



PERFIL DEL VISITANTE

PUEBLO MÁGICO DE XILITLA, S.L.P.
INVIERNO 2014



Dirección de Planeación,
Información y Análisis

METODOLOGÍA PERFIL DEL VISITANTE

Con el objeto de determinar el Perfil del Visitante y conocer la experiencia durante su estancia en el Pueblo Mágico, se llevó a cabo un levantamiento de 177 encuestas.

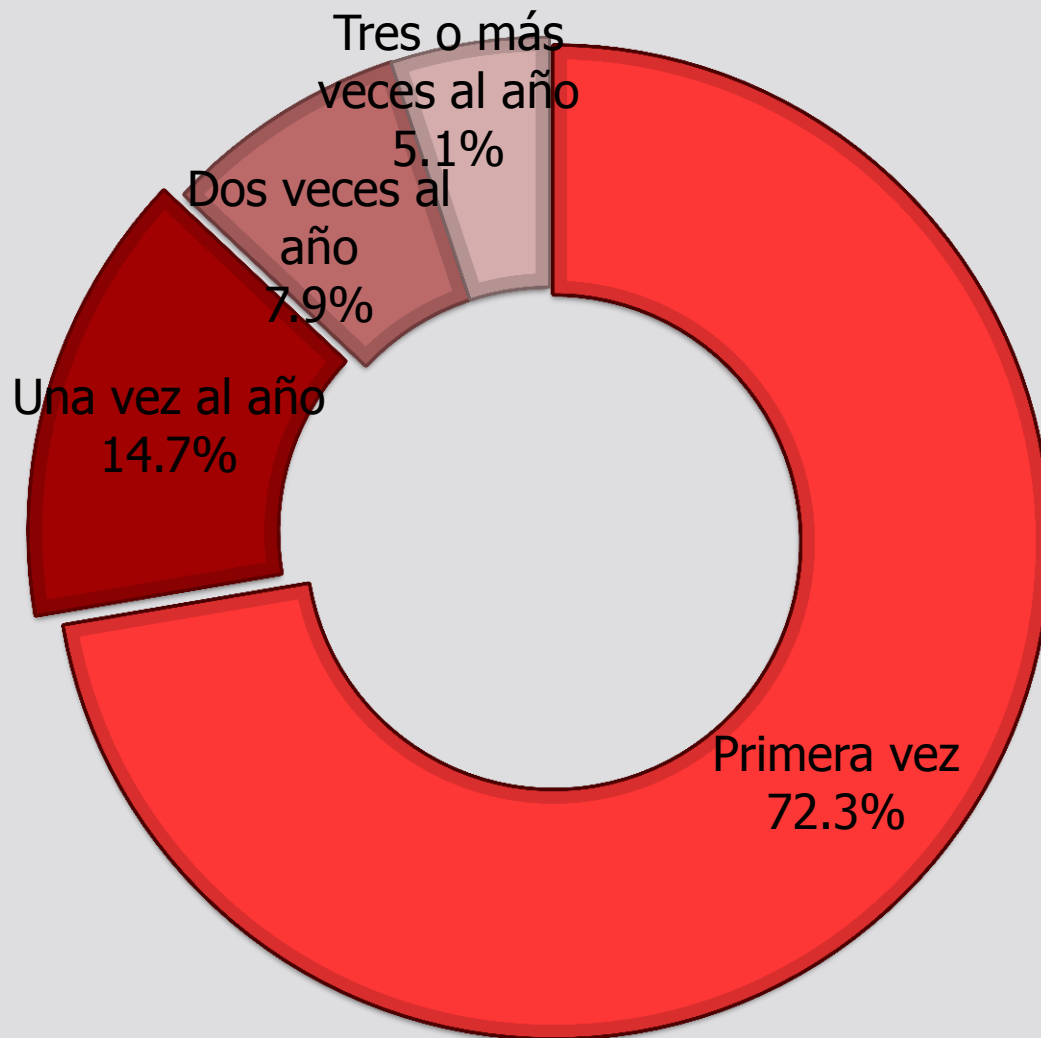
Las entrevistas se levantaron durante el mes de diciembre de 2014 en los principales sitios turísticos del Pueblo Mágico y fueron contestadas directamente por los visitantes.

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

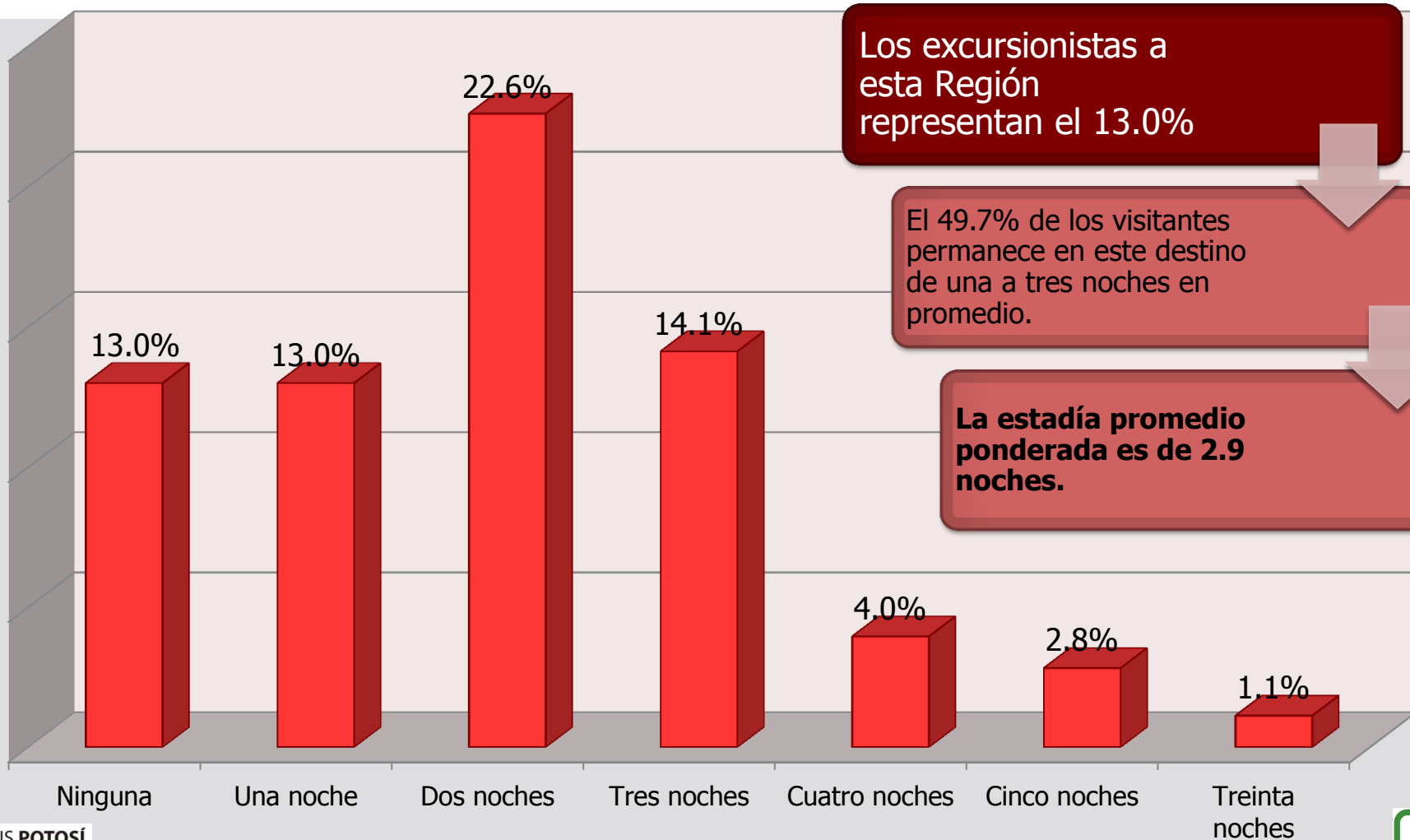
FRECUENCIA DE VISITA A LA REGIÓN

Un alto
porcentaje
visita por
primera vez la
Región (72.3%)

El turismo
repetitivo
representa el
27.7%



NOCHES DE ESTADÍA

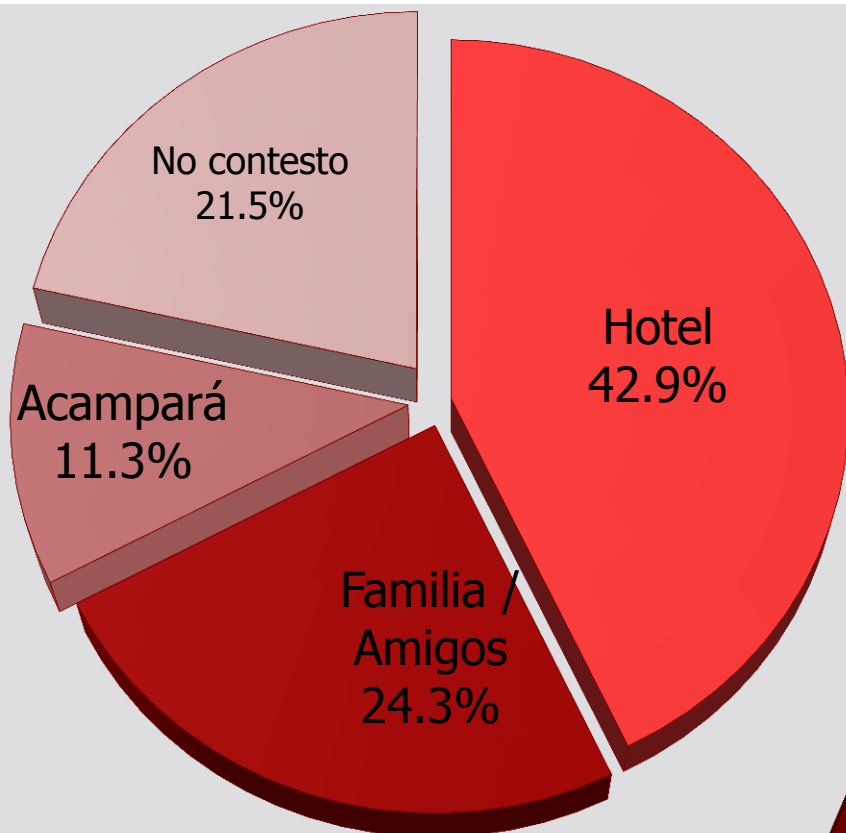


Los excursionistas a esta Región representan el 13.0%

El 49.7% de los visitantes permanece en este destino de una a tres noches en promedio.

La estadía promedio ponderada es de 2.9 noches.

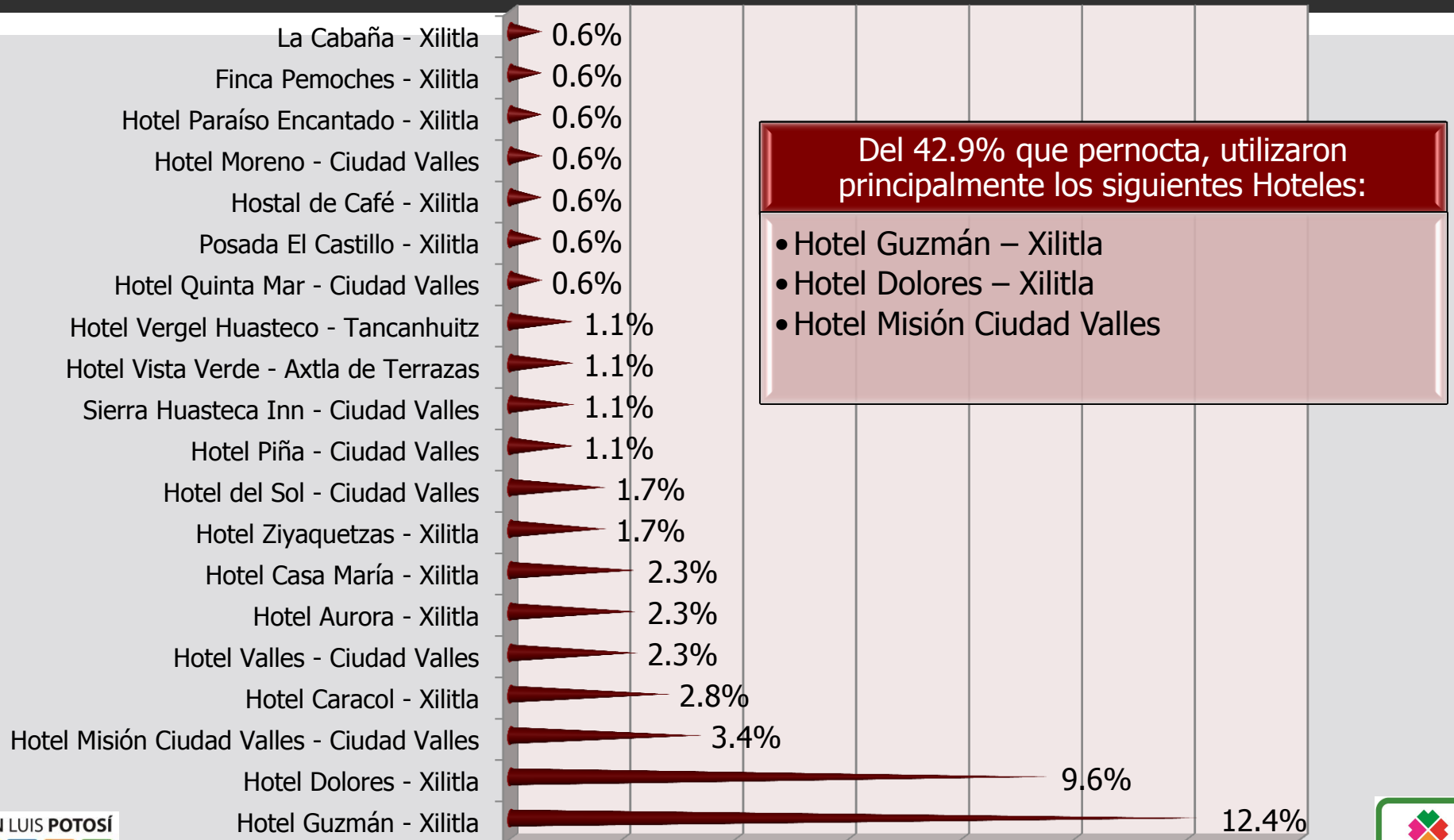
LUGAR DE HOSPEDAJE DEL VISITANTE



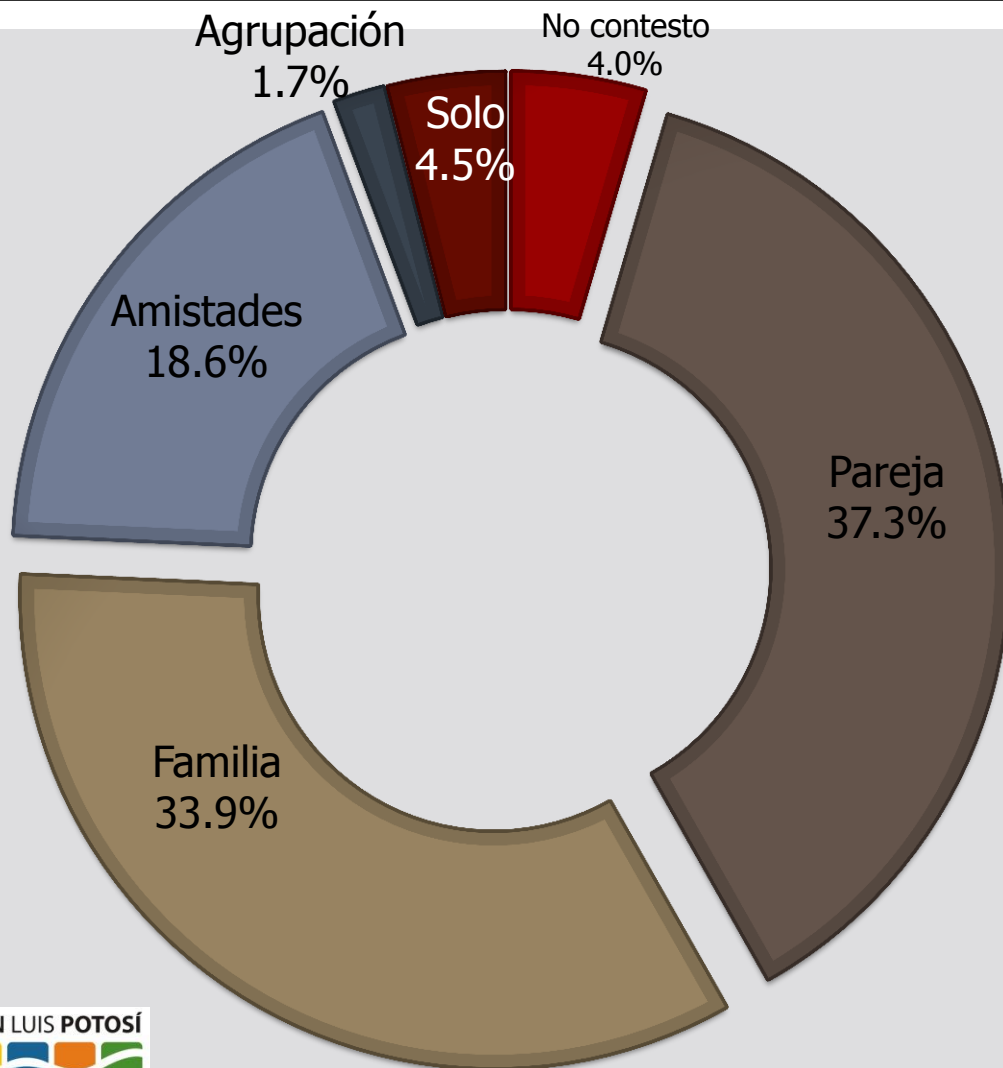
El 42.9% de los visitantes pernoctan en algún hotel de esta región

El 24.3% prefiere casas de Familiares y amigos

PRINCIPALES HOTELES DE PERNOCTA DEL VISITANTE



FORMA DE VIAJAR DEL VISITANTE

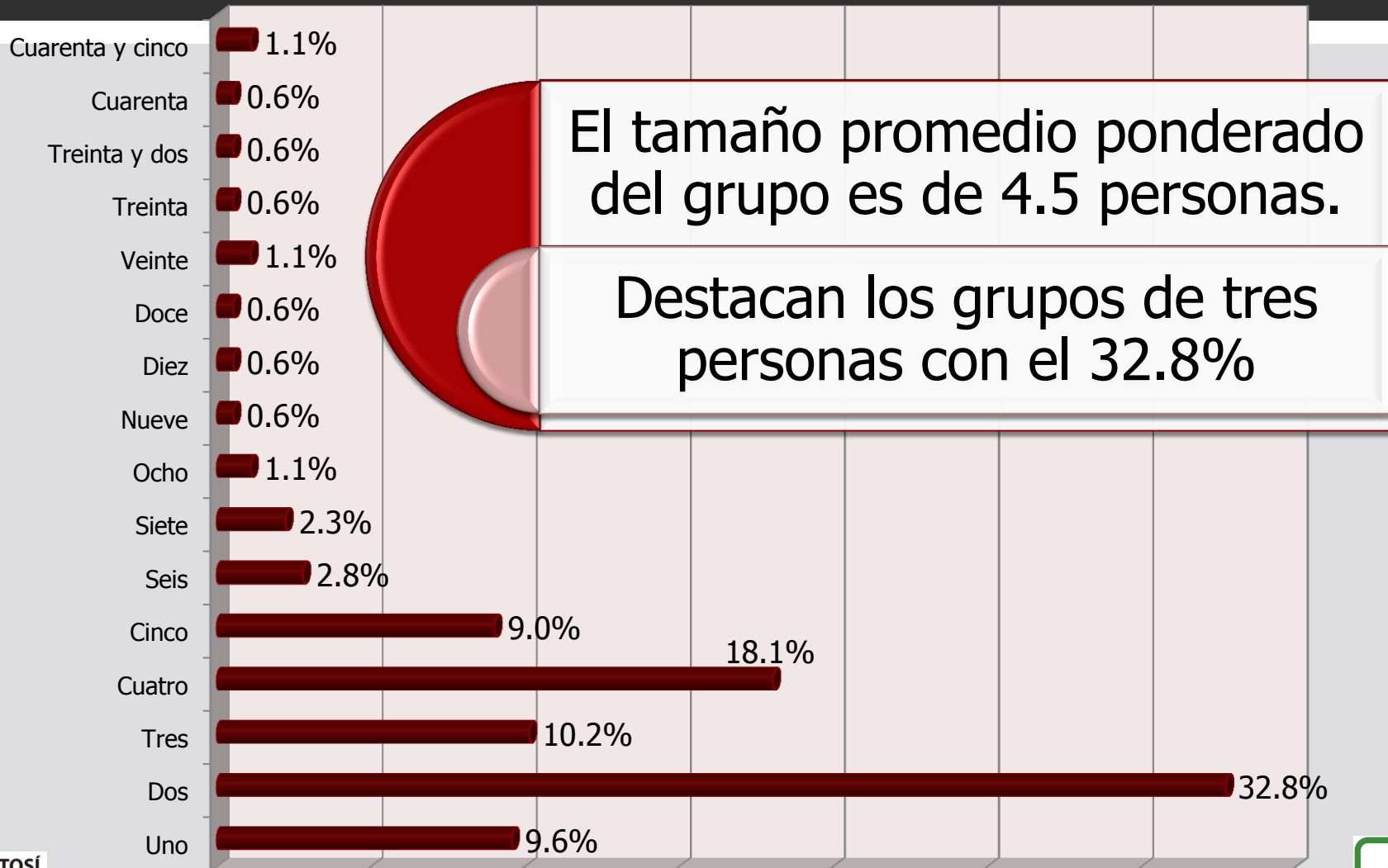


El 33.9% realiza este viaje con su familia.

El 37.3% viaja con su pareja

El 18.6% realiza su viaje con amistades.

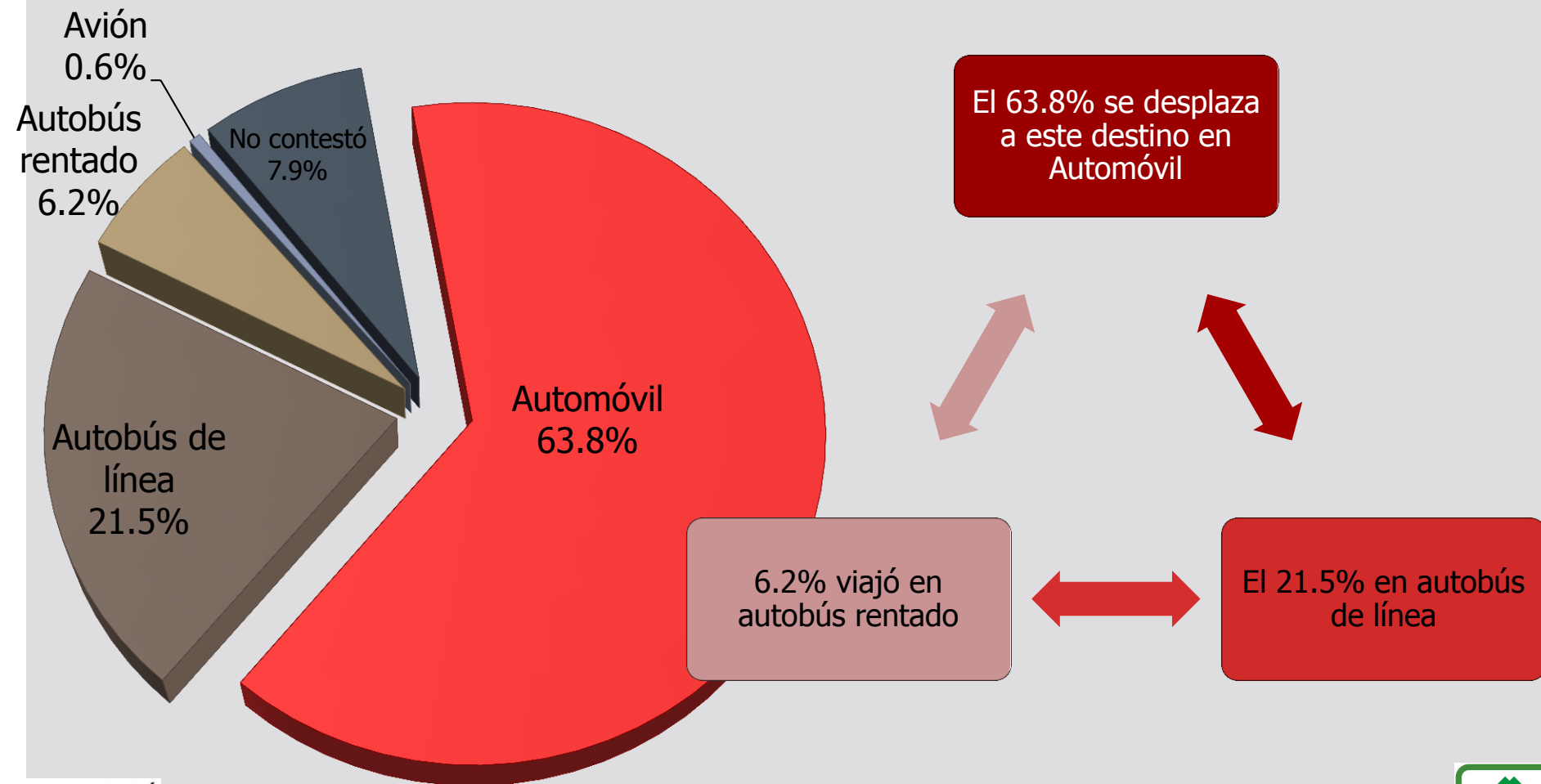
NÚMERO DE ACOMPAÑANTES EN SU VISITA



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

Perfil del Visitante Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P. – Invierno 2014

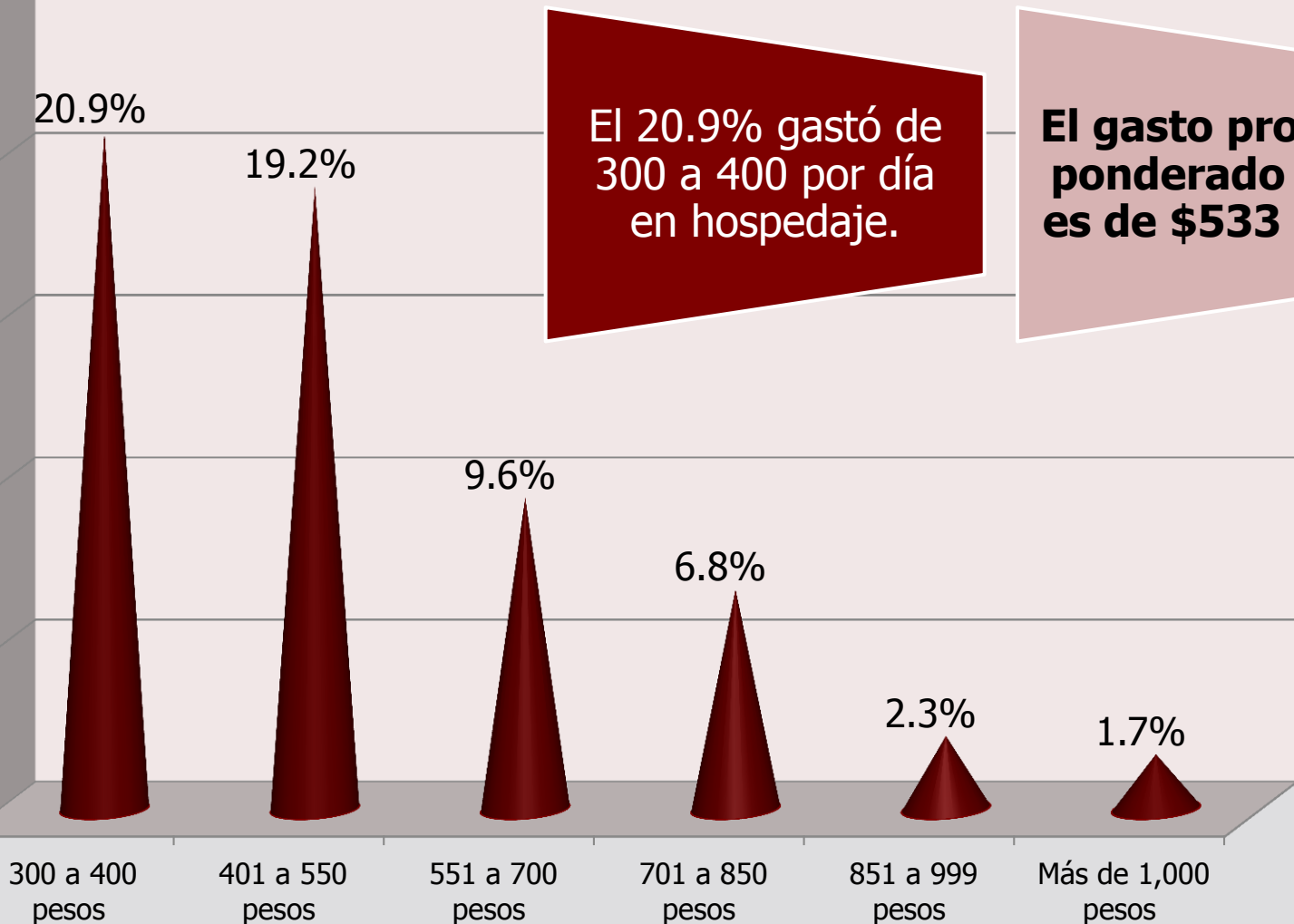
MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO POR EL VISITANTE



GASTO PROMEDIO - HOSPEDAJE



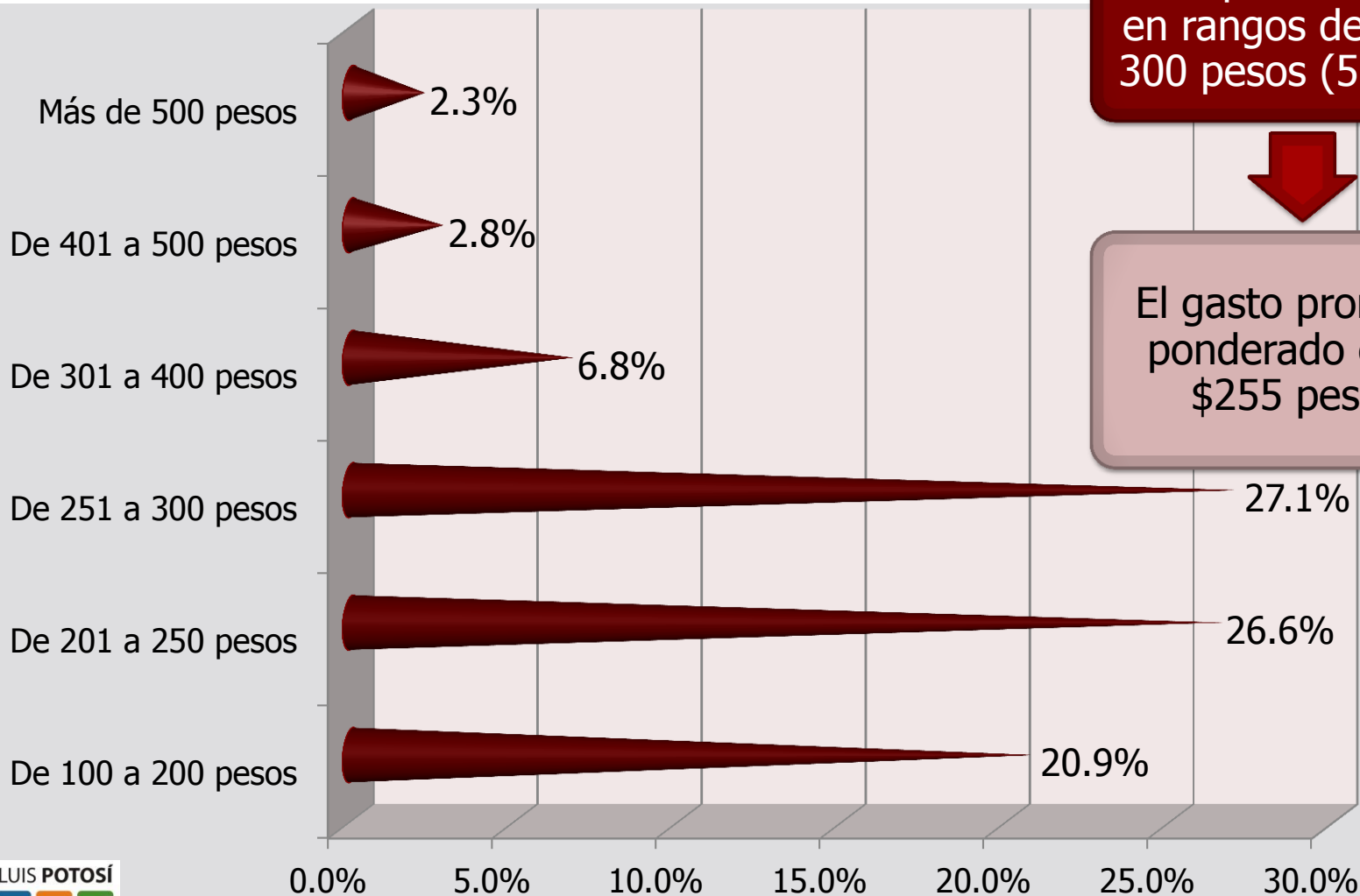
25%
20%
15%
10%
5%
0%



El 20.9% gastó de 300 a 400 por día en hospedaje.

El gasto promedio ponderado diario es de \$533 pesos.

GASTO PROMEDIO - COMPRAS



El mayor gasto en Compras se ubica en rangos de 200 a 300 pesos (53.7%).

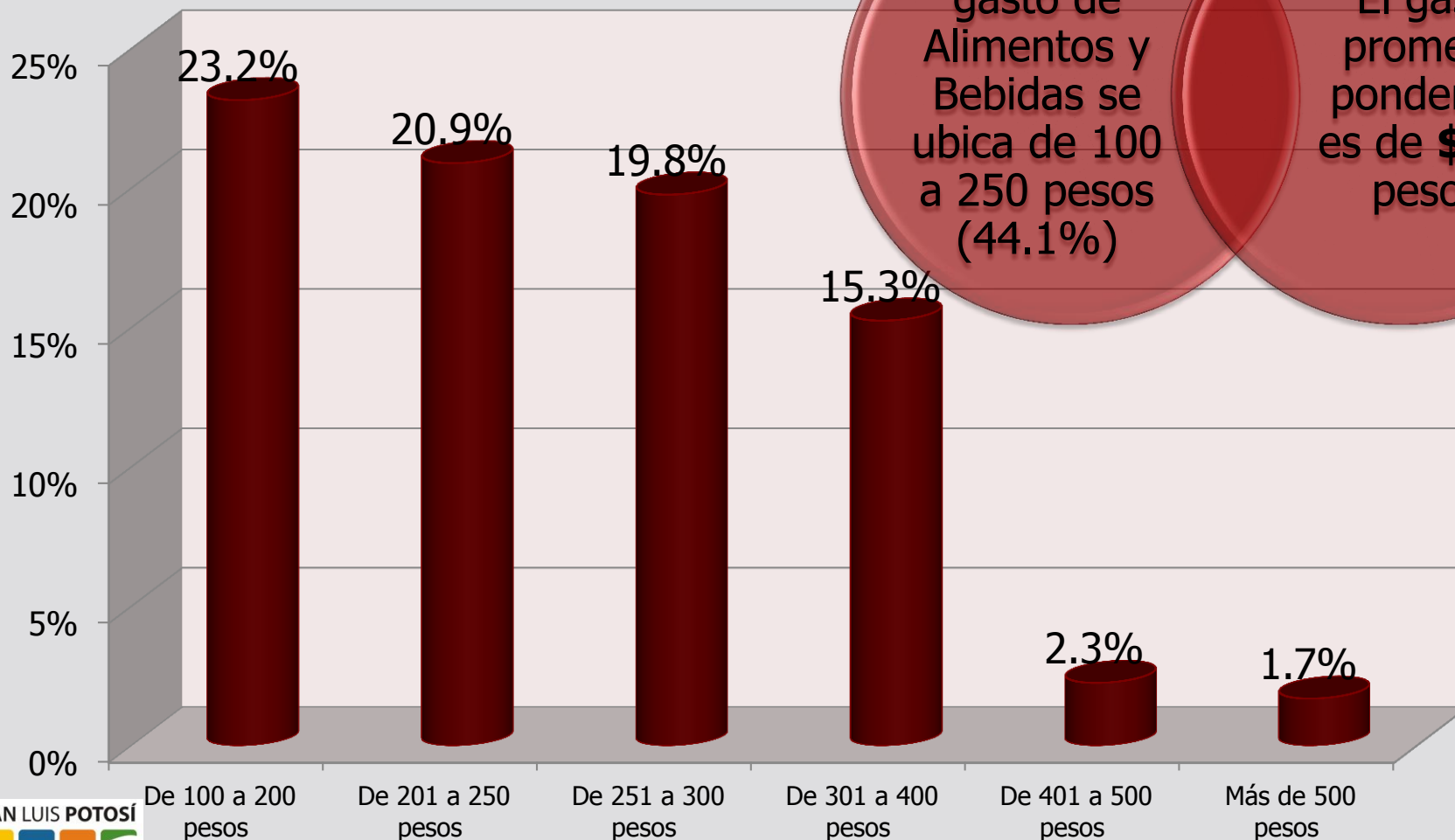


El gasto promedio ponderado es de \$255 pesos.

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

Perfil del Visitante Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P. – Invierno 2014

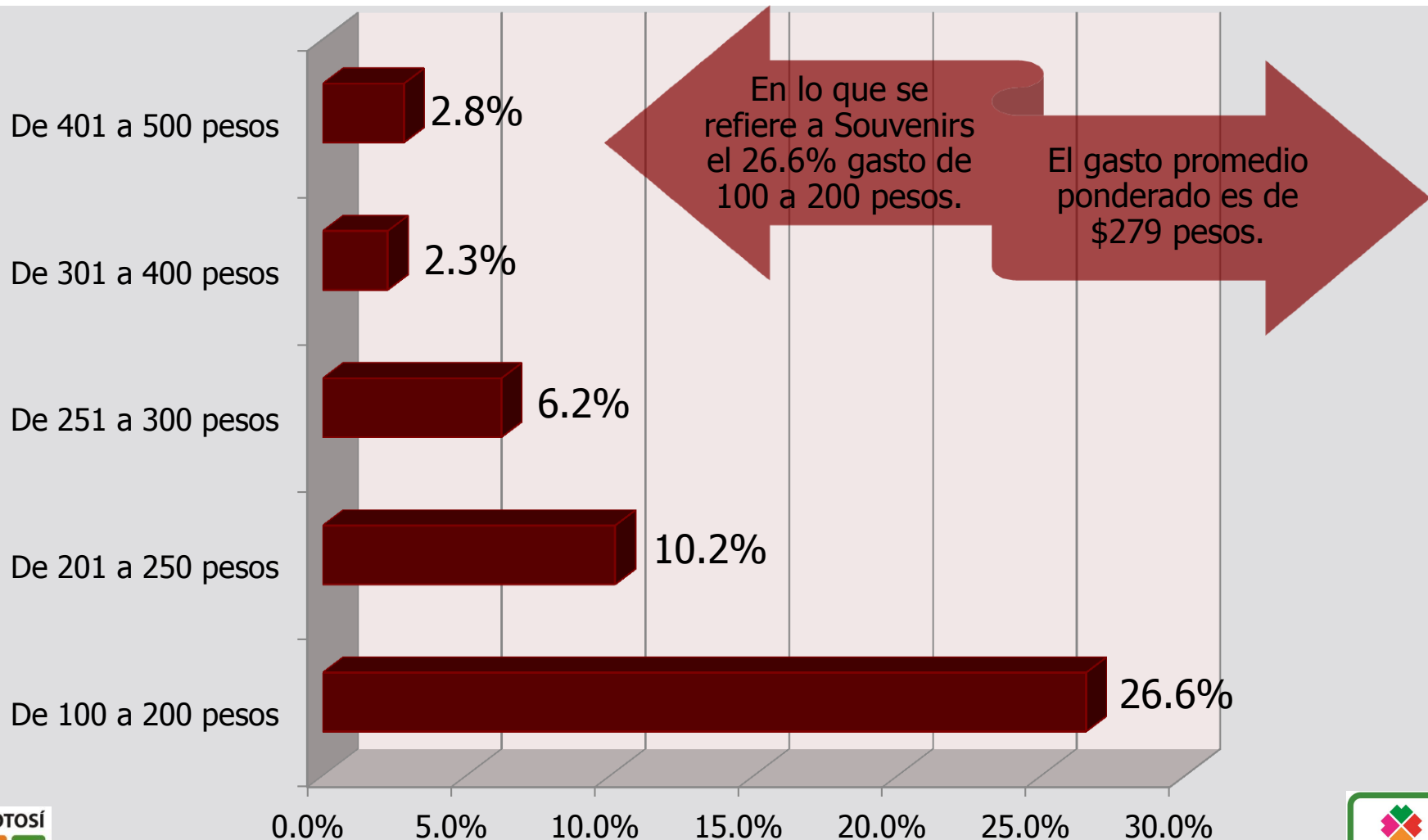
GASTO PROMEDIO – ALIMENTOS Y BEBIDAS



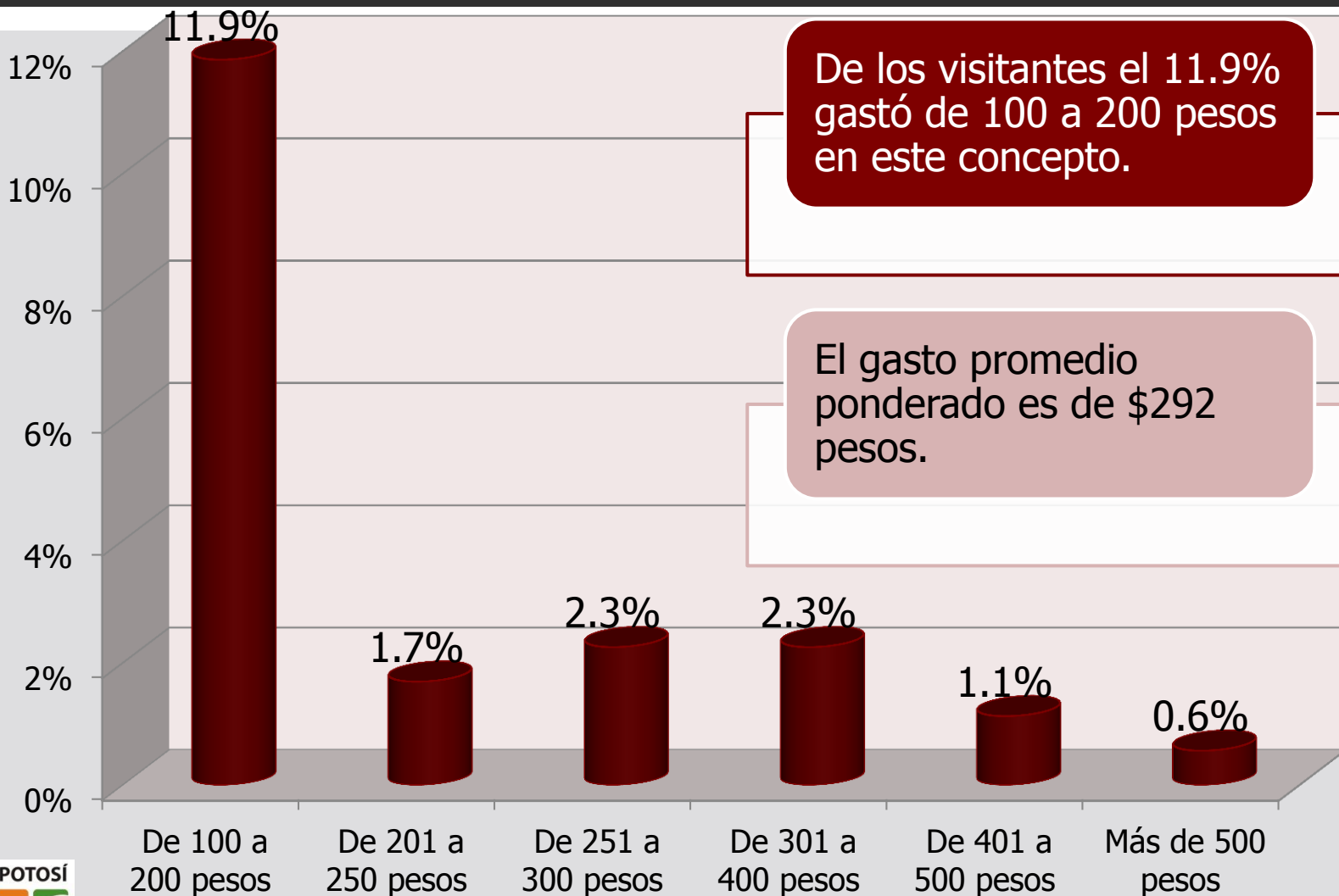
El mayor gasto de Alimentos y Bebidas se ubica de 100 a 250 pesos (44.1%)

El gasto promedio ponderado es de **\$331** pesos.

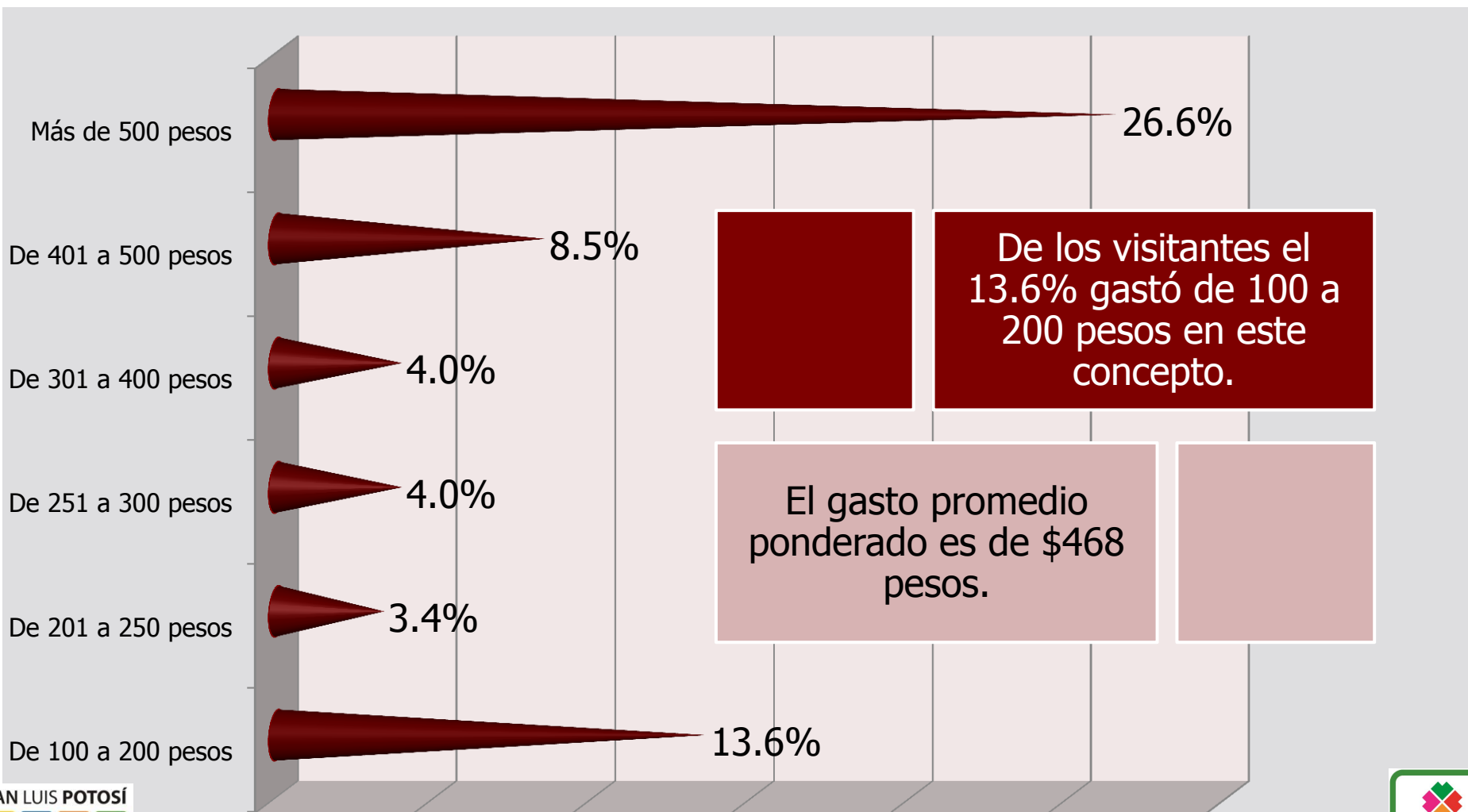
GASTO PROMEDIO - SOUVENIRS



GASTO PROMEDIO – TRANSPORTACIÓN LOCAL



GASTO PROMEDIO – GASOLINA



GASTO TOTAL PROMEDIO PONDERADO

Hospedaje

• \$533

Compras

• \$255

Alimentos
y Bebidas

• \$331

Souvenirs

• \$279

Transporte
Local

• \$292

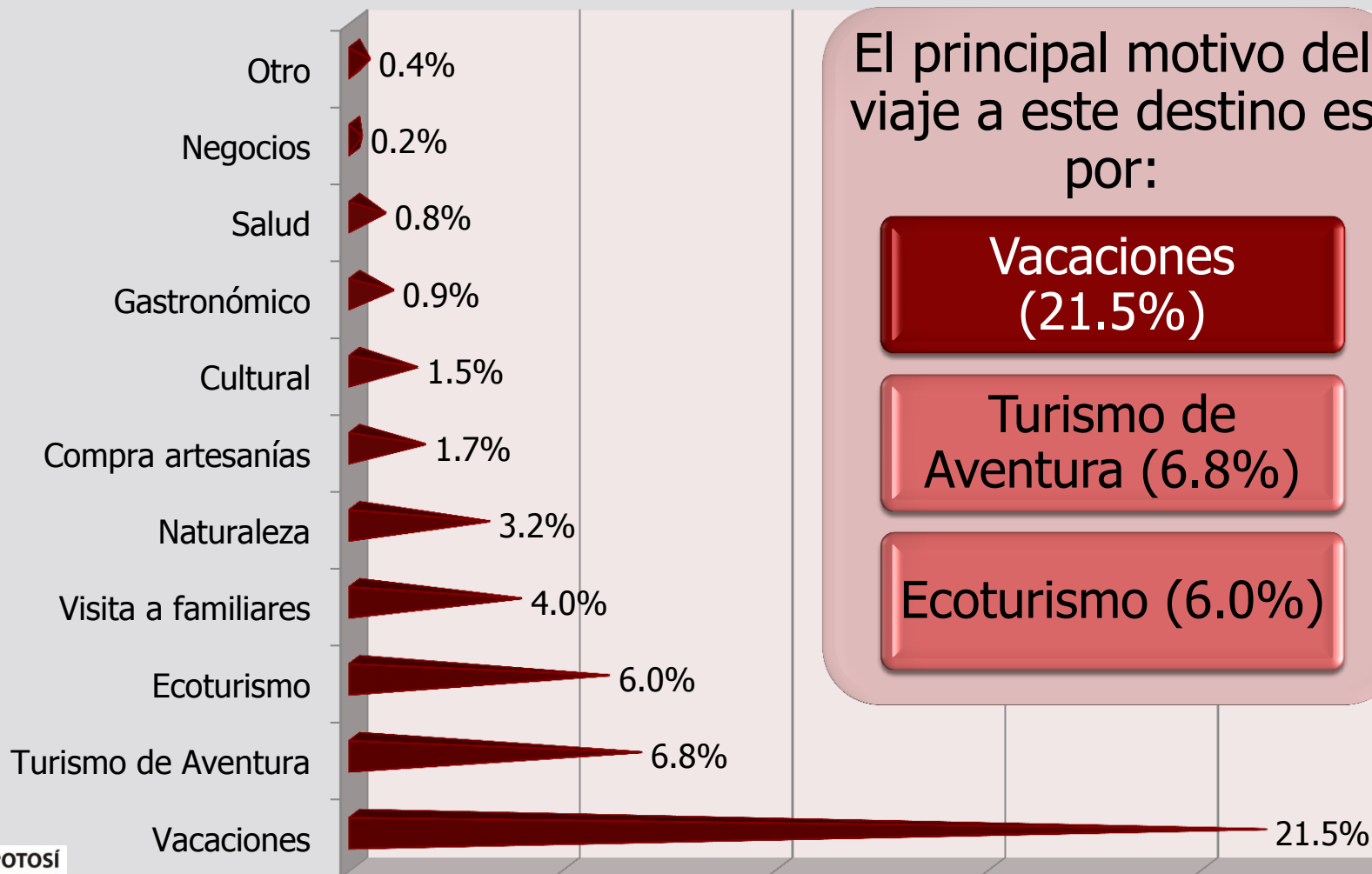
Gasolina

• \$468

**Gasto
Total
Promedio
Ponderado**

• \$2,158

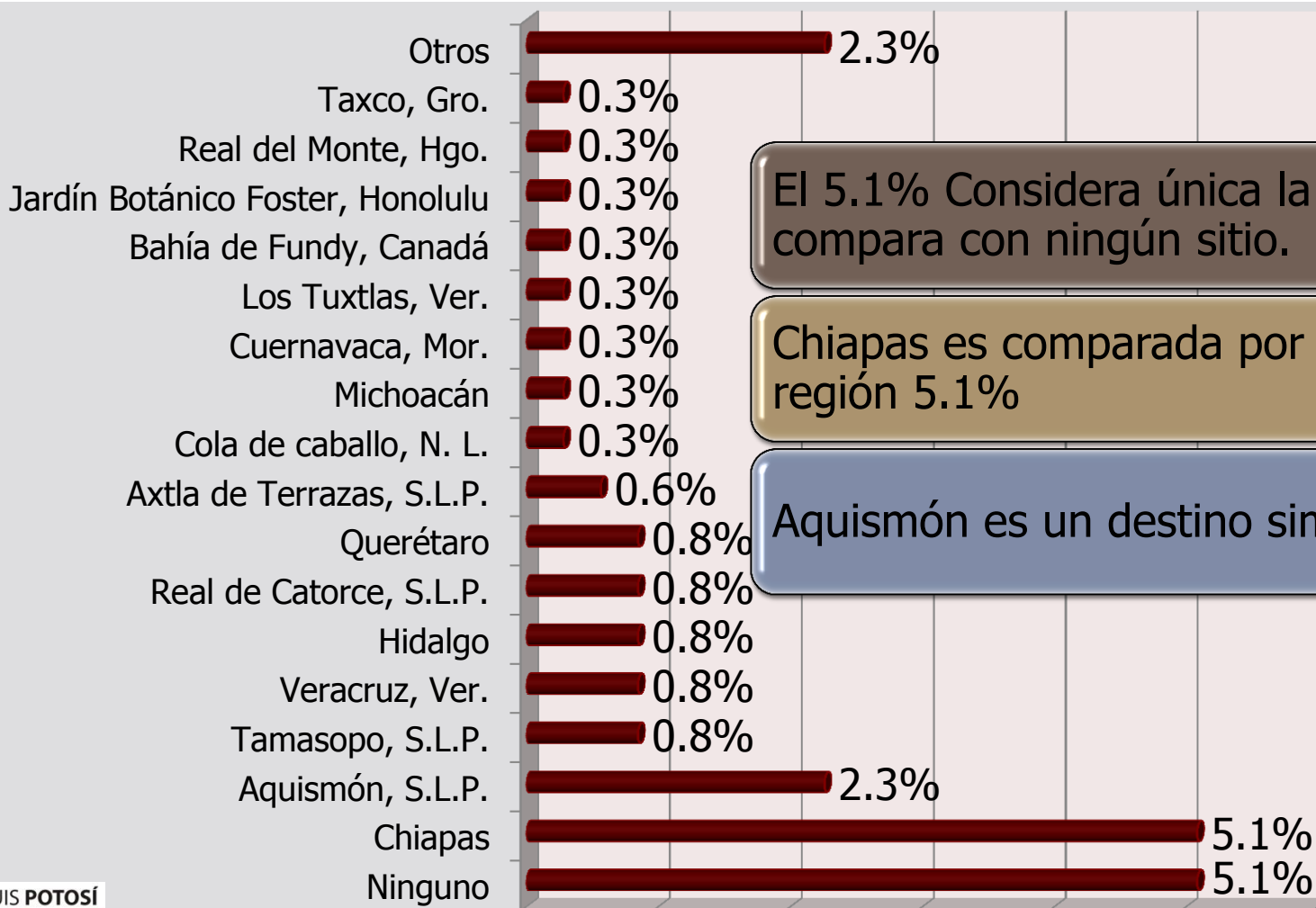
RAZÓN PRINCIPAL DE VIAJE



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

Perfil del Visitante Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P. – Invierno 2014

SITIOS CON LOS QUE COMPARAN A LA REGIÓN

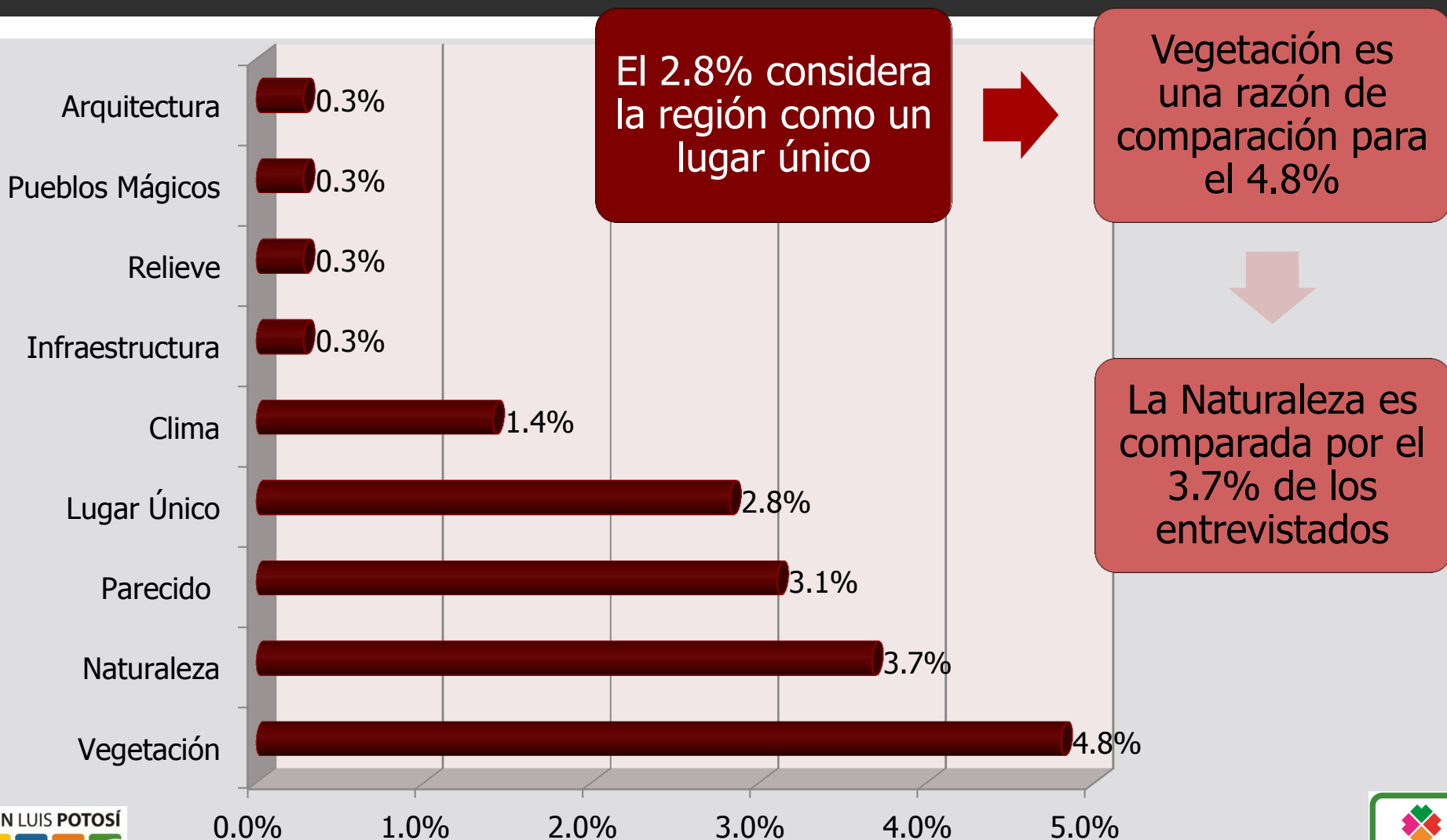


El 5.1% Considera única la región y no lo compara con ningún sitio.

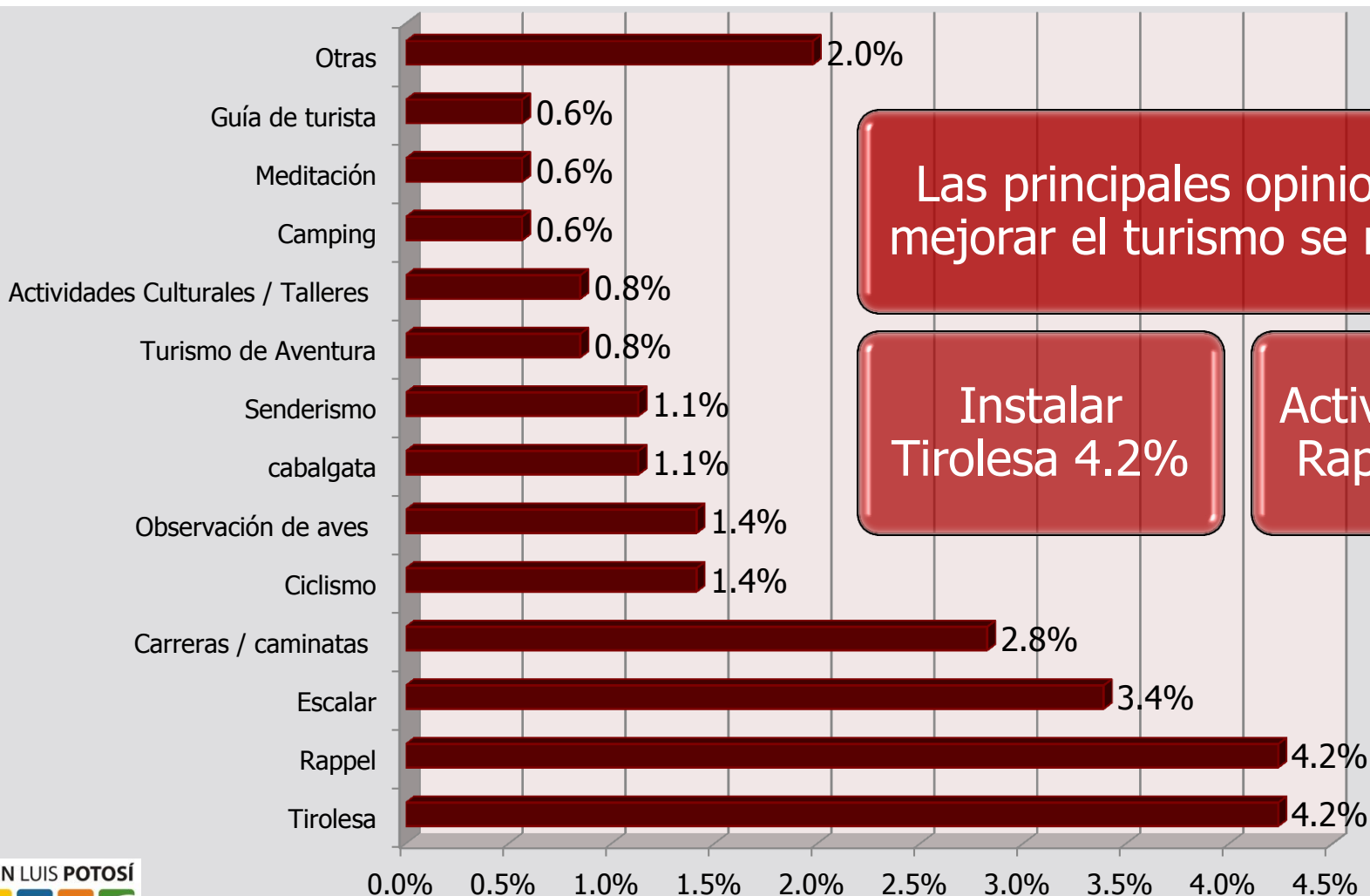
Chiapas es comparada por visitantes a la región 5.1%

Aquismón es un destino similar (2.3%).

RAZONES DE COMPARACIÓN CON OTRO DESTINO



PROPUESTA DE ACTIVIDADES QUE PODRÍAN DESARROLLARSE

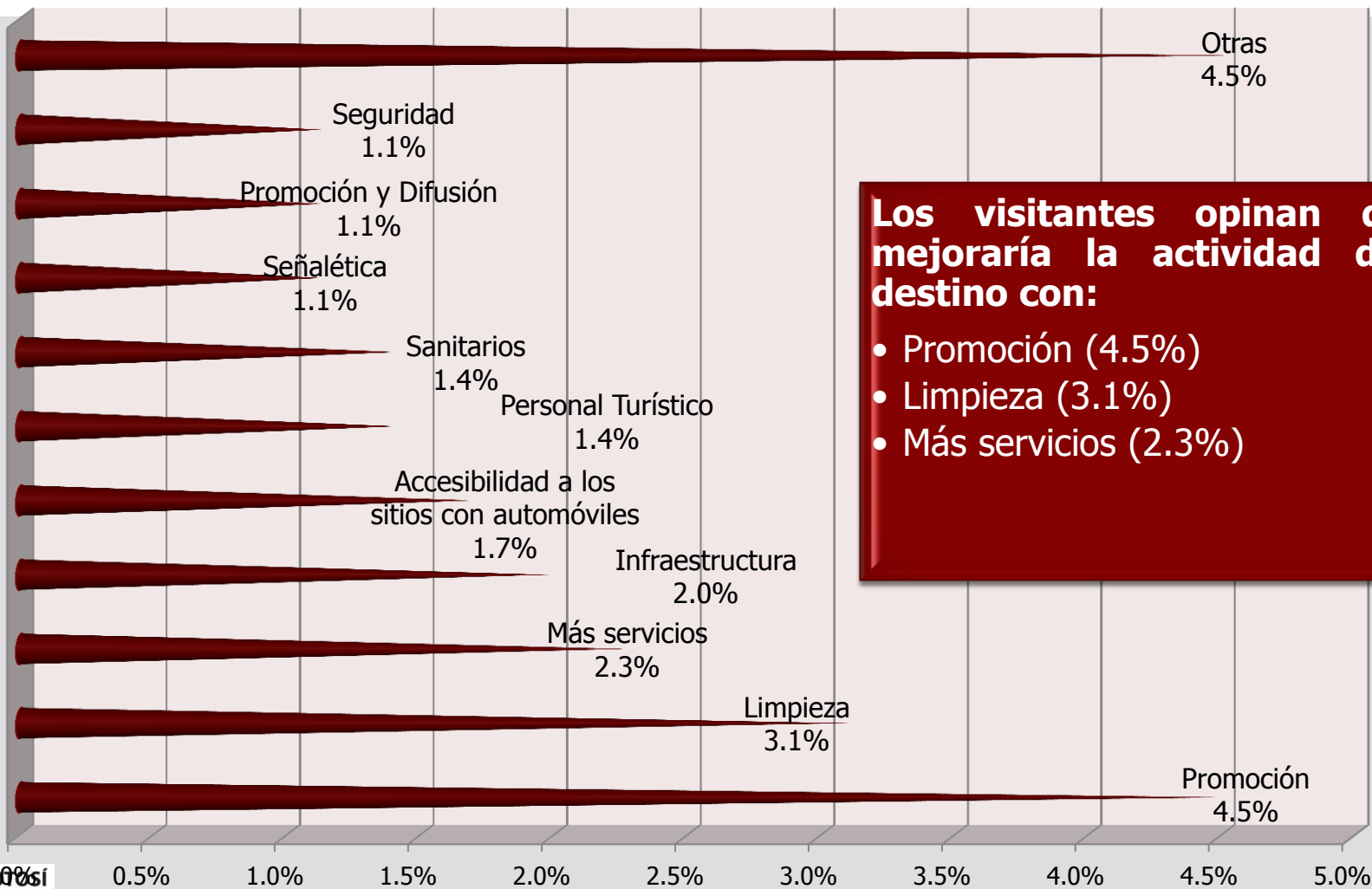


Las principales opiniones para mejorar el turismo se refieren a:

Instalar
Tirolesa 4.2%

Actividades de
Rappel 4.2%

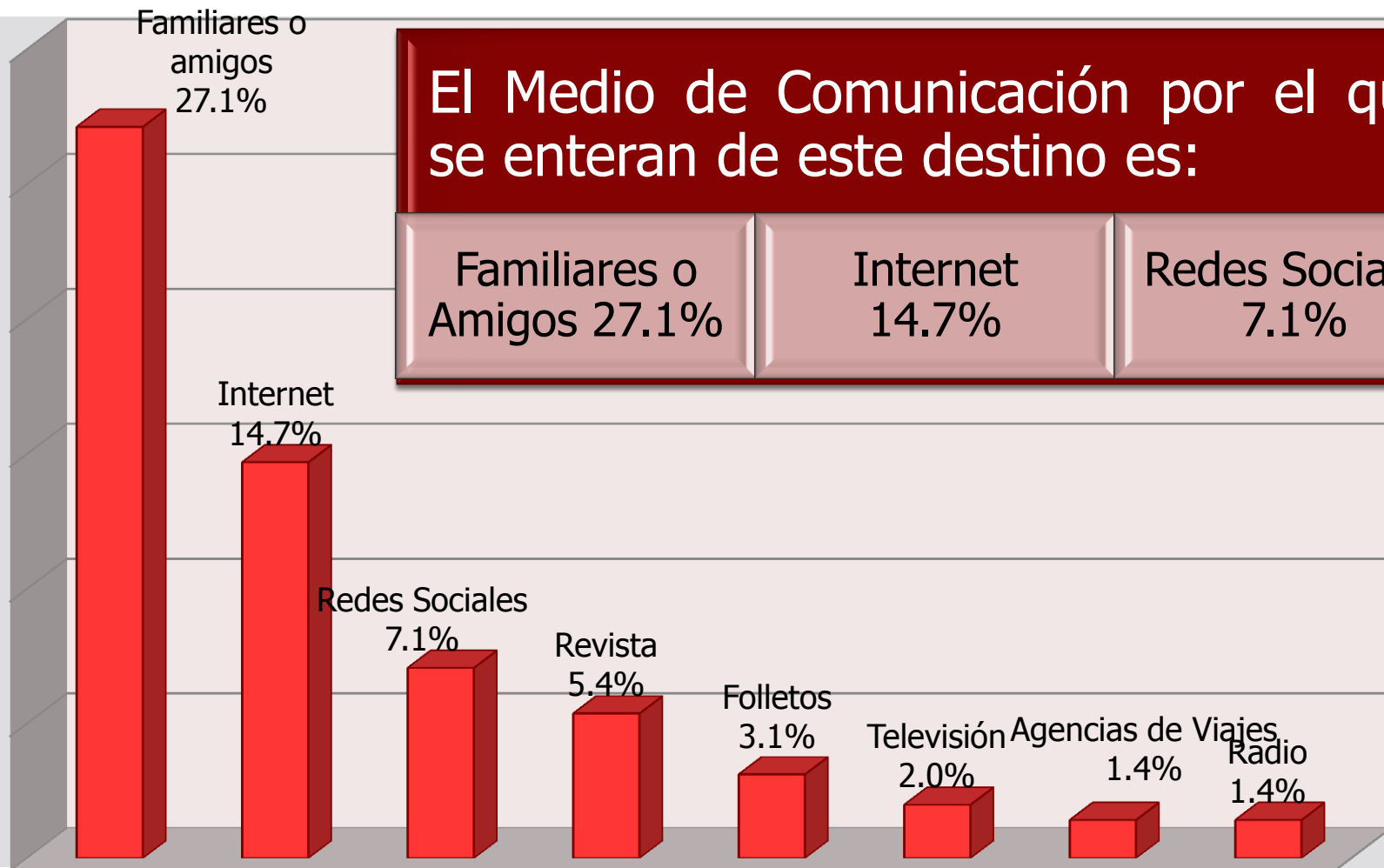
OPINIÓN PARA MEJORAR TURÍSTICAMENTE LA REGIÓN



Los visitantes opinan que se mejoraría la actividad de este destino con:

- Promoción (4.5%)
- Limpieza (3.1%)
- Más servicios (2.3%)

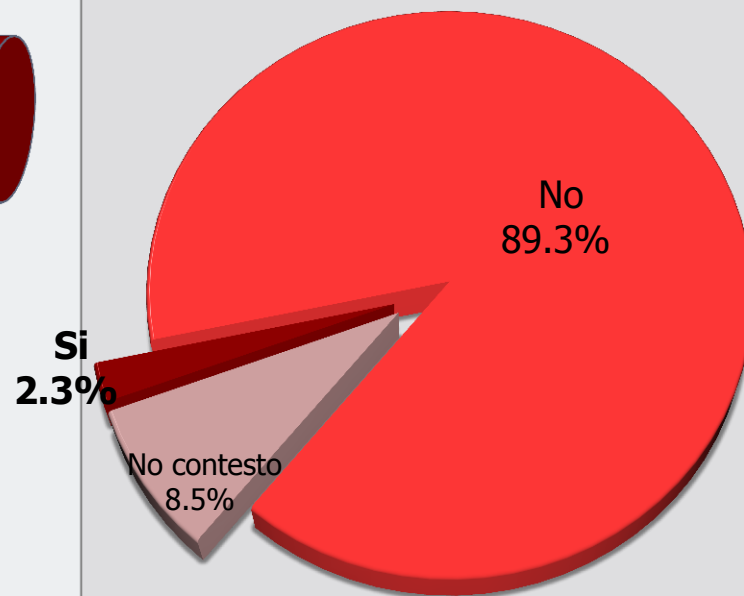
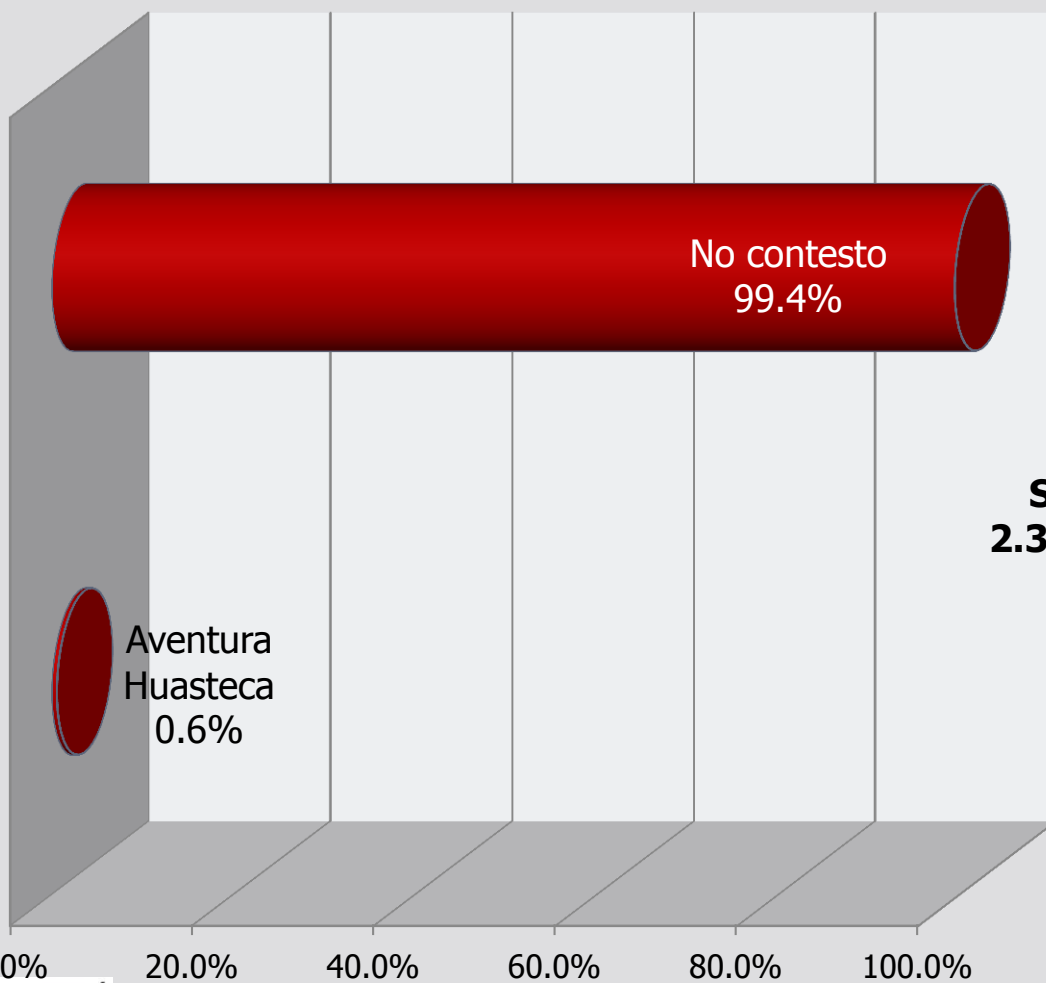
MEDIO POR EL QUE SE ENTERO O CONOCE DE LA REGIÓN



MEDIO POR EL QUE SE ENTERO O CONOCE DE LA REGIÓN POR ESTADO DE ORIGEN

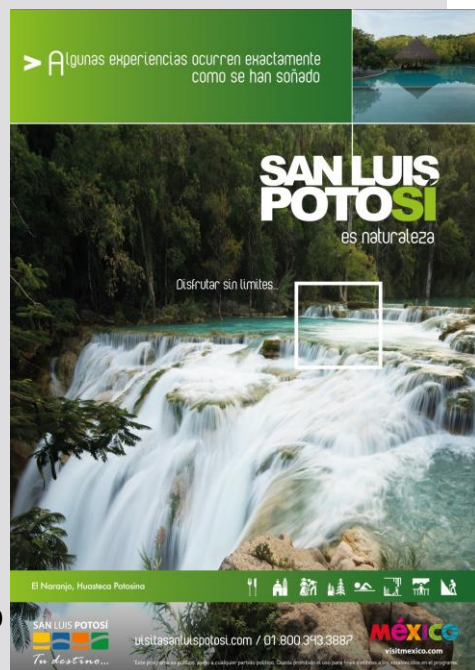
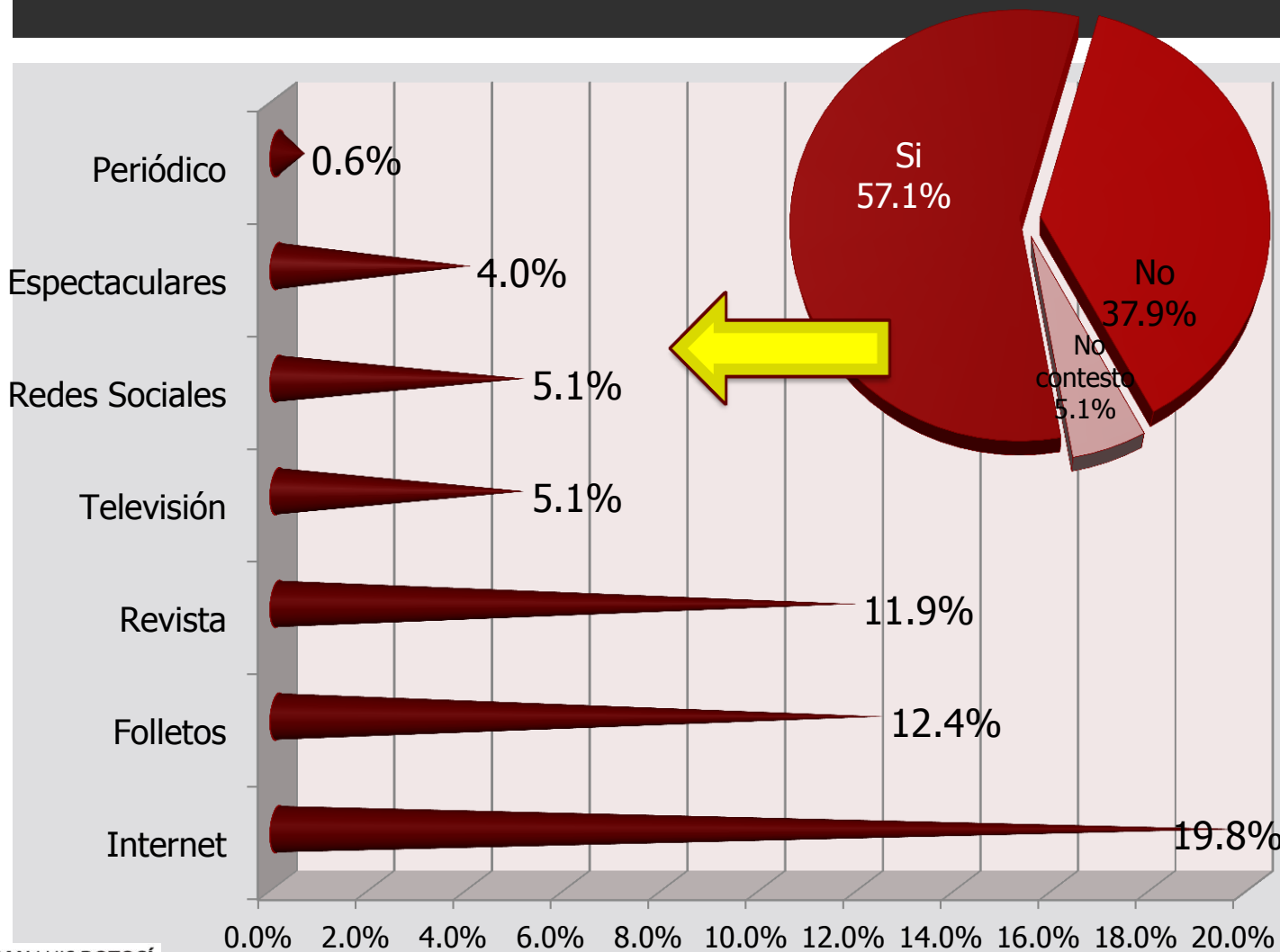
Medio de Comunicación	Distrito Federal	Hidalgo	Tamaulipas	San Luis Potosí	Querétaro	Estado de México	Jalisco	Nuevo León	Veracruz	Agascalientes	Morelos	Guanajuato	Puebla	Colima	Durango	Oaxaca	Otro	Total
Familiares o amigos	4.8%	2.8%	2.3%	2.3%	2.5%	1.7%	0.3%	0.8%	1.1%	1.4%	0.8%	0.3%	0.3%	0.6%	0.8%	0.3%	4.0%	↑ 27.1%
Internet	2.5%	1.4%	0.8%	0.6%	0.3%	1.1%	2.0%	1.4%	0.6%	0.3%	0.6%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	1.7%	→ 14.7%
Redes Sociales	2.3%	0.6%	0.3%	0.3%	0.0%	0.0%	1.4%	0.3%	0.6%	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%	0.6%	↘ 7.1%
Revista	0.8%	0.6%	0.6%	0.3%	0.3%	0.3%	0.0%	0.3%	0.6%	0.0%	0.3%	0.6%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	↓ 5.4%
Folletos	0.6%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	↓ 3.1%
Televisión	0.3%	0.0%	0.6%	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	↓ 2.0%
Agencias de Viajes	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	↓ 1.4%
Radio	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	↓ 1.4%
No contesto	7.1%	2.8%	2.5%	2.5%	2.3%	2.5%	1.4%	2.5%	1.1%	1.4%	1.4%	0.8%	0.6%	0.8%	0.6%	0.8%	6.5%	37.9%
Total	18.6%	8.5%	7.3%	6.2%	6.2%	6.2%	5.6%	5.6%	4.5%	4.0%	3.4%	2.3%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	14.7%	100.0%

CONTRATACIÓN DE ALGÚN OPERADOR DURANTE SU VISITA

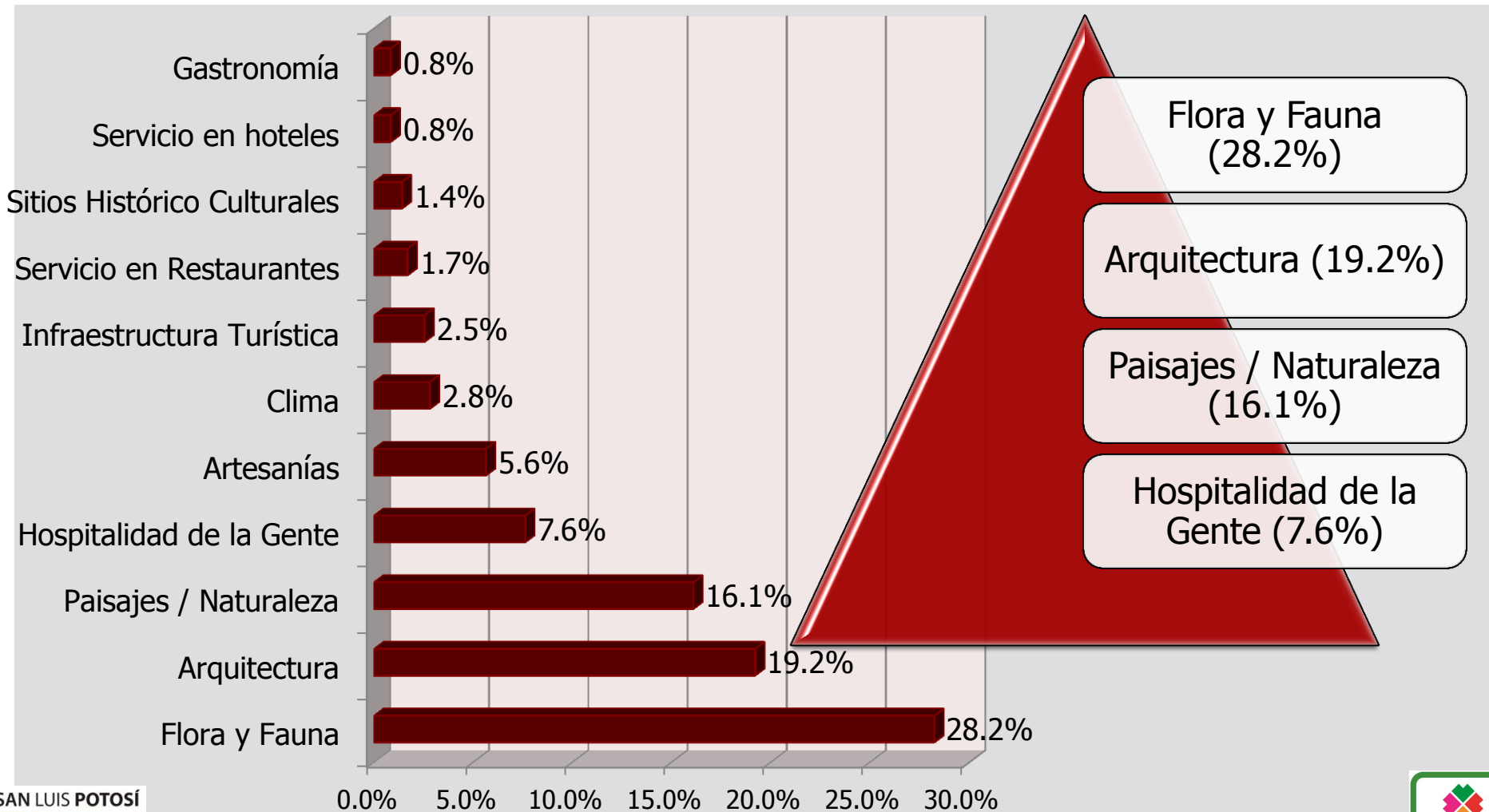


RECORDACIÓN DE LA PUBLICIDAD

"ALGUNAS EXPERIENCIAS OCURREN EXACTAMENTE COMO SE HAN SOÑADO"



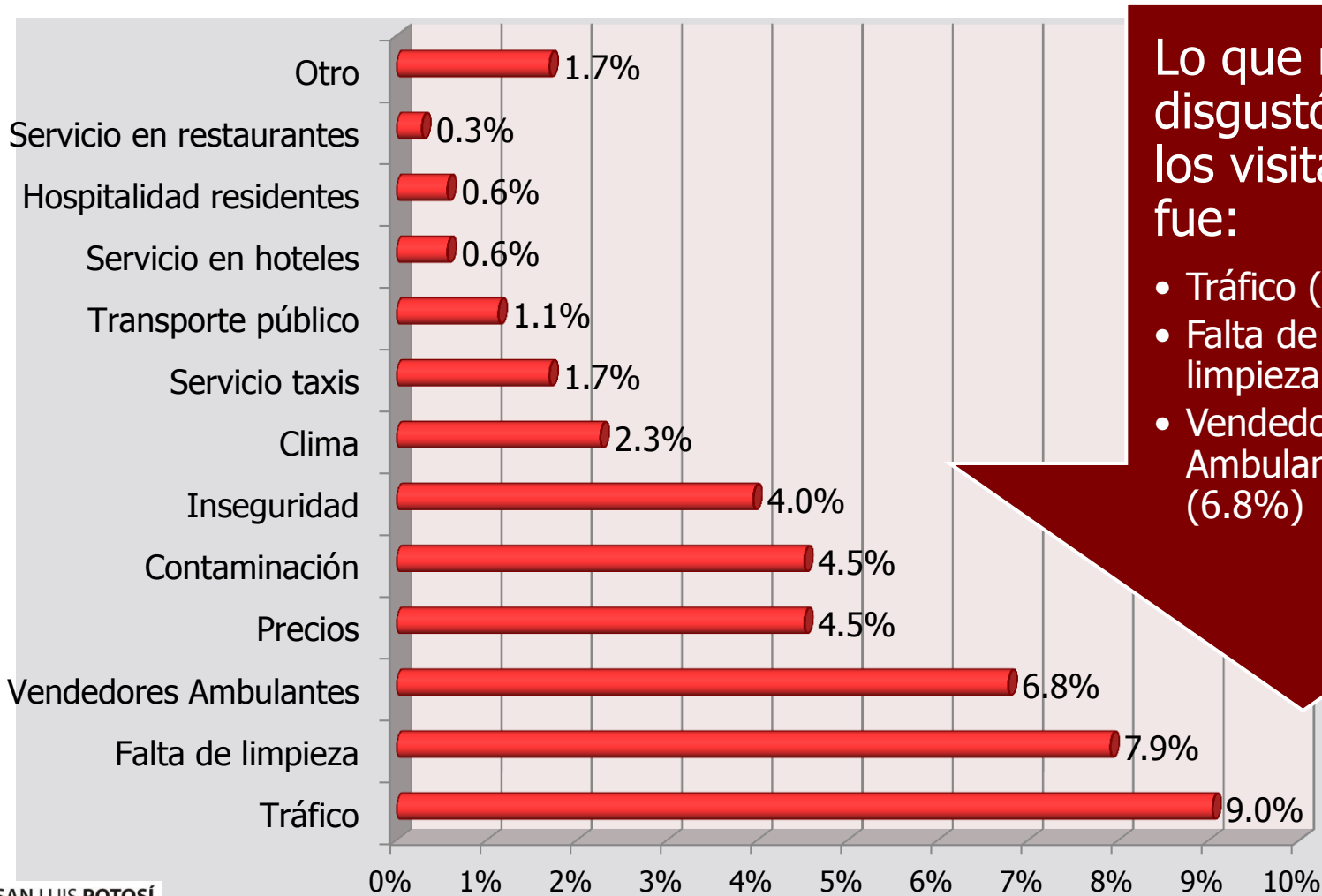
LO QUE MÁS GUSTO A LOS VISITANTES DURANTE SU VISITA A LA REGIÓN



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

Perfil del Visitante Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P. – Invierno 2014

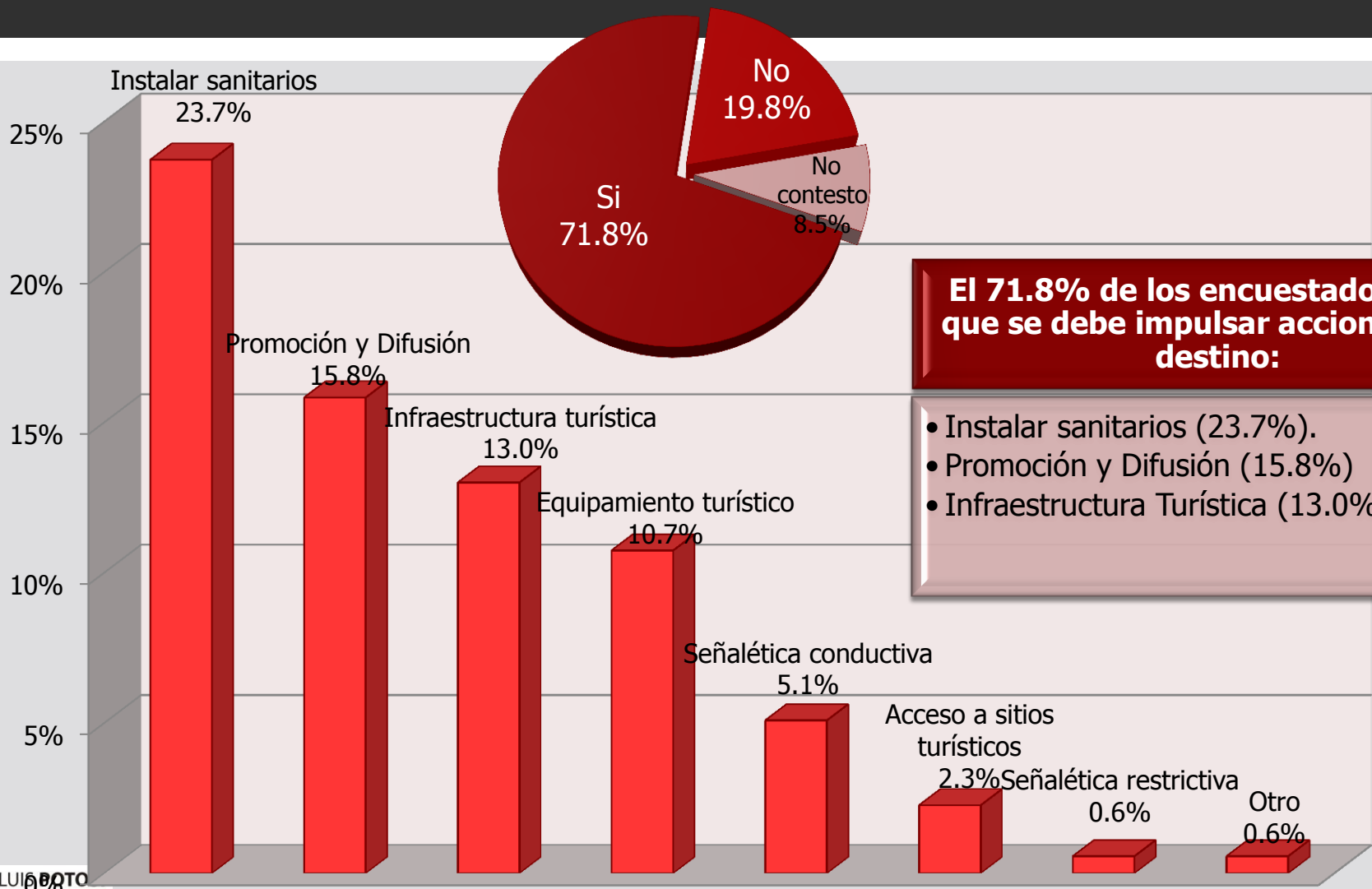
LO QUE MÁS DISGUSTO A LOS VISITANTES DURANTE SU VISITA A LA REGIÓN



Lo que más disgustó a los visitantes fue:

- Tráfico (9.0%)
- Falta de limpieza (7.9%)
- Vendedores Ambulantes (6.8%)

OPINIÓN PARA IMPULSAR ACCIONES DE MEJORA EN LA REGIÓN



El 71.8% de los encuestados opina que se debe impulsar acciones en el destino:

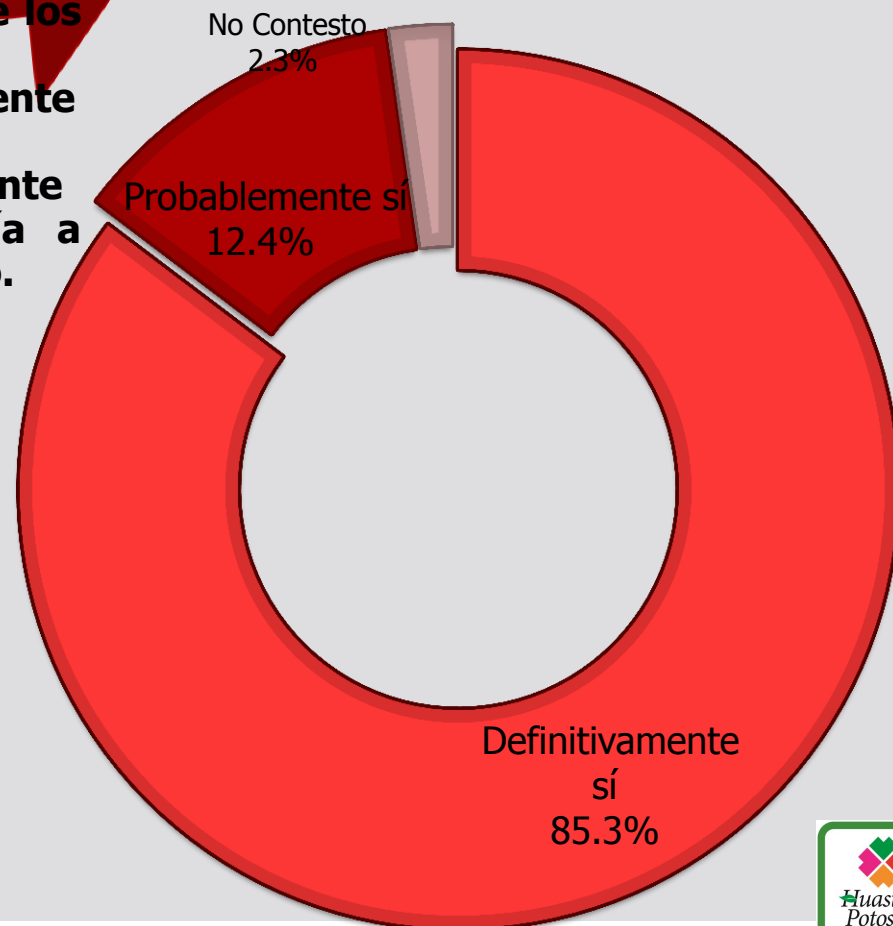
- Instalar sanitarios (23.7%).
- Promoción y Difusión (15.8%)
- Infraestructura Turística (13.0%)

OPINIÓN DE REGRESAR A SAN LUIS POTOSÍ

El 2.3%
Contesto

No

El 97.7% de los
visitantes
definitivamente
o
probablemente
si regresaría a
este destino.



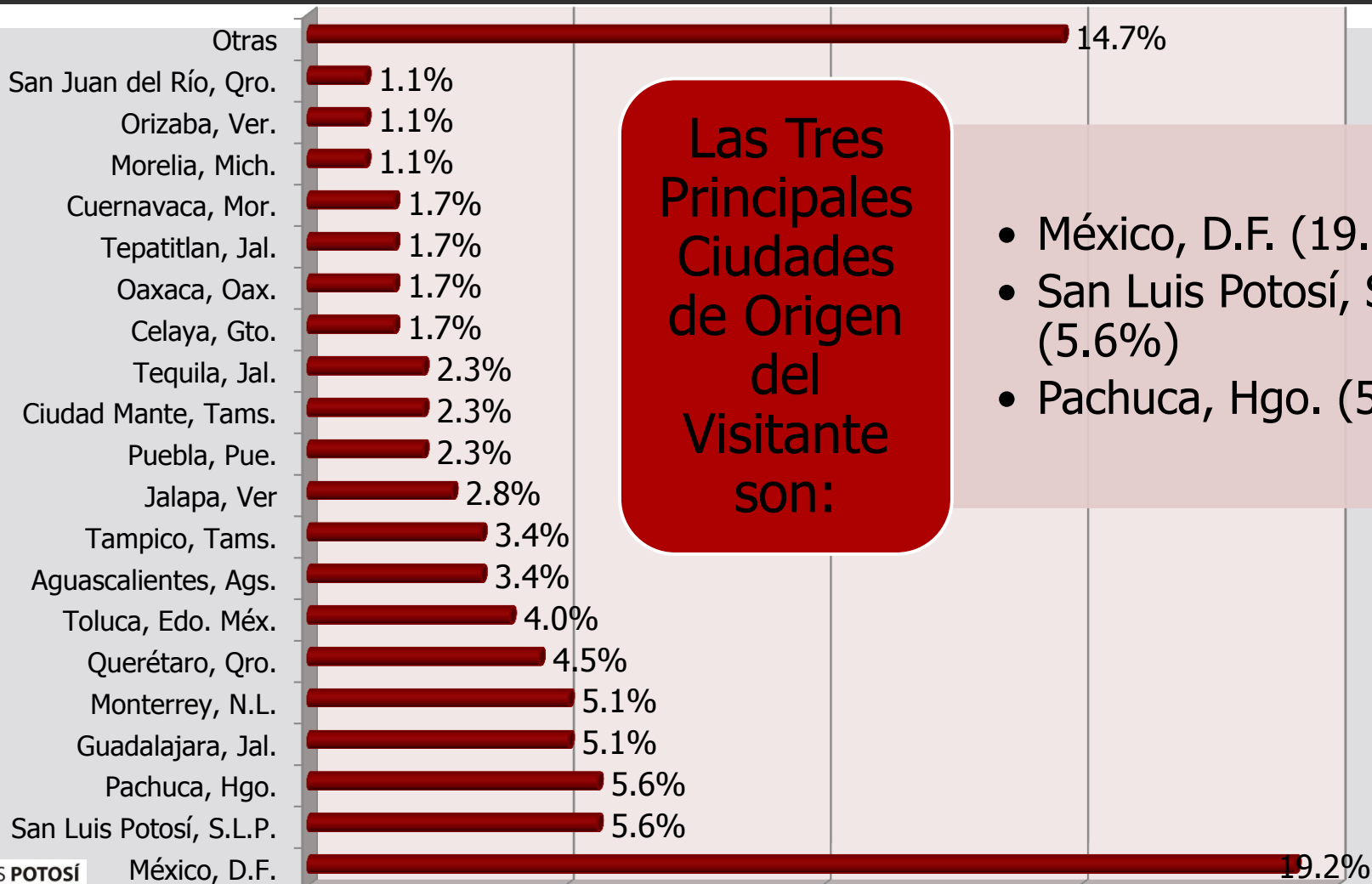
OPINIÓN DE RECOMENDAR A SAN LUIS POTOSÍ



El 97.2% de los visitantes definitivamente o probablemente sí Recomendaría el destino.

Solamente el 0.6% probablemente no ó definitivamente no recomendaría el destino.

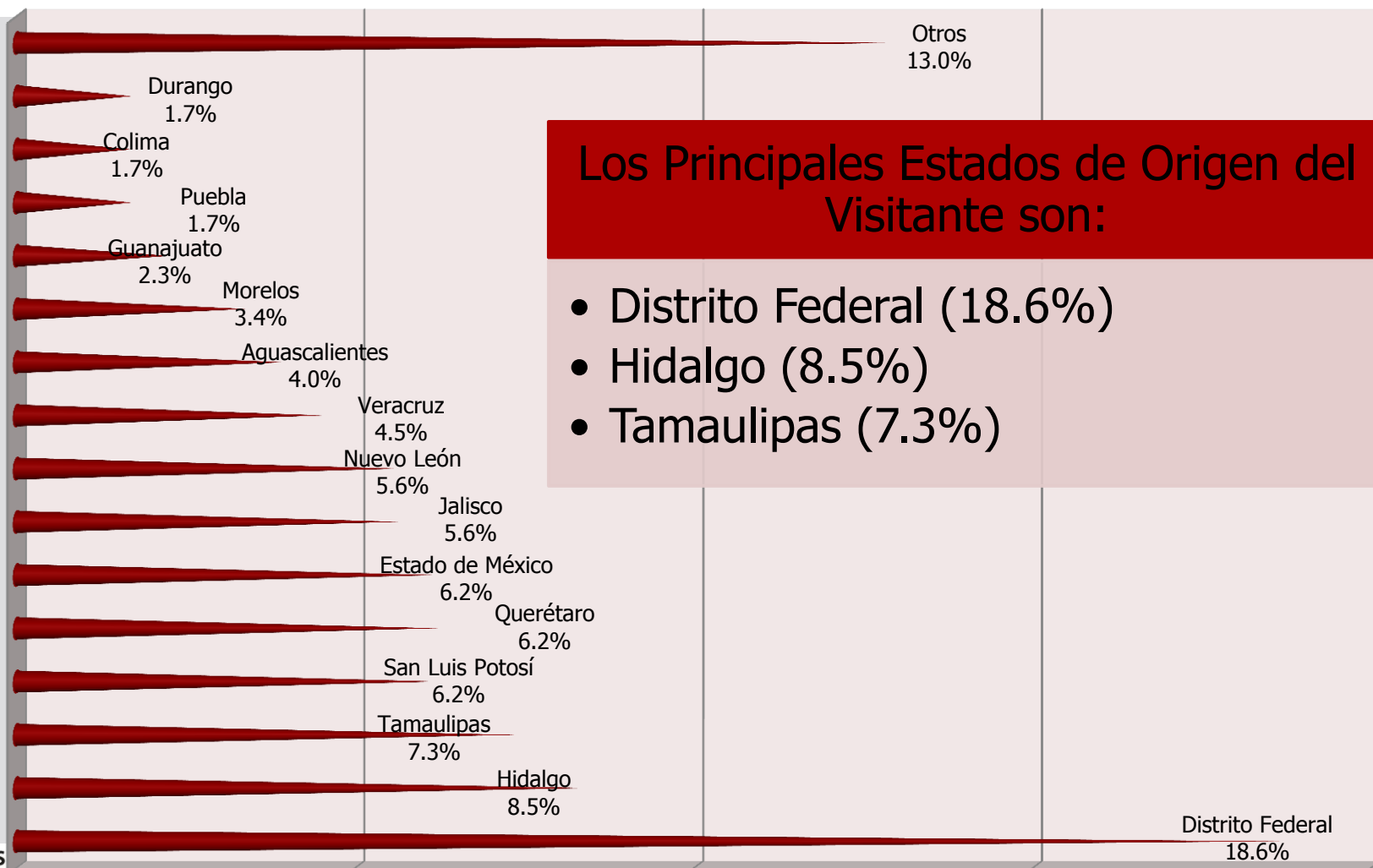
PRINCIPALES CIUDADES DE ORIGEN DEL VISITANTE



Las Tres Principales Ciudades de Origen del Visitante son:

- México, D.F. (19.2%)
- San Luis Potosí, S.L.P. (5.6%)
- Pachuca, Hgo. (5.6%)

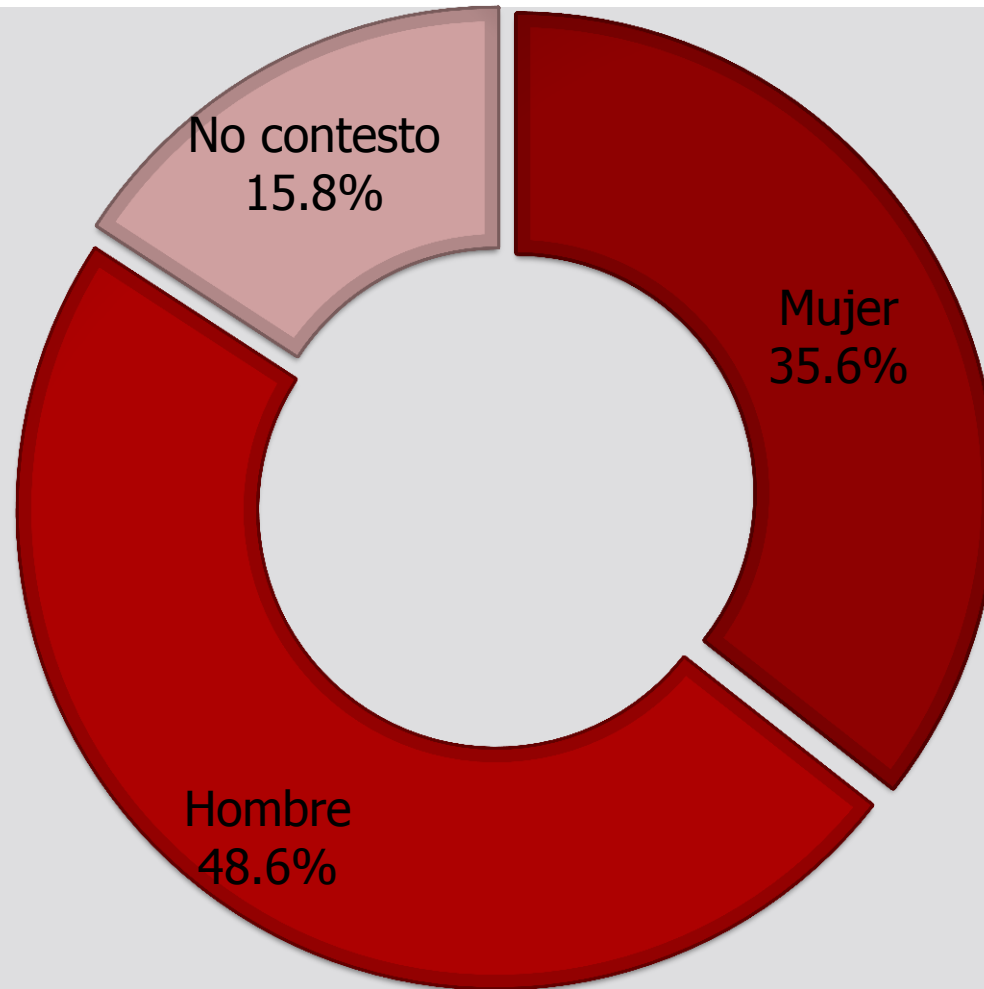
PRINCIPALES ESTADOS DE ORIGEN DEL VISITANTE



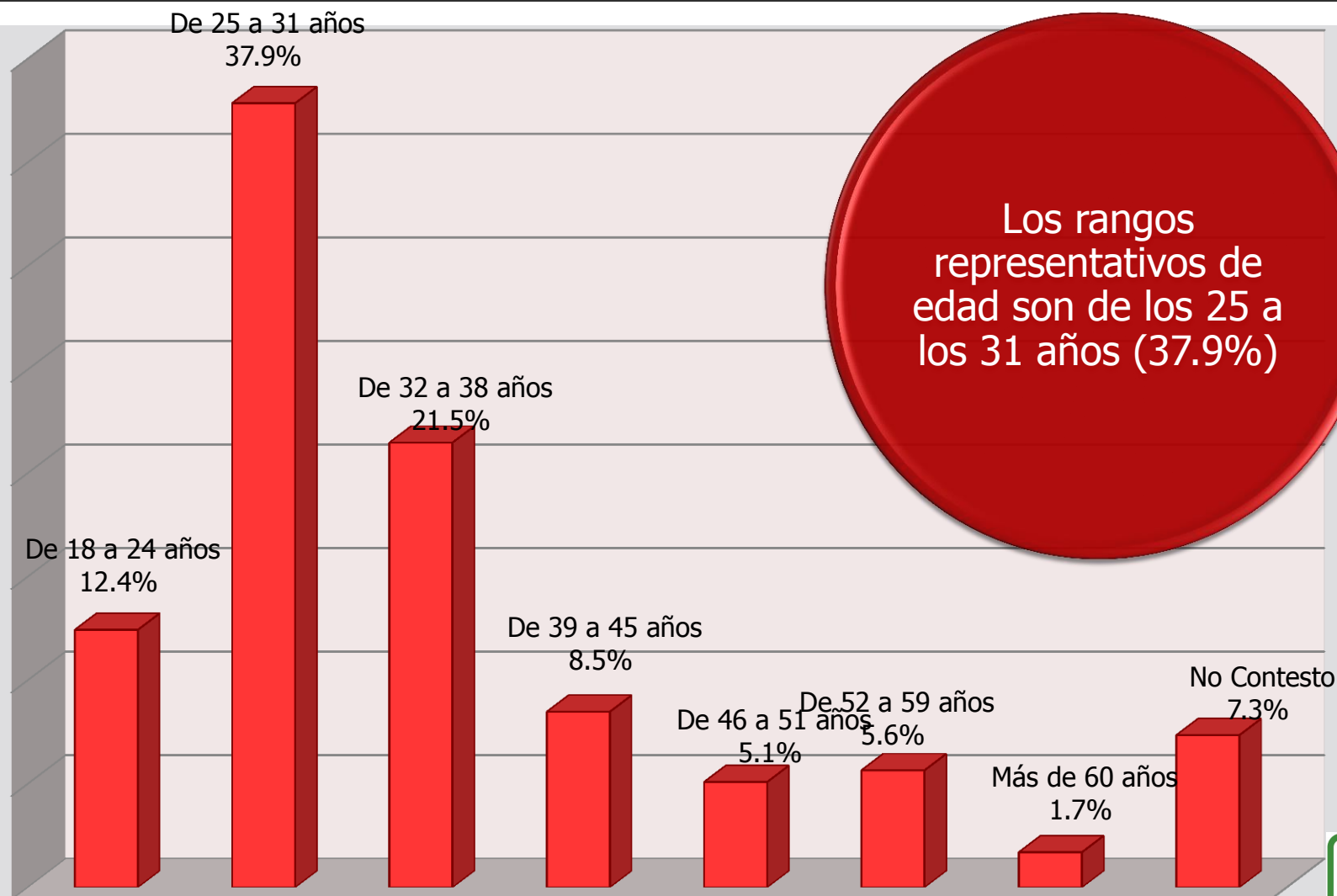
Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

- Distrito Federal (18.6%)
- Hidalgo (8.5%)
- Tamaulipas (7.3%)

SEXO DEL VISITANTE A LA REGIÓN



RANGO DE EDAD DE LOS VISITANTES



OCUPACIÓN DEL VISITANTE A SAN LUIS POTOSÍ

Una tercera parte de los visitantes son empleados (33.3%)

Otro segmento importante (13.6%) son Profesionistas independientes

El 11.3% son Estudiantes





PERFIL DEL VISITANTE

PUEBLO MÁGICO DE XILITLA, S.L.P.
INVIERNO 2014



**Resultados con
Perspectiva de
Género**



**Dirección de Planeación,
Información y Análisis**

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	28.8%	32.2%	11.3%	72.3%
Una vez al año	3.4%	9.6%	1.7%	14.7%
Dos veces al año	1.7%	4.0%	2.3%	7.9%
Tres o más veces al año	1.7%	2.8%	0.6%	5.1%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguna	4.5%	6.2%	2.3%	13.0%
Una noche	5.6%	5.6%	1.7%	13.0%
Dos noches	7.9%	10.2%	4.5%	22.6%
Tres noches	6.8%	5.6%	1.7%	14.1%
Cuatro noches	0.6%	2.8%	0.6%	4.0%
Cinco noches	0.6%	2.3%	0.0%	2.8%
Treinta noches	0.0%	1.1%	0.0%	1.1%
No contesto	9.6%	14.7%	5.1%	29.4%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Lugar donde se está hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	15.3%	20.3%	7.3%	42.9%
Familia / Amigos	7.3%	12.4%	4.5%	24.3%
Acampará	4.5%	5.6%	1.1%	11.3%
No contesto	8.5%	10.2%	2.8%	21.5%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Guzmán - Xilitla	5.1%	4.5%	2.8%	12.4%
Hotel Dolores - Xilitla	4.0%	4.0%	1.7%	9.6%
Hotel Misión Ciudad Valles - Ciudad Valles	1.1%	2.3%	0.0%	3.4%
Hotel Caracol - Xilitla	0.6%	2.3%	0.0%	2.8%
Hotel Valles - Ciudad Valles	0.6%	1.7%	0.0%	2.3%
Hotel Aurora - Xilitla	0.0%	1.7%	0.6%	2.3%
Hotel Casa María - Xilitla	1.7%	0.0%	0.6%	2.3%
Hotel Ziyaquetzas - Xilitla	1.1%	0.0%	0.6%	1.7%
Hotel del Sol - Ciudad Valles	0.6%	1.1%	0.0%	1.7%
Hotel Piña - Ciudad Valles	0.6%	0.6%	0.0%	1.1%
Sierra Huasteca Inn - Ciudad Valles	1.1%	0.0%	0.0%	1.1%
Hotel Vista Verde - Axtla de Terrazas	0.6%	0.6%	0.0%	1.1%
Hotel Vergel Huasteco - Tancanhuitz	0.6%	0.6%	0.0%	1.1%
Hotel Quinta Mar - Ciudad Valles	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Posada El Castillo - Xilitla	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Hostal de Café - Xilitla	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Hotel Moreno - Ciudad Valles	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%
Hotel Paraíso Encantado - Xilitla	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%
Finca Pemoches - Xilitla	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
La Cabaña - Xilitla	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
No contesto	17.5%	27.1%	8.5%	53.1%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	1.1%	3.4%	0.0%	4.5%
Pareja	13.6%	18.1%	5.6%	37.3%
Familia	10.7%	18.1%	5.1%	33.9%
Amistades	7.3%	7.9%	3.4%	18.6%
Agrupación	1.1%	0.0%	0.6%	1.7%
No contesto	1.7%	1.1%	1.1%	4.0%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Uno	3.4%	5.6%	0.6%	9.6%
Dos	13.6%	14.1%	5.1%	32.8%
Tres	1.7%	6.2%	2.3%	10.2%
Cuatro	6.8%	8.5%	2.8%	18.1%
Cinco	1.7%	4.5%	2.8%	9.0%
Seis	1.1%	1.7%	0.0%	2.8%
Siete	0.0%	1.7%	0.6%	2.3%
Ocho	0.6%	0.6%	0.0%	1.1%
Nueve	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Diez	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Doce	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Veinte	0.0%	0.6%	0.6%	1.1%
Treinta	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Treinta y dos	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Cuarenta	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Cuarenta y cinco	1.1%	0.0%	0.0%	1.1%
No contesto	4.0%	3.4%	1.1%	8.5%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	20.9%	35.0%	7.9%	63.8%
Autobús de línea	8.5%	9.0%	4.0%	21.5%
Autobús rentado	3.4%	2.3%	0.6%	6.2%
Avión	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
No contestó	2.3%	2.3%	3.4%	7.9%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
300 a 400 pesos	9.0%	11.3%	0.6%	20.9%
401 a 550 pesos	7.3%	10.2%	1.7%	19.2%
551 a 700 pesos	2.8%	4.5%	2.3%	9.6%
701 a 850 pesos	2.3%	2.8%	1.7%	6.8%
851 a 999 pesos	0.6%	1.7%	0.0%	2.3%
Más de 1,000 pesos	0.6%	1.1%	0.0%	1.7%
No contesto	13.0%	16.9%	9.6%	39.5%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	8.5%	11.3%	1.1%	20.9%
De 201 a 250 pesos	10.2%	10.7%	5.6%	26.6%
De 251 a 300 pesos	9.6%	11.9%	5.6%	27.1%
De 301 a 400 pesos	2.8%	4.0%	0.0%	6.8%
De 401 a 500 pesos	0.0%	2.8%	0.0%	2.8%
Más de 500 pesos	0.6%	1.7%	0.0%	2.3%
No contesto	4.0%	6.2%	3.4%	13.6%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	11.9%	8.5%	2.8%	23.2%
De 201 a 250 pesos	5.6%	11.3%	4.0%	20.9%
De 251 a 300 pesos	7.9%	9.0%	2.8%	19.8%
De 301 a 400 pesos	3.4%	9.0%	2.8%	15.3%
De 401 a 500 pesos	0.0%	1.7%	0.6%	2.3%
Más de 500 pesos	0.0%	1.1%	0.6%	1.7%
No contesto	6.8%	7.9%	2.3%	16.9%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	10.7%	12.4%	3.4%	26.6%
De 201 a 250 pesos	2.8%	7.3%	0.0%	10.2%
De 251 a 300 pesos	3.4%	2.8%	0.0%	6.2%
De 301 a 400 pesos	0.6%	1.7%	0.0%	2.3%
De 401 a 500 pesos	1.1%	1.7%	0.0%	2.8%
No contesto	16.9%	22.6%	12.4%	52.0%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	5.1%	5.6%	1.1%	11.9%
De 201 a 250 pesos	0.6%	0.0%	1.1%	1.7%
De 251 a 300 pesos	0.6%	1.1%	0.6%	2.3%
De 301 a 400 pesos	1.1%	1.1%	0.0%	2.3%
De 401 a 500 pesos	0.6%	0.6%	0.0%	1.1%
Más de 500 pesos	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
No contesto	27.7%	39.5%	13.0%	80.2%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	4.5%	7.9%	1.1%	13.6%
De 201 a 250 pesos	0.6%	2.3%	0.6%	3.4%
De 251 a 300 pesos	0.6%	1.7%	1.7%	4.0%
De 301 a 400 pesos	1.7%	2.3%	0.0%	4.0%
De 401 a 500 pesos	3.4%	3.4%	1.7%	8.5%
Más de 500 pesos	10.7%	13.6%	2.3%	26.6%
No contesto	14.1%	17.5%	8.5%	40.1%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Vacaciones	7.0%	10.9%	3.6%	21.5%
Turismo de Aventura	2.4%	3.4%	0.9%	6.8%
Ecoturismo	2.3%	3.0%	0.8%	6.0%
Visita a familiares	1.3%	1.7%	0.9%	4.0%
Naturaleza	1.1%	1.9%	0.2%	3.2%
Compra artesanías	0.8%	0.6%	0.4%	1.7%
Cultural	0.8%	0.8%	0.0%	1.5%
Gastronómico	0.6%	0.4%	0.0%	0.9%
Salud	0.2%	0.6%	0.0%	0.8%
Negocios	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Otro	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
No Contesto	19.2%	24.9%	9.0%	53.1%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguno	2.8%	1.7%	0.6%	5.1%
Chiapas	1.4%	3.1%	0.6%	5.1%
Aquismón, S.L.P.	0.3%	1.1%	0.8%	2.3%
Tamasopo, S.L.P.	0.0%	0.6%	0.3%	0.8%
Veracruz, Ver.	0.0%	0.6%	0.3%	0.8%
Hidalgo	0.3%	0.6%	0.0%	0.8%
Real de Catorce, S.L.P.	0.6%	0.3%	0.0%	0.8%
Querétaro	0.0%	0.6%	0.3%	0.8%
Axtla de Terrazas, S.L.P.	0.3%	0.3%	0.0%	0.6%
Cola de caballo, N. L.	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Michoacán	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Cuernavaca, Mor.	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Los Tuxtlas, Ver.	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Bahía de Fundy, Canadá	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Jardín Botánico Foster, Honolulu	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Real del Monte, Hgo.	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Taxco, Gro.	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Venado, S.L.P.	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%
Puebla, Pue.	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Monterrey, N.L.	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Brasil	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Cuetzalan, Pue.	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Morelos	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Tixtla de Guerrero, Gro.	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Tamazunchale, S.L.P.	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%
No Contesto	28.5%	37.3%	12.4%	78.2%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Razones de Comparación con la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Vegetación	1.4%	3.1%	0.3%	4.8%
Naturaleza	0.8%	2.3%	0.6%	3.7%
Parecido	0.8%	1.1%	1.1%	3.1%
Lugar Único	2.0%	0.6%	0.3%	2.8%
Clima	0.3%	0.6%	0.6%	1.4%
Infraestructura	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Relieve	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Pueblos Mágicos	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Arquitectura	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
No contesto	29.7%	40.4%	13.0%	83.1%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Actividades que podrían desarrollarse

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tirolesa	1.4%	2.5%	0.3%	4.2%
Rappel	1.1%	2.5%	0.6%	4.2%
Escalar	0.8%	2.3%	0.3%	3.4%
Carreras / caminatas	0.8%	1.1%	0.8%	2.8%
Ciclismo	0.3%	1.1%	0.0%	1.4%
Observación de aves	0.3%	1.1%	0.0%	1.4%
cabalgata	0.6%	0.3%	0.3%	1.1%
Senderismo	0.0%	0.3%	0.8%	1.1%
Turismo de Aventura	0.3%	0.6%	0.0%	0.8%
Actividades Culturales / Talleres	0.3%	0.0%	0.6%	0.8%
Camping	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Meditación	0.3%	0.3%	0.0%	0.6%
Guía de turista	0.3%	0.3%	0.0%	0.6%
Kayak	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Motociclismo	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Buceo	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Ecoturismo	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Ninguno	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Salto de Cascadas	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Temazcal	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
No contesto	28.2%	34.5%	12.1%	74.9%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Opinión para Mejorar la Actividad Turística

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Promoción	0.6%	3.1%	0.8%	4.5%
Limpieza	0.8%	0.8%	1.4%	3.1%
Más servicios	1.4%	0.8%	0.0%	2.3%
Infraestructura	0.6%	1.1%	0.3%	2.0%
Accesibilidad a los sitios con automóviles	1.1%	0.6%	0.0%	1.7%
Personal Turístico	0.8%	0.3%	0.3%	1.4%
Sanitarios	0.8%	0.6%	0.0%	1.4%
Señalética	0.3%	0.8%	0.0%	1.1%
Promoción y Difusión	0.6%	0.6%	0.0%	1.1%
Seguridad	0.3%	0.8%	0.0%	1.1%
Nada, todo esta bien	0.0%	0.6%	0.3%	0.8%
Más actividades culturales	0.3%	0.6%	0.0%	0.8%
Transporte turístico	0.6%	0.3%	0.0%	0.8%
Actividades deportivas	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Conservación de las áreas	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Organización comunitaria	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Recorridos Nocturnos	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Quitar vendedores ambulantes	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Mapas	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Paseos en bicicleta	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
No contestó	26.8%	36.2%	12.7%	75.7%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Medio por el que se enteró o conoce región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Familiares o amigos	9.3%	13.6%	4.2%	27.1%
Internet	6.2%	5.6%	2.8%	14.7%
Redes Sociales	3.7%	2.3%	1.1%	7.1%
Revista	1.7%	3.1%	0.6%	5.4%
Folletos	0.8%	2.3%	0.0%	3.1%
Televisión	0.8%	1.1%	0.0%	2.0%
Agencias de Viajes	0.8%	0.6%	0.0%	1.4%
Radio	0.6%	0.8%	0.0%	1.4%
No contesto	11.6%	19.2%	7.1%	37.9%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Viajo a través de algún Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	1.1%	0.6%	0.6%	2.3%
No	31.6%	45.2%	12.4%	89.3%
No contesto	2.8%	2.8%	2.8%	8.5%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Nombre del Agencia u Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Aventura Huasteca	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%
No contesto	35.6%	48.6%	15.3%	99.4%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Recordación de Publicidad con Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	20.3%	28.8%	7.9%	57.1%
No	14.7%	18.6%	4.5%	37.9%
No contesto	0.6%	1.1%	3.4%	5.1%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Lugar de Recordación de la Publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	6.8%	8.5%	4.5%	19.8%
Folletos	4.5%	6.2%	1.7%	12.4%
Revista	4.5%	6.2%	1.1%	11.9%
Televisión	1.7%	3.4%	0.0%	5.1%
Redes Sociales	1.7%	3.4%	0.0%	5.1%
Espectaculares	1.1%	2.3%	0.6%	4.0%
Periódico	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
No contesto	14.7%	18.6%	7.9%	41.2%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Lo que más le gustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Flora y Fauna	10.5%	14.4%	3.4%	28.2%
Arquitectura	8.2%	8.2%	2.8%	19.2%
Paisajes / Naturaleza	4.5%	9.9%	1.7%	16.1%
Hospitalidad de la Gente	2.3%	2.8%	2.5%	7.6%
Artesanías	2.8%	2.0%	0.8%	5.6%
Clima	1.4%	0.8%	0.6%	2.8%
Infraestructura Turística	0.3%	2.0%	0.3%	2.5%
Servicio en Restaurantes	0.3%	1.1%	0.3%	1.7%
Sitios Histórico Culturales	0.0%	1.1%	0.3%	1.4%
Servicio en hoteles	0.0%	0.3%	0.6%	0.8%
Gastronomía	0.3%	0.3%	0.3%	0.8%
No contesto	5.1%	5.6%	2.3%	13.0%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Lo que más le disgustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tráfico	3.4%	4.0%	1.7%	9.0%
Falta de limpieza	1.7%	4.8%	1.4%	7.9%
Vendedores Ambulantes	3.4%	2.0%	1.4%	6.8%
Precios	1.1%	2.5%	0.8%	4.5%
Contaminación	1.4%	2.5%	0.6%	4.5%
Inseguridad	2.0%	2.0%	0.0%	4.0%
Clima	1.1%	1.1%	0.0%	2.3%
Servicio taxis	1.1%	0.3%	0.3%	1.7%
Transporte público	0.6%	0.3%	0.3%	1.1%
Servicio en hoteles	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Hospitalidad residentes	0.3%	0.3%	0.0%	0.6%
Servicio en restaurantes	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Otro	0.8%	0.6%	0.3%	1.7%
No contesto	18.6%	27.4%	9.0%	55.1%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Impulsar Acciones para renovar Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	22.0%	37.9%	11.9%	71.8%
No	10.7%	6.8%	2.3%	19.8%
No contesto	2.8%	4.0%	1.7%	8.5%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Acciones para Impulsar la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Instalar sanitarios	7.3%	11.9%	4.5%	23.7%
Promoción y Difusión	6.8%	8.5%	0.6%	15.8%
Infraestructura turística	3.4%	7.3%	2.3%	13.0%
Equipamiento turístico	1.7%	7.3%	1.7%	10.7%
Señalética conductiva	1.7%	2.3%	1.1%	5.1%
Acceso a sitios turísticos	0.6%	1.1%	0.6%	2.3%
Señalética restrictiva	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Otro	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
No contesto	13.0%	10.2%	5.1%	28.2%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	31.6%	42.9%	10.7%	85.3%
Probablemente sí	4.0%	5.6%	2.8%	12.4%
No Contesto	0.0%	0.0%	2.3%	2.3%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	33.9%	47.5%	11.9%	93.2%
Probablemente sí	1.1%	1.1%	1.7%	4.0%
Probablemente no	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
No Contesto	0.0%	0.0%	2.3%	2.3%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
México, D.F.	5.6%	10.2%	3.4%	19.2%
San Luis Potosí, S.L.P.	1.1%	2.3%	2.3%	5.6%
Pachuca, Hgo.	2.3%	2.8%	0.6%	5.6%
Guadalajara, Jal.	1.7%	3.4%	0.0%	5.1%
Monterrey, N.L.	2.3%	2.8%	0.0%	5.1%
Querétaro, Qro.	1.7%	1.7%	1.1%	4.5%
Toluca, Edo. Méx.	2.8%	1.1%	0.0%	4.0%
Aguascalientes, Ags.	1.7%	1.7%	0.0%	3.4%
Tampico, Tams.	0.6%	1.7%	1.1%	3.4%
Jalapa, Ver	1.7%	1.1%	0.0%	2.8%
Puebla, Pue.	1.7%	0.6%	0.0%	2.3%
Ciudad Mante, Tams.	1.1%	1.1%	0.0%	2.3%
Tequila, Jal.	1.1%	0.6%	0.6%	2.3%
Celaya, Gto.	0.0%	1.1%	0.6%	1.7%
Oaxaca, Oax.	0.6%	0.6%	0.6%	1.7%
Tepatitlán, Jal.	0.0%	1.1%	0.6%	1.7%
Cuernavaca, Mor.	0.0%	1.1%	0.6%	1.7%
Morelia, Mich.	1.1%	0.0%	0.0%	1.1%
Orizaba, Ver.	0.6%	0.0%	0.6%	1.1%
San Juan del Río, Qro.	0.0%	1.1%	0.0%	1.1%
Durango, Dgo.	0.6%	0.0%	0.6%	1.1%
Campeche, Camp.	0.6%	0.6%	0.0%	1.1%
Dolores, Hgo.	1.1%	0.0%	0.0%	1.1%
Zumpango, Edo. Méx.	0.6%	0.6%	0.0%	1.1%
León, Gto.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Ciudad Victoria, Tams.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%

Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Zacatecas, Zac.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Soto la Marina, Tamps.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Canadá	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Chihuahua, Chih.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Poza Rica, Ver.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Tijuana, B.C.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Coyoacán, D.F.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Cananea, Son.	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%
McAllen, Tx.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Minatitlán, Col.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Abasolo, N.L.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Akil, Yuc.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Mérida, Yuc.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Manzanillo, Col.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
El Arenal, Hgo.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Florida, E.U.A.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Juchitepec, Edo. Méx.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Cómala, Col.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Jalpa, Qro.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Acatlán, Hgo.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Cópala, Gro.	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%
Mezquital, Dgo.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Apizaco, Ver.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
No Contesto	1.1%	2.3%	2.3%	5.6%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Distrito Federal	5.1%	10.2%	3.4%	18.6%
Hidalgo	4.0%	4.0%	0.6%	8.5%
Tamaulipas	2.8%	3.4%	1.1%	7.3%
San Luis Potosí	1.1%	2.8%	2.3%	6.2%
Querétaro	1.7%	3.4%	1.1%	6.2%
Estado de México	4.0%	2.3%	0.0%	6.2%
Jalisco	2.3%	2.8%	0.6%	5.6%
Nuevo León	2.3%	3.4%	0.0%	5.6%
Veracruz	2.8%	1.1%	0.6%	4.5%
Aguascalientes	2.3%	1.7%	0.0%	4.0%
Morelos	0.6%	1.7%	1.1%	3.4%
Guanajuato	0.0%	1.7%	0.6%	2.3%
Puebla	1.7%	0.0%	0.0%	1.7%
Colima	0.6%	1.1%	0.0%	1.7%
Durango	0.6%	0.6%	0.6%	1.7%
Oaxaca	0.6%	0.6%	0.6%	1.7%
Nayarit	0.0%	1.7%	0.0%	1.7%
Michoacán	1.1%	0.0%	0.0%	1.1%
Yucatán	0.6%	0.6%	0.0%	1.1%
Texas	0.0%	1.1%	0.0%	1.1%
Campeche	0.6%	0.6%	0.0%	1.1%
Sonora	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%
Baja California	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Estados Unidos	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Guerrero	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%
Zacatecas	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Chihuahua	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Tabasco	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%
Tlaxcala	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Canadá	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
No contesto	0.6%	1.1%	1.7%	3.4%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Edad Promedio de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 18 a 24 años	6.8%	4.0%	1.7%	12.4%
De 25 a 31 años	16.4%	17.5%	4.0%	37.9%
De 32 a 38 años	5.6%	13.6%	2.3%	21.5%
De 39 a 45 años	2.3%	5.1%	1.1%	8.5%
De 46 a 51 años	0.6%	3.4%	1.1%	5.1%
De 52 a 59 años	1.7%	3.4%	0.6%	5.6%
Más de 60 años	0.6%	0.6%	0.6%	1.7%
No Contesto	1.7%	1.1%	4.5%	7.3%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%

Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Empleado	14.7%	13.6%	5.1%	33.3%
Profesionista independiente	2.8%	9.0%	1.7%	13.6%
Estudiante	5.1%	5.6%	0.6%	11.3%
Comerciante	2.3%	5.6%	0.0%	7.9%
Técnico	1.1%	5.6%	1.1%	7.9%
Hogar	4.5%	0.0%	1.1%	5.6%
Ejecutivo / Gerente	1.1%	2.3%	0.6%	4.0%
Retirado / Jubilado	1.1%	1.1%	1.1%	3.4%
Empresario	0.0%	2.8%	0.0%	2.8%
Un oficio (plomero, carpintero)	0.0%	1.1%	0.6%	1.7%
Otro	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
No Contesto	2.8%	1.1%	4.0%	7.9%
Total	35.6%	48.6%	15.8%	100.0%



PERFIL DEL VISITANTE

PUEBLO MÁGICO DE XILITLA, S.L.P.
INVIERNO 2014



Dirección de Planeación,
Información y Análisis