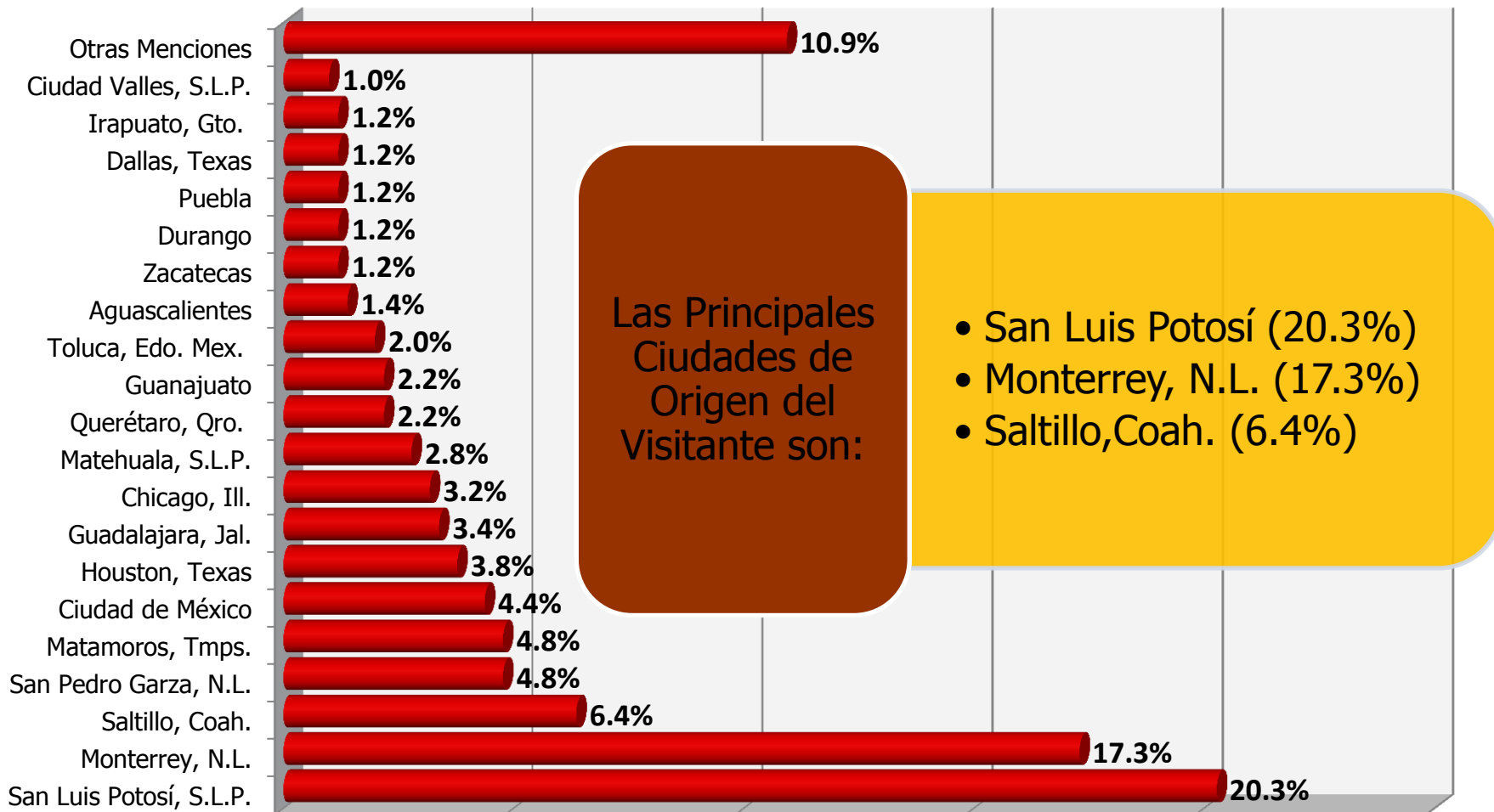


# Opinión de Recomendar a este destino



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

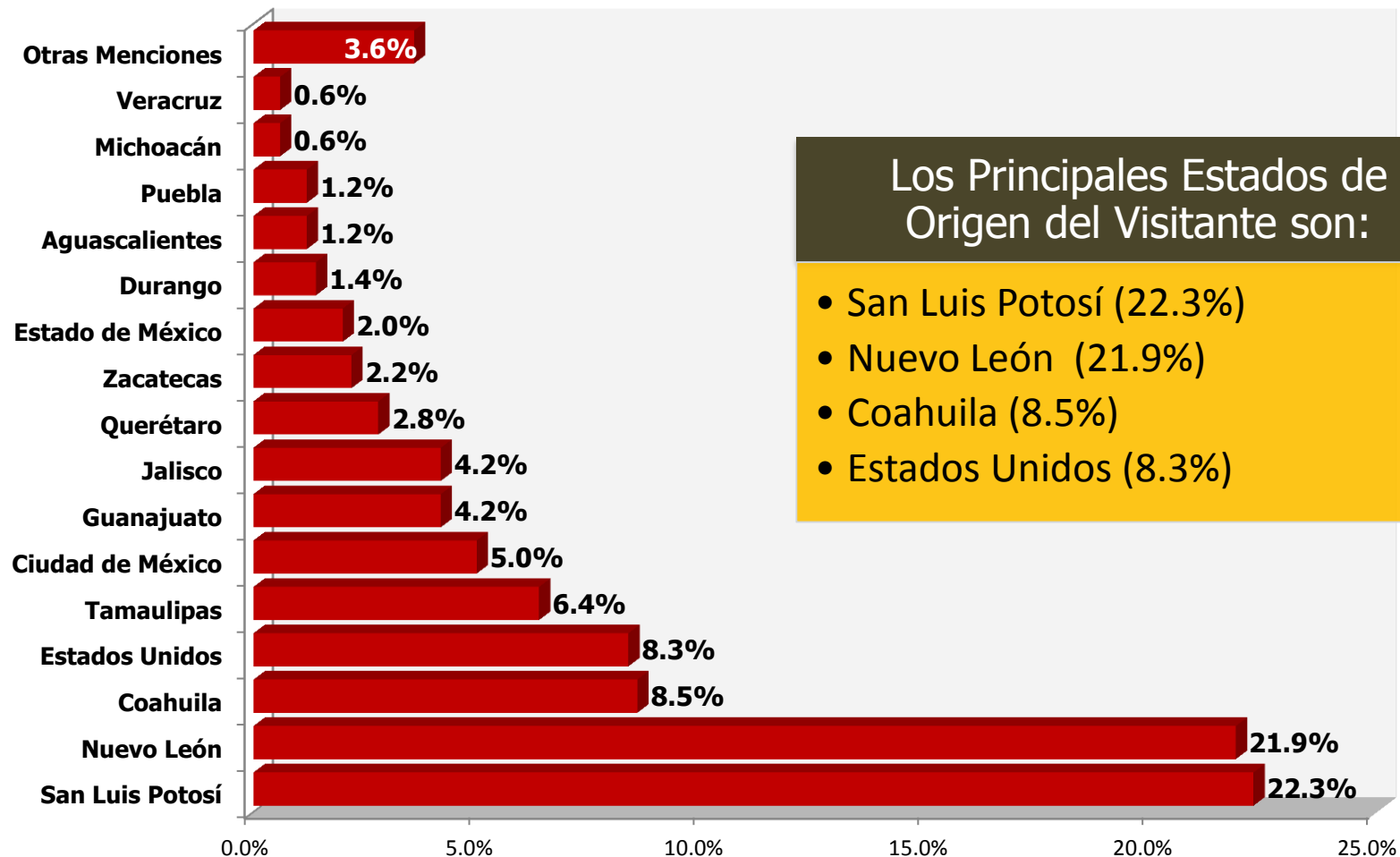
# Principales Ciudades de Origen del Visitante



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

Invierno 2018-Región Altiplano

# Principales Estados de Origen del Visitante



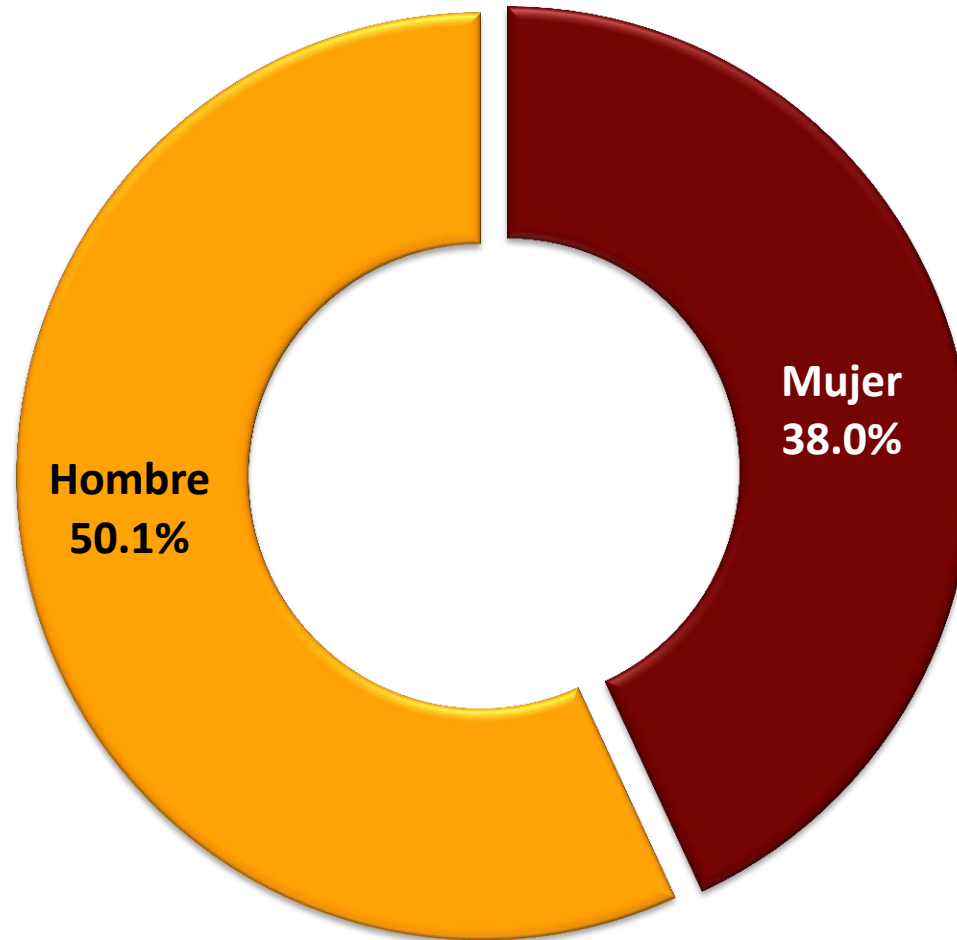
Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

- San Luis Potosí (22.3%)
- Nuevo León (21.9%)
- Coahuila (8.5%)
- Estados Unidos (8.3%)

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

Invierno 2018-Región Altiplano

# Sexo del Visitante a la Región

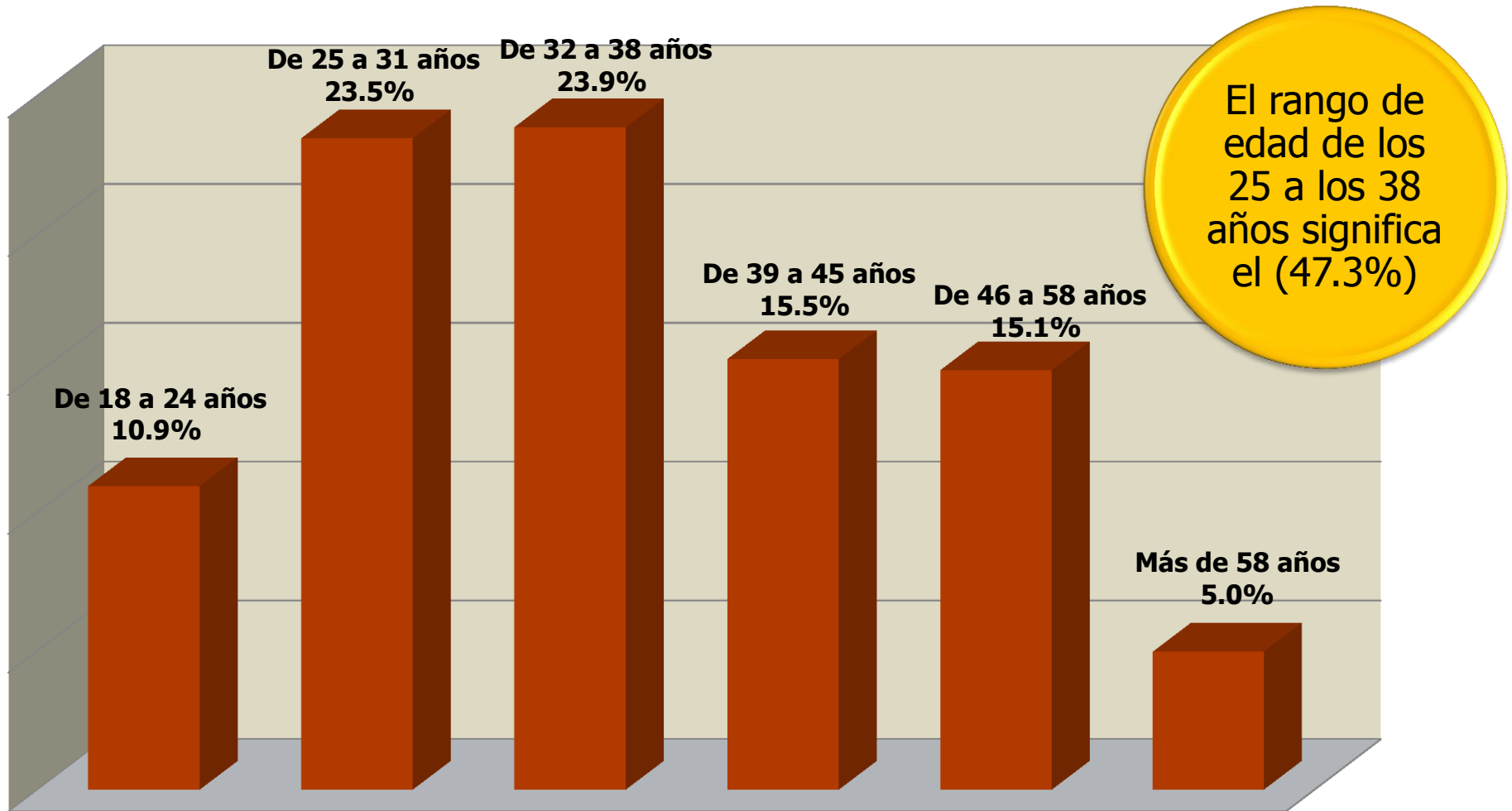


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

Invierno 2018-Región Altiplano



# Rango de Edad de los Visitantes

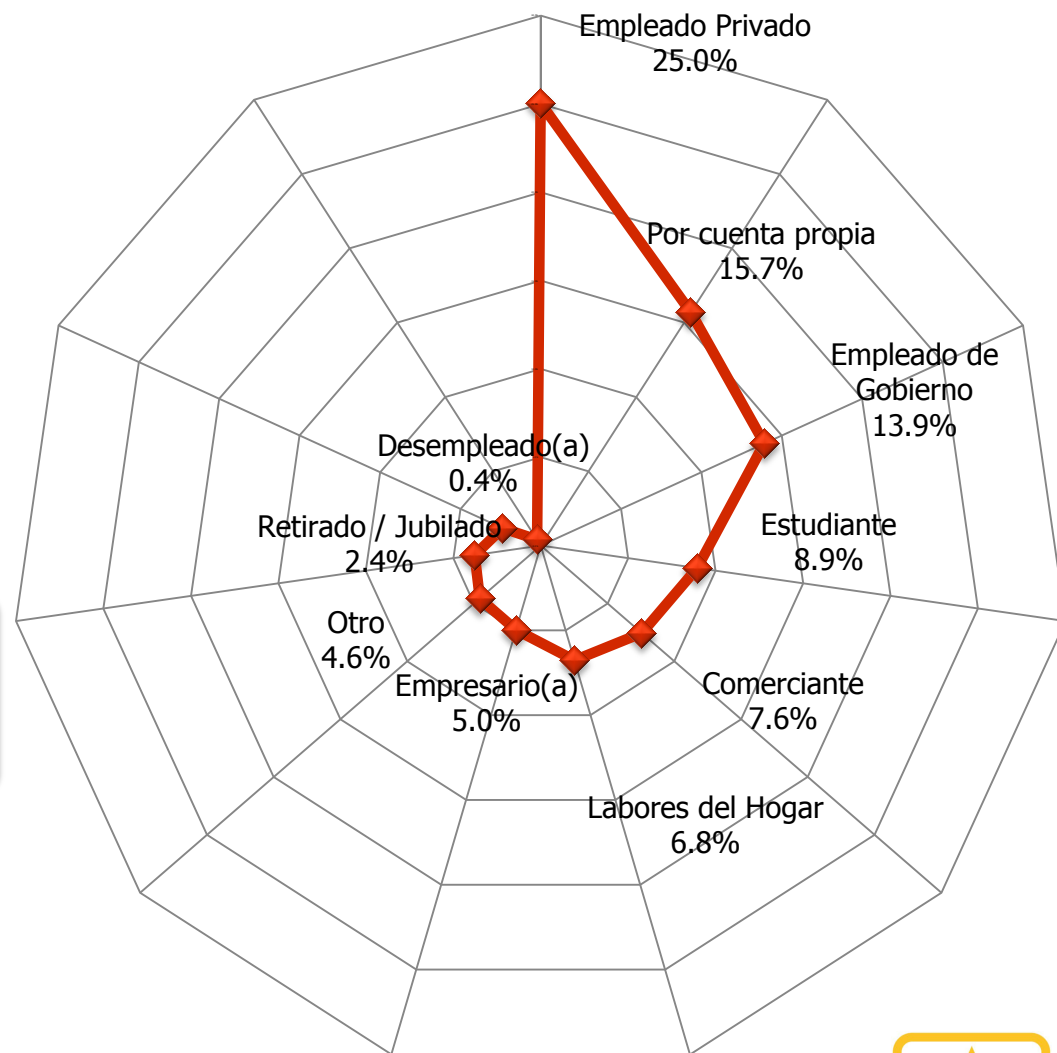


# Ocupación del Visitante a San Luis Potosí

Una importante parte de los visitantes son empleados privados (25.0%)

Otro segmento importante (15.7%) laboran por cuenta propia y el 13.9 son empleados de gobierno.

El 8.9% son estudiantes





# **Resultados con perspectiva de género**

## **Perfil del Visitante Región Centro**

# Resultados con Perspectiva de Género

## Lugar de Encuesta

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Charcas	4.6%	3.8%	1.6%	<b>9.9%</b>
Guadalcázar	5.0%	3.6%	1.6%	<b>10.1%</b>
Mathuala	8.3%	18.5%	3.2%	<b>30.0%</b>
Real de Catorce	13.3%	14.3%	2.4%	<b>30.0%</b>
Venado	4.8%	4.2%	1.0%	<b>9.9%</b>
Villa de la Paz	2.0%	5.8%	2.2%	<b>9.9%</b>
No contestó	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	12.9%	12.3%	2.6%	<b>27.8%</b>
Una vez al año	10.3%	14.1%	3.2%	<b>27.6%</b>
Dos veces al año	8.0%	10.9%	3.4%	<b>22.3%</b>
Tres o más veces al año	5.8%	12.1%	2.4%	<b>20.3%</b>
No contestó	1.0%	0.6%	0.4%	<b>2.0%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguna	8.3%	12.1%	3.6%	<b>24.1%</b>
Una noche	6.8%	9.7%	1.4%	<b>17.9%</b>
Dos noches	9.3%	9.7%	2.4%	<b>21.5%</b>
Tres noches	5.2%	7.6%	1.6%	<b>14.3%</b>
Cuatro noches	1.4%	3.2%	0.4%	<b>5.0%</b>
Cinco noches	2.2%	2.2%	1.4%	<b>5.8%</b>
Seis noches	1.2%	0.8%	0.2%	<b>2.2%</b>
Siete noches	1.6%	2.2%	0.6%	<b>4.4%</b>
Ocho noches	0.6%	0.2%	0.2%	<b>1.0%</b>
Diez noches	0.0%	1.4%	0.2%	<b>1.6%</b>
Más de Diez noches	1.4%	1.0%	0.0%	<b>2.4%</b>
No contestó	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Lugar donde se esta hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	18.9%	26.0%	5.6%	<b>50.5%</b>
Familia / Amigos	11.7%	17.5%	4.6%	<b>33.8%</b>
Acampará	1.0%	0.6%	0.2%	<b>1.8%</b>
Vivienda Rentada	1.0%	0.6%	0.0%	<b>1.6%</b>
No contesto	5.4%	5.4%	1.6%	<b>12.3%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Nueva Paz, Villa de la Paz	0.8%	2.8%	1.4%	<b>5.0%</b>
Hotel El Rincón del Pintor , Catorce	1.4%	2.4%	0.2%	<b>4.0%</b>
Hotel María Bonita, Matehuala	0.6%	2.4%	0.2%	<b>3.2%</b>
Hotel Casino del Valle, Matehuala	0.8%	2.2%	0.2%	<b>3.2%</b>
Hotel María Esther, Matehuala	1.8%	1.2%	0.2%	<b>3.2%</b>
Hotel Posada Real, Matehuala	1.2%	1.6%	0.2%	<b>3.0%</b>
Mesón del Refugio, Catorce	1.2%	1.4%	0.2%	<b>2.8%</b>
Hotel Capri, Matehuala	0.2%	1.6%	0.8%	<b>2.6%</b>
Las Palmas Midway Inn, Matehuala	1.2%	0.6%	0.6%	<b>2.4%</b>
Hotel Real Bonanza, Catorce	1.2%	0.8%	0.2%	<b>2.2%</b>
Hotel Posada el Minero, Catorce	1.0%	0.6%	0.0%	<b>1.6%</b>
Hotel El Real , Catorce	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.2%</b>
Hotel La Hacienda, Venado	0.6%	0.4%	0.2%	<b>1.2%</b>
Hotel Amor y Paz, Catorce	0.4%	0.4%	0.2%	<b>1.0%</b>
Hotel Corral del Conde I, Catorce	0.2%	0.6%	0.2%	<b>1.0%</b>
Hotel Del Parque, Matehuala	0.4%	0.6%	0.0%	<b>1.0%</b>
Hotel Guadalcázar, Guadalcázar	0.4%	0.6%	0.0%	<b>1.0%</b>
Hotel Real de Álamos, Catorce	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Hotel San Juan, Catorce	0.4%	0.2%	0.2%	<b>0.8%</b>
Suites Coronado, Venado	0.4%	0.2%	0.0%	<b>0.6%</b>
Hotel Mesón de la Abundancia, Catorce	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Casa Real, Matehuala	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Tony John, Charcas	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Alamo, Matehuala	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel San Lucas, Matehuala	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Sol y Luna, Matehuala	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
El Mesón Hotel y Descanso, Matehuala	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hacienda Encantada, Catorce	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Corral del Conde II, Catorce	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Mina Real, Catorce	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel El Malacate, Charcas	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Minería, Charcas	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Clave de Sol, Catorce	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Los Faroles, Catorce	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Quinta Puesta del Sol, Catorce	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel La Carreta, Matehuala	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Casa Curtos, Catorce	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Los Arcos , Catorce	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Ogarrío, Catorce	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Real de Alcázar, Guadalcázar	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Casa de Huéspedes La Providencia, Catorce	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Plaza Jardín Córdoba , Guadalcázar	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Gran Río, Venado	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Providencia, Catorce	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
No contesto	19.5%	25.6%	7.0%	<b>52.1%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	3.6%	7.0%	1.2%	<b>11.7%</b>
Pareja	9.1%	14.7%	2.4%	<b>26.2%</b>
Familia	18.9%	20.9%	6.4%	<b>46.1%</b>
Amistades	4.2%	5.0%	1.2%	<b>10.3%</b>
Agrupación	1.0%	1.4%	0.2%	<b>2.6%</b>
No contesto	1.2%	1.2%	0.6%	<b>3.0%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Cuatro	4.8%	9.1%	2.0%	<b>15.9%</b>
Cinco	4.4%	3.8%	1.6%	<b>9.7%</b>
Tres	2.6%	4.8%	2.0%	<b>9.3%</b>
Dos	2.0%	1.8%	0.2%	<b>4.0%</b>
Seis	1.4%	1.2%	0.4%	<b>3.0%</b>
Uno	0.8%	1.0%	0.0%	<b>1.8%</b>
Ocho	0.6%	0.8%	0.4%	<b>1.8%</b>
Diez	1.2%	0.6%	0.0%	<b>1.8%</b>
Veinte	0.6%	0.6%	0.2%	<b>1.4%</b>
Siete	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.2%</b>
Nueve	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
Once	0.6%	0.2%	0.0%	<b>0.8%</b>
Doce	0.6%	0.0%	0.0%	<b>0.6%</b>
Dieciocho	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Trece	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Catorce	0.0%	0.0%	0.2%	<b>0.2%</b>
Quince	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Diecinueve	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Veinte	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
No contesto	16.9%	24.7%	5.0%	<b>46.5%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	25.2%	38.0%	7.6%	<b>70.8%</b>
Autobús de línea	7.2%	7.8%	2.4%	<b>17.3%</b>
Autobús rentado	2.0%	1.4%	0.6%	<b>4.0%</b>
Avión	0.8%	0.6%	0.0%	<b>1.4%</b>
No contestó	2.8%	2.4%	1.4%	<b>6.6%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
400 a 500 pesos	9.9%	9.1%	1.4%	<b>20.5%</b>
501 a 600 pesos	2.6%	4.8%	1.0%	<b>8.3%</b>
601 a 800 pesos	3.4%	3.6%	0.8%	<b>7.8%</b>
801 a 990 pesos	2.4%	3.2%	1.0%	<b>6.6%</b>
Más de 1,000 pesos	4.0%	7.0%	1.4%	<b>12.3%</b>
No contesto	15.7%	22.5%	6.4%	<b>44.5%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	11.7%	14.7%	3.2%	<b>29.6%</b>
De 301 a 400 pesos	5.4%	9.1%	2.2%	<b>16.7%</b>
De 451 a 500 pesos	5.2%	5.2%	1.2%	<b>11.5%</b>
De 401 a 500 pesos	3.4%	4.2%	0.8%	<b>8.3%</b>
Más de 600 pesos	3.6%	6.6%	0.6%	<b>10.7%</b>
No contesto	8.7%	10.3%	4.0%	<b>23.1%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	14.3%	16.3%	4.4%	<b>35.0%</b>
De 301 a 400 pesos	6.2%	10.7%	2.8%	<b>19.7%</b>
De 451 a 500 pesos	4.2%	7.0%	1.8%	<b>12.9%</b>
De 401 a 500 pesos	5.0%	5.2%	0.8%	<b>10.9%</b>
Más de 600 pesos	2.8%	5.2%	0.6%	<b>8.5%</b>
No contesto	5.6%	5.8%	1.6%	<b>12.9%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	7.6%	9.7%	1.6%	<b>18.9%</b>
De 301 a 400 pesos	5.2%	7.2%	2.0%	<b>14.3%</b>
De 451 a 500 pesos	5.0%	7.0%	1.6%	<b>13.5%</b>
De 401 a 500 pesos	2.8%	1.4%	0.4%	<b>4.6%</b>
Más de 600 pesos	1.4%	3.6%	0.8%	<b>5.8%</b>
No contesto	16.1%	21.3%	5.6%	<b>42.9%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	5.6%	5.0%	0.6%	<b>11.1%</b>
De 301 a 400 pesos	1.2%	2.2%	1.0%	<b>4.4%</b>
De 451 a 500 pesos	1.2%	2.8%	0.8%	<b>4.8%</b>
De 401 a 500 pesos	2.2%	1.8%	0.6%	<b>4.6%</b>
Más de 600 pesos	2.8%	2.4%	0.8%	<b>6.0%</b>
No contesto	25.0%	36.0%	8.2%	<b>69.2%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	3.2%	5.6%	1.4%	<b>10.1%</b>
De 301 a 400 pesos	1.4%	3.4%	1.4%	<b>6.2%</b>
De 451 a 500 pesos	1.6%	2.6%	1.0%	<b>5.2%</b>
De 401 a 500 pesos	2.8%	5.6%	0.8%	<b>9.1%</b>
Más de 600 pesos	7.6%	13.3%	1.2%	<b>22.1%</b>
No contesto	21.5%	19.7%	6.2%	<b>47.3%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Visita a familiares	5.0%	6.3%	1.5%	<b>12.7%</b>
Descanso/Vacaciones	3.3%	4.9%	0.9%	<b>9.1%</b>
Turismo de Aventura	2.3%	2.8%	0.6%	<b>5.6%</b>
Cultural	2.1%	2.7%	0.5%	<b>5.3%</b>
Religioso	1.9%	1.7%	0.8%	<b>4.4%</b>
Negocios	0.4%	1.1%	0.3%	<b>1.8%</b>
Tradición	0.4%	0.8%	0.3%	<b>1.5%</b>
Ecoturismo	0.5%	0.3%	0.1%	<b>1.0%</b>
Gastronómico	0.2%	0.2%	0.3%	<b>0.7%</b>
Deportivo	0.1%	0.3%	0.3%	<b>0.6%</b>
Compra de Artesanías	0.1%	0.1%	0.1%	<b>0.2%</b>
Salud	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
No Contestó	21.7%	28.8%	6.4%	<b>56.9%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Zacatecas, Zac.	1.7%	1.8%	0.3%	<b>3.8%</b>
Guadalcazar, S.L.P.	1.4%	1.8%	0.5%	<b>3.7%</b>
Ninguno	1.3%	1.9%	0.4%	<b>3.6%</b>
San Luis Potosí	0.8%	1.9%	0.2%	<b>2.9%</b>
Real de Catorce, S.L.P.	1.0%	1.3%	0.4%	<b>2.7%</b>
Guanajuato	0.7%	1.1%	0.2%	<b>2.0%</b>
Cerro de San Pedro, S.L.P.	0.5%	1.0%	0.4%	<b>1.9%</b>
Venado, S.L.P.	0.7%	0.9%	0.2%	<b>1.8%</b>
San Miguel de Allende, Guanajuato	0.7%	1.0%	0.0%	<b>1.7%</b>
León, Gto.	0.4%	0.7%	0.1%	<b>1.2%</b>
Río Verde, S.L.P.	0.3%	0.6%	0.1%	<b>1.0%</b>
Saltillo, Coahuila	0.3%	0.4%	0.3%	<b>1.0%</b>
Puebla	0.3%	0.2%	0.3%	<b>0.8%</b>
Mineral de Pozos, Gto.	0.3%	0.4%	0.0%	<b>0.7%</b>
Santa Mariadel Río, S.L.P.	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Xilitla, S.L.P.	0.1%	0.4%	0.0%	<b>0.5%</b>
Peña de Bernal, Qro.	0.3%	0.1%	0.0%	<b>0.4%</b>
San Miguel Cuyutlán, Jalisco	0.3%	0.1%	0.0%	<b>0.4%</b>
Real del Monte, Hgo.	0.1%	0.1%	0.1%	<b>0.3%</b>
Ciudad del Maíz, S.L.P.	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Cuetzalan, Puebla	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Salamanca, Gto.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
No Contesto	26.4%	33.8%	8.4%	<b>68.7%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Recuerda Publicidad del Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Sí	21.1%	35.8%	8.2%	<b>65.0%</b>
No	14.5%	12.3%	2.2%	<b>29.0%</b>
No contesto	2.4%	2.0%	1.6%	<b>6.0%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio en que recuerda la publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	6.8%	10.3%	1.6%	<b>18.7%</b>
Facebook	3.6%	7.8%	2.6%	<b>13.9%</b>
Televisión	3.2%	7.0%	1.2%	<b>11.3%</b>
Espectaculares	3.6%	4.2%	0.8%	<b>8.5%</b>
Familiares o amigos	2.6%	3.0%	0.6%	<b>6.2%</b>
Periódico	0.6%	1.4%	0.6%	<b>2.6%</b>
Folletos	0.6%	0.8%	0.4%	<b>1.8%</b>
Twitter	0.4%	0.6%	0.0%	<b>1.0%</b>
Revista	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
You Tube	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Radio	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
No contesto	16.1%	14.3%	4.2%	<b>34.6%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	30.0%	33.8%	8.9%	<b>72.8%</b>
Probablemente sí	7.4%	14.7%	1.8%	<b>23.9%</b>
Probablemente no	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Definitivamente no	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
No Contesto	0.2%	1.2%	1.2%	<b>2.6%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	30.2%	33.2%	8.3%	<b>71.8%</b>
Probablemente sí	7.0%	15.5%	2.2%	<b>24.7%</b>
Probablemente no	0.4%	0.2%	0.2%	<b>0.8%</b>
No Contesto	0.4%	1.2%	1.2%	<b>2.8%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
San Luis Potosí, S.L.P.	8.7%	8.7%	2.8%	<b>20.3%</b>
Monterrey, N.L.	7.0%	8.2%	2.2%	<b>17.3%</b>
Saltillo, Coah.	2.8%	2.8%	0.8%	<b>6.4%</b>
San Pedro Garza, N.L.	1.6%	2.8%	0.4%	<b>4.8%</b>
Matamoros, Tmps.	1.6%	2.8%	0.4%	<b>4.8%</b>
Ciudad de México	1.4%	2.6%	0.4%	<b>4.4%</b>
Houston, Texas	1.6%	1.8%	0.4%	<b>3.8%</b>
Guadalajara, Jal.	2.2%	1.0%	0.2%	<b>3.4%</b>
Chicago, Ill.	1.0%	1.4%	0.8%	<b>3.2%</b>
Matehuala, S.L.P.	1.4%	1.4%	0.0%	<b>2.8%</b>
Querétaro, Qro.	1.2%	1.0%	0.0%	<b>2.2%</b>
Guanajuato	0.8%	1.2%	0.2%	<b>2.2%</b>
Toluca, Edo. Mex.	0.6%	1.4%	0.0%	<b>2.0%</b>
Aguascalientes	0.8%	0.6%	0.0%	<b>1.4%</b>
Zacatecas	0.2%	1.0%	0.0%	<b>1.2%</b>
Durango	0.4%	0.6%	0.2%	<b>1.2%</b>
Puebla	0.2%	0.6%	0.4%	<b>1.2%</b>
Dallas, Texas	0.0%	1.0%	0.2%	<b>1.2%</b>
Irapuato, Gto.	0.2%	0.8%	0.2%	<b>1.2%</b>
Ciudad Valles, S.L.P.	0.2%	0.6%	0.2%	<b>1.0%</b>
Fresnillo, Zac.	0.0%	0.6%	0.4%	<b>1.0%</b>
Querétaro, Qro.	0.2%	0.4%	0.2%	<b>0.8%</b>
Nuevo Laredo, Tamps.	0.2%	0.4%	0.2%	<b>0.8%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Matamoros, Tamps.	0.2%	0.6%	0.0%	<b>0.8%</b>
León, Gto.	0.2%	0.6%	0.0%	<b>0.8%</b>
Tlaquepaque, Jal.	0.6%	0.2%	0.0%	<b>0.8%</b>
Morelia, Mich.	0.0%	0.6%	0.0%	<b>0.6%</b>
Xalapa, Ver.	0.4%	0.2%	0.0%	<b>0.6%</b>
Monclova, Coah.	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Lyon, Francia	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Pachuca, Hgo.	0.0%	0.2%	0.2%	<b>0.4%</b>
Parral, Chih.	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hermosillo, Son.	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Naucalpan, Edo. Mex	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Chilpancingo, Gro.	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Carolina del Norte, Georgia	0.0%	0.0%	0.2%	<b>0.2%</b>
Europa	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Tijuana, BC	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Tepic, Nay.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Mérida, Yuc.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Cuernavaca, Mor.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Canelas, Dgo.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
La Paz, BCS	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Villahermosa, Tab.	0.0%	0.0%	0.2%	<b>0.2%</b>
Cd. Del Carmen, Camp.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Piedras Negras, Coah.	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
No Contesto	1.0%	1.6%	0.8%	<b>3.4%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
San Luis Potosí	9.5%	10.1%	2.6%	<b>22.3%</b>
Nuevo León	8.5%	10.7%	2.6%	<b>21.9%</b>
Coahuila	3.6%	3.8%	1.2%	<b>8.5%</b>
Estados Unidos	2.6%	4.2%	1.6%	<b>8.3%</b>
Tamaulipas	2.0%	3.8%	0.6%	<b>6.4%</b>
Ciudad de México	1.4%	3.2%	0.4%	<b>5.0%</b>
Guanajuato	1.2%	2.6%	0.4%	<b>4.2%</b>
Jalisco	2.8%	1.2%	0.2%	<b>4.2%</b>
Querétaro	1.2%	1.4%	0.2%	<b>2.8%</b>
Zacatecas	0.2%	1.6%	0.4%	<b>2.2%</b>
Estado de México	0.6%	1.4%	0.0%	<b>2.0%</b>
Durango	0.6%	0.6%	0.2%	<b>1.4%</b>
Aguascalientes	0.8%	0.4%	0.0%	<b>1.2%</b>
Puebla	0.2%	0.6%	0.4%	<b>1.2%</b>
Michoacán	0.0%	0.6%	0.0%	<b>0.6%</b>
Veracruz	0.4%	0.2%	0.0%	<b>0.6%</b>
Baja California	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Chihuahua	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Guerrero	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hidalgo	0.0%	0.2%	0.2%	<b>0.4%</b>
Sonora	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Francia	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Baja California Sur	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Campeche	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Morelos	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Nayarit	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Tabasco	0.0%	0.0%	0.2%	<b>0.2%</b>
Yucatán	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Colima	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
Chiapas	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
Oaxaca	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
Quintana Roo	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
Sinaloa	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
Tlaxcala	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
No contesto	1.2%	1.8%	0.8%	<b>3.8%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</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	7.2%	3.2%	0.6%	<b>10.9%</b>
De 25 a 31 años	9.9%	11.3%	2.2%	<b>23.5%</b>
De 32 a 38 años	7.4%	14.1%	2.4%	<b>23.9%</b>
De 39 a 45 años	5.0%	7.8%	2.8%	<b>15.5%</b>
De 46 a 58 años	5.8%	8.3%	1.0%	<b>15.1%</b>
Más de 58 años	0.8%	3.4%	0.8%	<b>5.0%</b>
No Contesto	2.0%	2.0%	2.2%	<b>6.2%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Empleado Privado	8.9%	13.9%	2.2%	<b>25.0%</b>
Por cuenta propia	5.0%	9.1%	1.6%	<b>15.7%</b>
Empleado de Gobierno	4.4%	8.3%	1.2%	<b>13.9%</b>
Estudiante	5.4%	2.6%	1.0%	<b>8.9%</b>
Comerciante	2.4%	4.4%	0.8%	<b>7.6%</b>
Labores del Hogar	5.6%	0.6%	0.6%	<b>6.8%</b>
Empresario(a)	0.8%	3.6%	0.6%	<b>5.0%</b>
Otro	2.0%	1.4%	1.2%	<b>4.6%</b>
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	0.6%	2.6%	0.6%	<b>3.8%</b>
Retirado / Jubilado	1.2%	1.0%	0.2%	<b>2.4%</b>
Desempleado(a)	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
No Contesto	1.8%	2.2%	2.0%	<b>6.0%</b>
<b>Total</b>	<b>38.0%</b>	<b>50.1%</b>	<b>11.9%</b>	<b>100.0%</b>



SAN LUIS POTOSÍ



*Tu destino...*



# Perfil del Visitante Región Altiplano Invierno 2018