



PERFIL DEL VISITANTE SEMANA SANTA 2016

Pueblo
Mágico de
Xilitla,
S.L.P.



METODOLOGÍA PERFIL DEL VISITANTE

Con el objeto de determinar el Perfil del Visitante y conocer la experiencia durante su estancia en el Pueblo Mágico de Xilitla, se llevó a cabo un levantamiento de 152 encuestas.

Las entrevistas se levantaron del 19 de marzo al 02 de Abril en los principales sitios turísticos del Pueblo Mágico y fueron contestadas directamente por los visitantes.

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

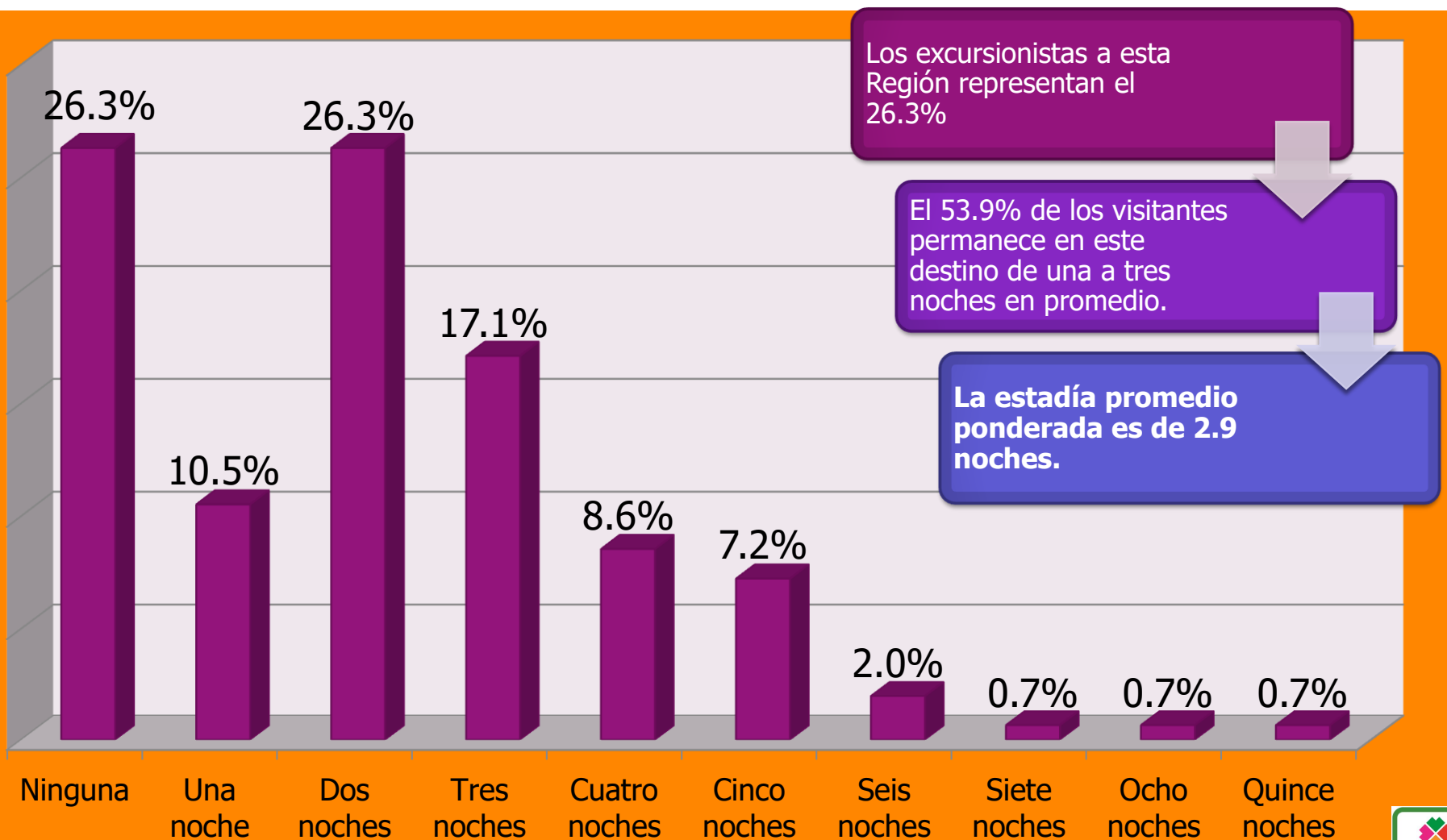
FRECUENCIA DE VISITA A LA REGIÓN

Un alto porcentaje visita por primera vez la Región (72.4%)

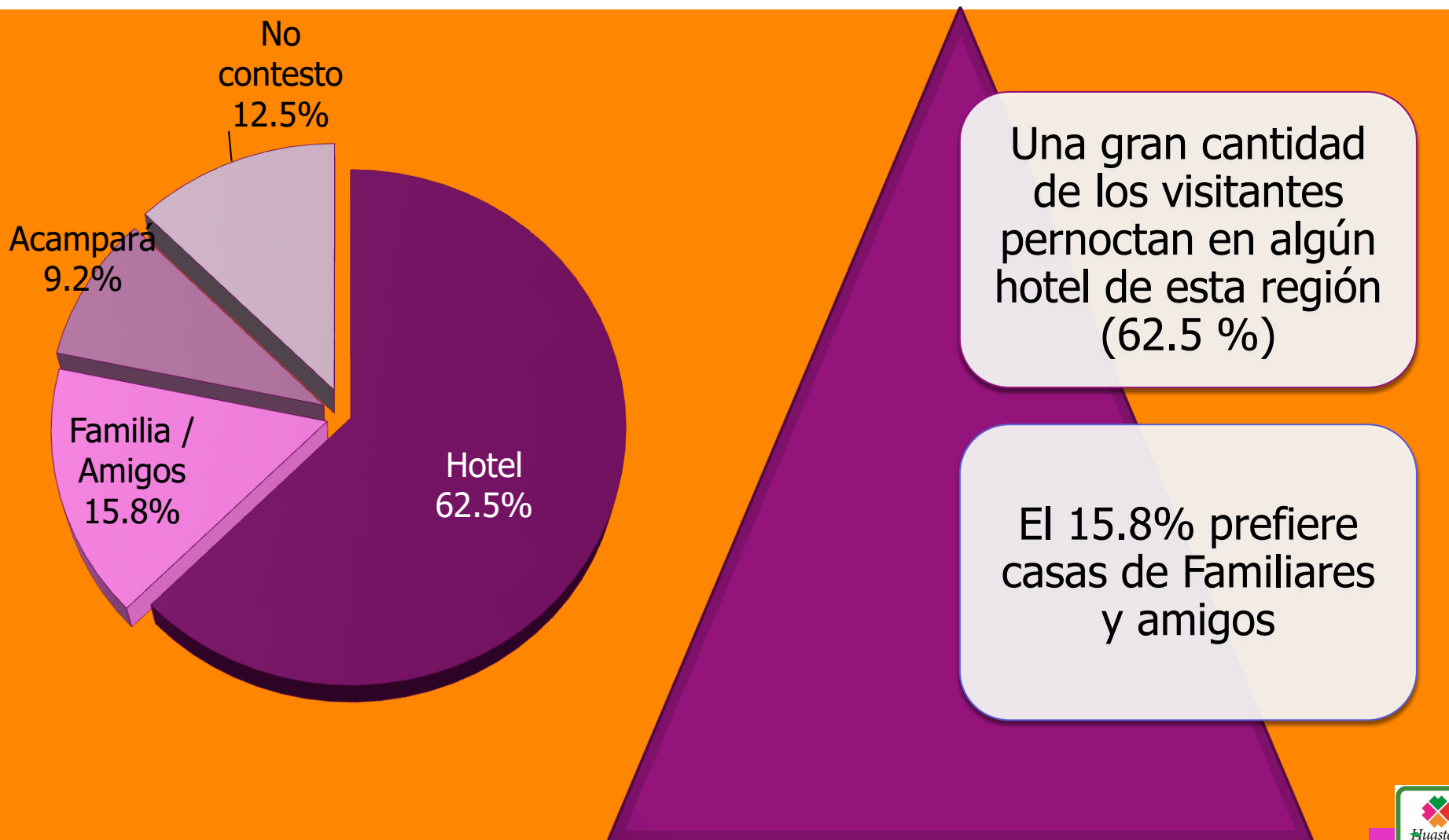
El turismo repetitivo representa el 27.6%



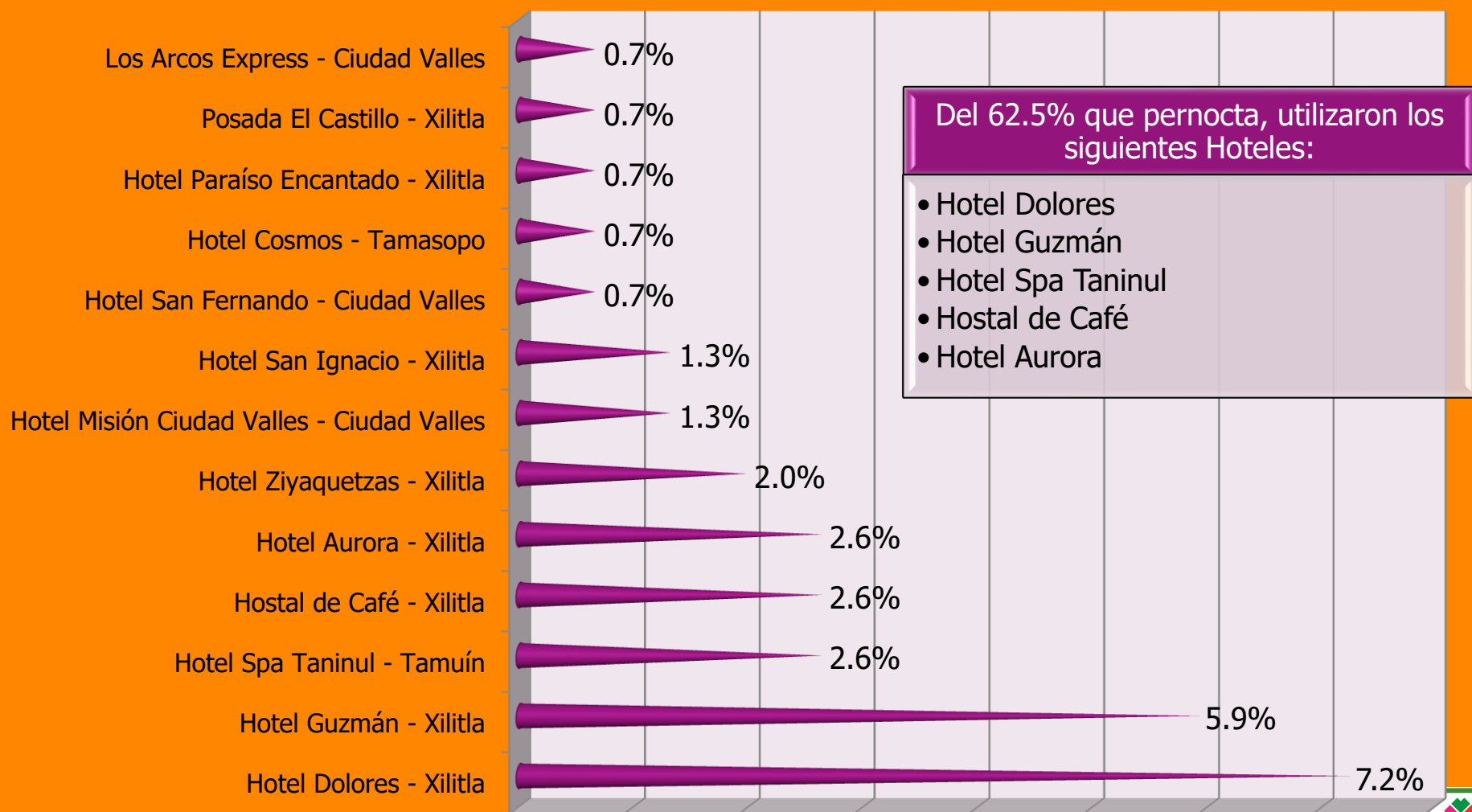
NOCHES DE ESTADÍA



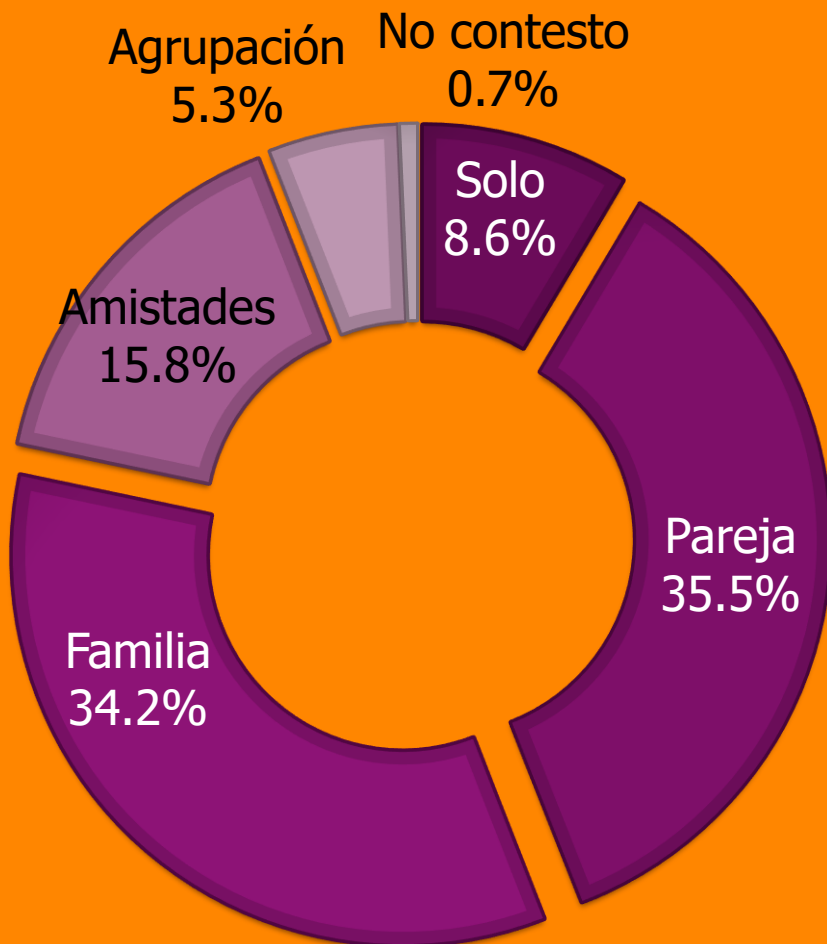
LUGAR DE HOSPEDAJE DEL VISITANTE



PRINCIPALES HOTELES DE PERNOCTA DEL VISITANTE



FORMA DE VIAJAR DEL VISITANTE

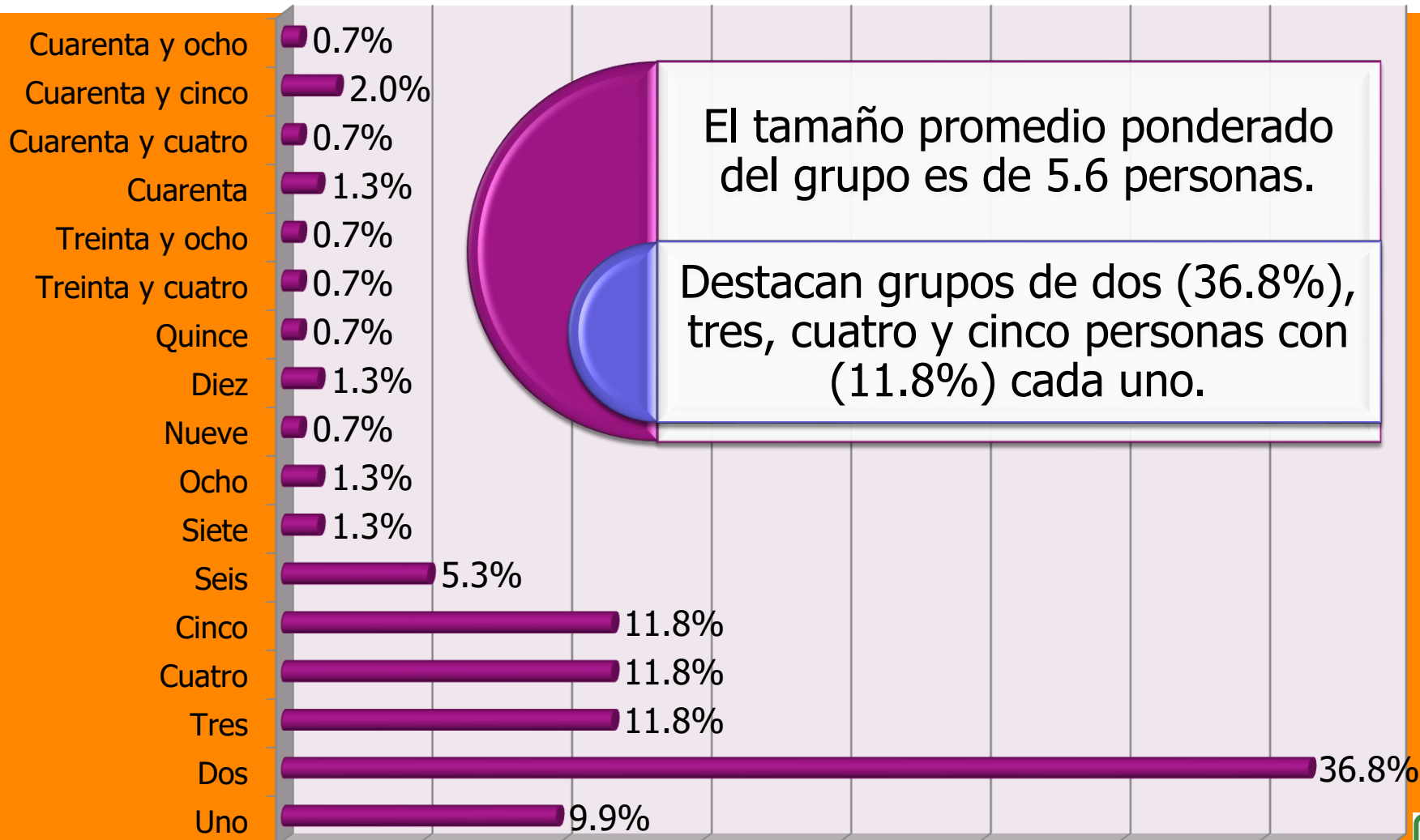


El 34.2% realiza este viaje con su familia.

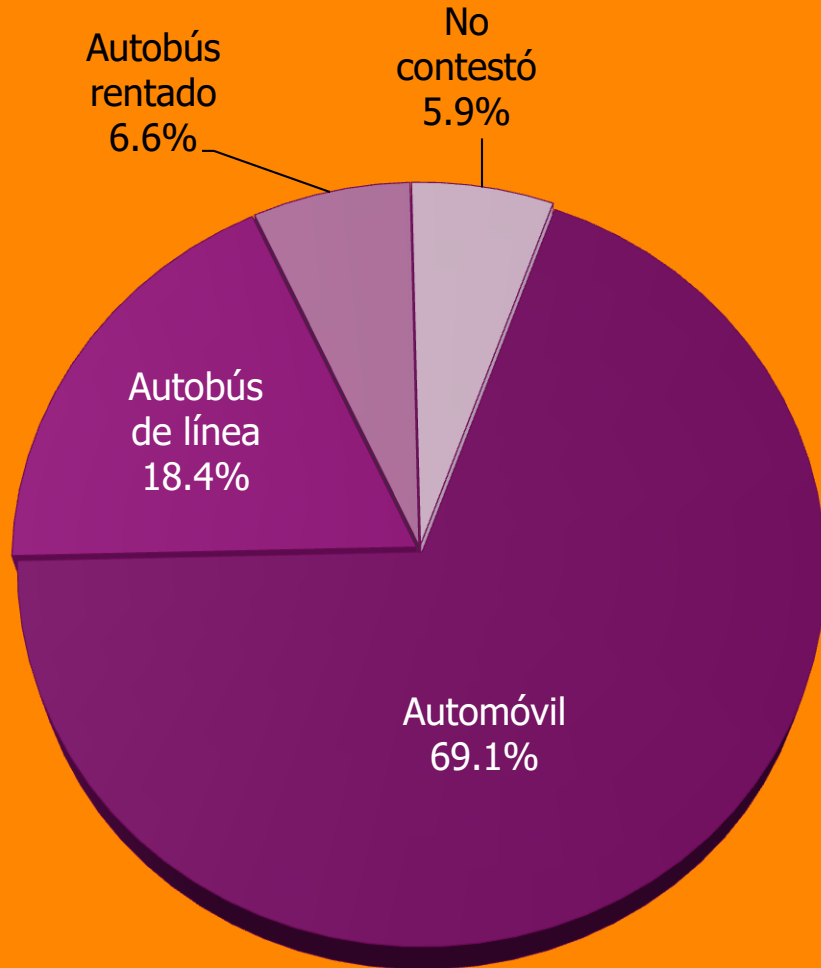
El 35.5% viaja con su pareja

15.8% se acompañó con Amistades

NÚMERO DE ACOMPAÑANTES EN SU VISITA



MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO POR EL VISITANTE



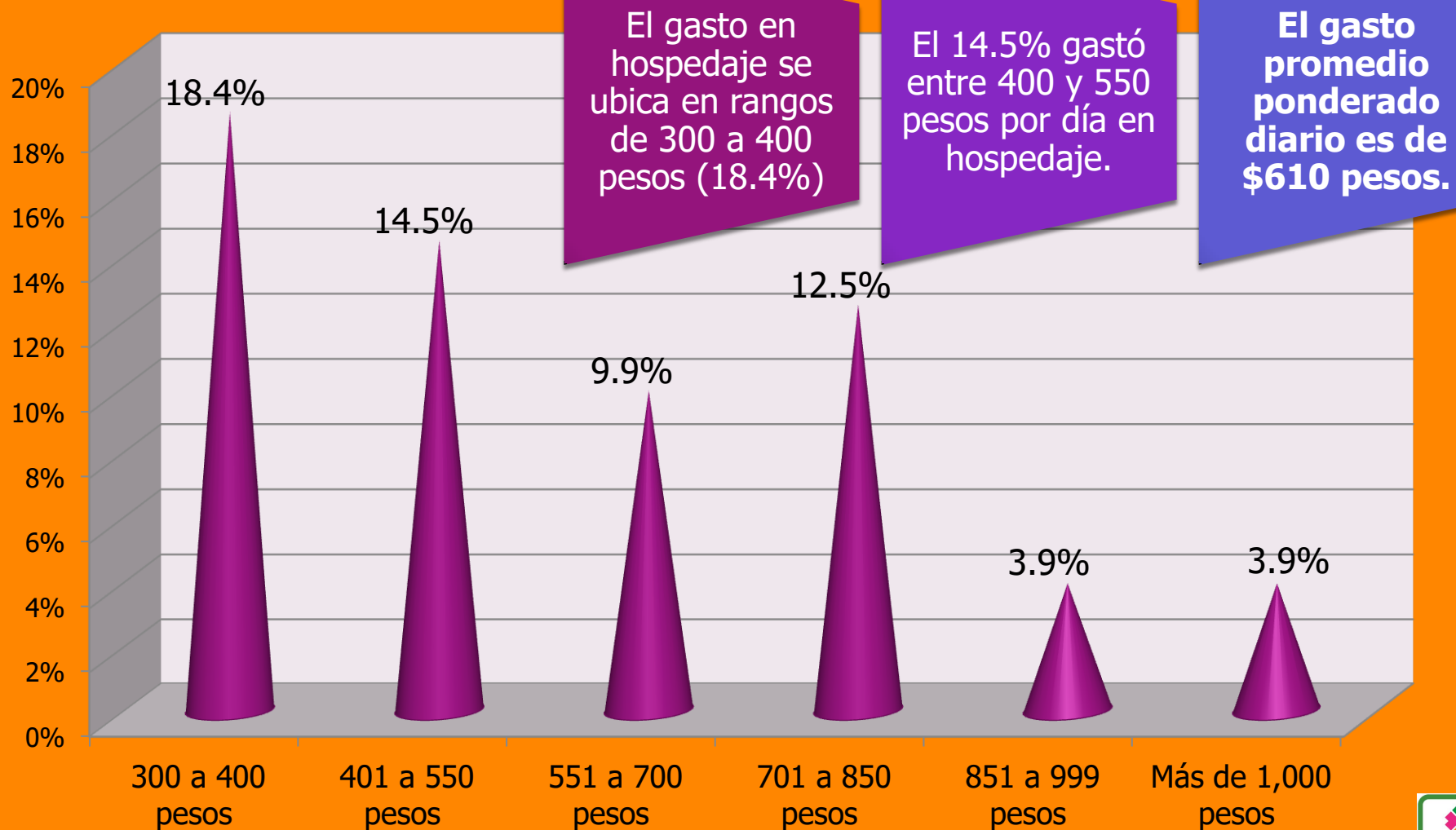
El 69.1% se desplaza a este destino en Automóvil

6.6% viajó en autobús rentado

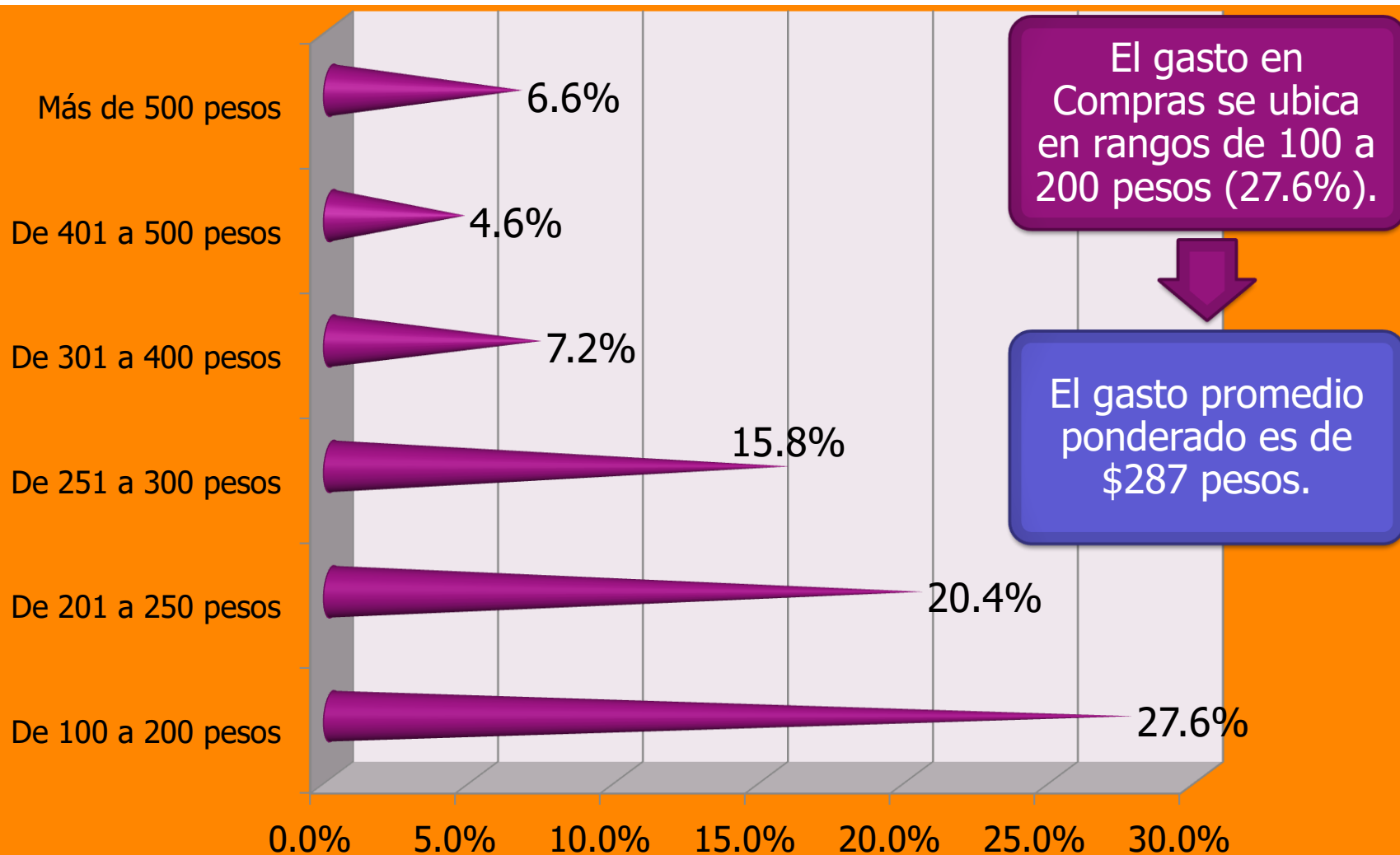
El 18.4% en autobús de línea



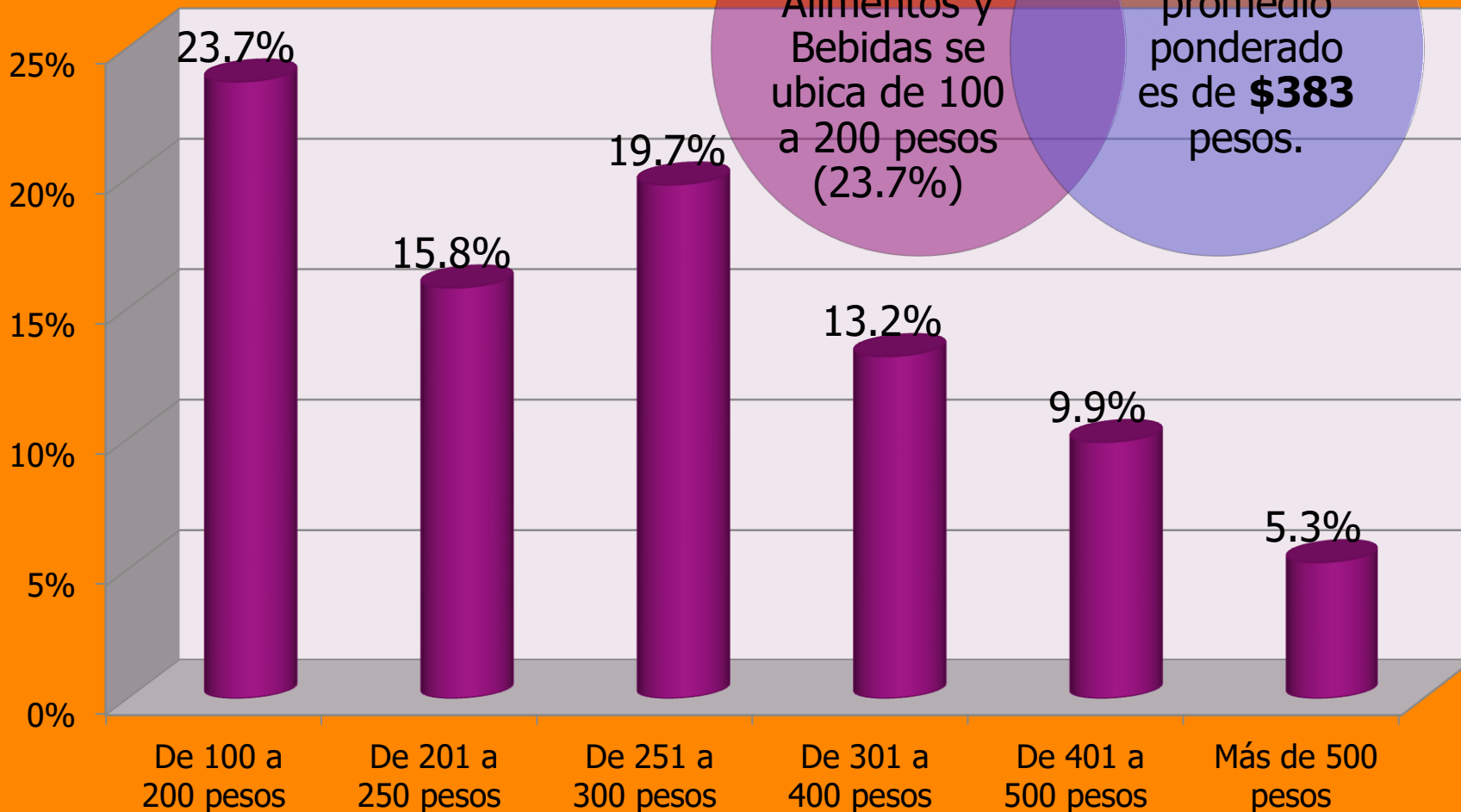
GASTO PROMEDIO - HOSPEDAJE



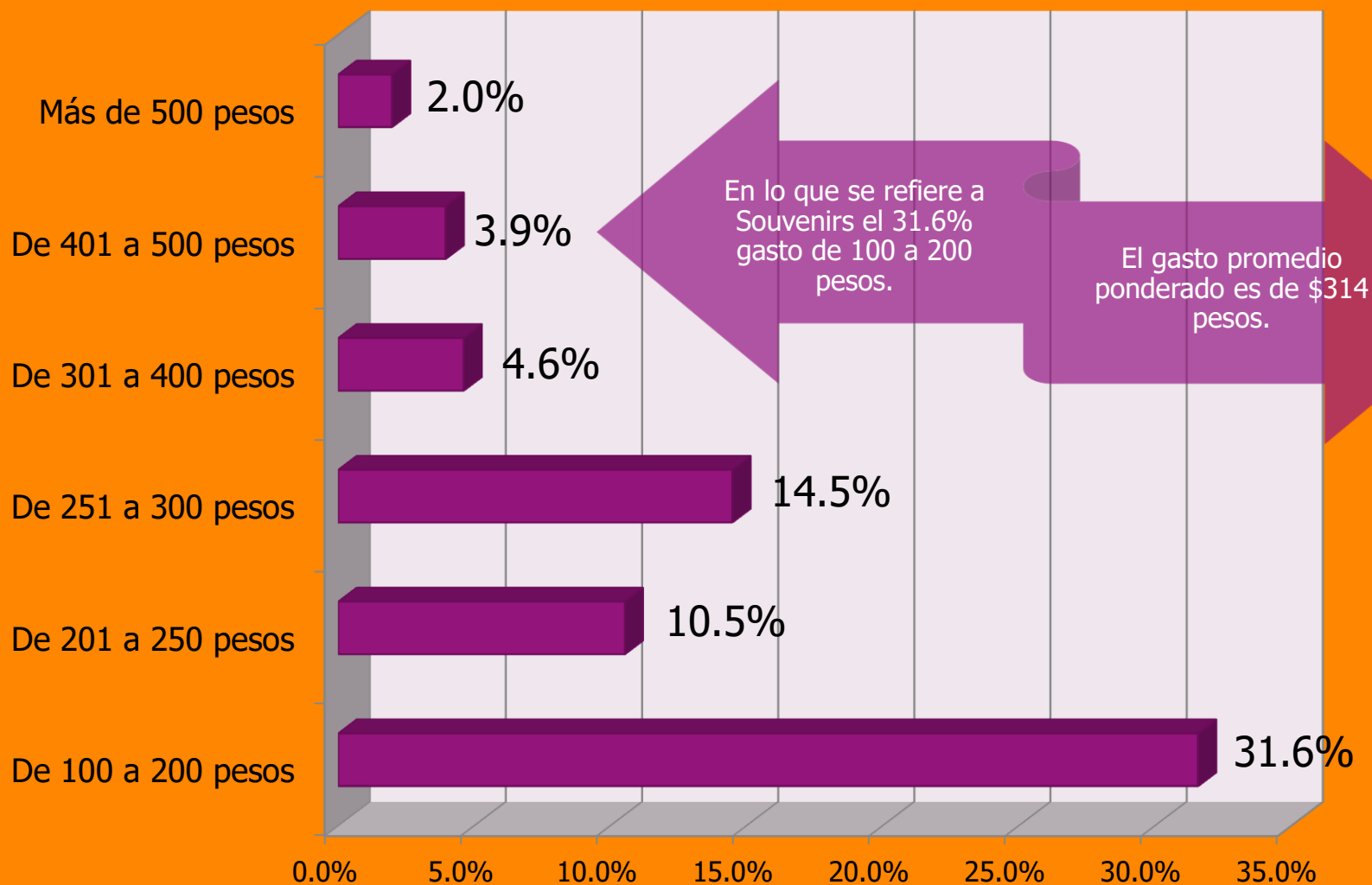
GASTO PROMEDIO - COMPRAS



GASTO PROMEDIO – ALIMENTOS Y BEBIDAS



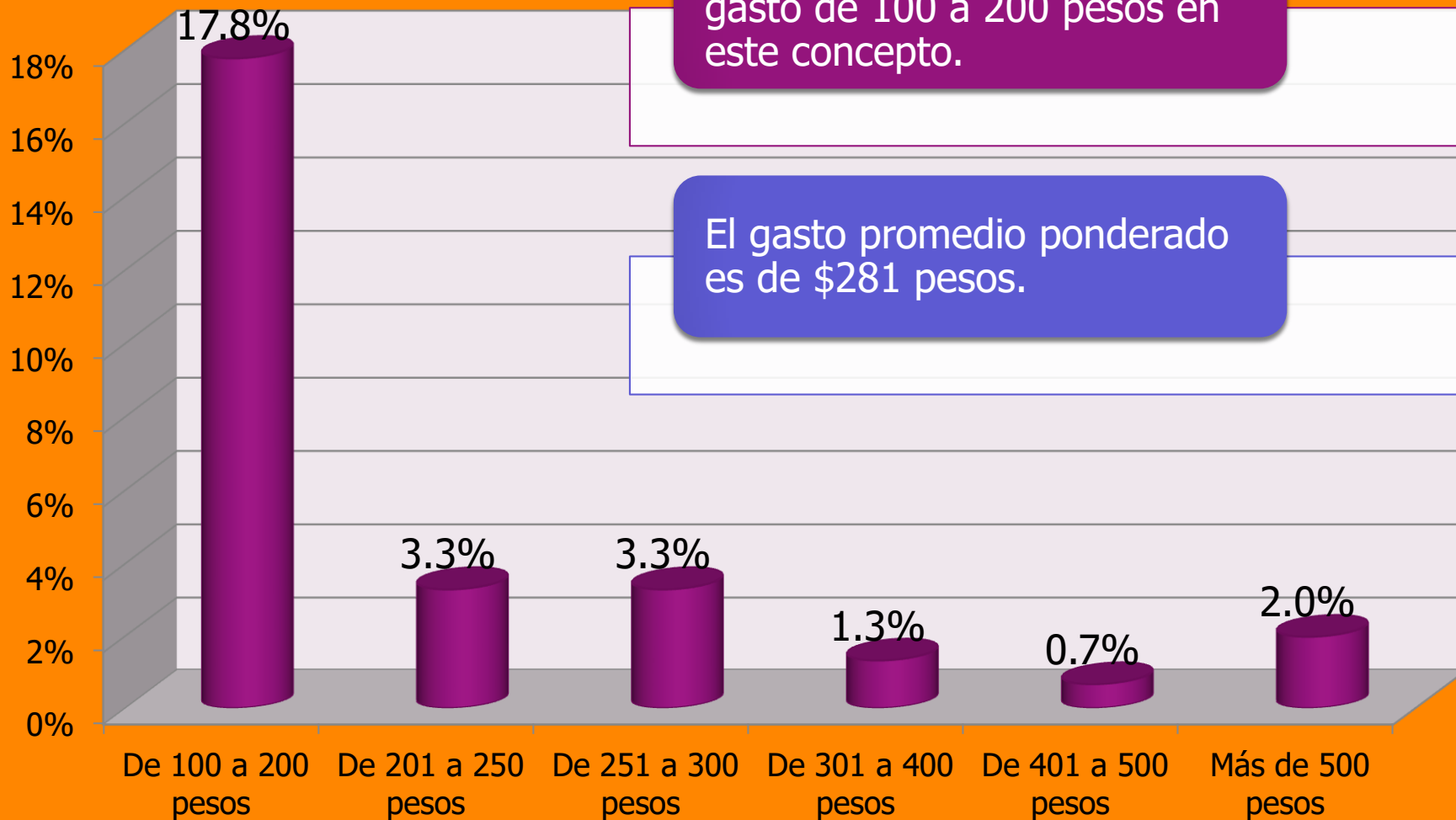
GASTO PROMEDIO - SOUVENIRS



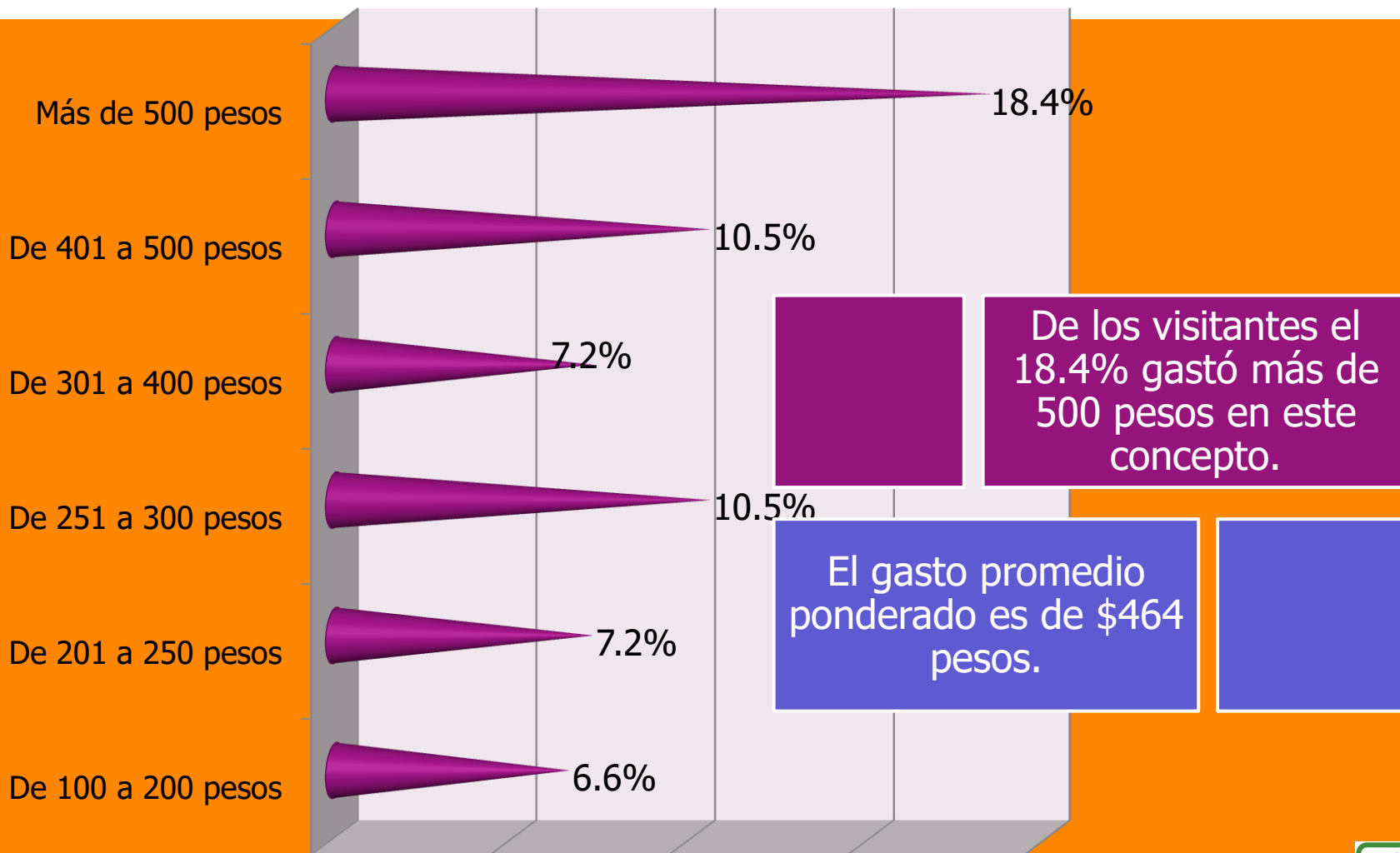
GASTO PROMEDIO – TRANSPORTACIÓN LOCAL

De los visitantes el 17.8% gastó de 100 a 200 pesos en este concepto.

El gasto promedio ponderado es de \$281 pesos.



GASTO PROMEDIO – GASOLINA



GASTO TOTAL PROMEDIO PONDERADO

Hospedaje
• \$610

Compras
• \$287

Alimentos
y Bebidas
• \$383

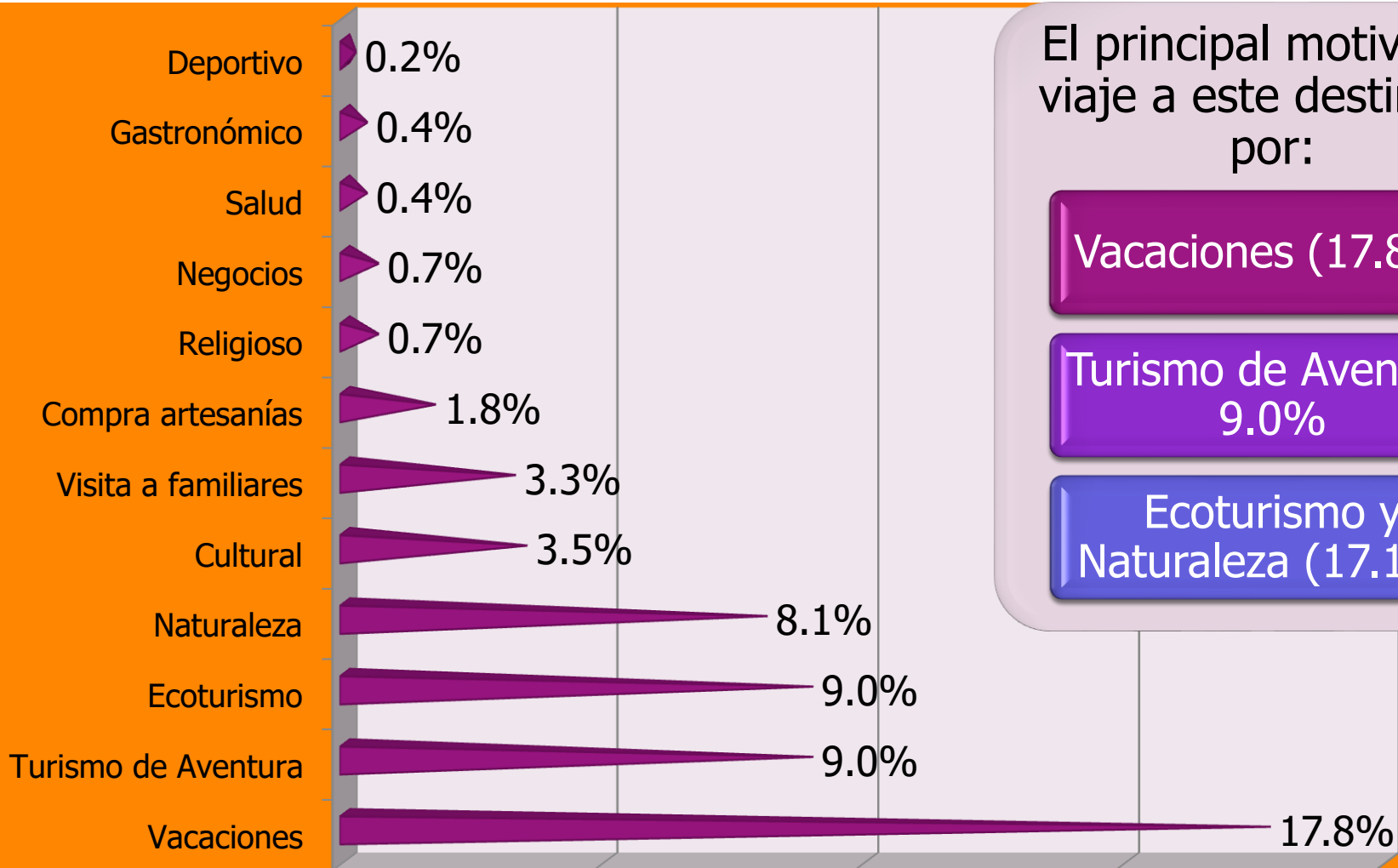
Souvenirs
• \$314

Transporte
Local
• \$281

Gasolina
• \$464

**Gasto Total
Promedio
Ponderado**
• **\$2,339**

RAZÓN PRINCIPAL DE VIAJE



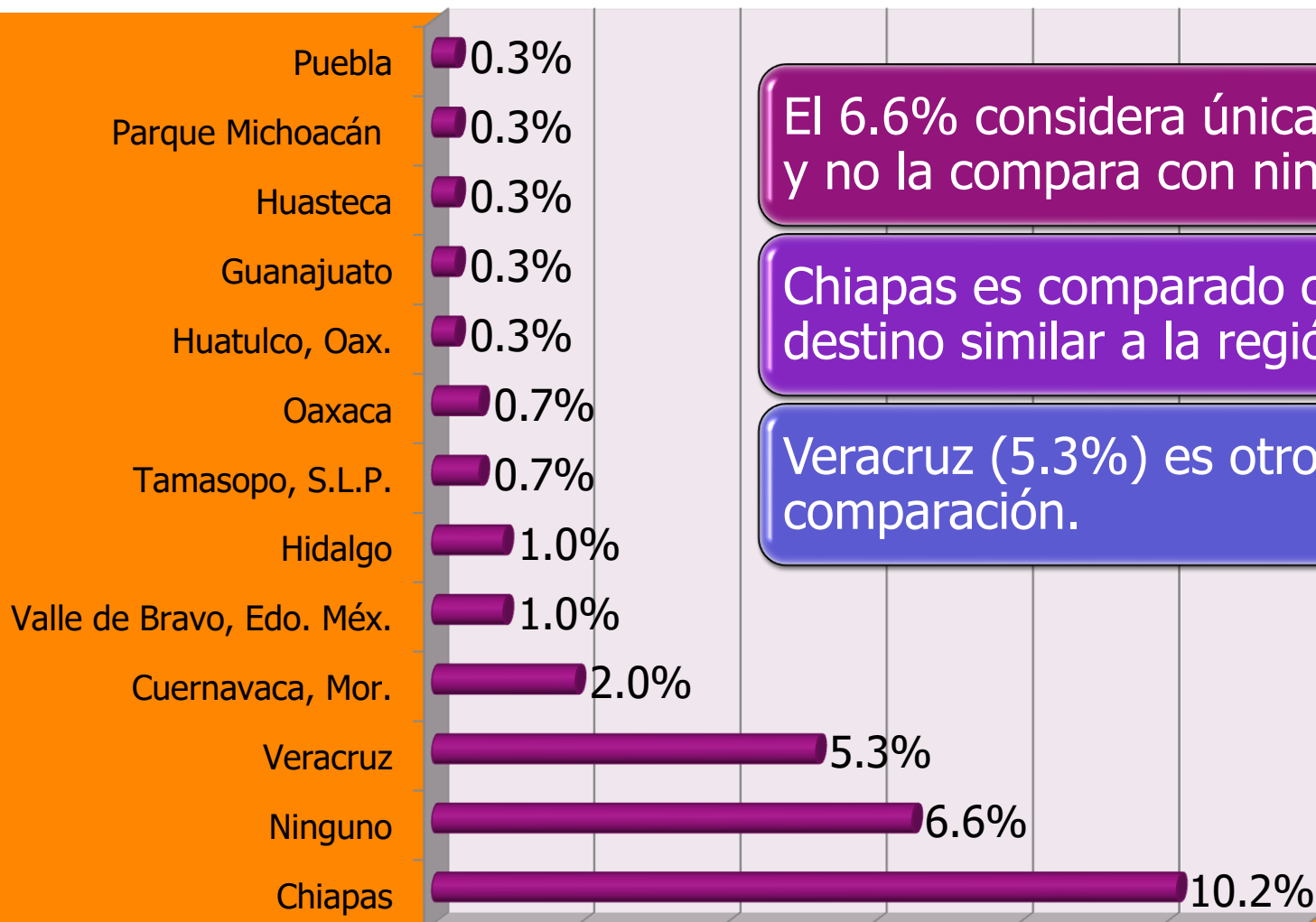
El principal motivo del viaje a este destino es por:

Vacaciones (17.8%)

Turismo de Aventura
9.0%

Ecoturismo y
Naturaleza (17.1%)

SITIOS CON LOS QUE COMPARAN A LA REGIÓN

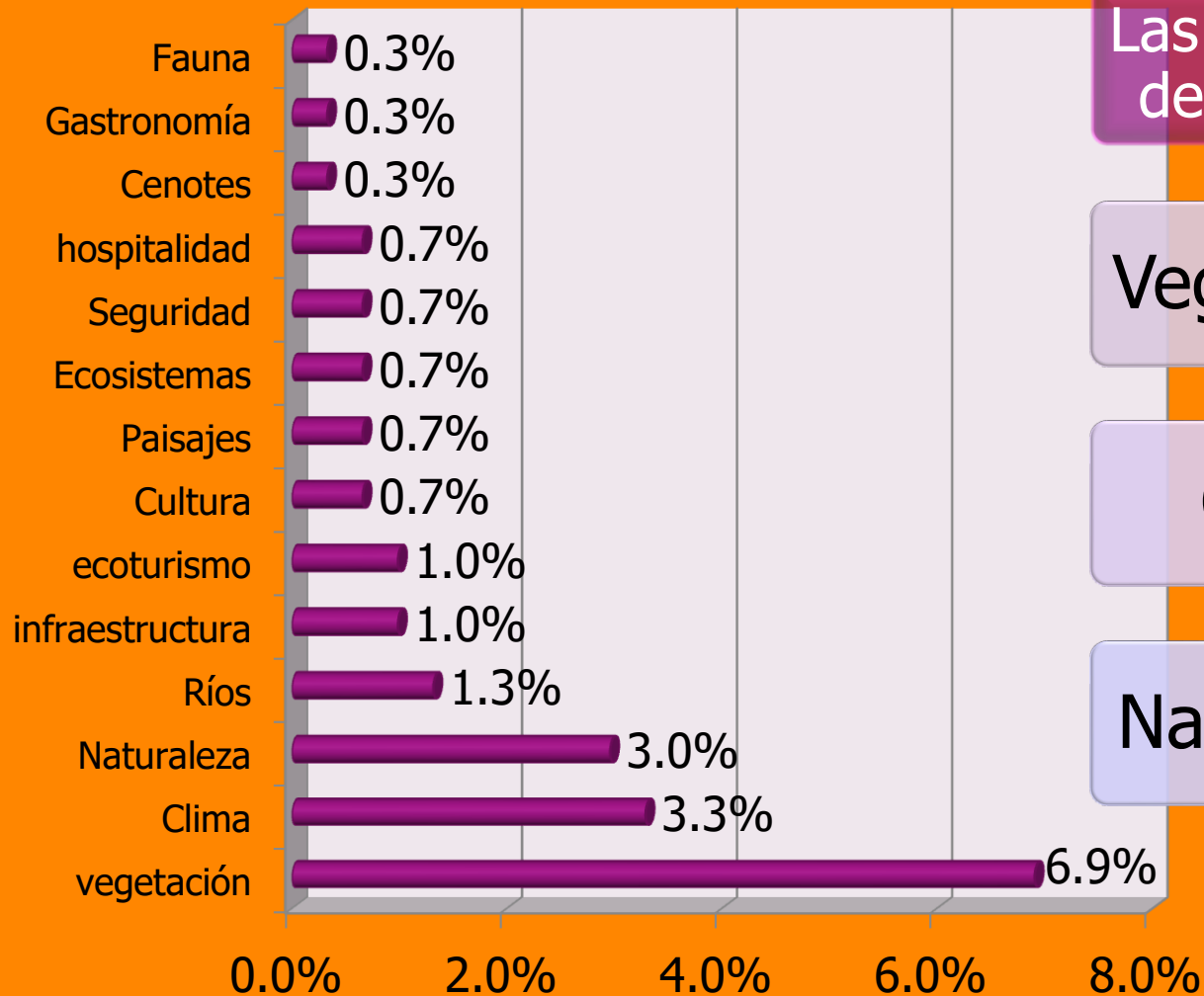


El 6.6% considera única a la región y no la compara con ningún sitio.

Chiapas es comparado como un destino similar a la región (10.2%).

Veracruz (5.3%) es otro destino de comparación.

RAZONES DE COMPARACIÓN CON OTRO DESTINO



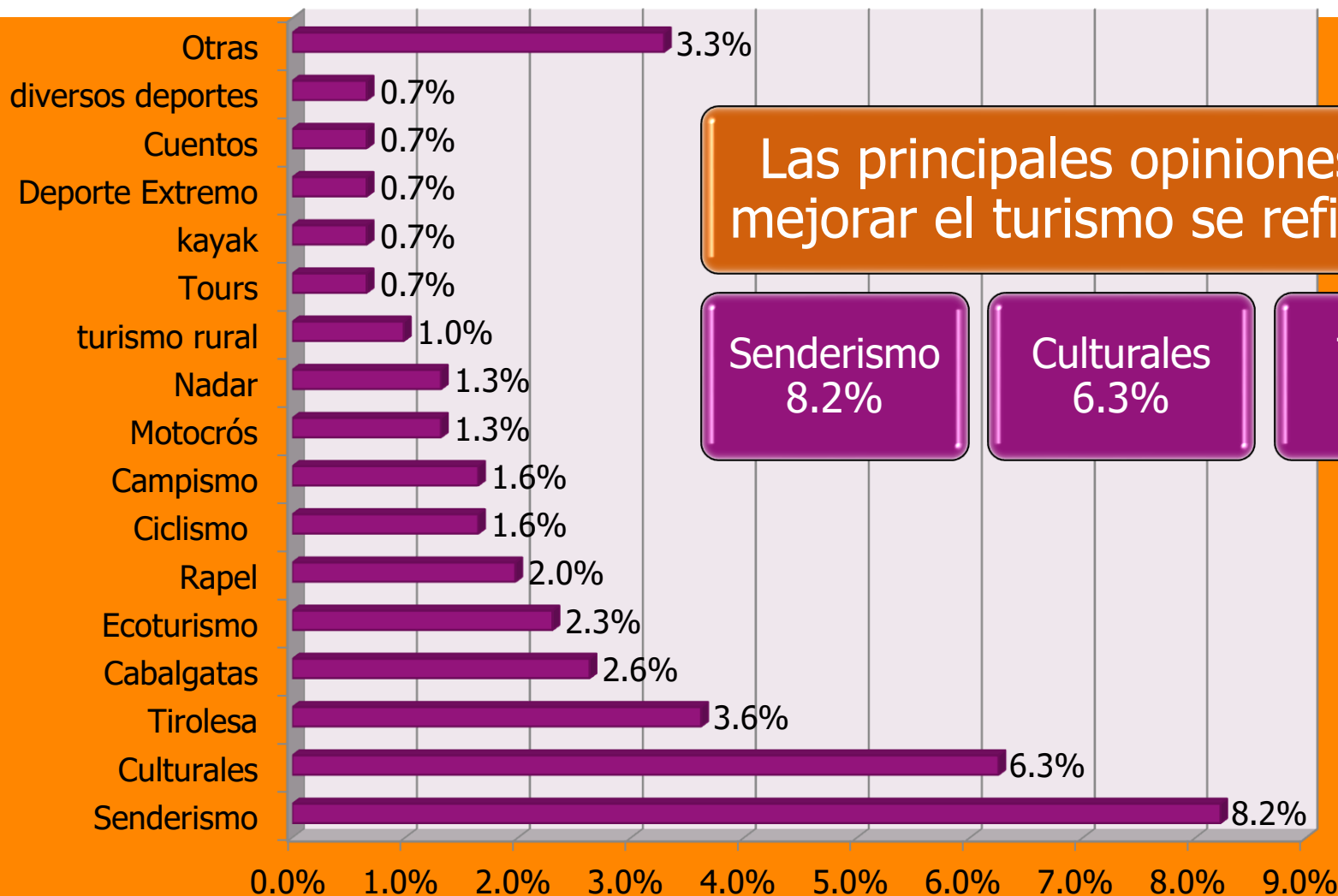
Las Principales razones de comparación son:

Vegetación (6.9%)

Clima (3.3%)

Naturaleza (3.0%)

PROPUESTA DE ACTIVIDADES QUE PODRÍAN DESARROLLARSE



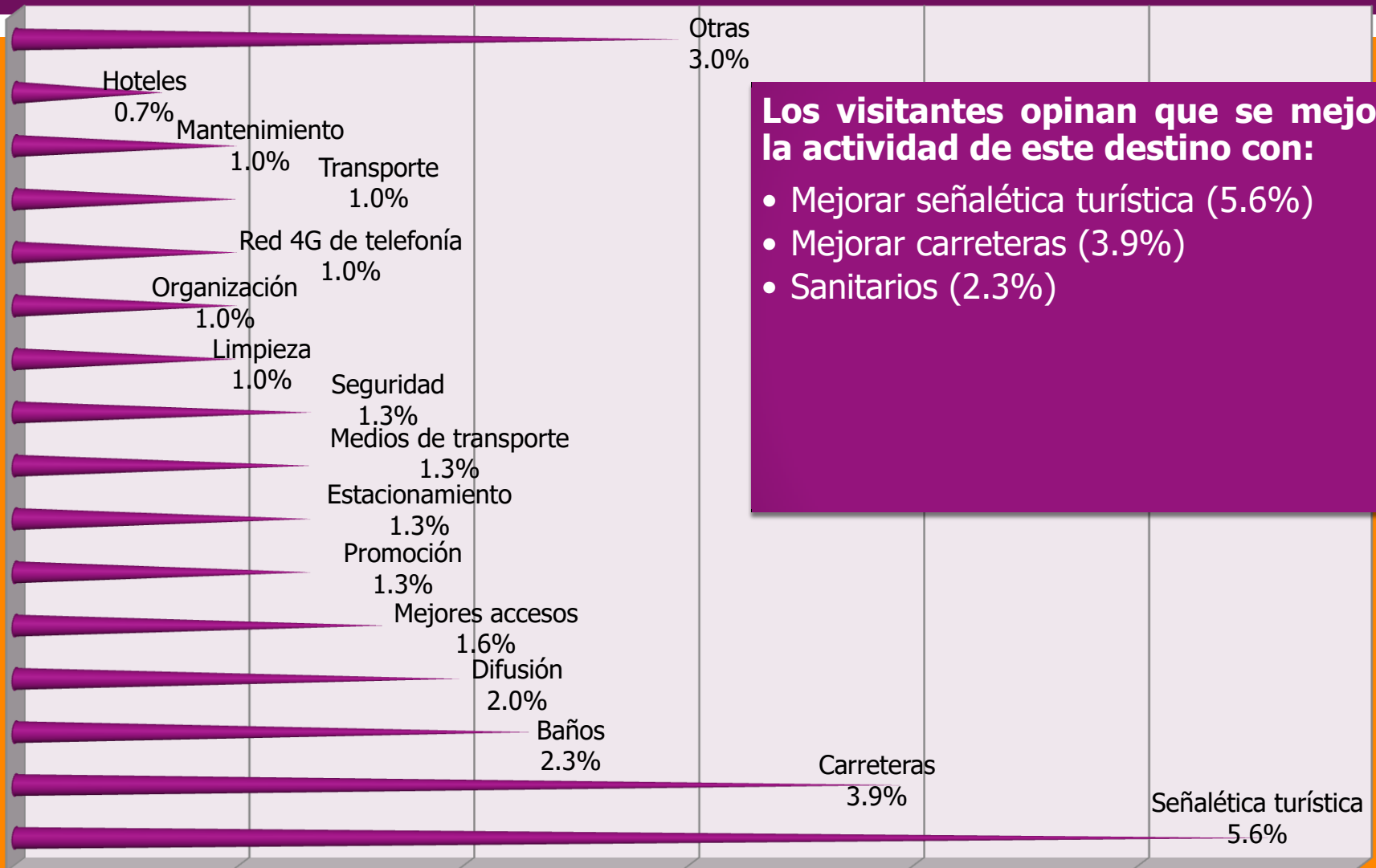
Las principales opiniones para mejorar el turismo se refieren a:

Senderismo
8.2%

Culturales
6.3%

Tirolesa
3.6%

OPINIÓN PARA MEJORAR TURÍSTICAMENTE LA REGIÓN



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

- Mejorar señalética turística (5.6%)
- Mejorar carreteras (3.9%)
- Sanitarios (2.3%)

Carreteras
3.9%

Señalética turística
5.6%

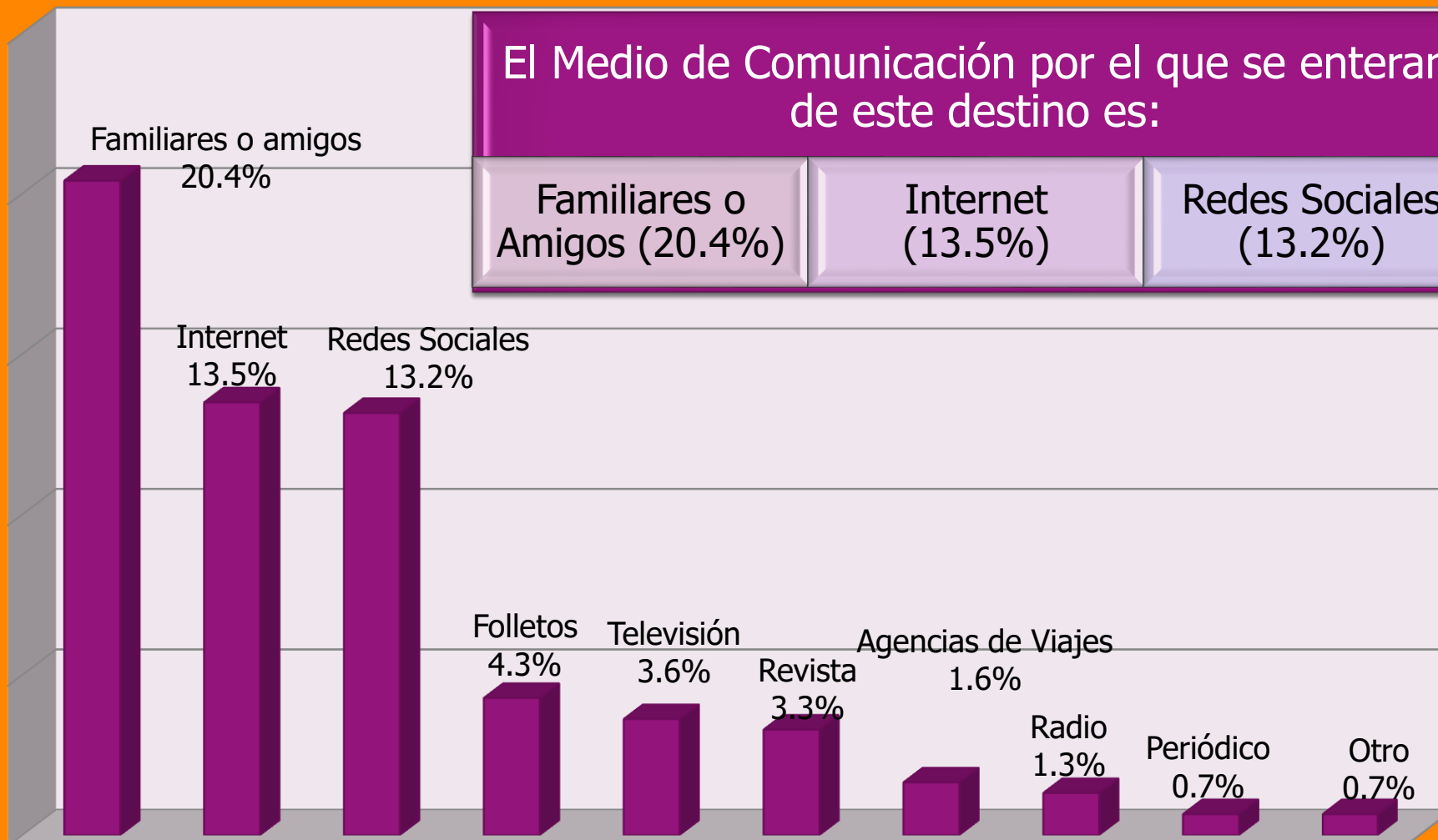
MEDIO POR EL QUE SE ENTERO O CONOCE DE LA REGIÓN

El Medio de Comunicación por el que se enteran de este destino es:

Familiares o Amigos (20.4%)

Internet (13.5%)

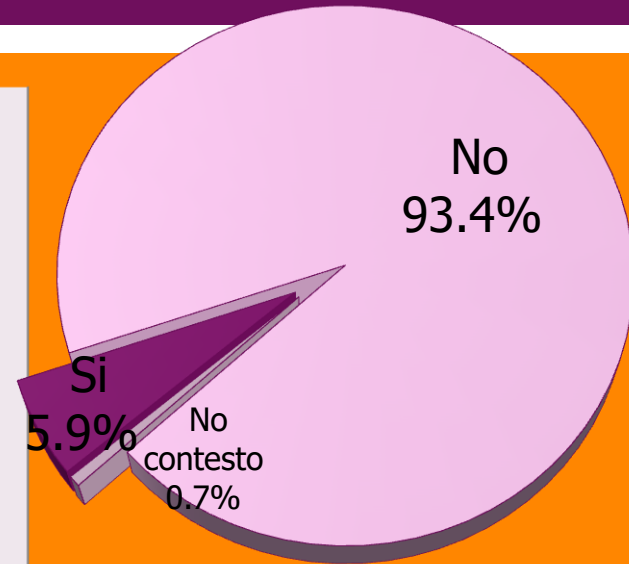
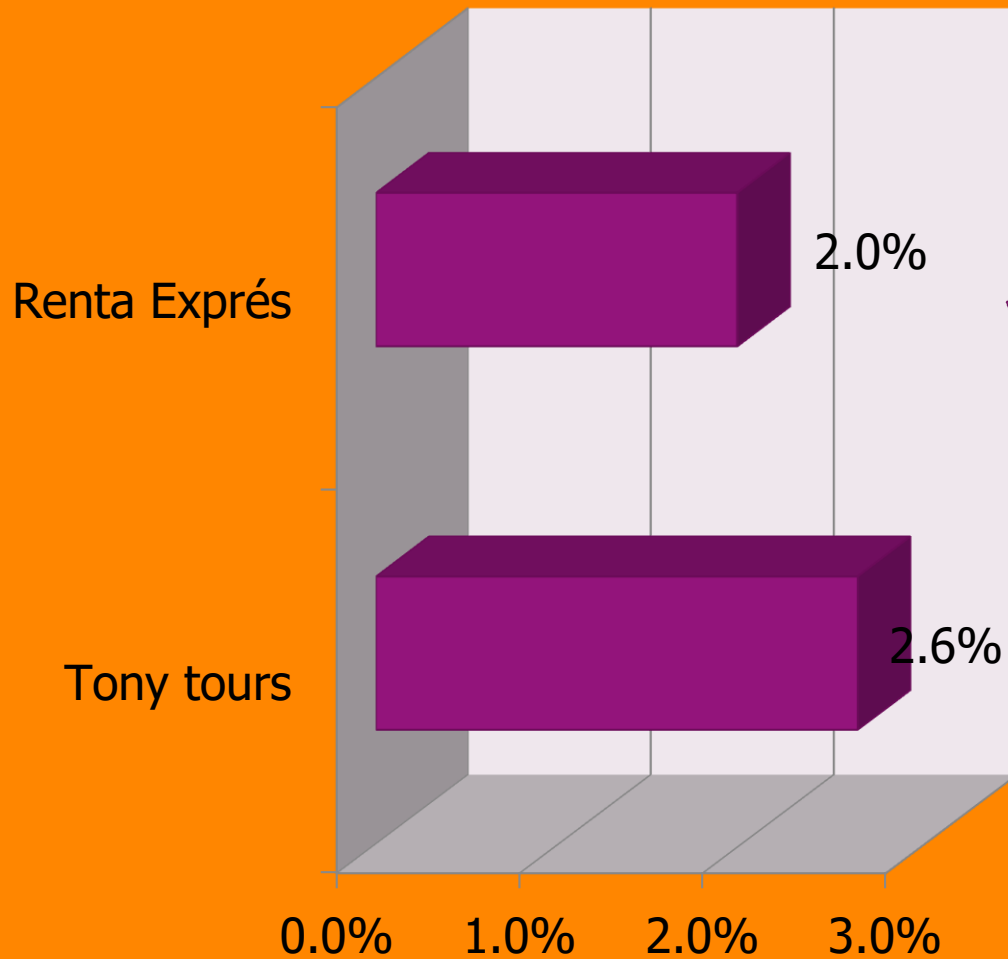
Redes Sociales (13.2%)



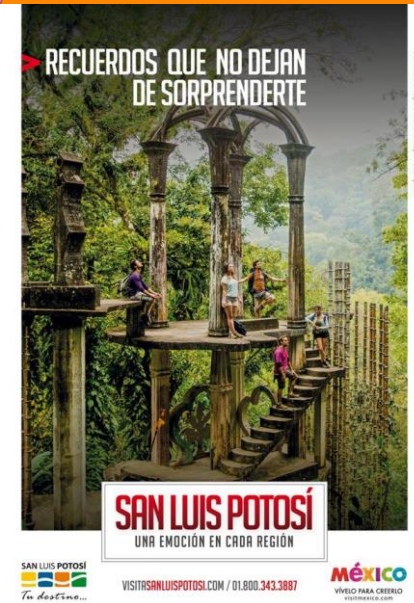
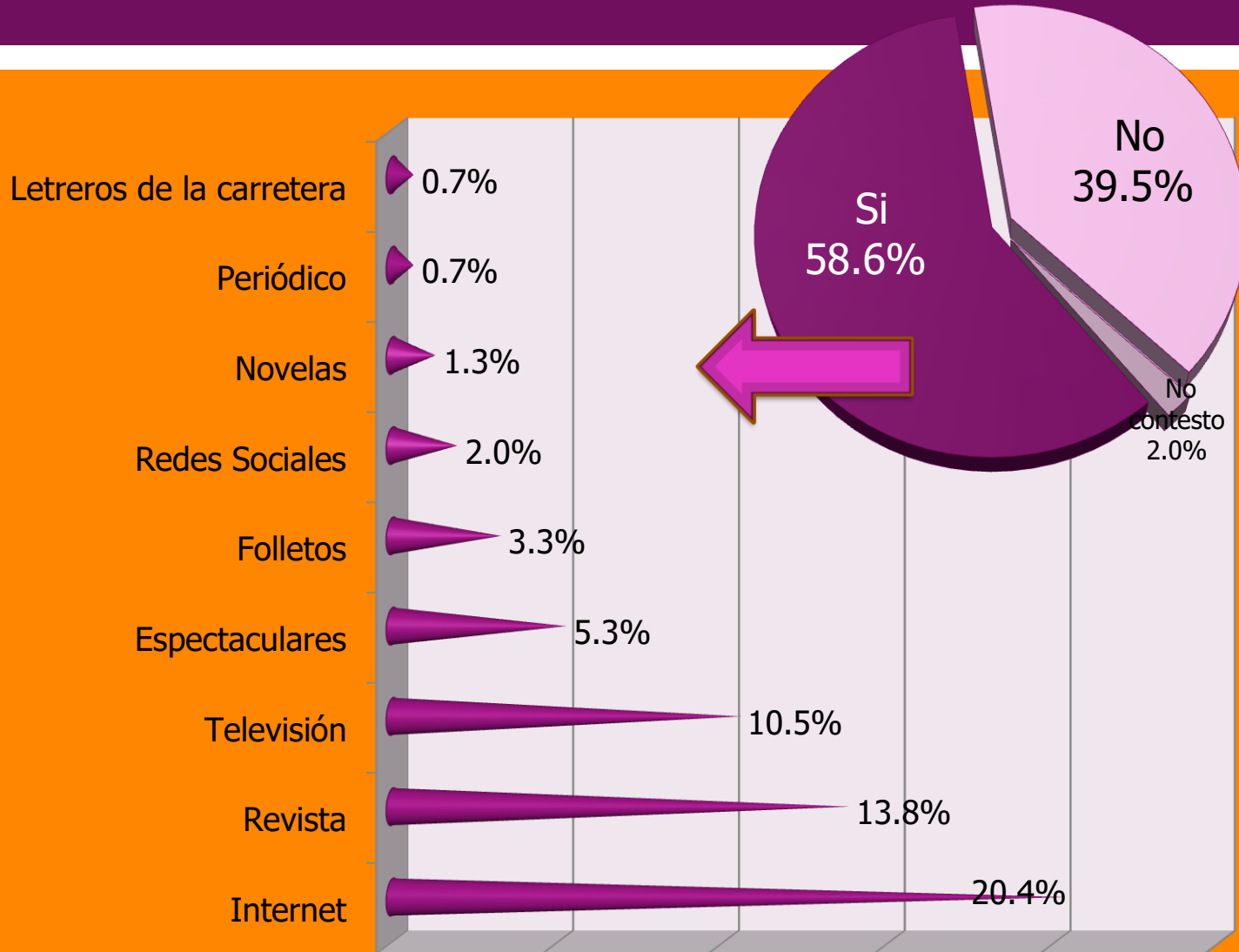
MEDIO POR EL QUE SE ENTERO O CONOCE DE LA REGIÓN POR LUGAR DE ORIGEN

Medio de Comunicación	Estado de México	Nuevo León	San Luis Potosí	Querétaro	Jalisco	Guanajuato	Hidalgo	Puebla	Tamaulipas	Coahuila	Oaxaca	Baja California	Morelos	Baja California Sur	Veracruz	Sinaloa	Otro	Total
Familiares o amigos	6.3%	1.0%	2.6%	2.0%	1.0%	1.3%	1.0%	1.0%	0.7%	0.7%	0.3%	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	2.0%	↑ 20.4%
Internet	4.3%	2.6%	1.0%	0.7%	1.0%	0.0%	0.7%	0.7%	0.3%	0.3%	0.0%	0.3%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	1.0%	↔ 13.5%
Redes Sociales	3.6%	1.3%	1.0%	1.6%	1.6%	0.7%	1.3%	0.3%	0.3%	0.0%	0.7%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	↔ 13.2%
Folletos	1.0%	0.0%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	↔ 4.3%
Televisión	0.7%	0.7%	0.0%	0.3%	0.3%	0.3%	0.0%	0.3%	0.3%	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓ 3.6%
Revista	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	↓ 3.3%
Agencias de Viajes	0.7%	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓ 1.6%
Radio	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	↓ 1.3%
Periódico	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓ 0.7%
Otro	0.3%	0.3%	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%	↑ 0.7%
No contesto	9.9%	3.9%	3.9%	3.0%	2.0%	1.6%	1.6%	1.0%	2.0%	1.3%	1.0%	1.3%	1.0%	0.7%	0.3%	0.3%	2.6%	37.5%
Total	28.9%	9.9%	9.2%	7.9%	7.2%	4.6%	4.6%	4.6%	3.9%	2.6%	2.6%	2.0%	2.0%	1.3%	0.7%	0.7%	7.2%	100.0%

CONTRATACIÓN DE ALGÚN OPERADOR DURANTE SU VISITA

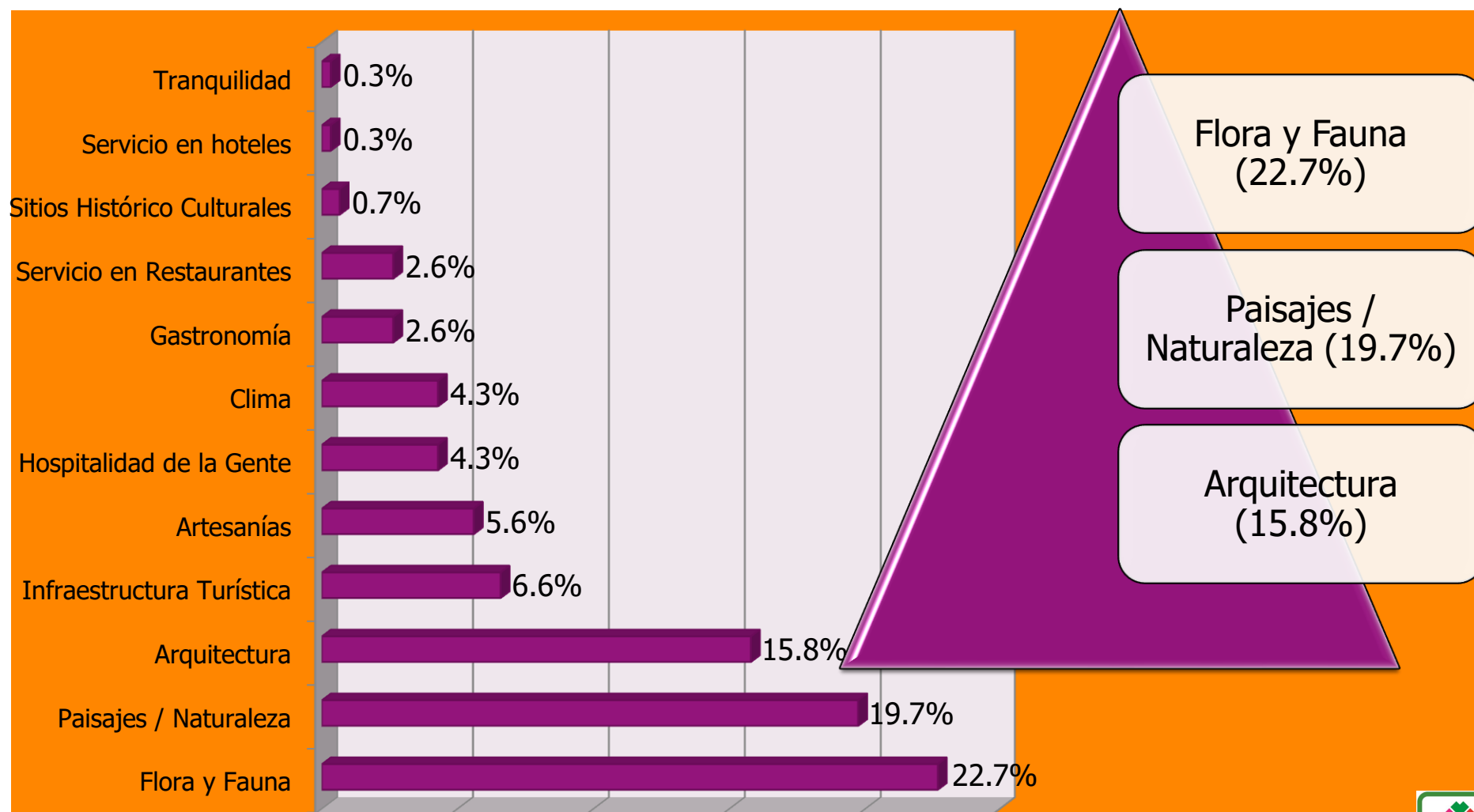


RECORDACIÓN DE LA PUBLICIDAD "SAN LUIS POTOSÍ, UNA EMOCIÓN EN CADA REGIÓN..."

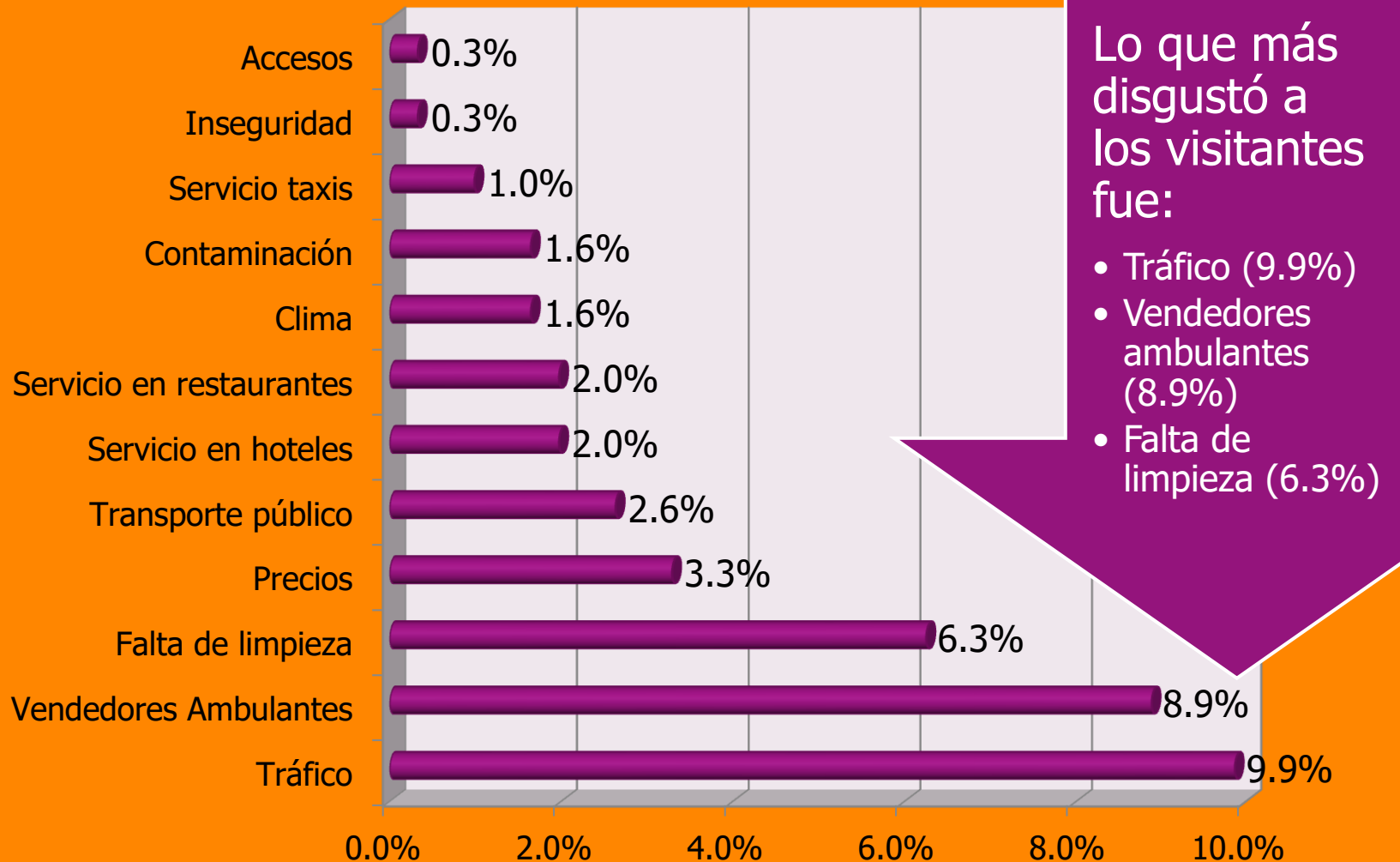


FOTOGRAFÍA: PUEBLO MÁGICO DE XILITLA

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



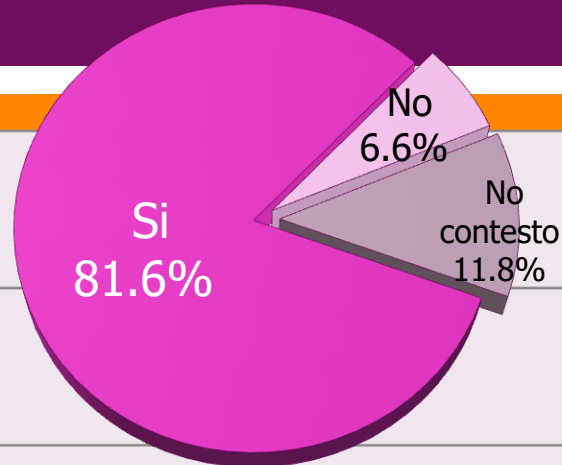
LO QUE MÁS DISGUSTÓ A LOS VISITANTES DURANTE SU VISITA A LA REGIÓN



Lo que más disgustó a los visitantes fue:

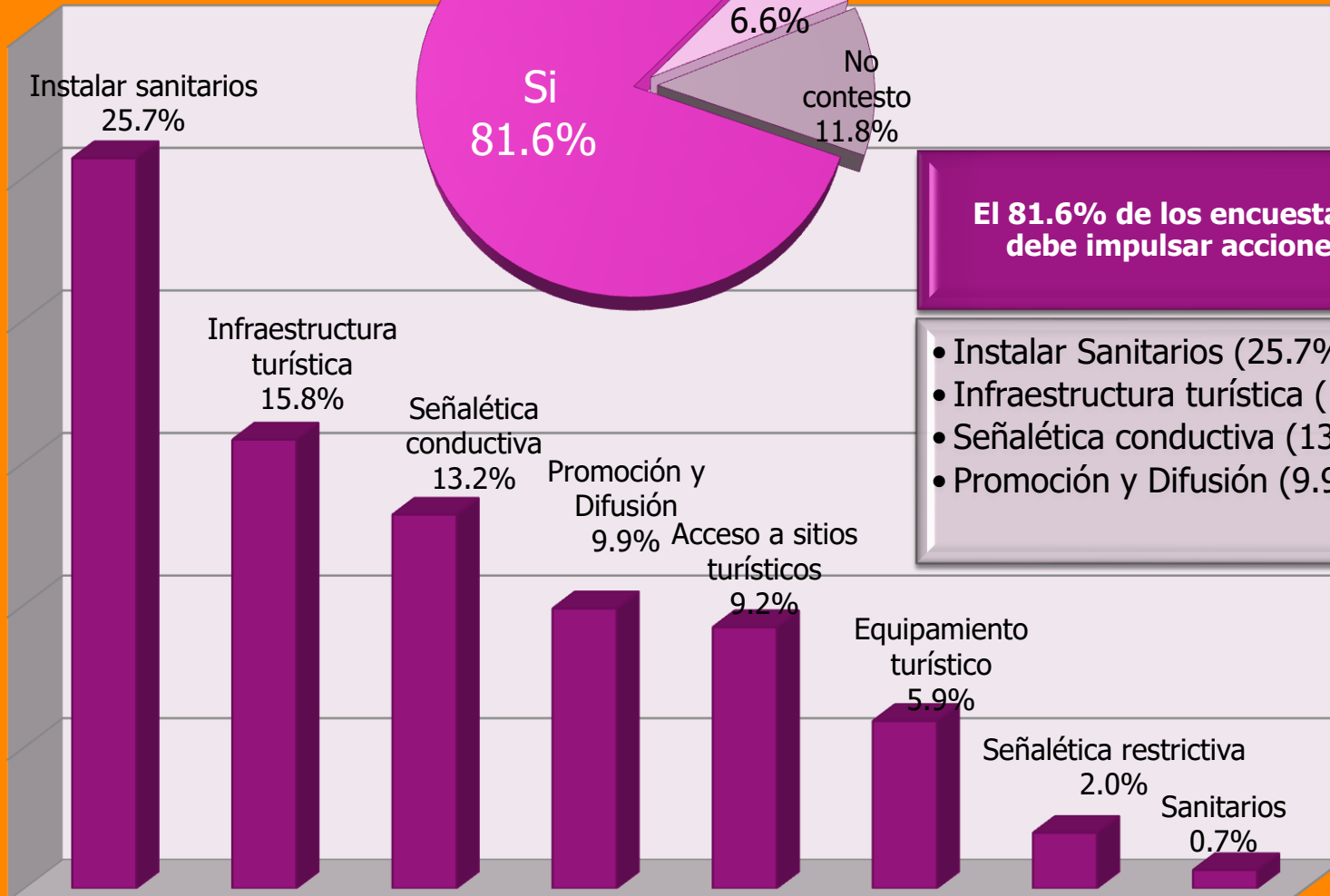
- Tráfico (9.9%)
- Vendedores ambulantes (8.9%)
- Falta de limpieza (6.3%)

OPINIÓN PARA IMPULSAR ACCIONES DE MEJORA EN LA REGIÓN



El 81.6% de los encuestados opina que se debe impulsar acciones en el destino:

- Instalar Sanitarios (25.7%).
- Infraestructura turística (15.8%).
- Señalética conductiva (13.2%).
- Promoción y Difusión (9.9%).

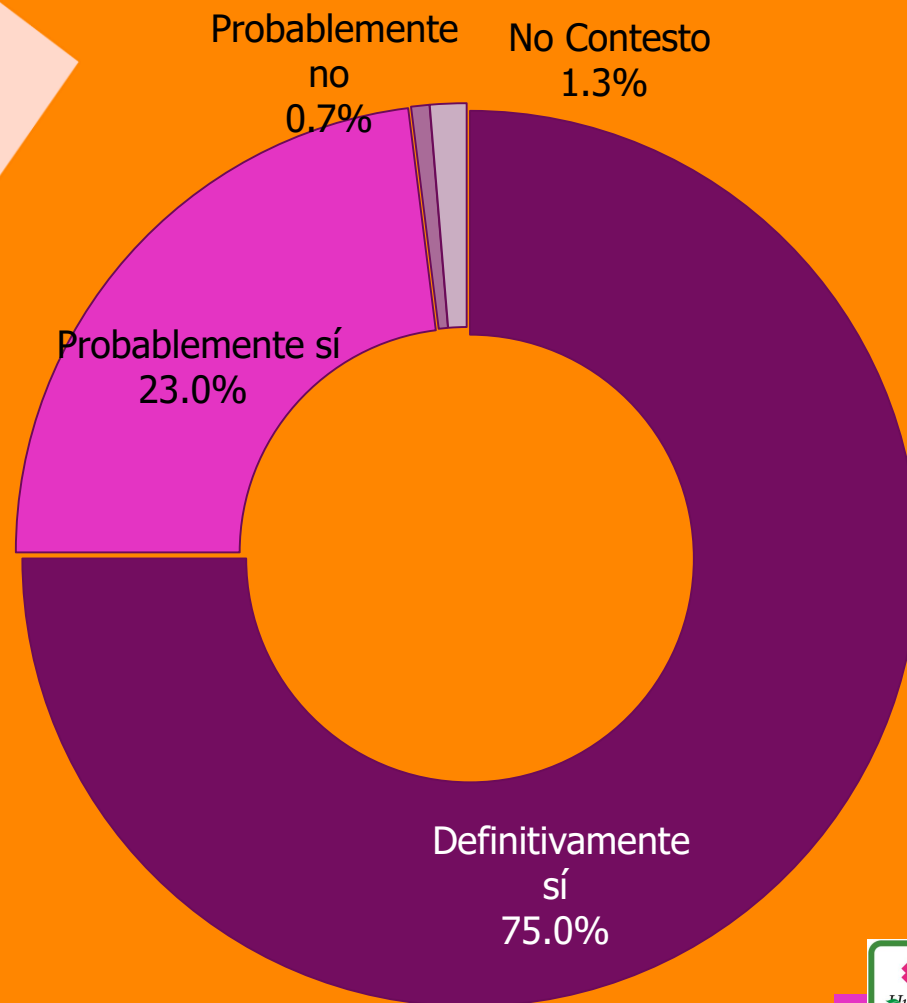


Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

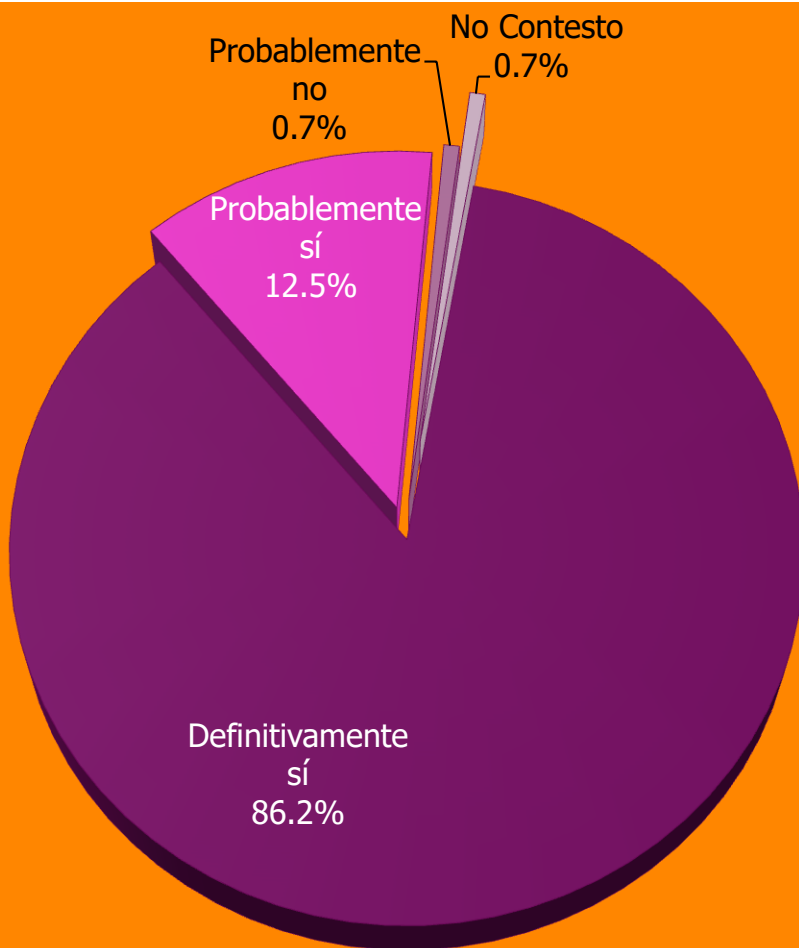
OPINIÓN DE REGRESAR A SAN LUIS POTOSÍ

Solamente el 0.7% probablemente no ó definitivamente no regresaría.

El 98.0% de los visitantes definitivamente o probablemente si regresaría a este destino.



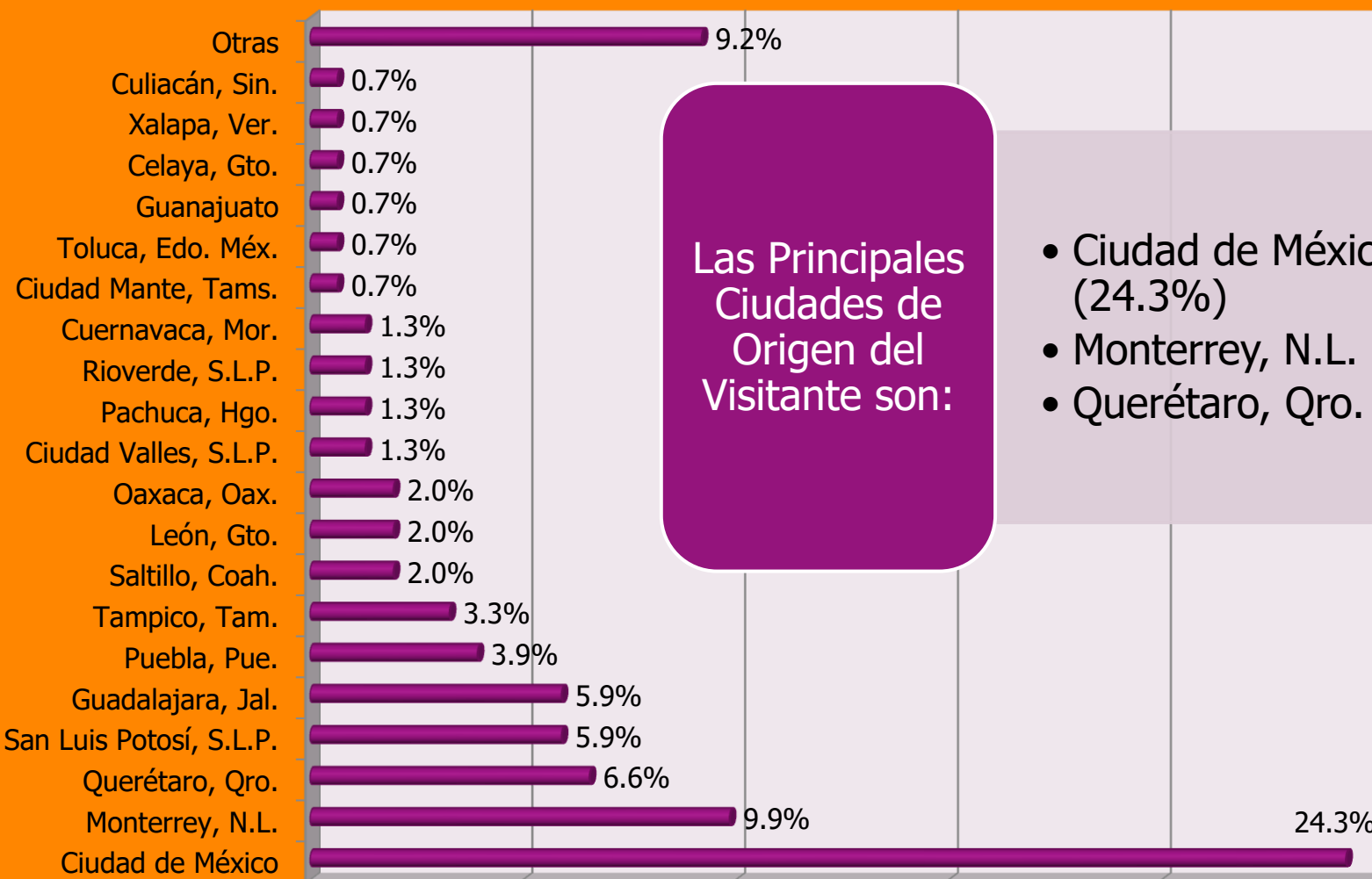
OPINIÓN DE RECOMENDAR A SAN LUIS POTOSÍ



El 98.7% de los visitantes definitivamente o probablemente sí Recomendaría el destino.

Solamente el 0.7% probablemente no ó definitivamente no recomendaría el destino.

PRINCIPALES CIUDADES DE ORIGEN DE VISITANTE



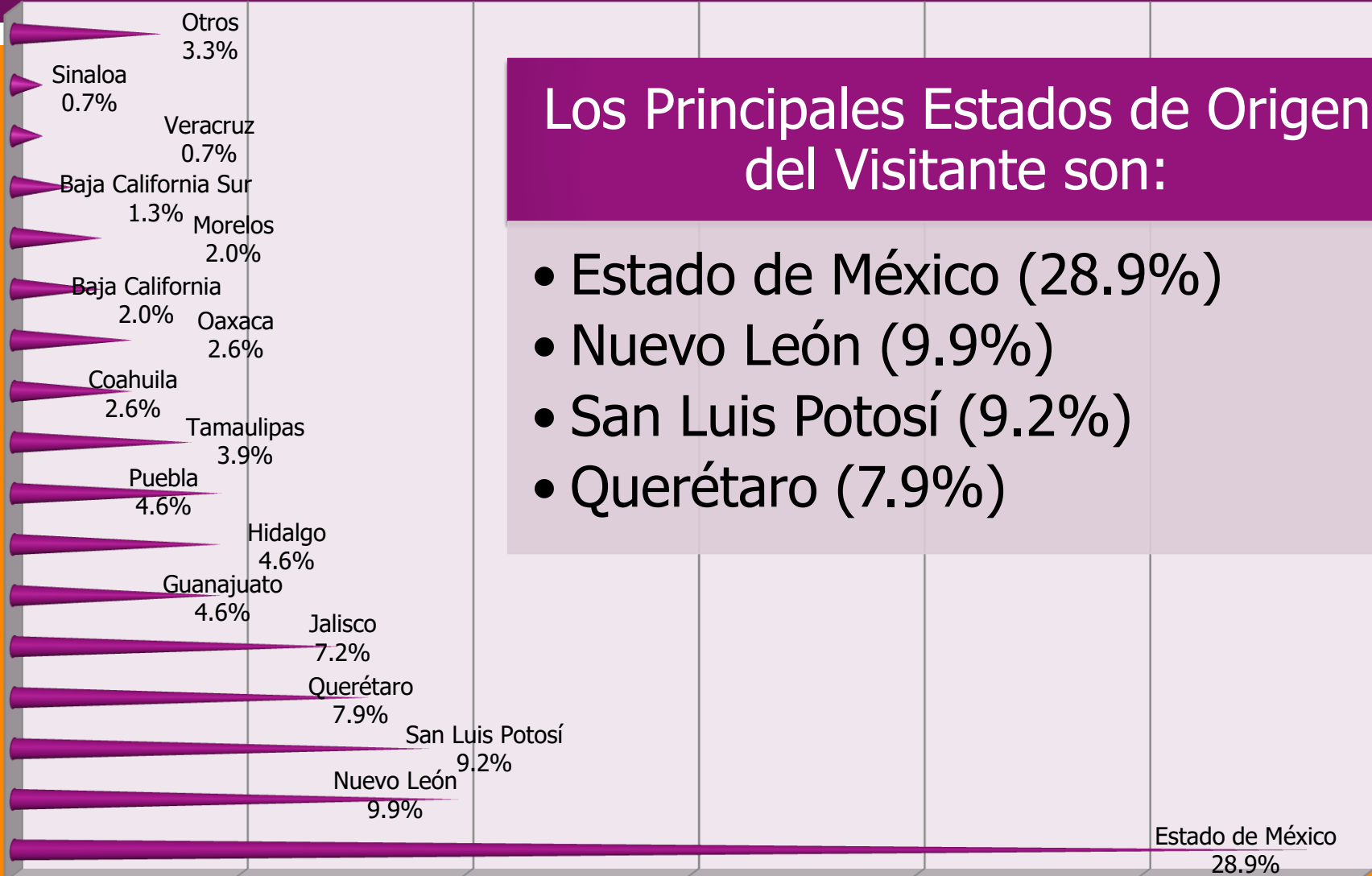
Las Principales Ciudades de Origen del Visitante son:

- Ciudad de México (24.3%)
- Monterrey, N.L. (9.9%)
- Querétaro, Qro. (6.6%)

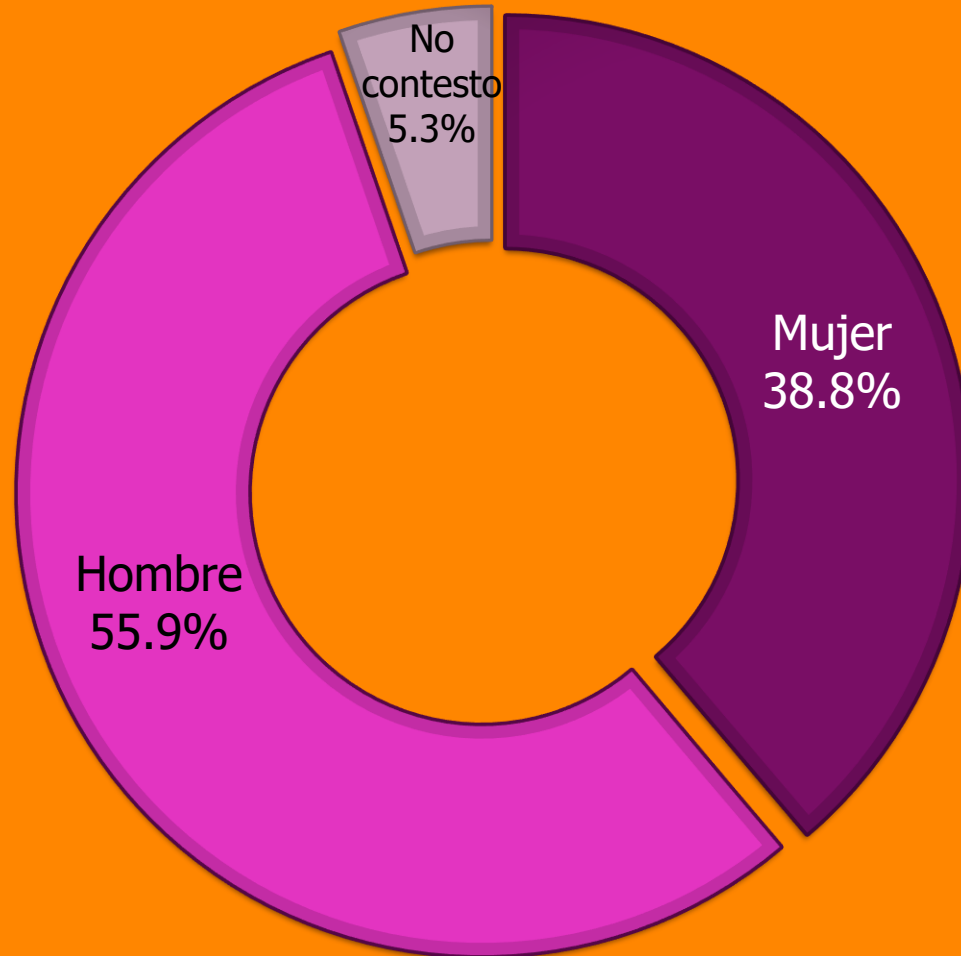
PRINCIPALES ESTADOS DE ORIGEN DEL VISITANTE

Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

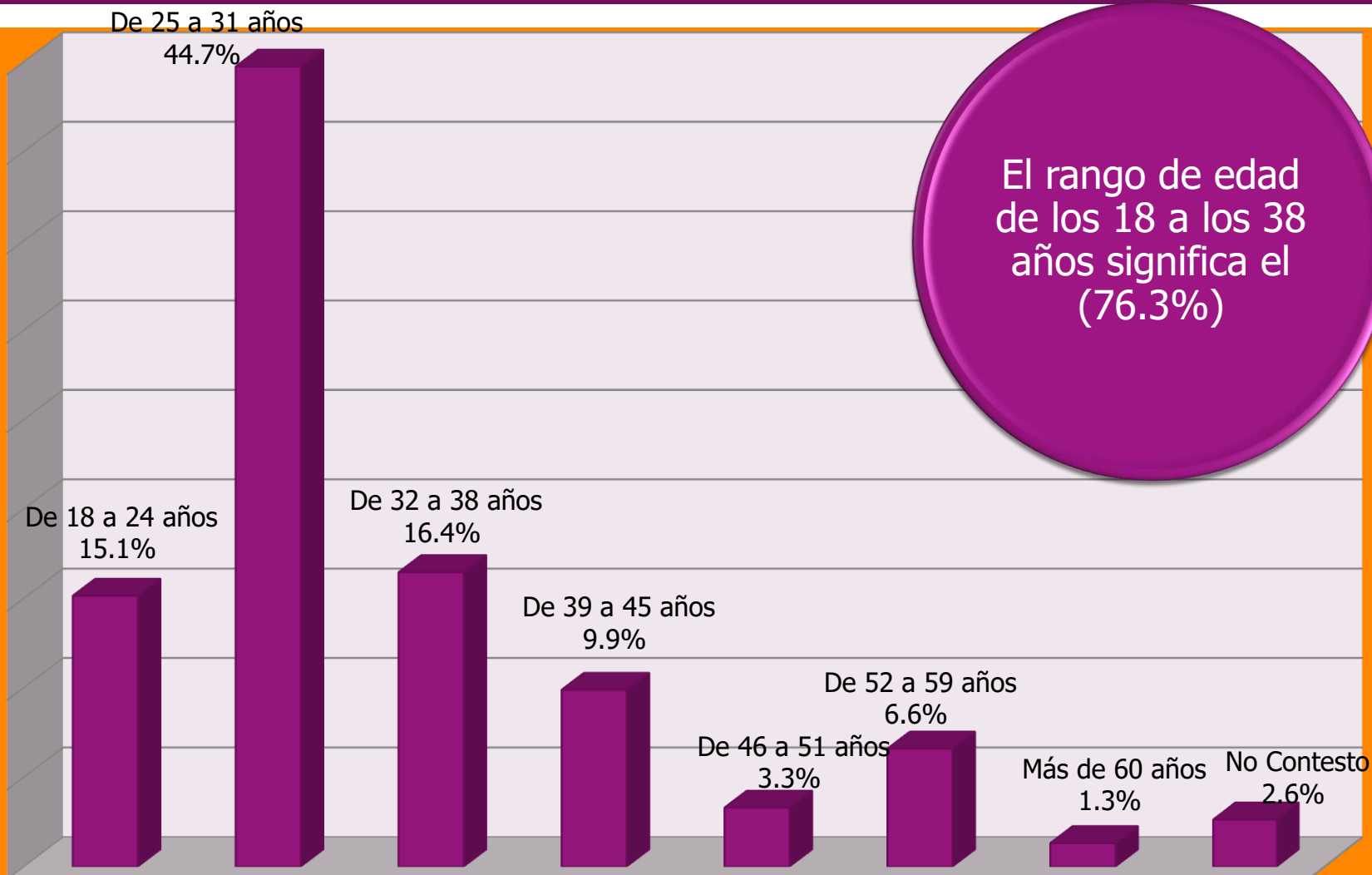
- Estado de México (28.9%)
- Nuevo León (9.9%)
- San Luis Potosí (9.2%)
- Querétaro (7.9%)



SEXO DEL VISITANTE A LA REGIÓN



RANGO DE EDAD DE LOS VISITANTES

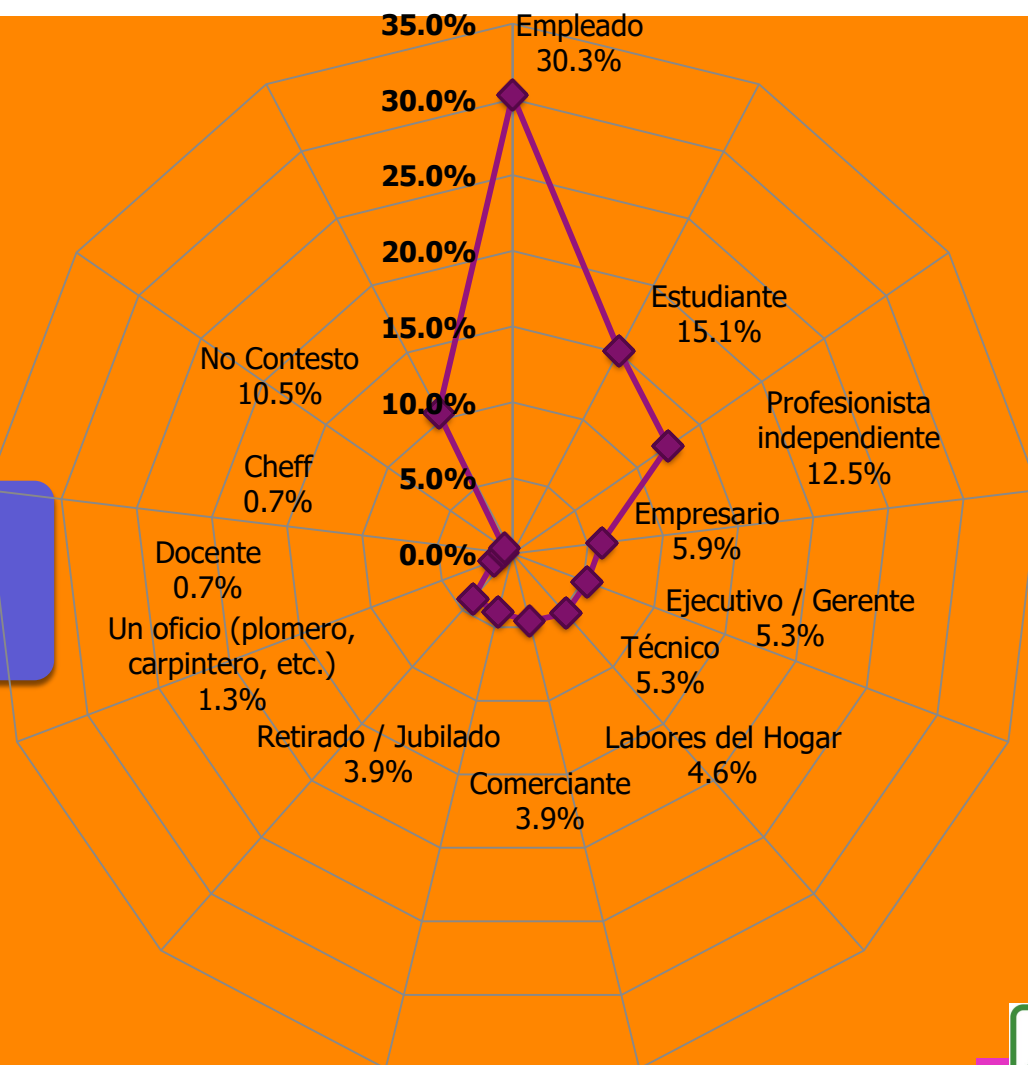


OCUPACIÓN DEL VISITANTE A SAN LUIS POTOSÍ

Una importante parte de los visitantes son empleados (30.3%)

Otro segmento importante (15.1%) son Estudiantes

El 12.5% son Profesionistas Independientes





PERFIL DEL VISITANTE SEMANA SANTA 2016



Dirección de Planeación, Información y Análisis



**Pueblo
Mágico de
Xilitla,
S.L.P.**

**Resultados
con
Perspectiva de
Género**



RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Frecuencia con que visita el Destino				
Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	27.0%	41.4%	3.9%	72.4%
Una vez al año	5.3%	11.8%	1.3%	18.4%
Dos veces al año	3.3%	2.0%	0.0%	5.3%
Tres o más veces al año	3.3%	0.7%	0.0%	3.9%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%
Noches que permanecerá en la Región				
Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguna	7.2%	18.4%	0.7%	26.3%
Una noche	5.9%	3.9%	0.7%	10.5%
Dos noches	11.2%	13.8%	1.3%	26.3%
Tres noches	8.6%	6.6%	2.0%	17.1%
Cuatro noches	1.3%	7.2%	0.0%	8.6%
Cinco noches	2.0%	4.6%	0.7%	7.2%
Seis noches	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Siete noches	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Ocho noches	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Quince noches	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Lugar donde se esta hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	24.3%	34.2%	3.9%	62.5%
Familia / Amigos	6.6%	8.6%	0.7%	15.8%
Acampará	3.9%	5.3%	0.0%	9.2%
No contesto	3.9%	7.9%	0.7%	12.5%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Dolores - Xilitla	3.9%	2.6%	0.7%	7.2%
Hotel Guzmán - Xilitla	1.3%	3.9%	0.7%	5.9%
Hotel Spa Taninul - Tamuín	0.7%	2.0%	0.0%	2.6%
Hostal de Café - Xilitla	1.3%	1.3%	0.0%	2.6%
Hotel Aurora - Xilitla	0.7%	2.0%	0.0%	2.6%
Hotel Ziyaquetzas - Xilitla	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Hotel Misión Ciudad Valles - Ciudad Valles	0.0%	0.7%	0.7%	1.3%
Hotel San Ignacio - Xilitla	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Hotel San Fernando - Ciudad Valles	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Hotel Cosmos - Tamasopo	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Hotel Paraíso Encantado - Xilitla	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Posada El Castillo - Xilitla	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Los Arcos Express - Ciudad Valles	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
No contesto	28.3%	40.1%	2.6%	71.1%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	2.0%	5.9%	0.7%	8.6%
Pareja	14.5%	20.4%	0.7%	35.5%
Familia	11.8%	18.4%	3.9%	34.2%
Amistades	6.6%	9.2%	0.0%	15.8%
Agrupación	3.3%	2.0%	0.0%	5.3%
No contesto	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	27.0%	38.2%	3.9%	69.1%
Autobús de línea	7.9%	9.2%	1.3%	18.4%
Autobús rentado	3.9%	2.6%	0.0%	6.6%
No contestó	0.0%	5.9%	0.0%	5.9%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Uno	2.0%	7.2%	0.7%	9.9%
Dos	15.1%	21.1%	0.7%	36.8%
Tres	4.6%	6.6%	0.7%	11.8%
Cuatro	3.3%	7.9%	0.7%	11.8%
Cinco	4.6%	5.3%	2.0%	11.8%
Seis	3.3%	2.0%	0.0%	5.3%
Siete	0.0%	0.7%	0.7%	1.3%
Ocho	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Nueve	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Diez	0.0%	1.3%	0.0%	1.3%
Quince	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Treinta y cuatro	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Treinta y ocho	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Cuarenta	1.3%	0.0%	0.0%	1.3%
Cuarenta y cuatro	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Cuarenta y cinco	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
Cuarenta y ocho	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
No contesto	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
300 a 400 pesos	6.6%	10.5%	1.3%	18.4%
401 a 550 pesos	6.6%	6.6%	1.3%	14.5%
551 a 700 pesos	2.6%	6.6%	0.7%	9.9%
701 a 850 pesos	6.6%	5.3%	0.7%	12.5%
851 a 999 pesos	1.3%	2.6%	0.0%	3.9%
Más de 1,000 pesos	1.3%	2.0%	0.7%	3.9%
No contesto	13.8%	22.4%	0.7%	36.8%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	11.2%	14.5%	2.0%	27.6%
De 201 a 250 pesos	7.9%	11.8%	0.7%	20.4%
De 251 a 300 pesos	5.9%	9.2%	0.7%	15.8%
De 301 a 400 pesos	2.6%	3.9%	0.7%	7.2%
De 401 a 500 pesos	2.0%	2.0%	0.7%	4.6%
Más de 500 pesos	3.9%	2.0%	0.7%	6.6%
No contesto	5.3%	12.5%	0.0%	17.8%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	8.6%	13.8%	1.3%	23.7%
De 201 a 250 pesos	4.6%	9.2%	2.0%	15.8%
De 251 a 300 pesos	7.2%	12.5%	0.0%	19.7%
De 301 a 400 pesos	7.2%	5.3%	0.7%	13.2%
De 401 a 500 pesos	3.9%	5.3%	0.7%	9.9%
Más de 500 pesos	3.9%	0.7%	0.7%	5.3%
No contesto	3.3%	9.2%	0.0%	12.5%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	13.2%	16.4%	2.0%	31.6%
De 201 a 250 pesos	3.3%	7.2%	0.0%	10.5%
De 251 a 300 pesos	7.2%	5.9%	1.3%	14.5%
De 301 a 400 pesos	2.6%	1.3%	0.7%	4.6%
De 401 a 500 pesos	2.0%	2.0%	0.0%	3.9%
Más de 500 pesos	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
No contesto	9.9%	21.7%	1.3%	32.9%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	6.6%	9.9%	1.3%	17.8%
De 201 a 250 pesos	0.7%	2.0%	0.7%	3.3%
De 251 a 300 pesos	2.6%	0.7%	0.0%	3.3%
De 301 a 400 pesos	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
De 401 a 500 pesos	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Más de 500 pesos	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
No contesto	27.6%	40.8%	3.3%	71.7%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	3.9%	2.6%	0.0%	6.6%
De 201 a 250 pesos	2.0%	5.3%	0.0%	7.2%
De 251 a 300 pesos	3.3%	6.6%	0.7%	10.5%
De 301 a 400 pesos	2.6%	4.6%	0.0%	7.2%
De 401 a 500 pesos	3.9%	5.3%	1.3%	10.5%
Más de 500 pesos	8.6%	7.9%	2.0%	18.4%
No contesto	14.5%	23.7%	1.3%	39.5%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Vacaciones	5.9%	10.7%	1.1%	17.8%
Turismo de Aventura	3.7%	4.4%	0.9%	9.0%
Ecoturismo	3.5%	5.5%	0.0%	9.0%
Naturaleza	3.5%	4.4%	0.2%	8.1%
Cultural	2.4%	0.9%	0.2%	3.5%
Visita a familiares	1.1%	2.0%	0.2%	3.3%
Compra artesanías	0.7%	0.7%	0.4%	1.8%
Religioso	0.2%	0.2%	0.2%	0.7%
Negocios	0.2%	0.4%	0.0%	0.7%
Salud	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
Gastronómico	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Deportivo	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
No Contesto	17.1%	26.1%	2.0%	45.2%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Chiapas	3.6%	5.9%	0.7%	10.2%
Ninguno	1.6%	4.6%	0.3%	6.6%
Veracruz	3.3%	2.0%	0.0%	5.3%
Cuernavaca, Mor.	1.3%	0.3%	0.3%	2.0%
Valle de Bravo, Edo. Méx.	0.7%	0.0%	0.3%	1.0%
Hidalgo	0.0%	1.0%	0.0%	1.0%
Tamasopo, S.L.P.	0.3%	0.3%	0.0%	0.7%
Oaxaca	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Huatulco, Oax.	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Guanajuato	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Huasteca	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Parque Michoacán	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%
Puebla	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
No Contesto	27.6%	40.1%	3.3%	71.1%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Razones de Comparación con la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
vegetación	3.6%	3.0%	0.3%	6.9%
Clima	1.3%	1.6%	0.3%	3.3%
Naturaleza	1.3%	1.6%	0.0%	3.0%
Ríos	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
infraestructura	0.3%	0.7%	0.0%	1.0%
ecoturismo	0.0%	1.0%	0.0%	1.0%
Cultura	0.0%	0.3%	0.3%	0.7%
Paisajes	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Ecosistemas	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Seguridad	0.3%	0.3%	0.0%	0.7%
hospitalidad	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Cenotes	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%
Gastronomía	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Fauna	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
No contesto	29.9%	45.4%	3.9%	79.3%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Actividades que podrían desarrollarse

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Senderismo	5.3%	8.6%	0.7%	14.5%
Culturales	3.3%	2.6%	0.7%	6.6%
Tirolesa	3.3%	3.9%	0.0%	7.2%
Cabalgatas	1.3%	1.3%	0.7%	3.3%
Ecoturismo	2.0%	2.0%	0.0%	3.9%
Rapel	1.3%	2.0%	0.0%	3.3%
Ciclismo	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
Campismo	1.3%	0.7%	0.7%	2.6%
Motocrós	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Nadar	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
turismo rural	1.3%	0.0%	0.0%	1.3%
Tours	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
kayak	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Deporte Extremo	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Cuentos	0.7%	0.0%	0.7%	1.3%
diversos deportes	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Escalada	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Turismo sustentable	0.0%	1.3%	0.0%	1.3%
Mirador	0.7%	0.0%	0.7%	1.3%
Gastronomía	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Mercado de artesanías	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Pesca	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Grupos musicales	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
No contesto	14.5%	28.3%	0.7%	43.4%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Opinión para Mejorar la Actividad Turística

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Señalética turística	3.3%	1.6%	0.7%	5.6%
Carreteras	1.3%	2.3%	0.3%	3.9%
Baños	1.3%	1.0%	0.0%	2.3%
Difusión	0.3%	1.6%	0.0%	2.0%
Mejores accesos	0.7%	0.7%	0.3%	1.6%
Promoción	0.7%	0.3%	0.3%	1.3%
Estacionamiento	0.0%	1.3%	0.0%	1.3%
Medios de transporte	0.3%	1.0%	0.0%	1.3%
Seguridad	0.3%	1.0%	0.0%	1.3%
Limpieza	0.3%	0.7%	0.0%	1.0%
Organización	0.7%	0.3%	0.0%	1.0%
Red 4G de telefonía	0.7%	0.3%	0.0%	1.0%
Transporte	1.0%	0.0%	0.0%	1.0%
Mantenimiento	0.0%	1.0%	0.0%	1.0%
Hoteles	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Botes de basura	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Gastronomía	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Vigilancia	0.3%	0.3%	0.0%	0.7%
Bancos	0.3%	0.3%	0.0%	0.7%
Infraestructura	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Elevador	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Ambiente	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Vegetación	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Tirolesa	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Recreación	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Farmacias	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Albercas	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%
Espacios culturales	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
No contestó	25.7%	39.1%	3.3%	68.1%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Medio por el que se enteró o conoce región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Familiares o amigos	8.2%	11.2%	1.0%	20.4%
Internet	5.6%	7.6%	0.3%	13.5%
Redes Sociales	3.9%	8.6%	0.7%	13.2%
Folletos	1.3%	2.6%	0.3%	4.3%
Televisión	2.0%	1.3%	0.3%	3.6%
Revista	0.3%	2.3%	0.7%	3.3%
Agencias de Viajes	1.0%	0.7%	0.0%	1.6%
Radio	1.0%	0.3%	0.0%	1.3%
Periódico	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Otro	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
No contesto	15.5%	20.1%	2.0%	37.5%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Viajo a través de algún Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	2.6%	3.3%	0.0%	5.9%
No	36.2%	52.0%	5.3%	93.4%
No contesto	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Nombre del Agencia u Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tony tours	1.3%	1.3%	0.0%	2.6%
Renta Exprés	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
No contesto	36.2%	53.9%	5.3%	95.4%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Recordación de Publicidad con Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	23.7%	30.3%	4.6%	58.6%
No	14.5%	24.3%	0.7%	39.5%
No contesto	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Lugar de Recordación de la Publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	7.2%	11.2%	2.0%	20.4%
Revista	5.3%	7.9%	0.7%	13.8%
Televisión	5.3%	4.6%	0.7%	10.5%
Espectaculares	2.0%	2.6%	0.7%	5.3%
Folletos	1.3%	2.0%	0.0%	3.3%
Redes Sociales	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Novelas	1.3%	0.0%	0.0%	1.3%
Periódico	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Letreros de la carretera	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
No contesto	14.5%	26.3%	1.3%	42.1%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Lo que más le gustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Flora y Fauna	8.9%	12.2%	1.6%	22.7%
Paisajes / Naturaleza	8.9%	10.2%	0.7%	19.7%
Arquitectura	4.9%	9.5%	1.3%	15.8%
Infraestructura Turística	2.3%	3.3%	1.0%	6.6%
Artesanías	2.6%	3.0%	0.0%	5.6%
Hospitalidad de la Gente	2.0%	2.3%	0.0%	4.3%
Clima	1.0%	3.3%	0.0%	4.3%
Gastronomía	0.0%	2.6%	0.0%	2.6%
Servicio en Restaurantes	0.7%	2.0%	0.0%	2.6%
Sitios Histórico Culturales	0.3%	0.3%	0.0%	0.7%
Servicio en hoteles	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Tranquilidad	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
No contesto	6.9%	6.9%	0.7%	14.5%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Lo que más le disgustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tráfico	2.6%	6.9%	0.3%	9.9%
Vendedores Ambulantes	1.6%	6.9%	0.3%	8.9%
Falta de limpieza	2.6%	3.3%	0.3%	6.3%
Precios	1.6%	1.6%	0.0%	3.3%
Transporte público	0.7%	1.6%	0.3%	2.6%
Servicio en hoteles	1.0%	1.0%	0.0%	2.0%
Servicio en restaurantes	1.6%	0.3%	0.0%	2.0%
Clima	1.3%	0.0%	0.3%	1.6%
Contaminación	1.3%	0.3%	0.0%	1.6%
Servicio taxis	0.3%	0.7%	0.0%	1.0%
Inseguridad	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Accesos	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
No contesto	23.7%	32.9%	3.6%	60.2%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Impulsar Acciones para renovar Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	33.6%	44.1%	3.9%	81.6%
No	3.3%	2.6%	0.7%	6.6%
No contesto	2.0%	9.2%	0.7%	11.8%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Acciones para Impulsar la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Instalar sanitarios	10.5%	14.5%	0.7%	25.7%
Infraestructura turística	4.6%	9.2%	2.0%	15.8%
Señalética conductiva	7.2%	5.9%	0.0%	13.2%
Promoción y Difusión	3.3%	5.9%	0.7%	9.9%
Acceso a sitios turísticos	3.9%	4.6%	0.7%	9.2%
Equipamiento turístico	3.9%	2.0%	0.0%	5.9%
Señalética restrictiva	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
Sanitarios	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
No contesto	3.9%	12.5%	1.3%	17.8%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	32.9%	38.2%	3.9%	75.0%
Probablemente sí	5.9%	17.1%	0.0%	23.0%
Probablemente no	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
No Contesto	0.0%	0.7%	0.7%	1.3%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	35.5%	46.1%	4.6%	86.2%
Probablemente sí	3.3%	9.2%	0.0%	12.5%
Probablemente no	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
No Contesto	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ciudad de México	11.8%	11.8%	0.7%	24.3%
Monterrey, N.L.	2.6%	7.2%	0.0%	9.9%
Querétaro, Qro.	2.0%	3.3%	1.3%	6.6%
San Luis Potosí, S.L.P.	3.3%	2.6%	0.0%	5.9%
Guadalajara, Jal.	2.0%	3.9%	0.0%	5.9%
Puebla, Pue.	2.6%	1.3%	0.0%	3.9%
Tampico, Tam.	0.0%	2.6%	0.7%	3.3%
Saltillo, Coah.	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
León, Gto.	0.0%	2.0%	0.0%	2.0%
Oaxaca, Oax.	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
Ciudad Valles, S.L.P.	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Pachuca, Hgo.	0.0%	1.3%	0.0%	1.3%
Rioverde, S.L.P.	0.0%	1.3%	0.0%	1.3%
Cuernavaca, Mor.	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Ciudad Mante, Tams.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Toluca, Edo. Méx.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Guanajuato	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Celaya, Gto.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Xalapa, Ver.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Culiacán, Sin.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Tijuana, B.C.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Atlixco, Pue.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Baja California	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Ciudad del Maíz, S.L.P.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
La Habana, Cuba	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Buenos Aires, Arg.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Colima	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Dallas, TX	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Ecatepec, Edo. Méx.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Ensenada, B.C.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Huichapan, Hgo.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Jalpan de Serra, Qro.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Sabinos	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Tlalnepantla, Edo. Méx.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Otro	0.0%	1.3%	0.0%	1.3%
No Contesto	5.9%	5.9%	2.6%	14.5%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Estado de México	13.8%	14.5%	0.7%	28.9%
Nuevo León	2.6%	7.2%	0.0%	9.9%
San Luis Potosí	5.3%	3.9%	0.0%	9.2%
Querétaro	2.6%	3.9%	1.3%	7.9%
Jalisco	2.0%	4.6%	0.7%	7.2%
Guanajuato	0.7%	3.3%	0.7%	4.6%
Hidalgo	0.7%	3.9%	0.0%	4.6%
Puebla	2.6%	2.0%	0.0%	4.6%
Tamaulipas	0.7%	2.6%	0.7%	3.9%
Coahuila	1.3%	1.3%	0.0%	2.6%
Oaxaca	0.7%	1.3%	0.7%	2.6%
Baja California	0.0%	2.0%	0.0%	2.0%
Morelos	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
Baja California Sur	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Veracruz	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Sinaloa	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Chiapas	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Colima	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Durango	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Alemania	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Texas	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
No contesto	1.3%	2.0%	0.7%	3.9%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Edad Promedio de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 18 a 24 años	7.2%	7.2%	0.7%	15.1%
De 25 a 31 años	18.4%	25.7%	0.7%	44.7%
De 32 a 38 años	4.6%	9.9%	2.0%	16.4%
De 39 a 45 años	3.9%	5.9%	0.0%	9.9%
De 46 a 51 años	2.0%	1.3%	0.0%	3.3%
De 52 a 59 años	1.3%	3.9%	1.3%	6.6%
Más de 60 años	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
No Contesto	0.7%	1.3%	0.7%	2.6%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%

Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Empleado	13.8%	13.8%	2.6%	30.3%
Estudiante	5.3%	9.2%	0.7%	15.1%
Profesionista independiente	5.9%	6.6%	0.0%	12.5%
Empresario	1.3%	4.6%	0.0%	5.9%
Ejecutivo / Gerente	0.7%	3.9%	0.7%	5.3%
Técnico	1.3%	3.9%	0.0%	5.3%
Labores del Hogar	4.6%	0.0%	0.0%	4.6%
Comerciante	0.7%	2.6%	0.7%	3.9%
Retirado / Jubilado	2.6%	1.3%	0.0%	3.9%
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	0.0%	1.3%	0.0%	1.3%
Docente	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Cheff	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
No Contesto	2.0%	7.9%	0.7%	10.5%
Total	38.8%	55.9%	5.3%	100.0%



PERFIL DEL VISITANTE SEMANA SANTA 2016

**Pueblo
Mágico de
Xilitla,
S.L.P.**

