



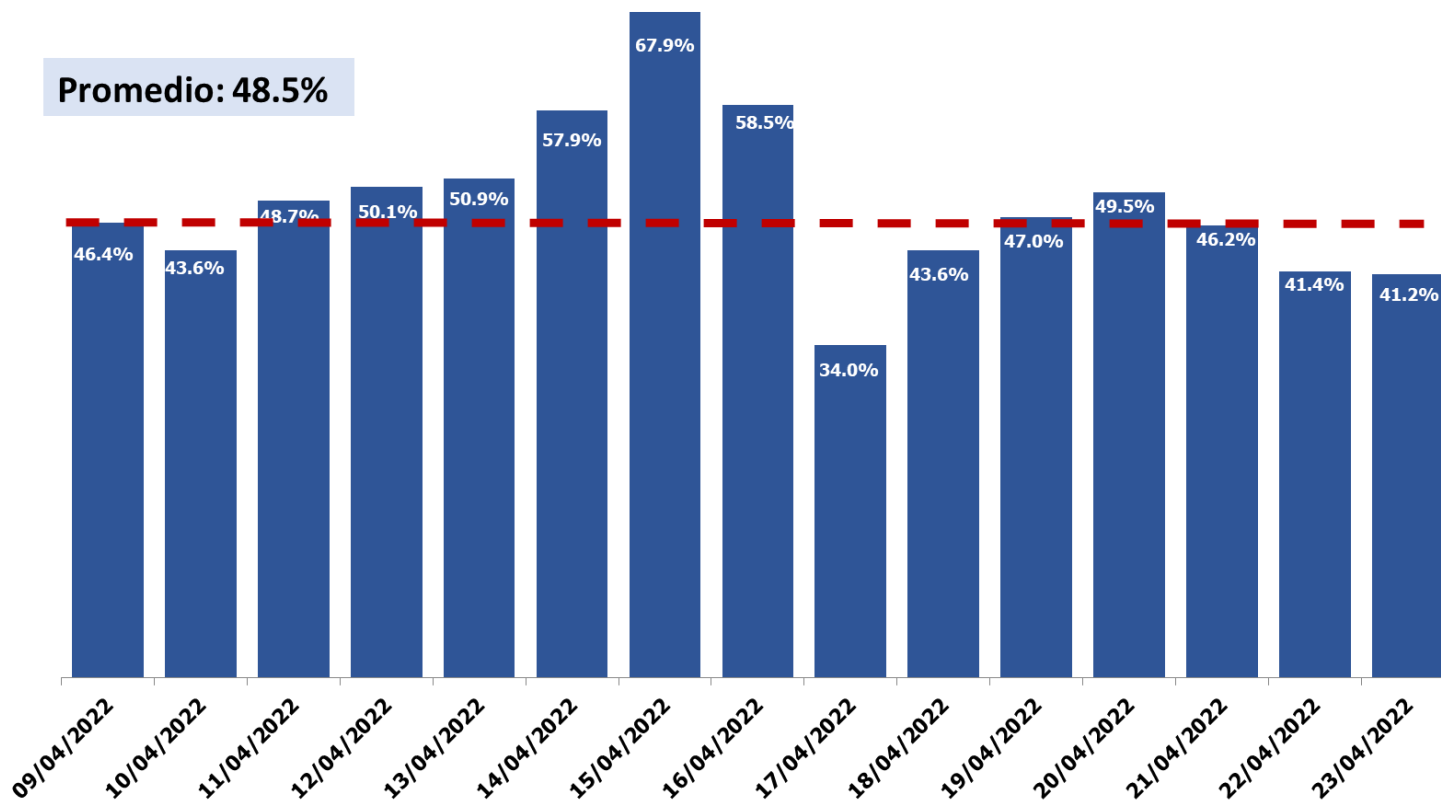
SAN LUIS  
POTOSÍ  
Surveglista



# Ocupación Hotelera Región Centro Semana Santa y Pascua 2022

# Ocupación Hotelera Semana Santa y Pascua

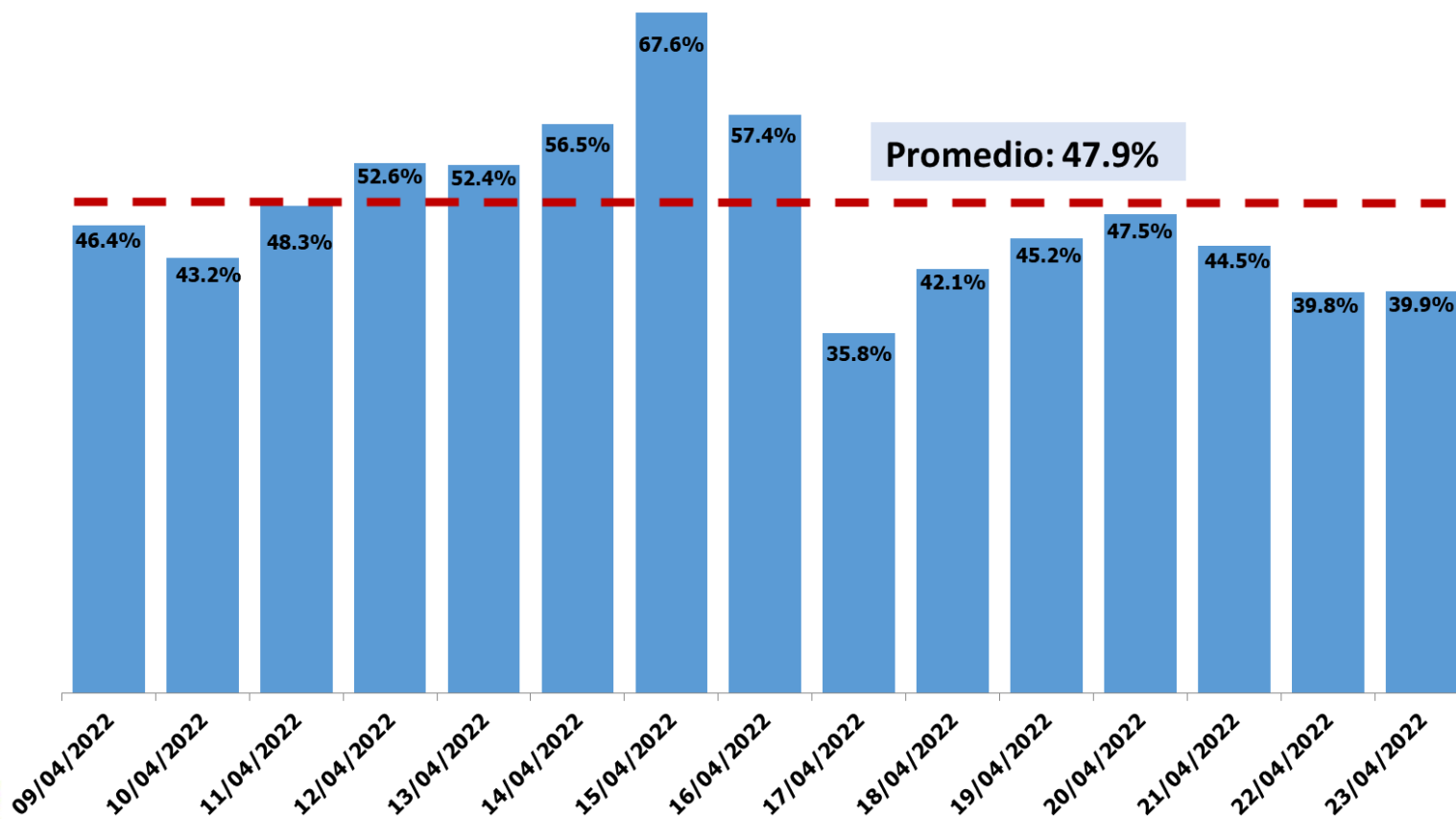
## Porcentaje de Ocupación Hotelera Oferta Categoría Turística Región Centro



Fuente: Secretaría de Turismo de San Luis Potosí. Cifras Preliminares.

# Ocupación Hotelera Semana Santa y Pascua

## Porcentaje de Ocupación Hotelera Oferta Categoría Turística Ciudad de San Luis Potosí



Fuente: Secretaría de Turismo de San Luis Potosí. Cifras Preliminares.



SAN LUIS  
POTOSÍ  
Surrealista



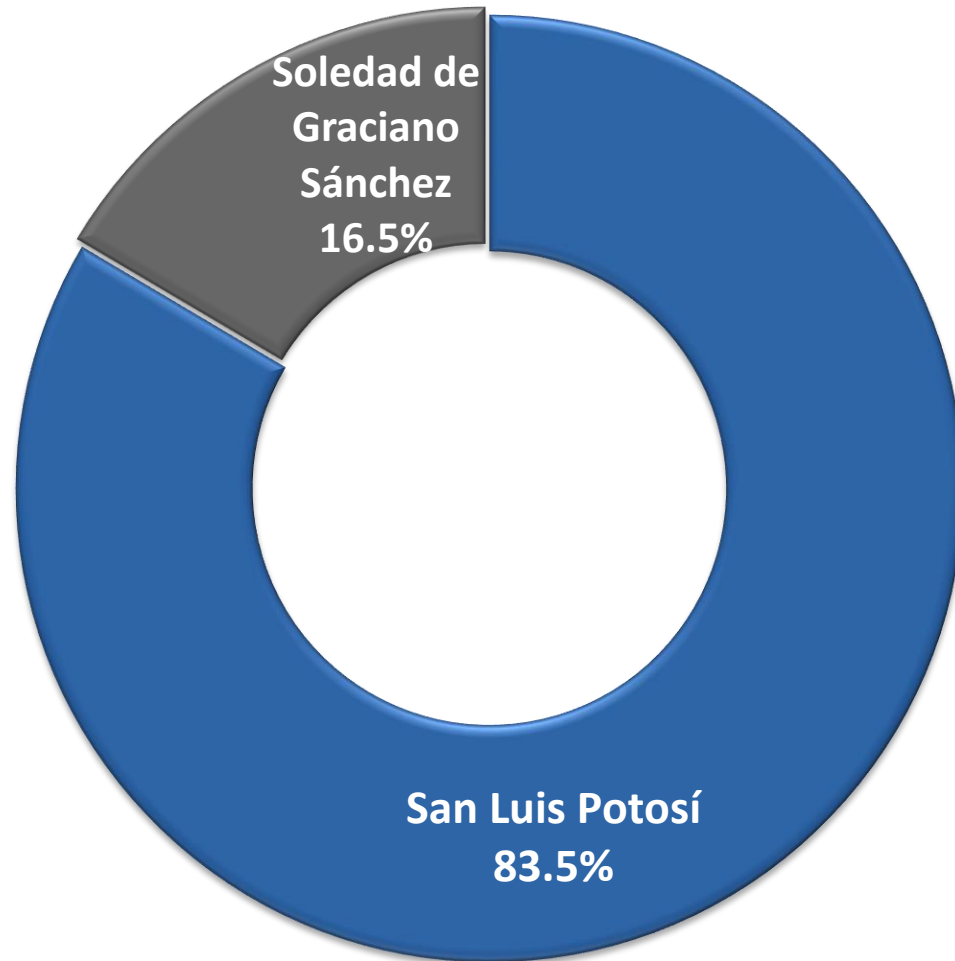
# Perfil del Visitante Región Centro Semana Santa 2022

Con el objeto de determinar el Perfil del Visitante y conocer la experiencia durante su estancia en la Región Centro, se llevó a cabo un levantamiento de 613 encuestas.

Las entrevistas se levantaron durante la Semana Santa y 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:

# Lugar de levantamiento



# Frecuencia de Visita a la Región

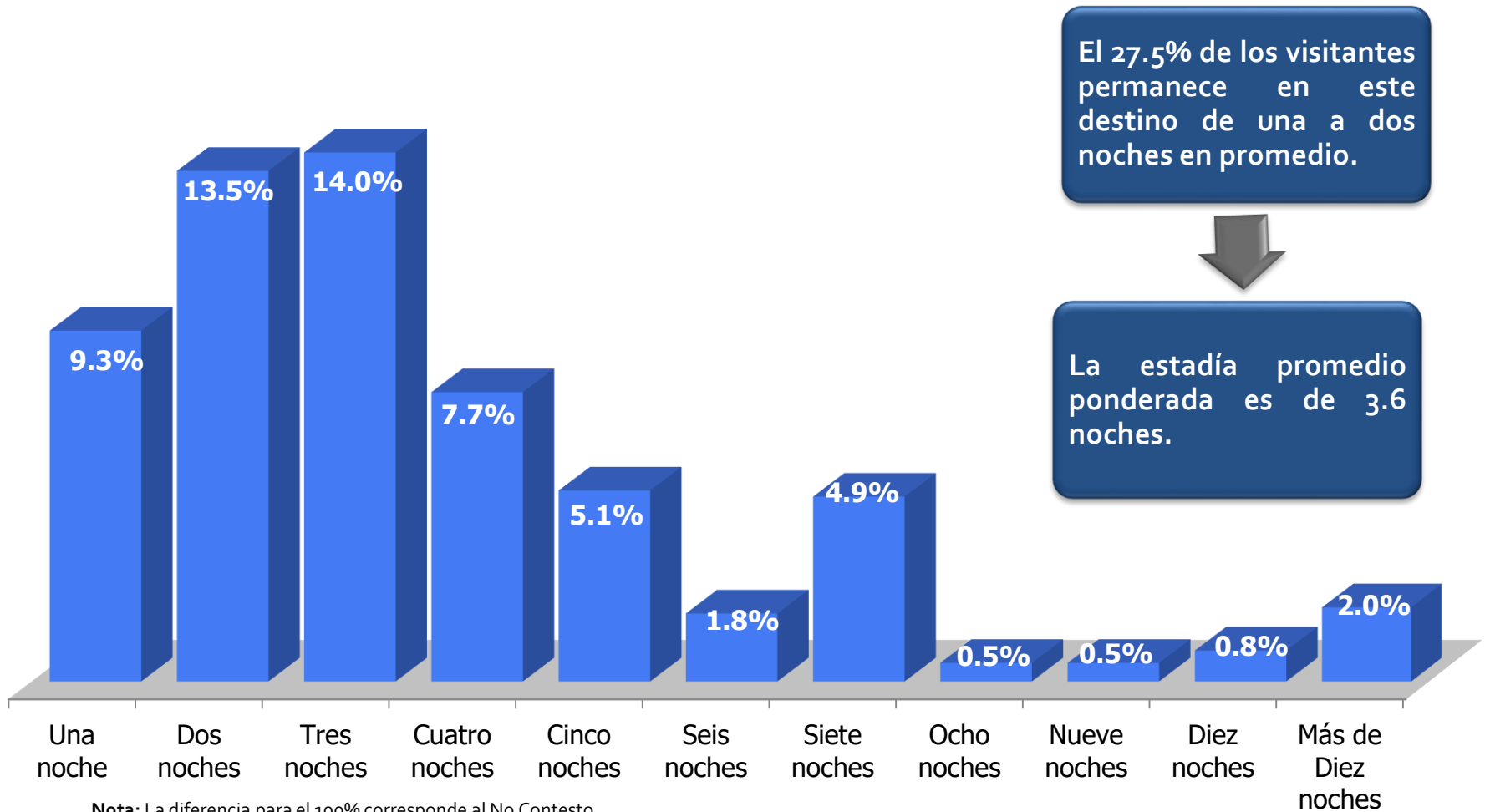
El 31.3% visita el municipio por primera vez

El turismo repetitivo representa el 58.6%



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

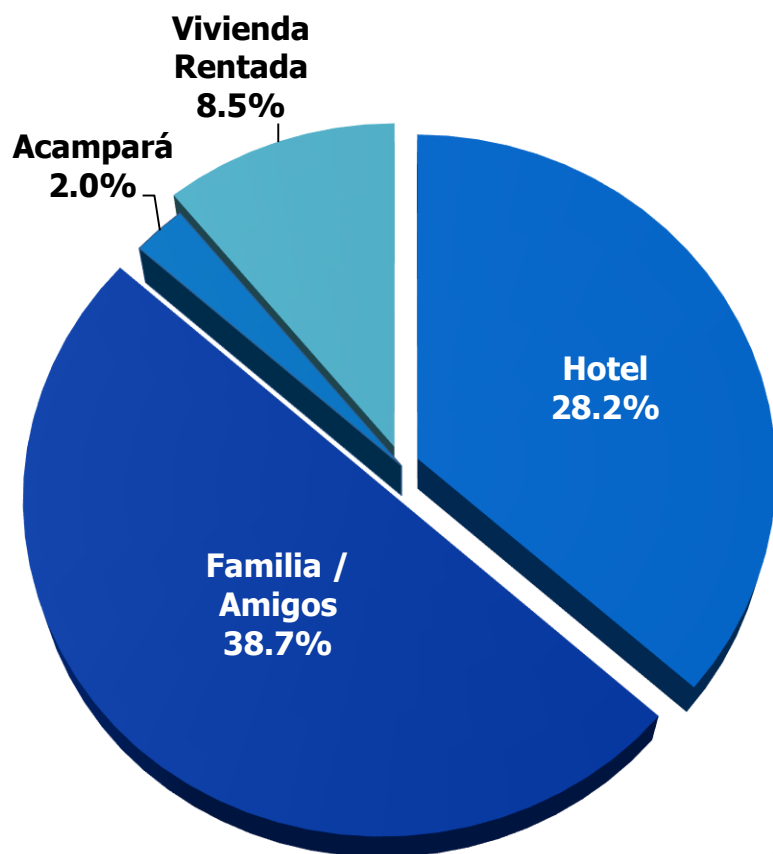
# Noches de Estadía



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



# Lugar de Hospedaje del Visitante

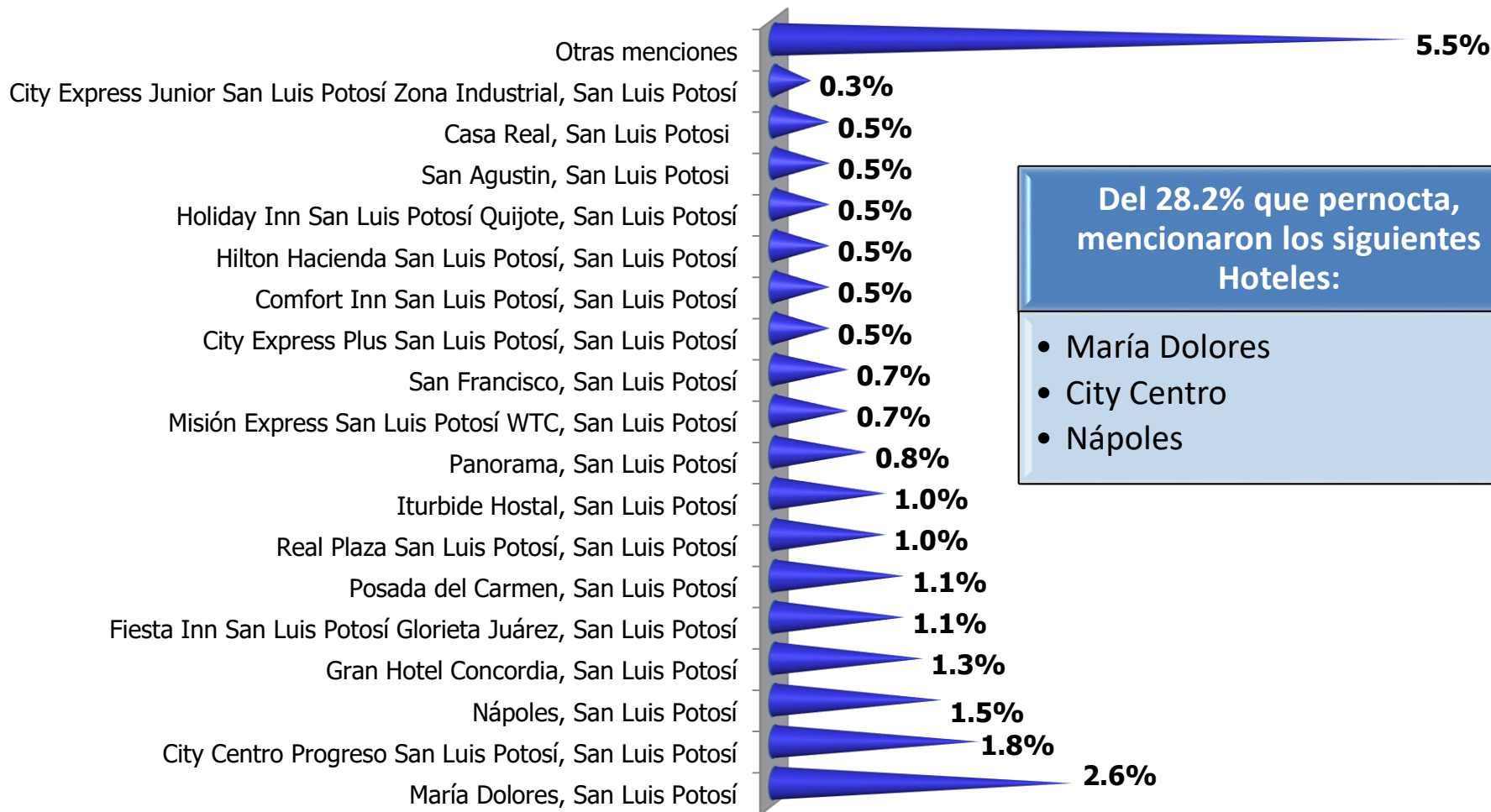


El 38.7% de los visitantes pernoctan en casas de familiares y amigos.

El 28.2% prefiere pernoctar en algún hotel del destino.

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

# Principales Hoteles de Pernocta del visitante



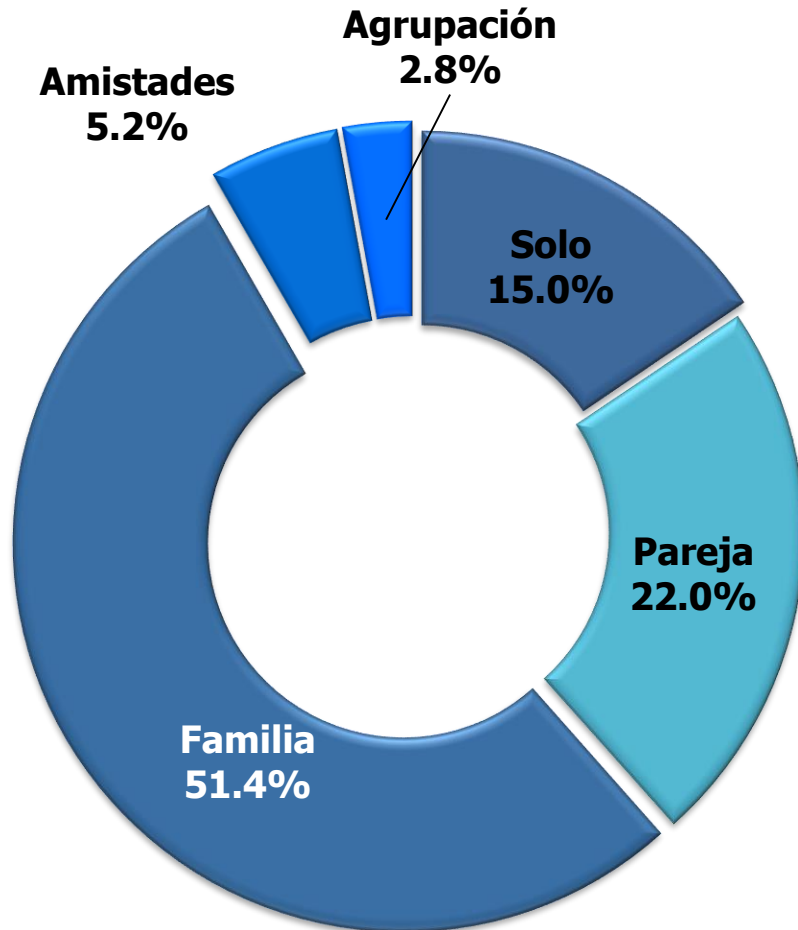
**Del 28.2% que pernocta, mencionaron los siguientes Hoteles:**

- María Dolores
- City Centro
- Nápoles

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



# Forma de Viajar del Visitante



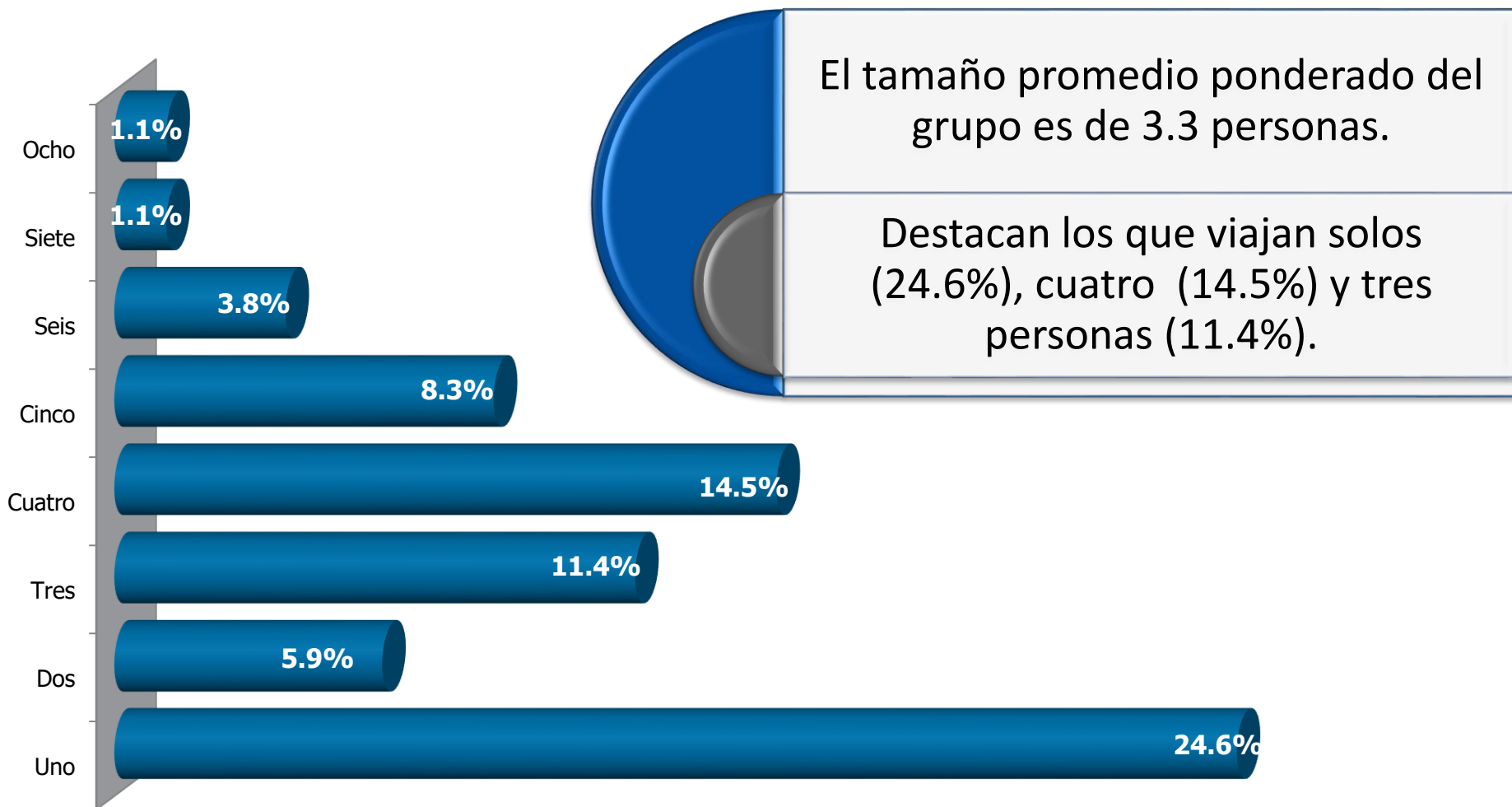
El 51.4% realiza este viaje con la familia.

El 22.0% viaja con su pareja.

15.0% realiza este viaje solo y el 5.2% realiza este viaje con amistades.

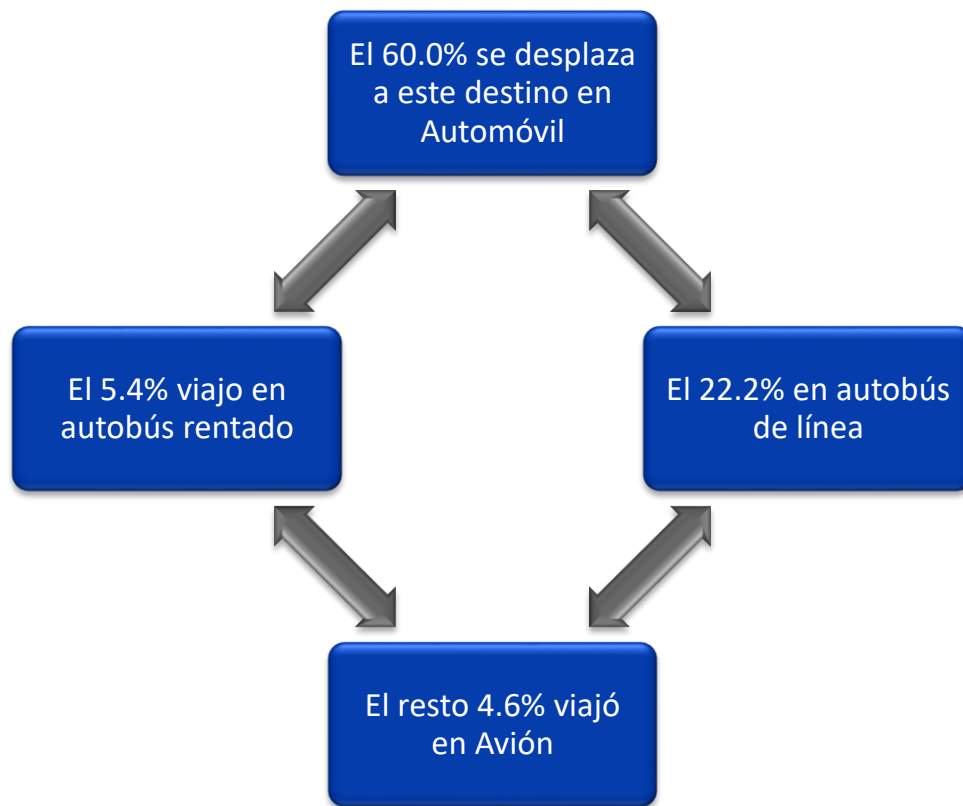
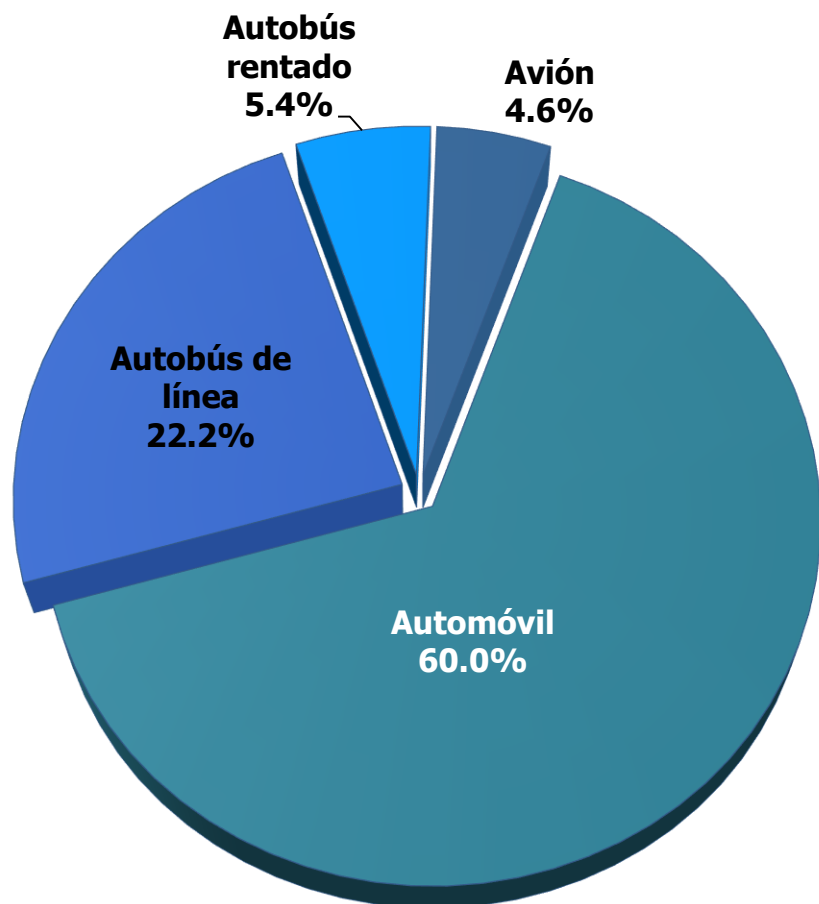
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Número de Acompañantes en su Visita



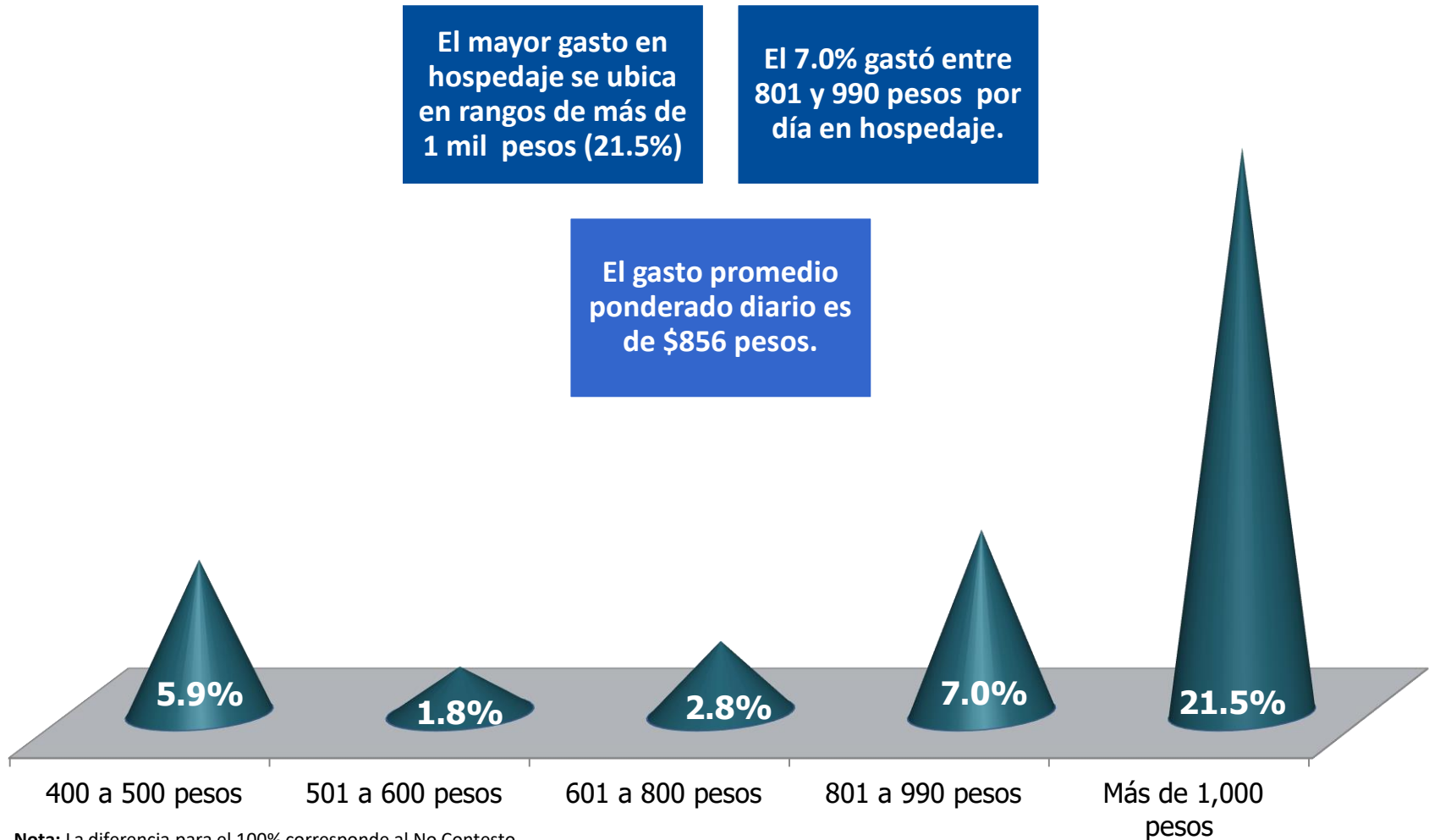
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Medio de Transporte Utilizado por el Visitante



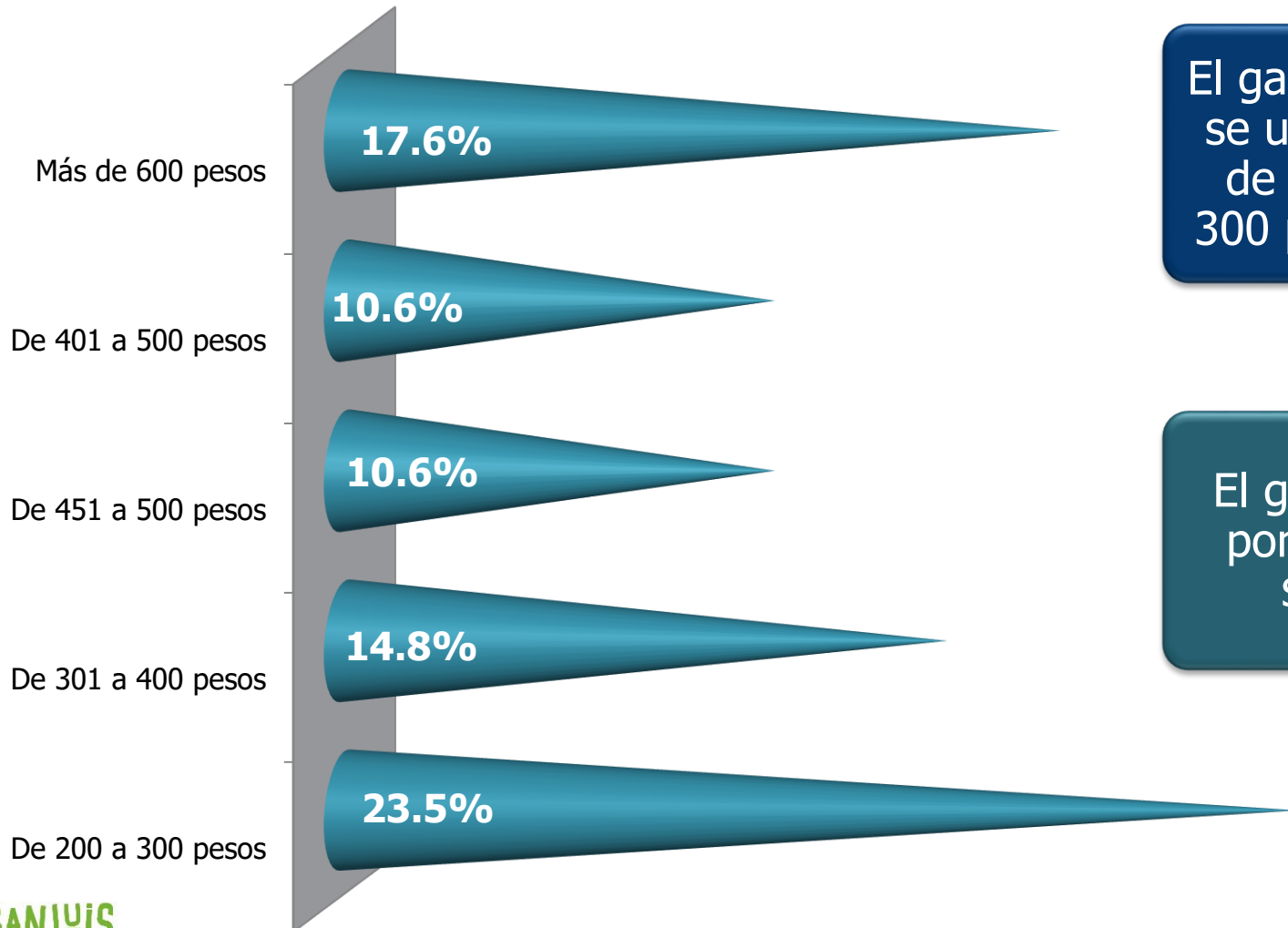
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio - Hospedaje



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

# Gasto Promedio - Compras



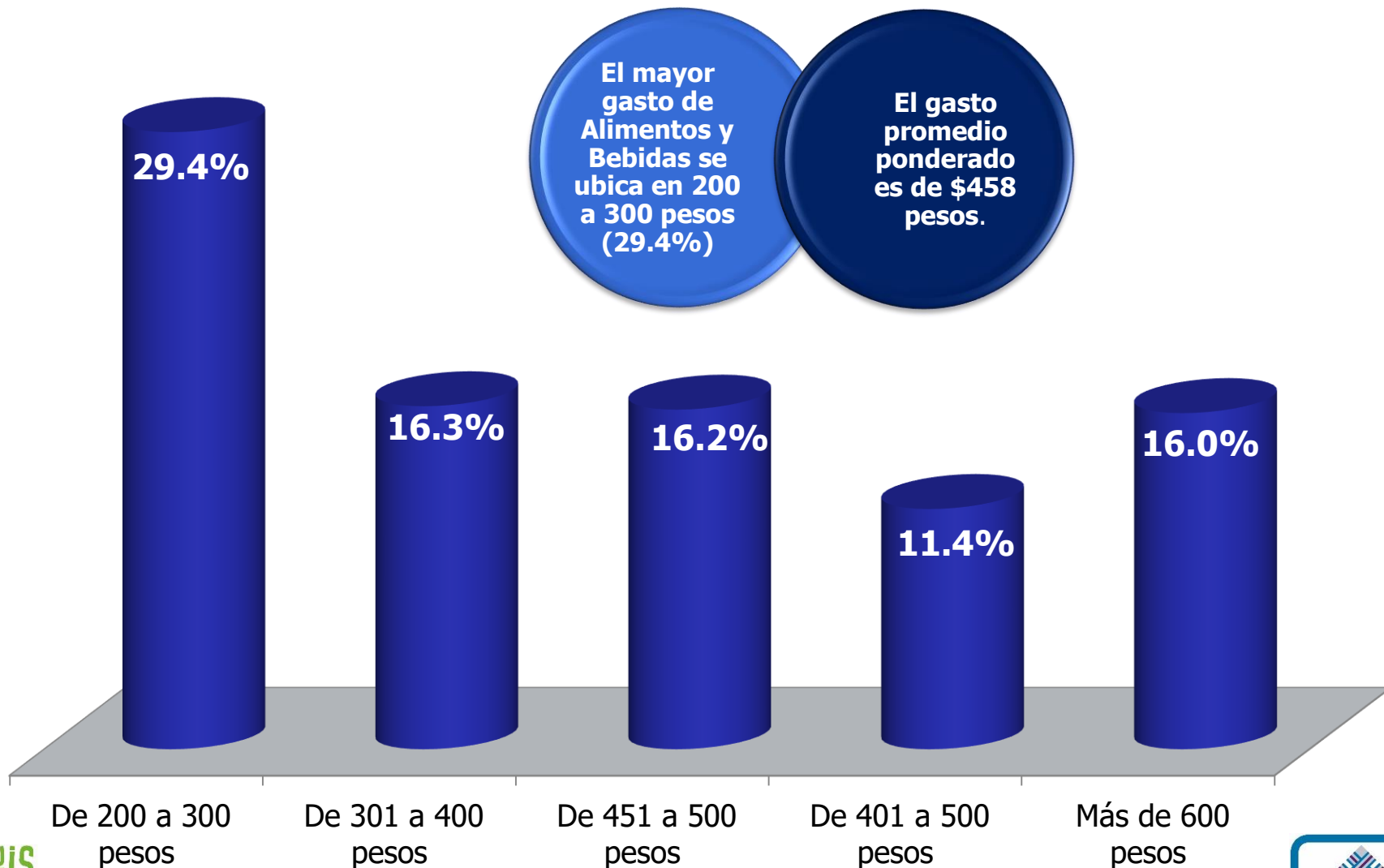
El gasto en Compras se ubica en rangos de más de 200 a 300 pesos (23.5%).



El gasto promedio ponderado es de \$453 pesos

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

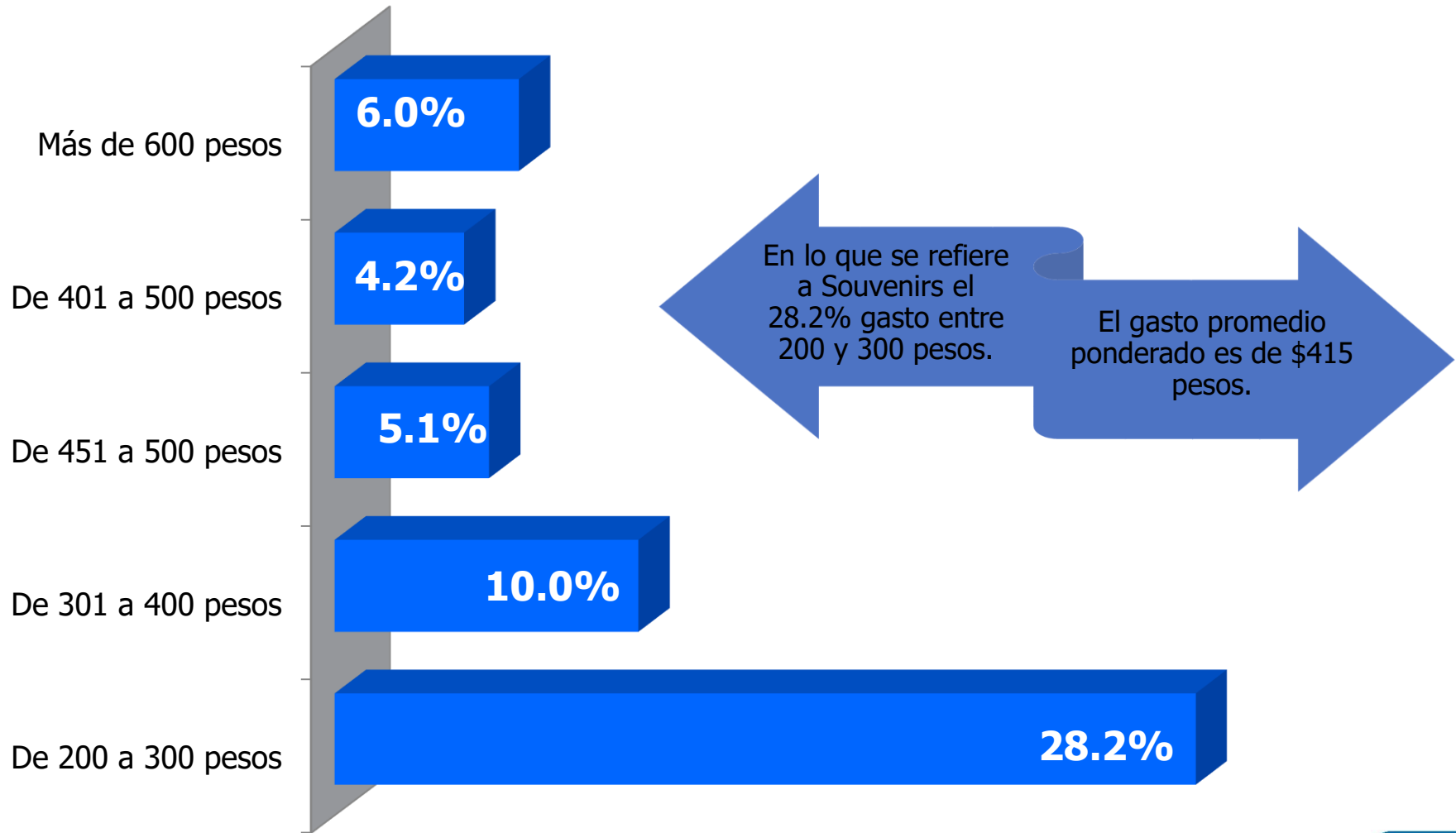
# Gasto Promedio – Alimentos y Bebidas



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

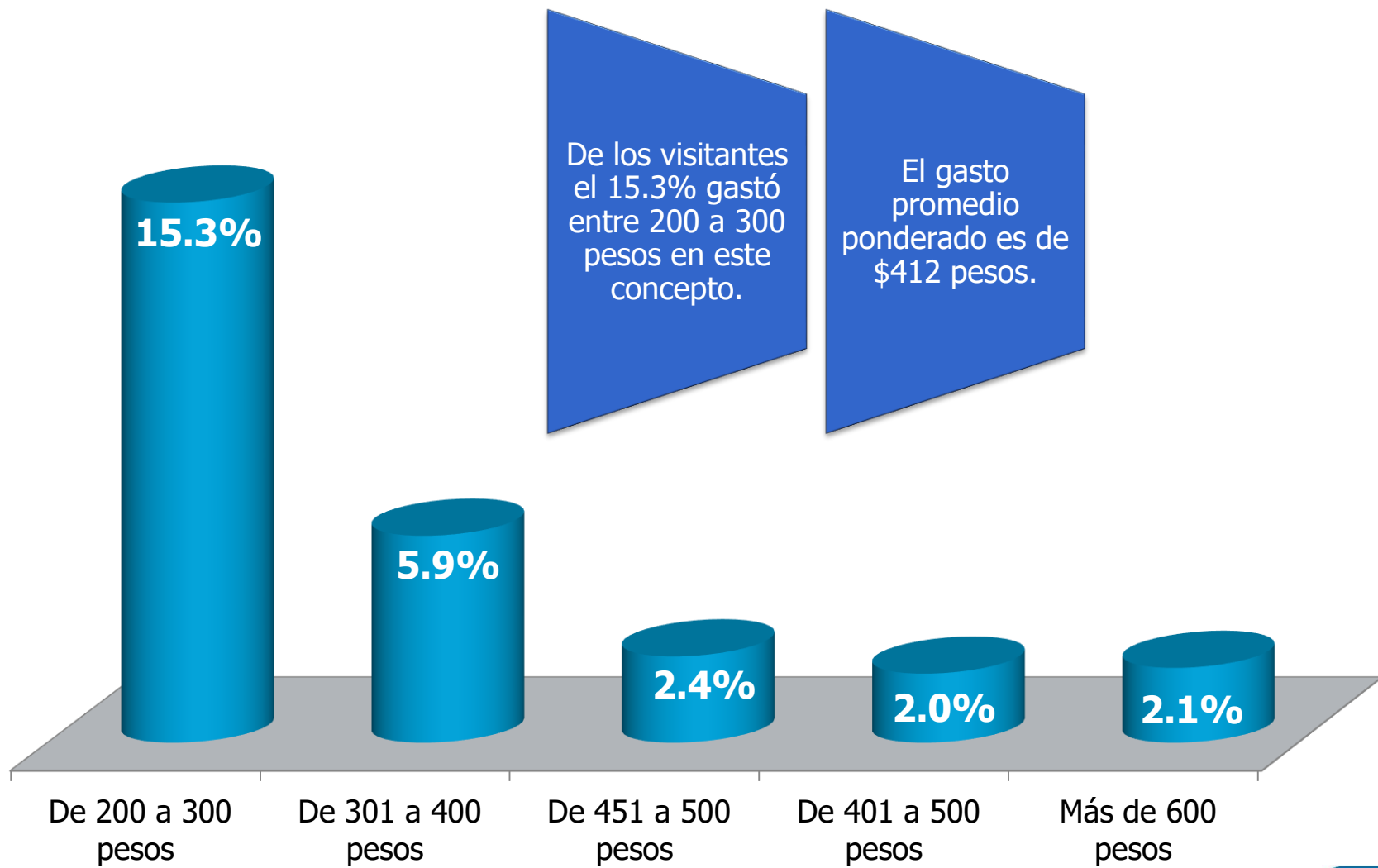


# Gasto Promedio - Souvenirs



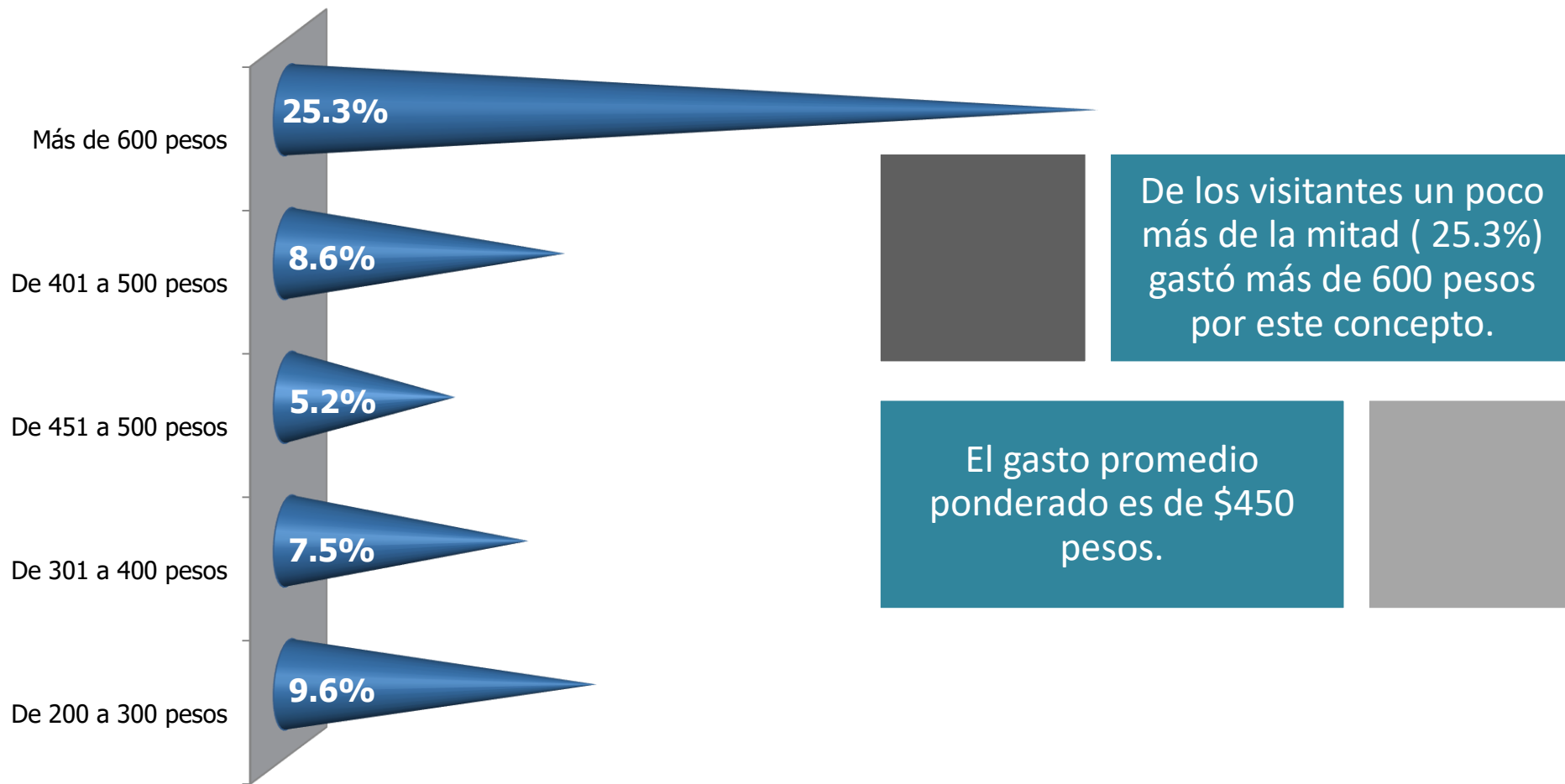
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio – Transportación Local



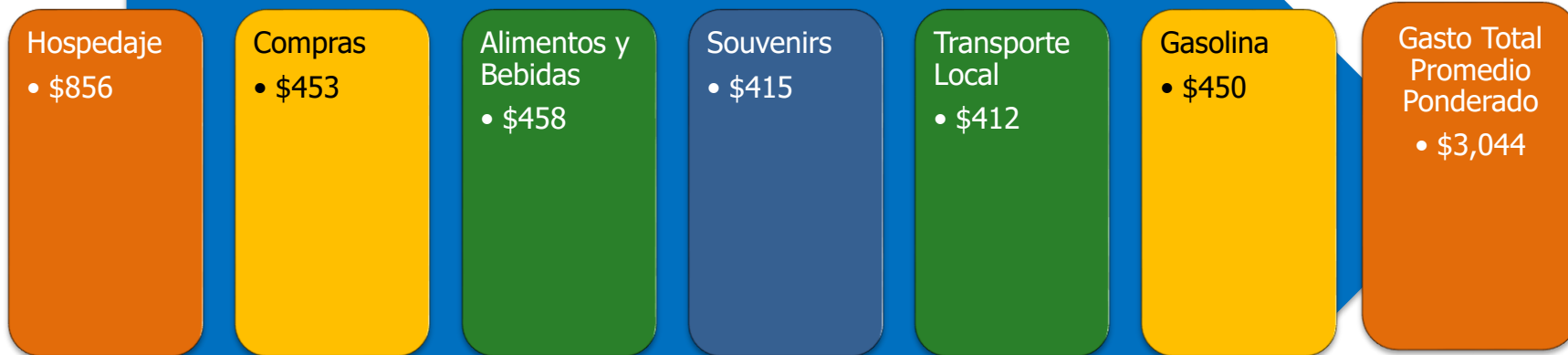
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio – Gasolina

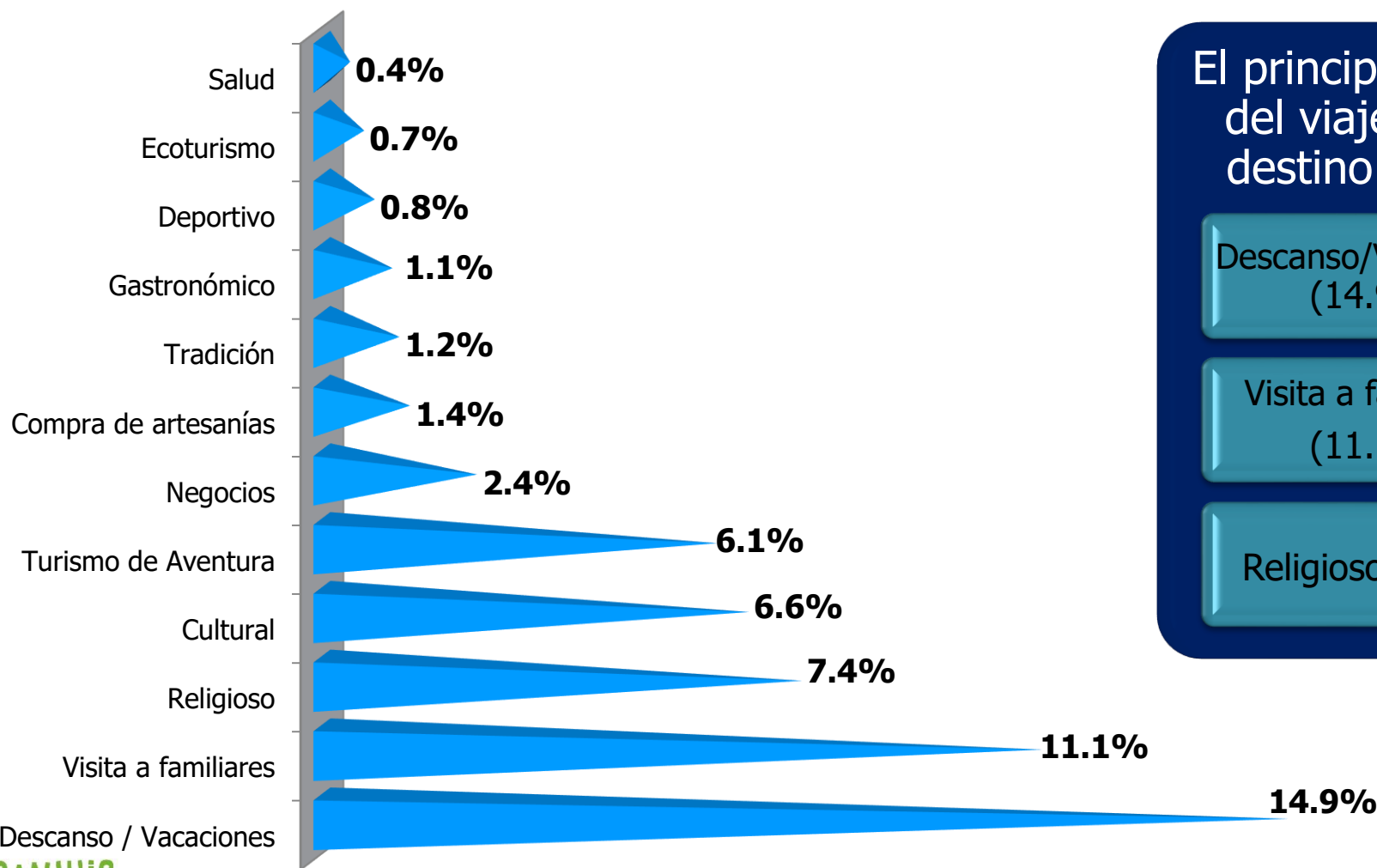


Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Total Promedio Ponderado



# Razón Principal de Viaje a este destino



El principal motivo del viaje a este destino es por:

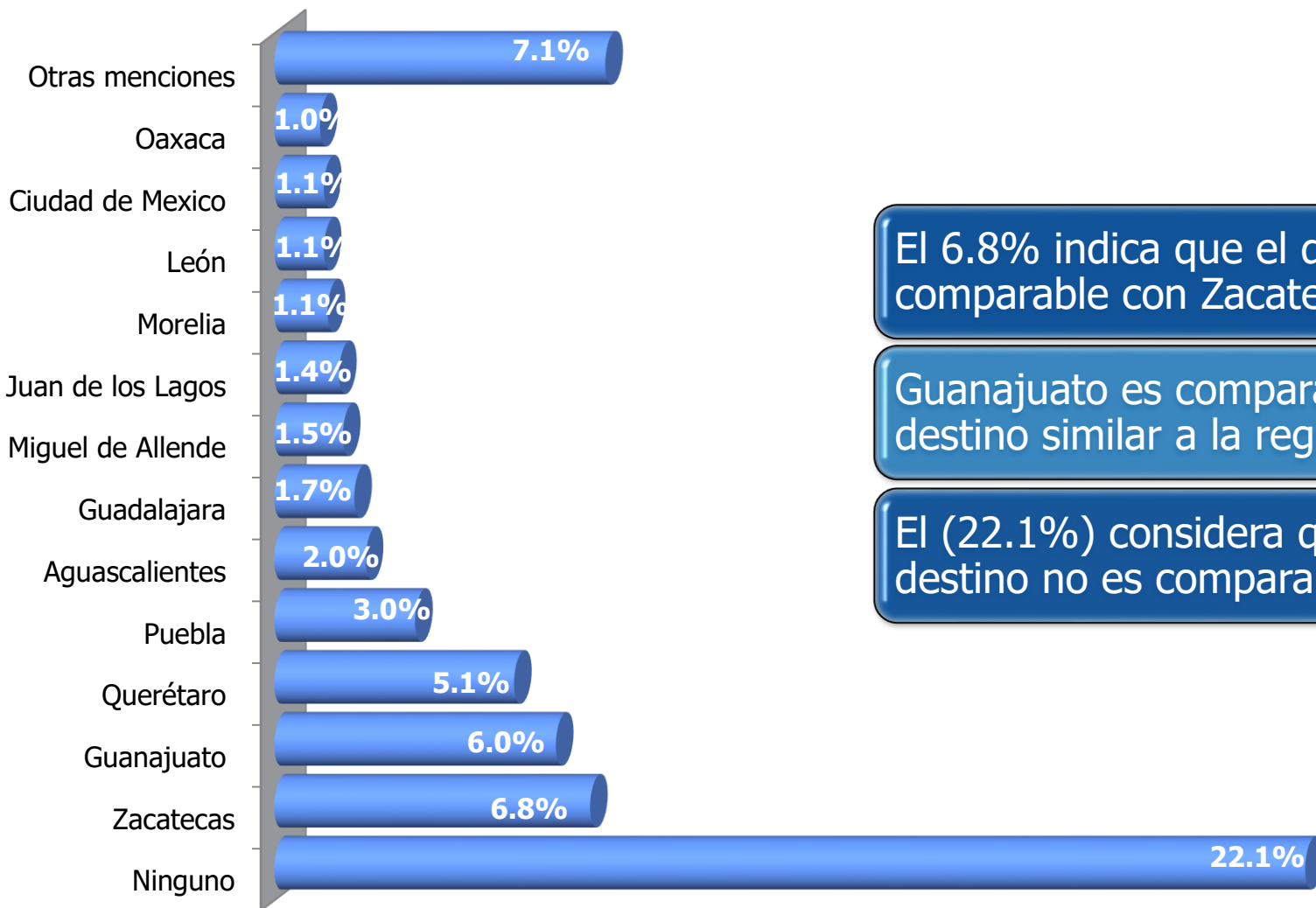
Descanso/Vacaciones  
(14.9%)

Visita a familiares  
(11.1%)

Religioso (7.4%)

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

# Sitios con los que Comparan a la Región



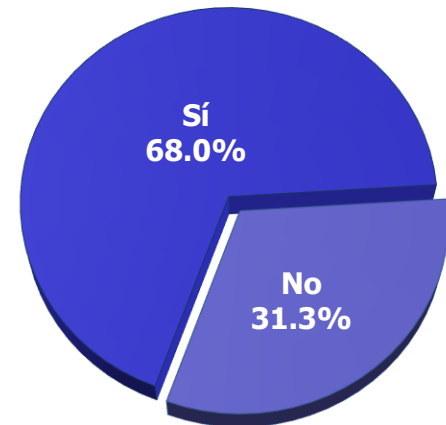
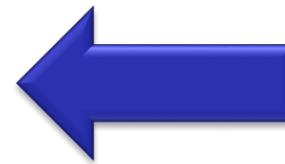
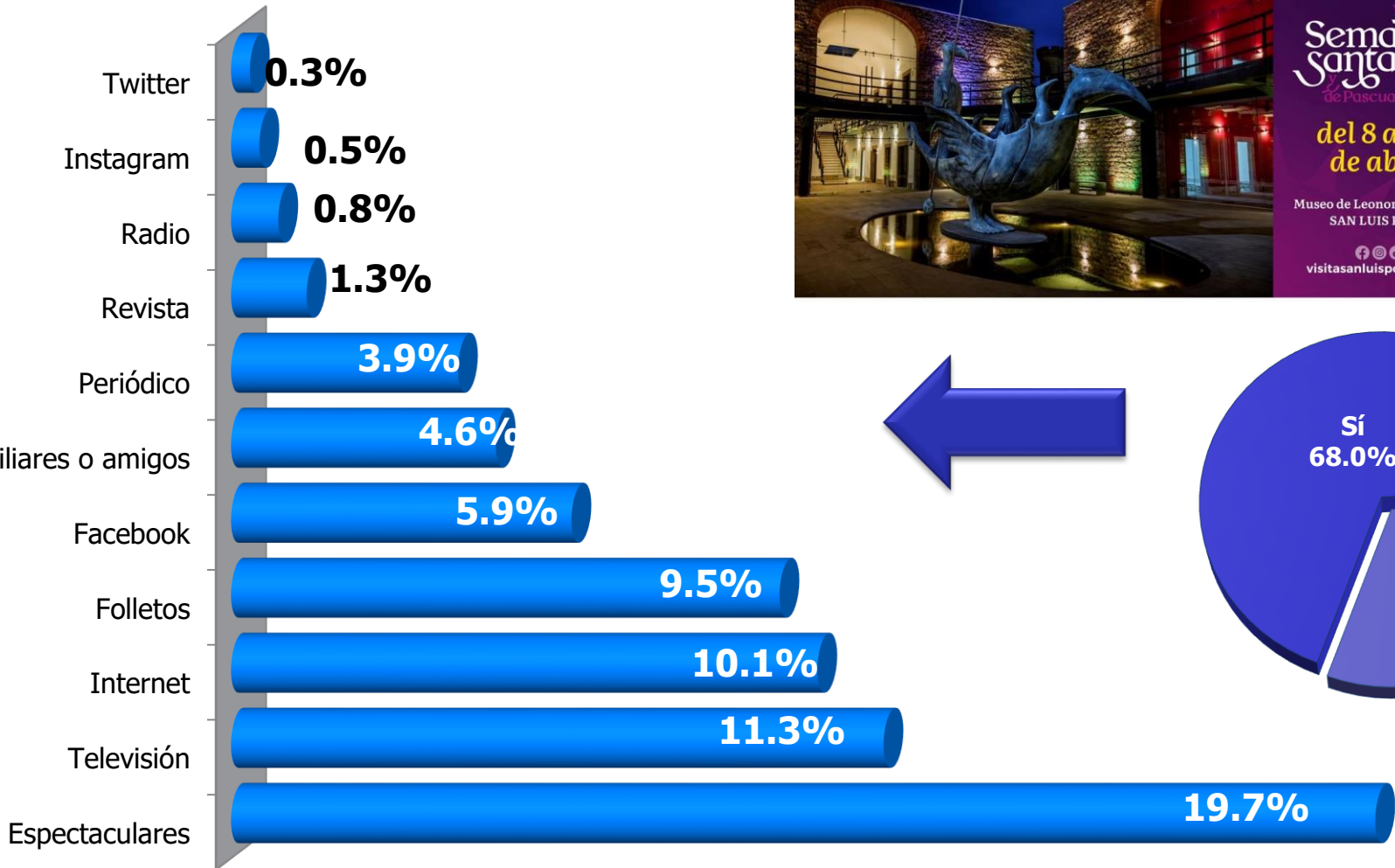
El 6.8% indica que el destino es comparable con Zacatecas.

Guanajuato es comparado como un destino similar a la región (6.0%).

El (22.1%) considera que este destino no es comparable.

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

# Recordación de la Publicidad



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

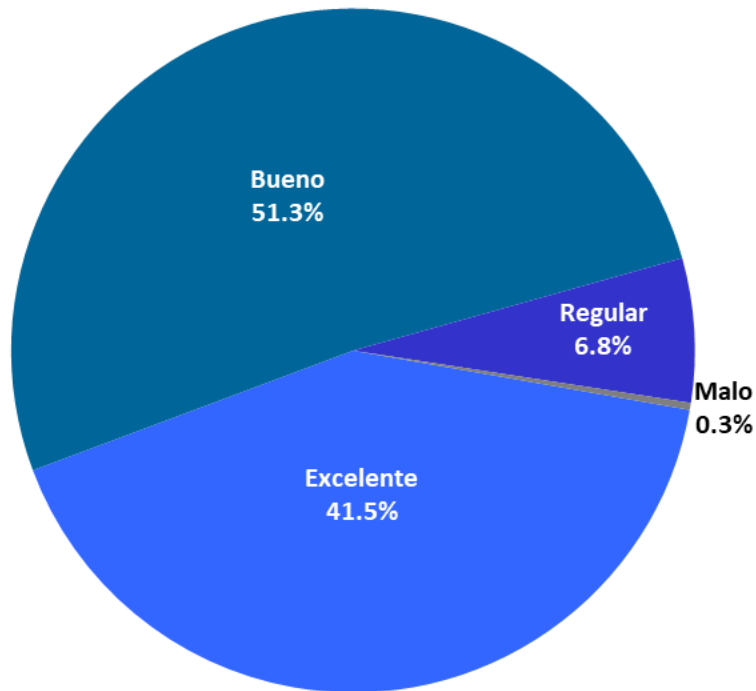
# Medio por el que se enteró o Conoce de la Región según Lugar de Origen

Medio de Comunicación	San Luis Potosí	Estado de México	Nuevo León	Jalisco	Coahuila	Guanajuato	Querétaro	Tamaulipas	Baja California	Sinaloa	Veracruz	Ciudad de México	Guerrero	Zacatecas	Aguascalientes	Michoacán	Otras Menciones	Total	
Espectaculares	0.8%	0.3%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	1.1%	3.8%	0.0%	11.6%	↑	19.7%
Televisión	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.3%	0.0%	0.3%	0.5%	0.0%	9.6%	→	11.3%
Internet	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.5%	2.1%	0.2%	6.4%	→	10.1%
Folletos	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	1.0%	2.3%	0.2%	4.7%	→	9.5%
Facebook	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.7%	0.5%	0.5%	3.1%	↓	5.9%
Familiares o amigos	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	3.6%	↓	4.6%
Periódico	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.2%	0.5%	0.0%	2.9%	↓	3.9%
Revista	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	↓	1.3%
Radio	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	↓	0.8%
Instagram	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.3%	↓	0.5%
Twitter	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%	0.2%	0.2%	↓	0.3%
You Tube	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	↓	0.2%
No contesto	0.3%	1.3%	0.2%	0.0%	1.1%	0.3%	0.0%	0.2%	0.3%	0.0%	1.3%	0.7%	0.3%	1.5%	5.4%	0.2%	18.9%	↑	32.0%
<b>Total</b>	<b>1.3%</b>	<b>2.1%</b>	<b>0.2%</b>	<b>0.0%</b>	<b>3.8%</b>	<b>0.3%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.2%</b>	<b>1.3%</b>	<b>0.2%</b>	<b>3.8%</b>	<b>1.3%</b>	<b>0.3%</b>	<b>5.4%</b>	<b>15.3%</b>	<b>1.1%</b>	<b>63.5%</b>		<b>100.0%</b>

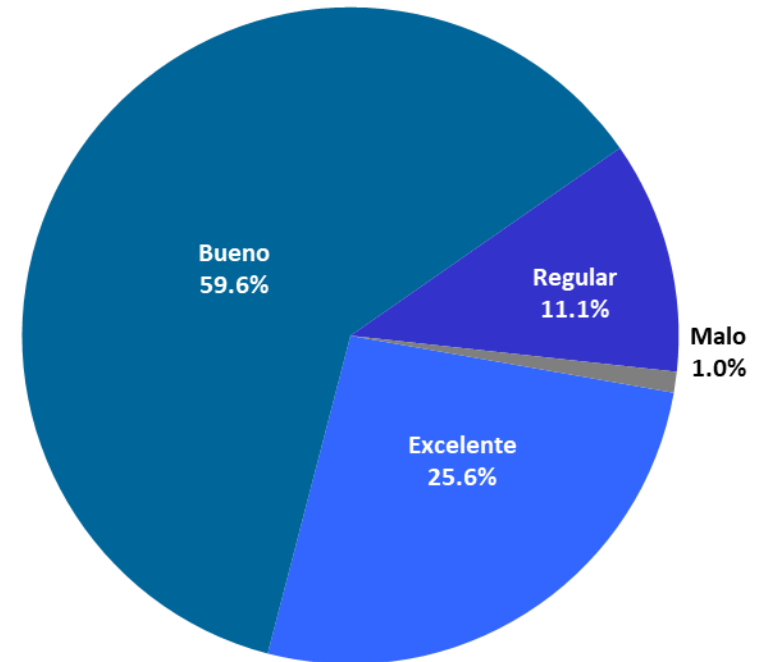


# Satisfacción del destino

## Sitios y Atractivos Turísticos



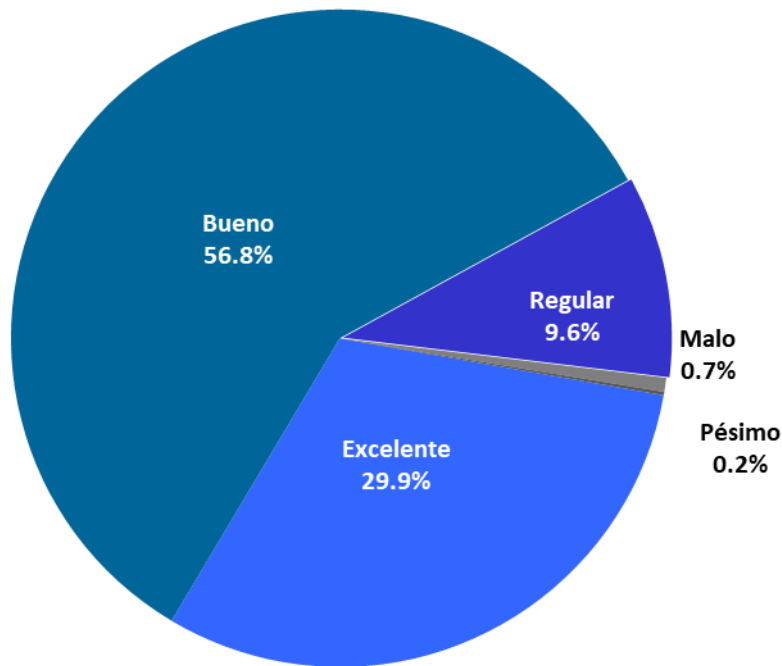
## Calidad de la Infraestructura Turística



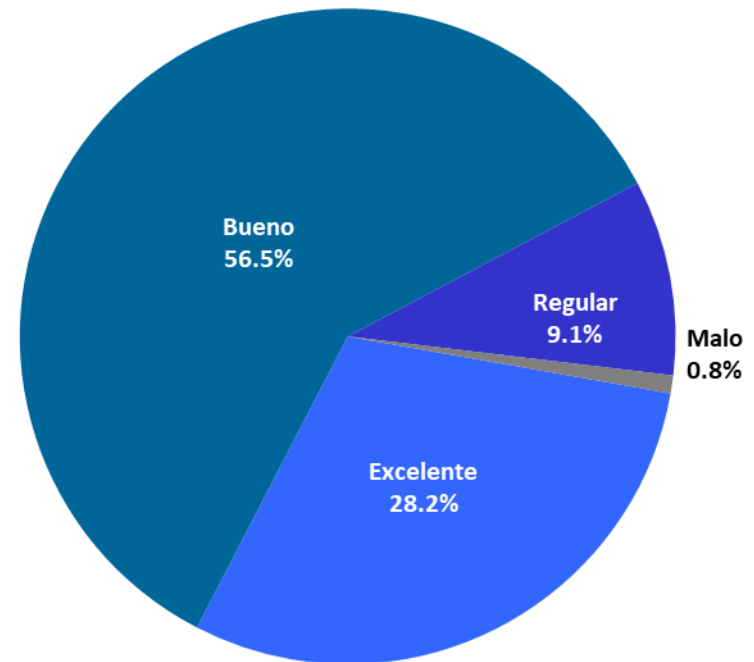
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Satisfacción del destino

## Imagen Turística del Destino



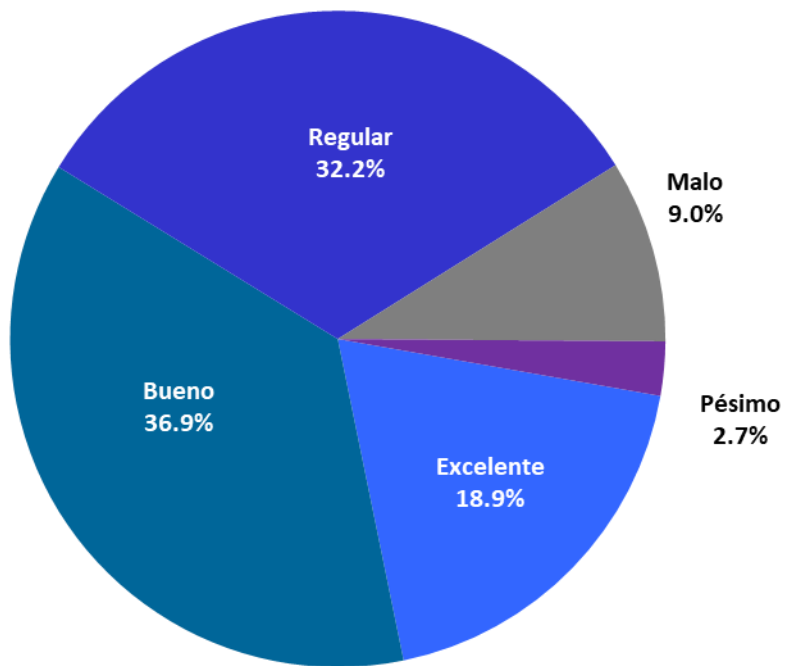
## Experiencia de Viaje del destino



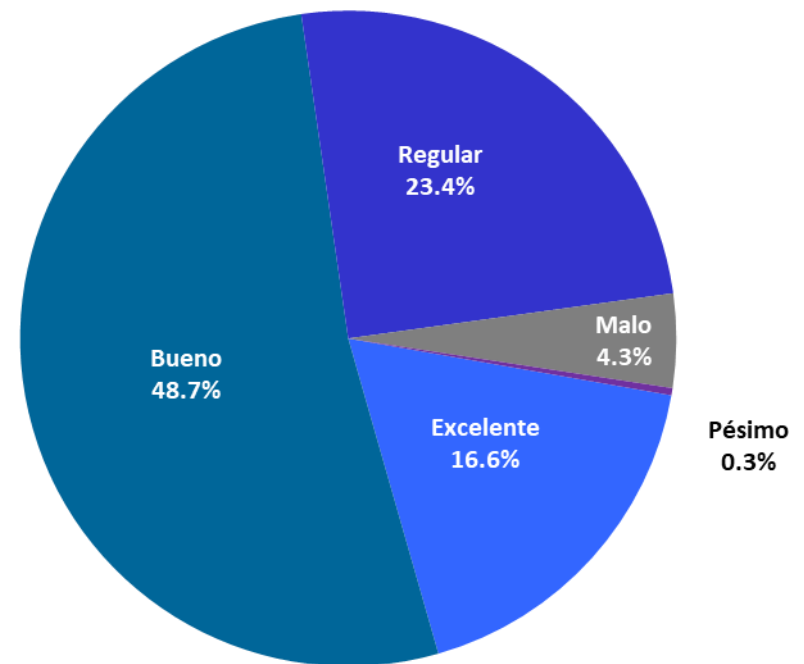
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Satisfacción del destino

## Limpieza en las calles y áreas públicas



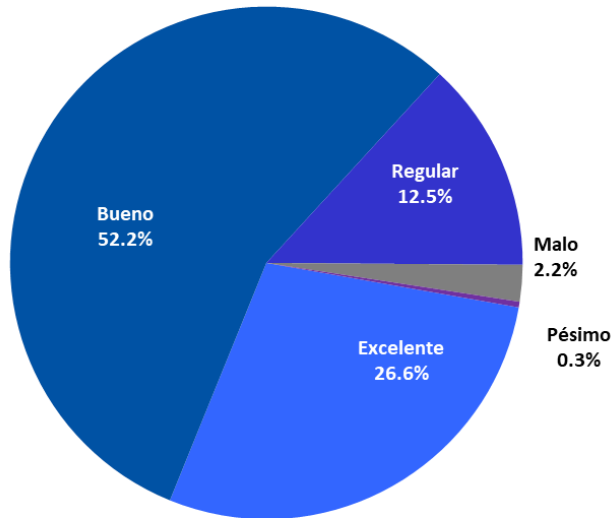
## Señalética Turística del destino



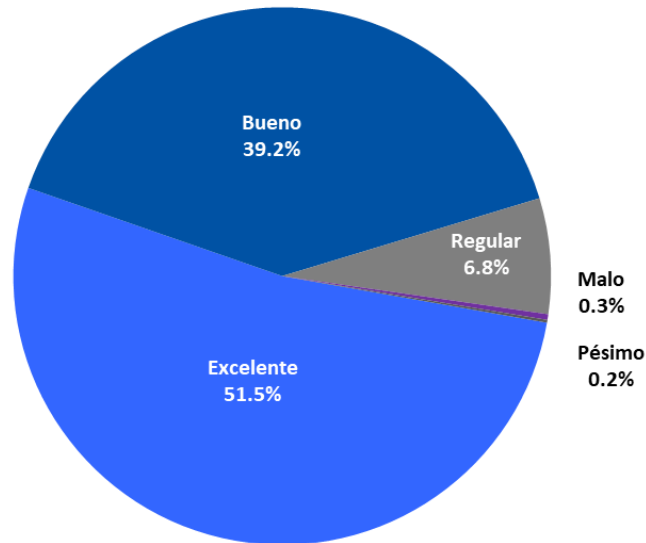
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Satisfacción del destino

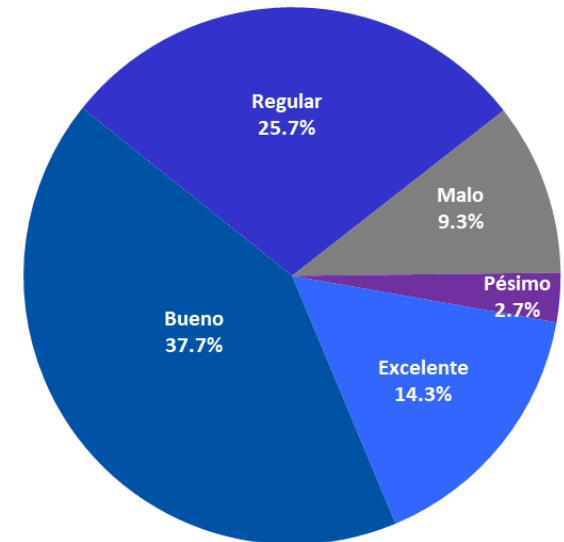
## Módulos de Información turística



## Gastronomía típica del destino

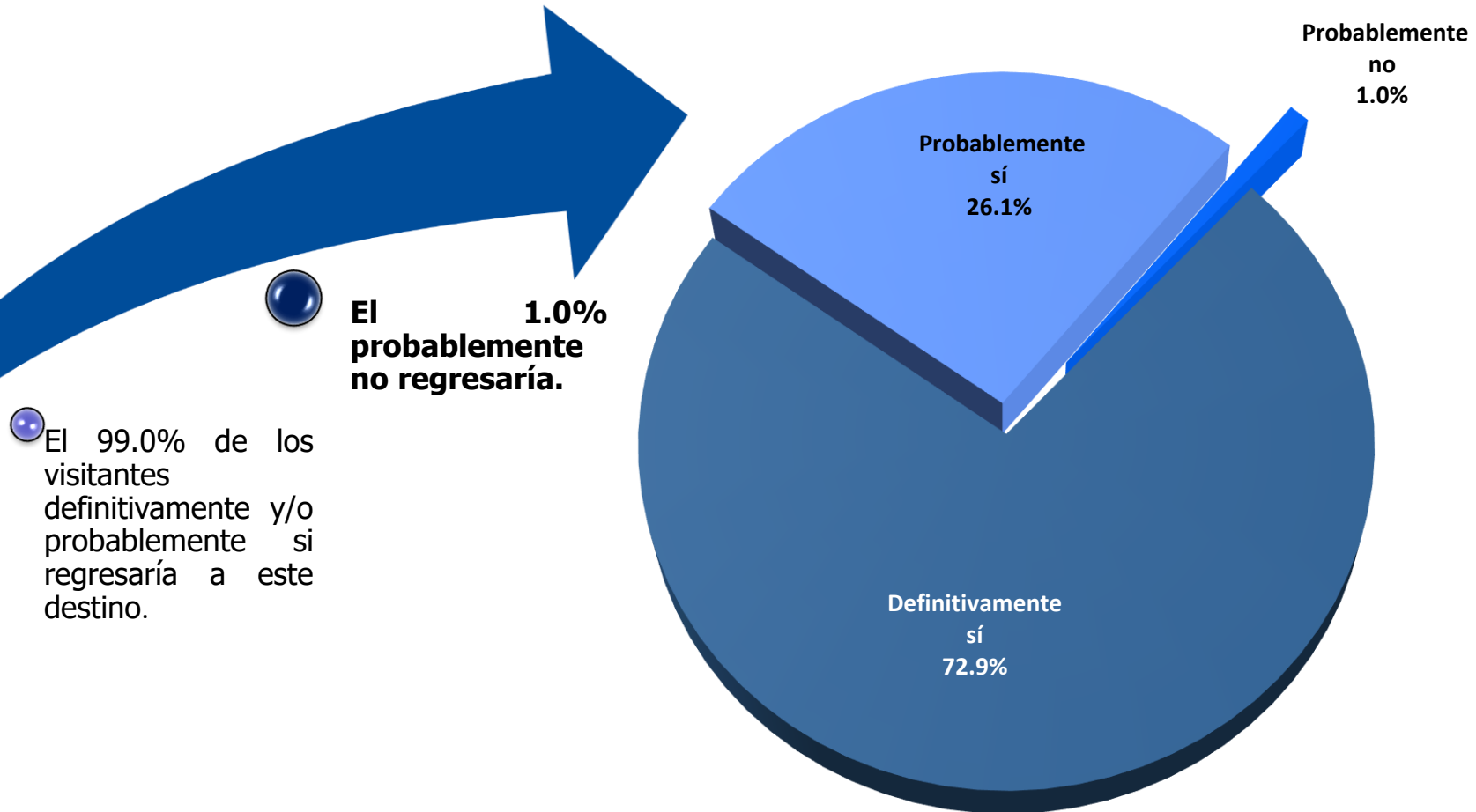


## Relación calidad/cantidad de sanitarios



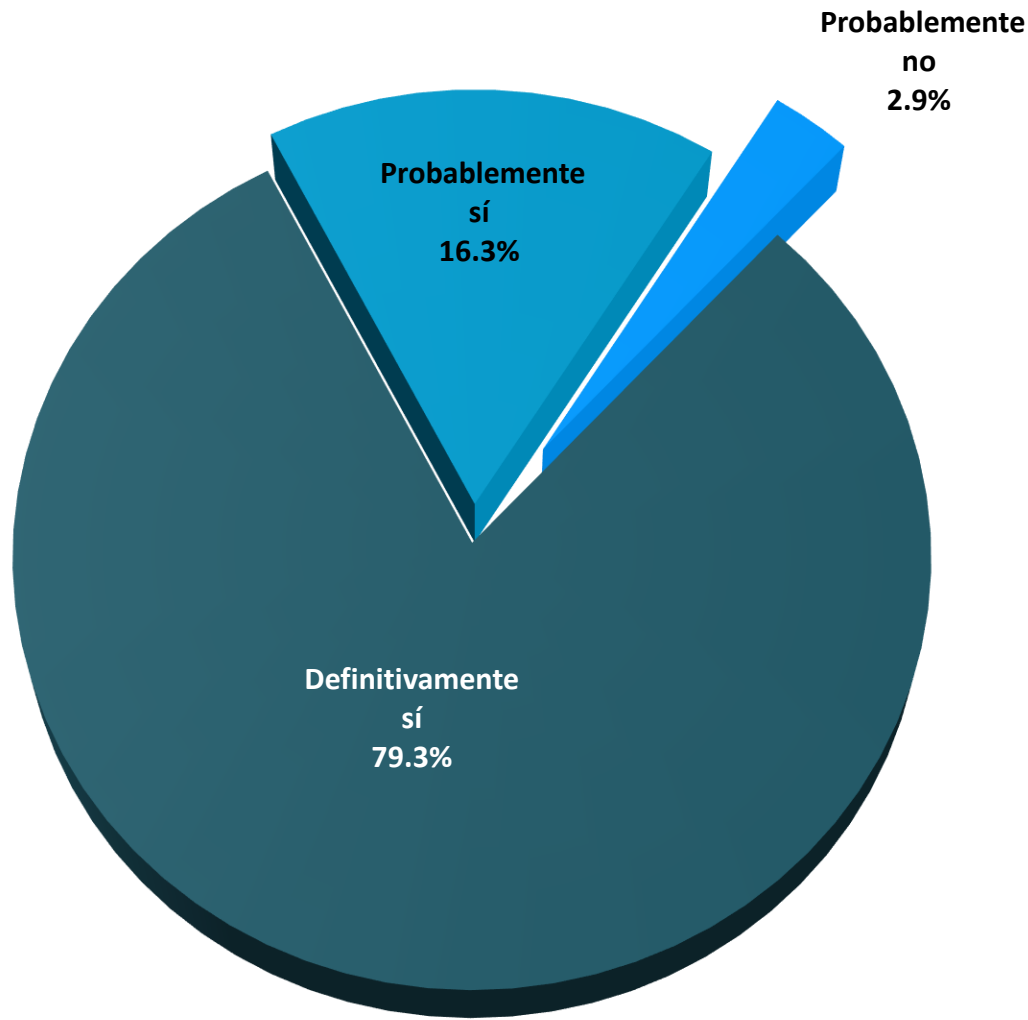
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Opinión de Regresar a este destino



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

# Opinión de Recomendar a este destino

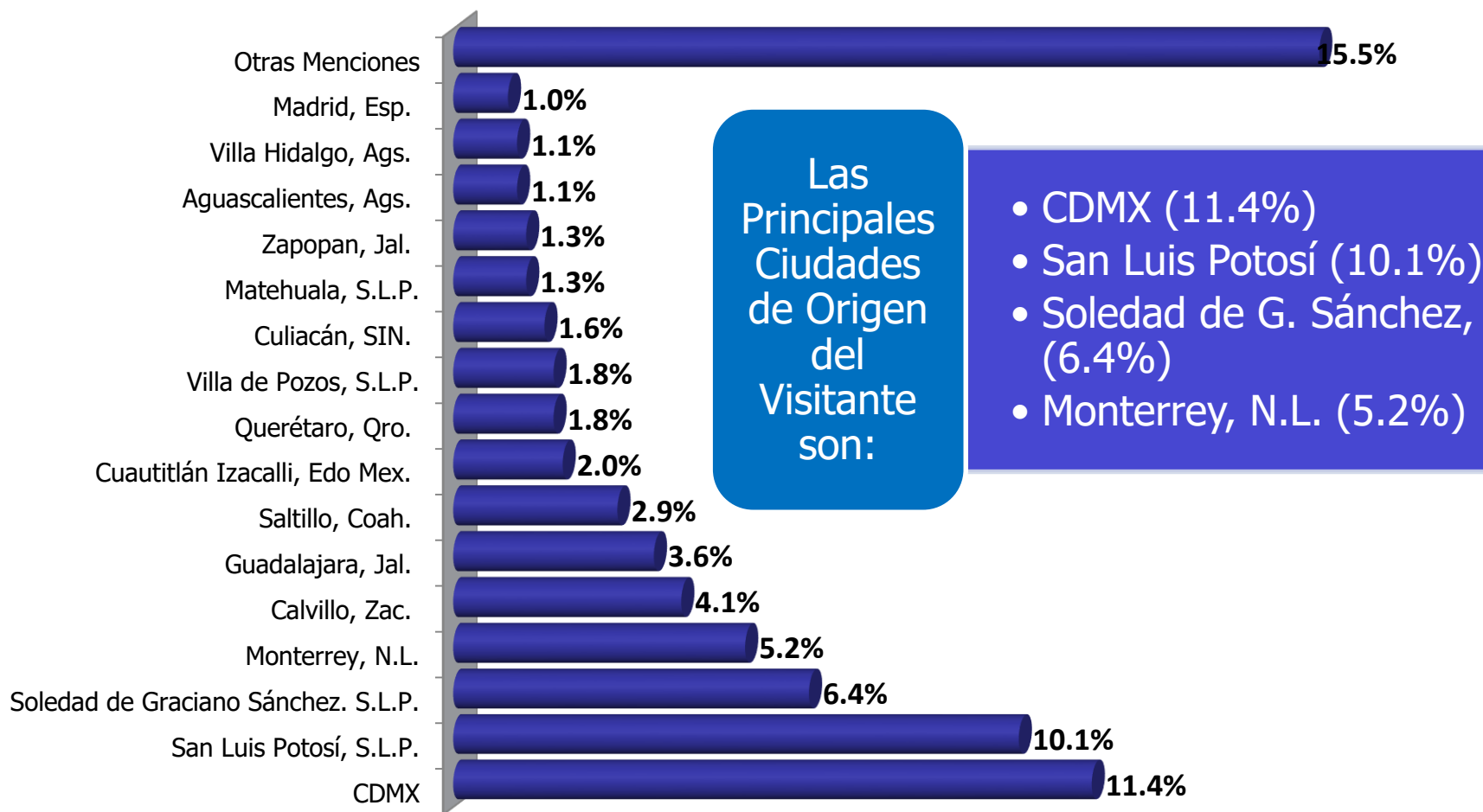


**El 95.6% de los visitantes definitivamente si recomendaría el destino.**

El 2.9% probablemente no recomendaría el destino.

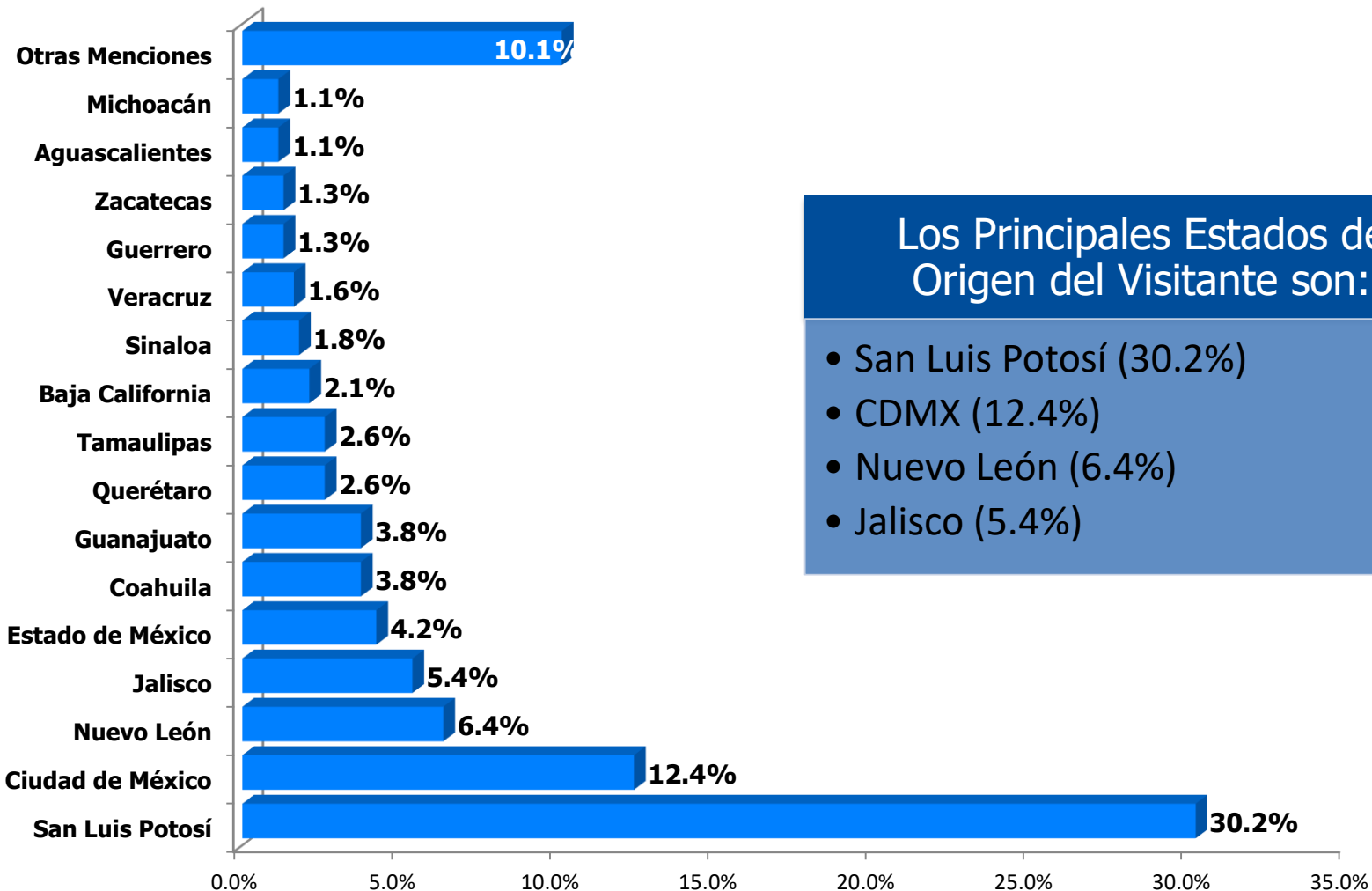
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Principales Ciudades de Origen del Visitante



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

# Principales Estados de Origen del Visitante



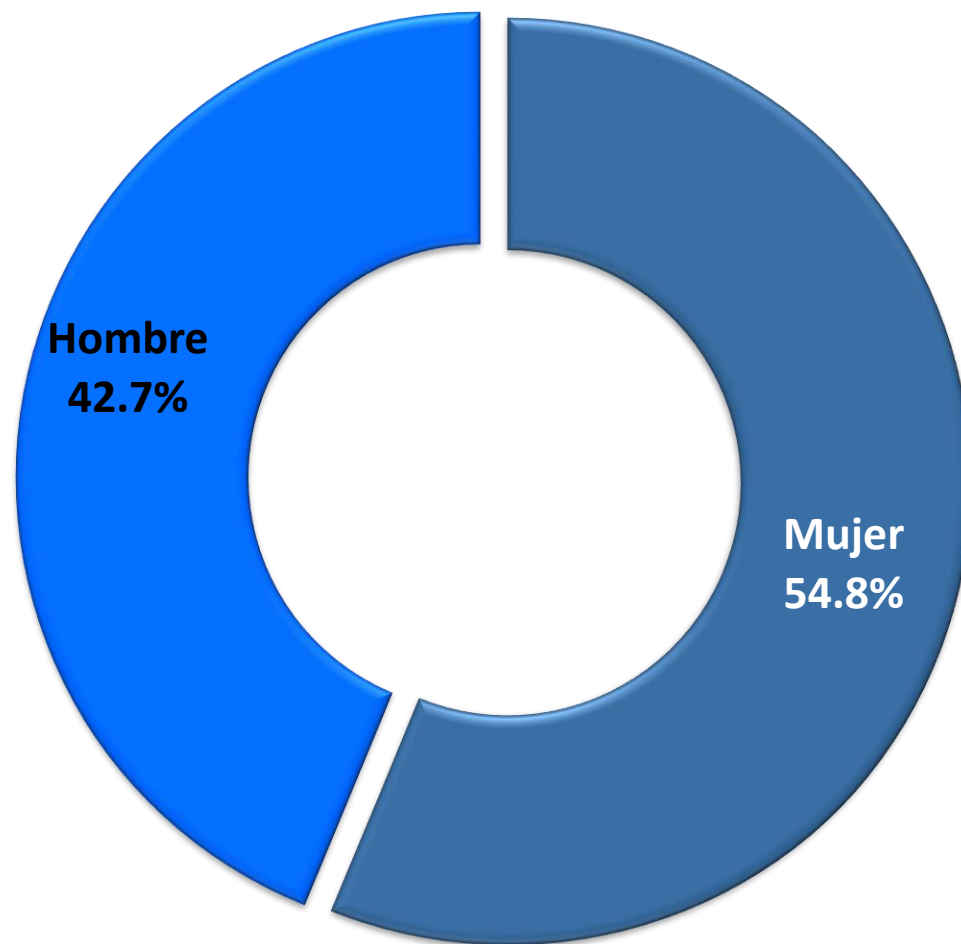
Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

- San Luis Potosí (30.2%)
- CDMX (12.4%)
- Nuevo León (6.4%)
- Jalisco (5.4%)

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

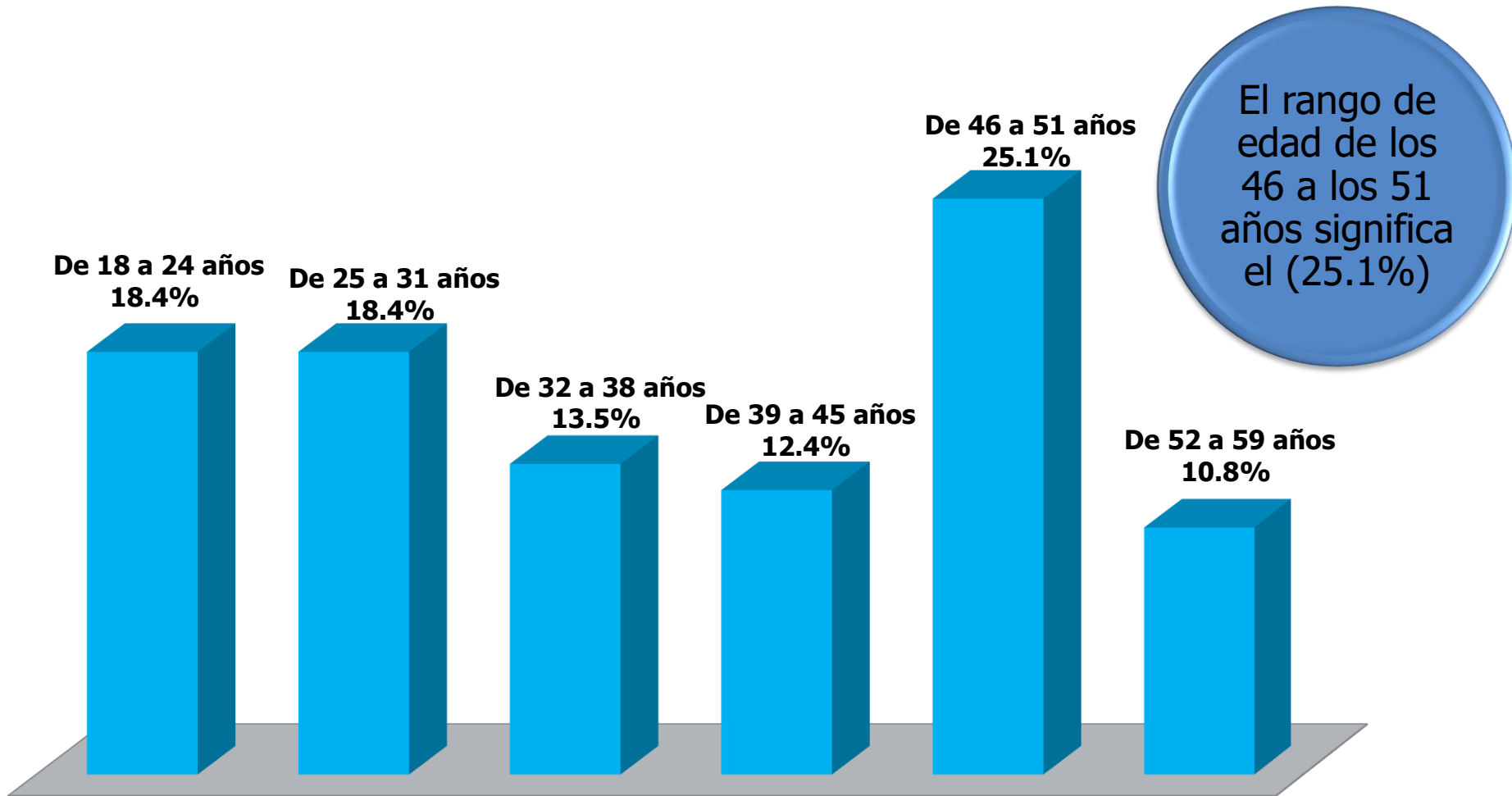


# Sexo del Visitante a la Región



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

# Rango de Edad de los Visitantes



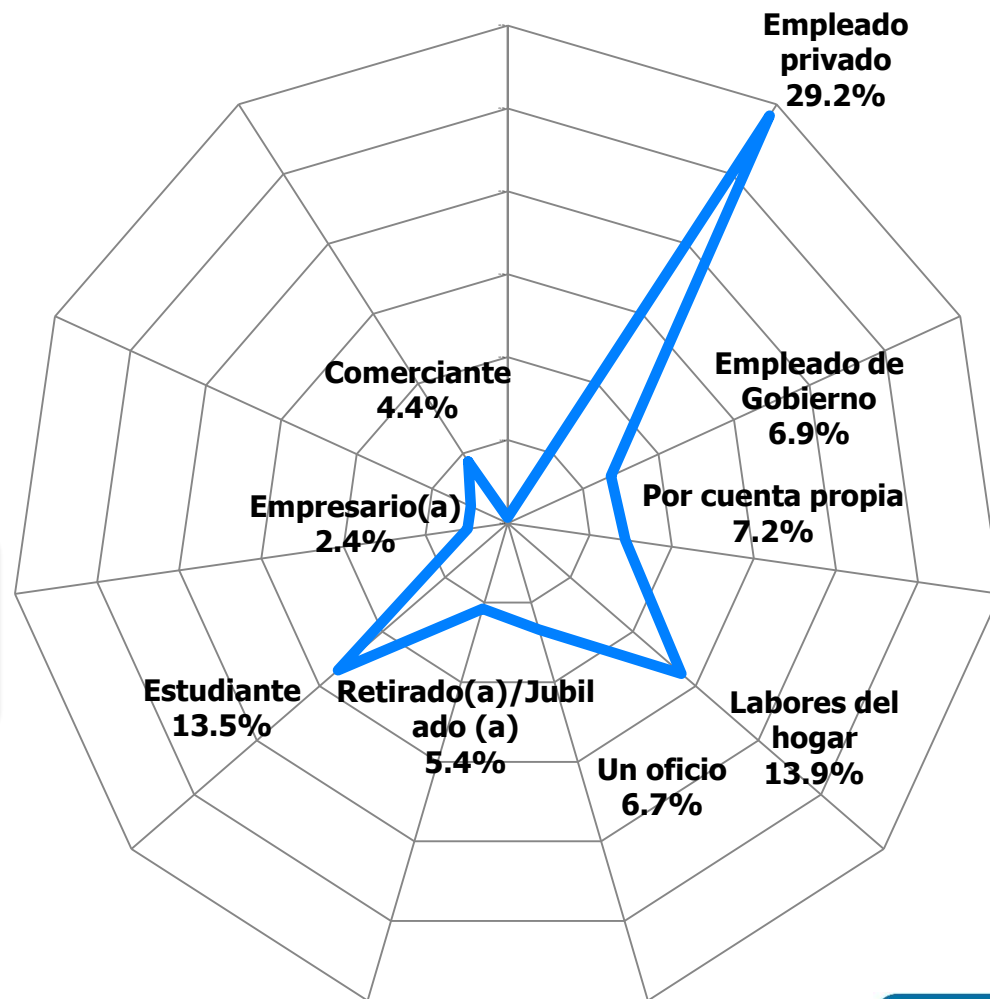
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Ocupación del Visitante a San Luis Potosí

Una importante parte de los visitantes son empleados privados (29.2%)

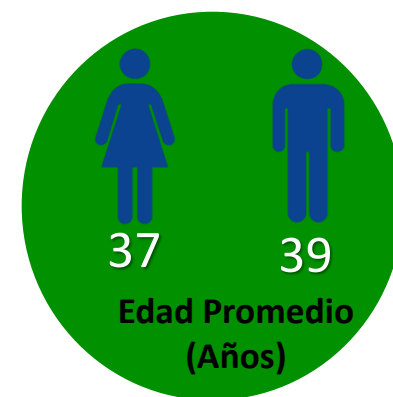
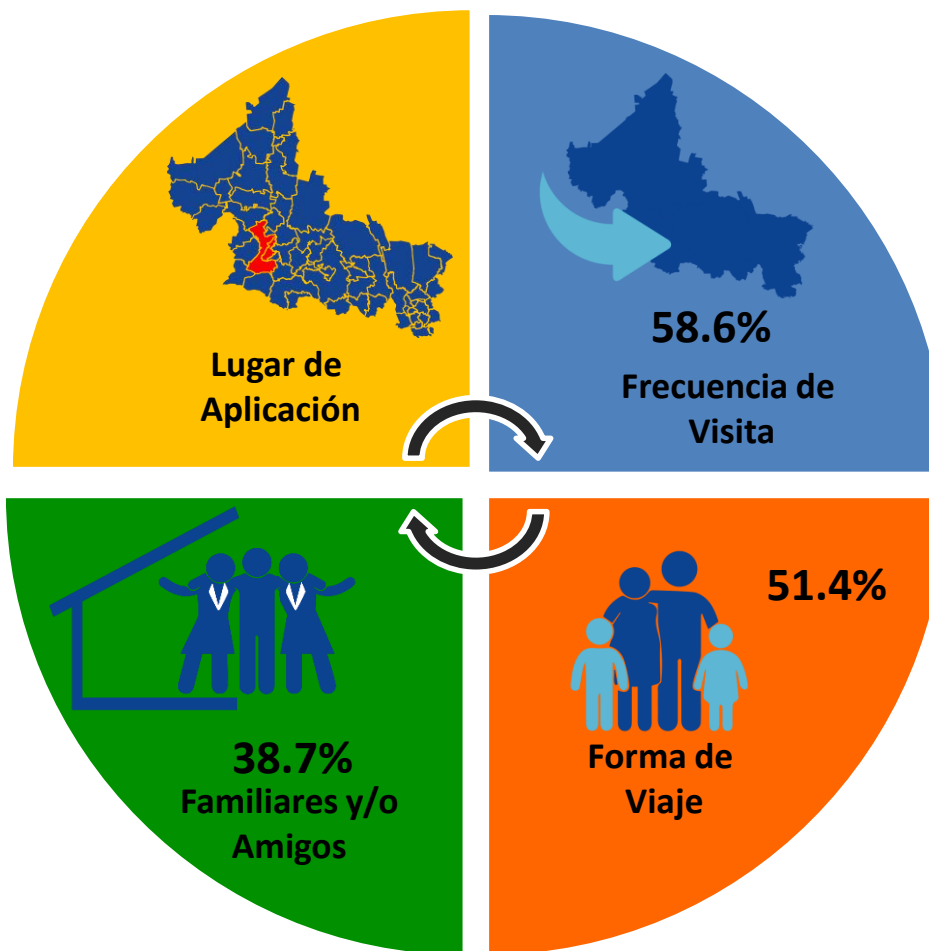
Otro segmento importante (13.9%) se dedican a labores del hogar y 13.5% son estudiantes.

El 7.2% labora por cuenta propia.

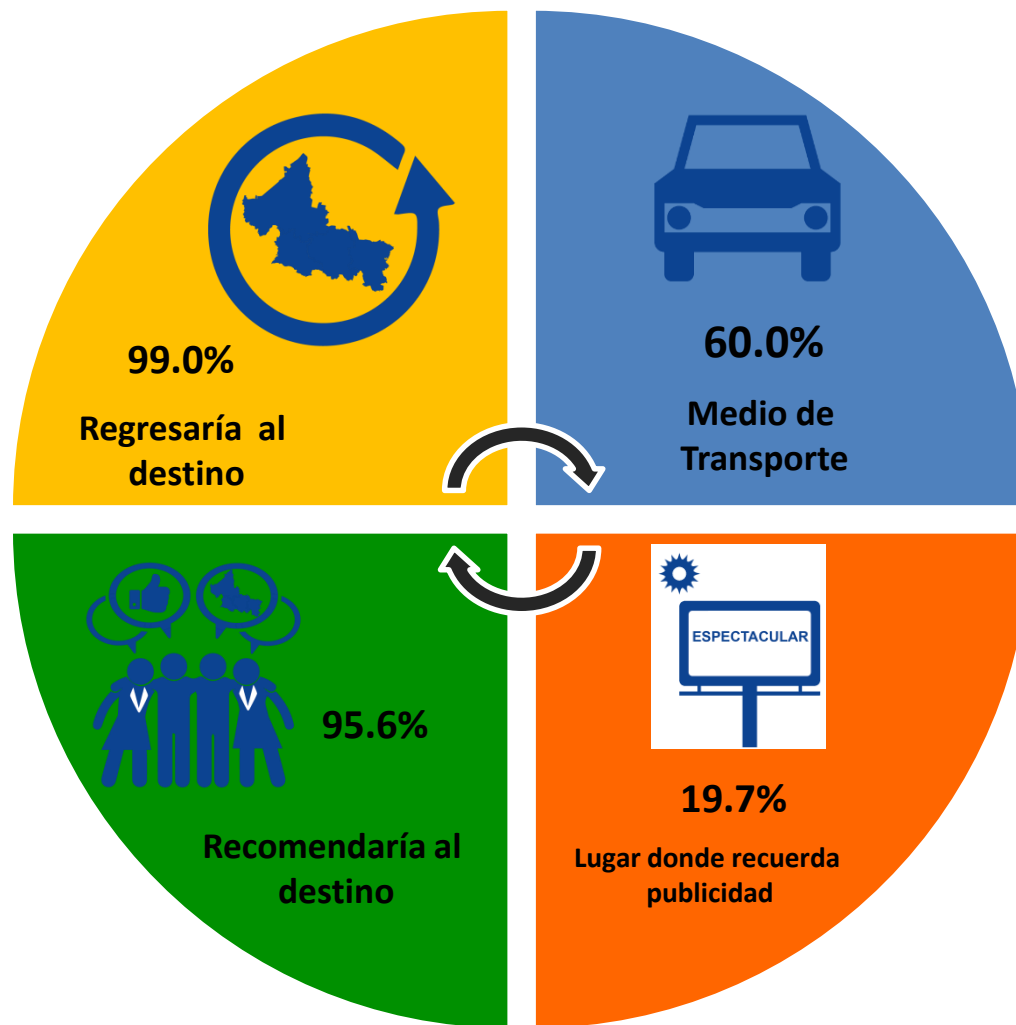


3.3

Tamaño de Grupo promedio



# Resumen





SAN LUIS  
POTOSÍ  
Surrealista



# Resultados con Perspectiva de Género

# Perfil del Visitante Región Centro Semana Santa 2022

# Resultados con Perspectiva de Género

## Lugar de Encuesta

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
San Luis Potosí	46.3%	36.5%	0.7%	<b>83.5%</b>
Soledad de Graciano Sánchez	8.5%	6.2%	1.8%	<b>16.5%</b>
No contestó	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	16.2%	14.4%	0.8%	<b>31.3%</b>
Una vez al año	9.3%	6.7%	0.8%	<b>16.8%</b>
Dos veces al año	9.3%	6.0%	0.3%	<b>15.7%</b>
Tres o más veces al año	15.2%	10.6%	0.3%	<b>26.1%</b>
No contesto	4.9%	5.1%	0.2%	<b>10.1%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Una noche	4.6%	4.6%	0.2%	<b>9.3%</b>
Dos noches	8.3%	5.1%	0.2%	<b>13.5%</b>
Tres noches	7.2%	6.5%	0.3%	<b>14.0%</b>
Cuatro noches	5.2%	2.3%	0.2%	<b>7.7%</b>
Cinco noches	1.6%	3.4%	0.0%	<b>5.1%</b>
Seis noches	0.8%	0.7%	0.3%	<b>1.8%</b>
Siete noches	2.6%	2.3%	0.0%	<b>4.9%</b>
Ocho noches	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Nueve noches	0.5%	0.0%	0.0%	<b>0.5%</b>
Diez noches	0.3%	0.5%	0.0%	<b>0.8%</b>
Más de Diez noches	0.8%	1.1%	0.0%	<b>2.0%</b>
No contesto	22.5%	16.2%	1.3%	<b>40.0%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

Lugar donde se esta hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	15.8%	12.2%	0.2%	<b>28.2%</b>
Familia / Amigos	20.2%	16.8%	1.6%	<b>38.7%</b>
Acampará	0.5%	1.1%	0.3%	<b>2.0%</b>
Vivienda Rentada	3.3%	5.2%	0.0%	<b>8.5%</b>
No contesto	15.0%	7.3%	0.3%	<b>22.7%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
María Dolores, San Luis Potosí	1.8%	0.8%	0.0%	<b>2.6%</b>
City Centro Progreso San Luis Potosí, San Luis Potosí	1.3%	0.5%	0.0%	<b>1.8%</b>
Nápoles, San Luis Potosí	0.5%	1.0%	0.0%	<b>1.5%</b>
Gran Hotel Concordia, San Luis Potosí	0.3%	1.0%	0.0%	<b>1.3%</b>
Fiesta Inn San Luis Potosí Glorieta Juárez, San Luis Potosí	0.7%	0.5%	0.0%	<b>1.1%</b>
Posada del Carmen, San Luis Potosí	0.8%	0.3%	0.0%	<b>1.1%</b>
Real Plaza San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.5%	0.5%	0.0%	<b>1.0%</b>
Iturbide Hostal, San Luis Potosí	0.7%	0.3%	0.0%	<b>1.0%</b>
Panorama, San Luis Potosí	0.5%	0.3%	0.0%	<b>0.8%</b>
Misión Express San Luis Potosí WTC, San Luis Potosí	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.7%</b>
San Francisco, San Luis Potosí	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.7%</b>
City Express Plus San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Comfort Inn San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.2%	0.3%	0.0%	<b>0.5%</b>
Hilton Hacienda San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.2%	0.3%	0.0%	<b>0.5%</b>
Holiday Inn San Luis Potosí Quijote, San Luis Potosí	0.5%	0.0%	0.0%	<b>0.5%</b>
San Agustín, San Luis Potosí	0.5%	0.0%	0.0%	<b>0.5%</b>
Casa Real, San Luis Potosí	0.5%	0.0%	0.0%	<b>0.5%</b>
City Express Junior San Luis Potosí Zona Industrial, San Luis Potosí	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
City Express Suites San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Colonial, San Luis Potosí	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Fiesta Inn San Luis Potosí Oriente, San Luis Potosí	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Hostal Chesal, San Luis Potosí	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
María Cristina, San Luis Potosí	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Real de Minas de San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Ruma San Luis Hotel Boutique, San Luis Potosí	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
San José, San Luis Potosí	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Staybridge Suites San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Hotel Joyma, San Luis Potosí	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Anáhuac, San Luis Potosí	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Central, San Luis Potosí	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
City Express San Luis Potosí Zona Industrial, San Luis Potosí	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hilton Tower San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Holiday Inn Express San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Ibis San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Jardín Potosí, San Luis Potosí	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Margarita Hotel Boutique & Fonda, San Luis Potosí	0.0%	0.0%	0.2%	<b>0.2%</b>
nH San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
One San Luis Potosí Glorieta Juárez, San Luis Potosí	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Suites de Carranza, San Luis Potosí	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Suites Victoria, San Luis Potosí	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Sukha Hostel, San Luis Potosí	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel San Luis, San Luis Potosí	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
No contesto	42.4%	33.0%	2.3%	<b>77.7%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	6.7%	7.8%	0.5%	<b>15.0%</b>
Pareja	11.4%	10.1%	0.5%	<b>22.0%</b>
Familia	30.2%	20.6%	0.7%	<b>51.4%</b>
Amistades	2.9%	2.1%	0.2%	<b>5.2%</b>
Agrupación	1.8%	0.8%	0.2%	<b>2.8%</b>
No contesto	1.8%	1.3%	0.5%	<b>3.6%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Uno	13.1%	11.1%	0.5%	<b>24.6%</b>
Dos	3.3%	2.6%	0.0%	<b>5.9%</b>
Tres	6.2%	5.2%	0.0%	<b>11.4%</b>
Cuatro	9.6%	4.4%	0.5%	<b>14.5%</b>
Cinco	5.2%	3.1%	0.0%	<b>8.3%</b>
Seis	2.3%	1.5%	0.0%	<b>3.8%</b>
Siete	0.7%	0.5%	0.0%	<b>1.1%</b>
Ocho	0.8%	0.3%	0.0%	<b>1.1%</b>
Diez	1.0%	0.2%	0.0%	<b>1.1%</b>
Once	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Doce	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Trece	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
Más de Veinte	0.7%	0.2%	0.0%	<b>0.8%</b>
No contesto	11.7%	13.1%	1.5%	<b>26.3%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	32.0%	26.4%	1.6%	<b>60.0%</b>
Autobús de línea	13.1%	8.6%	0.5%	<b>22.2%</b>
Autobús rentado	3.1%	2.1%	0.2%	<b>5.4%</b>
Avión	2.1%	2.4%	0.0%	<b>4.6%</b>
No contestó	4.6%	3.1%	0.2%	<b>7.8%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
400 a 500 pesos	2.9%	2.8%	0.2%	<b>5.9%</b>
501 a 600 pesos	1.0%	0.8%	0.0%	<b>1.8%</b>
601 a 800 pesos	1.0%	1.6%	0.2%	<b>2.8%</b>
801 a 990 pesos	3.6%	3.4%	0.0%	<b>7.0%</b>
Más de 1,000 pesos	11.4%	10.1%	0.0%	<b>21.5%</b>
No contesto	34.9%	24.0%	2.1%	<b>61.0%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	13.9%	9.0%	0.7%	<b>23.5%</b>
De 301 a 400 pesos	7.7%	6.9%	0.3%	<b>14.8%</b>
De 451 a 500 pesos	6.4%	4.2%	0.0%	<b>10.6%</b>
De 401 a 500 pesos	5.9%	4.6%	0.2%	<b>10.6%</b>
Más de 600 pesos	9.1%	8.0%	0.5%	<b>17.6%</b>
No contesto	11.9%	10.1%	0.8%	<b>22.8%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	16.0%	12.7%	0.7%	<b>29.4%</b>
De 301 a 400 pesos	9.8%	6.0%	0.5%	<b>16.3%</b>
De 451 a 500 pesos	6.4%	9.5%	0.3%	<b>16.2%</b>
De 401 a 500 pesos	6.4%	4.9%	0.2%	<b>11.4%</b>
Más de 600 pesos	8.6%	6.7%	0.7%	<b>16.0%</b>
No contesto	7.7%	2.9%	0.2%	<b>10.8%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	14.4%	13.5%	0.3%	<b>28.2%</b>
De 301 a 400 pesos	5.4%	4.2%	0.3%	<b>10.0%</b>
De 451 a 500 pesos	2.8%	2.1%	0.2%	<b>5.1%</b>
De 401 a 500 pesos	2.1%	2.1%	0.0%	<b>4.2%</b>
Más de 600 pesos	2.9%	2.4%	0.7%	<b>6.0%</b>
No contesto	27.2%	18.3%	1.0%	<b>46.5%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	9.0%	5.9%	0.5%	<b>15.3%</b>
De 301 a 400 pesos	3.3%	2.4%	0.2%	<b>5.9%</b>
De 451 a 500 pesos	1.6%	0.8%	0.0%	<b>2.4%</b>
De 401 a 500 pesos	0.8%	0.8%	0.3%	<b>2.0%</b>
Más de 600 pesos	1.0%	0.8%	0.3%	<b>2.1%</b>
No contesto	39.2%	32.0%	1.1%	<b>72.3%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	4.1%	5.1%	0.5%	<b>9.6%</b>
De 301 a 400 pesos	4.2%	2.8%	0.5%	<b>7.5%</b>
De 451 a 500 pesos	3.3%	1.5%	0.5%	<b>5.2%</b>
De 401 a 500 pesos	4.6%	4.1%	0.0%	<b>8.6%</b>
Más de 600 pesos	13.1%	11.9%	0.3%	<b>25.3%</b>
No contesto	25.6%	17.5%	0.7%	<b>43.7%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Descanso / Vacaciones	7.7%	7.0%	0.3%	<b>14.9%</b>
Visita a familiares	6.6%	4.4%	0.1%	<b>11.1%</b>
Religioso	4.8%	2.4%	0.2%	<b>7.4%</b>
Cultural	3.8%	2.8%	0.1%	<b>6.6%</b>
Turismo de Aventura	3.0%	2.9%	0.2%	<b>6.1%</b>
Negocios	1.1%	1.2%	0.1%	<b>2.4%</b>
Compra de artesanías	0.7%	0.7%	0.0%	<b>1.4%</b>
Tradición	0.5%	0.6%	0.1%	<b>1.2%</b>
Gastronómico	0.7%	0.3%	0.1%	<b>1.1%</b>
Deportivo	0.3%	0.5%	0.0%	<b>0.8%</b>
Ecoturismo	0.3%	0.4%	0.0%	<b>0.7%</b>
Salud	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
No Contestó	25.0%	19.5%	1.5%	<b>46.0%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguno	12.1%	8.8%	1.2%	<b>22.1%</b>
Zacatecas, Zac.	3.4%	3.3%	0.0%	<b>6.8%</b>
Guanajuato, Gto.	3.8%	2.3%	0.0%	<b>6.0%</b>
Querétaro, Qro.	3.1%	2.0%	0.0%	<b>5.1%</b>
Puebla, Pue.	1.2%	1.8%	0.0%	<b>3.0%</b>
Aguascalientes, Ags.	1.0%	1.0%	0.0%	<b>2.0%</b>
Guadalajara, Jal.	1.2%	0.5%	0.0%	<b>1.7%</b>
San Miguel de Allende, Gto.	0.2%	1.2%	0.0%	<b>1.5%</b>
San Juan de los Lagos, jal.	0.8%	0.6%	0.0%	<b>1.4%</b>
Morelia, Mich.	0.5%	0.7%	0.0%	<b>1.1%</b>
León, Gto.	0.5%	0.6%	0.0%	<b>1.1%</b>
Ciudad de Mexico	0.8%	0.2%	0.0%	<b>1.1%</b>
Oaxaca, Oax.	0.3%	0.7%	0.0%	<b>1.0%</b>
Jalisco	0.6%	0.2%	0.0%	<b>0.8%</b>
Panamá	0.4%	0.2%	0.0%	<b>0.7%</b>
Hidalgo	0.1%	0.5%	0.0%	<b>0.6%</b>
Saltillo, Coah.	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Xilitla, S.L.P.	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Rioverde, S.L.P.	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Zapopan, Jal.	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Obregón, Son.	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
España	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Monterrey, N.L.	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Veracruz	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Toluca, Edo. Mex.	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Ciudad Valles, S.L.P.	0.2%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Chiapas	0.2%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Campeche	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Madrid, Esp.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Real de Catorce, S.L.P.	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Chihuahua	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Tamaulipas	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Pueblos Mágicos	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Tlaxcala, Tlax.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Pinos, Zac.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Salinas, S.L.P.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Santa María del Río, S.L.P.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Tlaquepaque, Jal.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Tapachula, Chis.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Tuxtla Gutiérrez, Chis.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Taxco, Gro.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Pachuca, Hgo.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Zona Huasteca	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Michoacán	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Durango	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
No contestó	22.1%	15.7%	1.2%	<b>39.1%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Recuerda Publicidad del Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Sí	37.0%	29.4%	1.6%	<b>68.0%</b>
No	17.5%	13.1%	0.8%	<b>31.3%</b>
No contesto	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.7%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio en que recuerda la publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Espectaculares	11.9%	7.2%	0.7%	<b>19.7%</b>
Televisión	5.2%	5.7%	0.3%	<b>11.3%</b>
Internet	6.5%	3.4%	0.2%	<b>10.1%</b>
Folletos	4.2%	5.2%	0.0%	<b>9.5%</b>
Facebook	3.6%	2.3%	0.0%	<b>5.9%</b>
Familiares o amigos	2.4%	2.1%	0.0%	<b>4.6%</b>
Periódico	1.8%	1.6%	0.5%	<b>3.9%</b>
Revista	0.5%	0.8%	0.0%	<b>1.3%</b>
Radio	0.3%	0.5%	0.0%	<b>0.8%</b>
Instagram	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Twitter	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
You Tube	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
No contesto	17.8%	13.4%	0.8%	<b>32.0%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	40.5%	31.3%	1.1%	<b>72.9%</b>
Probablemente sí	14.0%	10.8%	1.3%	<b>26.1%</b>
Probablemente no	0.3%	0.7%	0.0%	<b>1.0%</b>
Definitivamente no	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
No Contesto	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	43.2%	35.1%	1.0%	<b>79.3%</b>
Probablemente sí	9.3%	5.5%	1.5%	<b>16.3%</b>
Probablemente no	1.5%	1.5%	0.0%	<b>2.9%</b>
Definitivamente no	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
No Contesto	0.8%	0.7%	0.0%	<b>1.5%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
CDMX	6.4%	4.7%	0.3%	<b>11.4%</b>
San Luis Potosí, S.L.P.	4.9%	5.1%	0.2%	<b>10.1%</b>
Soledad de Graciano Sánchez, S.L.P.	4.7%	1.6%	0.0%	<b>6.4%</b>
Monterrey, N.L.	3.6%	1.6%	0.0%	<b>5.2%</b>
Calvillo, Zac.	2.4%	1.5%	0.2%	<b>4.1%</b>
Guadalajara, Jal.	2.0%	1.6%	0.0%	<b>3.6%</b>
Saltillo, Coah.	2.0%	1.0%	0.0%	<b>2.9%</b>
Cuautitlán Izcalli, Edo Mex.	1.0%	1.0%	0.0%	<b>2.0%</b>
Querétaro, Qro.	0.8%	1.0%	0.0%	<b>1.8%</b>
Villa de Pozos, S.L.P.	1.6%	0.2%	0.0%	<b>1.8%</b>
Culiacán, SINAL.	1.0%	0.7%	0.0%	<b>1.6%</b>
Matehuala, S.L.P.	0.5%	0.8%	0.0%	<b>1.3%</b>
Zapopan, Jal.	0.5%	0.8%	0.0%	<b>1.3%</b>
Aguascalientes, Ags.	0.5%	0.7%	0.0%	<b>1.1%</b>
Villa Hidalgo, Ags.	0.7%	0.5%	0.0%	<b>1.1%</b>
Madrid, Esp.	0.5%	0.5%	0.0%	<b>1.0%</b>
Merida, Yuc.	0.3%	0.7%	0.0%	<b>1.0%</b>
Puerto Principe, Hai.	0.5%	0.3%	0.0%	<b>0.8%</b>
Rioverde, S.L.P.	0.7%	0.2%	0.0%	<b>0.8%</b>
Villa de Zaragoza, S.L.P.	0.5%	0.3%	0.0%	<b>0.8%</b>
Guanajuato, Gto.	0.3%	0.5%	0.0%	<b>0.8%</b>
Ciudad Valles, S.L.P.	0.3%	0.5%	0.0%	<b>0.8%</b>
Tamazuchale, S.L.P.	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.7%</b>
Puebla, Pue.	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.7%</b>
Irapuato, Gto.	0.2%	0.5%	0.0%	<b>0.7%</b>
Tampico, Tamps.	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.7%</b>
Tijuana, BCN	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.7%</b>
Mexicali, BCN	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Torreón, Coah.	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
Nuevo Laredo, Tamps.	0.5%	0.0%	0.0%	<b>0.5%</b>
Iguala, Gro.	0.5%	0.0%	0.0%	<b>0.5%</b>
San Francisco, Cal.	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Bogotá, Col.	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
Azcapotzalco Naucalpan, Edo. Mex.	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
Sonora	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Puerto Peñasco, Son.	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Tepic, Nay.	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Jaipán, Qro.	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Apodaca, N.L.	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Río Bravo, Tamps.	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Pachuca, Hgo.	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
San José de Gómez, S.L.P.	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Manzanillo, Col.	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Ojuelos, Jal.	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Tonalá, Jal.	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Naucalpan, Edo. Mex.	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Linares, N.L.	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>

Juchitán, Jal.	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Zamora, Mich.	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
San Diego, Cal.	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Cuernavaca, Mor.	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Matamoros, Tamps.	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Ensenada, BCN	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Francia	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Zacatecas	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Acapulco, Gro.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Pinos, Zac.	0.0%	0.0%	0.2%	<b>0.2%</b>
Coyotepec, Edo. Mex.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Campeche	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Cd. Juárez, Chi.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Oaxaca	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Xalapa, Ver.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Santa Maria del Río, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Moctezuma, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
San Miguel de Allende, Gto.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Orizaba, Ver.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Churintzco, Mich.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Córdoba, Ver.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Salamanca, Gto.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Pétionville, E.U.A.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Los Ángeles, Cal.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Ciudad Victoria, Tamps.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Moroleón, Gto.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Paraíso, Tab.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Morelia, Mich.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Tepatitlán, Jal.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Uruapan, Mich.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
San Felipe, Gto.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Ébano, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Tlalpan, Edo. Mex.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
León, Gto.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Tamaulipas	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Chilpancingo, Gro.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Santiago angamandapio, Mich.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Toluca, Edo. Mex.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Ciudad del Maíz, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Villa de Arriaga, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Cuautla, Mor.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Villa de Santiago, Gto.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Xochimilco, CDMX	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Villa de Arista	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Aldama, N.L.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Villa de Reyes, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
No Contesto	9.8%	7.3%	1.6%	<b>18.8%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
San Luis Potosí	17.9%	11.7%	0.5%	<b>30.2%</b>
Ciudad de México	6.5%	5.5%	0.3%	<b>12.4%</b>
Nuevo León	4.1%	2.3%	0.0%	<b>6.4%</b>
Jalisco	2.3%	3.1%	0.0%	<b>5.4%</b>
Estado de México	2.0%	2.1%	0.2%	<b>4.2%</b>
Coahuila	2.0%	1.8%	0.0%	<b>3.8%</b>
Guanajuato	2.4%	1.3%	0.0%	<b>3.8%</b>
Querétaro	1.3%	1.3%	0.0%	<b>2.6%</b>
Tamaulipas	1.5%	1.1%	0.0%	<b>2.6%</b>
Baja California	1.6%	0.5%	0.0%	<b>2.1%</b>
Sinaloa	1.1%	0.7%	0.0%	<b>1.8%</b>
Veracruz	1.1%	0.5%	0.0%	<b>1.6%</b>
Guerrero	0.7%	0.7%	0.0%	<b>1.3%</b>
Zacatecas	0.8%	0.3%	0.2%	<b>1.3%</b>
Aguascalientes	0.0%	1.1%	0.0%	<b>1.1%</b>
Michoacán	0.7%	0.5%	0.0%	<b>1.1%</b>
Yucatán	0.3%	0.8%	0.0%	<b>1.1%</b>
Haití	0.5%	0.5%	0.0%	<b>1.0%</b>
España	0.5%	0.5%	0.0%	<b>1.0%</b>
Oaxaca	0.2%	0.7%	0.0%	<b>0.8%</b>
Morelos	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.7%</b>
Texas	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Puebla	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Sonora	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Tlaxcala	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Colombia	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
Colima	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Hidalgo	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Nayarit	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Tabasco	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Estados Unidos	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Baja California Sur	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Chihuahua	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Durango	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
París	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Perú	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Francia	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Honduras	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Costa Rica	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
No contesto	3.9%	2.9%	1.3%	<b>8.2%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</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	11.9%	6.4%	0.2%	<b>18.4%</b>
De 25 a 31 años	10.3%	7.7%	0.5%	<b>18.4%</b>
De 32 a 38 años	7.8%	5.7%	0.0%	<b>13.5%</b>
De 39 a 45 años	6.7%	5.1%	0.7%	<b>12.4%</b>
De 46 a 51 años	13.4%	11.4%	0.3%	<b>25.1%</b>
De 52 a 59 años	4.2%	6.0%	0.5%	<b>10.8%</b>
Más de 60 años	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
No Contesto	0.5%	0.5%	0.3%	<b>1.3%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
No Contesto	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Empleado privado	15.2%	13.2%	0.8%	<b>29.2%</b>
Empleado de Gobierno	3.8%	2.9%	0.2%	<b>6.9%</b>
Por cuenta propia	2.3%	4.9%	0.0%	<b>7.2%</b>
Labores del hogar	13.4%	0.2%	0.3%	<b>13.9%</b>
Un oficio	2.1%	4.4%	0.2%	<b>6.7%</b>
Retirado(a)/Jubilado (a)	2.3%	3.1%	0.0%	<b>5.4%</b>
Estudiante	8.8%	4.6%	0.2%	<b>13.5%</b>
Desempleado(a)	1.1%	0.8%	0.5%	<b>2.4%</b>
Empresario(a)	0.5%	1.6%	0.3%	<b>2.4%</b>
Comerciante	2.1%	2.3%	0.0%	<b>4.4%</b>
Otro	3.1%	4.6%	0.0%	<b>7.7%</b>
<b>Total</b>	<b>54.8%</b>	<b>42.7%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>





SAN LUIS  
POTOSÍ  
Surveglista



# Ocupación Hotelera Región Centro Semana Santa y Pascua 2022