



PERFIL DEL VISITANTE INVIERNO 2014



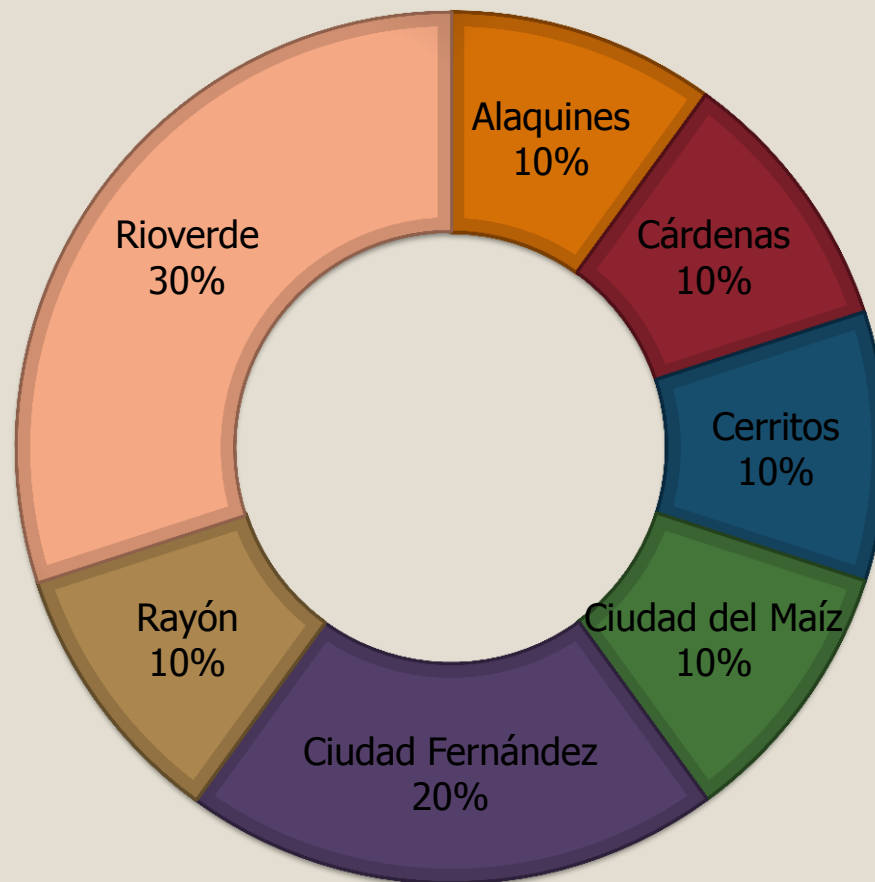
METODOLOGÍA PERFIL DEL VISITANTE

Con el objeto de determinar el Perfil del Visitante y conocer la experiencia durante su estancia en la Región, se llevó a cabo un levantamiento de 500 encuestas.

Las entrevistas se levantaron durante el mes de diciembre de 2014 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

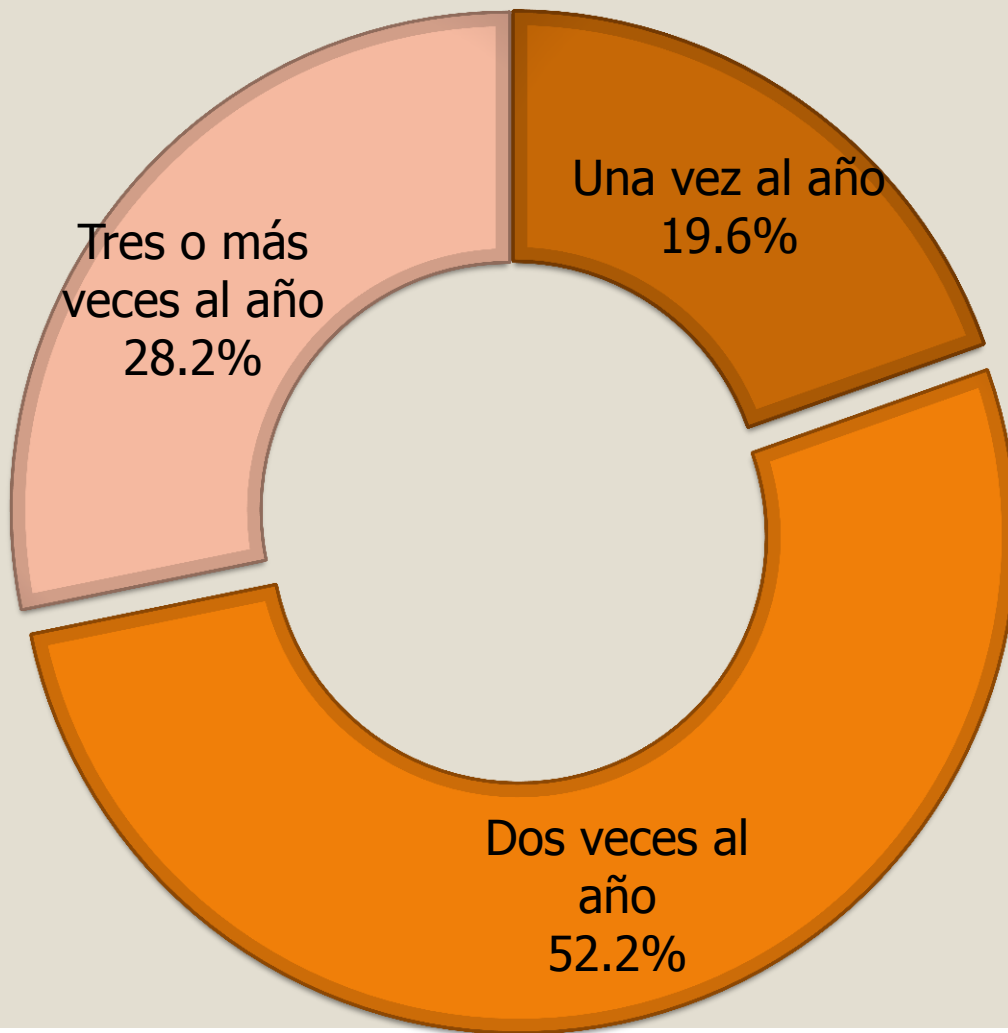
LUGAR DE LEVANTAMIENTO DE ENCUESTAS



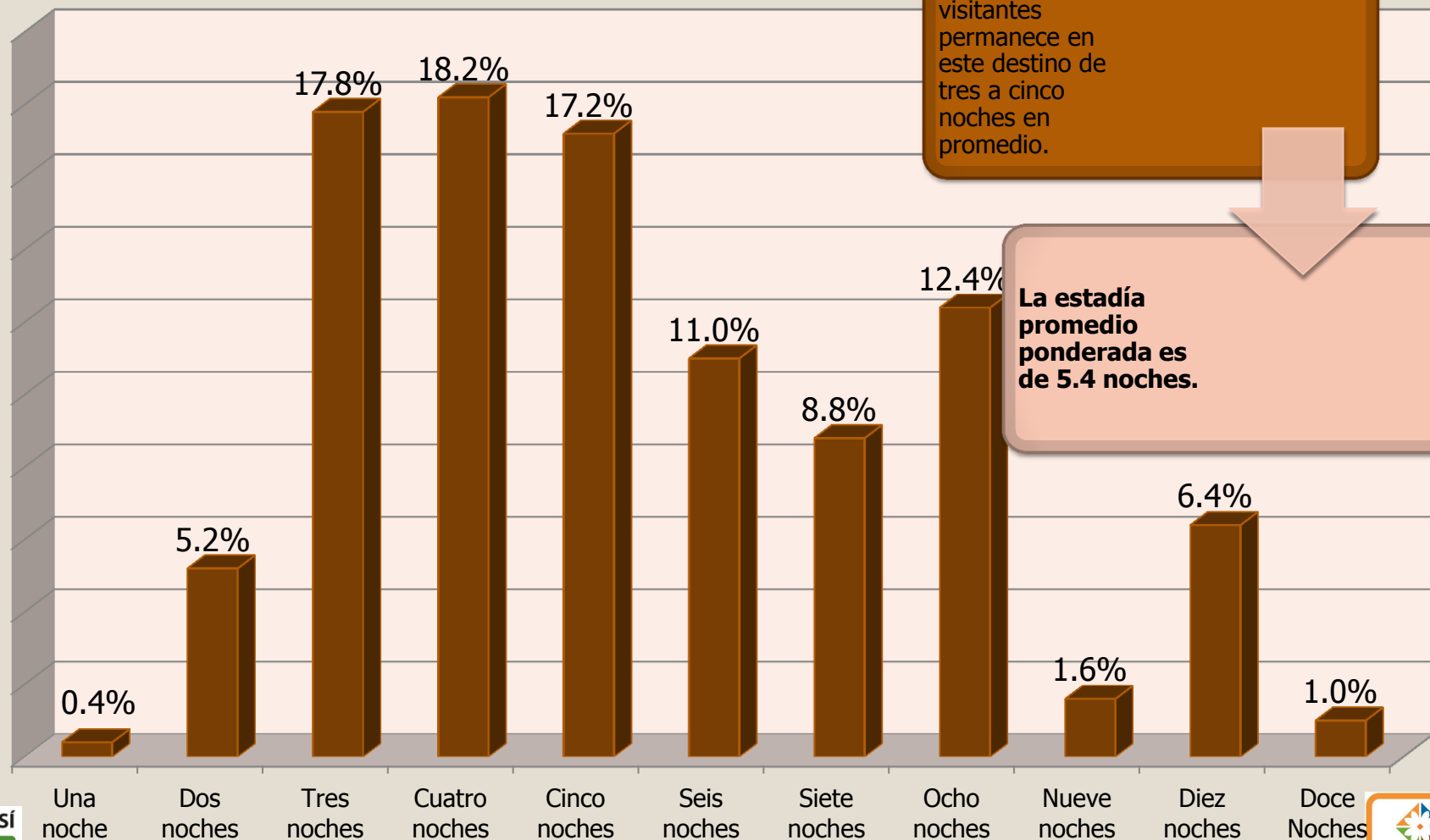
FRECUENCIA DE VISITA A LA REGIÓN

Un alto porcentaje visita dos veces al año la Región (52.2%)

Tres o más veces al año lo visita el 28.2%



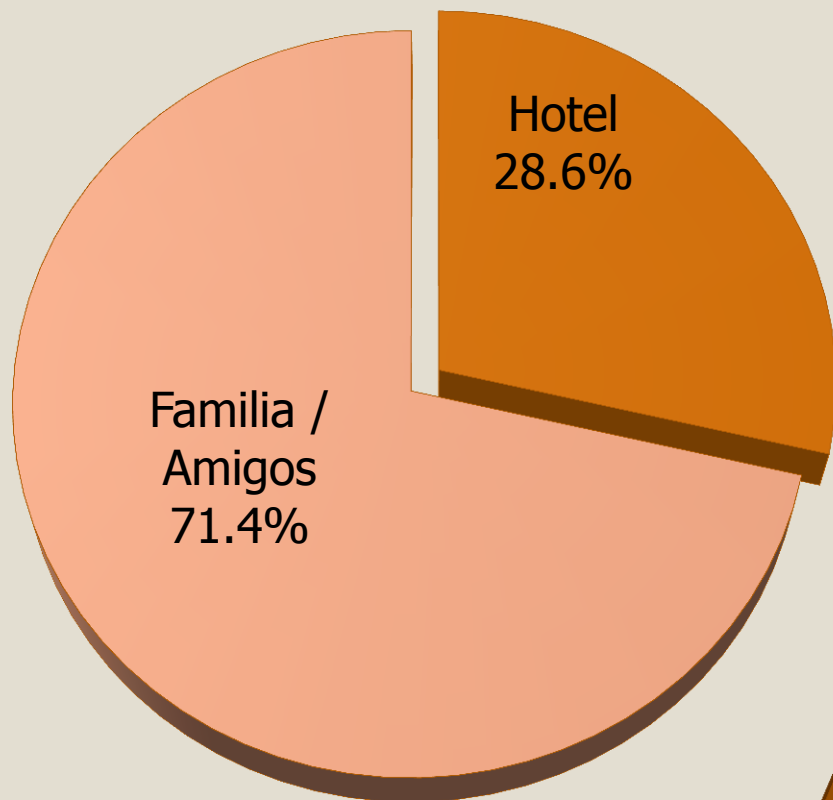
NOCHES DE ESTADÍA



El 53.2% de los visitantes permanece en este destino de tres a cinco noches en promedio.

La estadía promedio ponderada es de 5.4 noches.

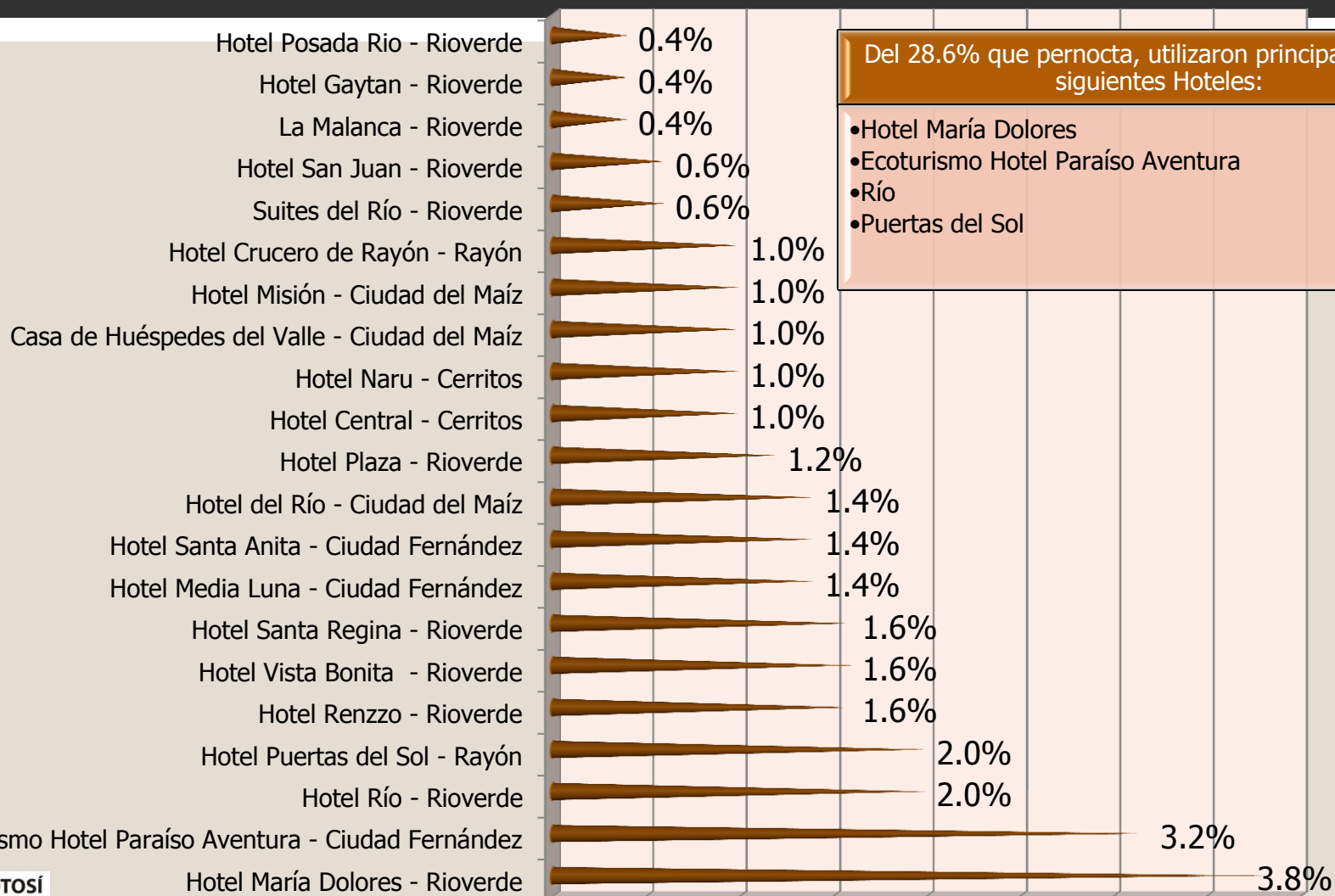
LUGAR DE HOSPEDAJE DEL VISITANTE



El 28.6% de los visitantes pernoctan en algún hotel de esta región

El 71.4% prefiere casas de Familiares y amigos

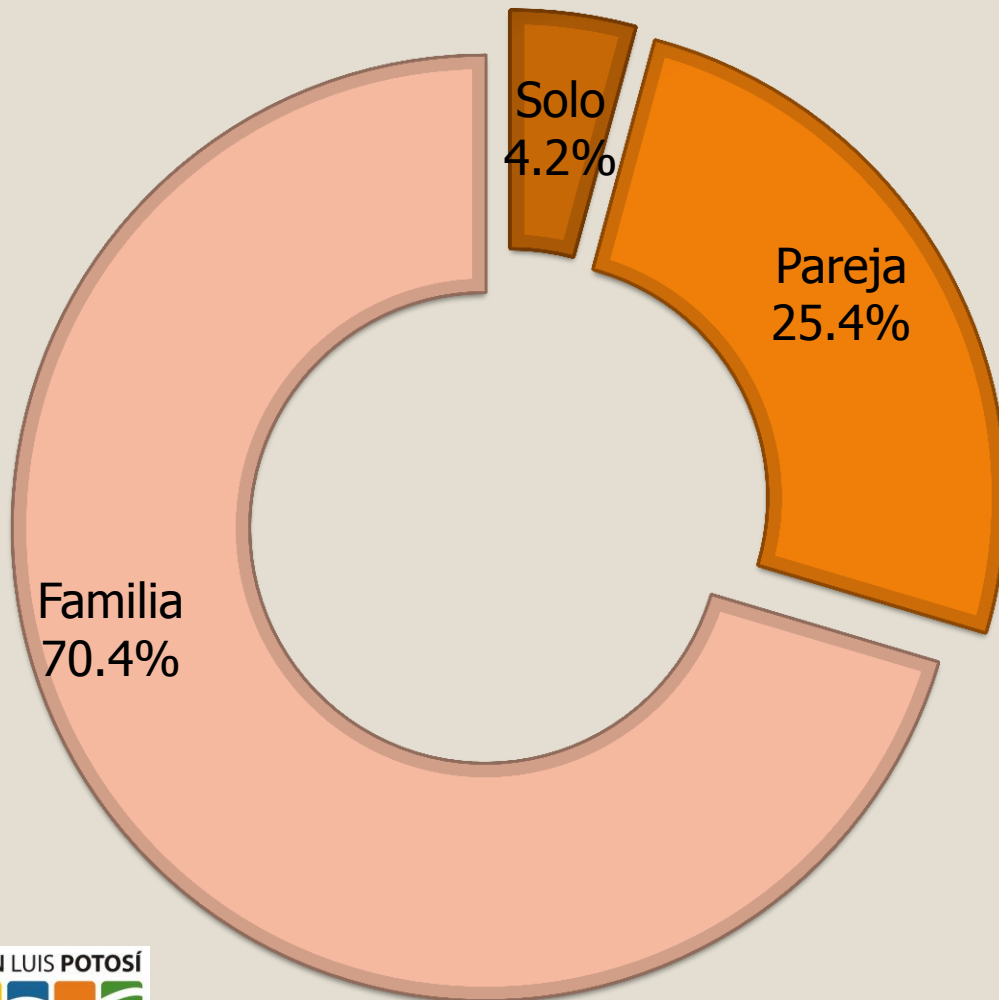
PRINCIPALES HOTELES DE PERNOCTA DEL VISITANTE



Del 28.6% que pernocta, utilizaron principalmente los siguientes Hoteles:

- Hotel María Dolores
- Ecoturismo Hotel Paraíso Aventura
- Río
- Puertas del Sol

FORMA DE VIAJAR DEL VISITANTE

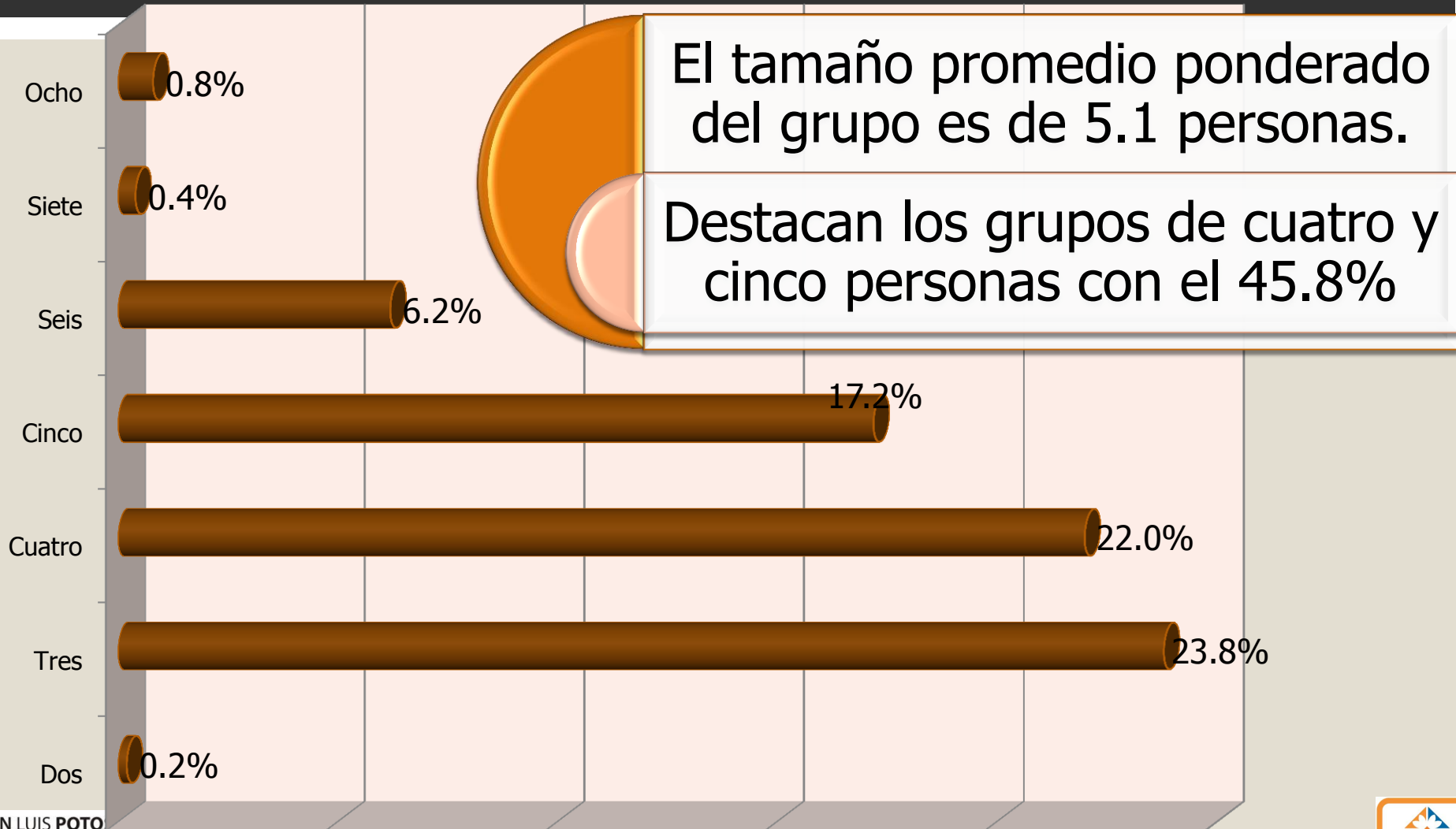


El 70.4% realiza este viaje con su familia.

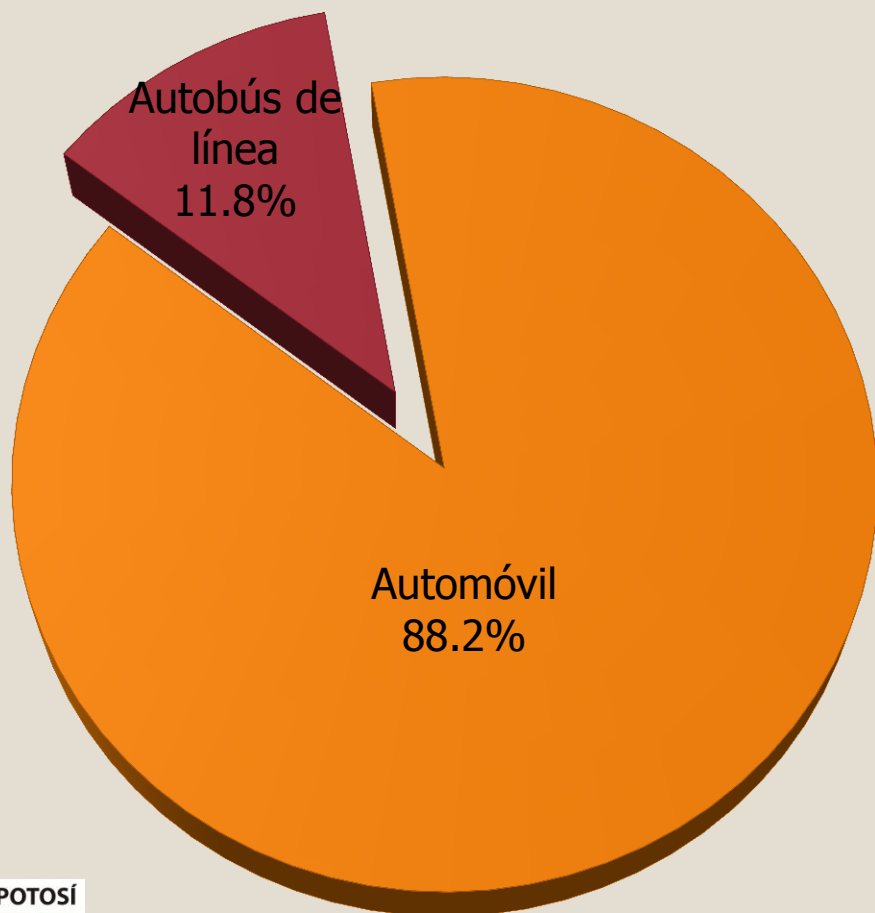
El 25.4% viaja con su pareja

El 4.2% realiza su viaje solo.

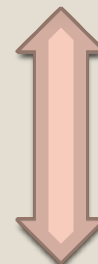
NÚMERO DE ACOMPAÑANTES EN SU VISITA



MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO POR EL VISITANTE

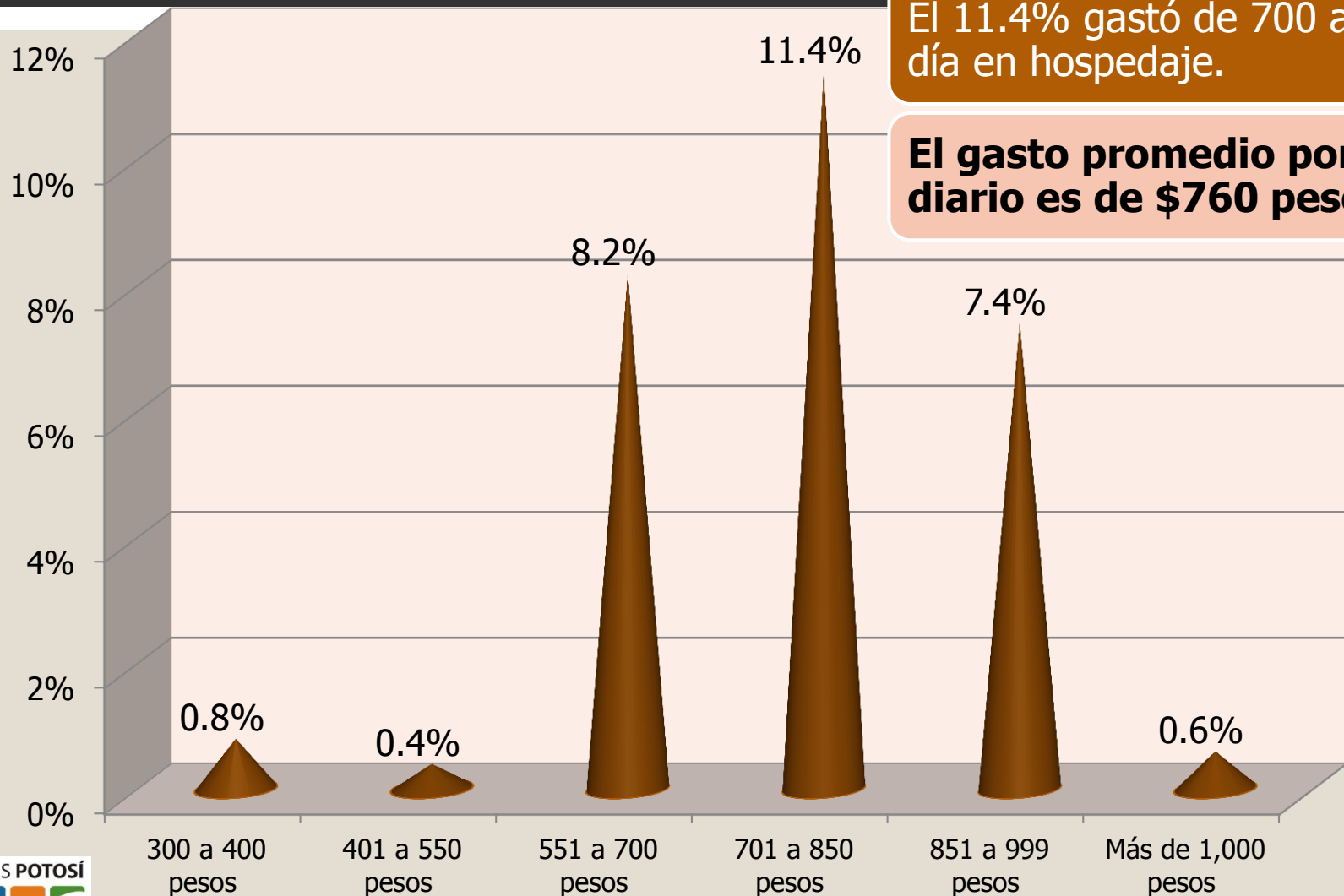


El 88.2% se desplaza a este destino en Automóvil



El 11.8% viaja en autobús de línea

GASTO PROMEDIO - HOSPEDAJE



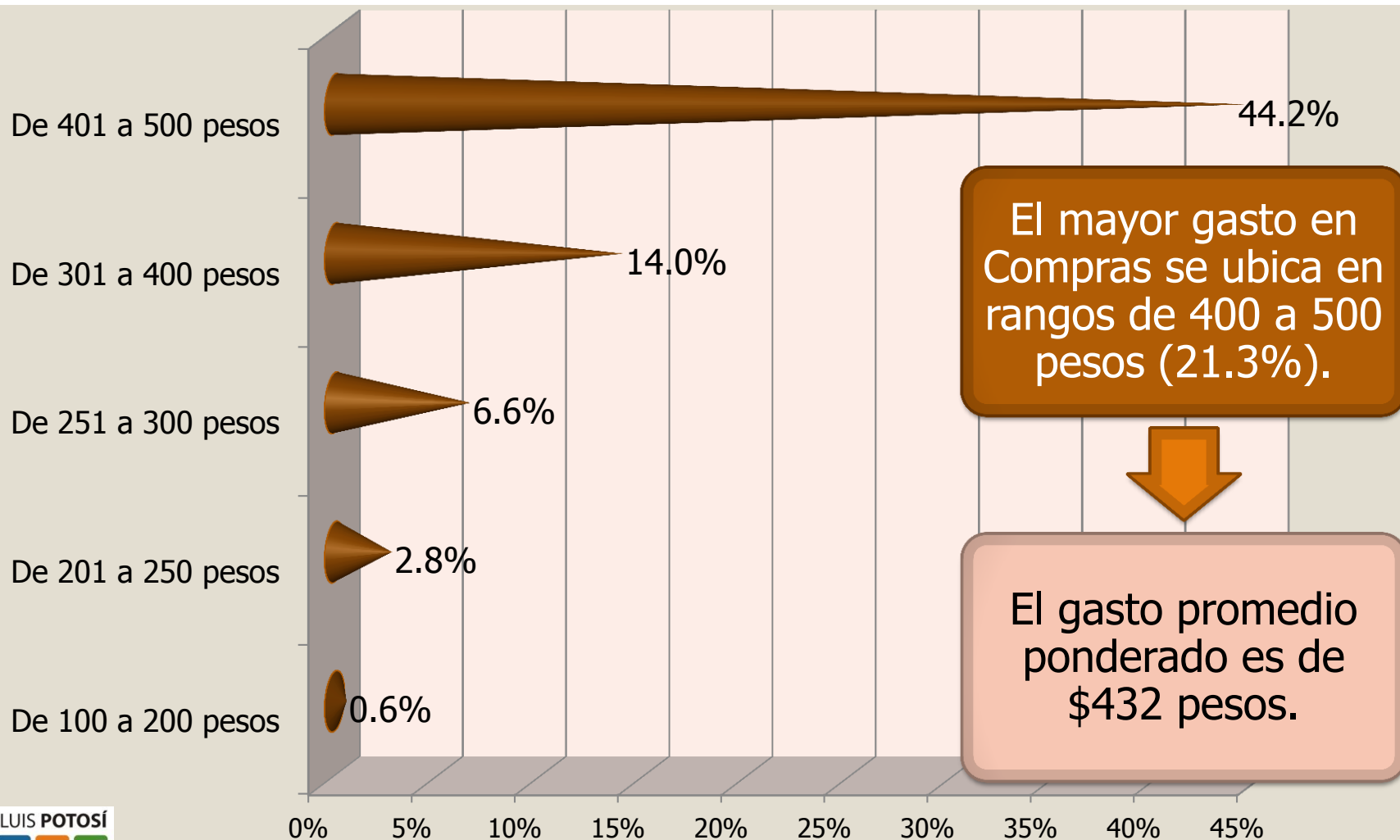
El 11.4% gastó de 700 a 850 por día en hospedaje.

El gasto promedio ponderado diario es de \$760 pesos.

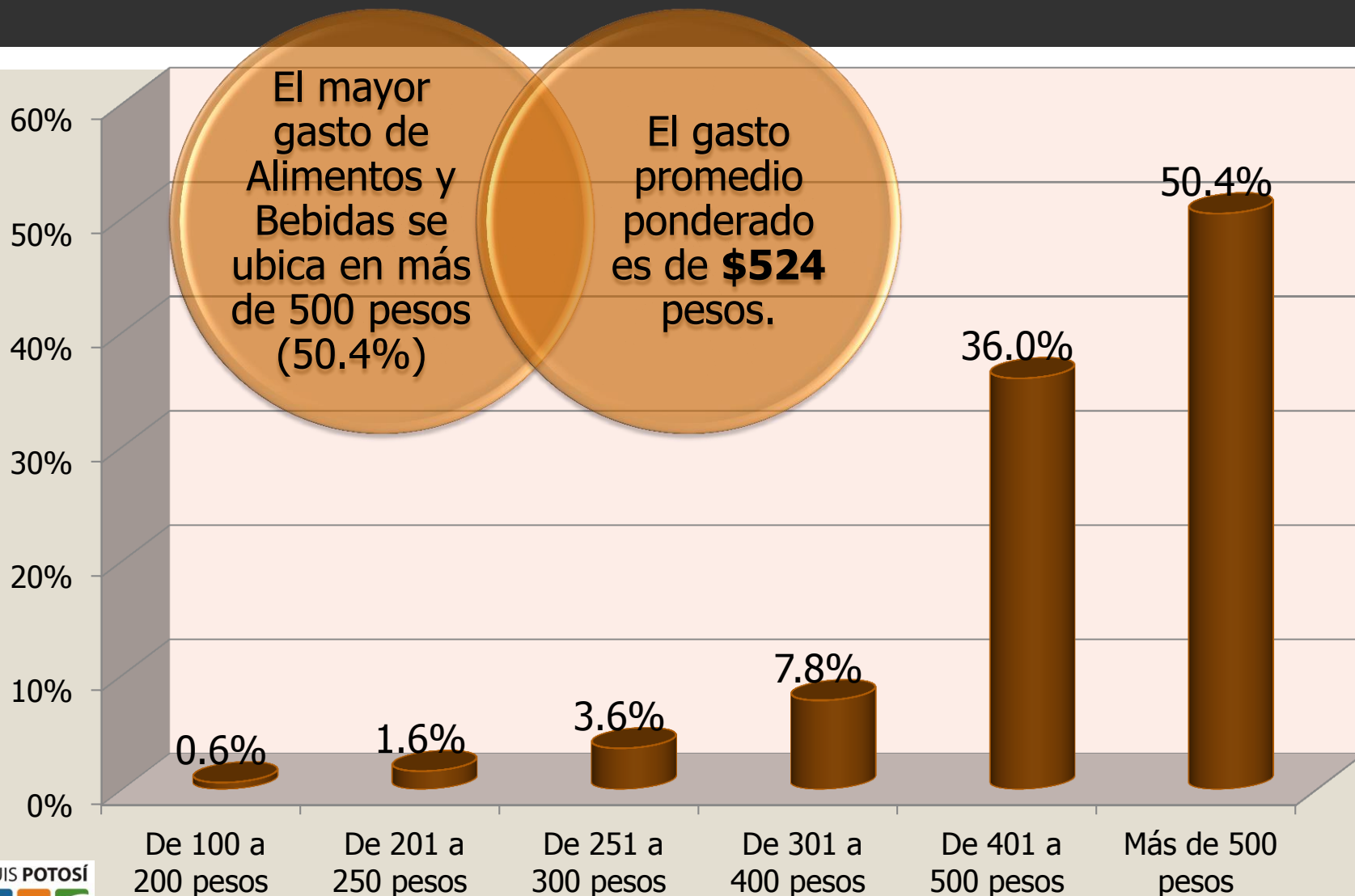
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

Perfil del Visitante Región Media – Invierno 2014

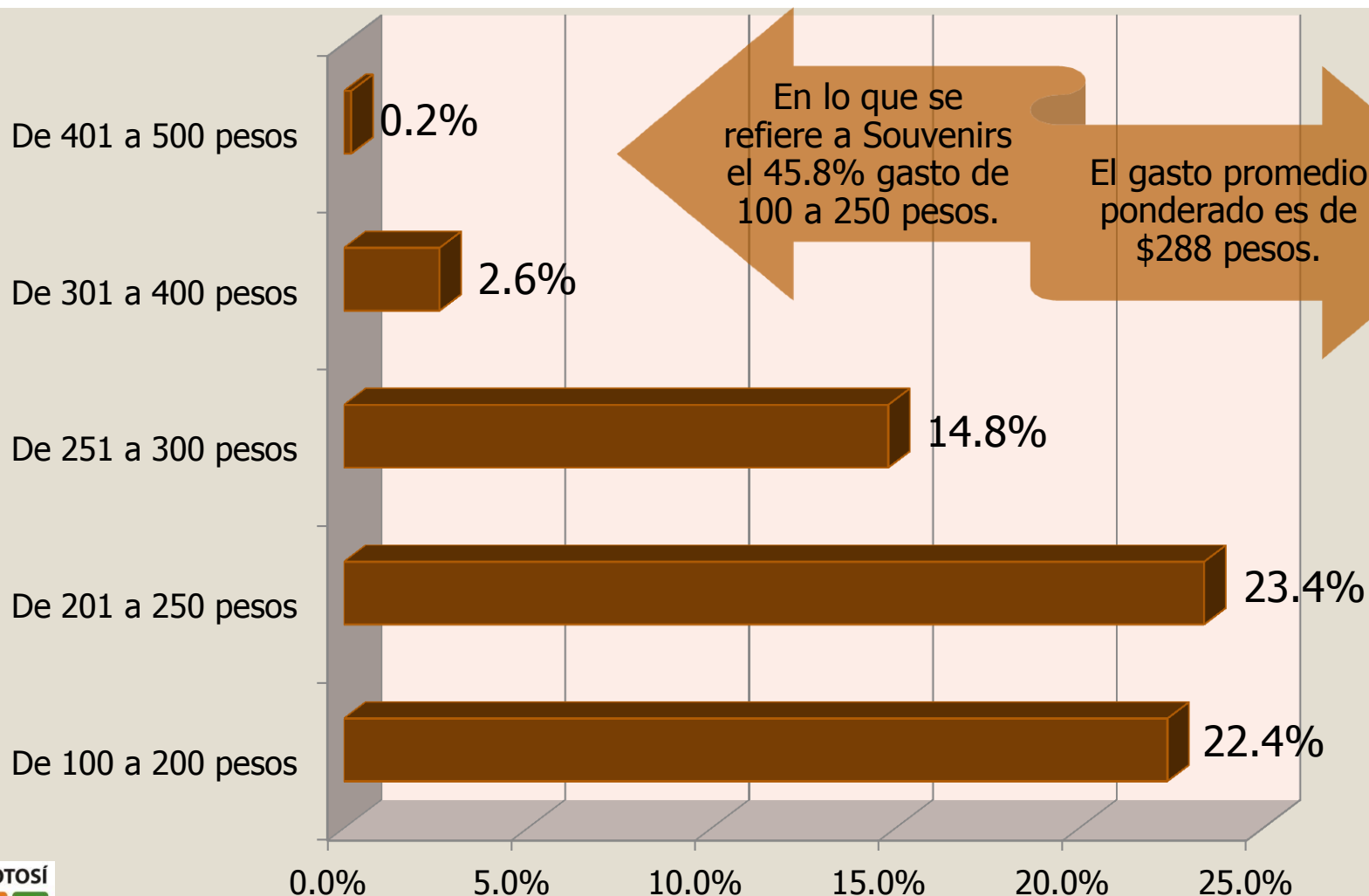
GASTO PROMEDIO - COMPRAS



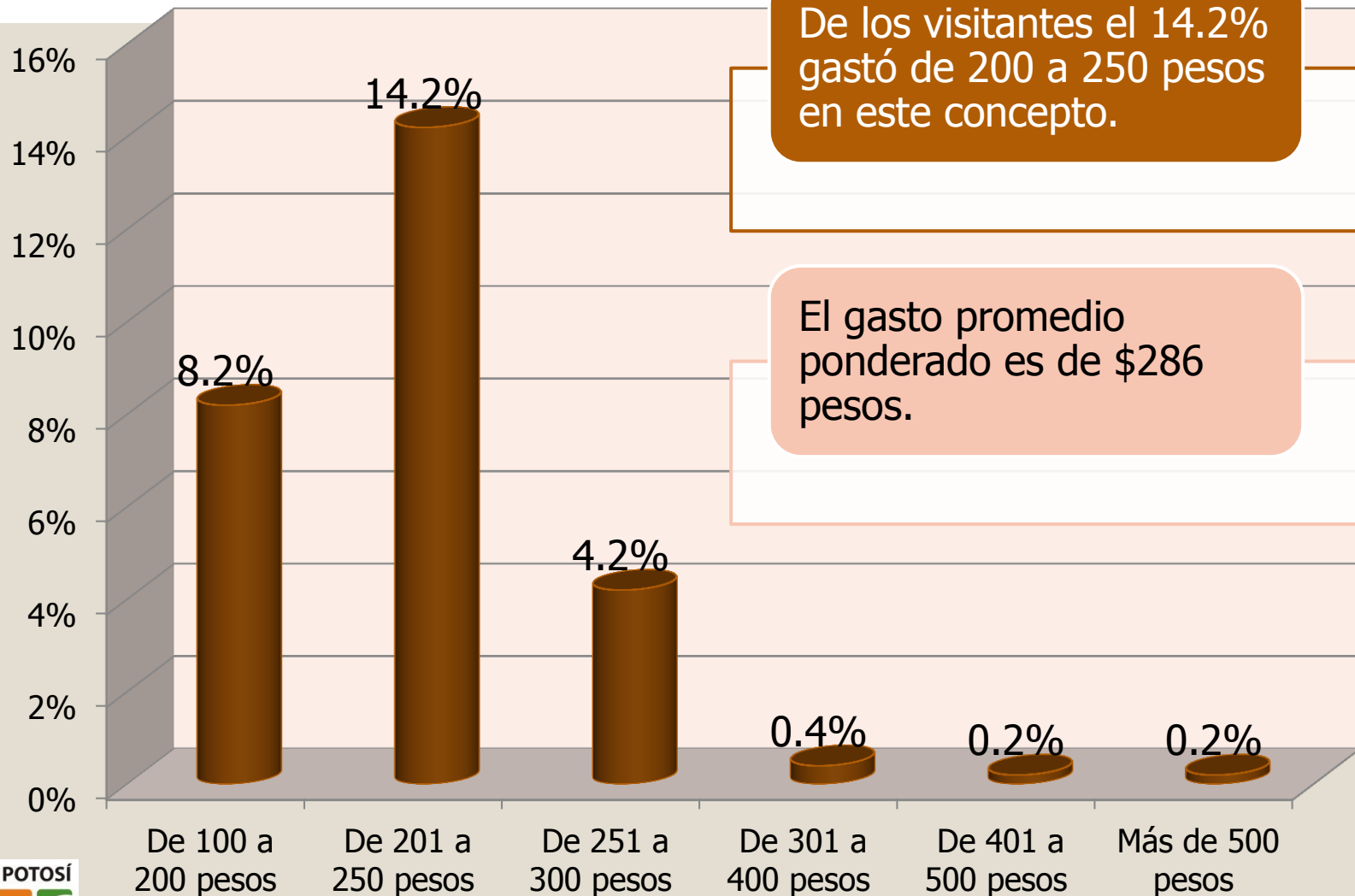
GASTO PROMEDIO – ALIMENTOS Y BEBIDAS



GASTO PROMEDIO - SOUVENIRS



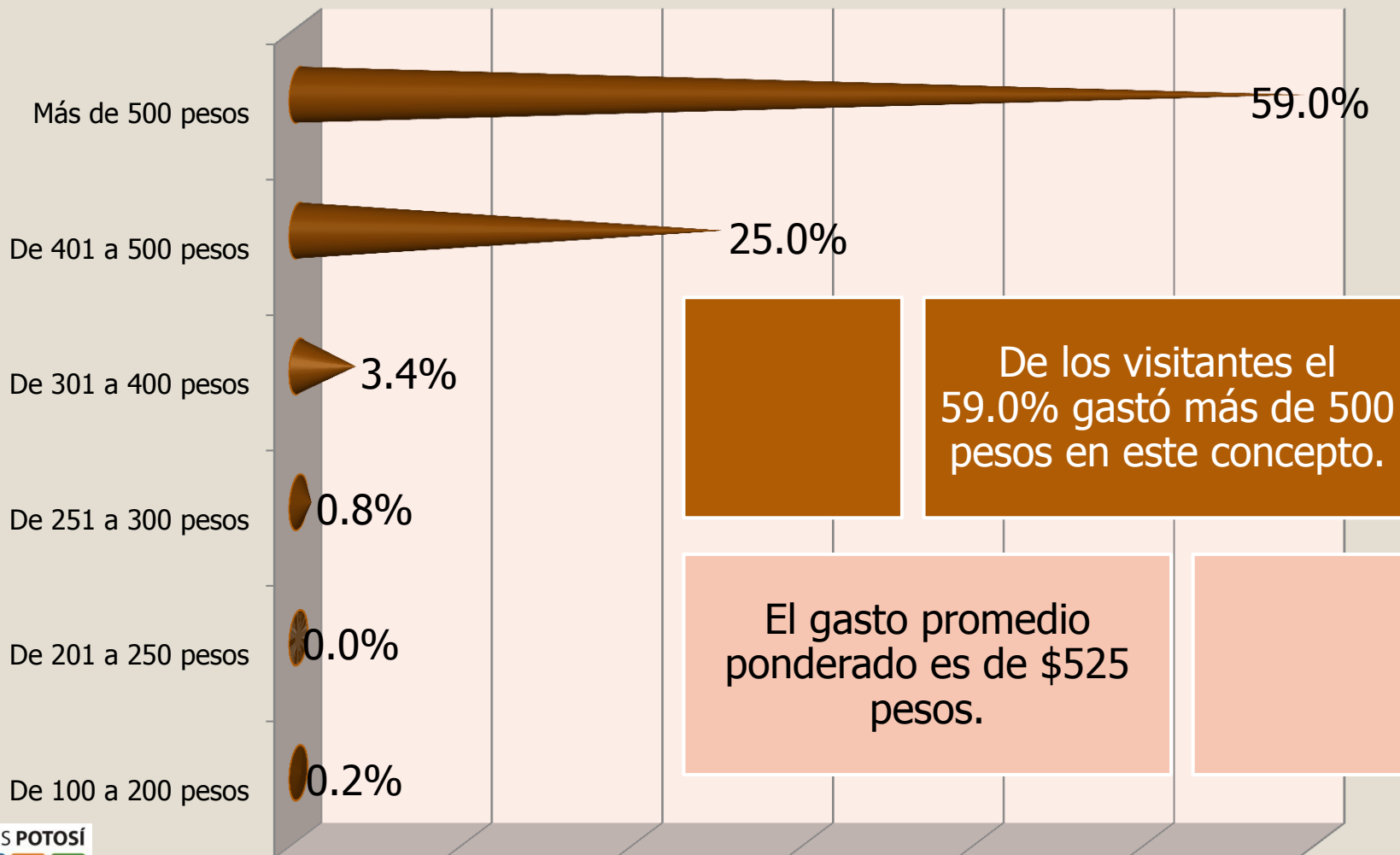
GASTO PROMEDIO – TRANSPORTACIÓN LOCAL



De los visitantes el 14.2% gastó de 200 a 250 pesos en este concepto.

El gasto promedio ponderado es de \$286 pesos.

GASTO PROMEDIO – GASOLINA



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

Perfil del Visitante Región Media – Invierno 2014

GASTO TOTAL PROMEDIO PONDERADO

Hospedaje

• \$760

Compras

• \$432

Alimentos
y Bebidas

• \$524

Souvenirs

• \$288

Transporte
Local

• \$286

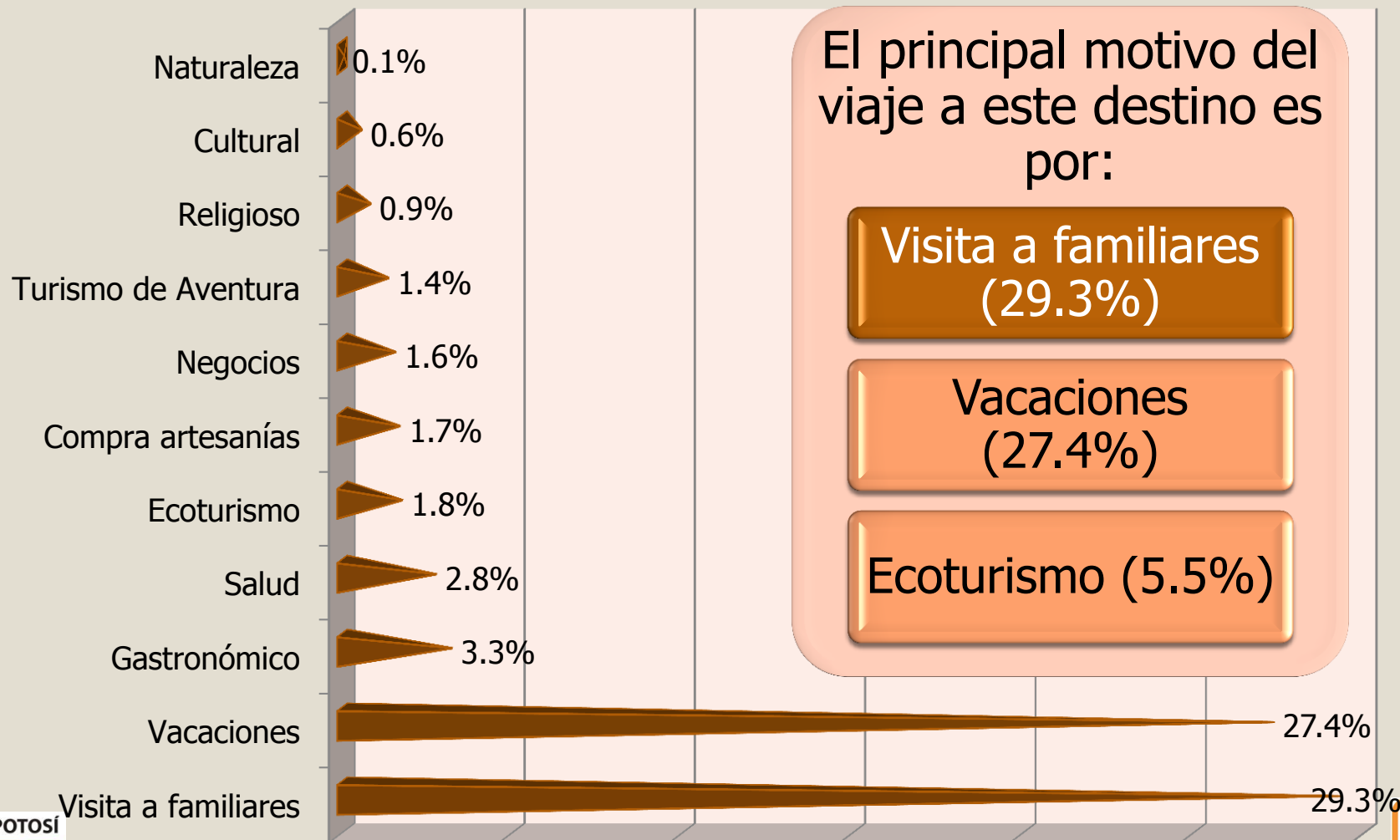
Gasolina

• \$525

**Gasto
Total
Promedio
Ponderado**

• \$2,815

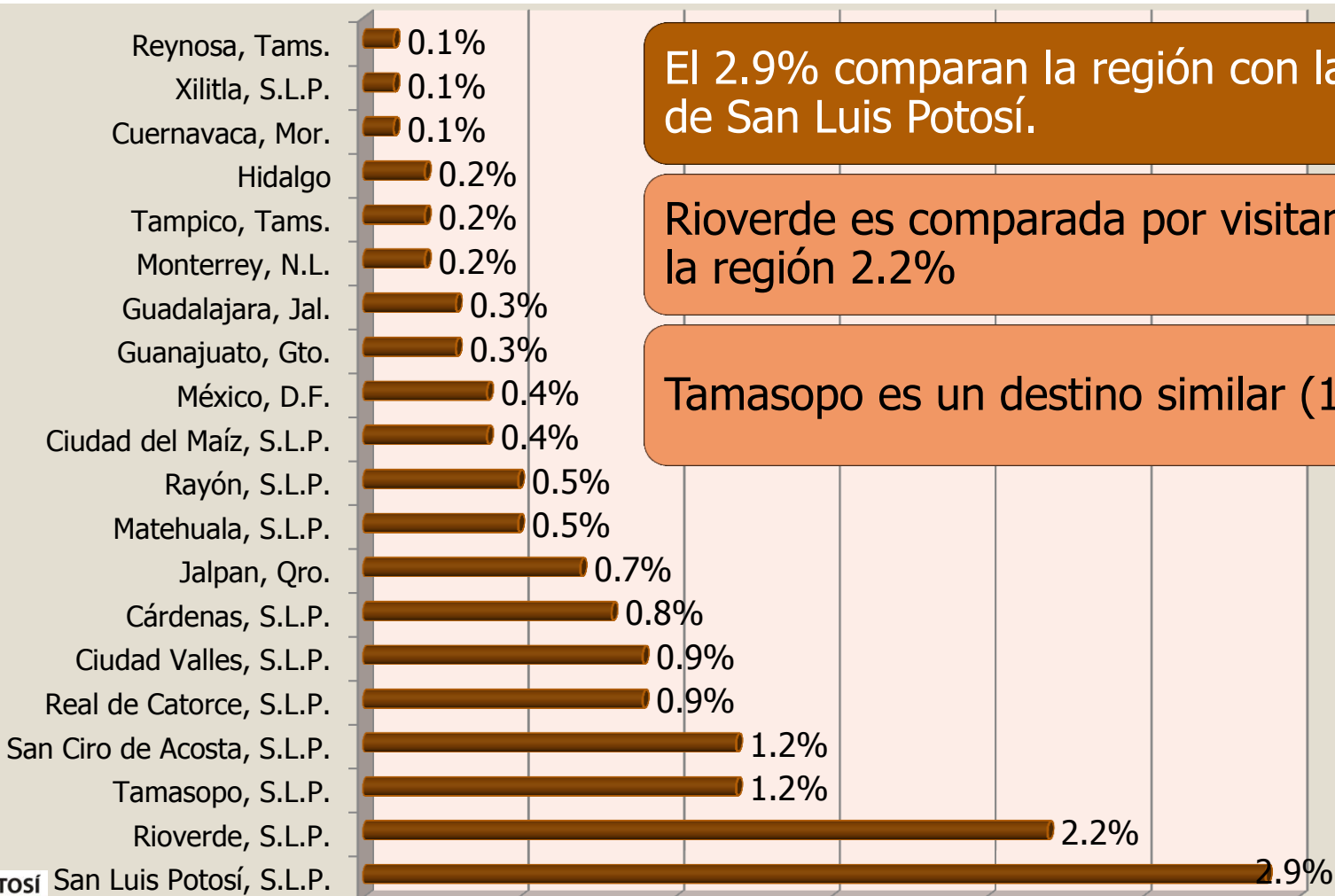
RAZÓN PRINCIPAL DE VIAJE



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

Perfil del Visitante Región Media – Invierno 2014

SITIOS CON LOS QUE COMPARAN A LA REGIÓN

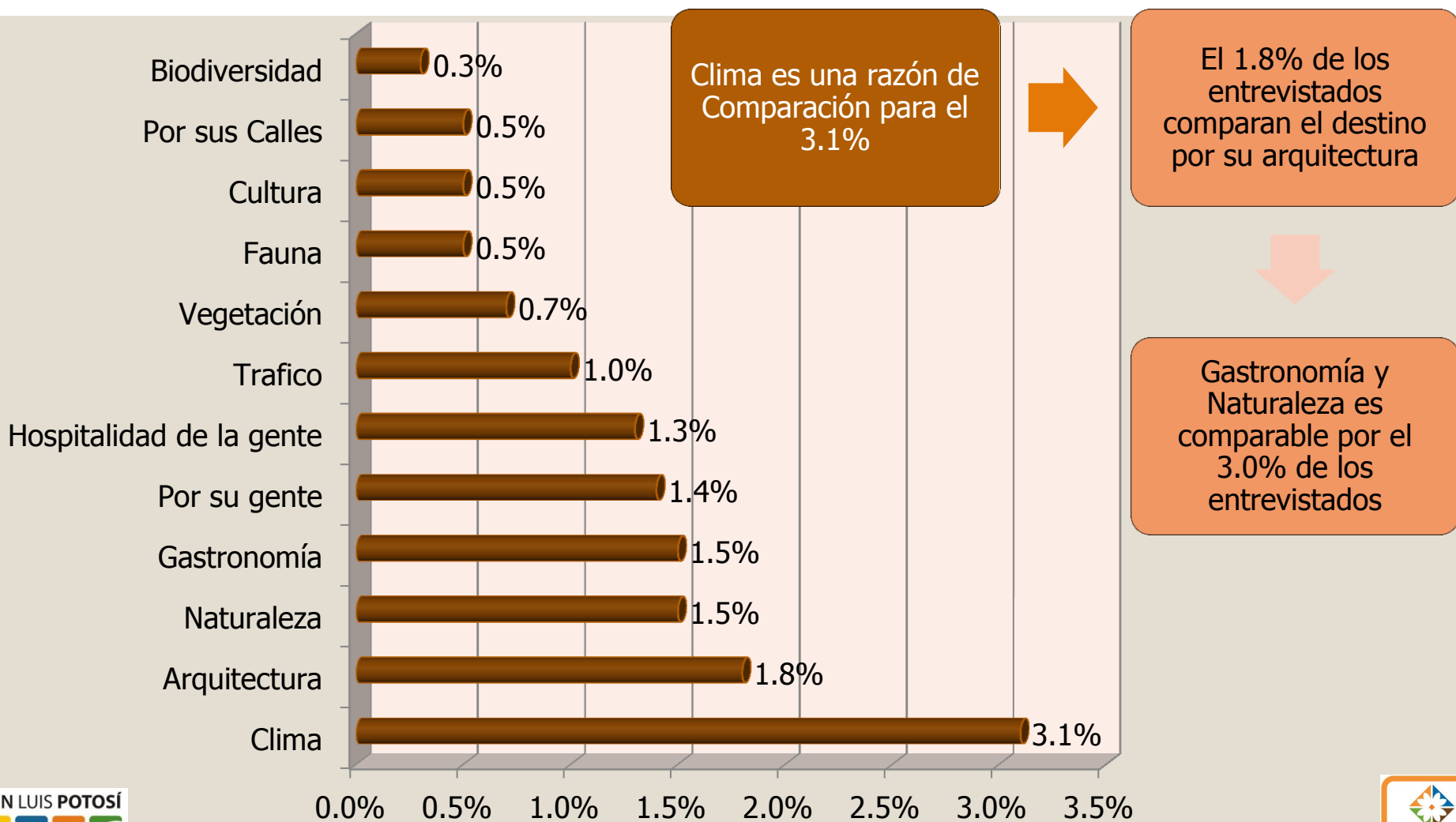


El 2.9% comparan la región con la ciudad de San Luis Potosí.

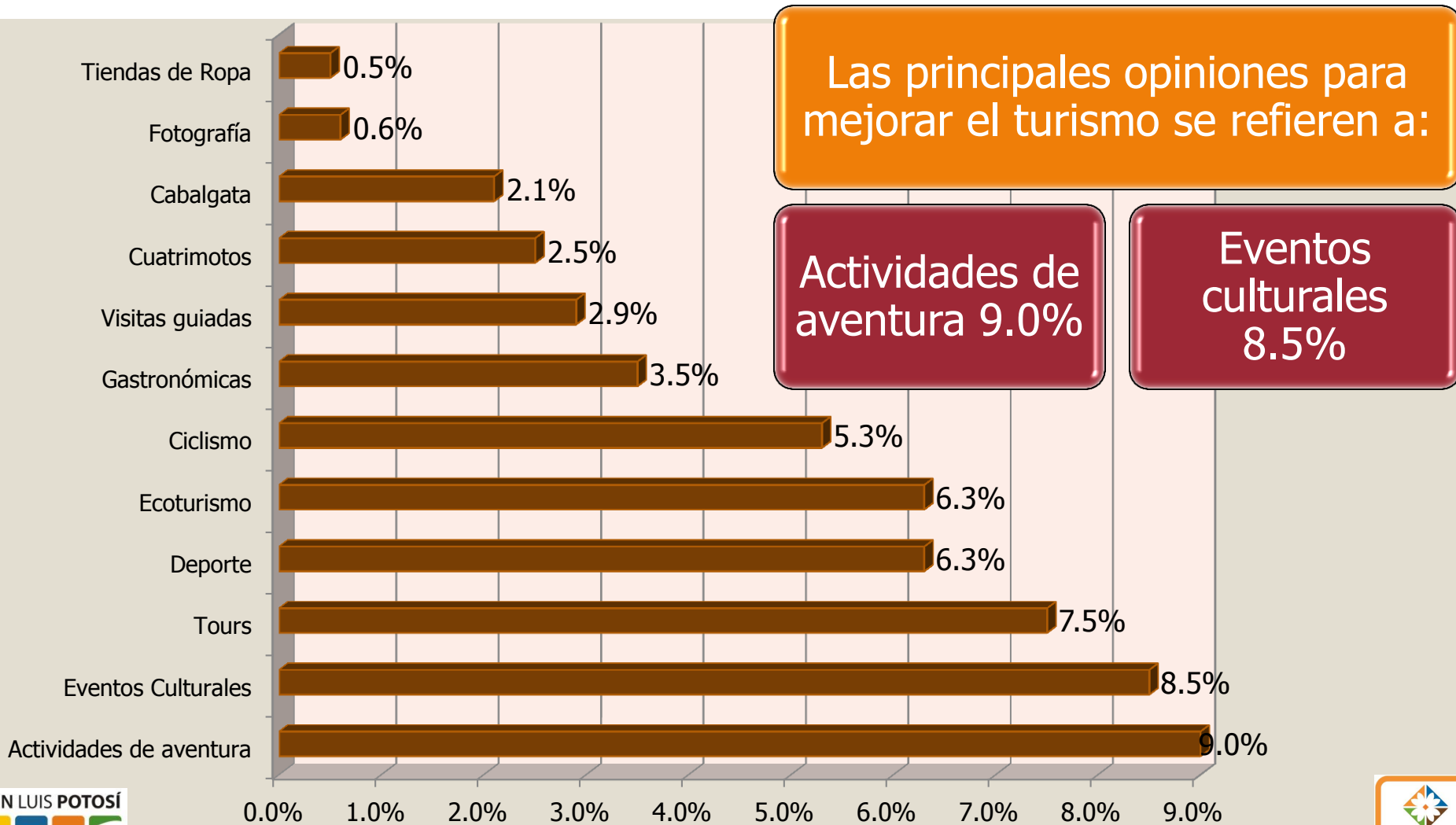
Rioverde es comparada por visitantes de la región 2.2%

Tamasopo es un destino similar (1.2%).

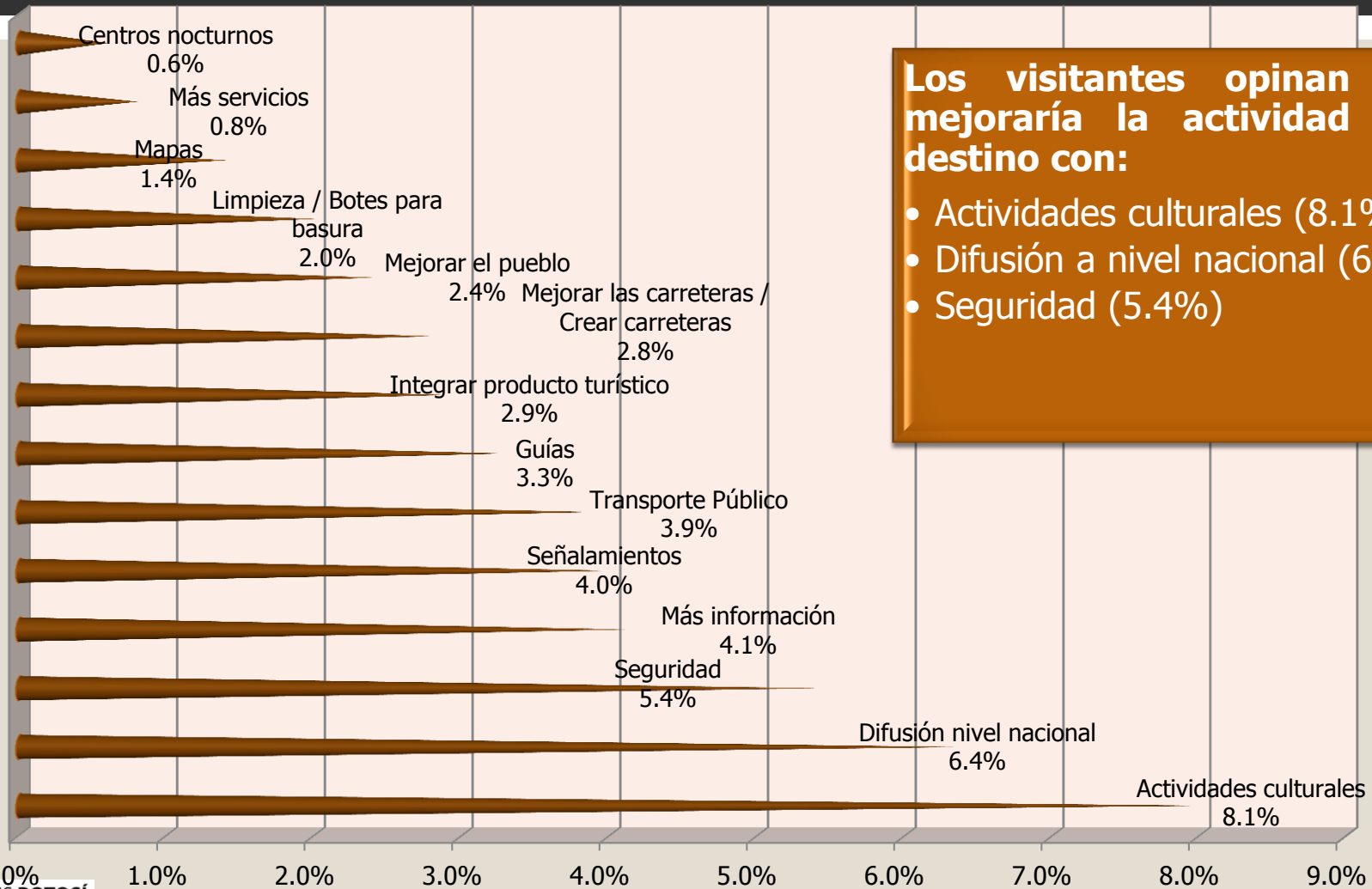
RAZONES DE COMPARACIÓN CON OTRO DESTINO



PROPUESTA DE ACTIVIDADES QUE PODRÍAN DESARROLLARSE



OPINIÓN PARA MEJORAR TURÍSTICAMENTE LA REGIÓN

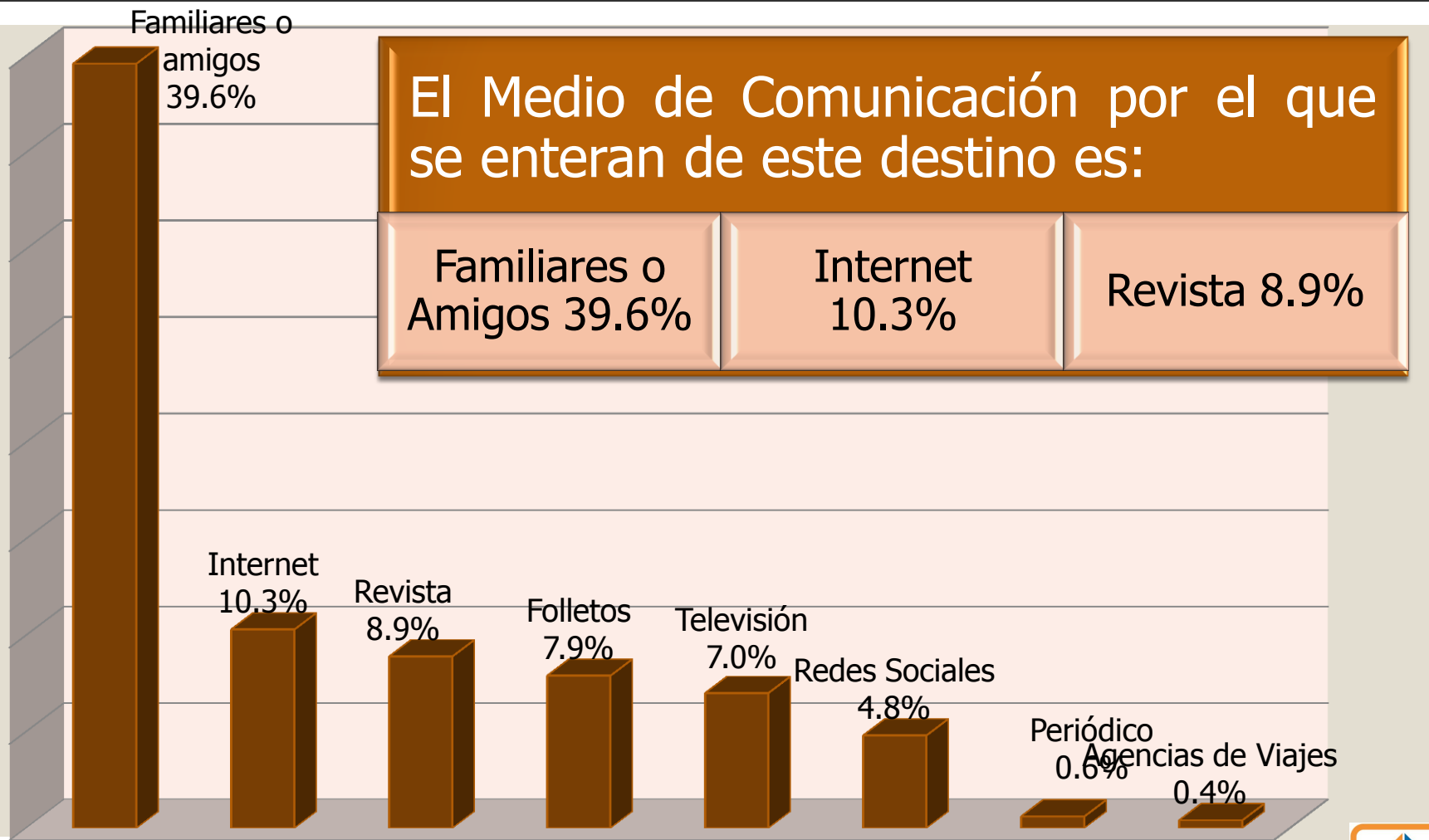


Los visitantes opinan que se mejoraría la actividad de este destino con:

- Actividades culturales (8.1%)
- Difusión a nivel nacional (6.4%)
- Seguridad (5.4%)

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

MEDIO POR EL QUE SE ENTERO O CONOCE DE LA REGIÓN



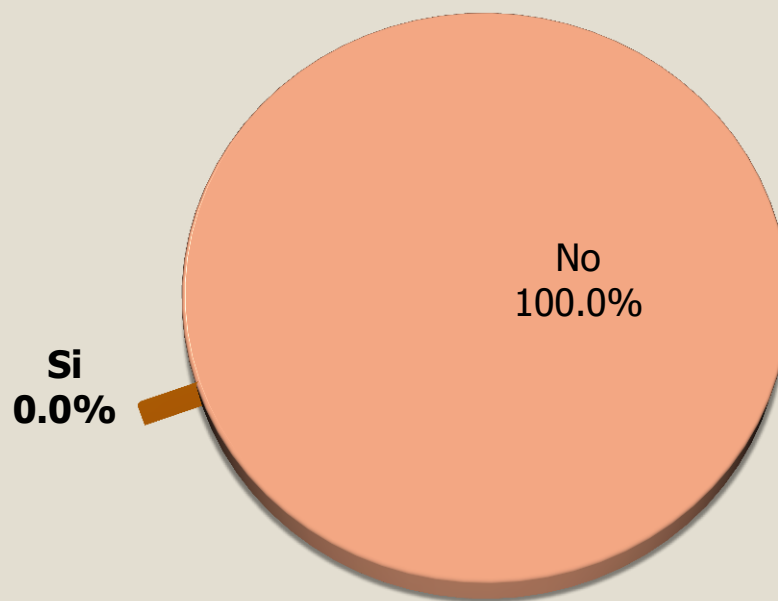
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

Perfil del Visitante Región Media – Invierno 2014

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

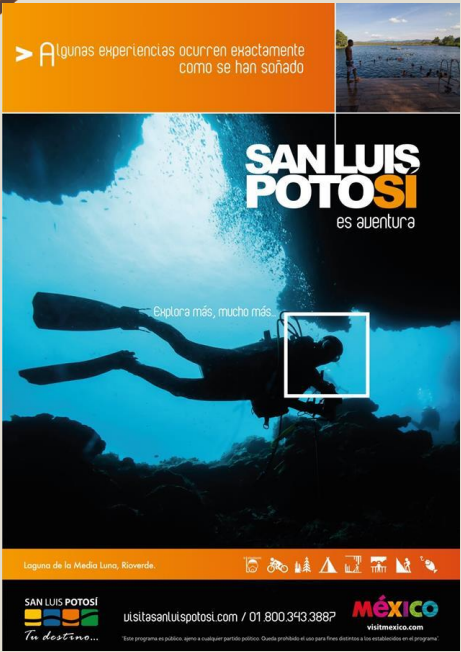
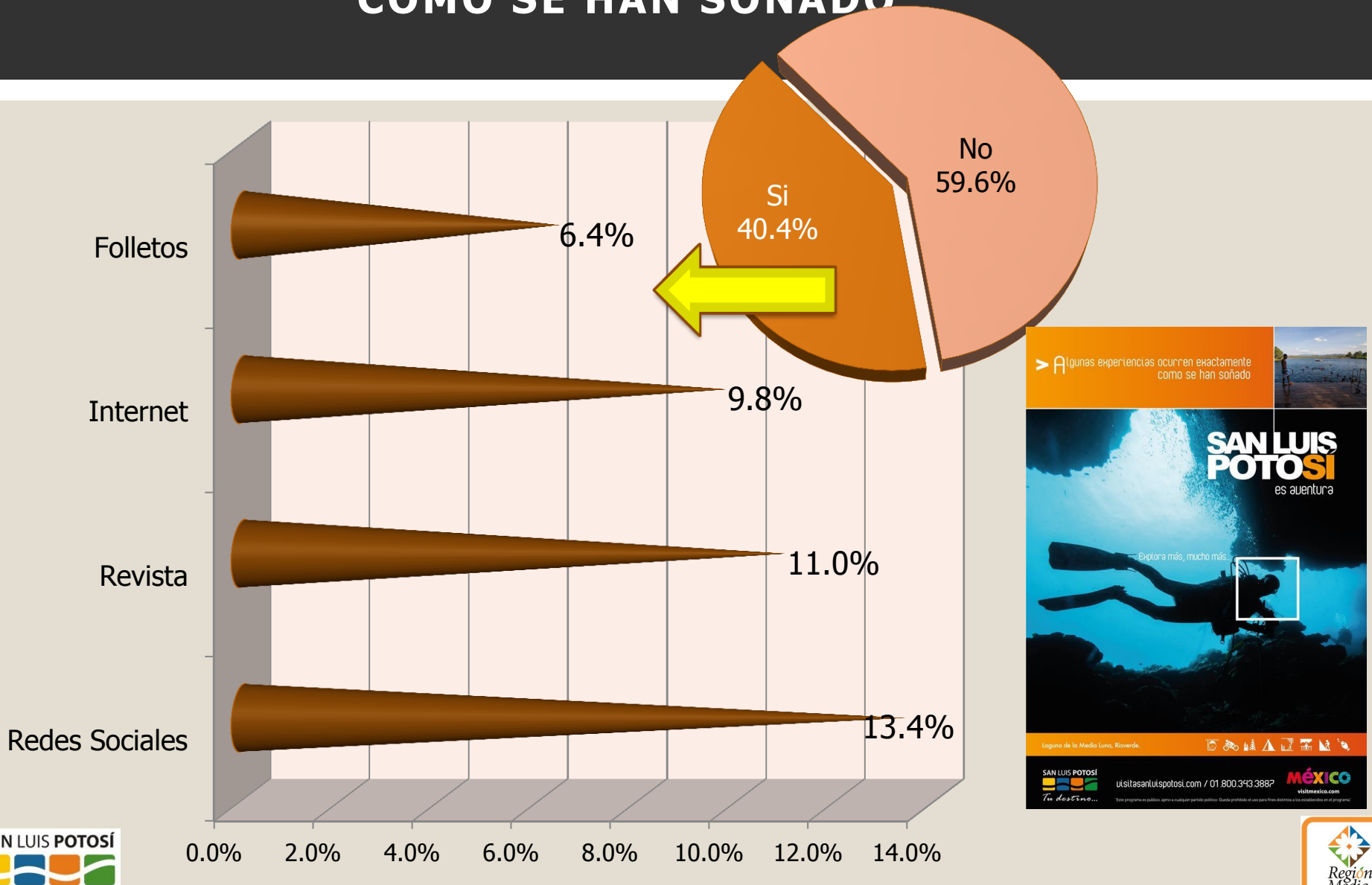
Medio de Comunicación	San Luis Potosí	Estado de México	Tamaulipas	Querétaro	Nuevo León	Jalisco	Aguascalientes	Distrito Federal	Guanajuato	Coahuila	Guerrero	Veracruz	Puebla	Hidalgo	Zacatecas	Michoacán	Otro	Total
Familiares o amigos	10.6%	3.3%	3.7%	2.6%	2.3%	1.4%	1.2%	0.9%	0.5%	0.5%	0.3%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.4%	9.9%	↑ 39.6%
Internet	2.1%	1.1%	0.7%	0.7%	0.5%	0.3%	0.4%	0.2%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	3.0%	↔ 10.3%
Revista	2.5%	0.4%	1.6%	0.5%	0.3%	0.6%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%	1.7%	↔ 8.9%
Folletos	1.4%	0.6%	0.5%	0.5%	0.1%	0.5%	0.1%	0.5%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	3.4%	↓ 7.9%
Televisión	1.8%	0.3%	0.7%	0.4%	0.2%	0.0%	0.3%	0.2%	0.1%	0.0%	0.0%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%	0.0%	2.4%	↓ 7.0%
Redes Sociales	0.4%	0.5%	0.2%	0.2%	0.3%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	2.7%	↓ 4.8%
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%	0.6%	↓ 0.6%
Agencias de Viajes	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓ 0.4%
No contesto	6.6%	1.9%	2.4%	1.2%	1.1%	0.8%	0.6%	0.1%	0.4%	0.4%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	3.5%	20.5%
Total	25.4%	8.2%	9.8%	6.2%	4.8%	3.6%	3.0%	2.2%	1.6%	1.4%	0.8%	1.4%	1.4%	1.0%	1.2%	0.8%	27.2%	100.0%

CONTRATACIÓN DE ALGÚN OPERADOR DURANTE SU VISITA

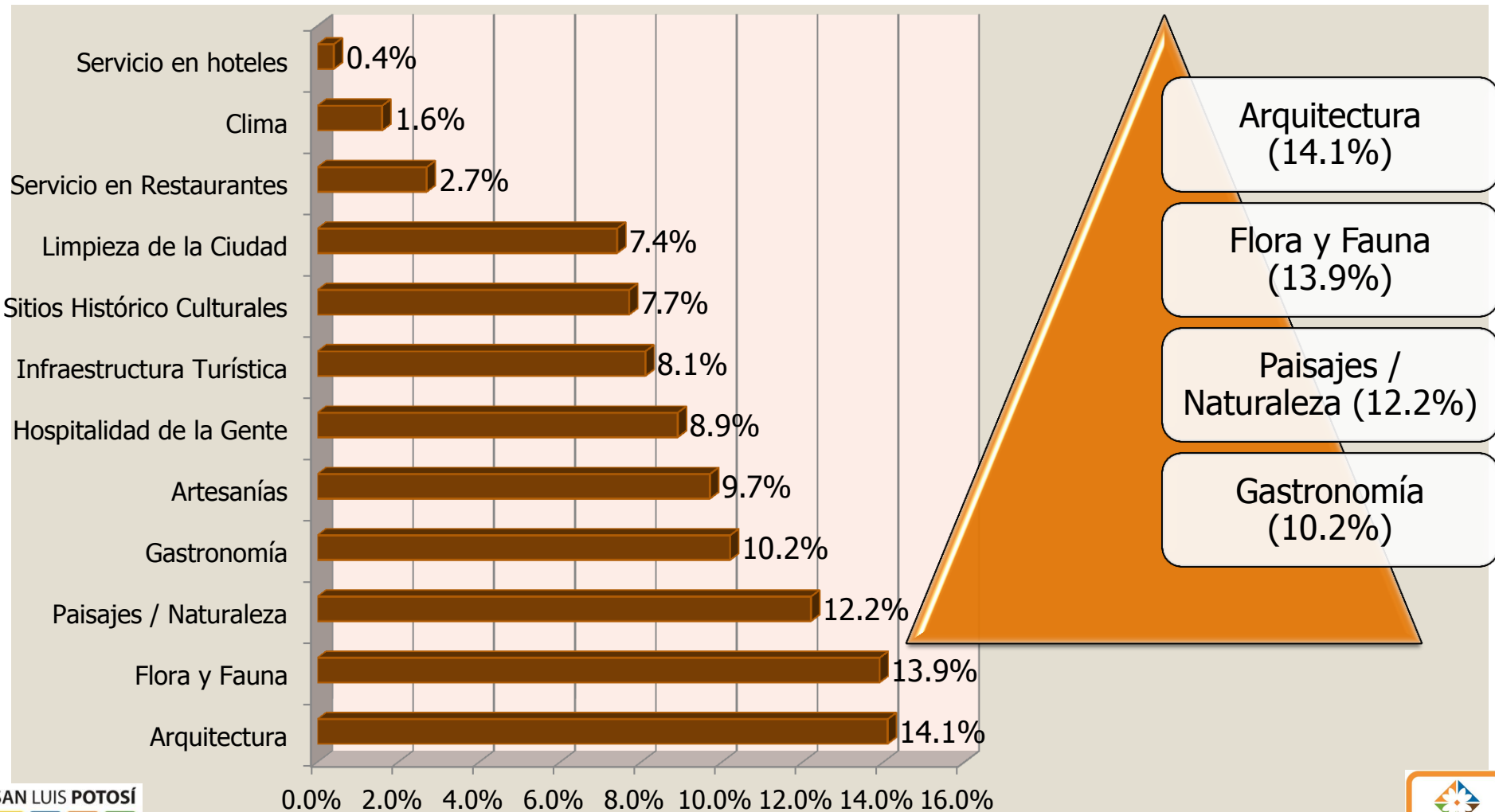


RECORDACION DE LA PUBLICIDAD

"ALGUNAS EXPERIENCIAS OCURREN EXACTAMENTE COMO SE HAN SOÑADO"



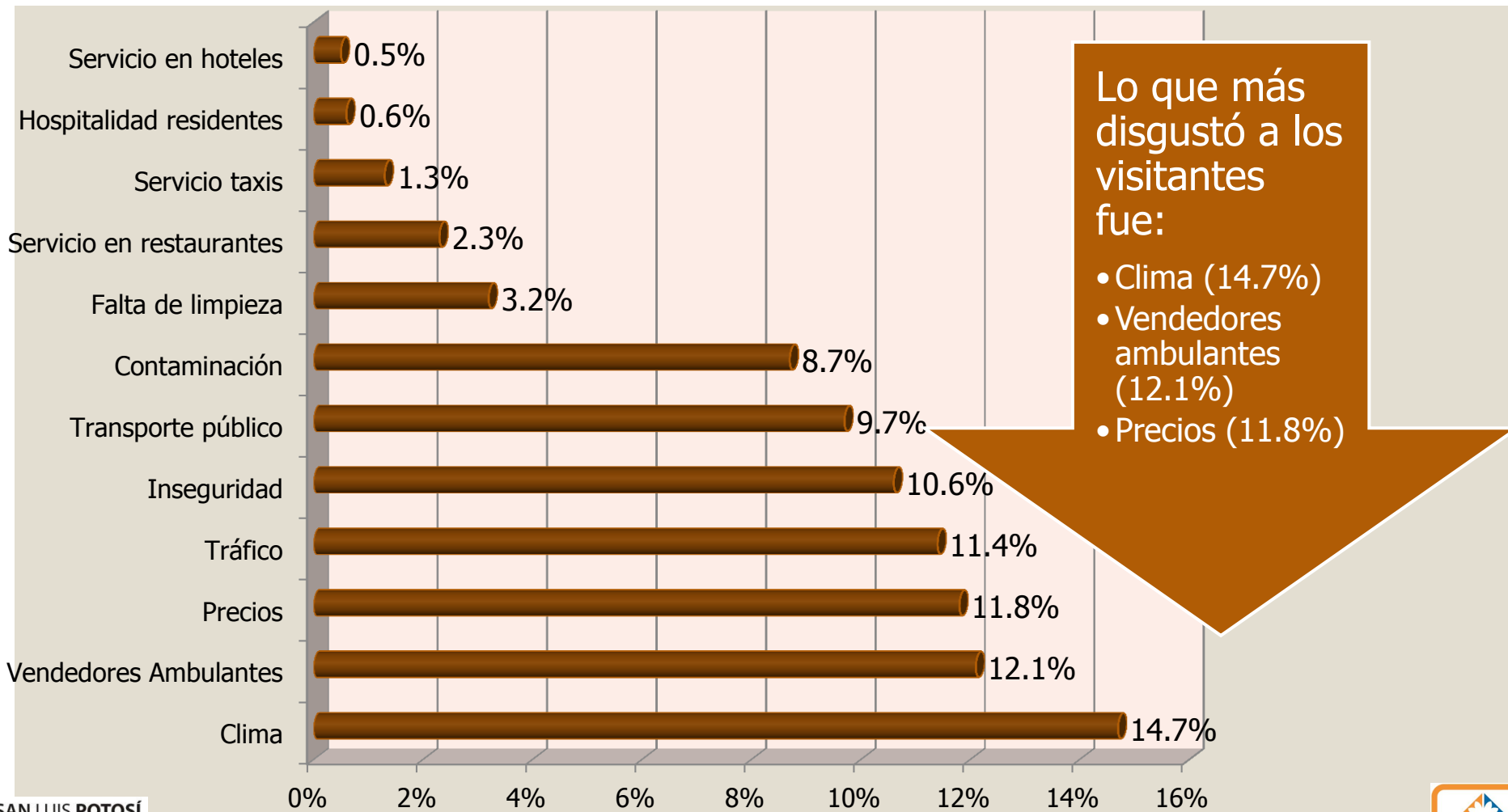
LO QUE MÁS GUSTO A LOS VISITANTES DURANTE SU VISITA A LA REGIÓN



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

Perfil del Visitante Región Media – Invierno 2014

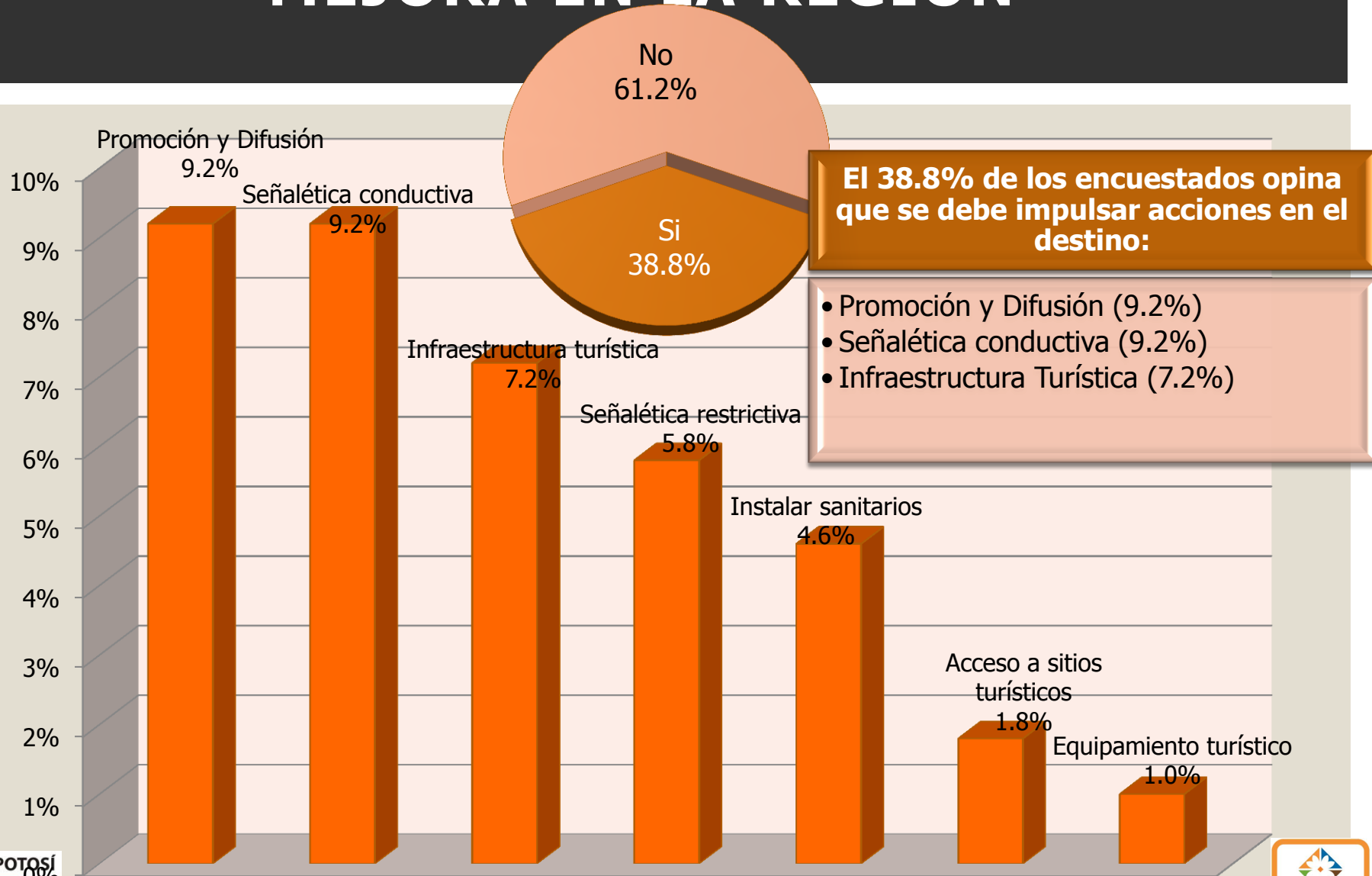
LO QUE MÁS DISGUSTO A LOS VISITANTES DURANTE SU VISITA A LA REGIÓN



Lo que más disgustó a los visitantes fue:

- Clima (14.7%)
- Vendedores ambulantes (12.1%)
- Precios (11.8%)

OPINIÓN PARA IMPULSAR ACCIONES DE MEJORA EN LA REGIÓN

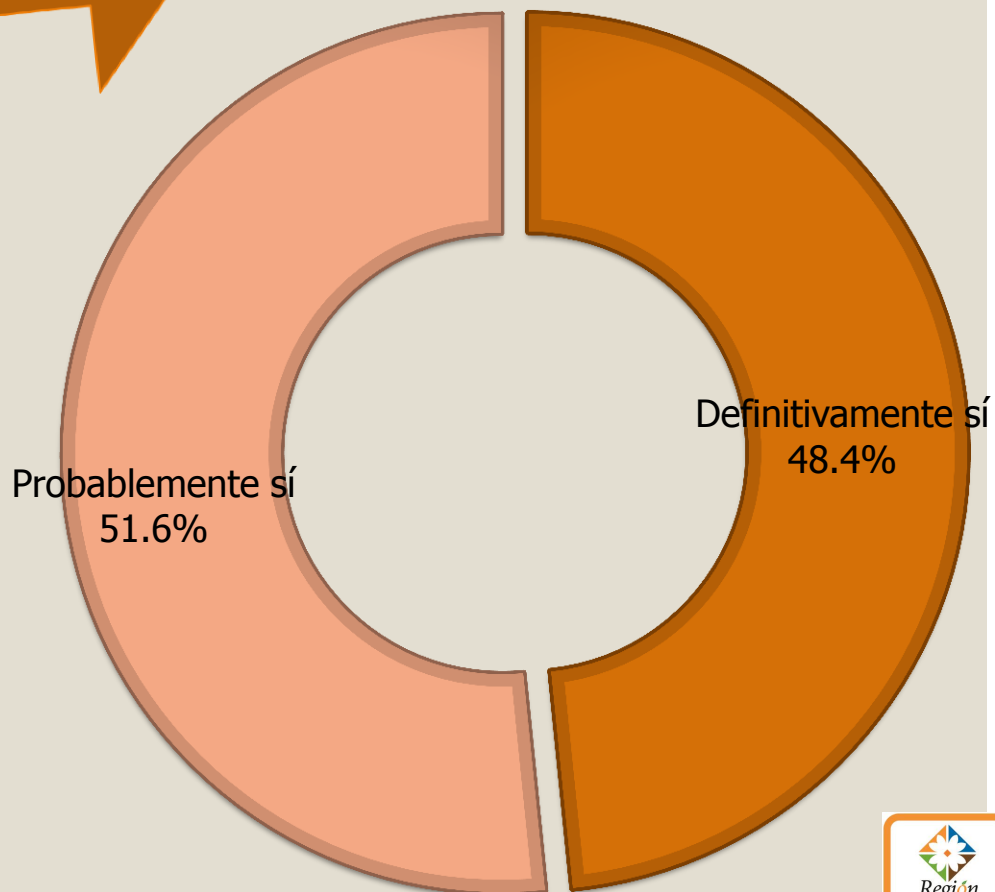


Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

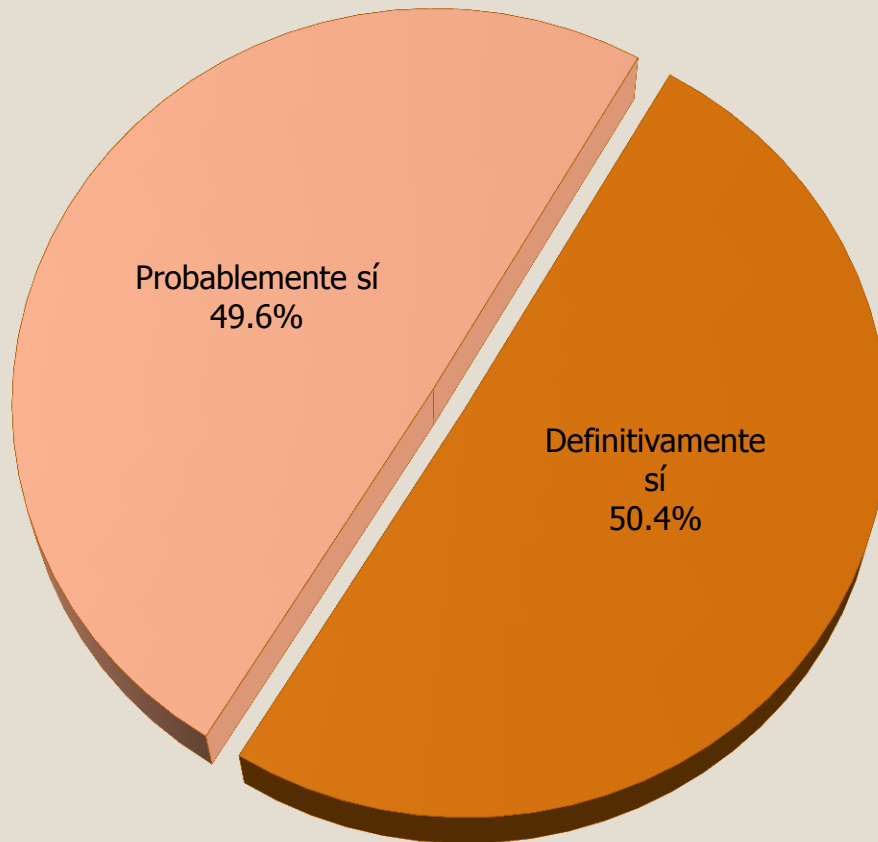
Perfil del Visitante Región Media – Invierno 2014

OPINIÓN DE REGRESAR A SAN LUIS POTOSÍ

El 100% de los visitantes definitivamente o probablemente si regresaría a este destino.

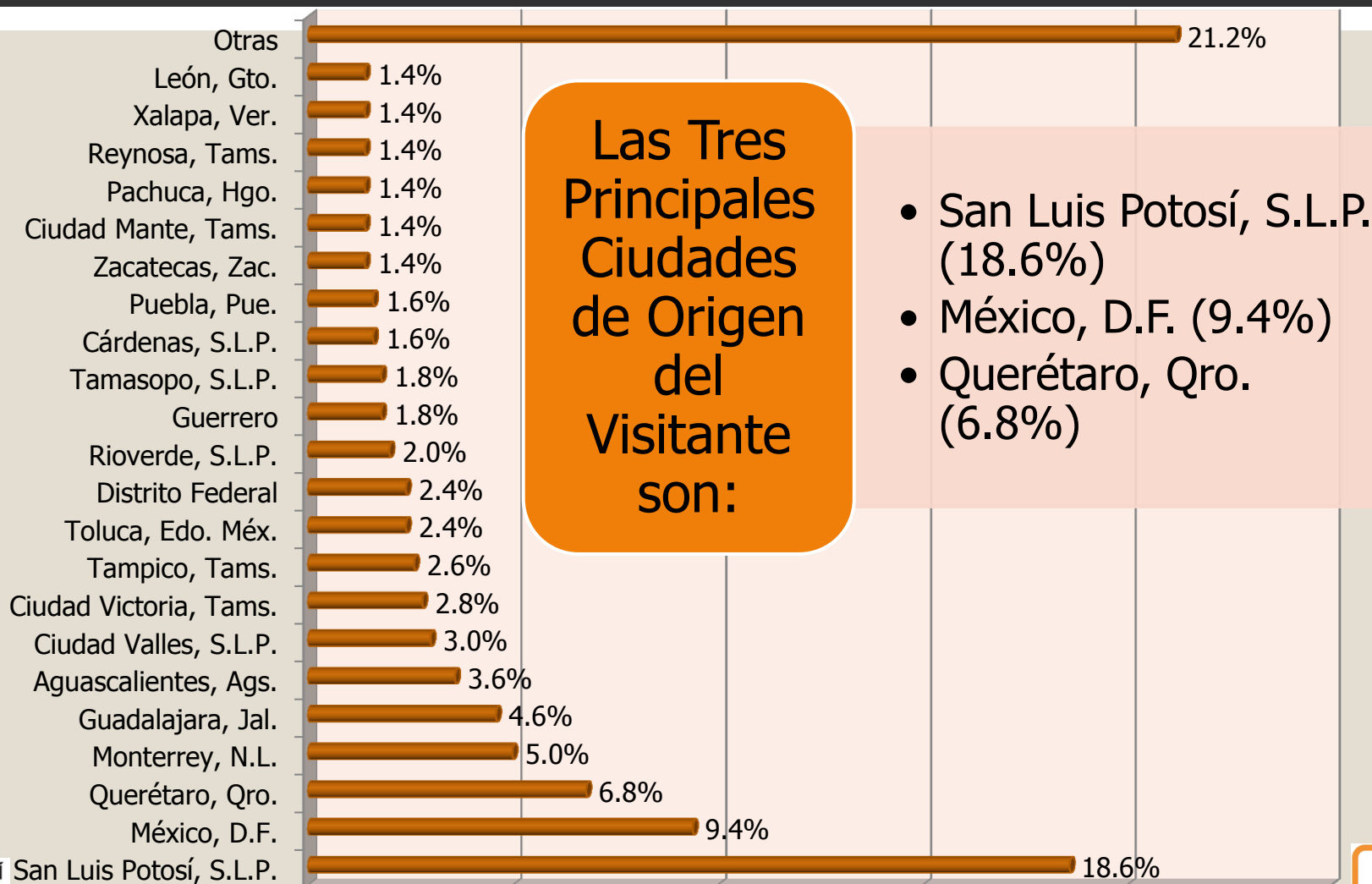


OPINIÓN DE RECOMENDAR A SAN LUIS POTOSÍ



El 100% de los visitantes definitivamente o probablemente sí Recomendaría el destino.

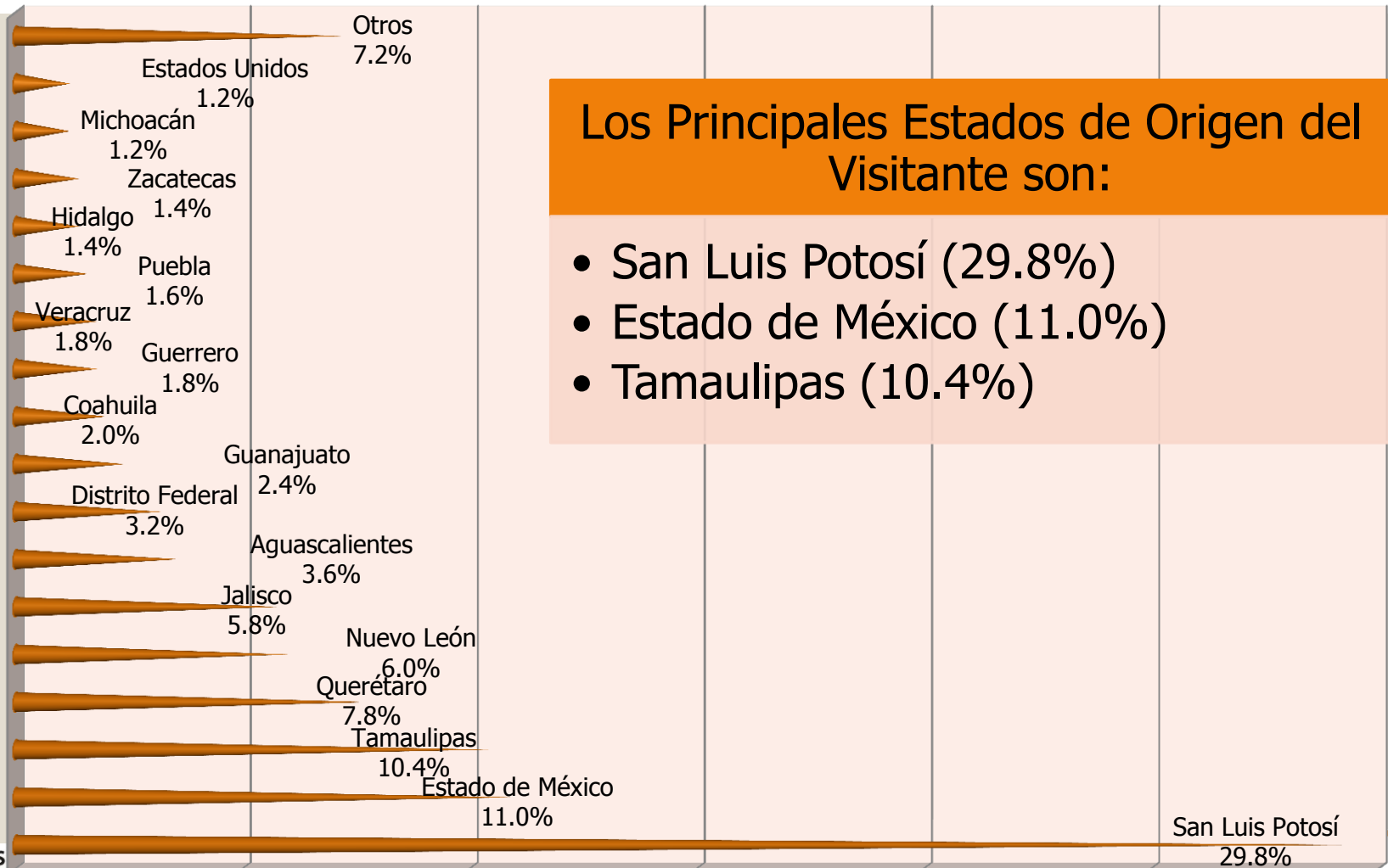
PRINCIPALES CIUDADES DE ORIGEN DEL VISITANTE



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

Perfil del Visitante Región Media – Invierno 2014

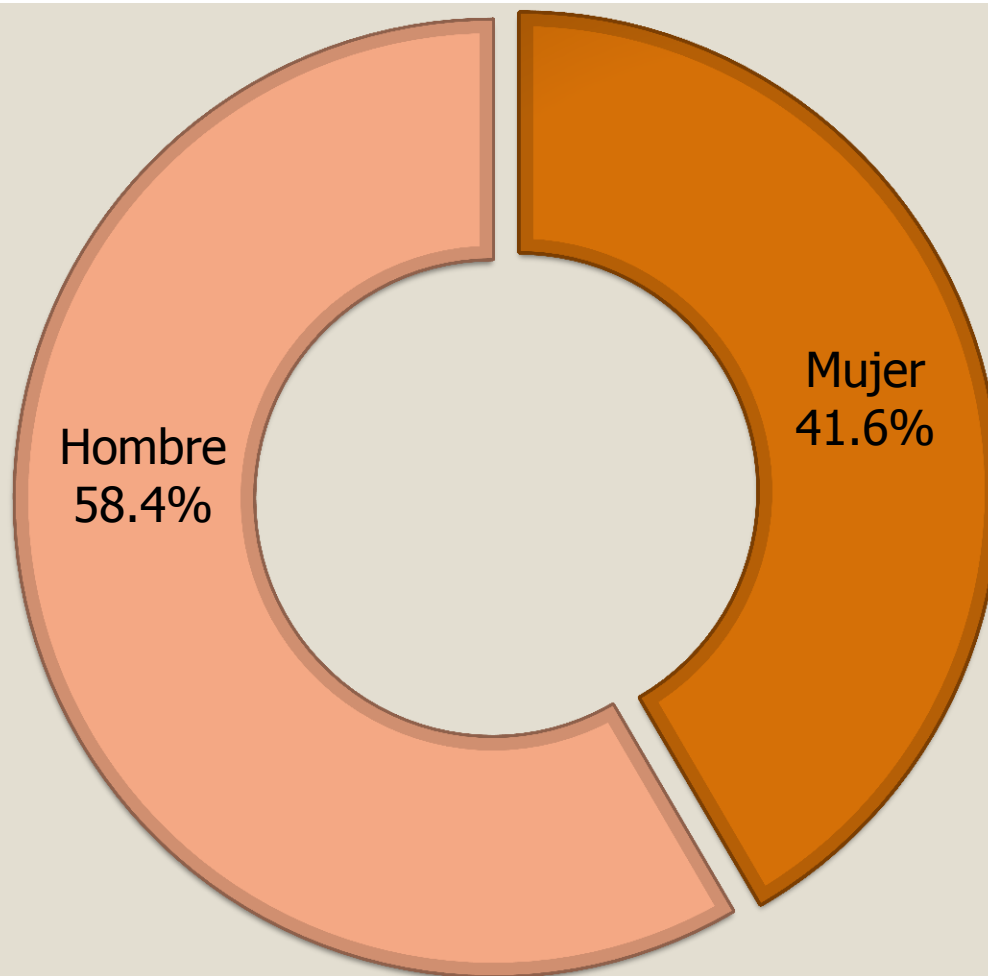
PRINCIPALES ESTADOS DE ORIGEN DEL VISITANTE



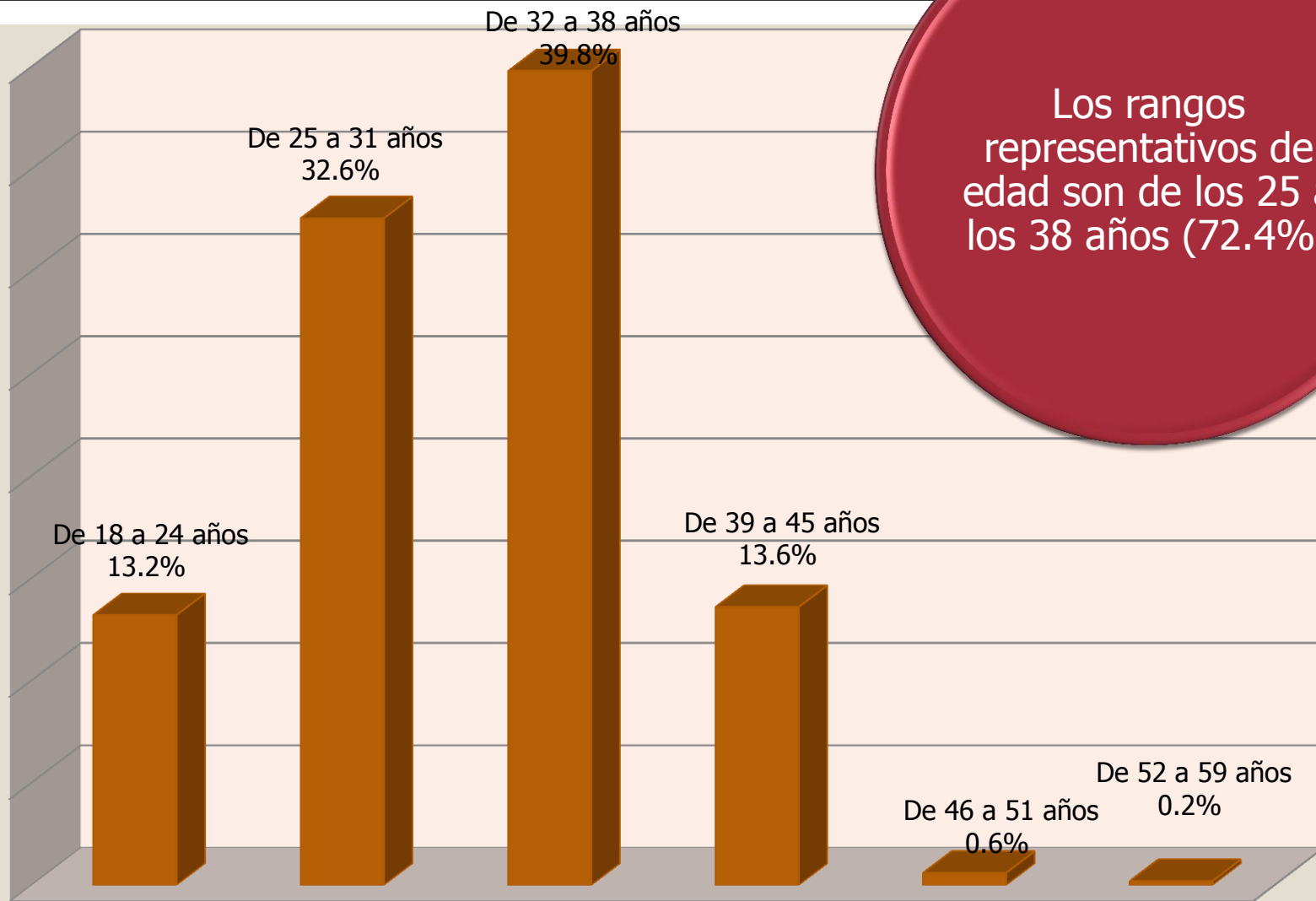
Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

- San Luis Potosí (29.8%)
- Estado de México (11.0%)
- Tamaulipas (10.4%)

SEXO DEL VISITANTE A LA REGIÓN



RANGO DE EDAD DE LOS VISITANTES



OCUPACIÓN DEL VISITANTE A SAN LUIS POTOSÍ

Poco más de una cuarta parte de los visitantes son amas de casa (27.0%)

Otro segmento importante (22.0%) trabajan en un oficio

El 15.6% son Empleados





PERFIL DEL VISITANTE INVIERNO 2014

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO



RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Lugar de Encuesta

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Alaquines	4.6%	5.4%	10.0%
Cárdenas	4.4%	5.6%	10.0%
Cerritos	3.8%	6.2%	10.0%
Ciudad del Maíz	5.2%	4.8%	10.0%
Ciudad Fernández	8.4%	11.6%	20.0%
Rayón	3.2%	6.8%	10.0%
Rioverde	12.0%	18.0%	30.0%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Una vez al año	6.2%	13.4%	19.6%
Dos veces al año	23.0%	29.2%	52.2%
Tres o más veces al año	12.4%	15.8%	28.2%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Una noche	0.0%	0.4%	0.4%
Dos noches	2.2%	3.0%	5.2%
Tres noches	7.0%	10.8%	17.8%
Cuatro noches	8.2%	10.0%	18.2%
Cinco noches	6.6%	10.6%	17.2%
Seis noches	4.8%	6.2%	11.0%
Siete noches	4.0%	4.8%	8.8%
Ocho noches	5.0%	7.4%	12.4%
Nueve noches	0.6%	1.0%	1.6%
Diez noches	2.4%	4.0%	6.4%
Doce Noches	0.8%	0.2%	1.0%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Lugar donde se esta hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Hotel	11.0%	17.6%	28.6%
Familia / Amigos	30.6%	40.8%	71.4%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Hotel María Dolores - Rioverde	1.6%	2.2%	3.8%
Ecoturismo Hotel Paraíso Aventura - Ciudad Fernández	1.0%	2.2%	3.2%
Hotel Río - Rioverde	0.6%	1.4%	2.0%
Hotel Puertas del Sol - Rayón	1.0%	1.0%	2.0%
Hotel Renzzo - Rioverde	0.0%	1.6%	1.6%
Hotel Vista Bonita - Rioverde	0.8%	0.8%	1.6%
Hotel Santa Regina - Rioverde	1.2%	0.4%	1.6%
Hotel Media Luna - Ciudad Fernández	0.6%	0.8%	1.4%
Hotel Santa Anita - Ciudad Fernández	0.4%	1.0%	1.4%
Hotel del Río - Ciudad del Maíz	0.8%	0.6%	1.4%
Hotel Plaza - Rioverde	0.8%	0.4%	1.2%
Hotel Central - Cerritos	0.4%	0.6%	1.0%
Hotel Naru - Cerritos	0.2%	0.8%	1.0%
Casa de Huéspedes del Valle - Ciudad del Maíz	0.8%	0.2%	1.0%
Hotel Misión - Ciudad del Maíz	0.4%	0.6%	1.0%
Hotel Crucero de Rayón - Rayón	0.0%	1.0%	1.0%
Suites del Río - Rioverde	0.4%	0.2%	0.6%
Hotel San Juan - Rioverde	0.0%	0.6%	0.6%
La Malanca - Rioverde	0.0%	0.4%	0.4%
Hotel Gaytan - Rioverde	0.0%	0.4%	0.4%
Hotel Posada Rio - Rioverde	0.0%	0.4%	0.4%
No contesto	30.6%	40.8%	71.4%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Solo	0.2%	4.0%	4.2%
Pareja	12.2%	13.2%	25.4%
Familia	29.2%	41.2%	70.4%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Dos	0.0%	0.2%	0.2%
Tres	10.6%	13.2%	23.8%
Cuatro	8.8%	13.2%	22.0%
Cinco	6.8%	10.4%	17.2%
Seis	2.8%	3.4%	6.2%
Siete	0.2%	0.2%	0.4%
Ocho	0.2%	0.6%	0.8%
No contesto	12.2%	17.2%	29.4%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Automóvil	36.4%	51.8%	88.2%
Autobús de línea	5.2%	6.6%	11.8%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	Total
300 a 400 pesos	0.0%	0.8%	0.8%
401 a 550 pesos	0.2%	0.2%	0.4%
551 a 700 pesos	4.0%	4.2%	8.2%
701 a 850 pesos	3.6%	7.8%	11.4%
851 a 999 pesos	3.0%	4.4%	7.4%
Más de 1,000 pesos	0.4%	0.2%	0.6%
No contesto	30.4%	40.8%	71.2%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	Total
De 100 a 200 pesos	0.0%	0.6%	0.6%
De 201 a 250 pesos	0.8%	2.0%	2.8%
De 251 a 300 pesos	2.0%	4.6%	6.6%
De 301 a 400 pesos	6.0%	8.0%	14.0%
De 401 a 500 pesos	22.2%	22.0%	44.2%
Más de 500 pesos	10.6%	21.2%	31.8%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	Total
De 100 a 200 pesos	0.0%	0.6%	0.6%
De 201 a 250 pesos	0.4%	1.2%	1.6%
De 251 a 300 pesos	1.4%	2.2%	3.6%
De 301 a 400 pesos	3.4%	4.4%	7.8%
De 401 a 500 pesos	14.8%	21.2%	36.0%
Más de 500 pesos	21.6%	28.8%	50.4%
No contesto	0.0%	0.0%	0.0%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	Total
De 100 a 200 pesos	9.6%	12.8%	22.4%
De 201 a 250 pesos	11.0%	12.4%	23.4%
De 251 a 300 pesos	5.2%	9.6%	14.8%
De 301 a 400 pesos	1.2%	1.4%	2.6%
De 401 a 500 pesos	0.0%	0.2%	0.2%
Más de 500 pesos	0.0%	0.0%	0.0%
No contesto	14.6%	22.0%	36.6%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	Total
De 100 a 200 pesos	3.0%	5.2%	8.2%
De 201 a 250 pesos	5.2%	9.0%	14.2%
De 251 a 300 pesos	2.2%	2.0%	4.2%
De 301 a 400 pesos	0.2%	0.2%	0.4%
De 401 a 500 pesos	0.0%	0.2%	0.2%
Más de 500 pesos	0.2%	0.0%	0.2%
No contesto	30.8%	41.8%	72.6%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	Total
De 100 a 200 pesos	0.0%	0.2%	0.2%
De 201 a 250 pesos	0.0%	0.0%	0.0%
De 251 a 300 pesos	0.2%	0.6%	0.8%
De 301 a 400 pesos	1.6%	1.8%	3.4%
De 401 a 500 pesos	10.2%	14.8%	25.0%
Más de 500 pesos	24.6%	34.4%	59.0%
No contesto	5.0%	6.6%	11.6%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Visita a familiares	12.7%	16.6%	29.3%
Vacaciones	11.7%	15.7%	27.4%
Gastronómico	1.4%	1.9%	3.3%
Salud	0.7%	2.1%	2.8%
Ecoturismo	0.8%	1.0%	1.8%
Compra artesanías	0.4%	1.3%	1.7%
Negocios	0.5%	1.1%	1.6%
Turismo de Aventura	0.7%	0.7%	1.4%
Religioso	0.3%	0.5%	0.9%
Cultural	0.2%	0.4%	0.6%
Naturaleza	0.1%	0.0%	0.1%
No Contesto	12.1%	17.0%	29.1%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
San Luis Potosí, S.L.P.	0.6%	2.3%	2.9%
Rioverde, S.L.P.	0.7%	1.5%	2.2%
Tamasopo, S.L.P.	0.4%	0.8%	1.2%
San Ciró de Acosta, S.L.P.	0.5%	0.7%	1.2%
Real de Catorce, S.L.P.	0.4%	0.5%	0.9%
Ciudad Valles, S.L.P.	0.2%	0.7%	0.9%
Cárdenas, S.L.P.	0.2%	0.6%	0.8%
Jalpan, Qro.	0.4%	0.3%	0.7%
Matehuala, S.L.P.	0.5%	0.0%	0.5%
Rayón, S.L.P.	0.2%	0.3%	0.5%
Ciudad del Maíz, S.L.P.	0.2%	0.2%	0.4%
México, D.F.	0.1%	0.3%	0.4%
Guanajuato, Gto.	0.1%	0.2%	0.3%
Guadalajara, Jal.	0.3%	0.0%	0.3%
Monterrey, N.L.	0.2%	0.0%	0.2%
Tampico, Tams.	0.0%	0.2%	0.2%
Hidalgo	0.1%	0.1%	0.2%
Cuernavaca, Mor.	0.0%	0.1%	0.1%
Xilitla, S.L.P.	0.1%	0.0%	0.1%
Reynosa, Tams.	0.1%	0.0%	0.1%
No Contesto	36.3%	49.6%	85.9%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Razones de Comparación con la Región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Clima	1.1%	2.0%	3.1%
Arquitectura	0.6%	1.2%	1.8%
Naturaleza	0.5%	1.0%	1.5%
Gastronomía	0.7%	0.8%	1.5%
Por su gente	0.6%	0.8%	1.4%
Hospitalidad de la gente	0.3%	1.0%	1.3%
Trafico	0.4%	0.6%	1.0%
Vegetación	0.2%	0.5%	0.7%
Fauna	0.3%	0.2%	0.5%
Cultura	0.2%	0.3%	0.5%
Por sus Calles	0.2%	0.3%	0.5%
Biodiversidad	0.2%	0.1%	0.3%
No contesto	36.3%	49.6%	85.9%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Actividades que podrían desarrollarse

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Actividades de aventura	3.3%	5.7%	9.0%
Eventos Culturales	4.4%	4.1%	8.5%
Tours	3.4%	4.1%	7.5%
Deporte	2.7%	3.6%	6.3%
Ecoturismo	2.1%	4.2%	6.3%
Ciclismo	2.2%	3.1%	5.3%
Gastronómicas	1.5%	2.0%	3.5%
Visitas guiadas	1.1%	1.8%	2.9%
Cuatrimotos	1.5%	1.0%	2.5%
Cabalgata	1.0%	1.1%	2.1%
Fotografía	0.2%	0.4%	0.6%
Tiendas de Ropa	0.2%	0.3%	0.5%
No contesto	18.0%	27.0%	45.0%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Opinión para Mejorar la Actividad Turística

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Actividades culturales	3.4%	4.7%	8.1%
Difusión nivel nacional	2.5%	3.9%	6.4%
Seguridad	2.0%	3.4%	5.4%
Más información	2.4%	1.7%	4.1%
Señalamientos	1.4%	2.6%	4.0%
Transporte Público	1.3%	2.6%	3.9%
Guías	1.8%	1.5%	3.3%
Integrar producto turístico	1.1%	1.8%	2.9%
Mejorar las carreteras / Crear ca	1.0%	1.8%	2.8%
Mejorar el pueblo	0.8%	1.6%	2.4%
Limpieza / Botes para basura	0.9%	1.1%	2.0%
Mapas	0.6%	0.8%	1.4%
Más servicios	0.1%	0.7%	0.8%
Centros nocturnos	0.3%	0.3%	0.6%
No contestó	22.0%	29.9%	51.9%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Medio por el que se enteró o conoce región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Familiares o amigos	16.3%	23.3%	39.6%
Internet	4.8%	5.5%	10.3%
Revista	3.3%	5.6%	8.9%
Folletos	3.9%	4.0%	7.9%
Televisión	3.0%	4.0%	7.0%
Redes Sociales	1.8%	3.0%	4.8%
Periódico	0.1%	0.5%	0.6%
Agencias de Viajes	0.3%	0.1%	0.4%
No contestó	8.1%	12.4%	20.5%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Viajo a través de algún Operador

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Si	0.0%	0.0%	0.0%
No	41.6%	58.4%	100.0%
No contesto	0.0%	0.0%	0.0%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Recordación de Publicidad con Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Si	18.0%	22.4%	40.4%
No	23.6%	36.0%	59.6%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Lugar de Recordación de la Publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Redes Sociales	5.8%	7.6%	13.4%
Revista	6.4%	4.6%	11.0%
Internet	3.8%	6.0%	9.8%
Folletos	2.0%	4.4%	6.4%
No contesto	23.6%	35.8%	59.4%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Lo que más le gustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Arquitectura	5.5%	8.6%	14.1%
Flora y Fauna	7.1%	6.8%	13.9%
Paisajes / Naturaleza	5.4%	6.8%	12.2%
Gastronomía	4.7%	5.5%	10.2%
Artesanías	3.6%	6.1%	9.7%
Hospitalidad de la Gente	2.3%	6.6%	8.9%
Infraestructura Turística	3.3%	4.8%	8.1%
Sitios Histórico Culturales	3.2%	4.5%	7.7%
Limpieza de la Ciudad	3.3%	4.1%	7.4%
Servicio en Restaurantes	0.9%	1.8%	2.7%
Clima	0.6%	1.0%	1.6%
Servicio en hoteles	0.1%	0.3%	0.4%
No contesto	1.6%	1.5%	3.1%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Lo que más le disgustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Clima	6.0%	8.7%	14.7%
Vendedores Ambulantes	4.2%	7.9%	12.1%
Precios	4.6%	7.2%	11.8%
Tráfico	5.5%	5.9%	11.4%
Inseguridad	4.7%	5.9%	10.6%
Transporte público	5.0%	4.7%	9.7%
Contaminación	3.5%	5.2%	8.7%
Falta de limpieza	1.5%	1.7%	3.2%
Servicio en restaurantes	0.6%	1.7%	2.3%
Servicio taxis	0.4%	0.9%	1.3%
Hospitalidad residentes	0.1%	0.5%	0.6%
Servicio en hoteles	0.2%	0.3%	0.5%
No contesto	5.3%	7.8%	13.1%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Impulsar Acciones para renovar Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Sí	15.8%	23.0%	38.8%
No	25.8%	35.4%	61.2%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Acciones para Impulsar la Región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Promoción y Difusión	4.4%	4.8%	9.2%
Señalética conductiva	3.8%	5.4%	9.2%
Infraestructura turística	3.2%	4.0%	7.2%
Señalética restrictiva	1.8%	4.0%	5.8%
Instalar sanitarios	1.0%	3.6%	4.6%
Acceso a sitios turísticos	1.2%	0.6%	1.8%
Equipamiento turístico	0.4%	0.6%	1.0%
No contestó	25.8%	35.4%	61.2%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Definitivamente sí	21.4%	27.0%	48.4%
Probablemente sí	20.2%	31.4%	51.6%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Definitivamente sí	20.6%	29.8%	50.4%
Probablemente sí	21.0%	28.6%	49.6%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	Total
San Luis Potosí, S.L.P.	8.2%	10.4%	18.6%
México, D.F.	3.4%	6.0%	9.4%
Querétaro, Qro.	1.4%	5.4%	6.8%
Monterrey, N.L.	1.8%	3.2%	5.0%
Guadalajara, Jal.	2.4%	2.2%	4.6%
Aguascalientes, Ags.	1.8%	1.8%	3.6%
Ciudad Valles, S.L.P.	1.0%	2.0%	3.0%
Ciudad Victoria, Tams.	1.2%	1.6%	2.8%
Tampico, Tams.	1.2%	1.4%	2.6%
Toluca, Edo. Méx.	1.4%	1.0%	2.4%
Distrito Federal	1.0%	1.4%	2.4%
Rioverde, S.L.P.	0.4%	1.6%	2.0%
Guerrero	1.2%	0.6%	1.8%
Tamasopo, S.L.P.	0.4%	1.4%	1.8%
Cárdenas, S.L.P.	1.0%	0.6%	1.6%
Puebla, Pue.	1.0%	0.6%	1.6%
Zacatecas, Zac.	0.6%	0.8%	1.4%
Ciudad Mante, Tams.	0.8%	0.6%	1.4%
Pachuca, Hgo.	0.4%	1.0%	1.4%
Reynosa, Tams.	0.6%	0.8%	1.4%
Xalapa, Ver.	0.6%	0.8%	1.4%
León, Gto.	0.4%	1.0%	1.4%
Michoacán	0.4%	0.8%	1.2%
Celaya, Gto.	0.6%	0.6%	1.2%
Zapopan, Jal.	0.4%	0.8%	1.2%
Matamoros, Tams.	0.6%	0.4%	1.0%
Jalpan, Qro.	0.2%	0.8%	1.0%
Tuxtla Gutiérrez, Chis.	0.6%	0.4%	1.0%
Ciudad del Maíz, S.L.P.	0.6%	0.4%	1.0%
Houston, Tx	0.4%	0.4%	0.8%
Saltillo, Coah.	0.0%	0.8%	0.8%

Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Tepic, Nay.	0.0%	0.8%	0.8%
Ciudad Madero, Tam.	0.4%	0.4%	0.8%
Alaquines, S.L.P.	0.0%	0.6%	0.6%
Piedras Negras, Coah.	0.4%	0.2%	0.6%
Irapuato, Gto.	0.2%	0.4%	0.6%
Durango, Dgo.	0.6%	0.0%	0.6%
Sonora	0.4%	0.2%	0.6%
Sinaloa	0.4%	0.2%	0.6%
Torreón, Coah.	0.4%	0.2%	0.6%
Yucatán	0.2%	0.4%	0.6%
Chicago, E.U.A.	0.2%	0.2%	0.4%
Cuernavaca, Mor.	0.4%	0.0%	0.4%
Cerritos, S.L.P.	0.2%	0.2%	0.4%
Los Mochis, Sin.	0.0%	0.4%	0.4%
Louisiana, E.U.A.	0.2%	0.2%	0.4%
Tamaulipas	0.0%	0.4%	0.4%
Oaxaca	0.4%	0.0%	0.4%
Chihuahua, Chih.	0.0%	0.4%	0.4%
Veracruz	0.2%	0.2%	0.4%
Colima, Col.	0.0%	0.4%	0.4%
Cedral, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.2%
Salamanca, Gto.	0.2%	0.0%	0.2%
San Ciro de Acosta, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.2%
Lagunillas, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.2%
El Naranjo, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.2%
Matehuala, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.2%
Zaragoza, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.2%
Tabasco	0.2%	0.0%	0.2%
No Contesto	0.0%	0.4%	0.4%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	Total
San Luis Potosí	12.4%	17.4%	29.8%
Estado de México	4.4%	6.6%	11.0%
Tamaulipas	4.8%	5.6%	10.4%
Querétaro	1.6%	6.2%	7.8%
Nuevo León	2.2%	3.8%	6.0%
Jalisco	2.8%	3.0%	5.8%
Aguascalientes	1.8%	1.8%	3.6%
Distrito Federal	1.4%	1.8%	3.2%
Guanajuato	1.0%	1.4%	2.4%
Coahuila	0.8%	1.2%	2.0%
Guerrero	1.2%	0.6%	1.8%
Veracruz	0.8%	1.0%	1.8%
Puebla	1.0%	0.6%	1.6%
Hidalgo	0.4%	1.0%	1.4%
Zacatecas	0.6%	0.8%	1.4%
Michoacán	0.4%	0.8%	1.2%
Estados Unidos	0.6%	0.6%	1.2%
Chiapas	0.6%	0.4%	1.0%
Sinaloa	0.4%	0.6%	1.0%
Nayarit	0.0%	0.8%	0.8%
Texas	0.2%	0.6%	0.8%
Durango	0.6%	0.0%	0.6%
Sonora	0.4%	0.2%	0.6%
Yucatán	0.2%	0.4%	0.6%
Colima	0.0%	0.4%	0.4%
Chihuahua	0.0%	0.4%	0.4%
Morelos	0.4%	0.0%	0.4%
Oaxaca	0.4%	0.0%	0.4%
Tabasco	0.2%	0.0%	0.2%
No contesto	0.0%	0.4%	0.4%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Edad Promedio de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	Total
De 18 a 24 años	8.0%	5.2%	13.2%
De 25 a 31 años	12.6%	20.0%	32.6%
De 32 a 38 años	14.2%	25.6%	39.8%
De 39 a 45 años	6.6%	7.0%	13.6%
De 46 a 51 años	0.2%	0.4%	0.6%
De 52 a 59 años	0.0%	0.2%	0.2%
Total	41.6%	58.4%	100.0%

Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Ama de casa	27.0%	0.0%	27.0%
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	2.4%	19.6%	22.0%
Empleado	5.0%	10.6%	15.6%
Profesionista independiente	2.6%	11.8%	14.4%
Comerciante	3.8%	10.6%	14.4%
Técnico	0.6%	5.2%	5.8%
Estudiante	0.2%	0.2%	0.4%
Ejecutivo / Gerente	0.0%	0.2%	0.2%
Retirado / Jubilado	0.0%	0.2%	0.2%
Total	41.6%	58.4%	100.0%



PERFIL DEL VISITANTE INVIERNO 2014

