



# Perfil del Visitante

## Semana Santa 2015

SAN LUIS POTOSÍ



*Tu destino...*



# Metodología Perfil del Visitante

Con el objeto de determinar el Perfil del Visitante y conocer la experiencia durante su estancia en la Región, se llevó a cabo un levantamiento de 251 encuestas.

Las entrevistas se levantaron del 28 de Marzo al 11 de Abril 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

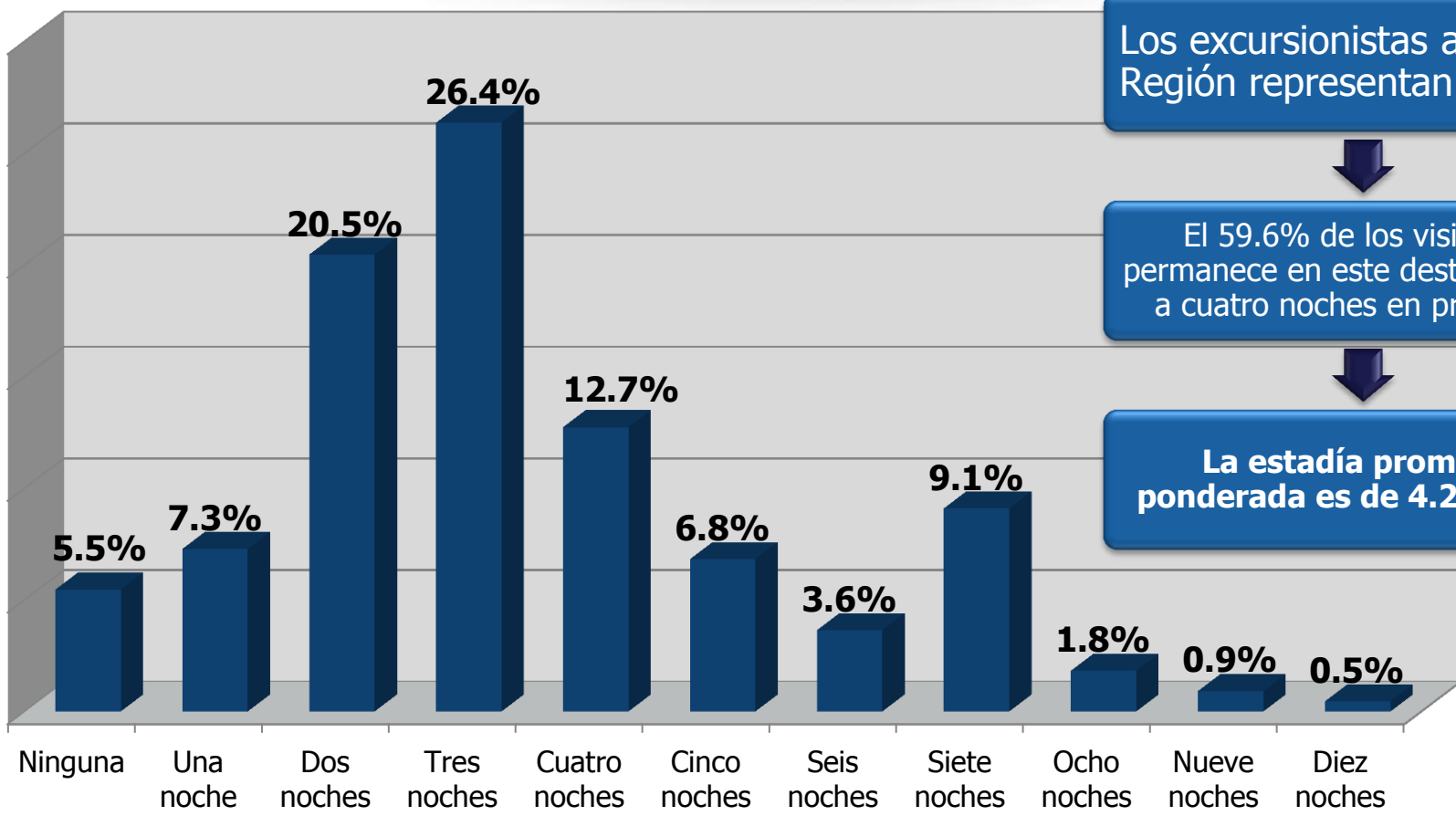
# Frecuencia de Visita a la Región

Un alto porcentaje visita por primera vez la Región (44.4%)

El turismo repetitivo representa el 55.6%



# Noches de Estadía



Los excursionistas a esta Región representan el 5.5%

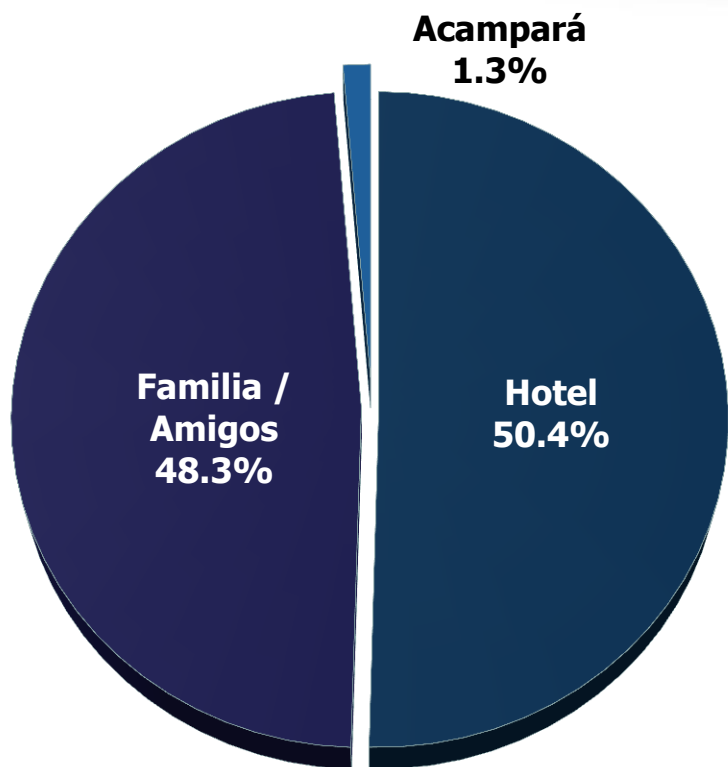


El 59.6% de los visitantes permanece en este destino de dos a cuatro noches en promedio.



La estadía promedio ponderada es de 4.2 noches.

# Lugar de Hospedaje del Visitante

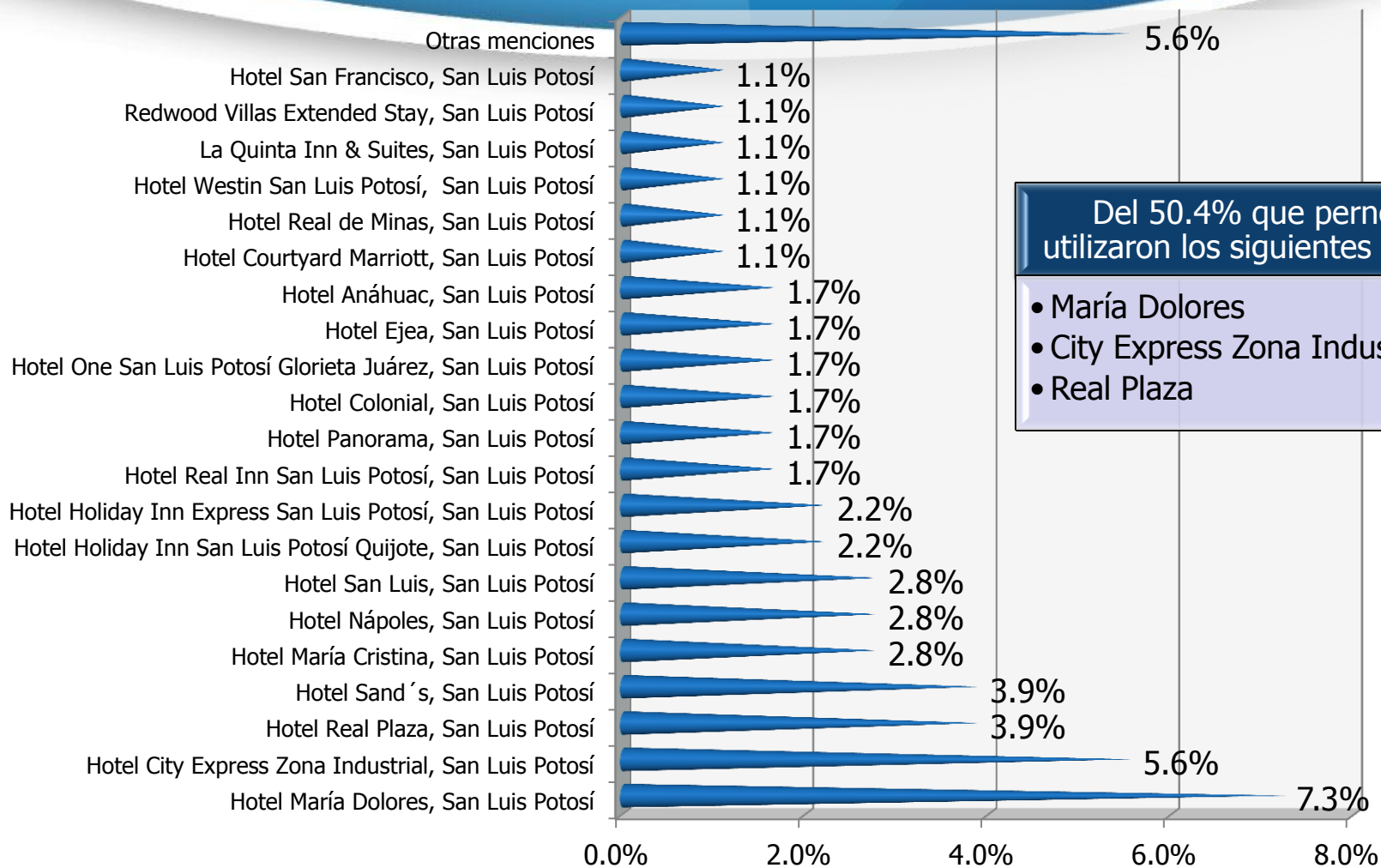


Una gran cantidad de los visitantes pernoctan en algún hotel de esta región (50.4%)

El 48.3% prefiere casas de Familiares y amigos

El 1.3% prefiere acampar en el lugar.

# Principales Hoteles de Pernocta del visitante

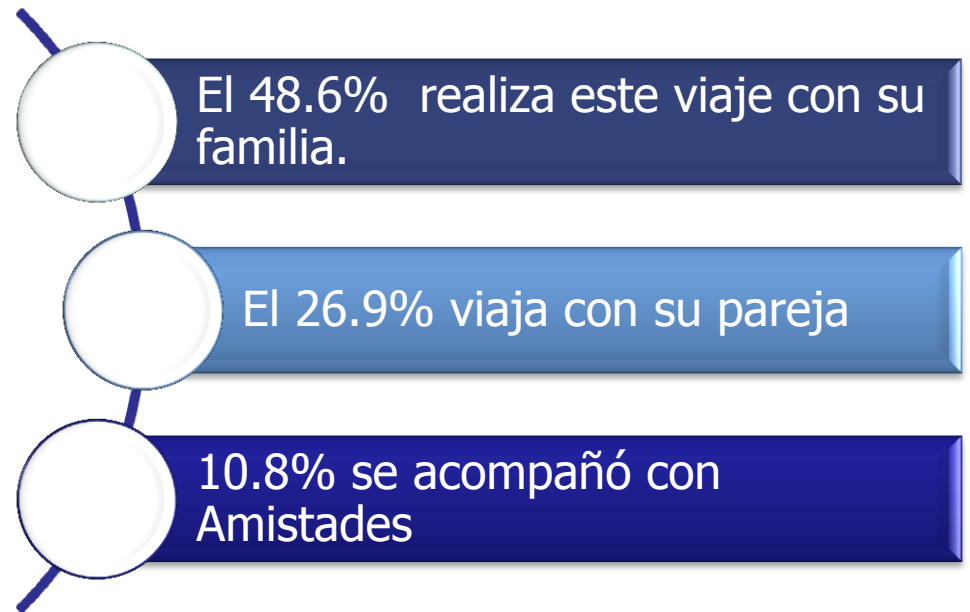
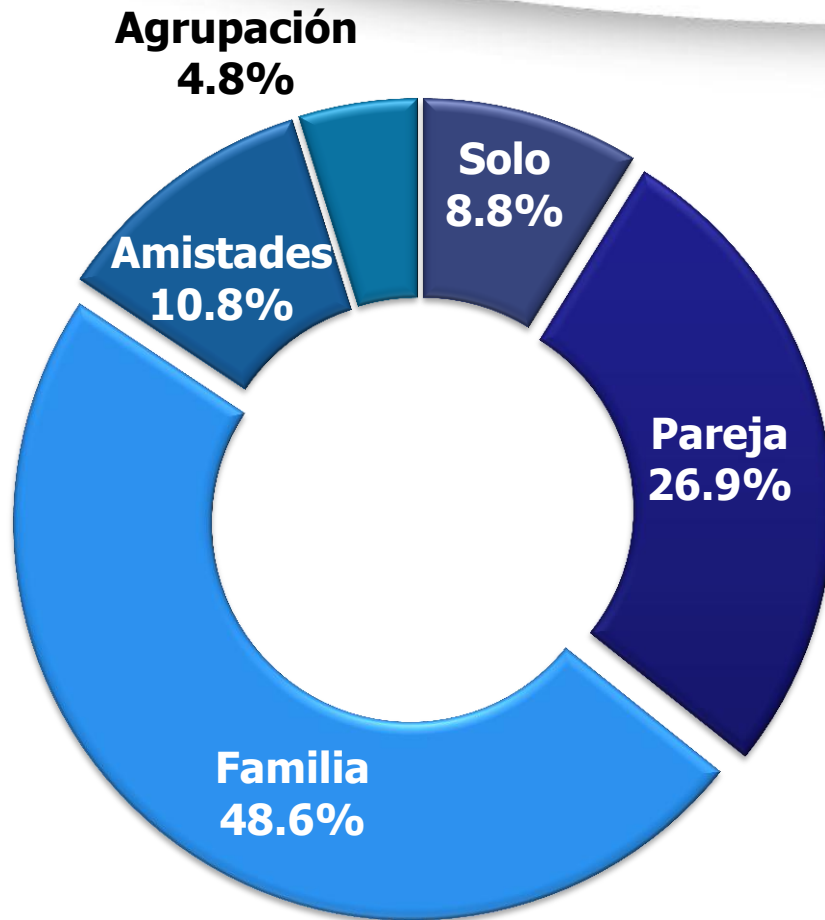


Del 50.4% que pernocta, utilizaron los siguientes Hoteles:

- María Dolores
- City Express Zona Industrial
- Real Plaza

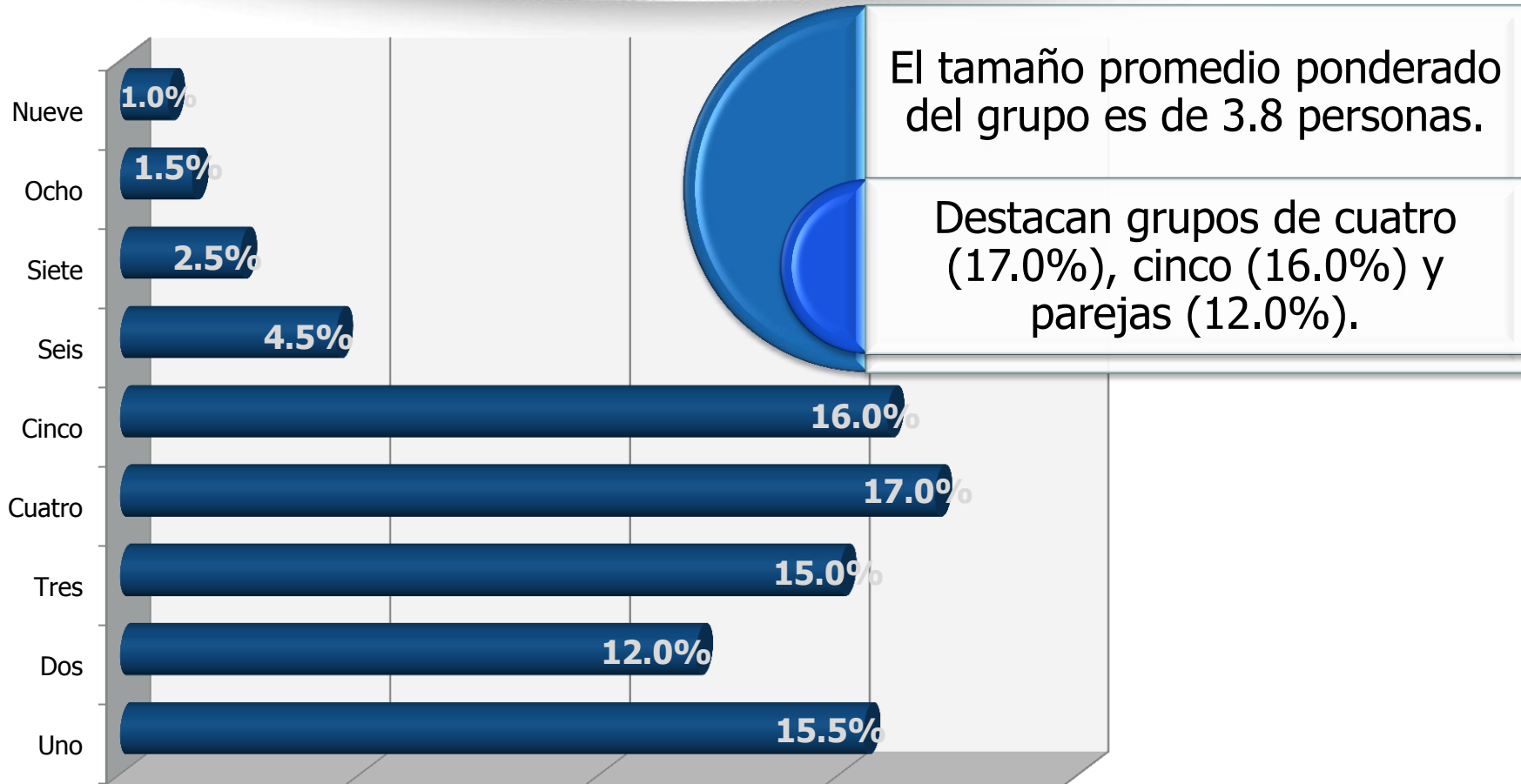
**Nota:** La diferencia en hotel corresponde al No Contesto.

# Forma de Viajar del Visitante



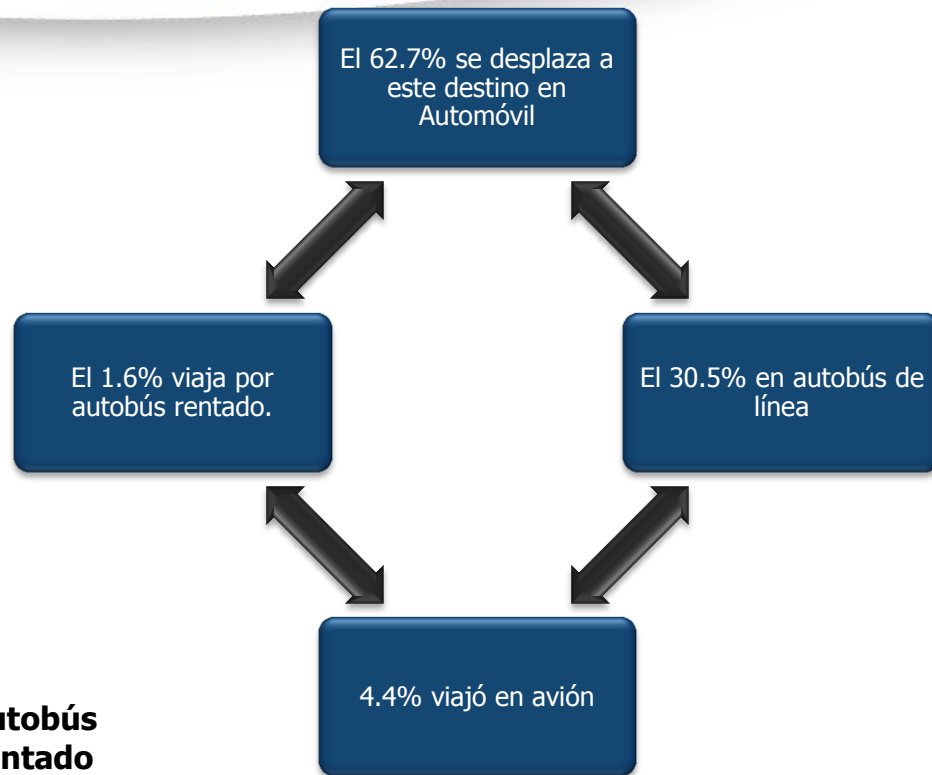
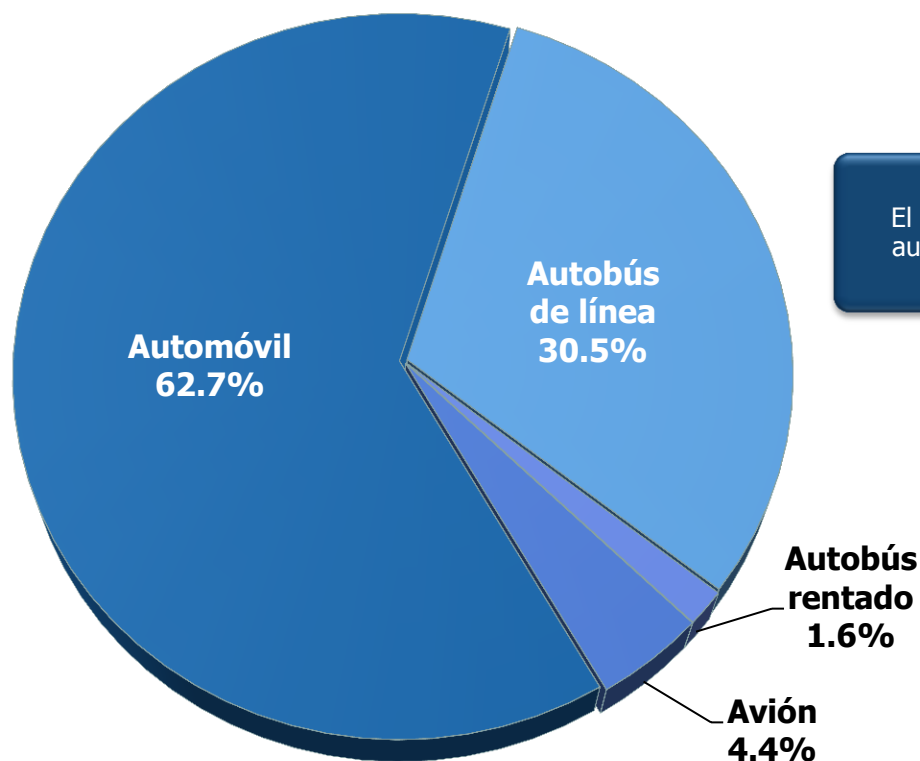


# Número de Acompañantes en su Visita





# Medio de Transporte Utilizado por el Visitante

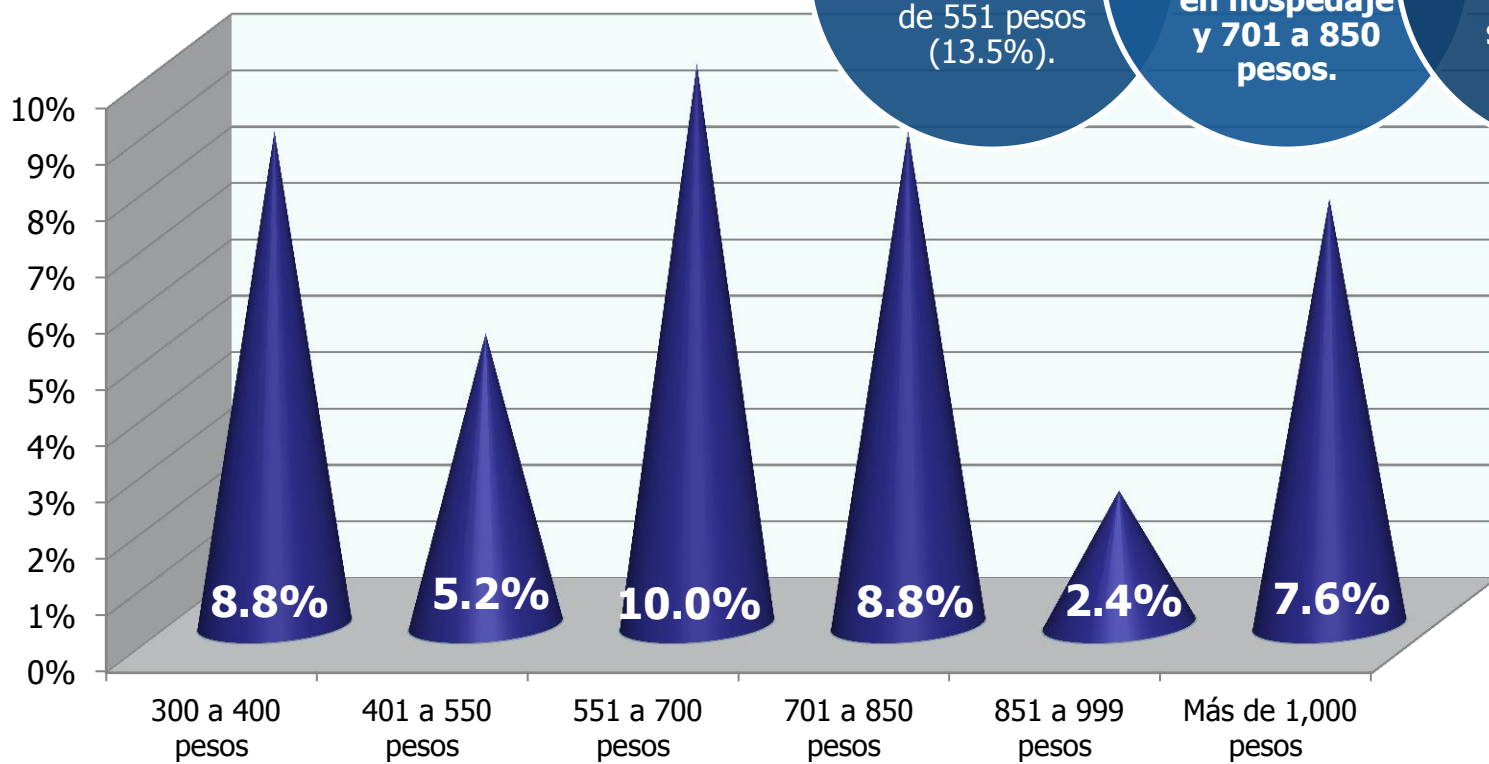


# Gasto Promedio - Hospedaje

El gasto en hospedaje se ubica en rangos de más de 551 pesos (13.5%).

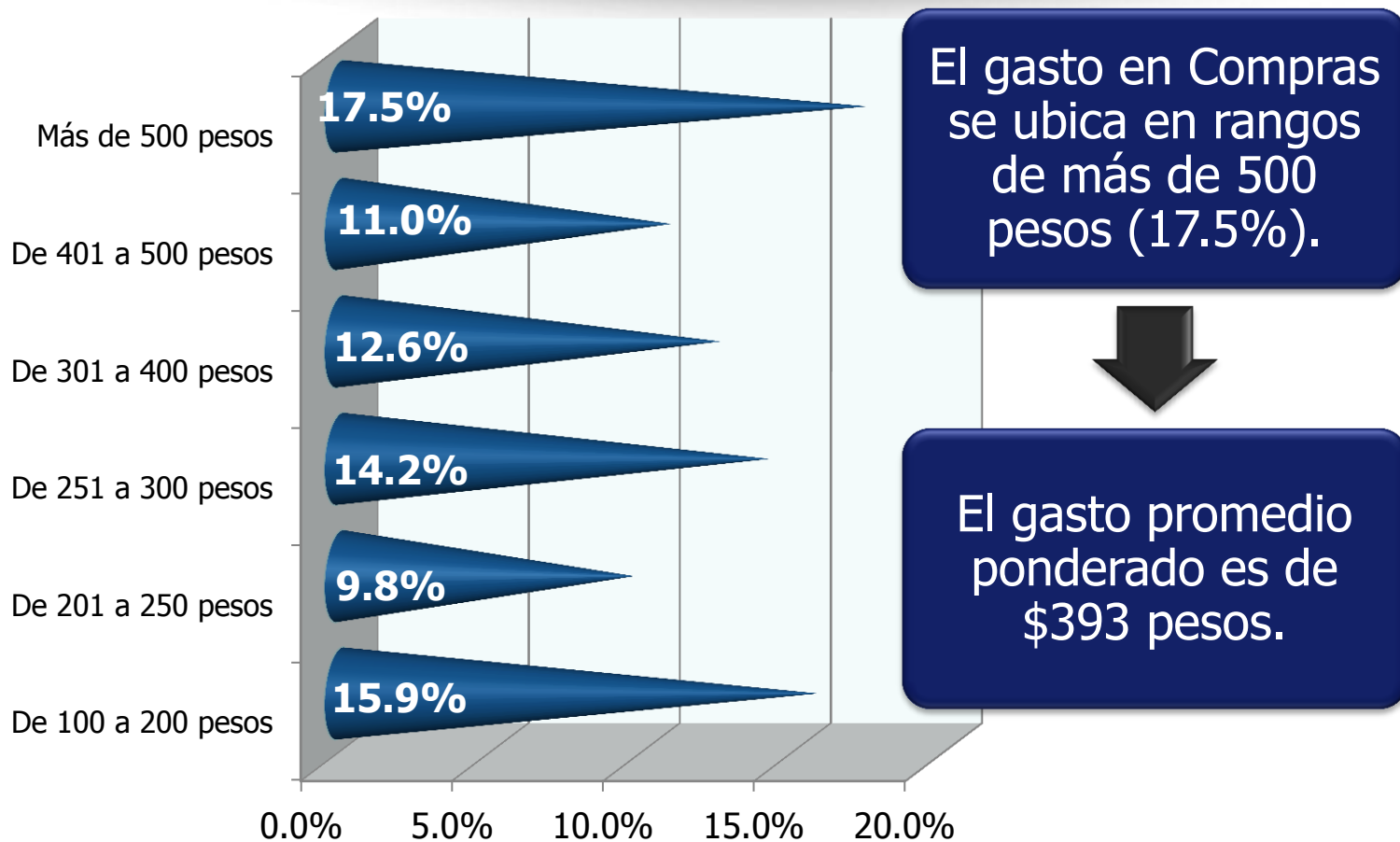
El 11.9% gastó entre 300 a 400 pesos por día en hospedaje y 701 a 850 pesos.

El gasto promedio ponderado diario es de \$744 pesos.

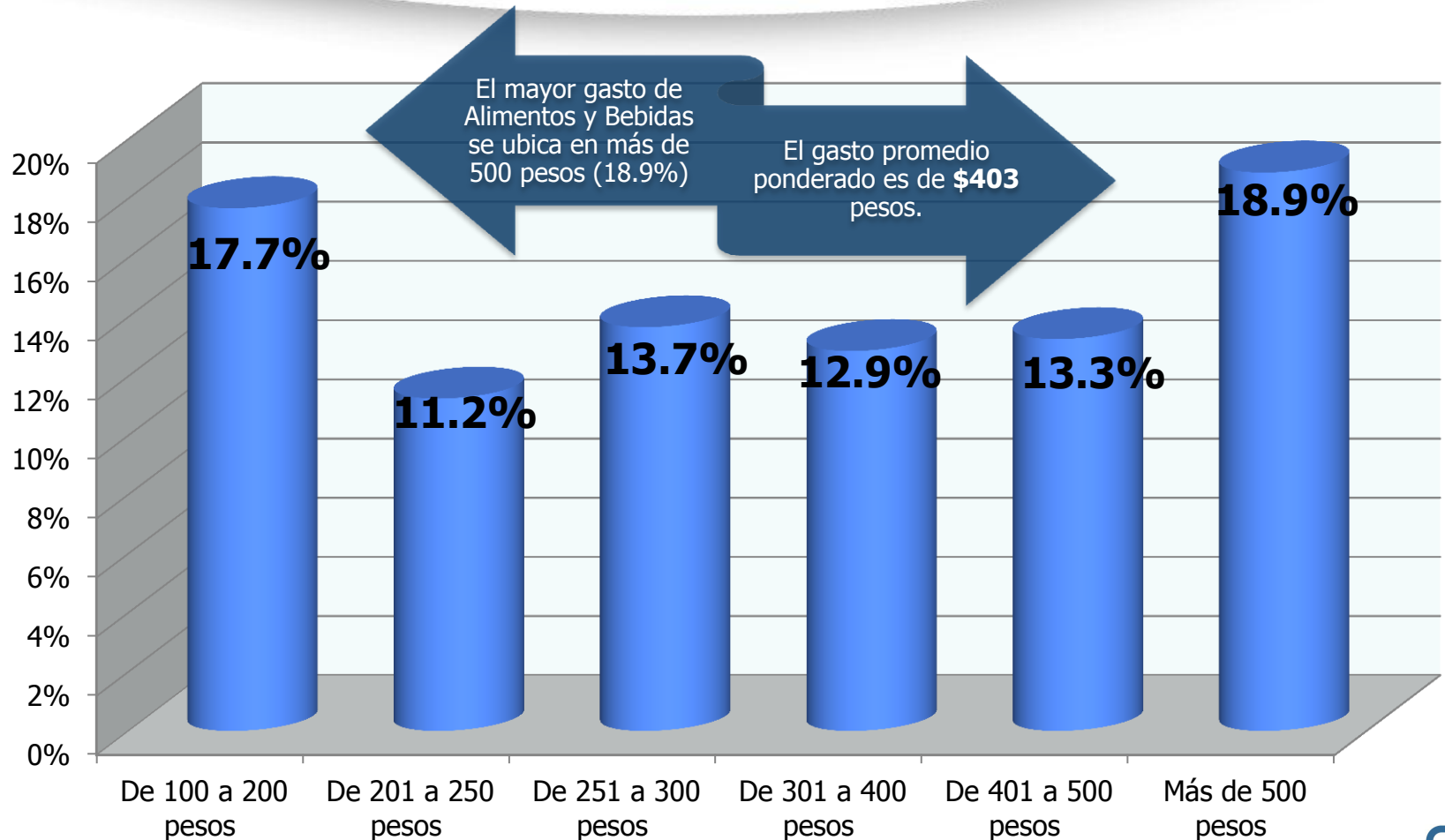


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

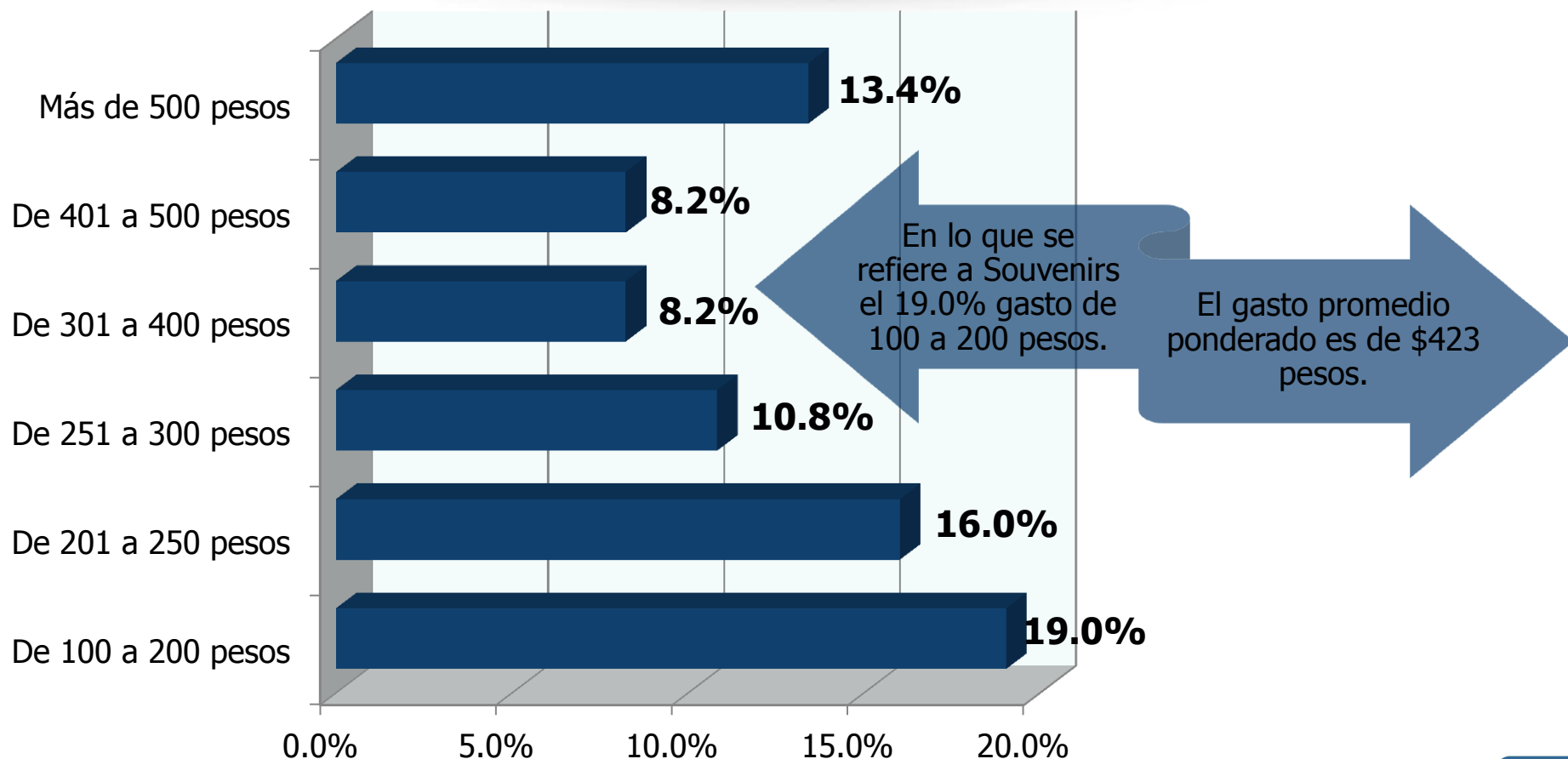
# Gasto Promedio - Compras



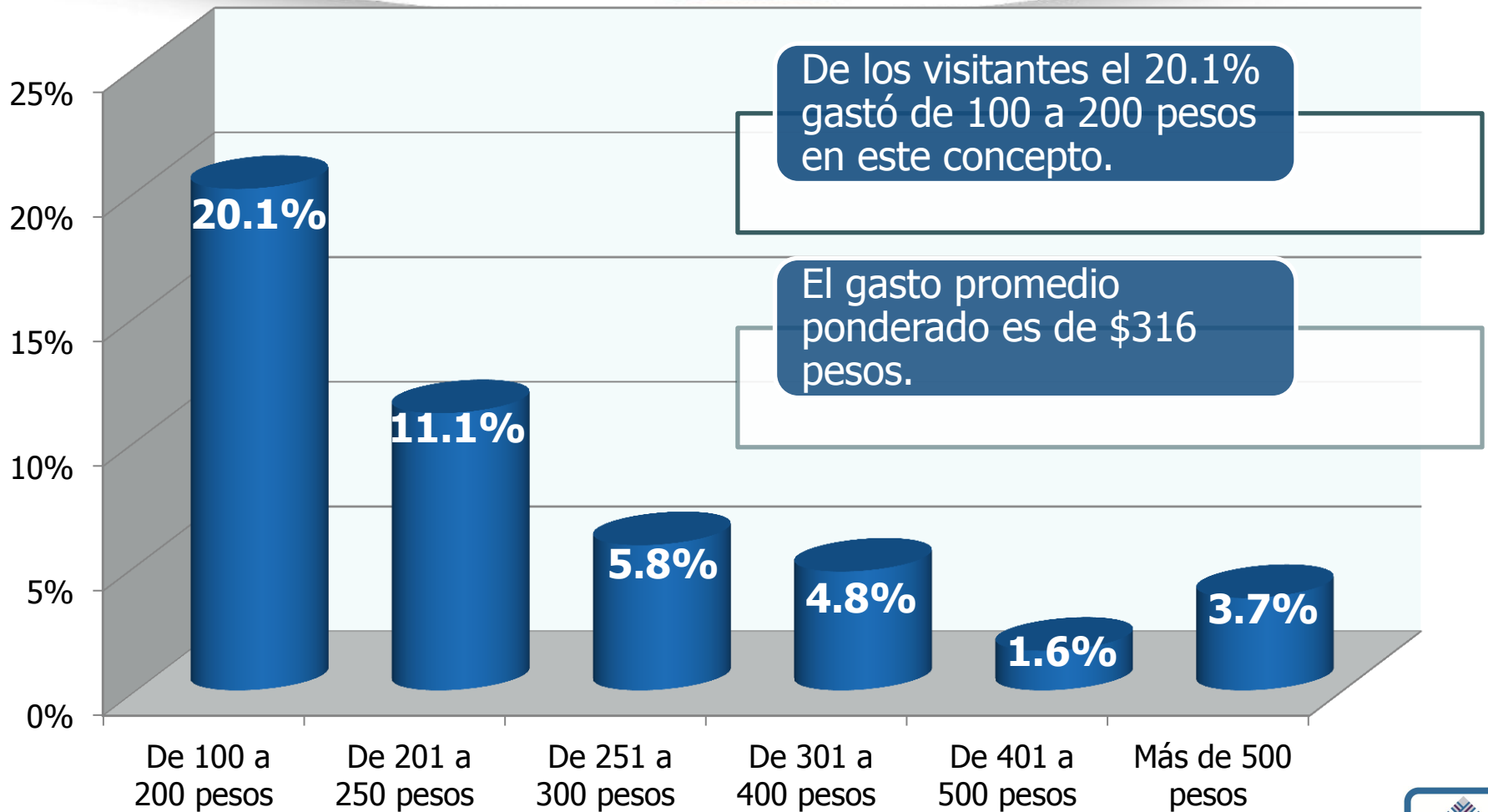
# Gasto Promedio – Alimentos y Bebidas



# Gasto Promedio - Souvenirs

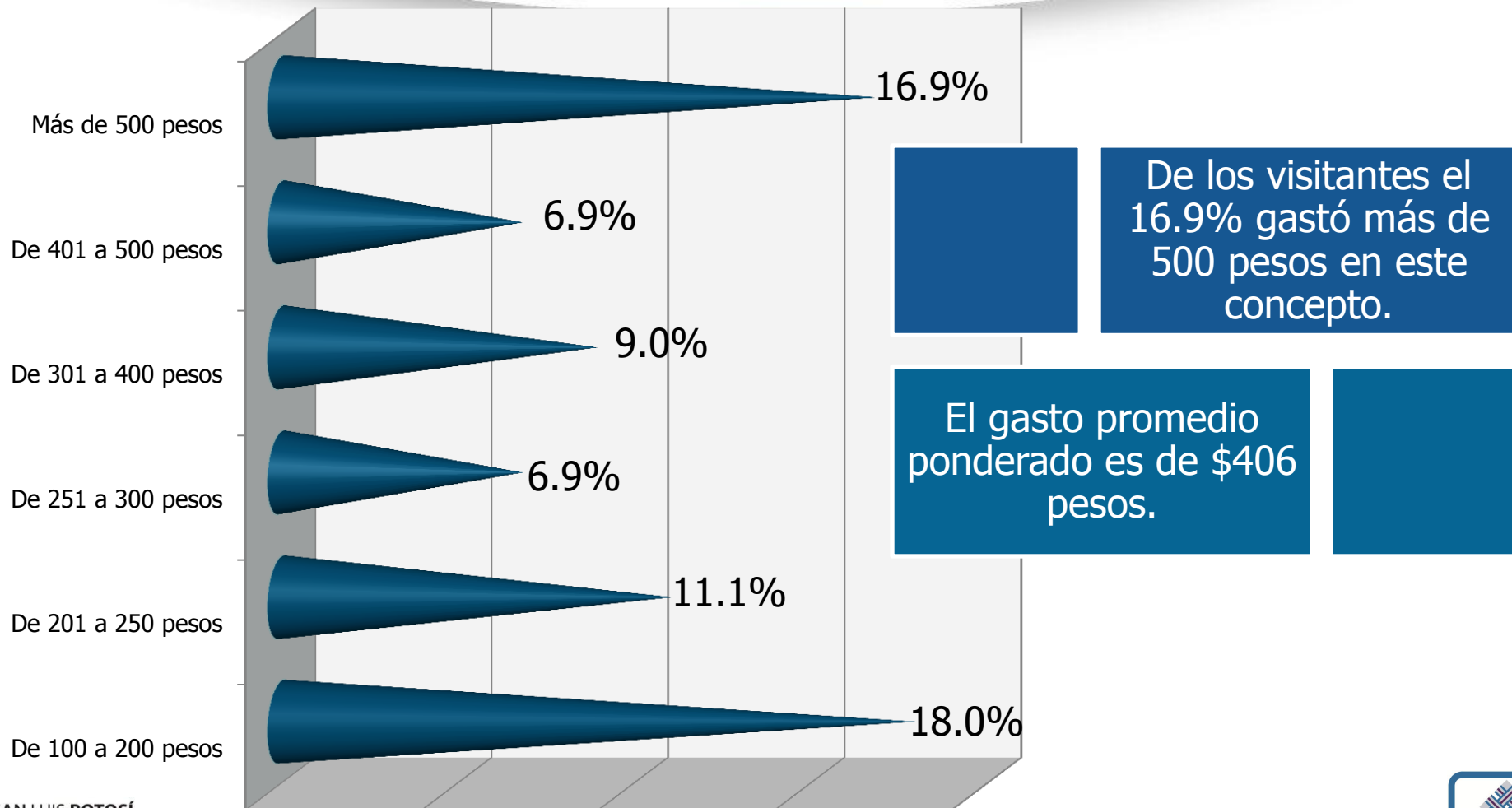


# Gasto Promedio – Transportación Local



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

# Gasto Promedio – Gasolina

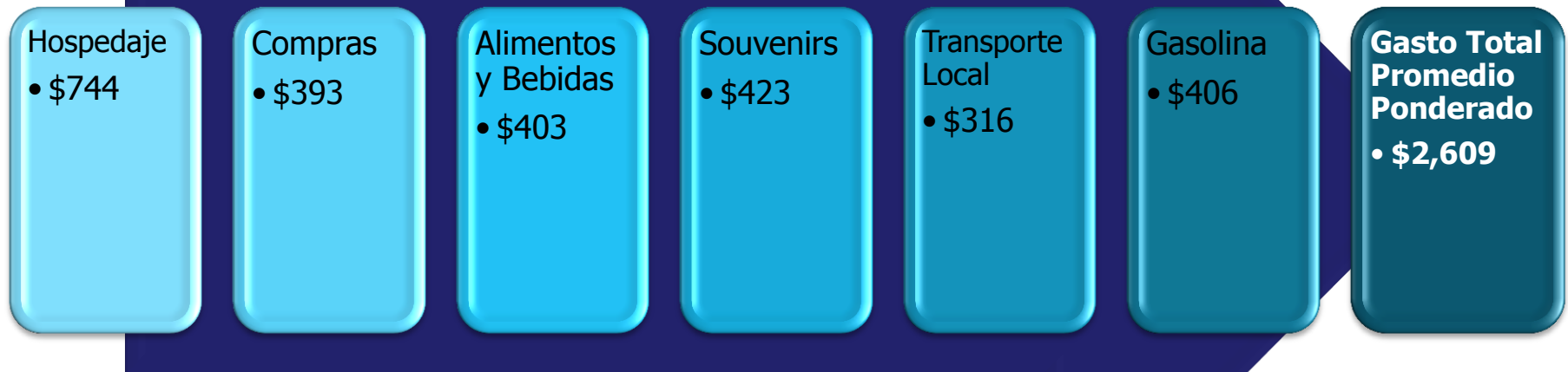


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

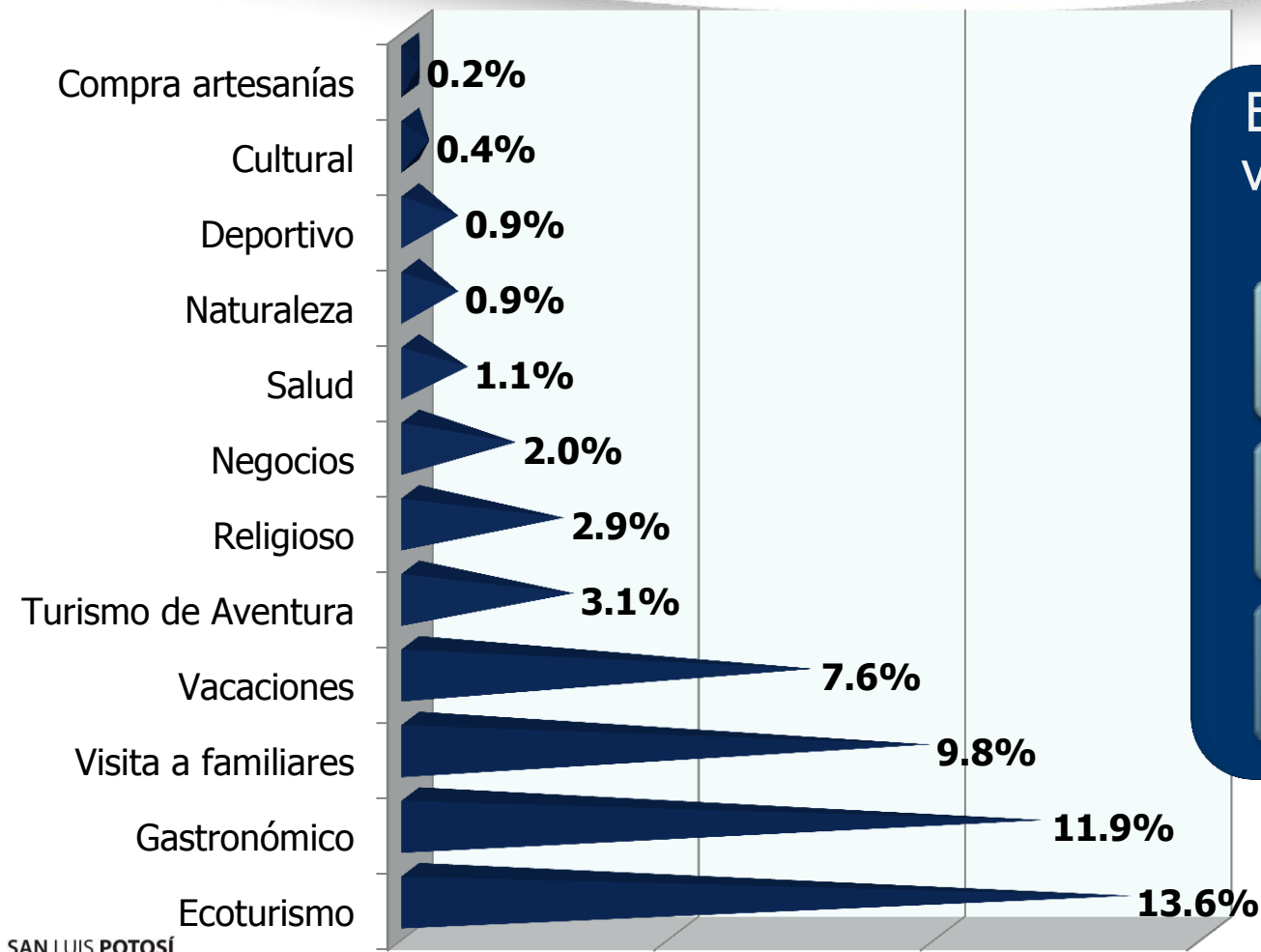
**Perfil del Visitante Región Centro – Semana Santa 2015**



# Gasto Total Promedio Ponderado



# Razón Principal de Viaje



El principal motivo del viaje a este destino es por:

Ecoturismo(13.6%)

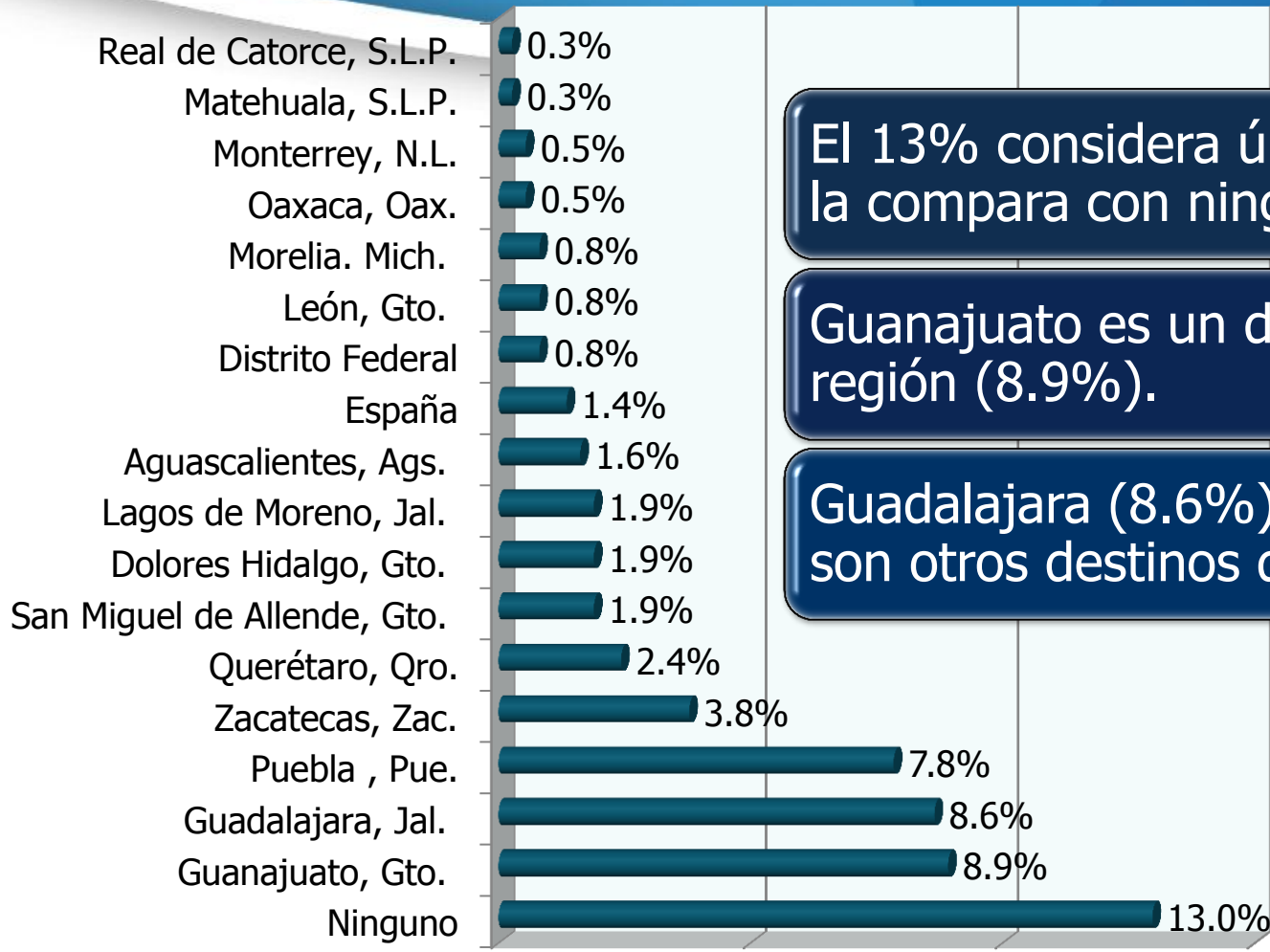
Gastronómico  
(11.9%)

Visita a familiares  
(9.8%)

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

Perfil del Visitante Región Centro – Semana Santa 2015

# Sitios con los que Comparan a la Región

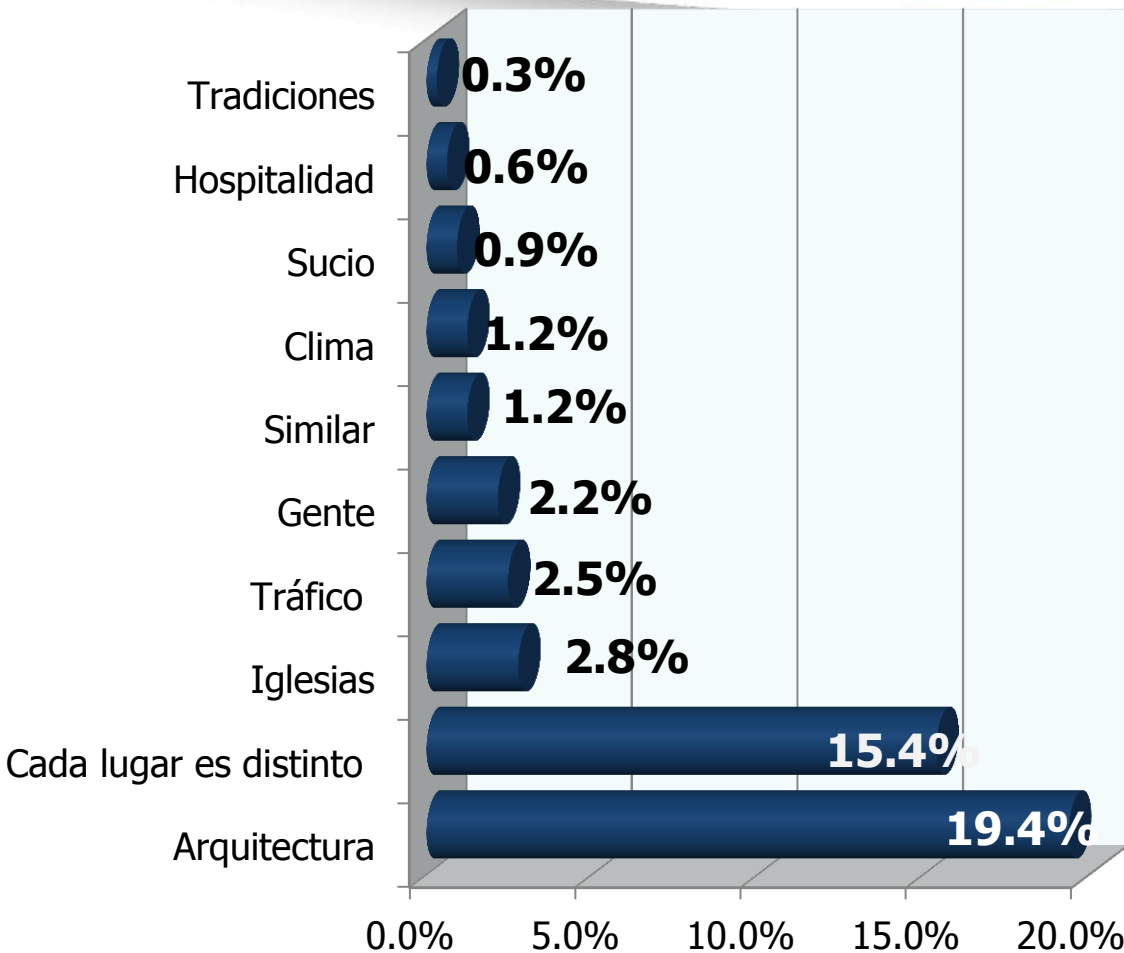


El 13% considera única a la región y no la compara con ningún sitio.

Guanajuato es un destino similares a la región (8.9%).

Guadalajara (8.6%) y Puebla (7.8%) son otros destinos de comparación.

# Razones de Comparación con Otro Destino



Las Principales razones de comparación son:

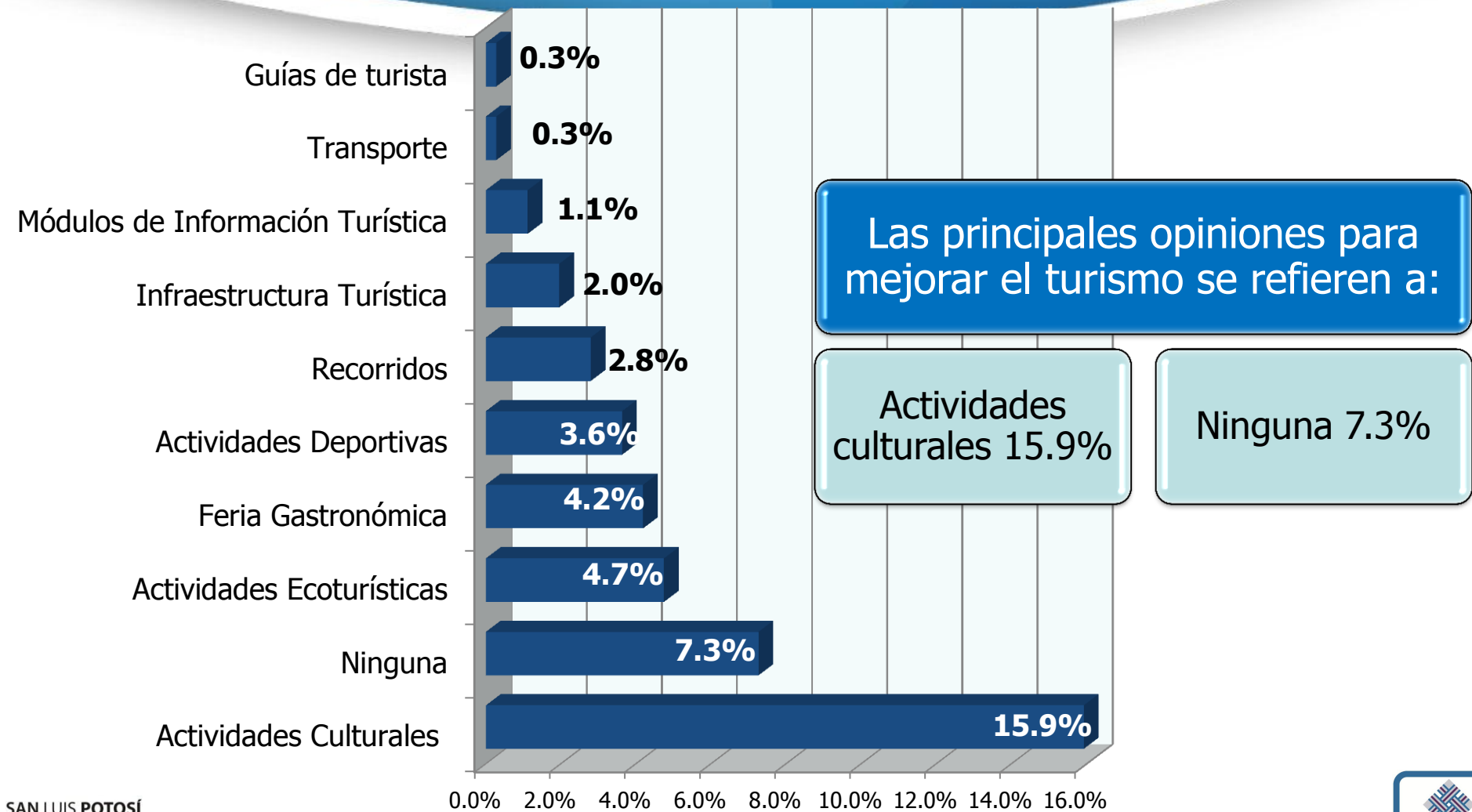


Arquitectura (19.4%)



El 15.4% opinó que cada lugar es distinto

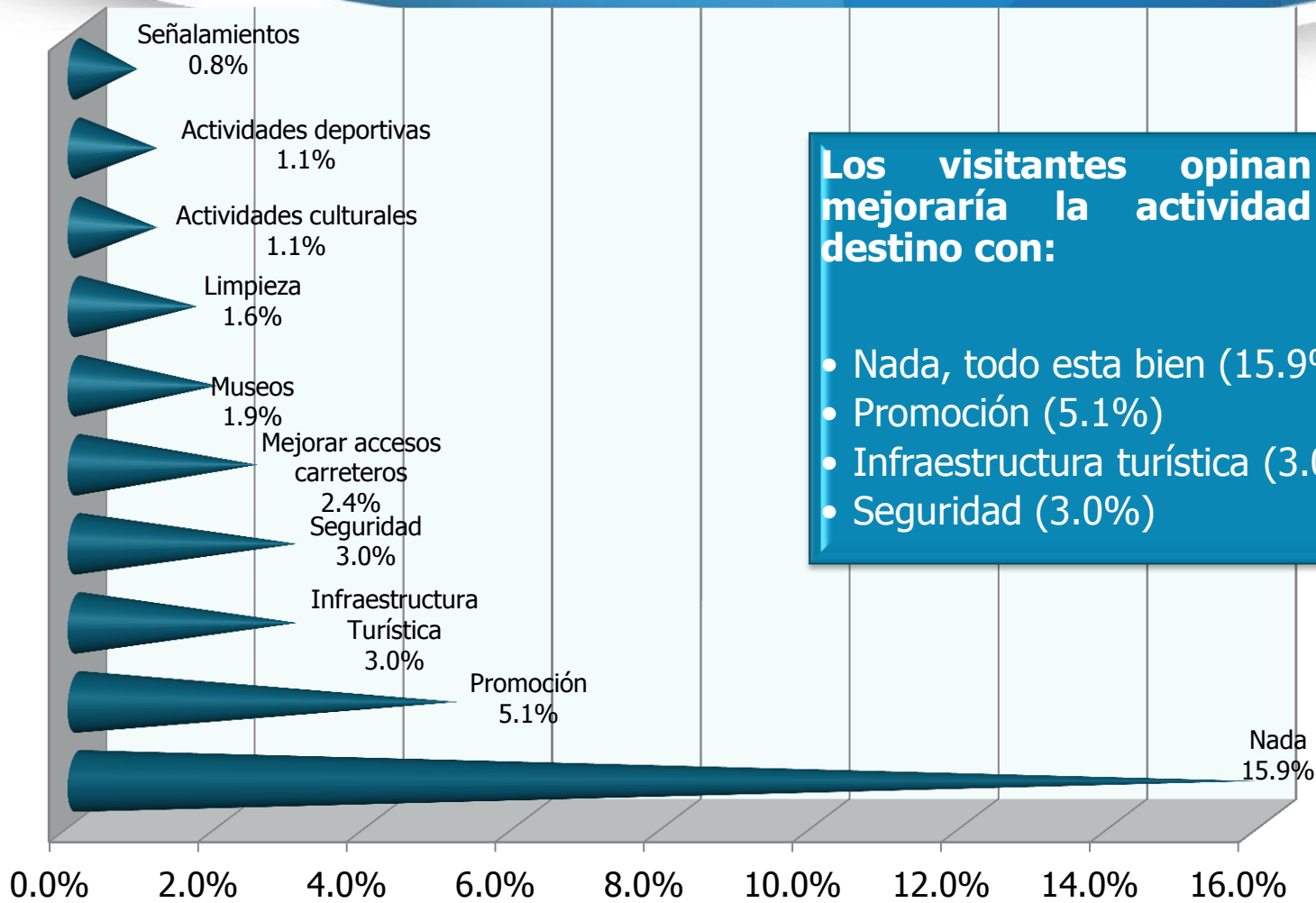
# Propuesta de Actividades que podrían desarrollarse



0.0% 2.0% 4.0% 6.0% 8.0% 10.0% 12.0% 14.0% 16.0%

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

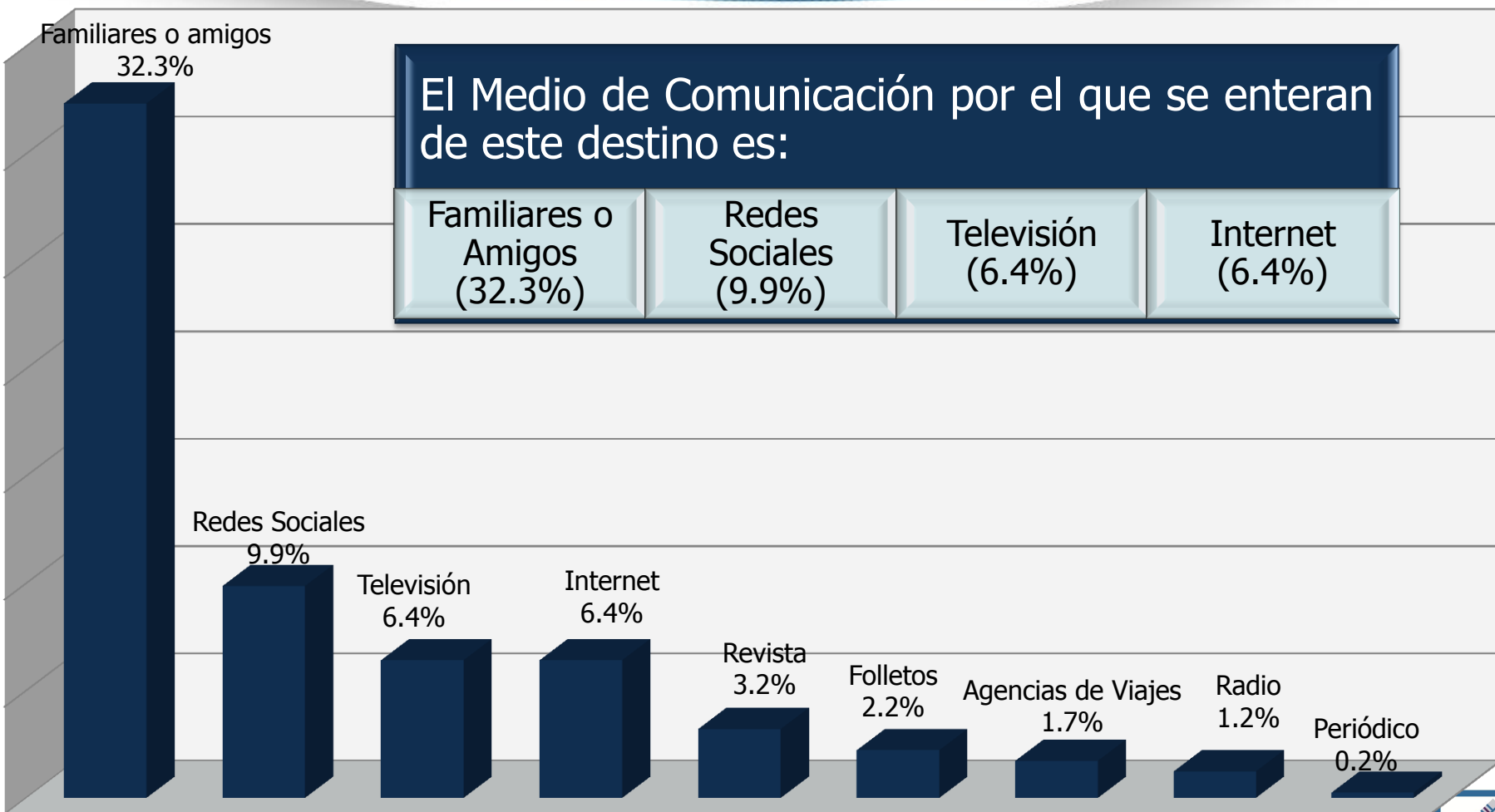
# Opinión para Mejorar Turísticamente la Región



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

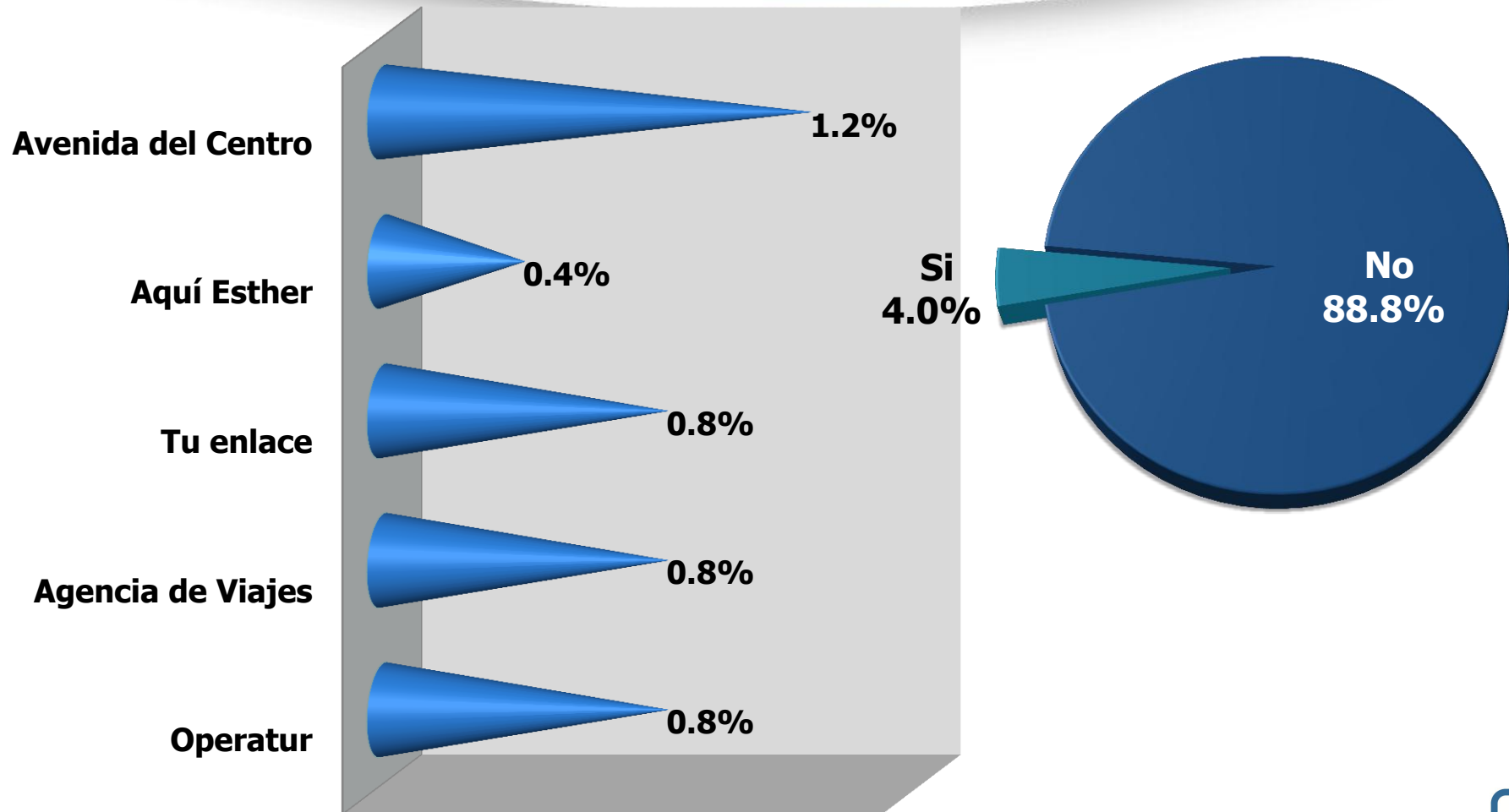
- Nada, todo esta bien (15.9%)
- Promoción (5.1%)
- Infraestructura turística (3.0%)
- Seguridad (3.0%)

# Medio por el que se entero o conoce de la Región



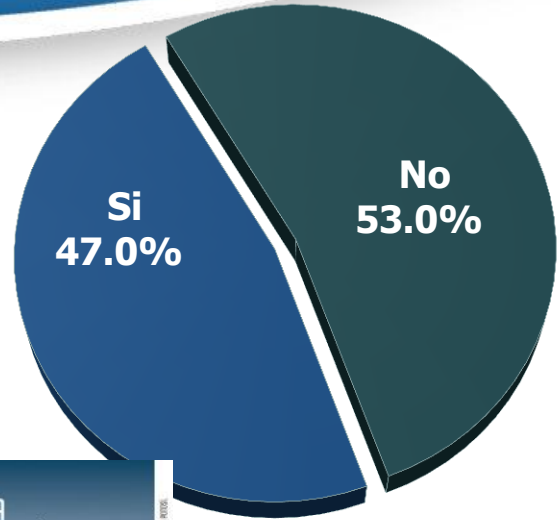
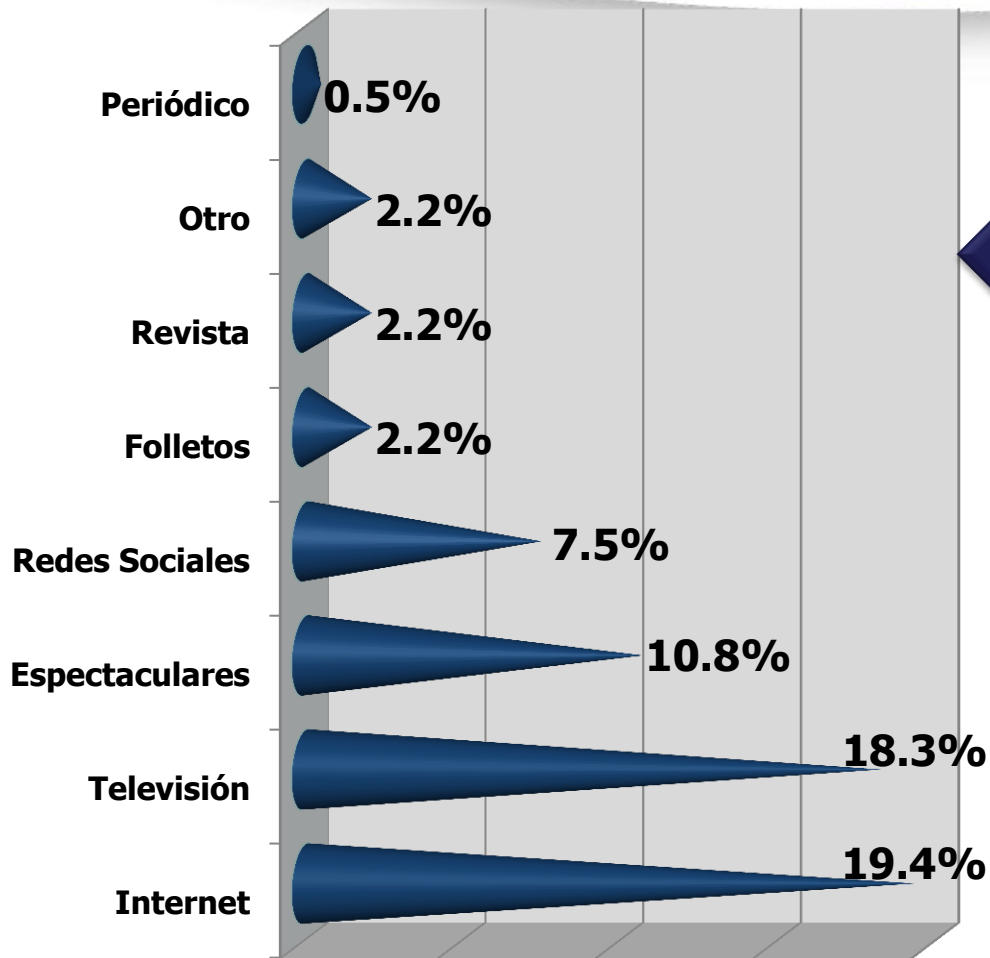


# Contratación de algún Operador durante su Visita



# Recordación de la Publicidad

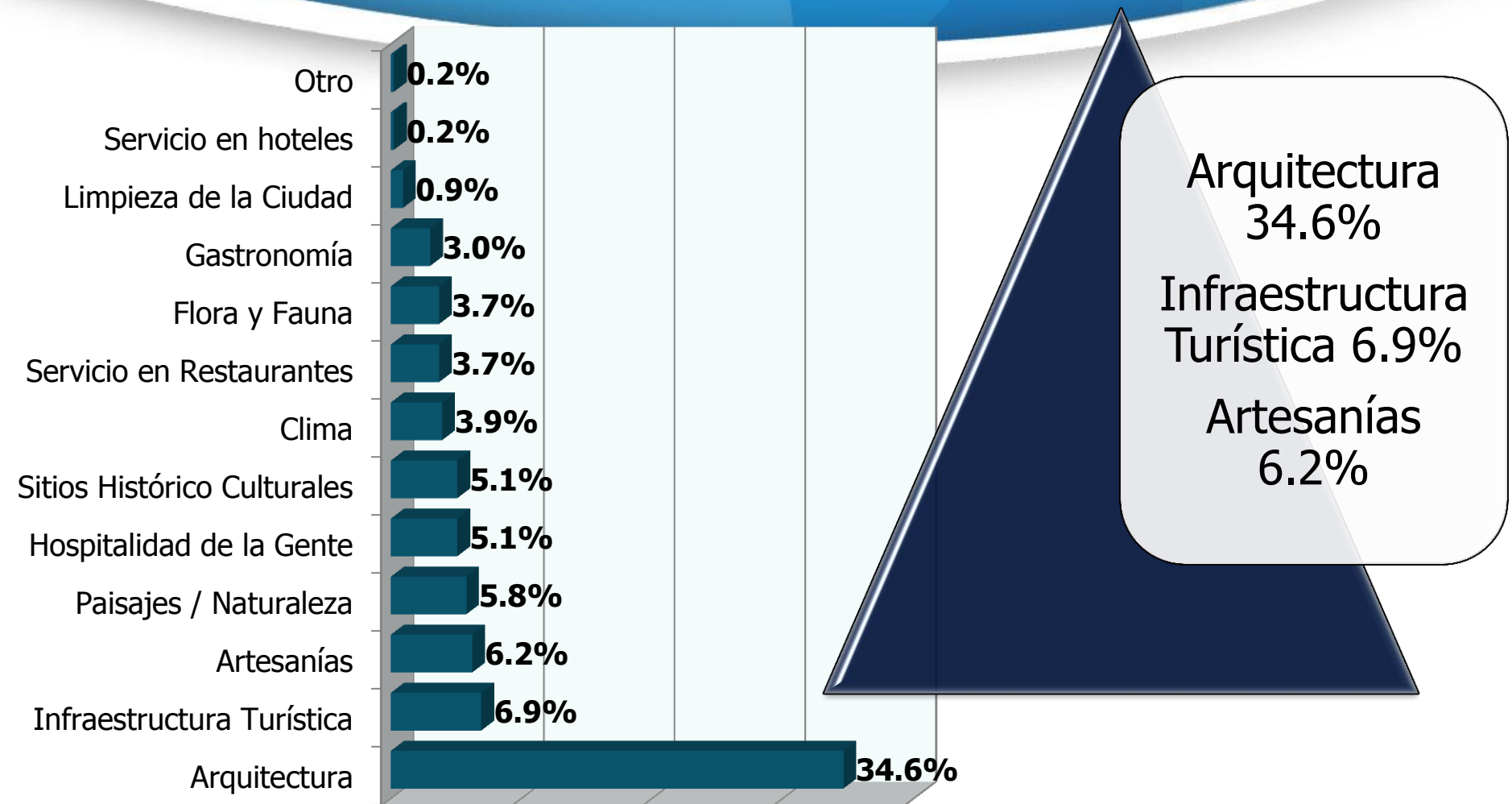
"San Luis Potosí una emoción en cada región..."



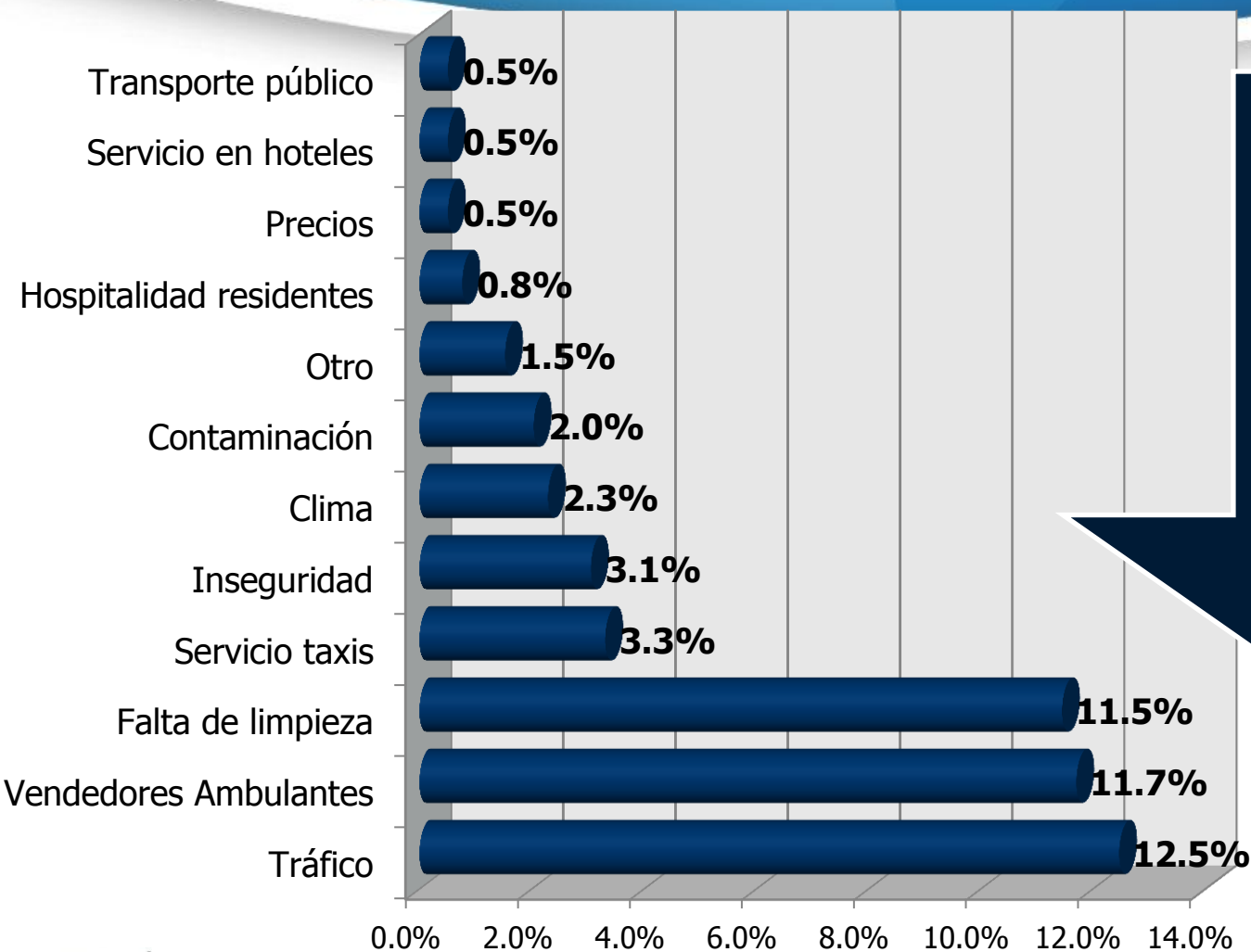
# Medio por el que se entero o Conoce de la Región por Lugar de Origen

Medio de Comunicación	Agascalientes	Baja California	Coahuila	Chiapas	Chihuahua	Distrito Federal	Durango	Guerrero	Hidalgo	Jalisco	Estado de México	Michoacán	Nayarit	Nuevo León	Oaxaca	Puebla	Otro	Total
Familiares o amigos	0.5%	0.0%	0.5%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	1.5%	0.2%	0.0%	2.5%	↓ 6.4%
Revista	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.7%	0.5%	0.0%	1.5%	↓ 3.2%
Folletos	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	1.7%	↓ 2.2%
Agencia de Viajes	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	↓ 1.7%
Revista	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.7%	0.2%	0.2%	6.2%	↔ 9.9%
Periódico	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	↓ 0.2%
Radio	0.0%	0.0%	0.2%	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%	0.7%	↓ 1.2%
Radio	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	1.0%	0.0%	0.2%	4.4%	↓ 6.4%
Periódico	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%	0.5%	1.0%	0.5%	0.2%	0.2%	1.2%	0.7%	0.7%	0.0%	7.4%	0.2%	0.5%	17.8%	↑ 32.3%
Otro	0.2%	0.0%	0.0%	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%	0.2%	↓ 0.7%
No contesto	0.0%	0.0%	1.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%	1.0%	0.5%	0.0%	0.5%	1.0%	0.0%	8.4%	0.7%	0.7%	20.7%	35.6%
<b>Total</b>	<b>1.2%</b>	<b>0.0%</b>	<b>3.0%</b>	<b>0.2%</b>	<b>1.5%</b>	<b>2.2%</b>	<b>1.2%</b>	<b>1.5%</b>	<b>1.5%</b>	<b>2.5%</b>	<b>2.2%</b>	<b>2.2%</b>	<b>0.0%</b>	<b>19.8%</b>	<b>2.0%</b>	<b>2.0%</b>	<b>57.0%</b>	<b>100.0%</b>

# 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



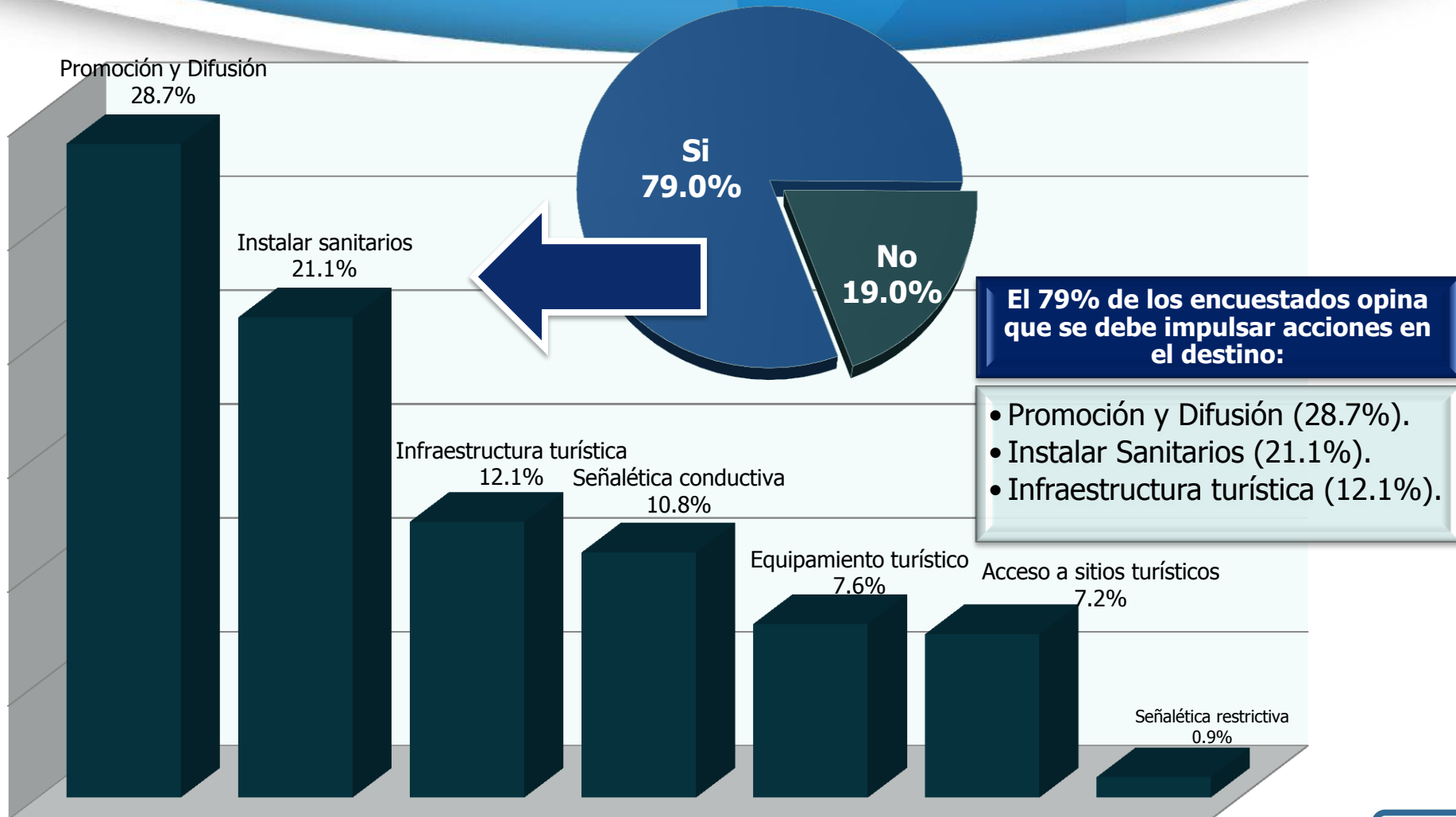
Lo que más disgustó a los visitantes fue:

- Tráfico 12.5%
- Vendedores Ambulantes (11.7%)
- Falta de limpieza (11.5%)

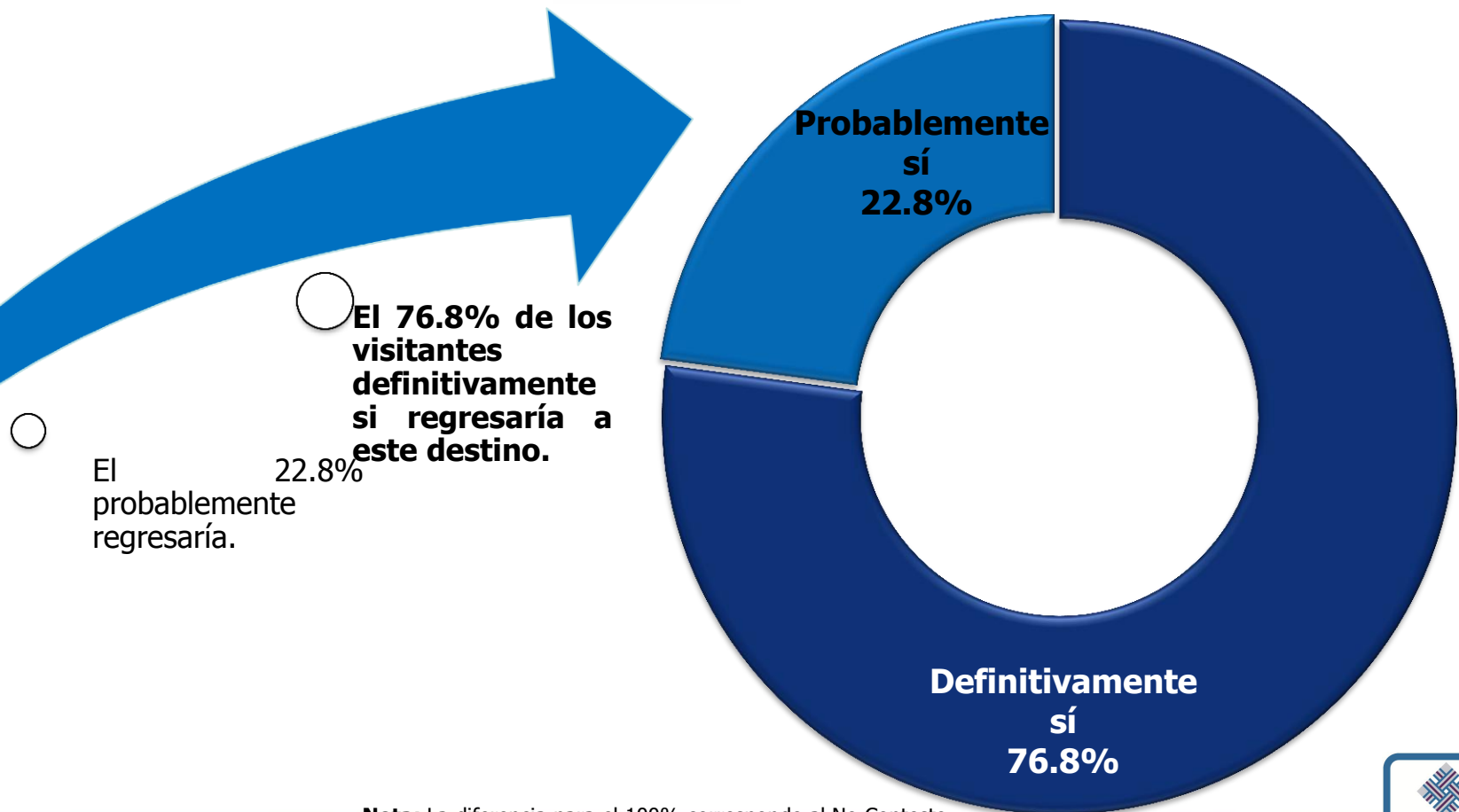
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

Perfil del Visitante Región Centro – Semana Santa 2015

# Opinión para Impulsar Acciones de mejora en la Región

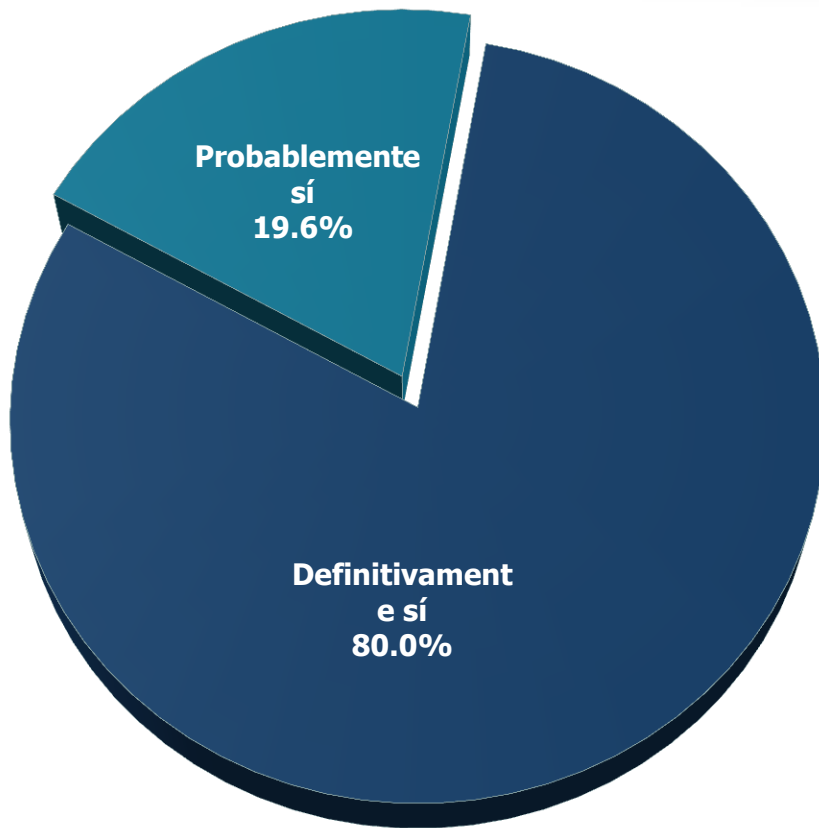


# Opinión de Regresar a San Luis Potosí





# Opinión de Recomendar a San Luis Potosí



**El 80% de los visitantes definitivamente recomendaría el destino.**

**El 19.6% probablemente recomendaría el destino.**

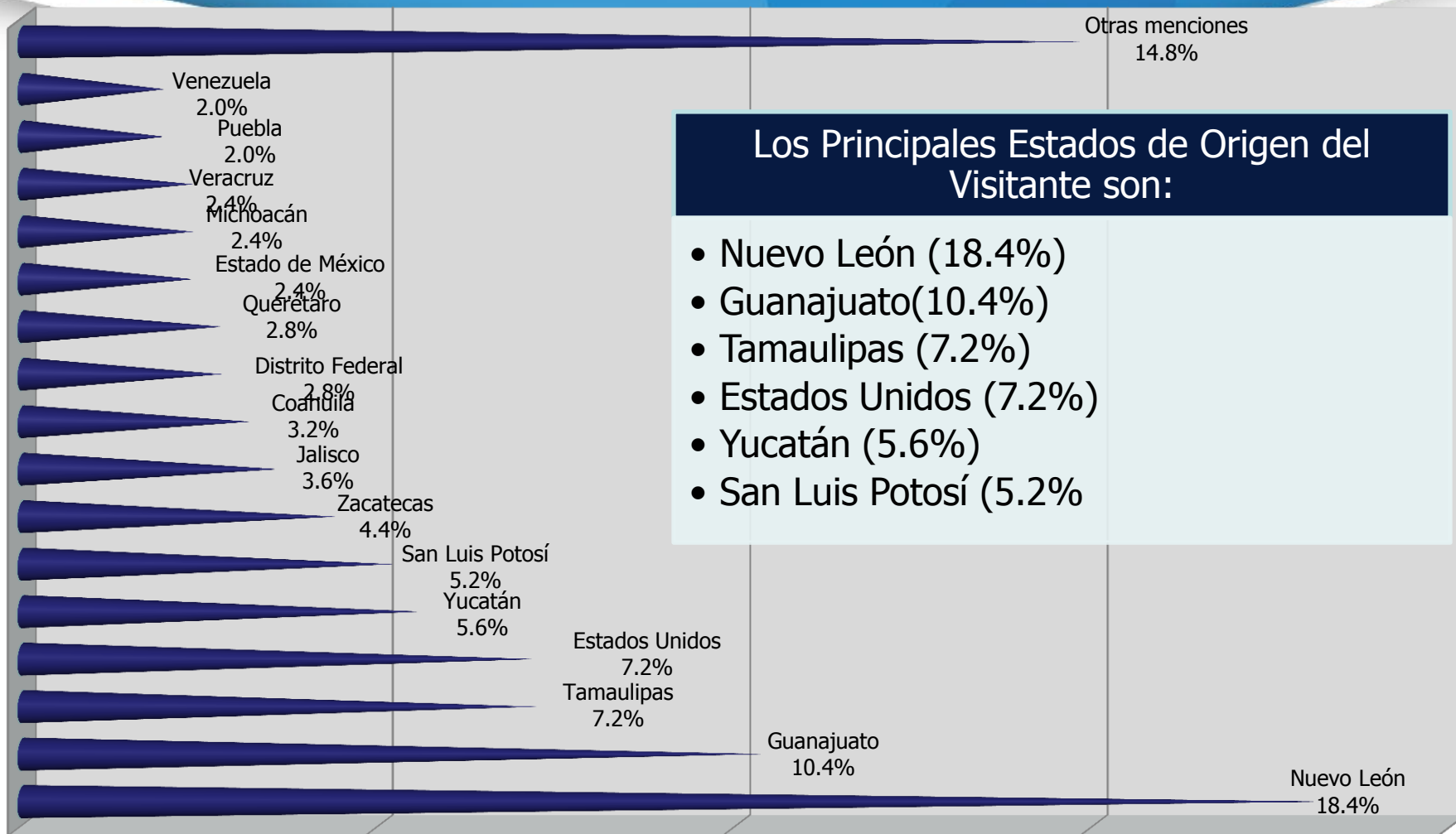
# Principales Ciudades de Origen del Visitante



Las Principales Ciudades de Origen del Visitante son:

- Monterrey, N.L. (14.3%)
- San Luis Potosí, (5.7%)
- San Nicolás de los Garza (4.1%)

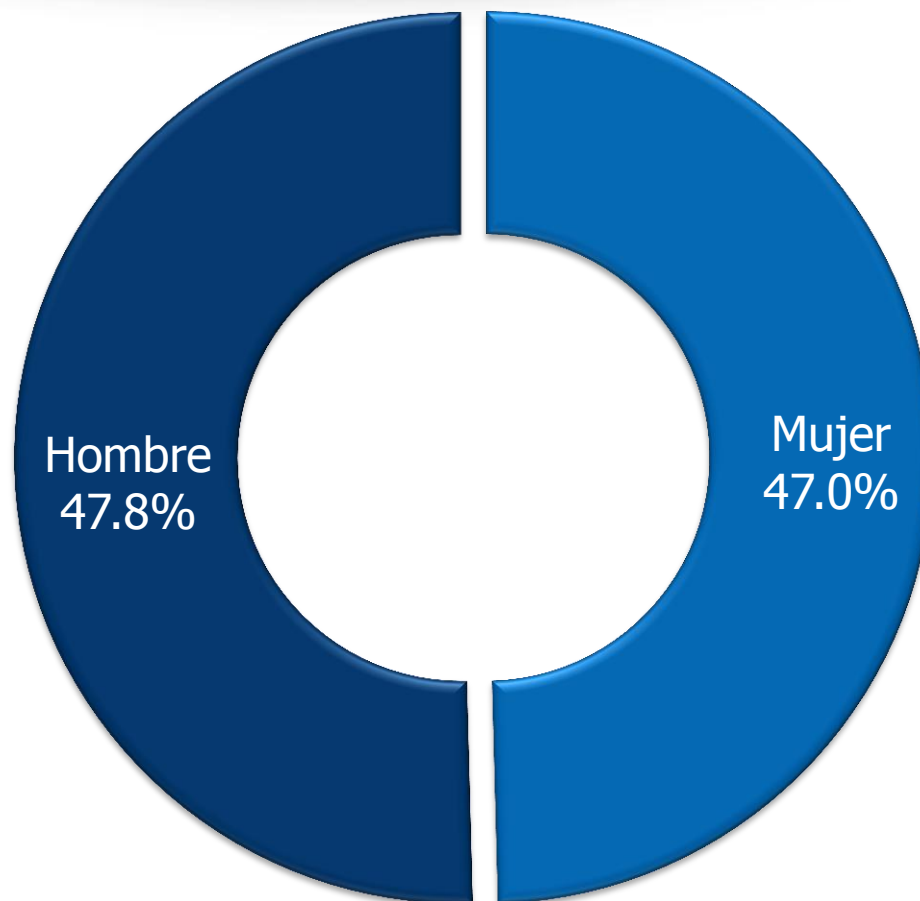
# Principales Estados de Origen del Visitante



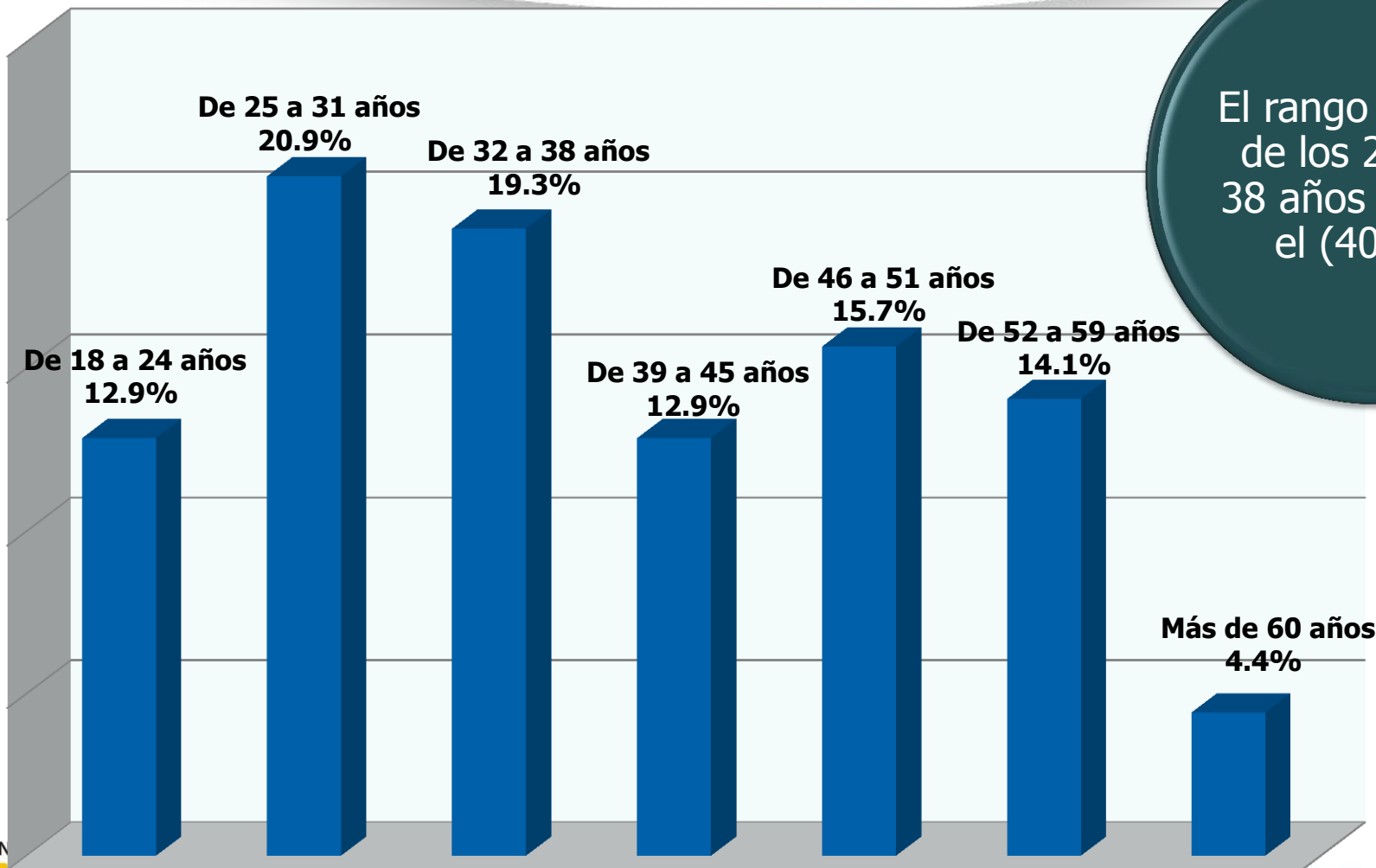
## Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

- Nuevo León (18.4%)
- Guanajuato(10.4%)
- Tamaulipas (7.2%)
- Estados Unidos (7.2%)
- Yucatán (5.6%)
- San Luis Potosí (5.2%)

# Sexo del Visitante a la Región



# Rango de Edad de los Visitantes



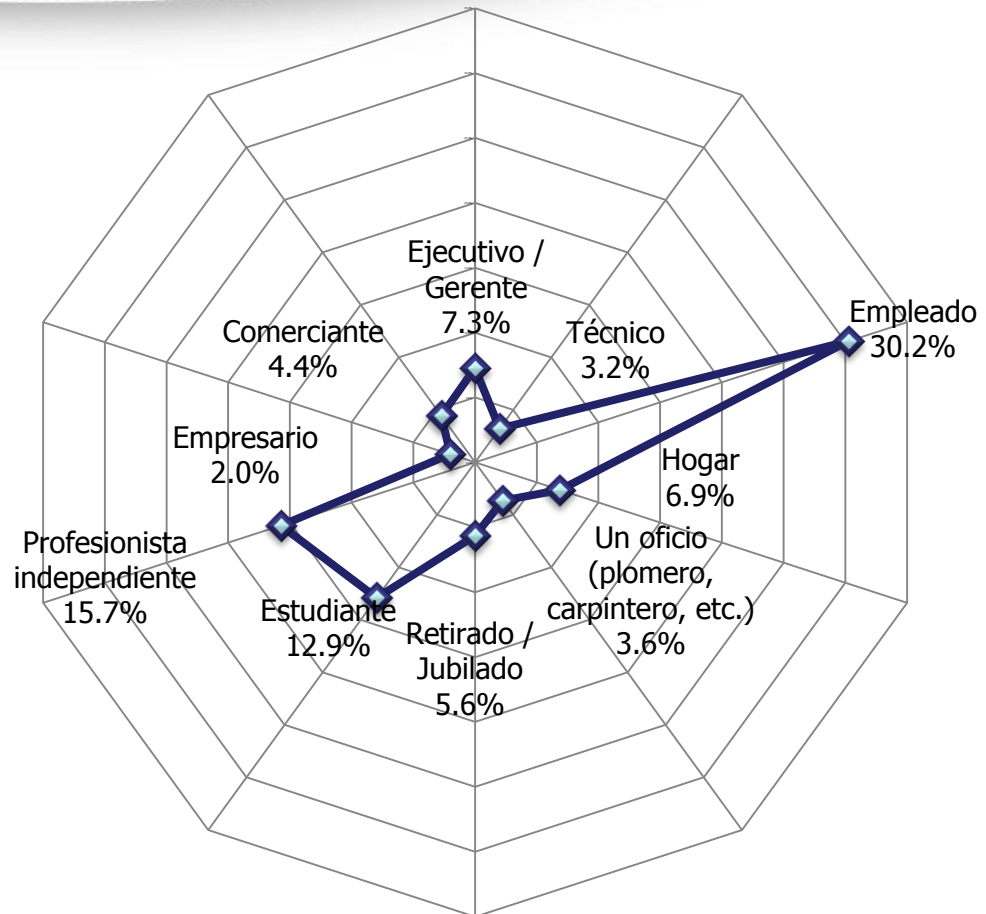
El rango de edad de los 25 a los 38 años significa el (40.2%)

# Ocupación del Visitante a San Luis Potosí

Una importante parte de los visitantes son empleados (30.2%)

Otro segmento importante (15.7%) son profesionistas independientes

El 12.9% son estudiantes





# Perfil del Visitante

## Perspectiva de Género

### Semana Santa 2015

SAN LUIS POTOSÍ



*Tu destino...*





# Resultados con Perspectiva de Género

## Lugar de Encuesta

Concepto	Mujer	Hombre	Total
San Luis Potosí	22.3%	16.7%	<b>39.4%</b>
Soledad de Graciano Sánchez	24.7%	31.1%	<b>60.6%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Primera vez	23.5%	18.3%	<b>43.0%</b>
Una vez al año	10.4%	10.0%	<b>21.1%</b>
Dos veces al año	6.0%	13.5%	<b>21.1%</b>
Tres o más veces al año	7.2%	6.0%	<b>13.9%</b>
No contestó	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Ninguna	7.6%	6.4%	<b>15.1%</b>
Una noche	3.6%	2.4%	<b>6.4%</b>
Dos noches	9.2%	8.4%	<b>18.3%</b>
Tres noches	10.0%	12.0%	<b>23.1%</b>
Cuatro noches	5.6%	5.2%	<b>11.2%</b>
Cinco noches	2.4%	4.0%	<b>6.4%</b>
Seis noches	1.2%	2.0%	<b>3.2%</b>
Siete noches	3.6%	4.0%	<b>8.4%</b>
Ocho noches	1.2%	0.4%	<b>1.6%</b>
Nueve noches	0.4%	0.4%	<b>0.8%</b>
Diez noches	0.0%	0.4%	<b>0.4%</b>
Catorce noches	0.0%	0.8%	<b>1.2%</b>
Quince noches	2.0%	1.6%	<b>3.6%</b>
Dieciseis noches	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Hotel Courtyard Marriott, San Luis Potosí	0.4%	0.4%	<b>0.8%</b>
Hotel Holiday Inn San Luis Potosí Quijote, San Luis Potosí	1.2%	0.4%	<b>1.6%</b>
Hotel Real de Minas, San Luis Potosí	0.4%	0.4%	<b>0.8%</b>
Hotel Westin San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.0%	0.8%	<b>0.8%</b>
Hotel Real Inn San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.4%	0.8%	<b>1.2%</b>
Hotel María Dolores, San Luis Potosí	2.8%	2.4%	<b>5.2%</b>
Ankara Hotel & Suites, San Luis Potosí	0.0%	0.4%	<b>0.4%</b>
La Quinta Inn & Suites, San Luis Potosí	0.0%	0.8%	<b>0.8%</b>
Hotel City Express Zona Industrial, San Luis Potosí	1.2%	2.8%	<b>4.0%</b>
Hotel Fiesta Inn Oriente, San Luis Potosí	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Fiesta Inn San Luis Potosí Glorieta Juárez, San Luis Potosí	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Holiday Inn Express San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.8%	0.4%	<b>1.6%</b>
Hotel Panorama, San Luis Potosí	0.4%	0.8%	<b>1.2%</b>
Hotel Real Plaza, San Luis Potosí	2.0%	0.4%	<b>2.8%</b>
Hotel Sand 's, San Luis Potosí	2.0%	0.8%	<b>2.8%</b>
La Posada Potosina Hotel & Suites, San Luis Potosí	0.0%	0.4%	<b>0.4%</b>
Redwood Villas Extended Stay, San Luis Potosí	0.0%	0.8%	<b>0.8%</b>
Hotel Colonial, San Luis Potosí	1.2%	0.0%	<b>1.2%</b>
Hotel María Cristina, San Luis Potosí	1.2%	0.8%	<b>2.0%</b>
Hotel Nápoles, San Luis Potosí	0.8%	1.2%	<b>2.0%</b>
Hotel One San Luis Potosí Glorieta Juárez, San Luis Potosí	0.8%	0.4%	<b>1.2%</b>
Hotel Ejea, San Luis Potosí	0.8%	0.4%	<b>1.2%</b>
Hotel Anáhuac, San Luis Potosí	0.8%	0.4%	<b>1.2%</b>
Hotel de Gante, San Luis Potosí	0.4%	0.4%	<b>0.8%</b>
Hotel Guadalajara, San Luis Potosí	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel San Luis, San Luis Potosí	0.4%	1.6%	<b>2.0%</b>
Hotel Michigan, Soledad de Graciano Sánchez	0.0%	0.4%	<b>0.4%</b>
Corazón de Xoconostle, San Luis Potosí	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel California, Soledad de Graciano Sánchez	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
No contesto	27.1%	29.1%	<b>60.2%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Solo	5.2%	2.8%	<b>8.8%</b>
Pareja	11.6%	14.7%	<b>26.7%</b>
Familia	21.5%	23.5%	<b>48.2%</b>
Amistades	5.6%	4.8%	<b>10.8%</b>
Agrupación	3.2%	1.2%	<b>4.8%</b>
No contesto	0.0%	0.8%	<b>0.8%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Uno	6.0%	6.4%	<b>12.4%</b>
Dos	4.0%	5.6%	<b>9.6%</b>
Tres	6.4%	4.4%	<b>12.0%</b>
Cuatro	4.8%	6.4%	<b>13.5%</b>
Cinco	7.2%	5.6%	<b>12.7%</b>
Seis	1.2%	2.4%	<b>4.0%</b>
Siete	1.6%	0.4%	<b>2.0%</b>
Ocho	1.2%	0.0%	<b>1.2%</b>
Nueve	0.4%	0.4%	<b>0.8%</b>
Trece	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Quince	0.0%	0.8%	<b>0.8%</b>
Dieciocho	0.0%	0.4%	<b>0.4%</b>
Veinte	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
No contesto	13.5%	15.1%	<b>29.9%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Automóvil	27.9%	31.5%	<b>62.2%</b>
Autobús de línea	14.7%	13.1%	<b>30.3%</b>
Autobús rentado	1.2%	0.4%	<b>1.6%</b>
Avión	2.4%	2.0%	<b>4.4%</b>
No contestó	0.8%	0.8%	<b>1.6%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	Total
300 a 400 pesos	4.8%	4.0%	<b>8.8%</b>
401 a 550 pesos	2.4%	2.4%	<b>5.2%</b>
551 a 700 pesos	4.4%	5.6%	<b>10.0%</b>
701 a 850 pesos	4.0%	3.6%	<b>8.8%</b>
851 a 999 pesos	1.6%	0.8%	<b>2.4%</b>
Más de 1,000 pesos	4.0%	3.6%	<b>7.6%</b>
No contesto	25.9%	27.9%	<b>57.4%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	Total
De 100 a 200 pesos	7.6%	6.8%	<b>15.5%</b>
De 201 a 250 pesos	4.8%	4.0%	<b>9.6%</b>
De 251 a 300 pesos	8.8%	4.0%	<b>14.3%</b>
De 301 a 400 pesos	4.8%	7.6%	<b>12.4%</b>
De 401 a 500 pesos	3.2%	7.2%	<b>10.8%</b>
Más de 500 pesos	6.4%	10.0%	<b>17.1%</b>
No contesto	11.6%	8.4%	<b>20.3%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	Total
De 100 a 200 pesos	8.4%	7.6%	<b>17.5%</b>
De 201 a 250 pesos	5.6%	5.6%	<b>11.2%</b>
De 251 a 300 pesos	8.0%	4.8%	<b>13.5%</b>
De 301 a 400 pesos	6.4%	5.2%	<b>12.7%</b>
De 401 a 500 pesos	3.6%	8.4%	<b>13.1%</b>
Más de 500 pesos	7.6%	11.2%	<b>18.7%</b>
No contesto	7.6%	5.2%	<b>13.1%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	Total
De 100 a 200 pesos	8.4%	7.6%	<b>17.5%</b>
De 201 a 250 pesos	6.0%	8.4%	<b>14.7%</b>
De 251 a 300 pesos	3.2%	5.2%	<b>10.0%</b>
De 301 a 400 pesos	3.2%	4.4%	<b>7.6%</b>
De 401 a 500 pesos	2.8%	4.0%	<b>7.6%</b>
Más de 500 pesos	6.4%	6.0%	<b>12.4%</b>
No contesto	17.1%	12.4%	<b>30.3%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	Total
De 100 a 200 pesos	9.6%	5.2%	<b>15.1%</b>
De 201 a 250 pesos	3.6%	4.0%	<b>8.4%</b>
De 251 a 300 pesos	2.8%	1.6%	<b>4.4%</b>
De 301 a 400 pesos	2.0%	0.8%	<b>3.6%</b>
De 401 a 500 pesos	0.4%	0.8%	<b>1.2%</b>
Más de 500 pesos	0.8%	2.0%	<b>2.8%</b>
No contesto	27.9%	33.5%	<b>64.5%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	Total
De 100 a 200 pesos	6.4%	6.4%	<b>13.5%</b>
De 201 a 250 pesos	2.8%	5.2%	<b>8.4%</b>
De 251 a 300 pesos	1.6%	3.6%	<b>5.2%</b>
De 301 a 400 pesos	3.2%	2.8%	<b>6.8%</b>
De 401 a 500 pesos	2.0%	2.8%	<b>5.2%</b>
Más de 500 pesos	6.8%	6.0%	<b>12.7%</b>
No contesto	24.3%	21.1%	<b>48.2%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Ecoturismo	2.4%	2.8%	5.6%
Gastronómico	4.9%	4.2%	10.0%
Visita a familiares	0.7%	1.1%	2.1%
Vacaciones	3.7%	3.1%	7.2%
Turismo de Aventura	1.6%	0.5%	2.3%
Religioso	0.1%	0.1%	0.3%
Negocios	1.2%	0.3%	1.5%
Salud	0.4%	0.3%	0.7%
Naturaleza	3.7%	4.9%	8.8%
Deportivo	0.1%	0.5%	0.7%
Cultural	0.0%	0.1%	0.1%
Compra artesanías	0.1%	0.5%	0.8%
No Contesto	27.9%	29.1%	59.6%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
España	0.8%	0.2%	1.0%
Guadalajara, Jal.	2.8%	3.6%	6.4%
San Miguel de Allende, Gto.	0.6%	0.8%	1.4%
Guanajuato, Gto.	3.4%	3.0%	6.6%
Ninguno	4.2%	4.4%	9.6%
Zacatecas, Zac.	1.6%	1.2%	2.8%
Puebla, Pue.	3.0%	2.8%	5.8%
Dolores Hidalgo, Gto.	0.6%	0.8%	1.4%
Lagos de Moreno, Jal.	0.6%	0.8%	1.4%
Oaxaca, Oax.	0.4%	0.0%	0.4%
Distrito Federal	0.2%	0.4%	0.6%
Aguascalientes, Ags.	0.8%	0.4%	1.2%
Querétaro, Qro.	0.8%	0.8%	1.8%
Matehuala, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.2%
León, Gto.	0.0%	0.6%	0.6%
Monterrey, N.L.	0.0%	0.2%	0.4%
Morelia, Mich.	0.0%	0.2%	0.6%
Real de Catorce, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.2%
No Contesto	27.3%	27.3%	57.8%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Razones de Comparación con la Región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Arquitectura	1.2%	0.6%	1.8%
Cada lugar es distinto	7.0%	5.4%	12.5%
Iglesias	4.4%	5.4%	10.0%
Tráfico	0.8%	0.6%	1.4%
Gente	0.8%	0.8%	1.6%
Similar	0.2%	0.4%	0.6%
Clima	0.2%	0.4%	0.8%
Sucio	0.0%	0.2%	0.4%
Hospitalidad	0.0%	0.4%	0.8%
Tradiciones	0.0%	0.2%	0.2%
No contesto	32.5%	33.5%	69.9%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Actividades que podrían desarrollarse

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Actividades Culturales	10.8%	12.0%	22.7%
Ninguna	2.4%	2.8%	5.2%
Actividades Ecoturísticas	2.4%	1.2%	4.0%
Feria Gastronómica	2.8%	3.6%	6.8%
Actividades Deportivas	0.4%	2.0%	2.4%
Recorridos	0.4%	0.8%	1.2%
Infraestructura Turística	0.0%	0.4%	0.4%
Módulos de Información Turística	2.4%	2.0%	5.2%
Transporte	4.4%	4.8%	10.4%
Guías de turista	0.0%	0.4%	0.4%
No contesto	21.1%	17.9%	41.4%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Opinión para Mejorar la Actividad Turística

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Nada	1.2%	0.8%	2.2%
Promoción	6.0%	5.0%	11.8%
Infraestructura Turística	0.4%	0.2%	0.6%
Seguridad	0.6%	0.6%	1.2%
Mejorar accesos carreteros	1.4%	2.0%	3.8%
Museos	0.2%	0.2%	0.8%
Limpieza	0.0%	0.6%	0.8%
Actividades culturales	1.2%	1.0%	2.2%
Actividades deportivas	0.4%	1.0%	1.4%
Señalamientos	0.8%	0.8%	1.8%
No contestó	34.9%	35.7%	73.5%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio por el que se enteró o conoce región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Familiares o amigos	2.8%	2.4%	5.2%
Redes Sociales	1.4%	1.2%	2.6%
Televisión	0.6%	1.0%	1.8%
Internet	0.6%	0.4%	1.4%
Revista	3.2%	4.2%	8.0%
Folletos	0.2%	0.0%	0.2%
Agencias de Viajes	0.8%	0.0%	1.0%
Radio	3.8%	1.4%	5.2%
Periódico	10.6%	14.1%	26.1%
No contestó	22.9%	22.7%	48.0%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Viajo a través de algún Operador

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Si	2.0%	1.6%	4.0%
No	41.8%	43.0%	88.8%
No contestó	3.2%	3.2%	7.2%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Nombre del Agencia u Operador

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Operatur	10.0%	10.0%	20.0%
Agencia de Viajes	20.0%	0.0%	20.0%
Tu enlace	10.0%	0.0%	20.0%
Aquí Esther	10.0%	0.0%	10.0%
Avenida del Centro	0.0%	30.0%	30.0%
No contestó	0.0%	0.0%	0.0%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Recordación de Publicidad con Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Si	21.9%	21.9%	46.6%
No	24.7%	25.9%	52.6%
No contestó	0.4%	0.0%	0.8%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Lugar de Recordación de la Publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Internet	8.0%	5.6%	13.5%
Televisión	4.8%	2.8%	8.0%
Espectaculares	0.4%	0.0%	0.4%
Redes Sociales	4.8%	8.4%	14.3%
Folletos	2.4%	2.8%	5.6%
Revista	1.2%	0.4%	1.6%
Otro	0.4%	1.2%	1.6%
Periódico	0.0%	0.8%	1.6%
No contestó	25.1%	25.9%	53.4%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Lo que más le gustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Arquitectura	13.9%	14.5%	<b>29.9%</b>
Infraestructura Turística	3.0%	2.6%	<b>6.0%</b>
Artesanías	1.0%	2.2%	<b>3.2%</b>
Paisajes / Naturaleza	1.2%	1.4%	<b>3.2%</b>
Hospitalidad de la Gente	1.4%	4.0%	<b>5.4%</b>
Sitios Histórico Culturales	2.2%	2.2%	<b>4.4%</b>
Clima	0.0%	0.2%	<b>0.2%</b>
Servicio en Restaurantes	2.8%	1.8%	<b>5.0%</b>
Flora y Fauna	1.6%	1.8%	<b>3.4%</b>
Gastronomía	1.8%	2.6%	<b>4.4%</b>
Limpieza de la Ciudad	0.4%	0.4%	<b>0.8%</b>
Servicio en hoteles	1.0%	1.2%	<b>2.6%</b>
Otro	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
No contesto	16.5%	12.9%	<b>31.5%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Lo que más le disgustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Tráfico	5.2%	4.0%	<b>9.8%</b>
Vendedores Ambulantes	4.4%	4.0%	<b>9.2%</b>
Falta de limpieza	3.8%	4.6%	<b>9.0%</b>
Servicio taxis	1.4%	0.8%	<b>2.6%</b>
Inseguridad	0.4%	1.4%	<b>1.8%</b>
Clima	0.8%	0.6%	<b>1.6%</b>
Contaminación	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Otro	0.2%	0.2%	<b>0.4%</b>
Hospitalidad residentes	1.4%	1.0%	<b>2.4%</b>
Precios	0.0%	0.4%	<b>0.4%</b>
Servicio en hoteles	0.4%	0.2%	<b>0.6%</b>
Transporte público	0.6%	0.6%	<b>1.2%</b>
No contesto	28.3%	30.1%	<b>60.8%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Impulsar Acciones para renovar Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Si	37.8%	37.8%	<b>78.5%</b>
No	8.0%	8.8%	<b>18.7%</b>
No contesto	1.2%	1.2%	<b>2.8%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Acciones para Impulsar la Región

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Promoción y Difusión	9.6%	8.8%	<b>18.7%</b>
Instalar sanitarios	5.6%	4.8%	<b>10.8%</b>
Infraestructura turística	2.4%	4.0%	<b>6.8%</b>
Señalética conductiva	12.7%	12.7%	<b>25.5%</b>
Equipamiento turístico	4.0%	2.0%	<b>6.4%</b>
Acceso a sitios turísticos	3.2%	5.2%	<b>9.6%</b>
Señalética restrictiva	0.4%	0.4%	<b>0.8%</b>
No contesto	9.2%	10.0%	<b>21.5%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Definitivamente sí	37.5%	35.5%	<b>76.5%</b>
Probablemente sí	9.2%	12.4%	<b>22.7%</b>
No Contesto	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Definitivamente sí	37.8%	38.2%	<b>79.7%</b>
Probablemente sí	8.8%	9.6%	<b>19.5%</b>
No Contesto	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Monterrey	6.8%	7.2%	13.9%
San Luis Potosí	3.6%	2.0%	5.6%
San Miguel de Allende	2.0%	0.8%	2.8%
Caracas	1.2%	0.0%	1.2%
Santiago	0.0%	0.4%	0.4%
Santander	0.0%	0.4%	0.4%
Torreón	0.8%	1.2%	2.0%
León	1.2%	0.0%	1.2%
Barcelona	0.0%	0.8%	0.8%
Silao	0.0%	1.2%	1.2%
Toluca	0.0%	0.8%	1.2%
Guadalajara	0.4%	2.0%	3.2%
Caldera	0.0%	0.4%	0.4%
Lima	0.8%	0.0%	0.8%
Puebla	0.8%	0.4%	1.2%
Oaxaca	0.4%	0.4%	1.2%
Etúcuaro	0.8%	0.4%	1.2%
Dallas	0.8%	2.0%	2.8%
Ciudad Valles	0.8%	0.4%	1.6%
Fresnillo	1.2%	0.0%	1.2%
Salinas	0.8%	1.6%	2.4%
Ciudad Victoria	0.8%	0.8%	1.6%
Aguascalientes	1.2%	0.4%	1.6%
Morelia	0.4%	0.4%	0.8%
San Nicolás de los Garza	0.8%	3.2%	4.0%
Hermosillo	0.4%	0.4%	0.8%
Saltillo	0.4%	0.8%	1.2%
Chihuahua	0.8%	0.4%	1.2%
Pachuca	0.8%	0.0%	0.8%
Tampico	2.4%	0.4%	2.8%
Illinois	0.8%	0.4%	1.2%
Zacatecas	0.4%	0.8%	1.2%
Veracruz	0.8%	0.0%	1.2%
Mc. Allen	0.0%	0.4%	0.4%
Tula	0.0%	0.4%	0.4%
Ciudad Mante	0.8%	0.0%	0.8%
Houston	0.0%	0.8%	0.8%
Querétaro	0.8%	1.2%	2.0%
San Antonio	0.0%	0.4%	0.4%
Distrito Federal	1.2%	1.2%	2.8%
Matehuala	0.8%	0.4%	1.2%
Arizona	0.0%	0.8%	1.2%
Pinos	0.0%	0.4%	0.4%
Matehuala	0.0%	0.0%	0.4%
Apodaca	0.0%	0.4%	0.4%
Lagos de Moreno	0.0%	0.0%	0.4%
Guanajuato	0.0%	0.4%	0.4%
Matamoros	0.0%	0.4%	0.4%
Cuernavaca	0.0%	0.4%	0.4%
No Contesto	11.2%	10.0%	22.3%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Aguascalientes	1.2%	0.4%	1.6%
Coahuila	1.6%	1.6%	3.2%
Colima	0.8%	0.0%	0.8%
Chiapas	0.4%	0.0%	0.4%
Chihuahua	0.8%	0.8%	1.6%
Distrito Federal	1.2%	1.2%	2.8%
Durango	0.4%	0.8%	1.2%
Guanajuato	5.2%	5.2%	10.4%
Guerrero	0.8%	0.4%	1.2%
Hidalgo	0.8%	0.8%	1.6%
Jalisco	0.4%	2.0%	3.6%
Estado de México	0.4%	1.6%	2.4%
Michoacán	1.6%	0.8%	2.4%
Morelos	0.4%	0.4%	0.8%
Nuevo León	7.6%	10.8%	18.3%
Oaxaca	0.8%	0.4%	1.6%
Puebla	1.6%	0.4%	2.0%
Querétaro	1.2%	1.6%	2.8%
Quintana Roo	0.0%	0.0%	0.0%
San Luis Potosí	6.0%	4.4%	10.8%
Sinaloa	0.0%	0.4%	0.4%
Sonora	0.8%	0.4%	1.2%
Tamaulipas	4.8%	2.4%	7.2%
Veracruz	1.6%	0.4%	2.4%
Zacatecas	1.6%	2.0%	4.4%
España	0.0%	1.6%	1.6%
Venezuela	1.2%	0.8%	2.0%
Perú	0.8%	0.0%	0.8%
Estados Unidos	1.6%	4.8%	7.2%
Chile	0.4%	0.4%	0.8%
No contesto	1.2%	1.2%	2.8%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Edad Promedio de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	Total
De 18 a 24 años	8.4%	4.0%	<b>12.7%</b>
De 25 a 31 años	10.4%	8.8%	<b>20.7%</b>
De 32 a 38 años	10.4%	8.0%	<b>19.1%</b>
De 39 a 45 años	4.8%	7.6%	<b>12.7%</b>
De 46 a 51 años	10.0%	4.8%	<b>15.5%</b>
De 52 a 59 años	2.0%	11.6%	<b>13.9%</b>
Más de 60 años	1.2%	3.2%	<b>4.4%</b>
No Contesto	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>

## Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	Total
Ejecutivo / Gerente	2.8%	3.6%	<b>7.2%</b>
Técnico	1.6%	1.2%	<b>3.2%</b>
Empleado	11.6%	16.7%	<b>29.9%</b>
Hogar	2.4%	4.0%	<b>6.8%</b>
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	1.2%	2.4%	<b>3.6%</b>
Retirado / Jubilado	2.0%	3.6%	<b>5.6%</b>
Estudiante	7.2%	5.2%	<b>12.7%</b>
Profesionista independiente	9.6%	6.0%	<b>15.5%</b>
Empresario	1.2%	0.8%	<b>2.0%</b>
Comerciante	3.2%	2.4%	<b>6.4%</b>
No Contesto	4.4%	2.0%	<b>7.2%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>47.8%</b>	<b>100.0%</b>



# Perfil del Visitante

## Semana Santa 2015

SAN LUIS POTOSÍ



*Tu destino...*

