



SAN LUIS POTOSÍ



*Tu destino...*



# Perfil del Visitante Región Altiplano Semana Santa 2019

**Con el objeto de determinar el Perfil del Visitante y conocer la experiencia durante su estancia en la Región Altiplano, se llevó a cabo un levantamiento de 552 encuestas.**

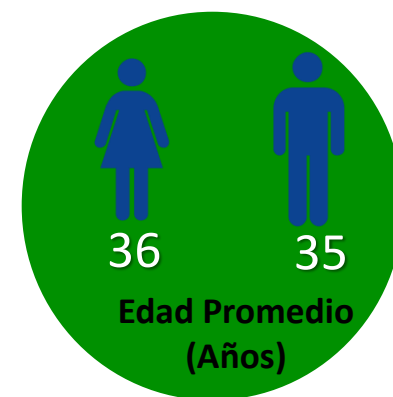
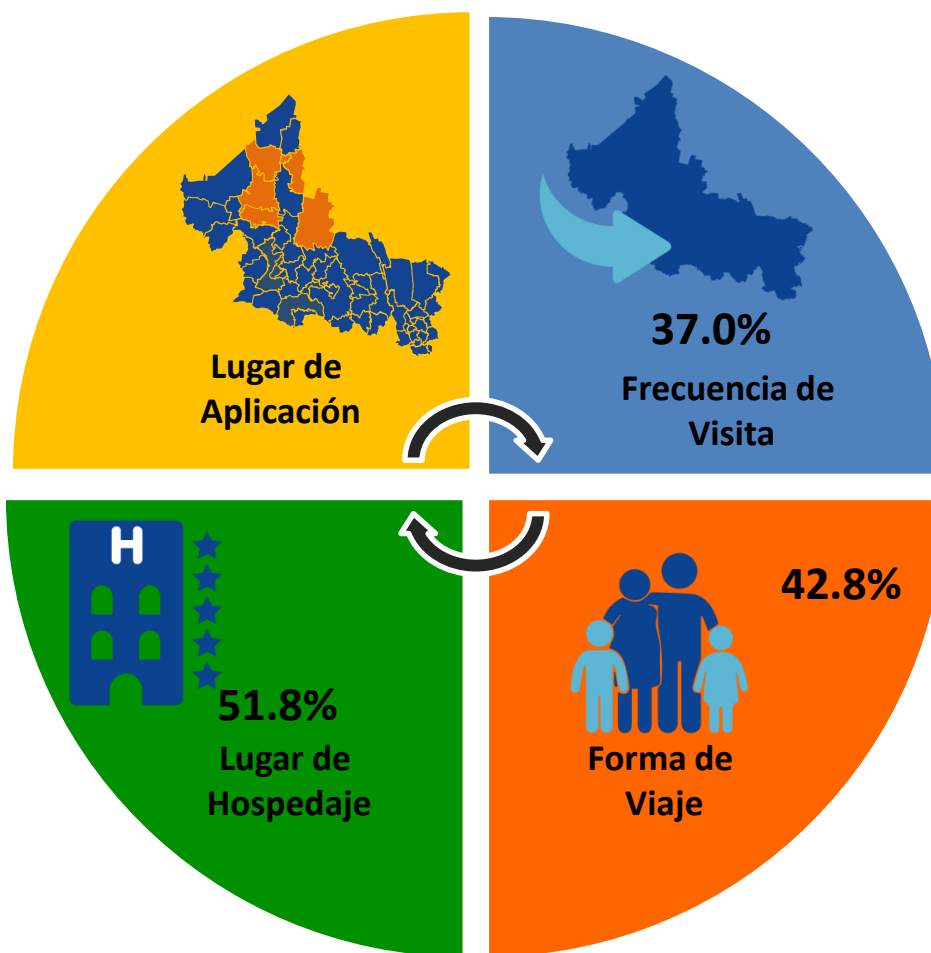
**Las entrevistas se levantaron durante la Semana Santa y de Pascua en los principales sitios turísticos de la región y fueron contestadas directamente por los visitantes.**

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

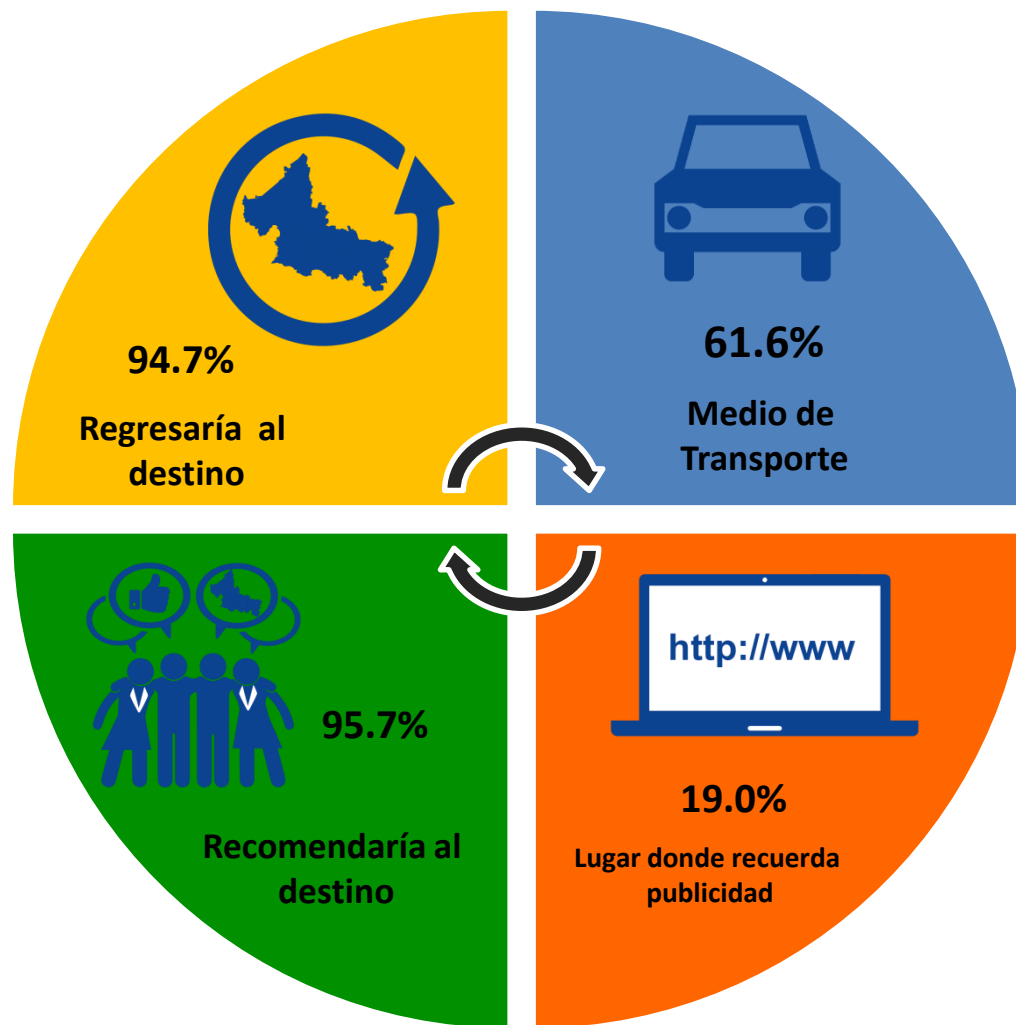
# Resumen

6.5

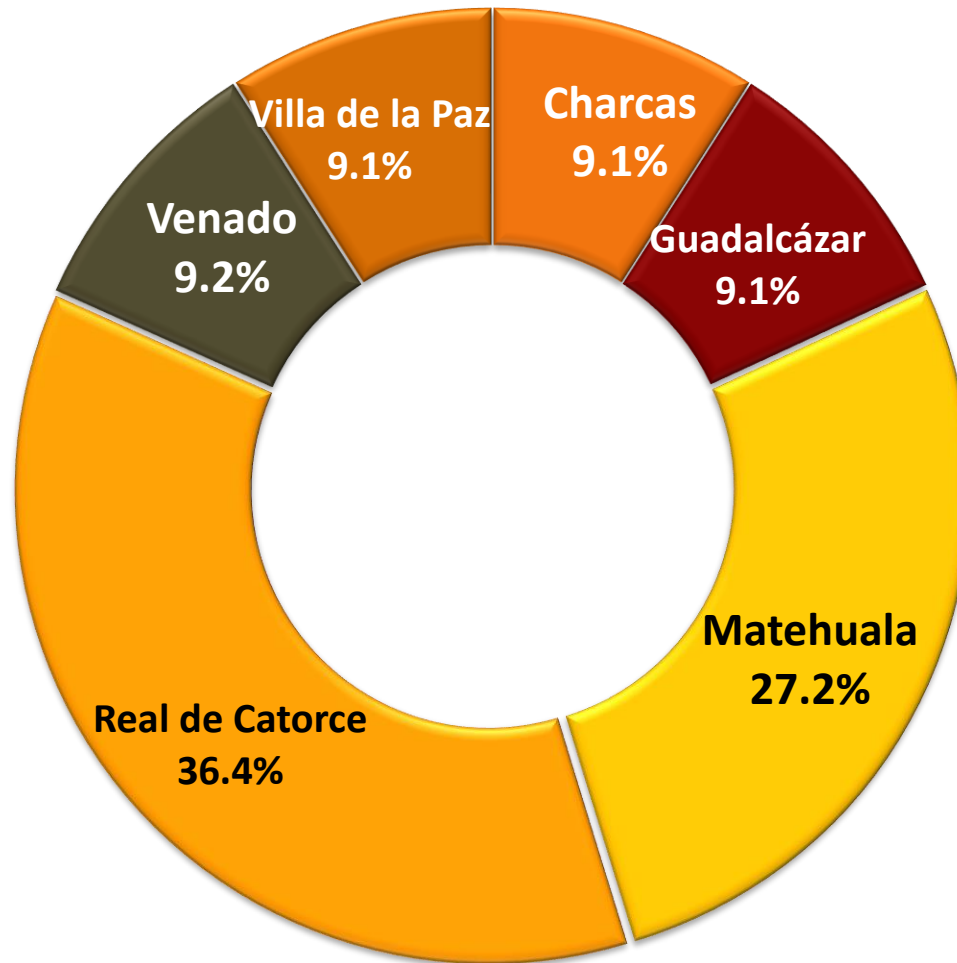
Tamaño de Grupo promedio



# Resumen



# Lugar de levantamiento



# Frecuencia de Visita a la Región

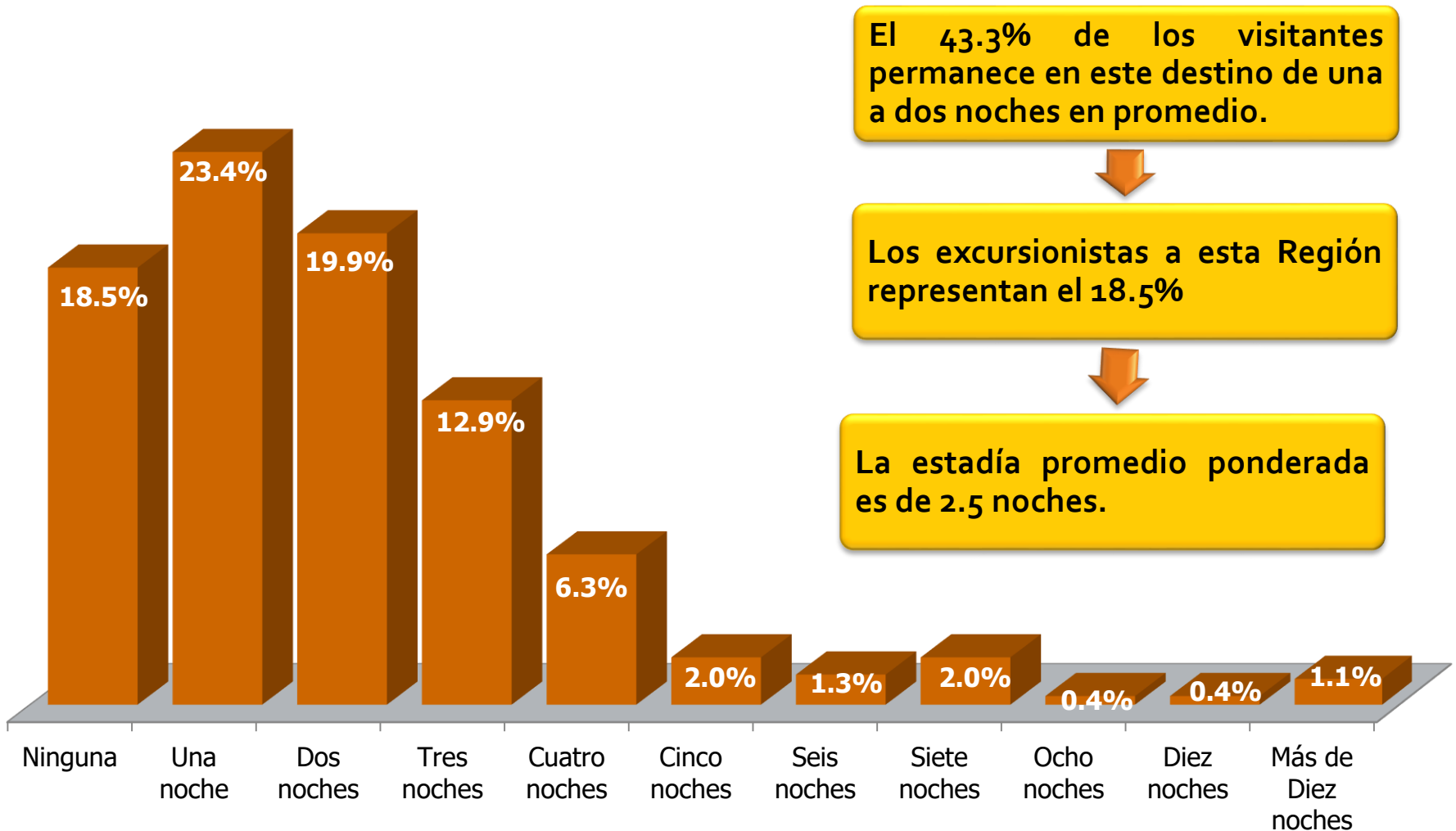
El 37.0% visita el municipio por primera vez

El turismo repetitivo representa el 62.3%



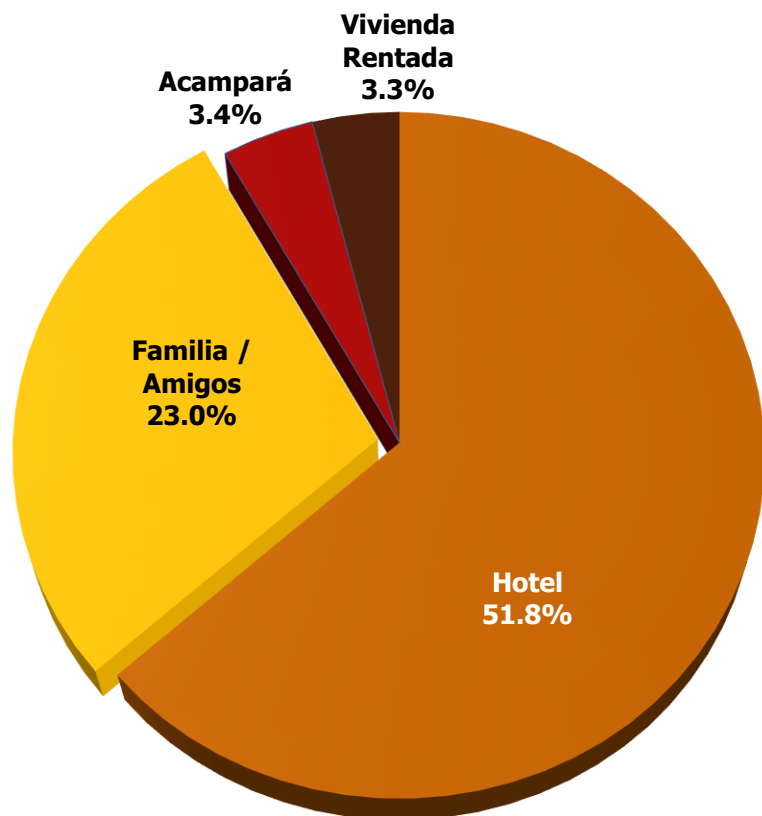
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Noches de Estadía



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

# Lugar de Hospedaje del Visitante



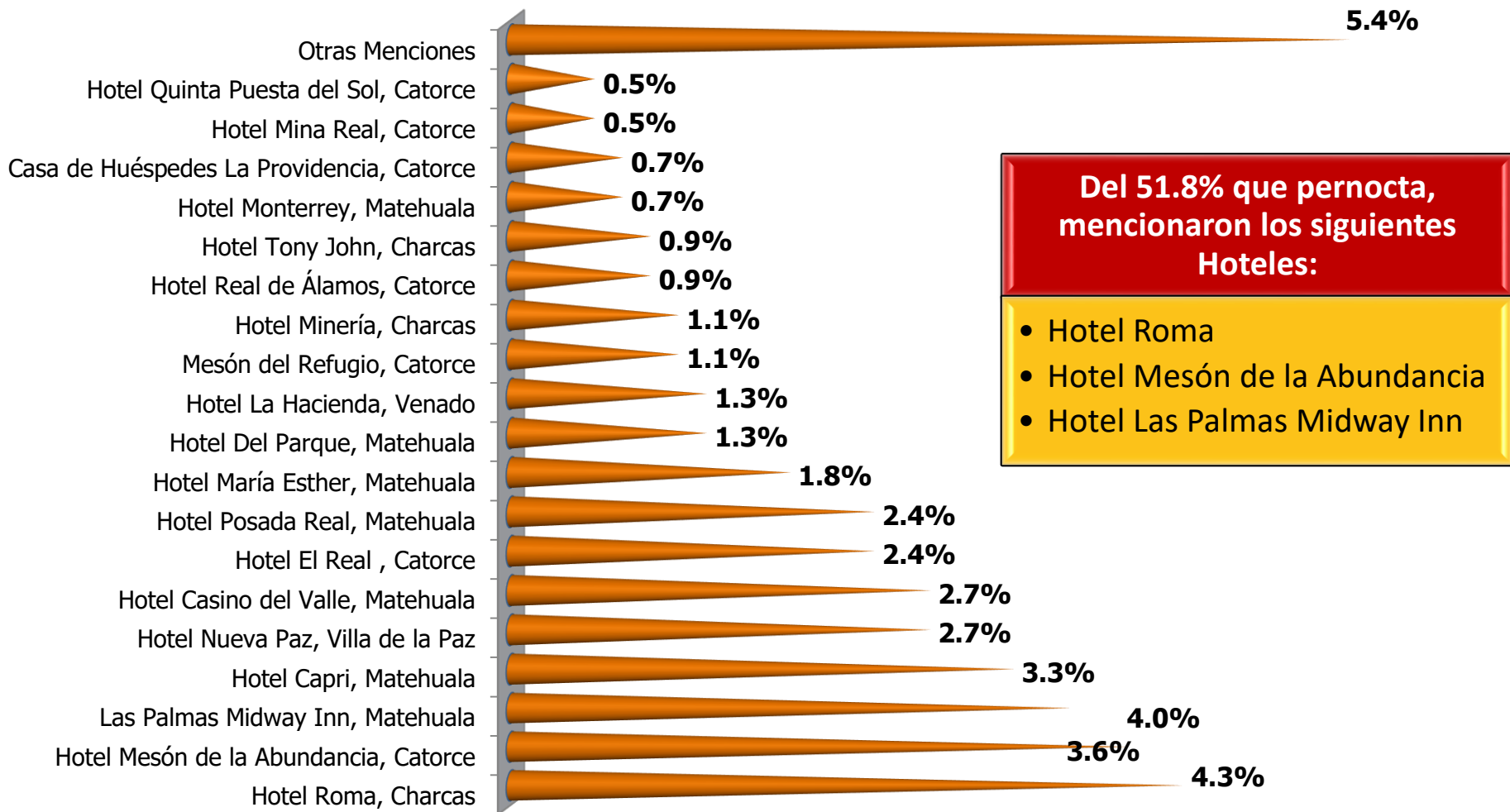
Un poco más de la mitad de los visitantes pernoctan en algún hotel de esta región (51.8%)

El 23.0% prefiere casas de Familiares y amigos.

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

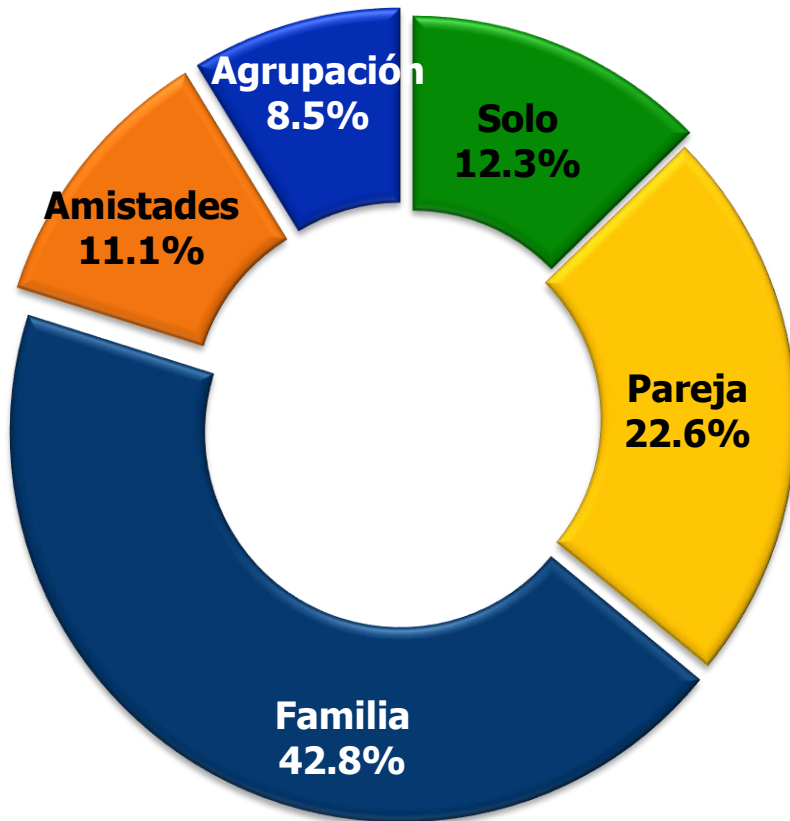


# Principales Hoteles de Pernocta del visitante



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

# Forma de Viajar del Visitante



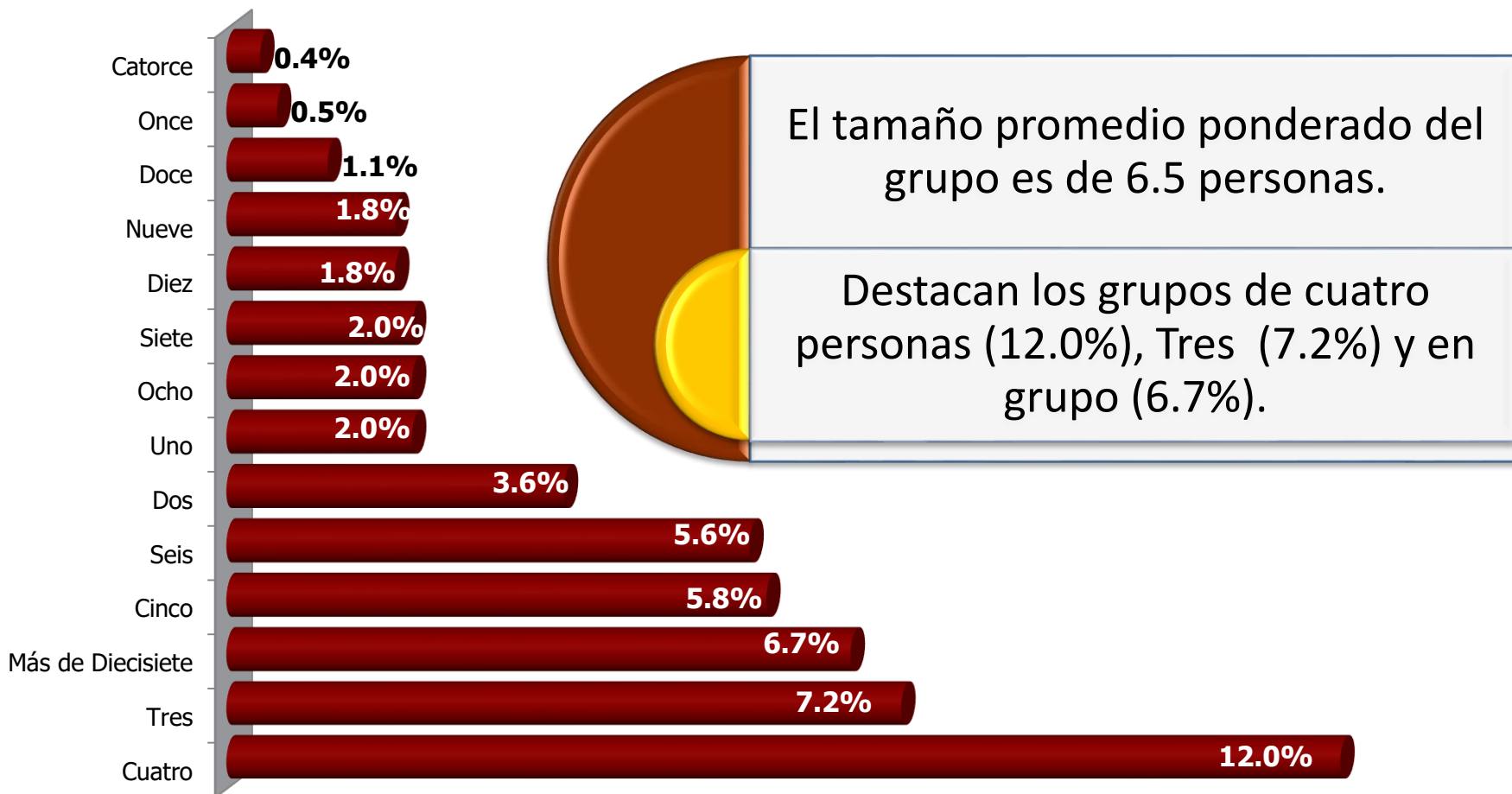
El 42.8% realiza este viaje con la familia.

El 22.6% viaja con su pareja.

12.3% viaja solo y el 11.1% realiza este viaje con amistades.

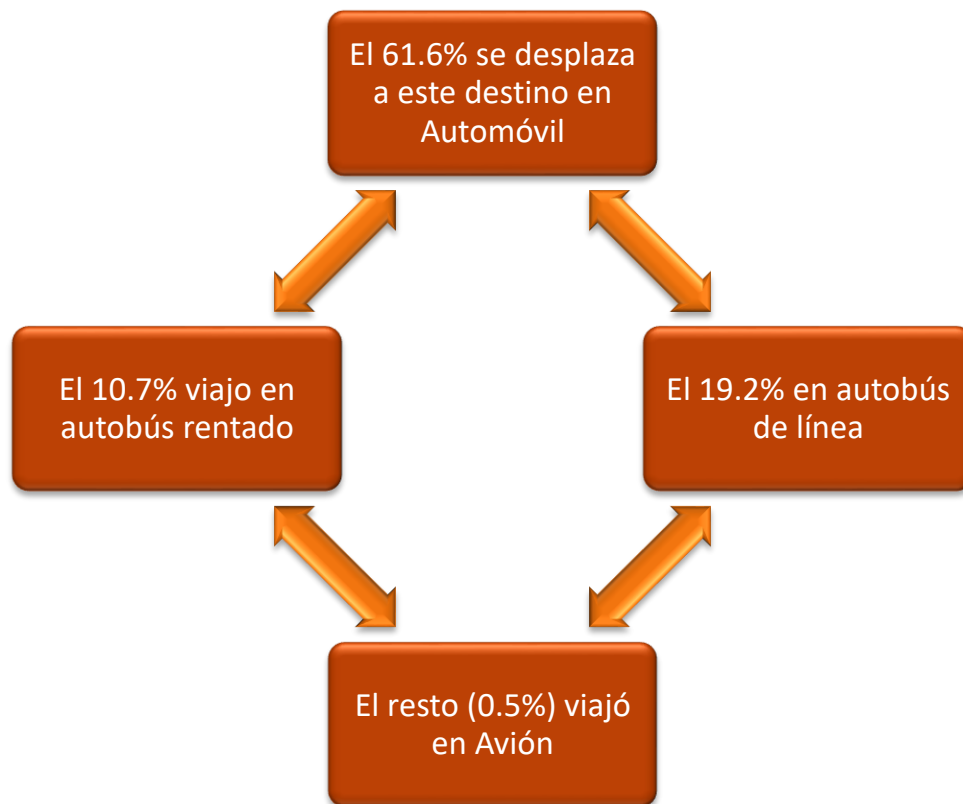
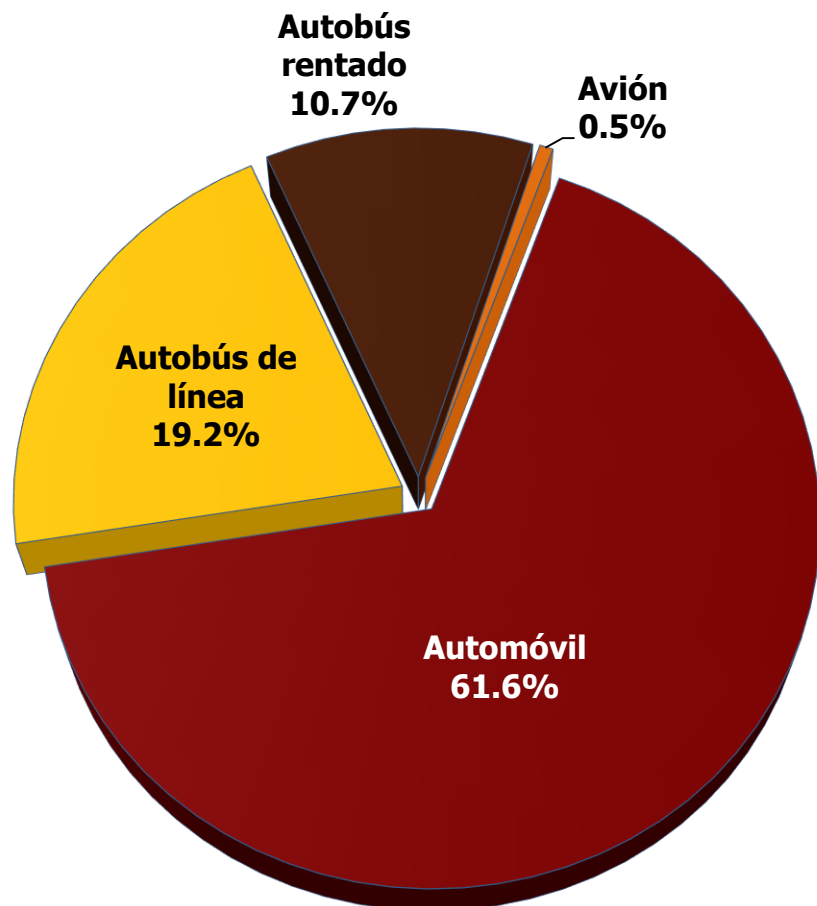
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Número de Acompañantes en su Visita



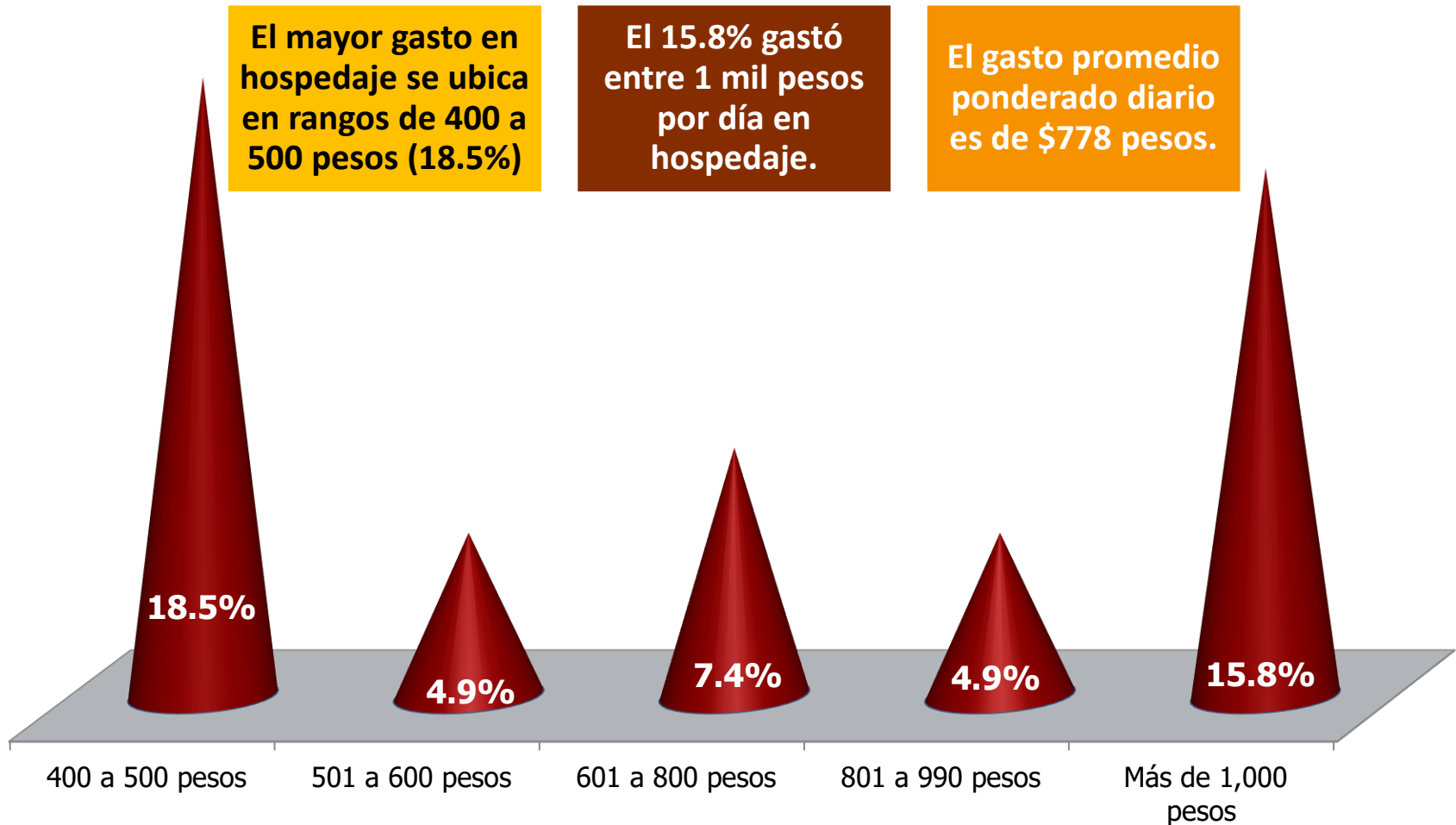
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Medio de Transporte Utilizado por el Visitante

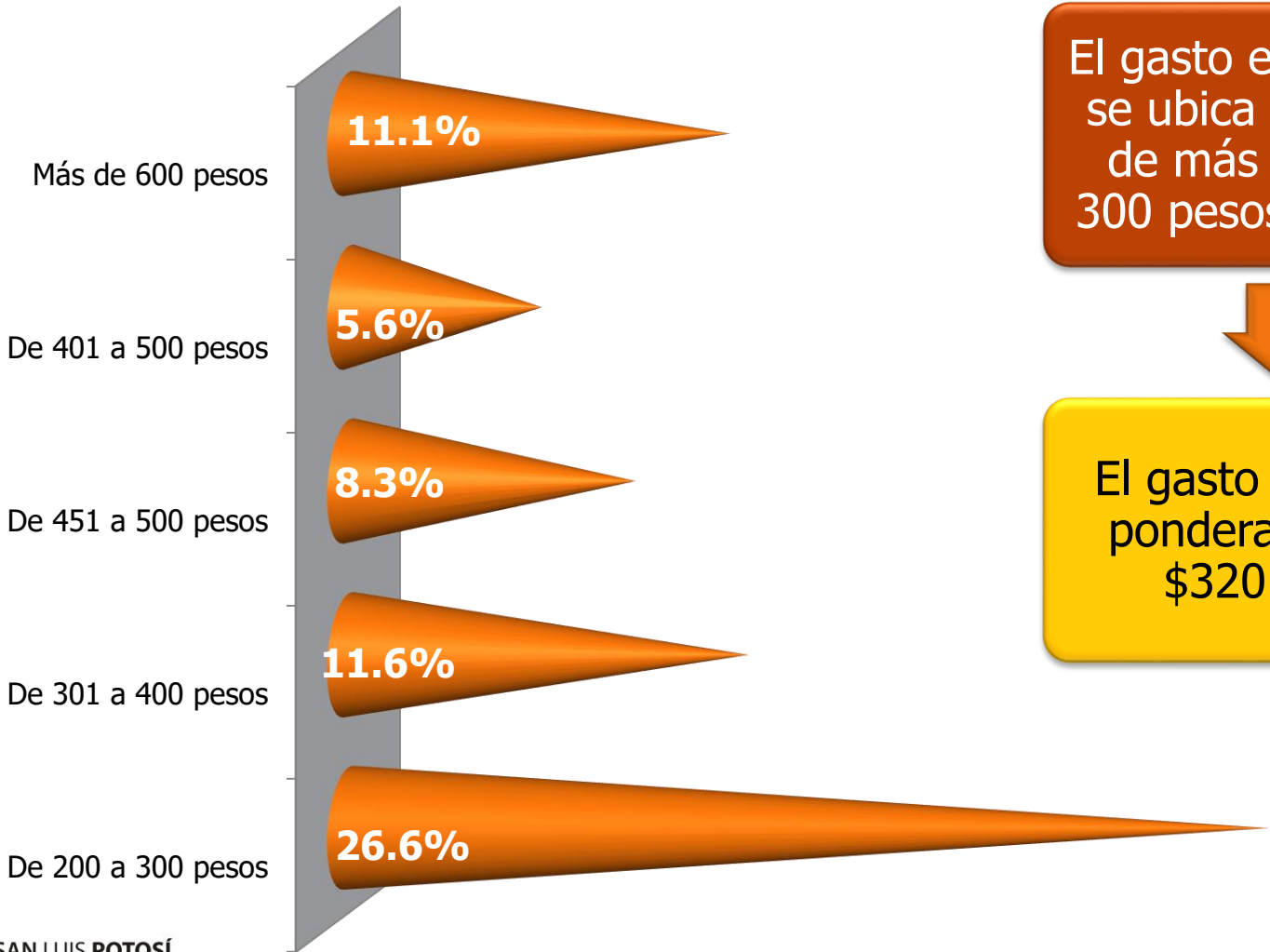


Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio - Hospedaje



# Gasto Promedio - Compras



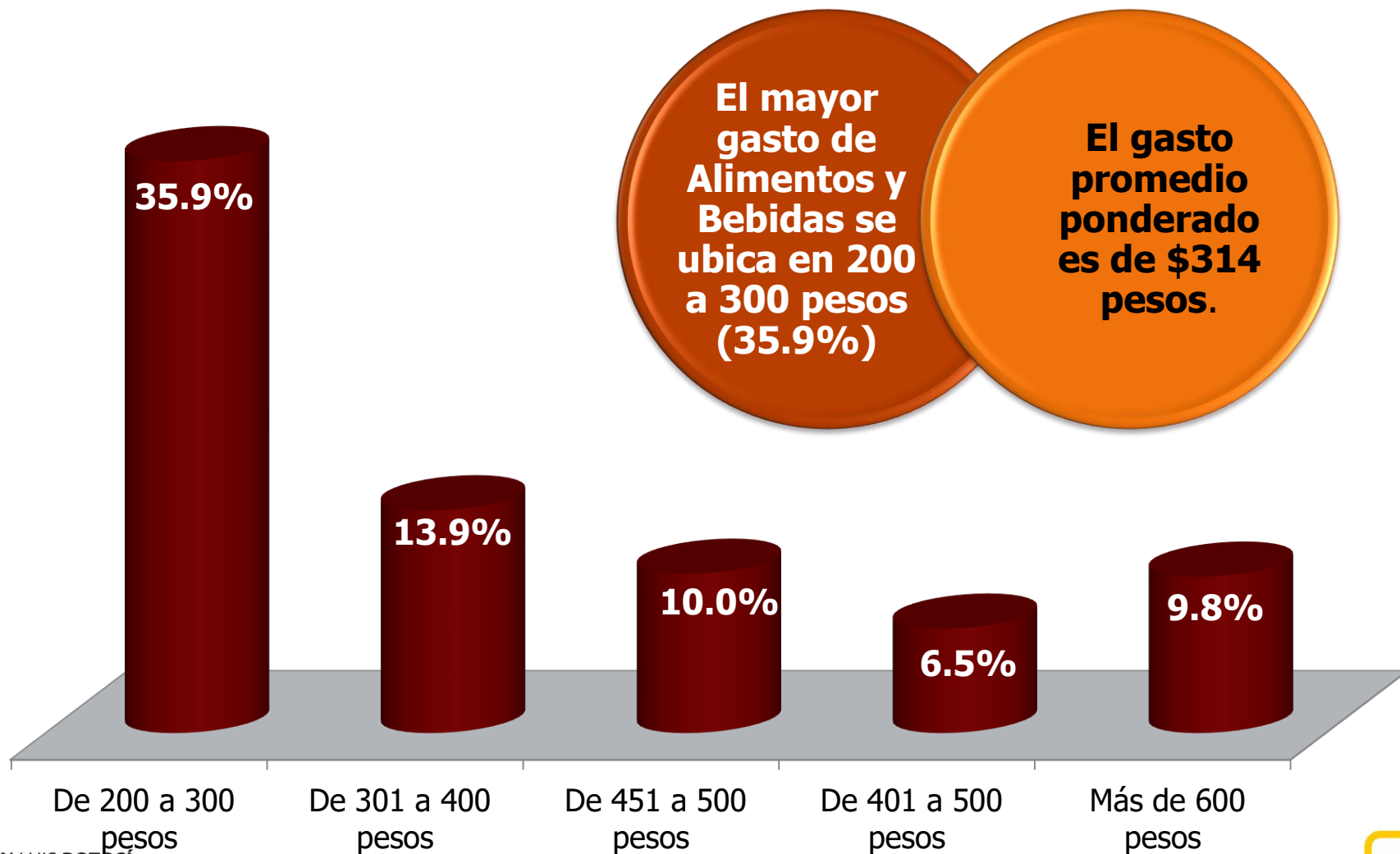
El gasto en Compras se ubica en rangos de más de 200 a 300 pesos (26.6%).



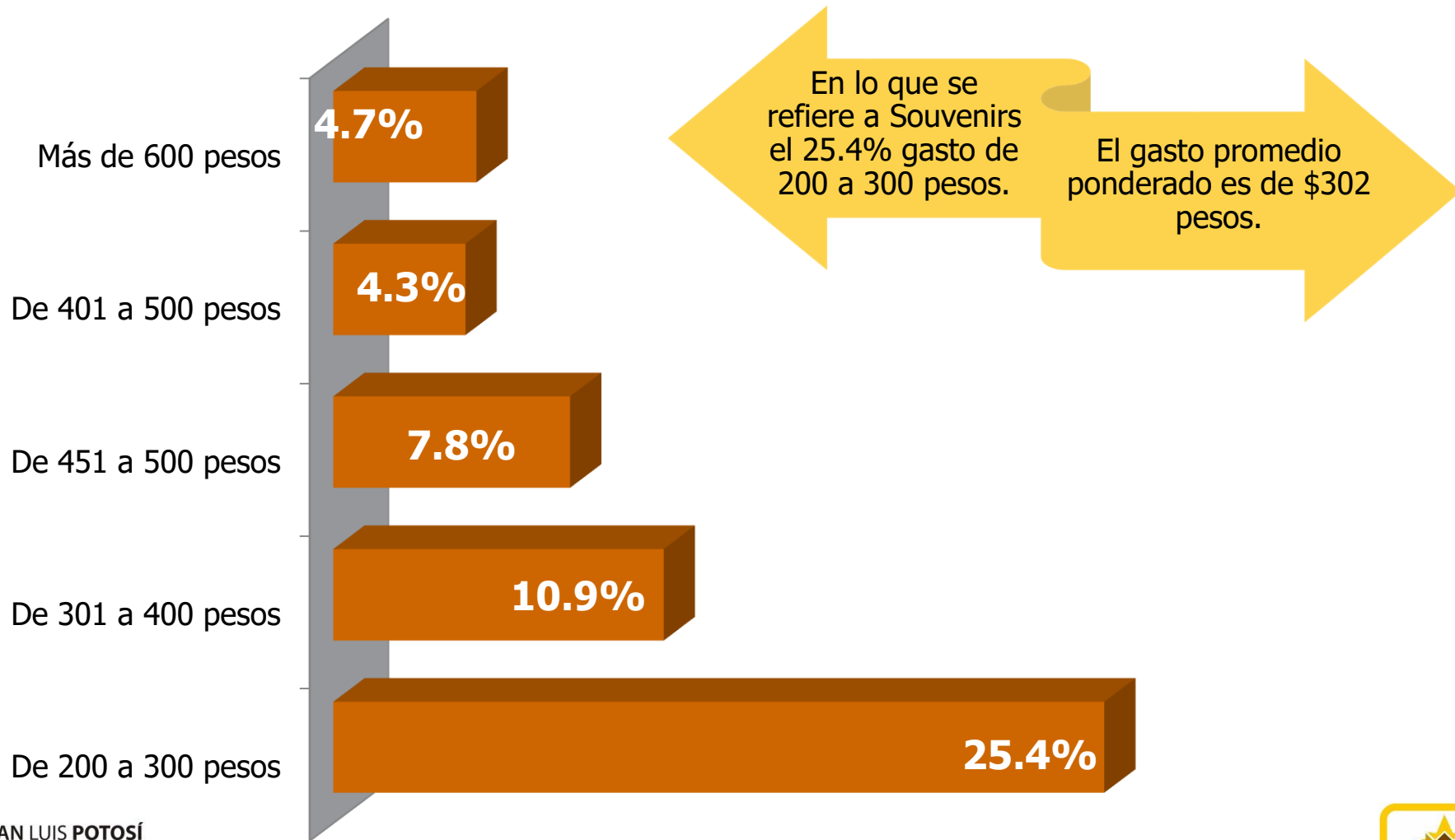
El gasto promedio ponderado es de \$320 pesos

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

# Gasto Promedio – Alimentos y Bebidas



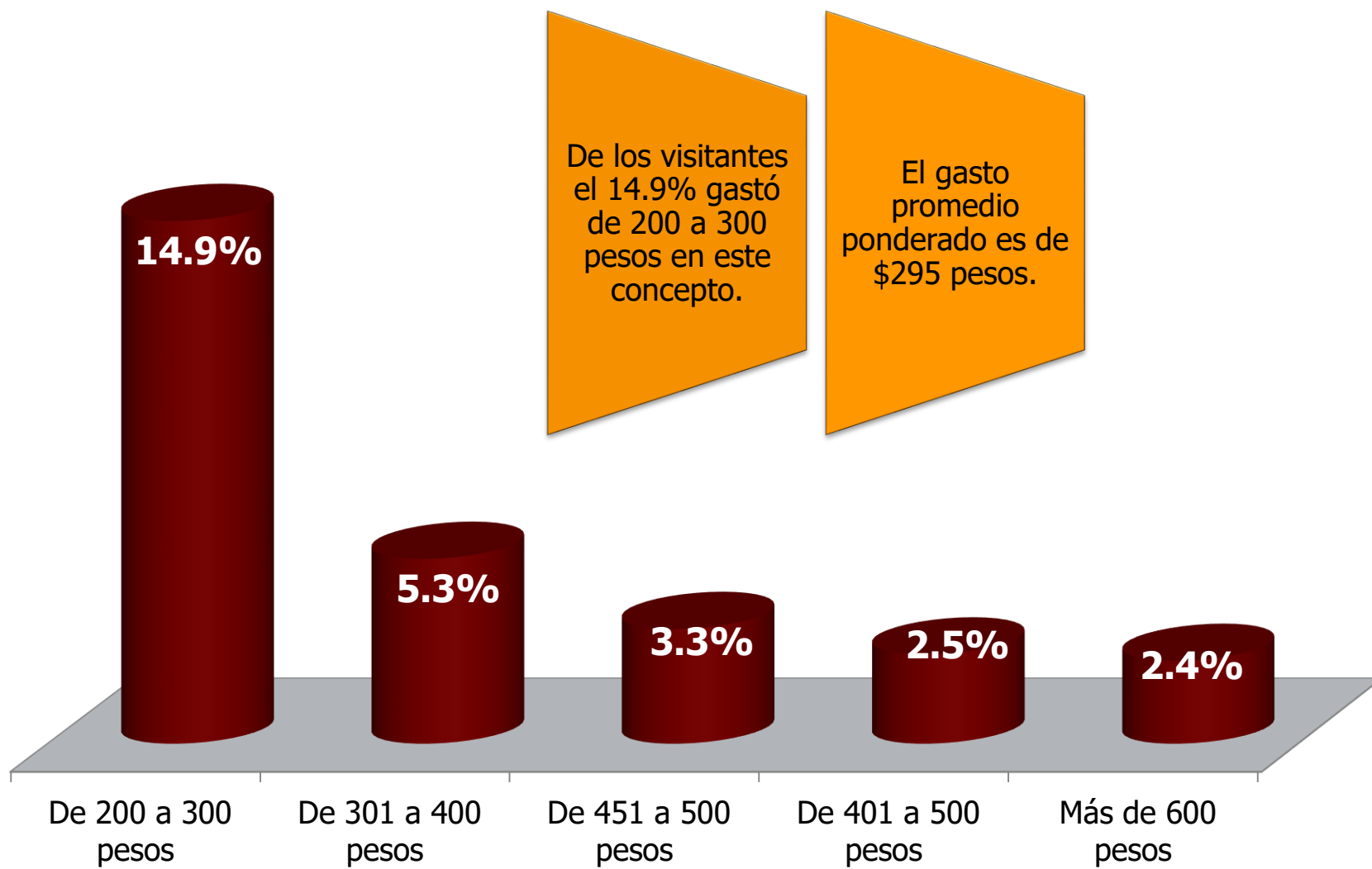
# Gasto Promedio - Souvenirs



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

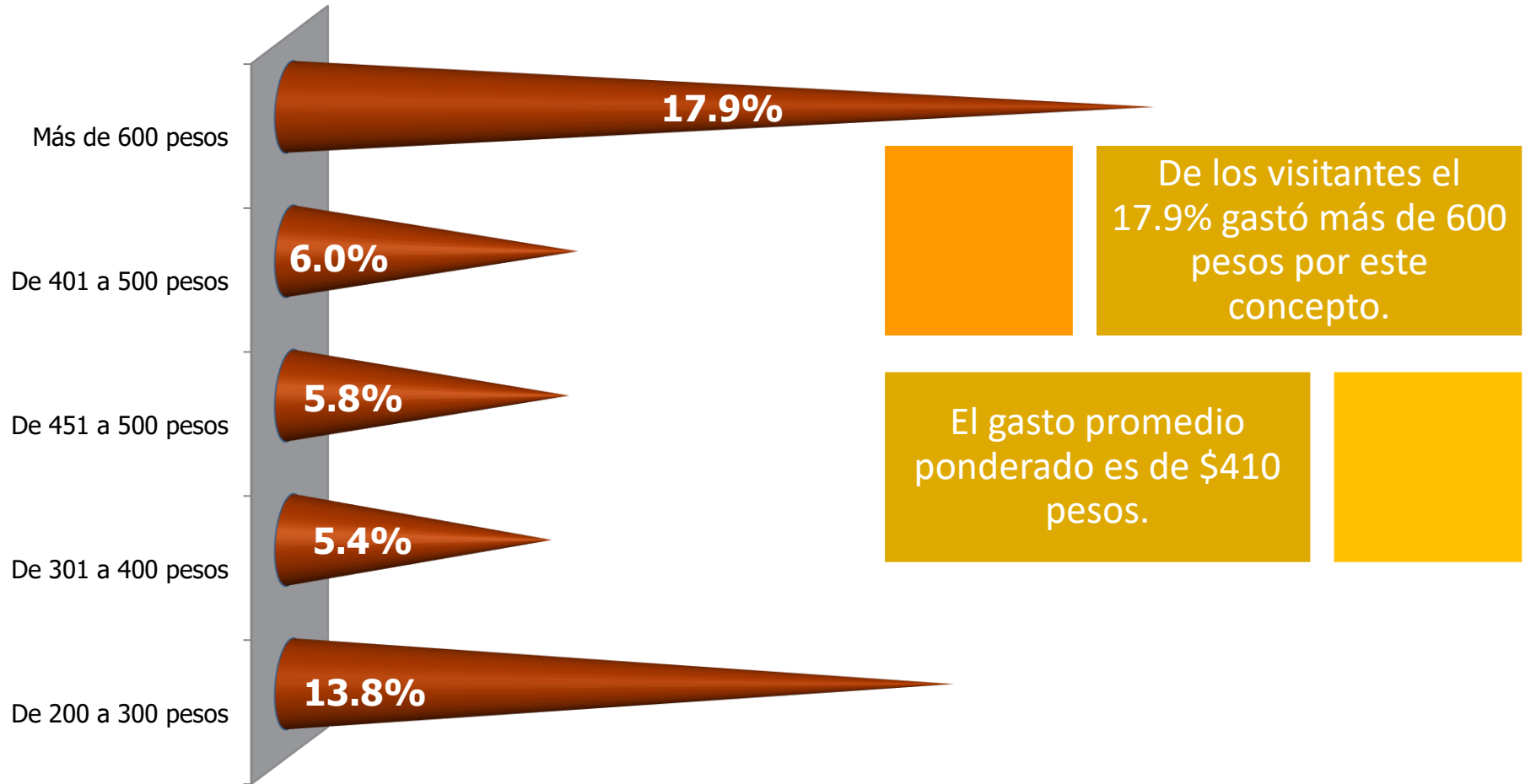


# Gasto Promedio – Transportación Local



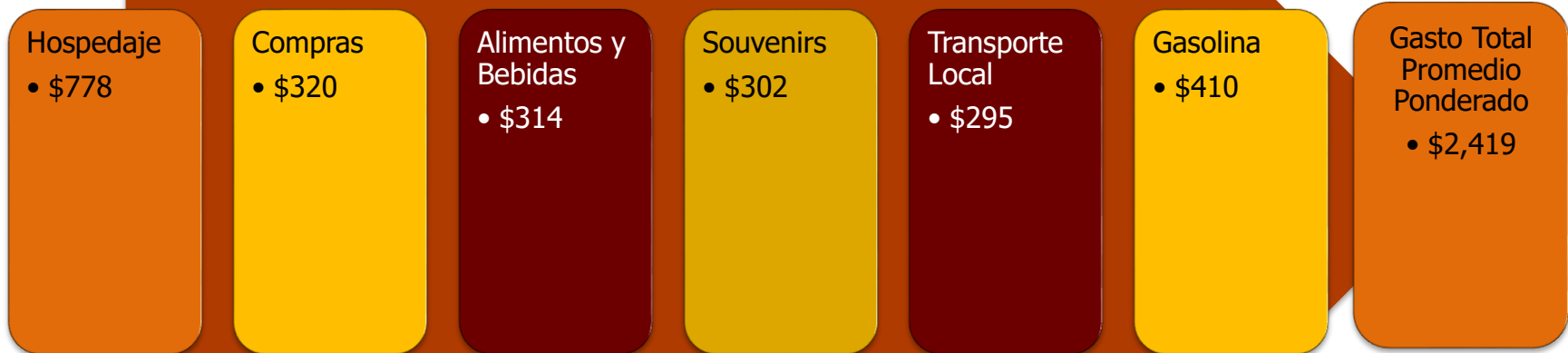
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio – Gasolina

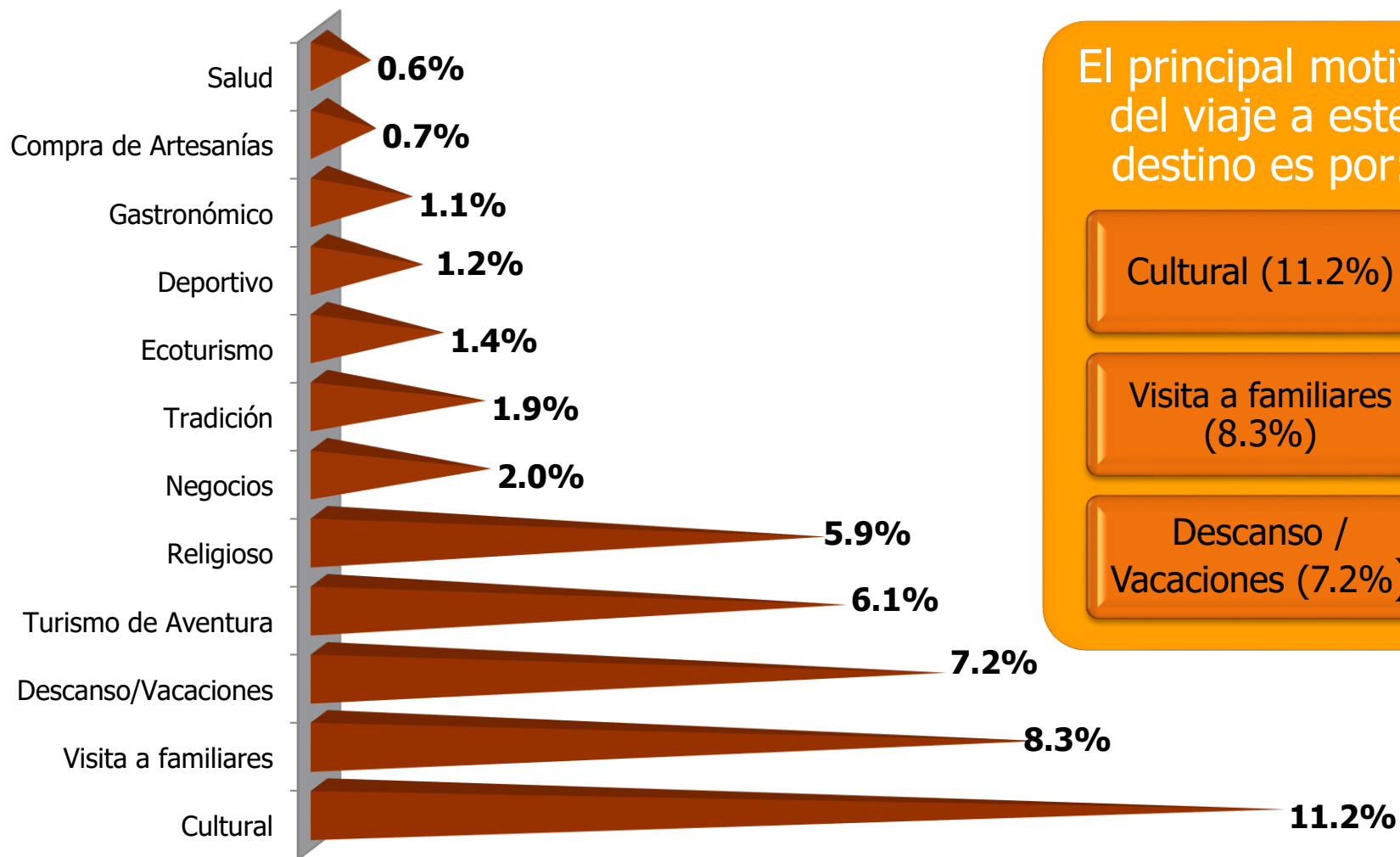


Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Total Promedio Ponderado



# Razón Principal de Viaje a este destino



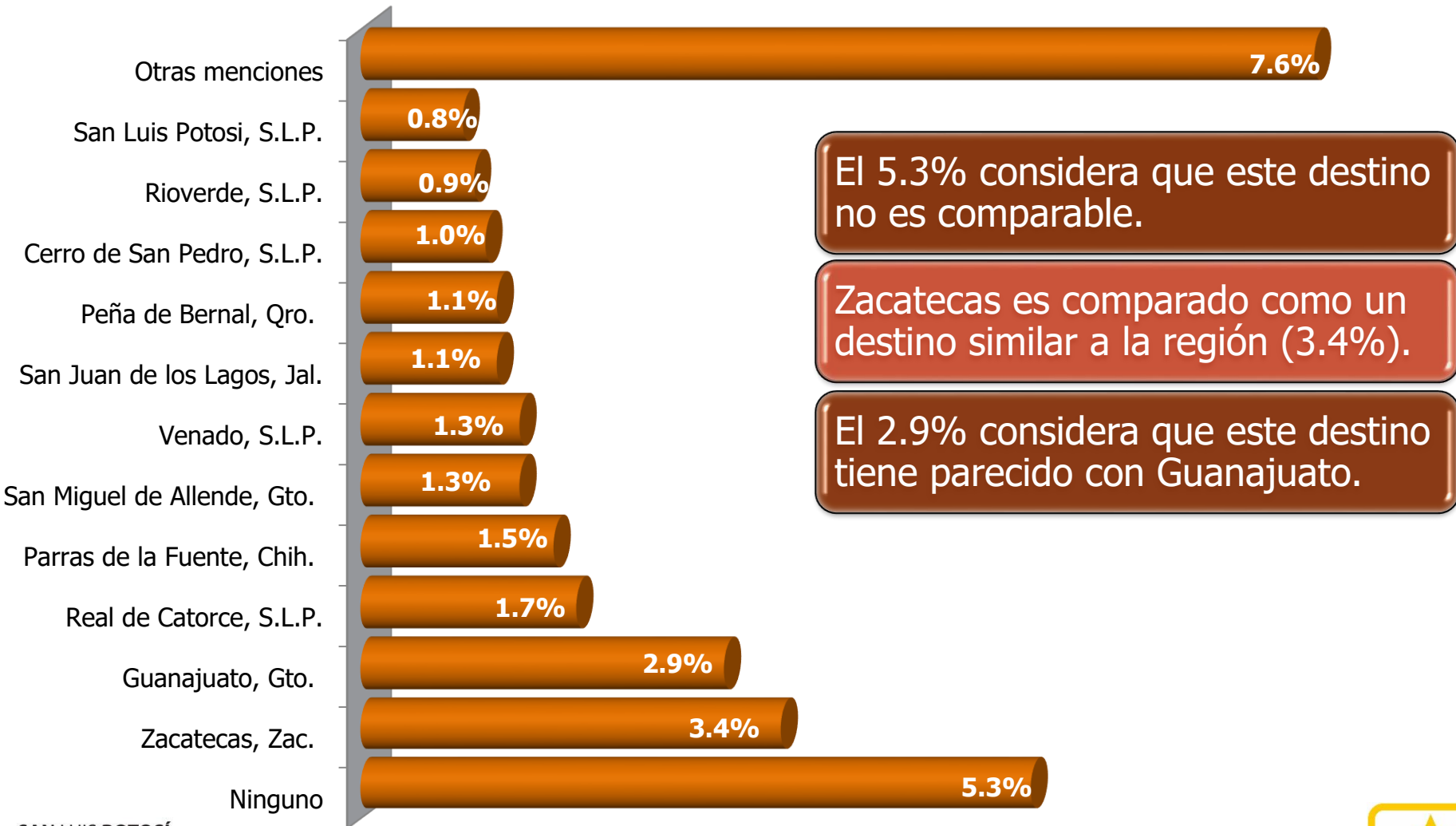
El principal motivo del viaje a este destino es por:

Cultural (11.2%)

Visita a familiares (8.3%)

Descanso / Vacaciones (7.2%)

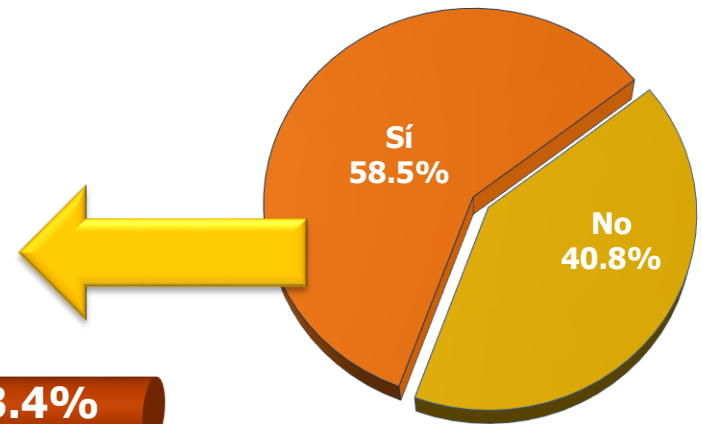
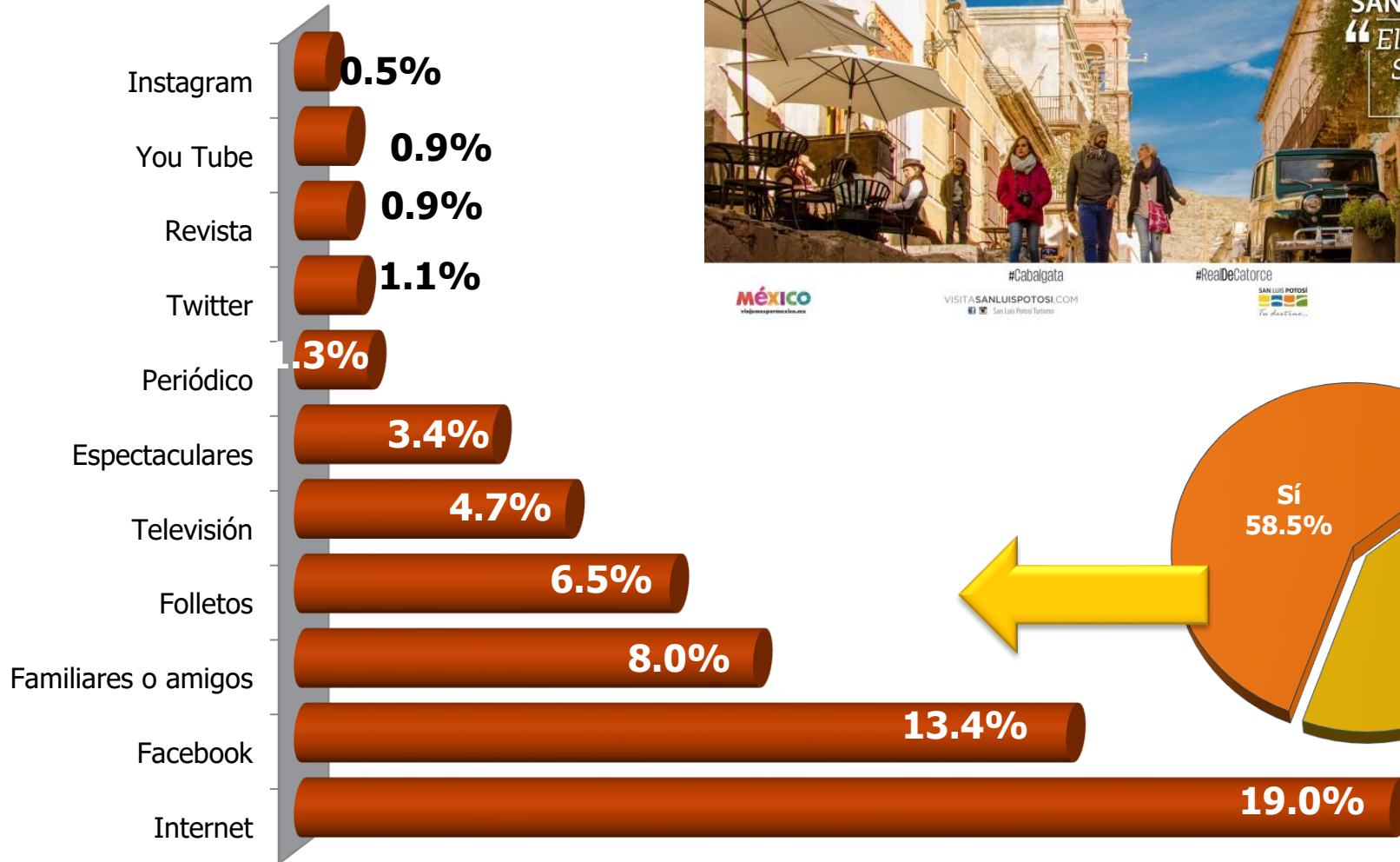
# Sitios con los que Comparan a la Región



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

# Recordación de la Publicidad

“El destino Surrealista de México”

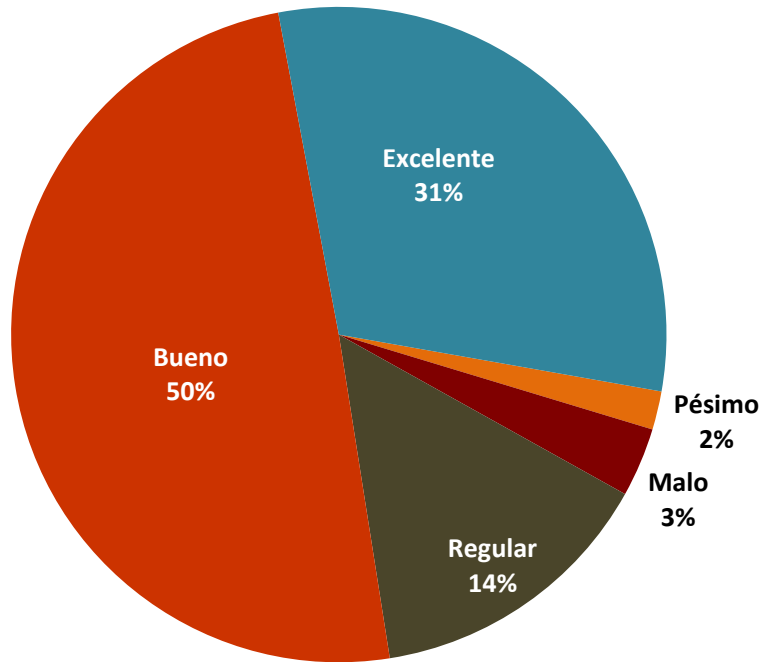


# Medio por el que se enteró o Conoce de la Región según Lugar de Origen

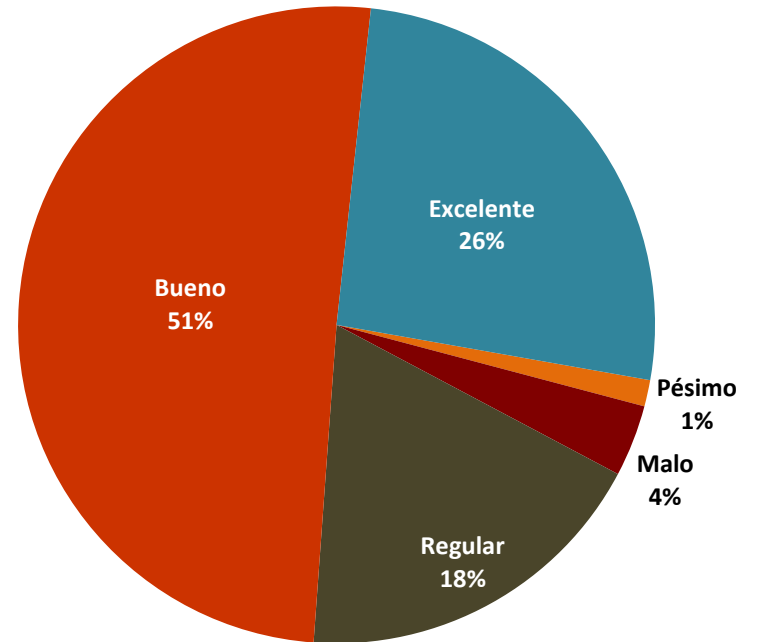
Medio de Comunicación	Nuevo León	San Luis Potosí	Zacatecas	Coahuila	Tamaulipas	Ciudad de México	Guajuato	Durango	Jalisco	Querétaro	Estados Unidos	Estado de México	Michoacán	Aguascalientes	Chihuahua	Veracruz	Otras Menciones	Total
Internet	5.8%	3.1%	0.5%	1.6%	1.6%	1.3%	0.2%	0.5%	0.2%	0.5%	0.7%	0.7%	0.5%	0.4%	0.2%	0.0%	1.1%	↑ 19.0%
Facebook	2.7%	2.5%	1.3%	0.9%	0.9%	1.8%	0.5%	0.4%	0.5%	0.5%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.5%	↔ 13.4%
Familiares o amigos	2.9%	0.4%	1.3%	1.1%	0.2%	0.7%	0.0%	0.0%	0.5%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.5%	↔ 8.0%
Folletos	2.2%	1.3%	0.7%	0.0%	0.4%	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	0.4%	0.0%	0.2%	0.2%	↘ 6.5%
Televisión	1.8%	0.2%	0.0%	0.5%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	↘ 4.7%
Espectaculares	0.5%	0.4%	0.2%	0.4%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.7%	↓ 3.4%
Periódico	0.0%	0.4%	0.2%	0.2%	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%	↓ 1.3%
Twitter	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	↓ 1.1%
Revista	0.4%	0.0%	0.2%	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%	↓ 0.9%
You Tube	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	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%	↓ 0.9%
Instagram	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	↓ 0.5%
No contesto	9.2%	9.4%	3.4%	2.4%	2.7%	1.4%	2.0%	1.4%	1.1%	1.4%	0.9%	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	4.0%	40.2%
<b>Total</b>	<b>25.9%</b>	<b>17.9%</b>	<b>8.2%</b>	<b>7.2%</b>	<b>6.9%</b>	<b>6.7%</b>	<b>3.4%</b>	<b>2.9%</b>	<b>2.9%</b>	<b>2.9%</b>	<b>2.4%</b>	<b>1.3%</b>	<b>1.1%</b>	<b>0.7%</b>	<b>0.7%</b>	<b>0.7%</b>	<b>8.2%</b>	<b>100.0%</b>

# Satisfacción del destino

## Sitios y Atractivos Turísticos



## Calidad de la Infraestructura Turística

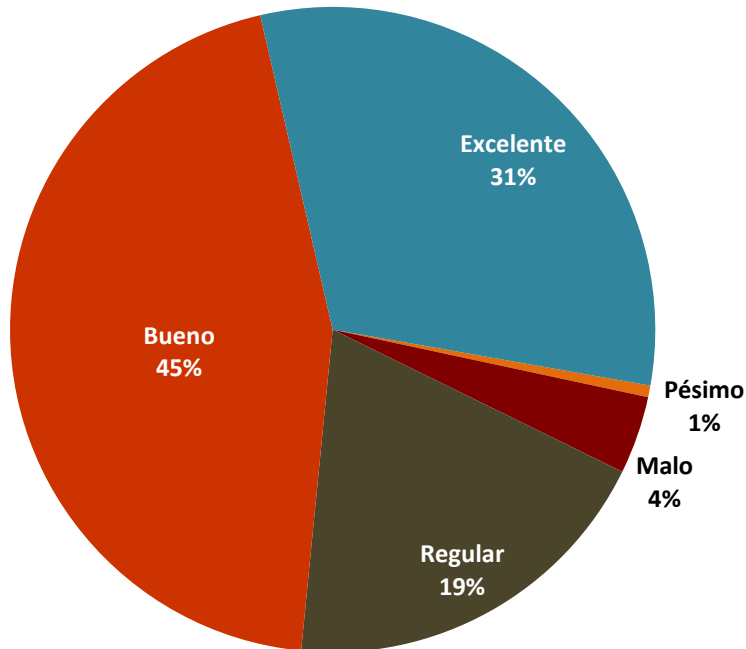


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

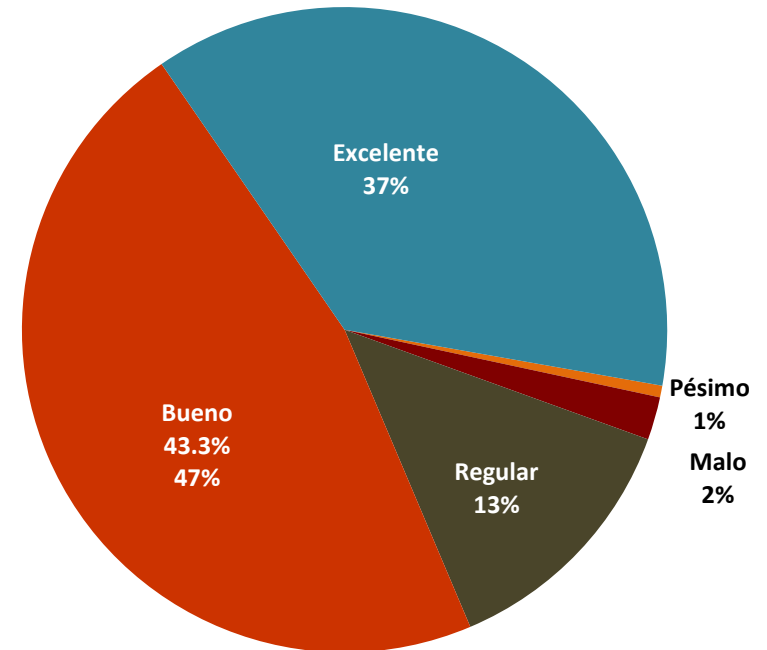


# Satisfacción del destino

## Imagen Turística del Destino



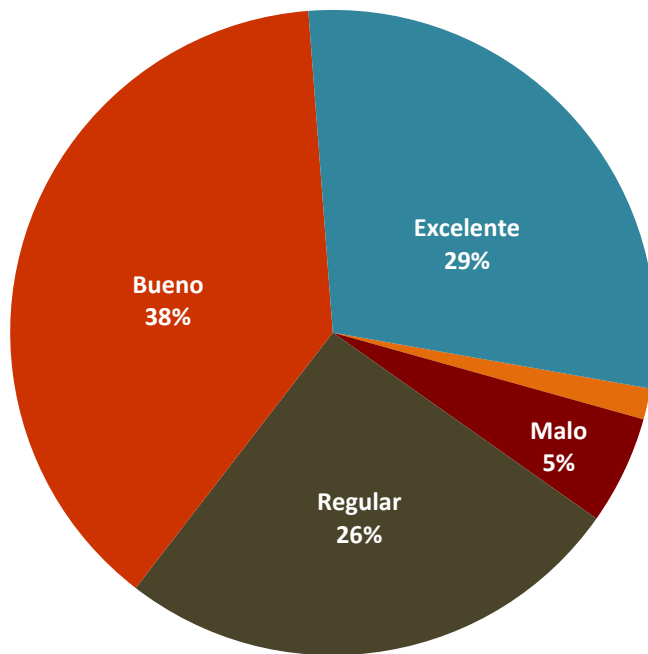
## Experiencia de Viaje del destino



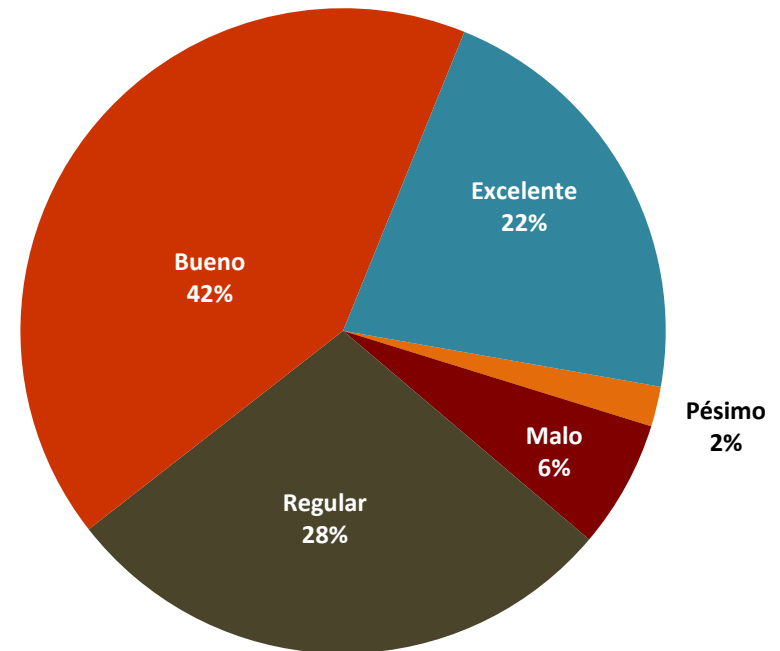
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Satisfacción del destino

## Limpieza en las calles y áreas públicas



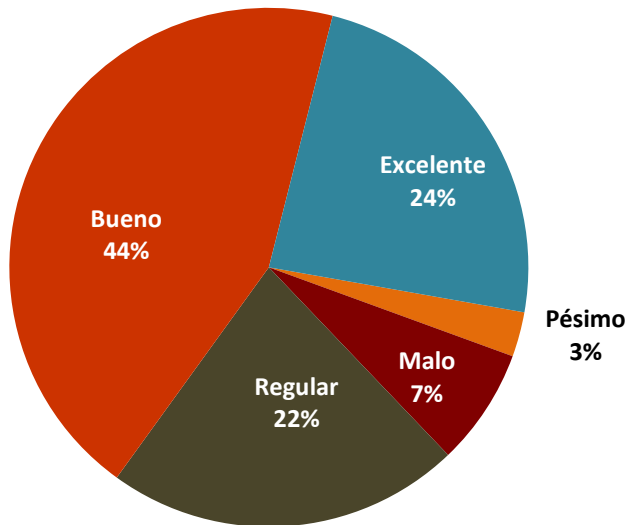
## Señalética Turística del destino



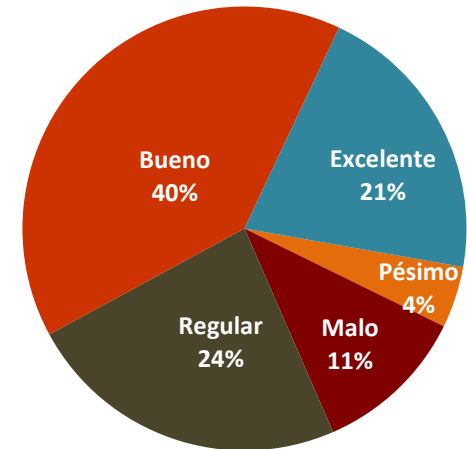
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Satisfacción del destino

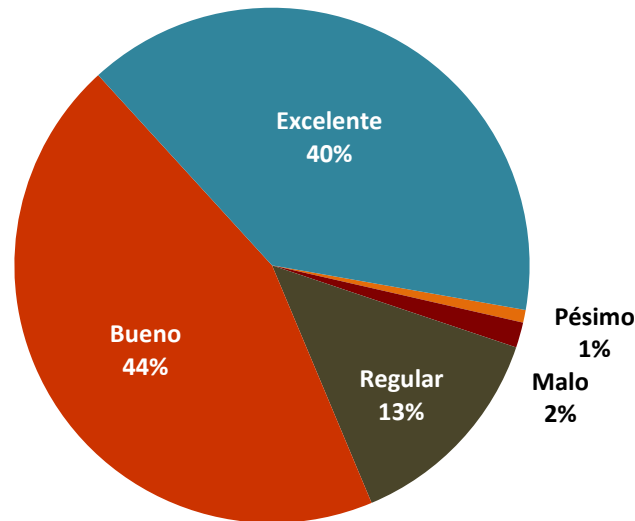
## Módulos de Información turística



## Relación calidad/cantidad de sanitarios

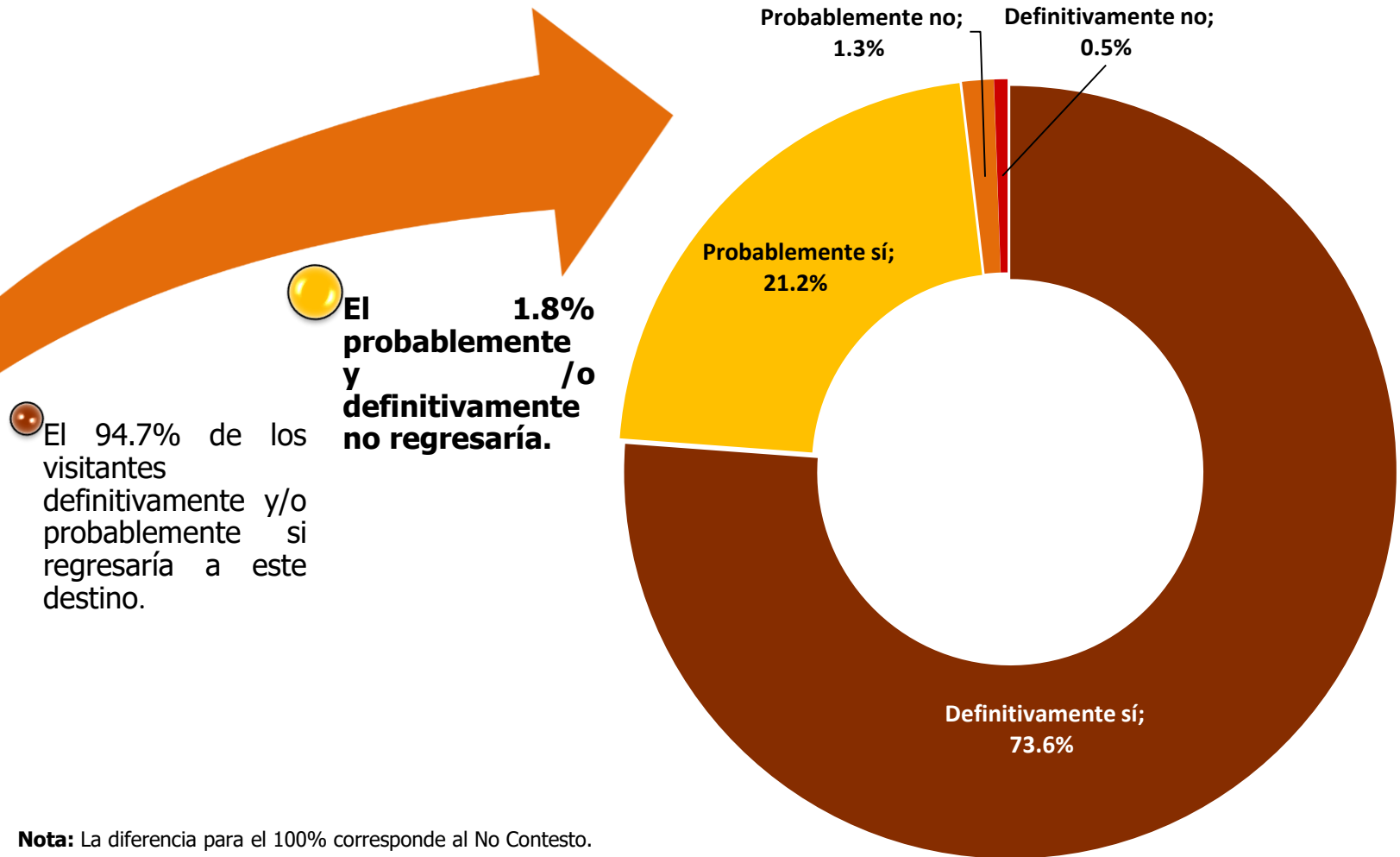


## Gastronomía típica del destino

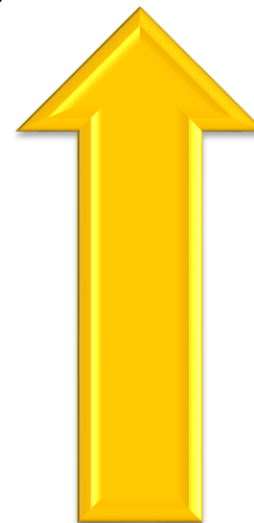
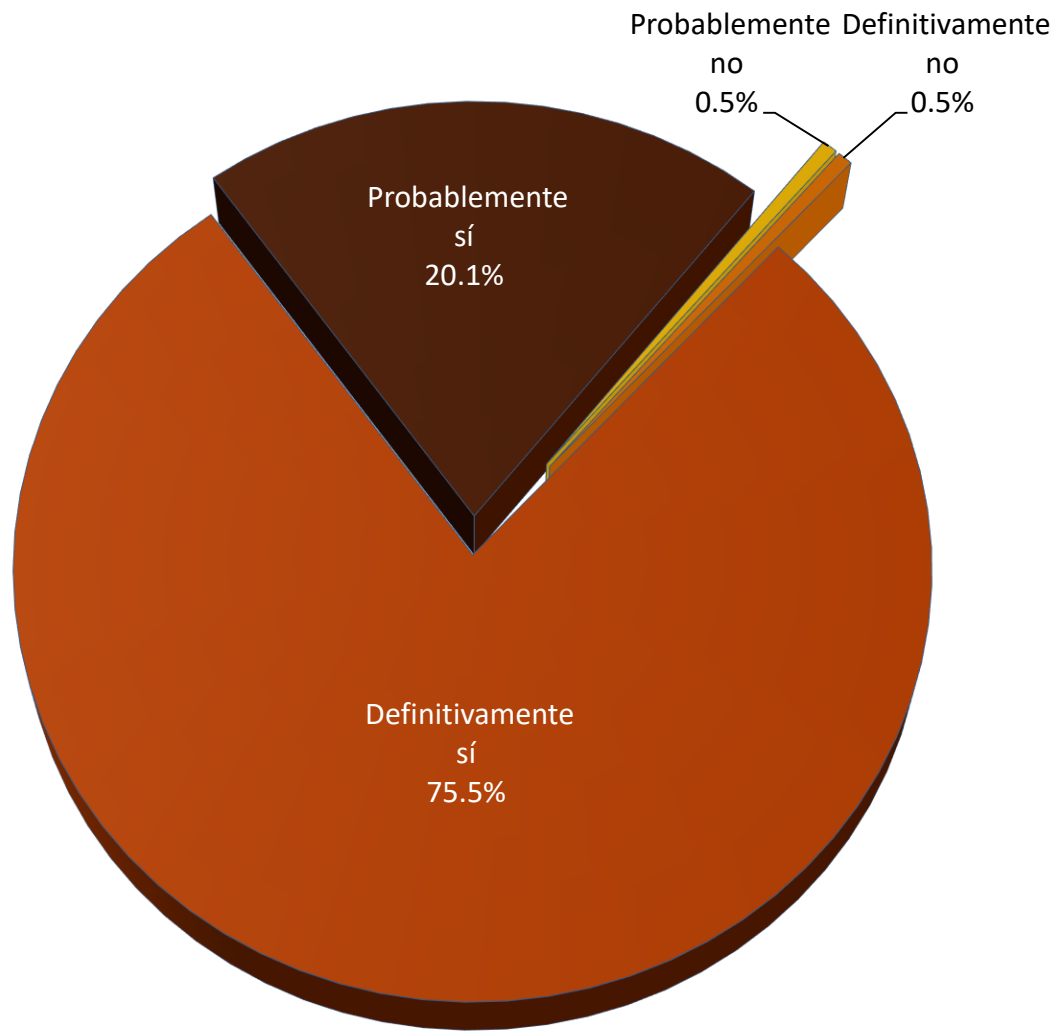


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

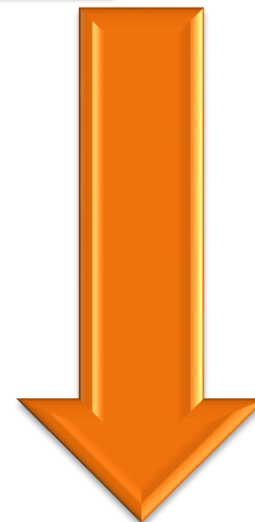
# Opinión de Regresar a este destino



# Opinión de Recomendar a este destino



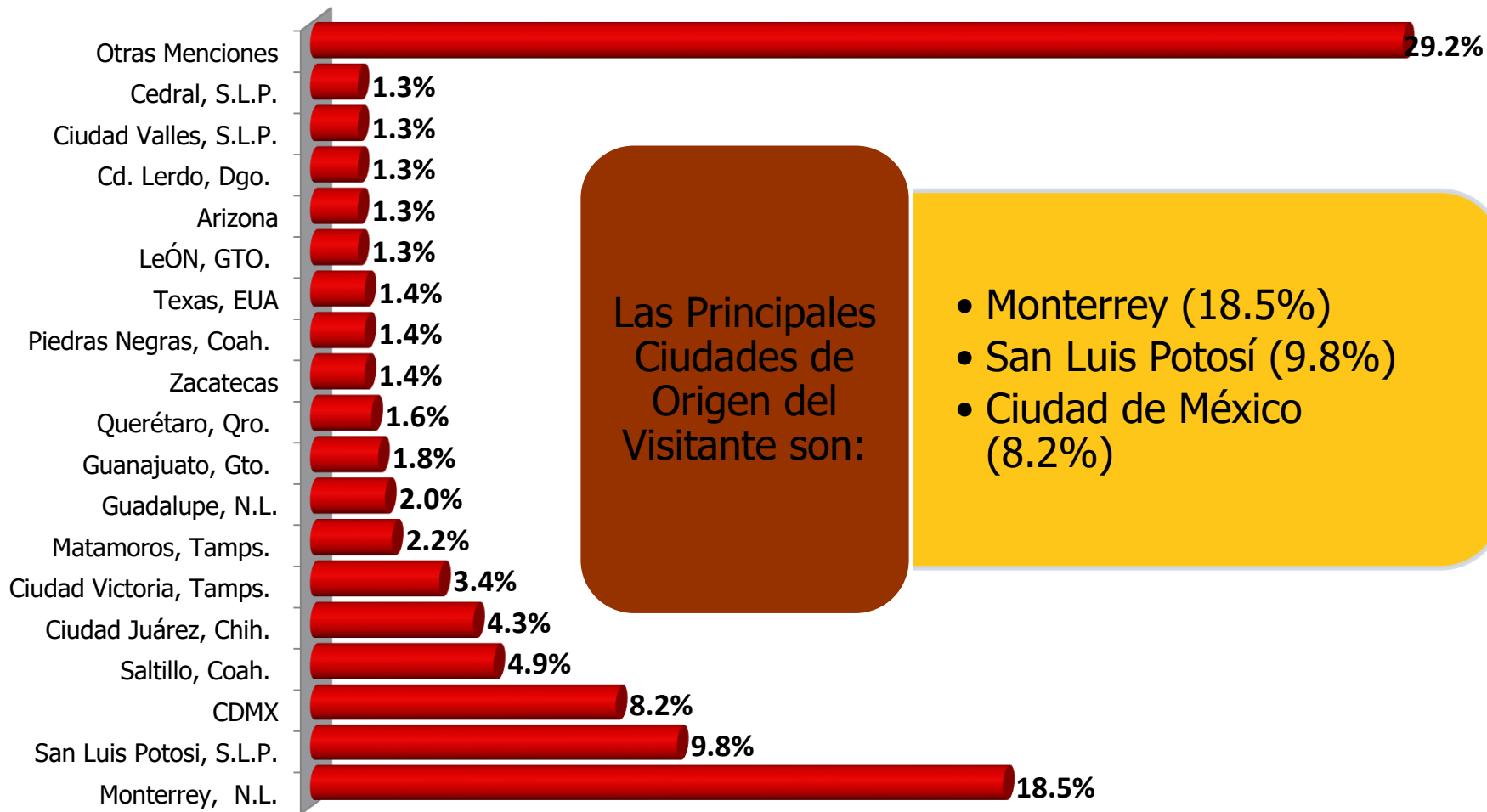
**El 95.7% de los visitantes definitivamente si recomendaría el destino.**



El 1.0% probablemente No recomendaría el destino.

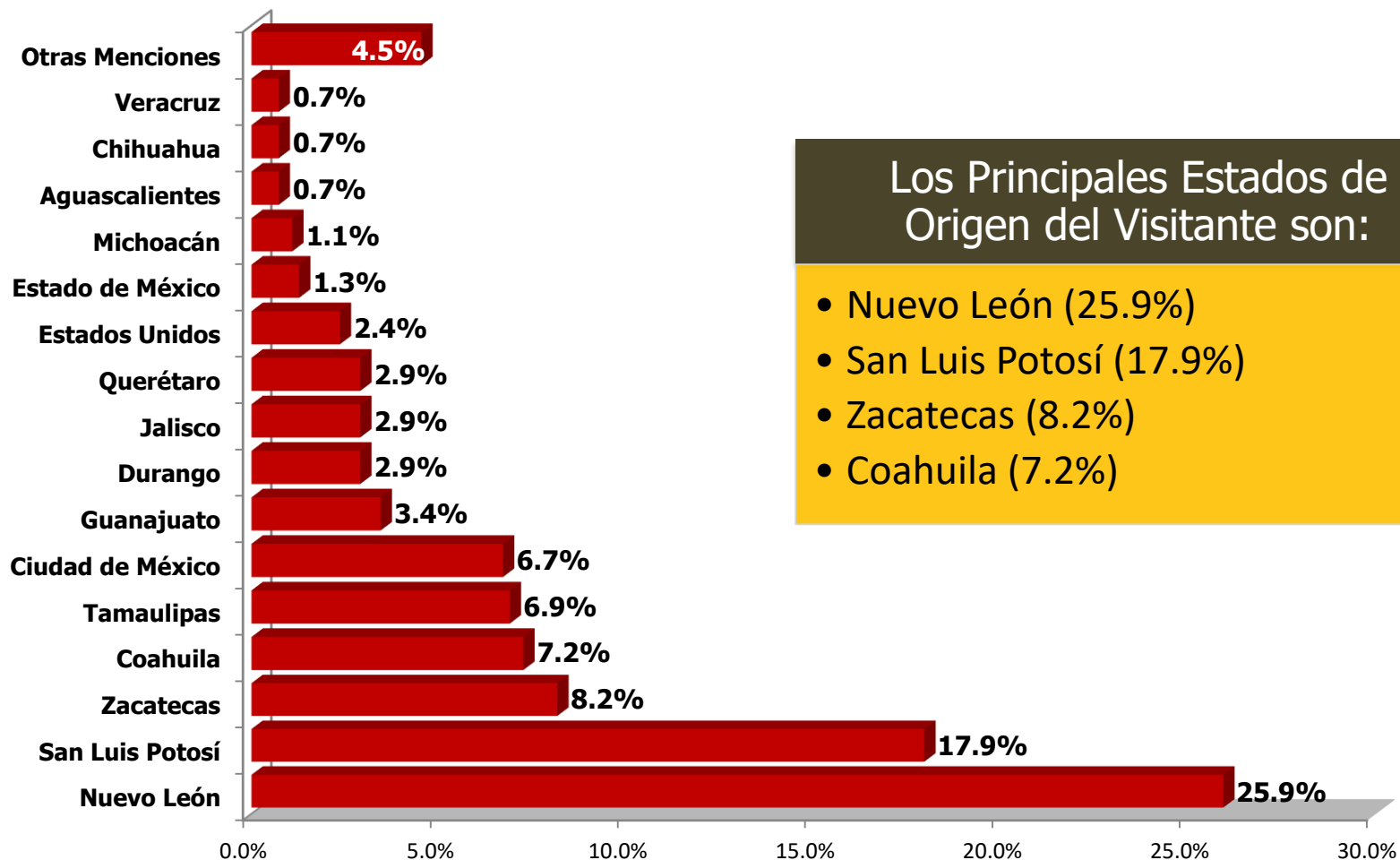
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Principales Ciudades de Origen del Visitante



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

# Principales Estados de Origen del Visitante

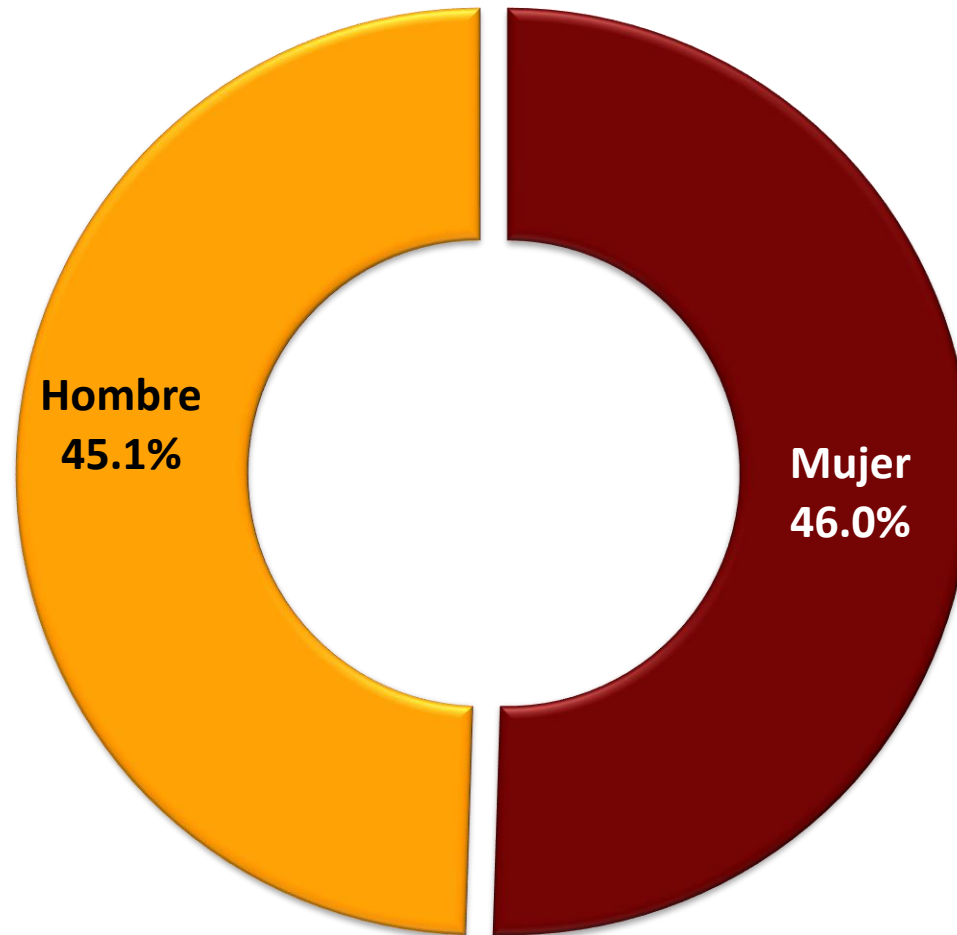


Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

- Nuevo León (25.9%)
- San Luis Potosí (17.9%)
- Zacatecas (8.2%)
- Coahuila (7.2%)

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

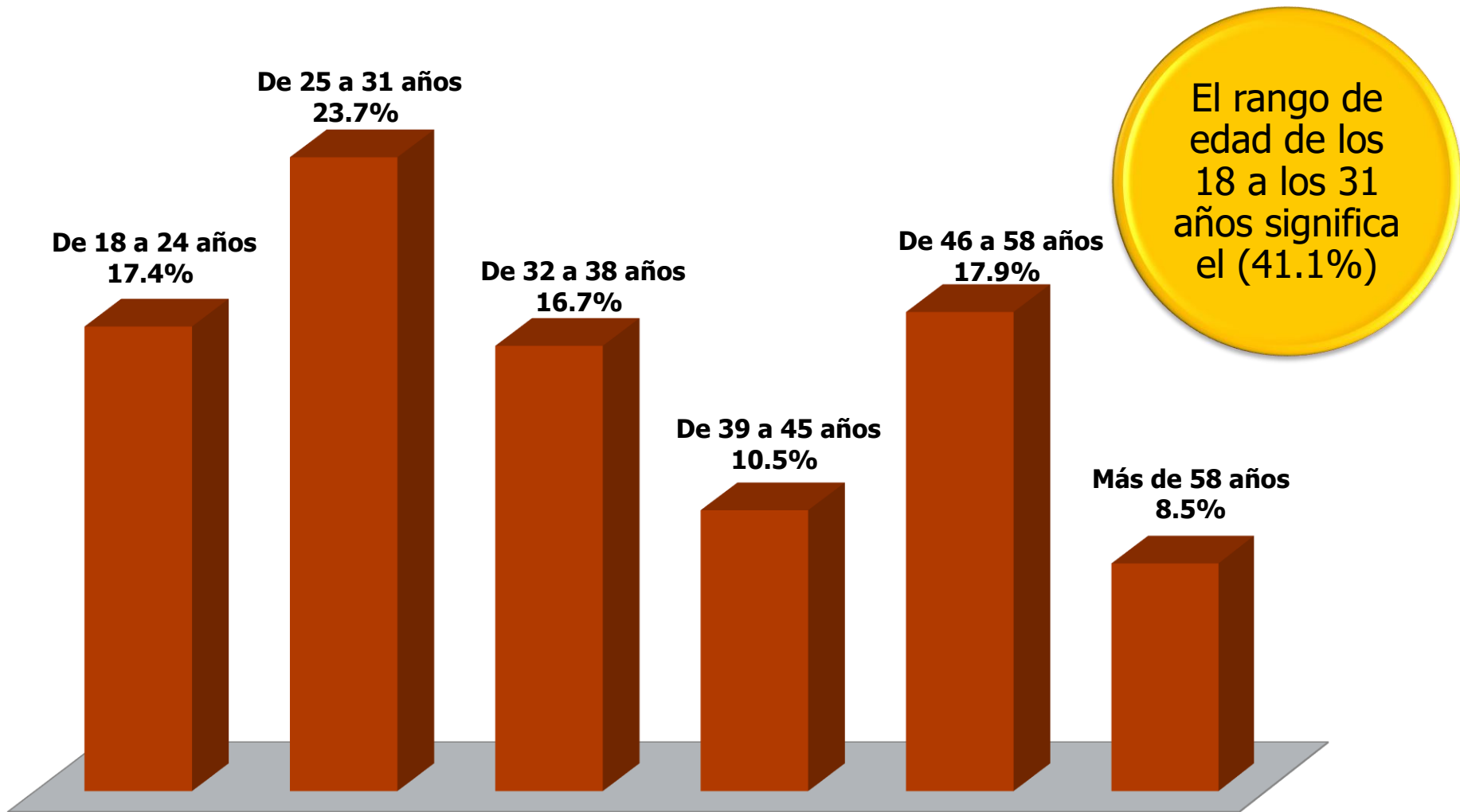
# Sexo del Visitante a la Región



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



# Rango de Edad de los Visitantes

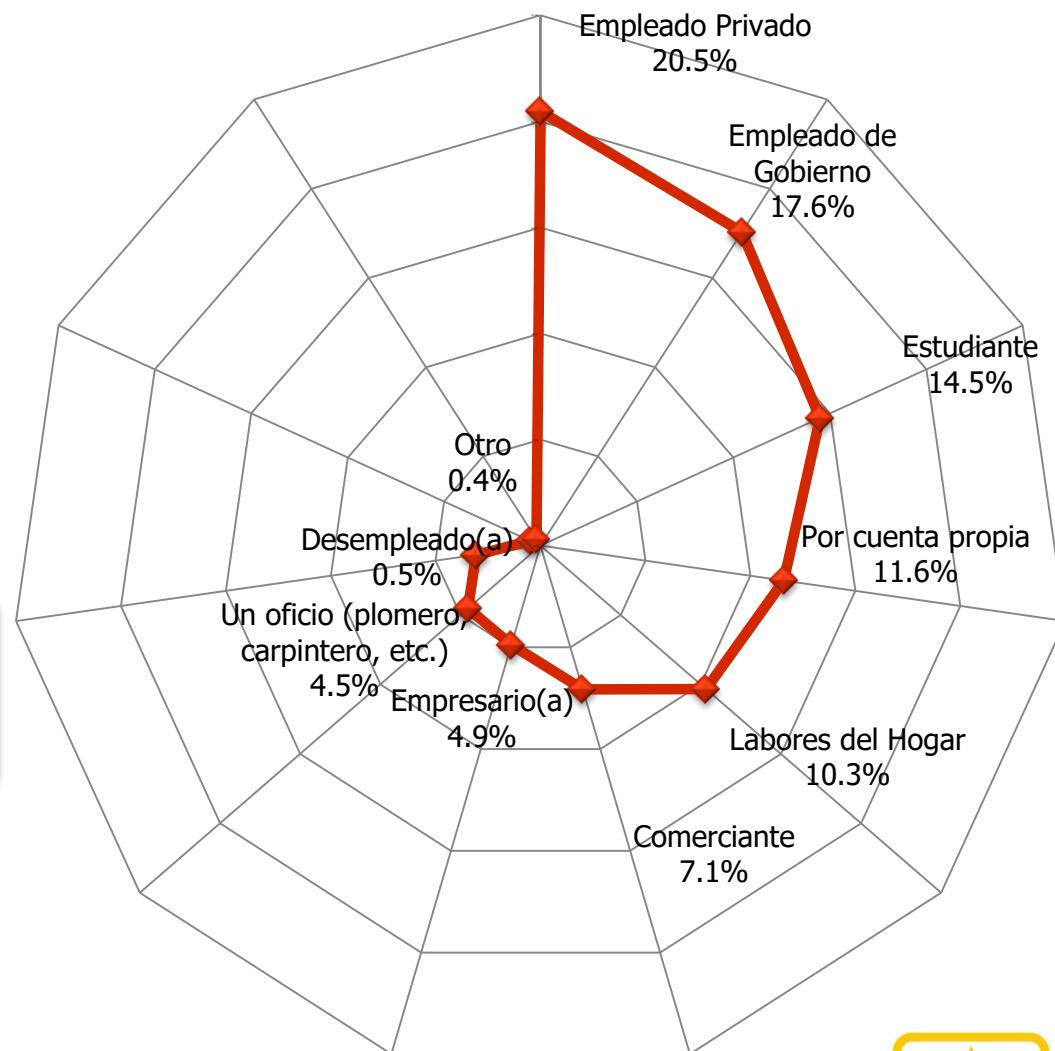


# Ocupación del Visitante a San Luis Potosí

Una importante parte de los visitantes son empleados privados (20.5%)

Otro segmento importante (17.6%) son empleados de gobierno y el 14.5% son estudiantes.

El 11.6% laboran por cuenta propia.





SAN LUIS POTOSÍ



*Tu destino...*



# Perfil del Visitante Región Altiplano Semana Santa 2019

## Resultados con Perspectiva de Género

# Resultados con Perspectiva de Género

## Lugar de Encuesta

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Charcas	4.9%	3.3%	0.9%	<b>9.1%</b>
Guadalcazar	4.0%	3.6%	1.4%	<b>9.1%</b>
Matehuala	9.8%	15.0%	2.4%	<b>27.2%</b>
Real de Catorce	20.3%	13.6%	2.5%	<b>36.4%</b>
Venado	3.8%	4.2%	1.3%	<b>9.2%</b>
Villa de la Paz	3.3%	5.4%	0.4%	<b>9.1%</b>
No contestó	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	17.4%	15.6%	4.0%	<b>37.0%</b>
Una vez al año	12.7%	14.3%	1.8%	<b>28.8%</b>
Dos veces al año	7.6%	6.7%	1.6%	<b>15.9%</b>
Tres o más veces al año	8.0%	8.3%	1.3%	<b>17.6%</b>
No contesto	0.4%	0.2%	0.2%	<b>0.7%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguna	10.5%	6.9%	1.1%	<b>18.5%</b>
Una noche	10.9%	9.8%	2.7%	<b>23.4%</b>
Dos noches	8.7%	10.3%	0.9%	<b>19.9%</b>
Tres noches	4.5%	7.1%	1.3%	<b>12.9%</b>
Cuatro noches	2.4%	2.9%	1.1%	<b>6.3%</b>
Cinco noches	0.9%	0.9%	0.2%	<b>2.0%</b>
Seis noches	0.5%	0.7%	0.0%	<b>1.3%</b>
Siete noches	0.9%	1.1%	0.0%	<b>2.0%</b>
Ocho noches	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Diez noches	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Más de Diez noches	0.2%	0.7%	0.2%	<b>1.1%</b>
No contesto	6.2%	4.3%	1.4%	<b>12.0%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Lugar donde se esta hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	21.0%	25.7%	5.1%	<b>51.8%</b>
Familia / Amigos	10.7%	10.7%	1.6%	<b>23.0%</b>
Acampará	0.9%	1.6%	0.9%	<b>3.4%</b>
Vivienda Rentada	1.8%	1.3%	0.2%	<b>3.3%</b>
No contesto	11.6%	5.8%	1.1%	<b>18.5%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

Nombre Hotel donde Hospeda				
Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Roma ,Charcas	2.4%	2.0%	0.0%	<b>4.3%</b>
Hotel Mesón de la Abundancia ,Catorce	1.4%	2.4%	0.2%	<b>4.0%</b>
Las Palmas Midway Inn, Matehuala	1.4%	1.8%	0.4%	<b>3.6%</b>
Hotel Capri, Matehuala	1.1%	2.2%	0.0%	<b>3.3%</b>
Hotel Nuevo Paz, Villa de la Paz	0.4%	2.2%	0.2%	<b>2.7%</b>
Hotel Casino del Valle, Matehuala	0.7%	1.8%	0.2%	<b>2.7%</b>
Hotel El Real , Catorce	0.7%	1.4%	0.2%	<b>2.4%</b>
Hotel Posada Real, Matehuala	0.9%	1.1%	0.4%	<b>2.4%</b>
Hotel María Esther, Matehuala	0.5%	1.1%	0.2%	<b>1.8%</b>
Hotel Del Parque, Matehuala	0.4%	0.9%	0.0%	<b>1.3%</b>
Hotel La Hacienda, Venado	0.4%	0.5%	0.4%	<b>1.3%</b>
Mesón del Refugio, Catorce	0.4%	0.5%	0.2%	<b>1.1%</b>
Hotel Minería, Charcas	0.5%	0.2%	0.4%	<b>1.1%</b>
Hotel Real de Alamos, Catorce	0.5%	0.4%	0.0%	<b>0.9%</b>
Hotel Tony John, Charcas	0.7%	0.2%	0.0%	<b>0.9%</b>
Hotel Monterrey, Matehuala	0.2%	0.2%	0.4%	<b>0.7%</b>
Casa de Huéspedes La Providencia, Catorce	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Hotel Mina Real, Catorce	0.2%	0.4%	0.0%	<b>0.5%</b>
Hotel Quinta Puesta del Sol, Catorce	0.2%	0.4%	0.0%	<b>0.5%</b>
Hotel Gran Río, Venado	0.2%	0.2%	0.2%	<b>0.5%</b>
Hotel Corral del Conde I, Catorce	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Clave de Sol, Catorce	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel El Rincón Mágico, Catorce	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Ogarrío, Catorce	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Real de Alcázar, Guadalcázar	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 San Juan, Catorce	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel San Salvador, Venado	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
El Angel y El Corazón , Catorce	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Amor y Paz, Catorce	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Ruinas del Real, Catorce	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Brisa del Cielo, Catorce	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel El Malacate, Charcas	0.0%	0.0%	0.2%	<b>0.2%</b>
Hotel Casa Real, Matehuala	0.0%	0.0%	0.2%	<b>0.2%</b>
Hotel El Rincón del Pintor , Catorce	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Posada Estación Potrero, Catorce	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Del Valle, Salinas	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel La Purísima , Venado	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Rosas, Charcas	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
No contesto	29.9%	23.0%	5.4%	<b>58.3%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	3.8%	7.6%	0.9%	12.3%
Pareja	9.2%	10.3%	3.1%	22.6%
Familia	21.2%	18.3%	3.3%	42.8%
Amistades	5.6%	4.7%	0.7%	11.1%
Agrupación	5.3%	2.7%	0.5%	8.5%
No contesto	0.9%	1.4%	0.4%	2.7%
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Cuatro	4.5%	6.2%	1.3%	12.0%
Tres	3.4%	3.1%	0.7%	7.2%
Más de Diecisiete	4.7%	1.6%	0.4%	6.7%
Cinco	2.9%	2.7%	0.2%	5.8%
Seis	3.3%	2.0%	0.4%	5.6%
Dos	2.2%	1.3%	0.2%	3.6%
Uno	0.7%	0.9%	0.4%	2.0%
Ocho	1.1%	0.7%	0.2%	2.0%
Siete	0.7%	1.1%	0.2%	2.0%
Diez	1.1%	0.4%	0.4%	1.8%
Nueve	1.1%	0.7%	0.0%	1.8%
Doce	0.2%	0.7%	0.2%	1.1%
Once	0.2%	0.4%	0.0%	0.5%
Catorce	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Quince	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
No contesto	19.4%	23.4%	4.5%	47.3%
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	26.1%	30.4%	5.1%	61.6%
Autobús de línea	10.7%	7.2%	1.3%	19.2%
Autobús rentado	6.2%	3.6%	0.9%	10.7%
Avión	0.0%	0.4%	0.2%	0.5%
No contestó	3.1%	3.4%	1.4%	8.0%
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
400 a 500 pesos	7.8%	9.4%	1.3%	<b>18.5%</b>
501 a 600 pesos	1.8%	2.7%	0.4%	<b>4.9%</b>
601 a 800 pesos	2.7%	4.3%	0.4%	<b>7.4%</b>
801 a 990 pesos	1.8%	2.2%	0.9%	<b>4.9%</b>
Más de 1,000 pesos	6.0%	7.6%	2.2%	<b>15.8%</b>
No contesto	25.9%	18.8%	3.8%	<b>48.6%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	12.3%	13.0%	1.3%	<b>26.6%</b>
De 301 a 400 pesos	4.9%	6.0%	0.7%	<b>11.6%</b>
De 451 a 500 pesos	4.3%	2.7%	1.3%	<b>8.3%</b>
De 401 a 500 pesos	3.3%	1.8%	0.5%	<b>5.6%</b>
Más de 600 pesos	4.5%	5.3%	1.3%	<b>11.1%</b>
No contesto	16.7%	16.3%	3.8%	<b>36.8%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	17.4%	15.0%	3.4%	<b>35.9%</b>
De 301 a 400 pesos	4.9%	8.3%	0.7%	<b>13.9%</b>
De 451 a 500 pesos	4.7%	4.2%	1.1%	<b>10.0%</b>
De 401 a 500 pesos	3.4%	3.1%	0.0%	<b>6.5%</b>
Más de 600 pesos	3.4%	4.7%	1.6%	<b>9.8%</b>
No contesto	12.1%	9.8%	2.0%	<b>23.9%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	12.5%	11.6%	1.3%	<b>25.4%</b>
De 301 a 400 pesos	5.3%	4.7%	0.9%	<b>10.9%</b>
De 451 a 500 pesos	3.4%	2.9%	1.4%	<b>7.8%</b>
De 401 a 500 pesos	2.5%	1.3%	0.5%	<b>4.3%</b>
Más de 600 pesos	1.6%	2.9%	0.2%	<b>4.7%</b>
No contesto	20.7%	21.7%	4.5%	<b>46.9%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	6.9%	6.9%	1.1%	<b>14.9%</b>
De 301 a 400 pesos	2.7%	2.2%	0.4%	<b>5.3%</b>
De 451 a 500 pesos	1.4%	1.4%	0.4%	<b>3.3%</b>
De 401 a 500 pesos	0.9%	1.3%	0.4%	<b>2.5%</b>
Más de 600 pesos	0.7%	1.1%	0.5%	<b>2.4%</b>
No contesto	33.3%	32.2%	6.2%	<b>71.7%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	6.3%	6.3%	1.1%	<b>13.8%</b>
De 301 a 400 pesos	1.4%	3.3%	0.7%	<b>5.4%</b>
De 451 a 500 pesos	2.2%	3.1%	0.5%	<b>5.8%</b>
De 401 a 500 pesos	2.7%	2.5%	0.7%	<b>6.0%</b>
Más de 600 pesos	8.2%	8.2%	1.6%	<b>17.9%</b>
No contesto	25.2%	21.7%	4.2%	<b>51.1%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Cultural	5.0%	5.0%	1.1%	<b>11.2%</b>
Visita a familiares	3.4%	4.1%	0.8%	<b>8.3%</b>
Descanso/Vacaciones	3.4%	3.3%	0.5%	<b>7.2%</b>
Turismo de Aventura	3.5%	2.4%	0.2%	<b>6.1%</b>
Religioso	2.9%	2.8%	0.2%	<b>5.9%</b>
Negocios	0.4%	1.4%	0.2%	<b>2.0%</b>
Tradición	1.0%	0.8%	0.1%	<b>1.9%</b>
Ecoturismo	0.8%	0.5%	0.1%	<b>1.4%</b>
Deportivo	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.2%</b>
Gastronómico	0.4%	0.4%	0.3%	<b>1.1%</b>
Compra de Artesanías	0.2%	0.4%	0.1%	<b>0.7%</b>
Salud	0.3%	0.2%	0.1%	<b>0.6%</b>
No Contestó	24.3%	23.0%	5.1%	<b>52.4%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguno	2.1%	2.4%	0.9%	<b>5.3%</b>
Zacatecas, Zac.	1.6%	1.4%	0.3%	<b>3.4%</b>
Guanajuato, Gto.	1.3%	1.4%	0.3%	<b>2.9%</b>
Real de Catorce, S.L.P.	0.8%	0.8%	0.1%	<b>1.7%</b>
Parras de la Fuente, Chih.	0.9%	0.5%	0.2%	<b>1.5%</b>
San Miguel de Allende, Gto.	0.5%	0.6%	0.1%	<b>1.3%</b>
Venado, S.L.P.	0.5%	0.7%	0.1%	<b>1.3%</b>
San Juan de los Lagos, Jal.	0.7%	0.4%	0.0%	<b>1.1%</b>
Peña de Bernal, Oro.	0.5%	0.4%	0.3%	<b>1.1%</b>
Cerro de San Pedro, S.L.P.	0.5%	0.4%	0.1%	<b>1.0%</b>
Rioverde, S.L.P.	0.4%	0.5%	0.1%	<b>0.9%</b>
San Luis Potosí, S.L.P.	0.4%	0.4%	0.1%	<b>0.8%</b>
Coahuila	0.1%	0.5%	0.0%	<b>0.6%</b>
Doctor Arroyo, n.l.	0.2%	0.4%	0.1%	<b>0.6%</b>
Ciudad Valles, S.L.P.	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.5%</b>
Villa de García, N.L.	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.5%</b>
Charcas, S.L.P.	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Cedral, S.L.P.	0.2%	0.2%	0.1%	<b>0.5%</b>
Querétaro, Oro.	0.1%	0.3%	0.0%	<b>0.4%</b>
San Juan de Vanegas, S.L.P.	0.3%	0.1%	0.0%	<b>0.4%</b>
Cedral, S.L.P.	0.3%	0.1%	0.0%	<b>0.4%</b>
Fresnillo, Zac.	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Ciudad Mier, N.L.	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Rayón, S.L.P.	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Tequiquispan, Oro.	0.2%	0.1%	0.0%	<b>0.3%</b>
Morelia, Mich.	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Pinos, Zac.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Villanueva, Zac.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Lerdo, Dgo.	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Tamasopo, S.L.P.	0.0%	0.0%	0.2%	<b>0.2%</b>
Guadalcázar, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Mexquitic de Carmona, S.L.P.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Saltillo, Coah.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
CDMX	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Plateros, Zac.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
San Felipe, Gto.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Sobrerete, Zac.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Santiago, Oro.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Santiago, N.L.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Mineral de Pozos, Oro.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Realejo, S.L.P.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Moctezuma, S.L.P.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
No Contesto	32.4%	31.6%	6.1%	<b>70.1%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Recuerda Publicidad del Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Sí	27.9%	26.3%	4.3%	<b>58.5%</b>
No	17.9%	18.5%	4.3%	<b>40.8%</b>
No contesto	0.2%	0.4%	0.2%	<b>0.7%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio en que recuerda la publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	8.2%	9.6%	1.3%	<b>19.0%</b>
Facebook	7.2%	5.6%	0.5%	<b>13.4%</b>
Familiares o amigos	4.5%	2.4%	1.1%	<b>8.0%</b>
Folleto	2.5%	3.6%	0.4%	<b>6.5%</b>
Televisión	2.2%	2.0%	0.5%	<b>4.7%</b>
Espectaculares	1.1%	1.8%	0.5%	<b>3.4%</b>
Periódico	0.4%	0.9%	0.0%	<b>1.3%</b>
Twitter	0.9%	0.0%	0.2%	<b>1.1%</b>
Revista	0.5%	0.4%	0.0%	<b>0.9%</b>
You Tube	0.5%	0.4%	0.0%	<b>0.9%</b>
Instagram	0.4%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
No contesto	17.6%	18.3%	4.3%	<b>40.2%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	34.8%	35.0%	3.8%	<b>73.6%</b>
Probablemente sí	10.0%	9.2%	2.0%	<b>21.2%</b>
Probablemente no	0.7%	0.0%	0.5%	<b>1.3%</b>
Definitivamente no	0.2%	0.4%	0.0%	<b>0.5%</b>
No Contesto	0.4%	0.5%	2.5%	<b>3.4%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	36.8%	35.0%	3.8%	<b>75.5%</b>
Probablemente sí	8.7%	9.4%	2.0%	<b>20.1%</b>
Probablemente no	0.0%	0.0%	0.5%	<b>0.5%</b>
Definitivamente no	0.2%	0.4%	0.0%	<b>0.5%</b>
No Contesto	0.4%	0.4%	2.5%	<b>3.3%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Monterrey, N.L.	9.6%	7.1%	1.8%	18.5%
San Luis Potosí, S.L.P.	4.9%	4.2%	0.7%	9.8%
CDMX	3.3%	4.3%	0.5%	8.2%
Saltillo, Coah.	2.5%	2.4%	0.0%	4.9%
Ciudad Juárez, Chih.	2.2%	2.2%	0.0%	4.3%
Ciudad Victoria, Tamps.	1.4%	1.8%	0.2%	3.4%
Matamoros, Tamps.	0.7%	0.9%	0.5%	2.2%
Guadalupe, N.L.	1.4%	0.5%	0.0%	2.0%
Guanajuato, Gto.	0.9%	0.7%	0.2%	1.8%
Querétaro, Qro.	0.4%	1.3%	0.0%	1.6%
Zacatecas	0.4%	0.7%	0.4%	1.4%
Piedras Negras, Coah.	0.9%	0.5%	0.0%	1.4%
Texas, EUA	0.5%	0.9%	0.0%	1.4%
León, GTO.	0.7%	0.4%	0.2%	1.3%
Arizona	0.9%	0.4%	0.0%	1.3%
Cd. Lerdo, Dgo.	1.1%	0.2%	0.0%	1.3%
Ciudad Valles, S.L.P.	1.1%	0.2%	0.0%	1.3%
Cedral, S.L.P.	0.5%	0.5%	0.2%	1.3%
Tula, Hgo.	0.5%	0.4%	0.2%	1.1%
Tamazula, Dgo.	0.4%	0.7%	0.0%	1.1%
Tampico, Tamps.	0.7%	0.4%	0.0%	1.1%
Guadalajara, Jal.	0.4%	0.4%	0.2%	0.9%
Jeréz, Zac.	0.2%	0.7%	0.0%	0.9%
San Cristóbal, Chis.	0.4%	0.5%	0.0%	0.9%
Sevilla, Esp.	0.2%	0.7%	0.0%	0.9%
Torreón, Coah.,	0.4%	0.4%	0.0%	0.7%
Mexicali, BC	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Nuevo Laredo, Tamps.	0.2%	0.5%	0.0%	0.7%
Rioverde, S.L.P.	0.2%	0.5%	0.0%	0.7%
Laredo, Tx.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Guadalcázar, S.L.P.	0.2%	0.4%	0.0%	0.5%
Gainsville, Tx.	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%
Villa de Cos, Zac.	0.5%	0.0%	0.0%	0.5%
Ciudad Juárez, Chih.	0.2%	0.4%	0.0%	0.5%
Chihuahua	0.4%	0.2%	0.0%	0.5%
San Nicolás de los Garza, N.L.	0.2%	0.4%	0.0%	0.5%
Matehuala, S.L.P.	0.2%	0.4%	0.0%	0.5%
Vanegas, S.L.P.	0.5%	0.0%	0.0%	0.5%
Arandas, Jal.	0.4%	0.0%	0.2%	0.5%
Camargo, Son.	0.5%	0.0%	0.0%	0.5%
Salvado	0.0%	0.4%	0.2%	0.5%
Real de Catorce, S.L.P.	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
Salamanca, Gto.	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
Veracruz, Ver.	0.2%	0.0%	0.2%	0.4%
Mineral de Pozos, Gto.	0.2%	0.0%	0.2%	0.4%
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Santa Rosalía, B.C.	0.0%	0.2%	0.2%	0.4%
Santa Catarina, N.L.	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
Linares, N.L.	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Silao, Gto.	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Charcas, S.L.P.	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
Morelia, Mich.	0.0%	0.2%	0.2%	0.4%
Tabasco	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Durango	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
Colima	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
Puebla	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Ciudad del Maíz, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.2%	0.4%
Chihuahua	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Tamuín, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Moctezuma, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Cedral, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Silao, Gto.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Celaya, gto.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Galeana, N.L.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Argentina	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Matamoros, Tamps.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Cd. Madero, Tamps.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Hidalgo	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Pachuca, Hgo.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Sonora	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Michoacán	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Puebla	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Morelos	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Mexicali, B.C.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Culiacán, Sin.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Oaxaca	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Colima	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Chicago, Ill.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Ciudad Victoria, Tamps.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Santiago	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Marín, Esp.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Monclova, Coah.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Tijuana, B.C.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Sonora	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Itsmo, Oax.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
El naranjo, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Matamoros, Tamps.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Barcelona, Esp.	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%
San Antonio, Texas	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Villa de la Paz, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
JeREZ, Zac.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Metepec, Edo. Mex.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Tepoztlán, Hgo	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Moctezuma, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Buenos Aires, Arg.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Reynosa, Tamps.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
No Contesto	0.2%	0.9%	2.4%	3.4%
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Nuevo León	13.2%	10.5%	2.2%	<b>25.9%</b>
San Luis Potosí	8.7%	8.2%	1.1%	<b>17.9%</b>
Zacatecas	4.2%	3.4%	0.5%	<b>8.2%</b>
Coahuila	4.2%	3.1%	0.0%	<b>7.2%</b>
Tamaulipas	3.6%	2.7%	0.5%	<b>6.9%</b>
Ciudad de México	3.3%	3.4%	0.0%	<b>6.7%</b>
Guanajuato	1.8%	1.3%	0.4%	<b>3.4%</b>
Durango	1.3%	1.3%	0.4%	<b>2.9%</b>
Jalisco	1.1%	1.1%	0.7%	<b>2.9%</b>
Querétaro	0.5%	2.4%	0.0%	<b>2.9%</b>
Estados Unidos	0.5%	1.8%	0.0%	<b>2.4%</b>
Estado de México	0.5%	0.7%	0.0%	<b>1.3%</b>
Michoacán	0.9%	0.2%	0.0%	<b>1.1%</b>
Aguascalientes	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Chihuahua	0.0%	0.5%	0.2%	<b>0.7%</b>
Veracruz	0.4%	0.2%	0.2%	<b>0.7%</b>
Baja California	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
Puebla	0.2%	0.4%	0.0%	<b>0.5%</b>
El Salvador	0.0%	0.4%	0.2%	<b>0.5%</b>
Colima	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hidalgo	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Morelos	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Oaxaca	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Sonora	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Argentina	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
España	0.0%	0.2%	0.2%	<b>0.4%</b>
Baja California Sur	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Sinaloa	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Tabasco	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
No contesto	0.2%	0.9%	2.4%	<b>3.4%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</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	10.3%	6.9%	0.2%	<b>17.4%</b>
De 25 a 31 años	10.1%	12.0%	1.6%	<b>23.7%</b>
De 32 a 38 años	7.4%	8.2%	1.1%	<b>16.7%</b>
De 39 a 45 años	4.2%	6.0%	0.4%	<b>10.5%</b>
De 46 a 58 años	10.1%	6.3%	1.4%	<b>17.9%</b>
Más de 58 años	3.6%	4.3%	0.5%	<b>8.5%</b>
No Contesto	0.2%	1.4%	3.6%	<b>5.3%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>

## Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Empleado Privado	7.2%	12.0%	1.3%	<b>20.5%</b>
Empleado de Gobierno	8.7%	8.2%	0.7%	<b>17.6%</b>
Estudiante	9.1%	5.3%	0.2%	<b>14.5%</b>
Por cuenta propia	4.5%	6.2%	0.9%	<b>11.6%</b>
Labores del Hogar	9.1%	0.5%	0.7%	<b>10.3%</b>
Comerciante	2.4%	3.8%	0.9%	<b>7.1%</b>
Empresario(a)	1.8%	2.9%	0.2%	<b>4.9%</b>
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	0.9%	3.4%	0.2%	<b>4.5%</b>
Retirado / Jubilado	1.4%	1.3%	0.4%	<b>3.1%</b>
Desempleado(a)	0.4%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Otro	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
No Contesto	0.5%	1.1%	3.4%	<b>5.1%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>8.9%</b>	<b>100.0%</b>



SAN LUIS POTOSÍ



*Tu destino...*



# Perfil del Visitante Región Altiplano Semana Santa 2019