



PERFIL DEL VISITANTE

SEMANA SANTA 2016



Dirección de Planeación, Información y Análisis

Región
Centro



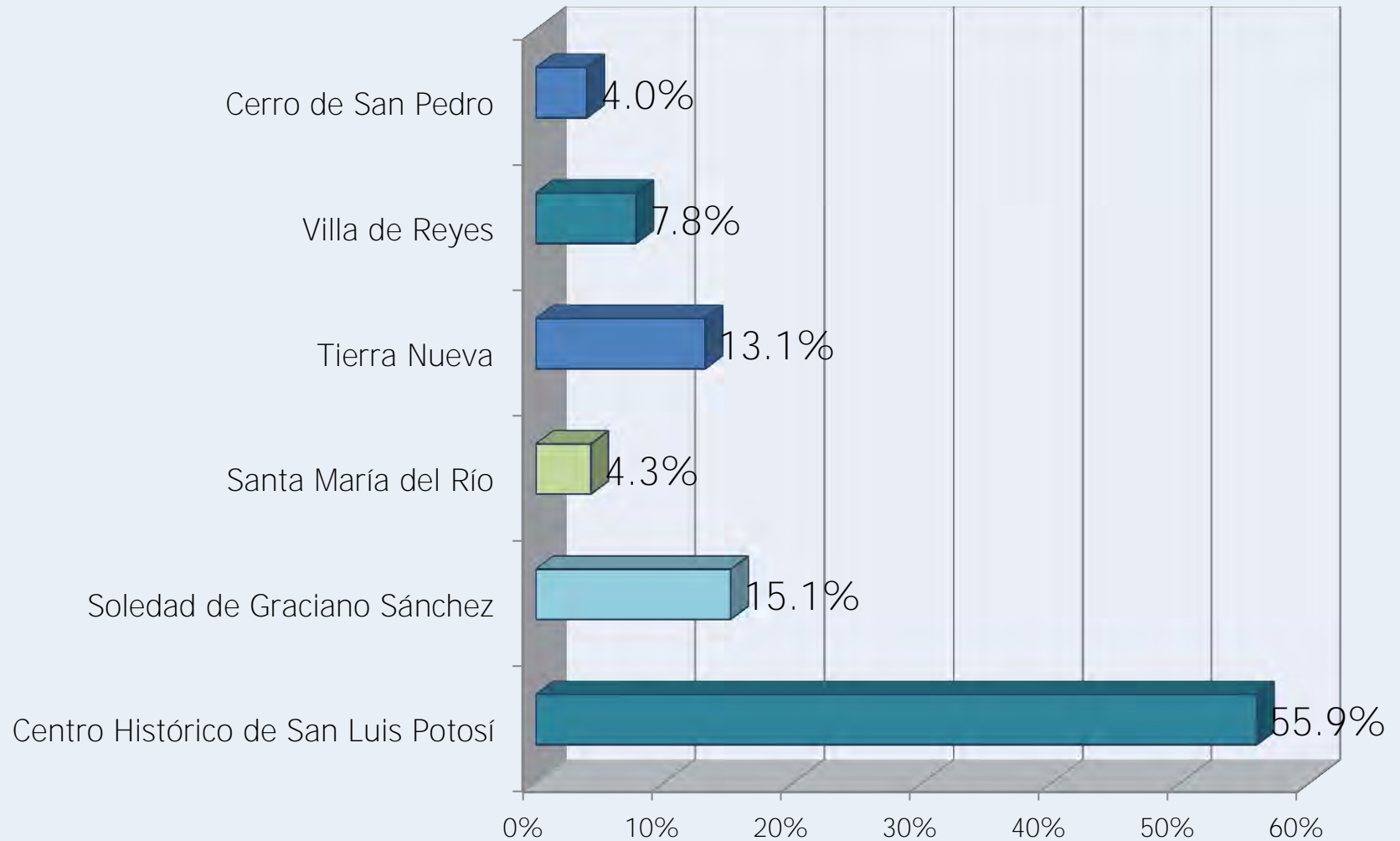
METODOLOGÍA PERFIL DEL VISITANTE

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 657 encuestas.

Las entrevistas se levantaron del 19 de marzo al 02 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

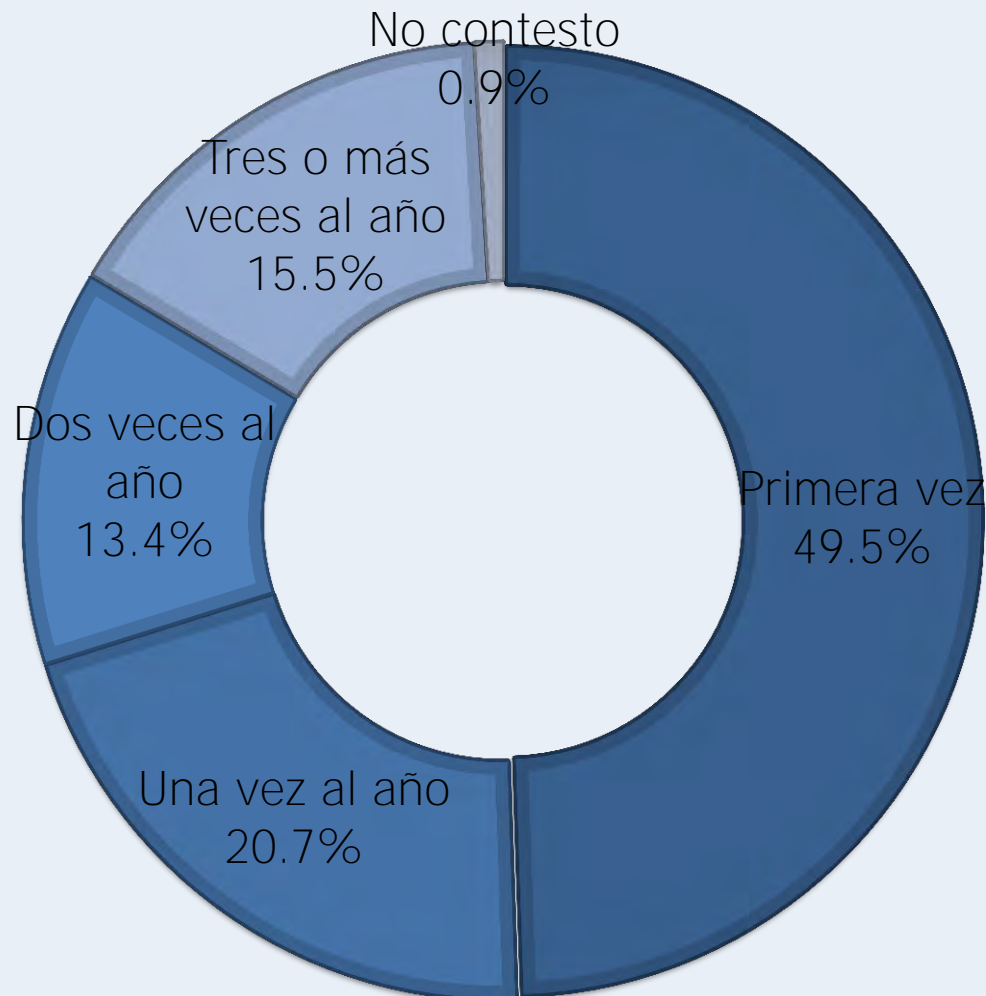
LUGAR DE LEVANTAMIENTO DE LAS ENCUESTAS



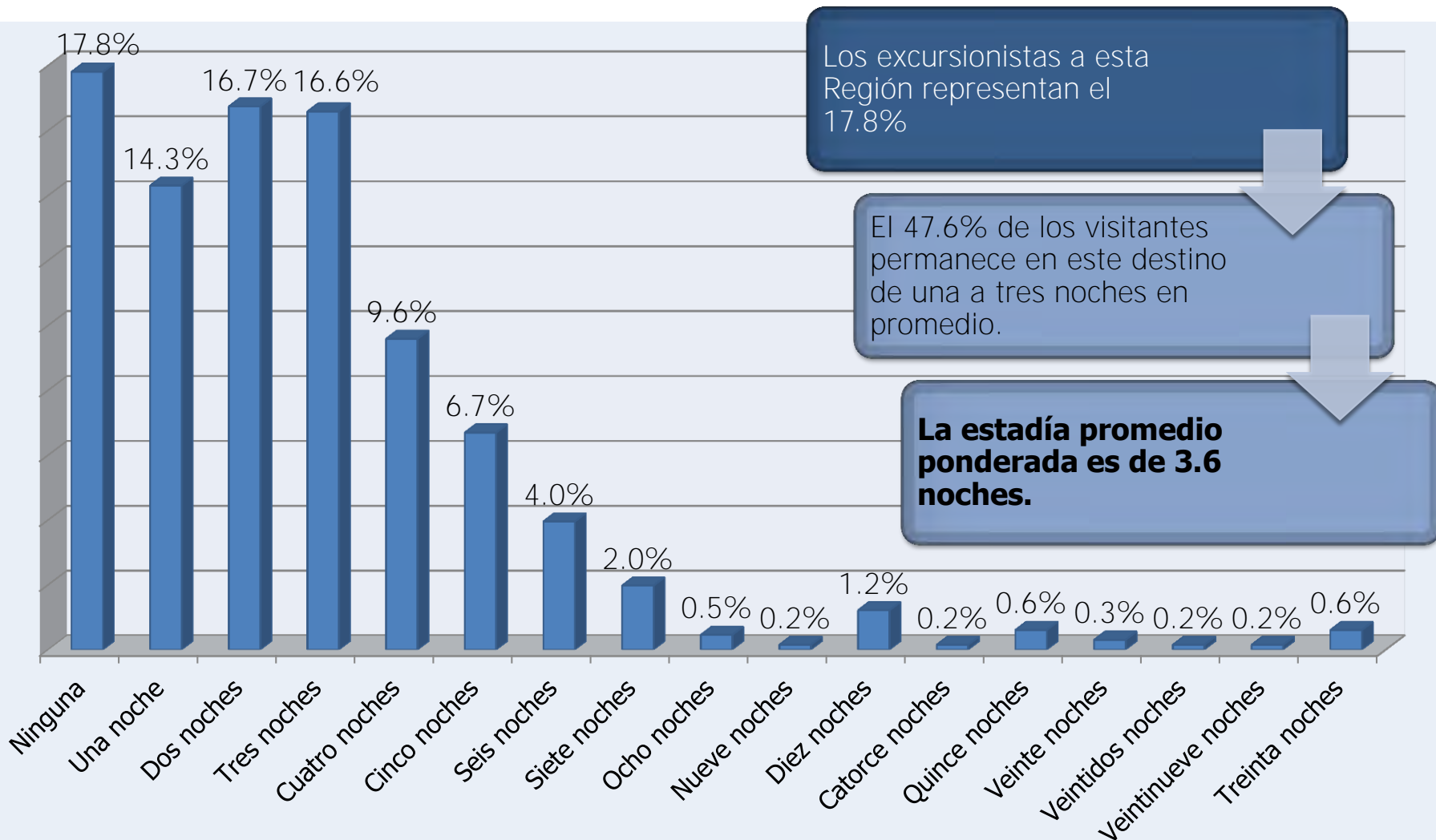
FRECUENCIA DE VISITA A LA REGIÓN

Un alto porcentaje visita por primera vez la Región (49.5%)

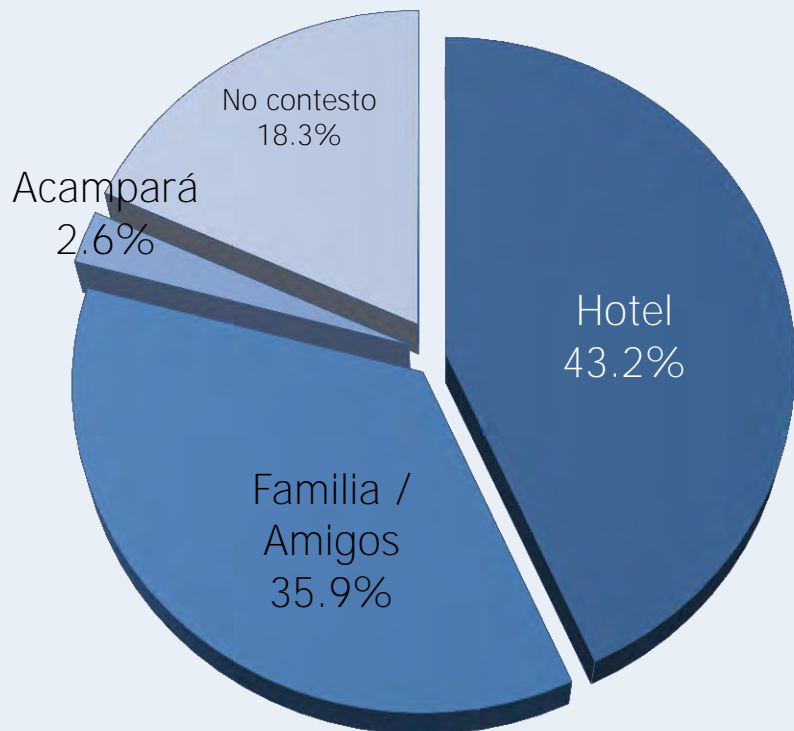
El turismo repetitivo representa el 49.6%



NOCHES DE ESTADÍA



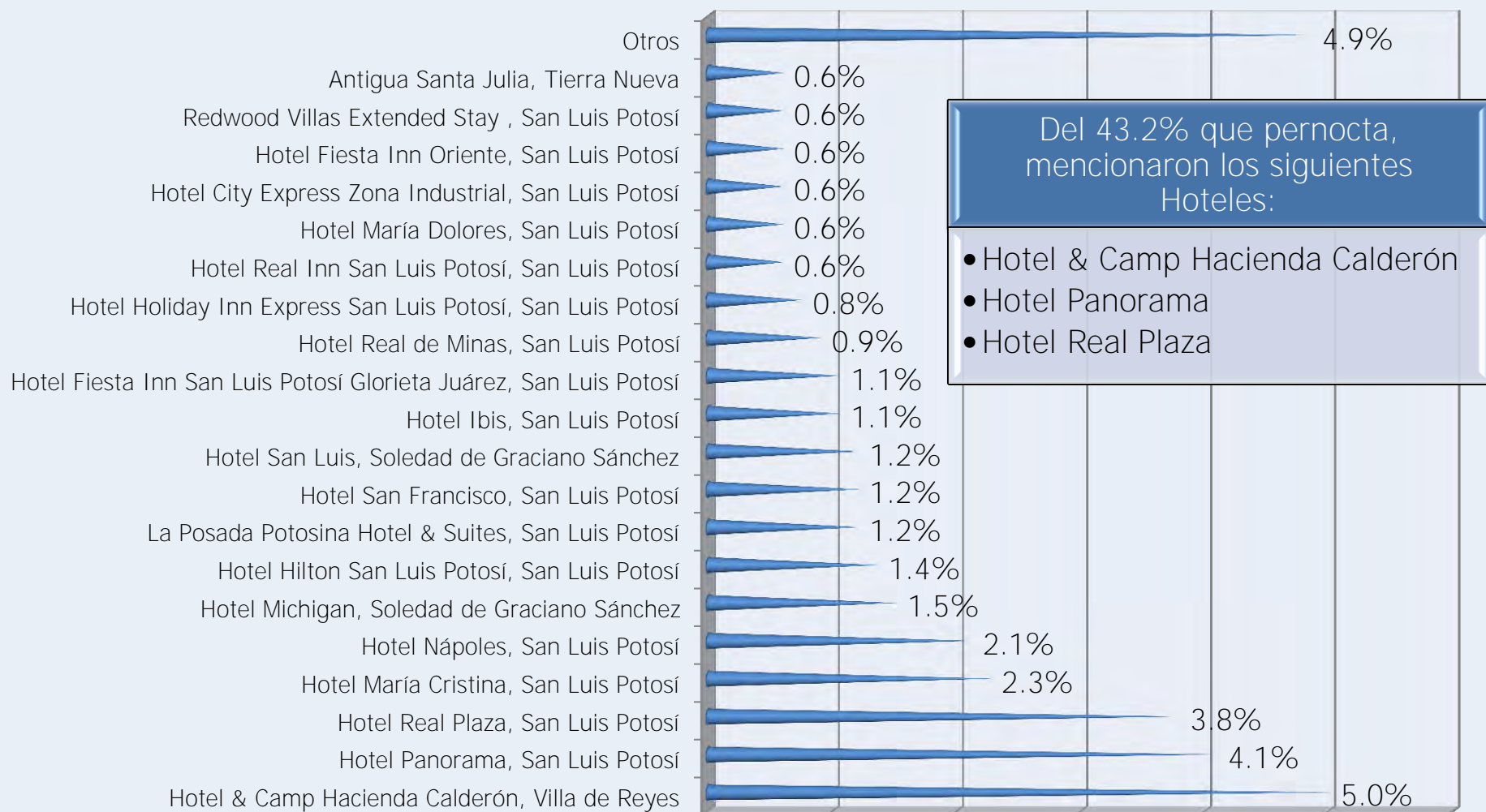
LUGAR DE HOSPEDAJE DEL VISITANTE



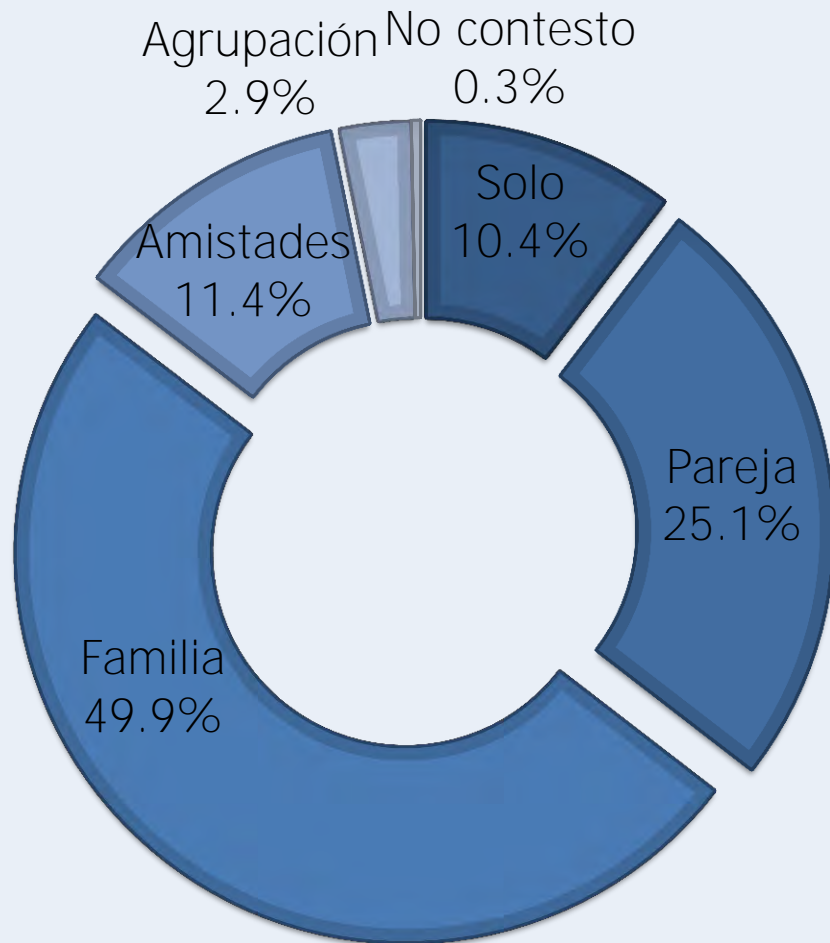
Una gran cantidad de los visitantes pernoctan en algún hotel de esta región (43.2 %)

El 35.9% prefiere casas de Familiares y amigos

PRINCIPALES HOTELES DE PERNOCTA DEL VISITANTE



FORMA DE VIAJAR DEL VISITANTE

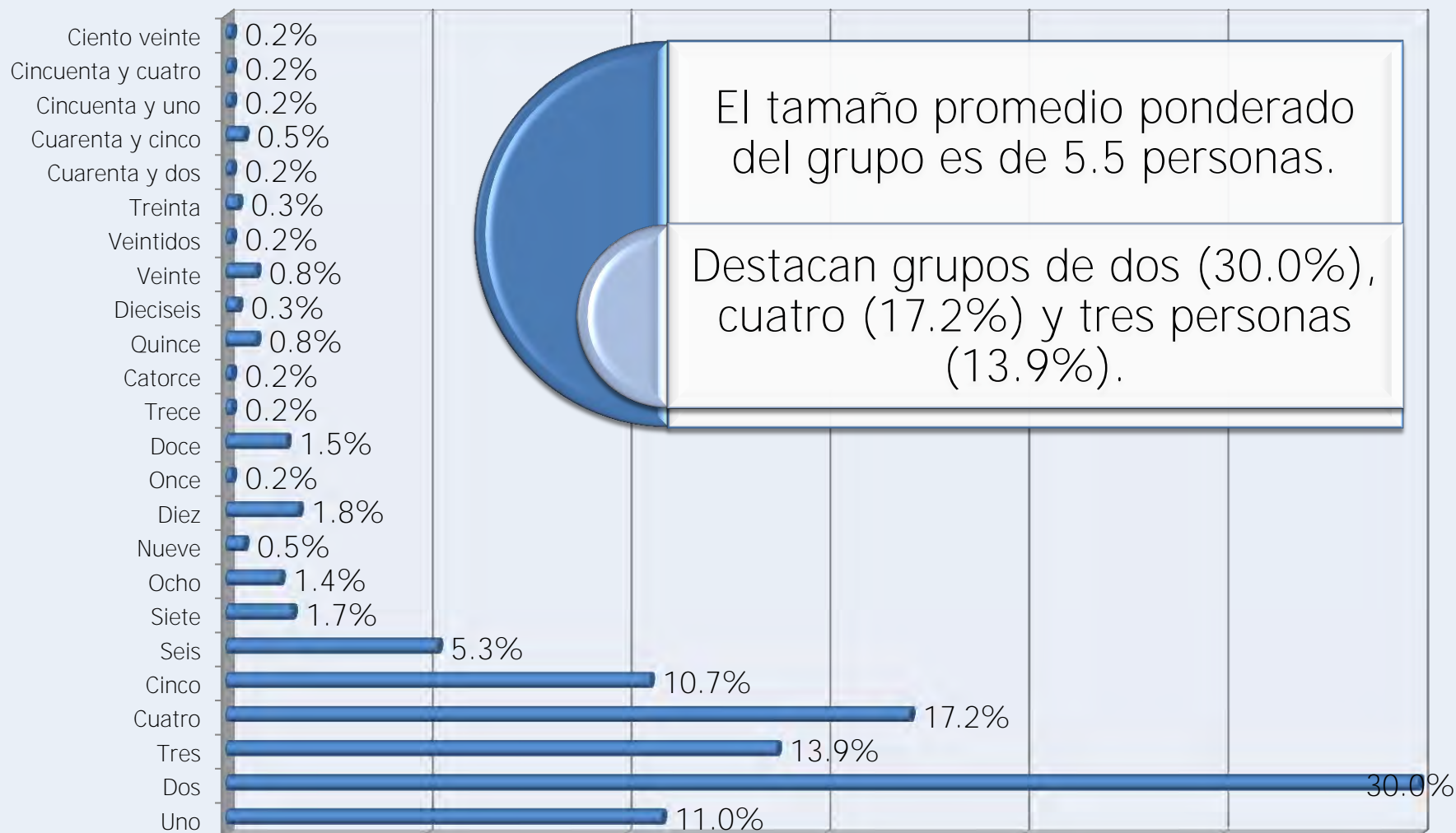


El 49.9% realiza este viaje con su familia.

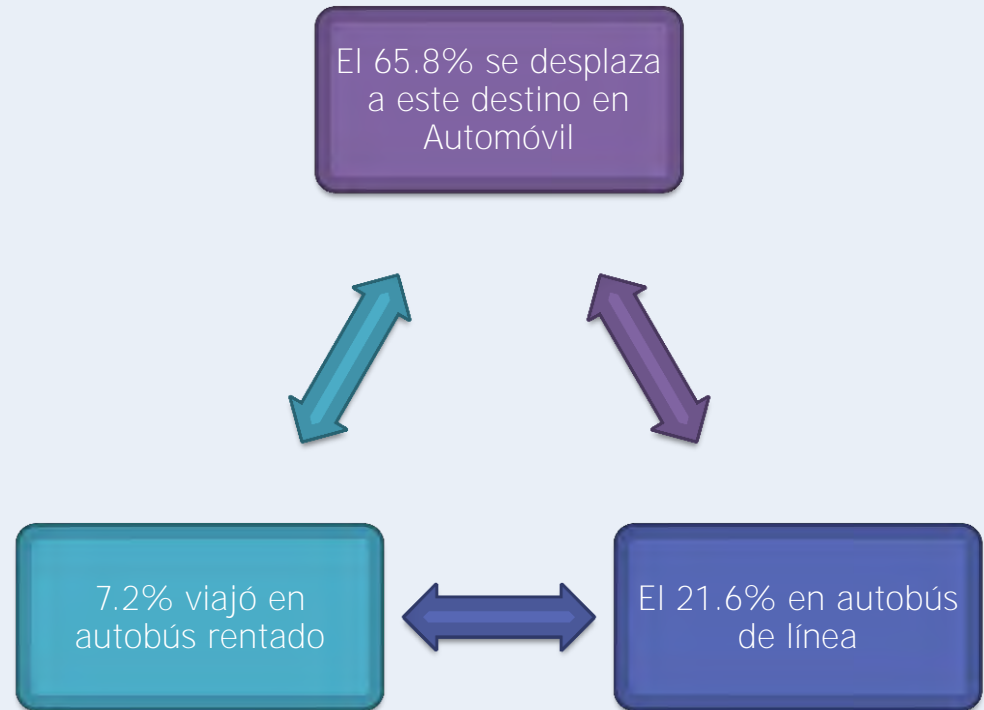
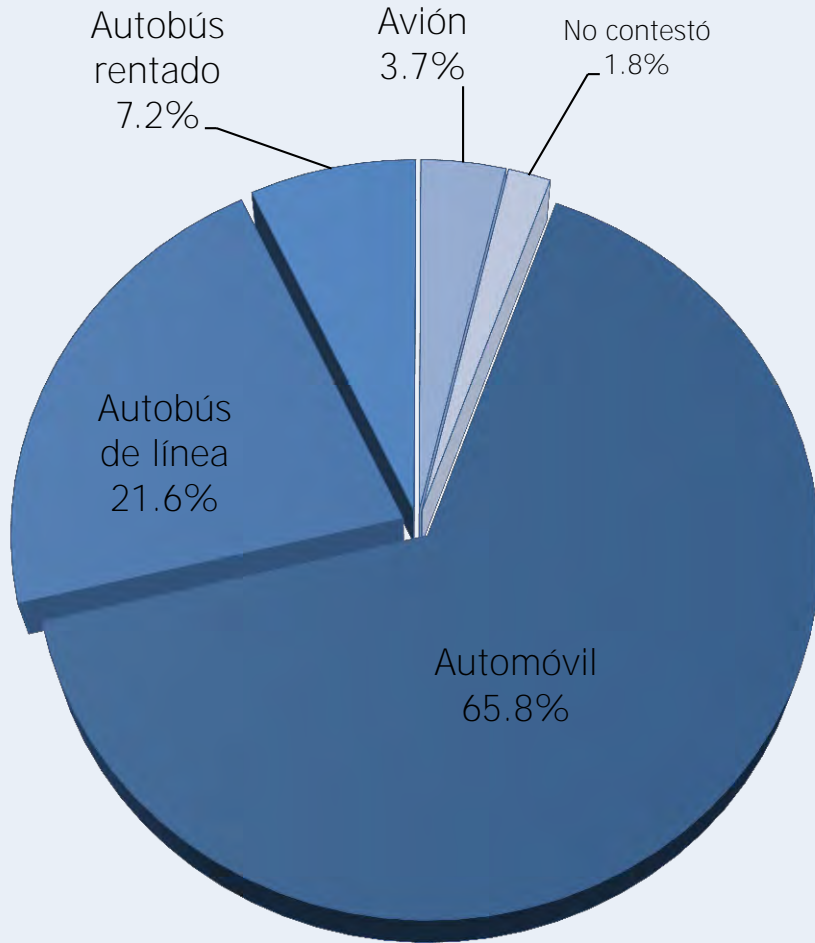
El 25.1% viaja con su pareja

11.4% se acompañó con Amistades

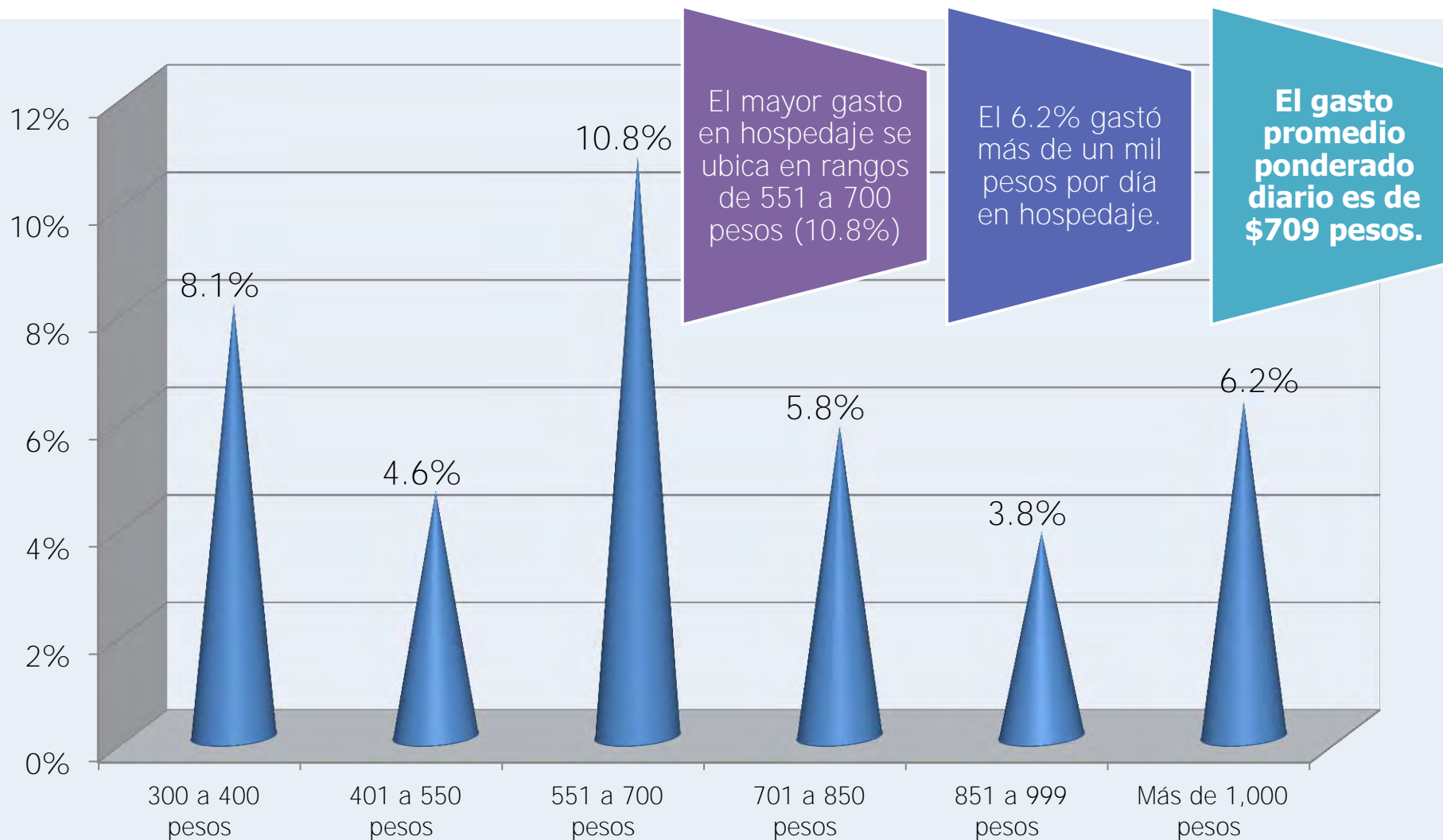
NÚMERO DE ACOMPAÑANTES EN SU VISITA



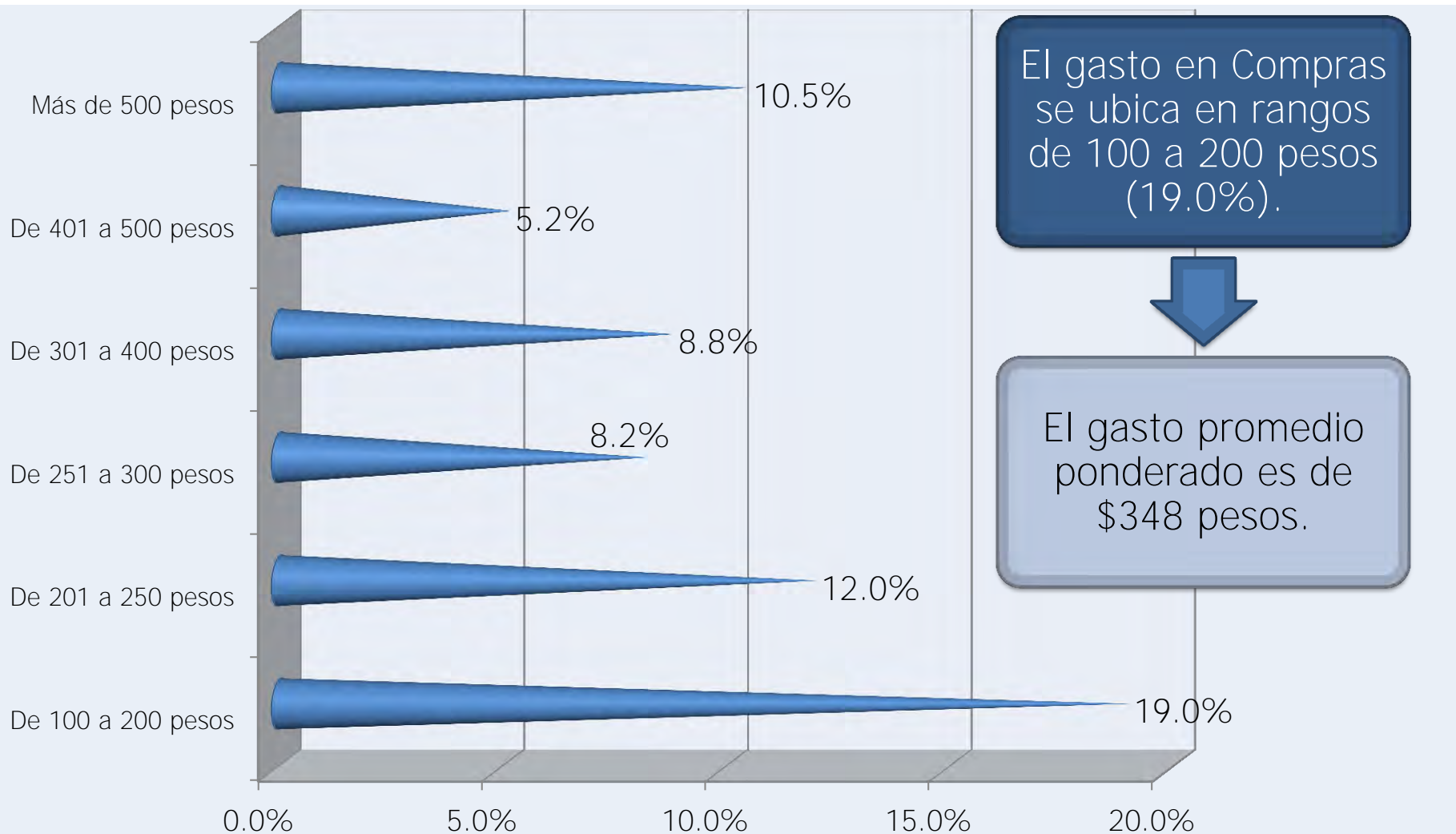
MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO POR EL VISITANTE



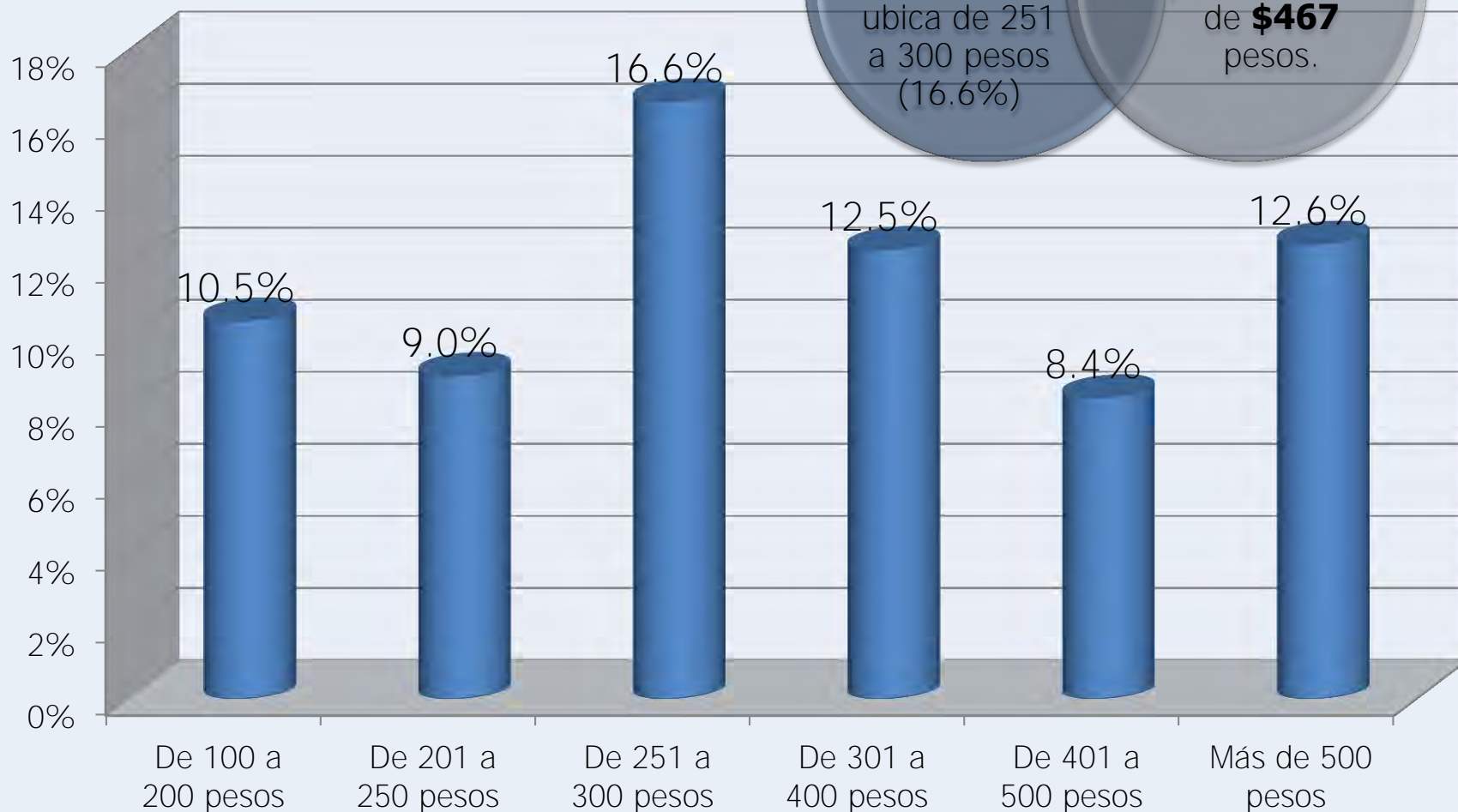
GASTO PROMEDIO - HOSPEDAJE



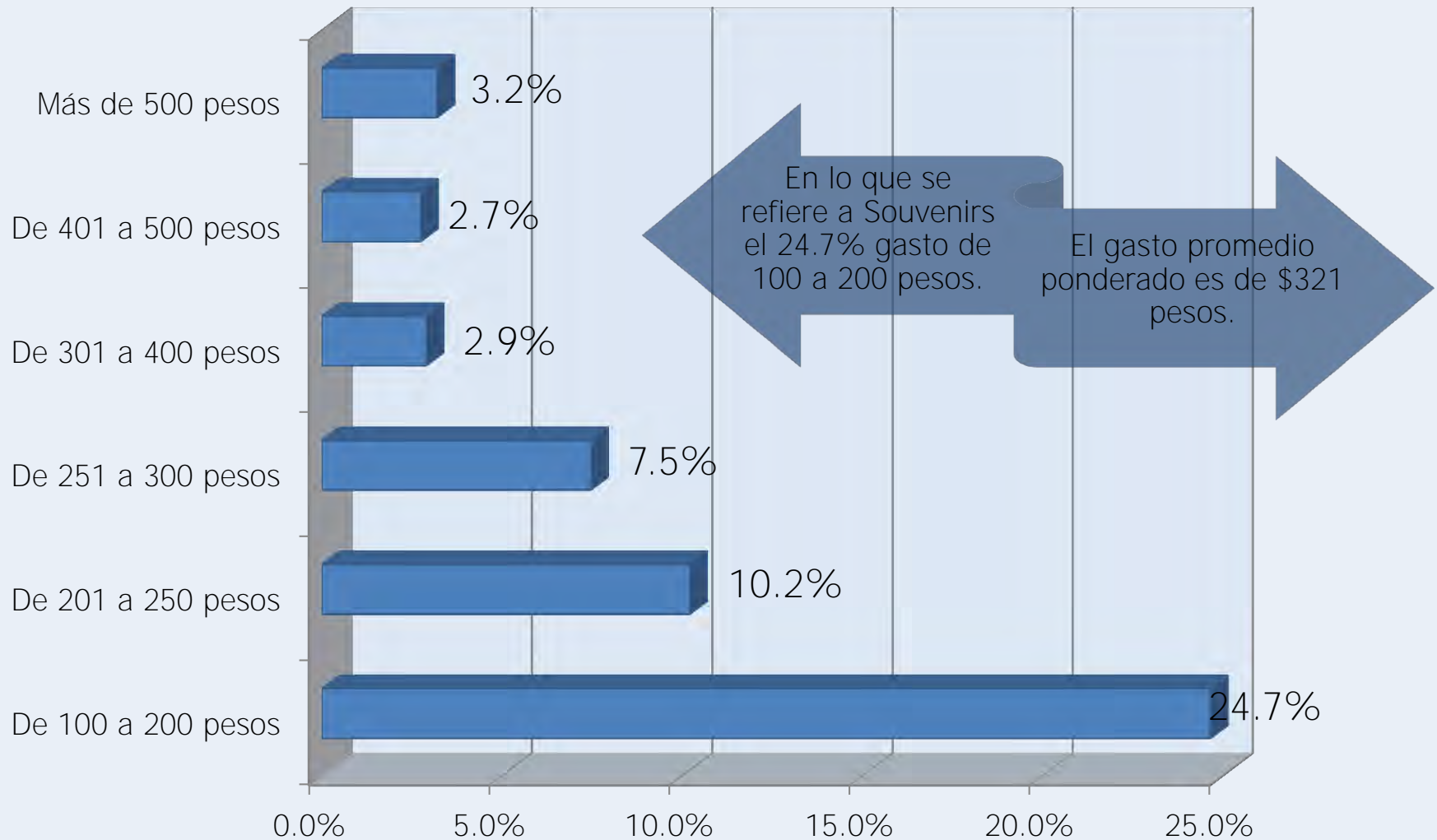
GASTO PROMEDIO - COMPRAS



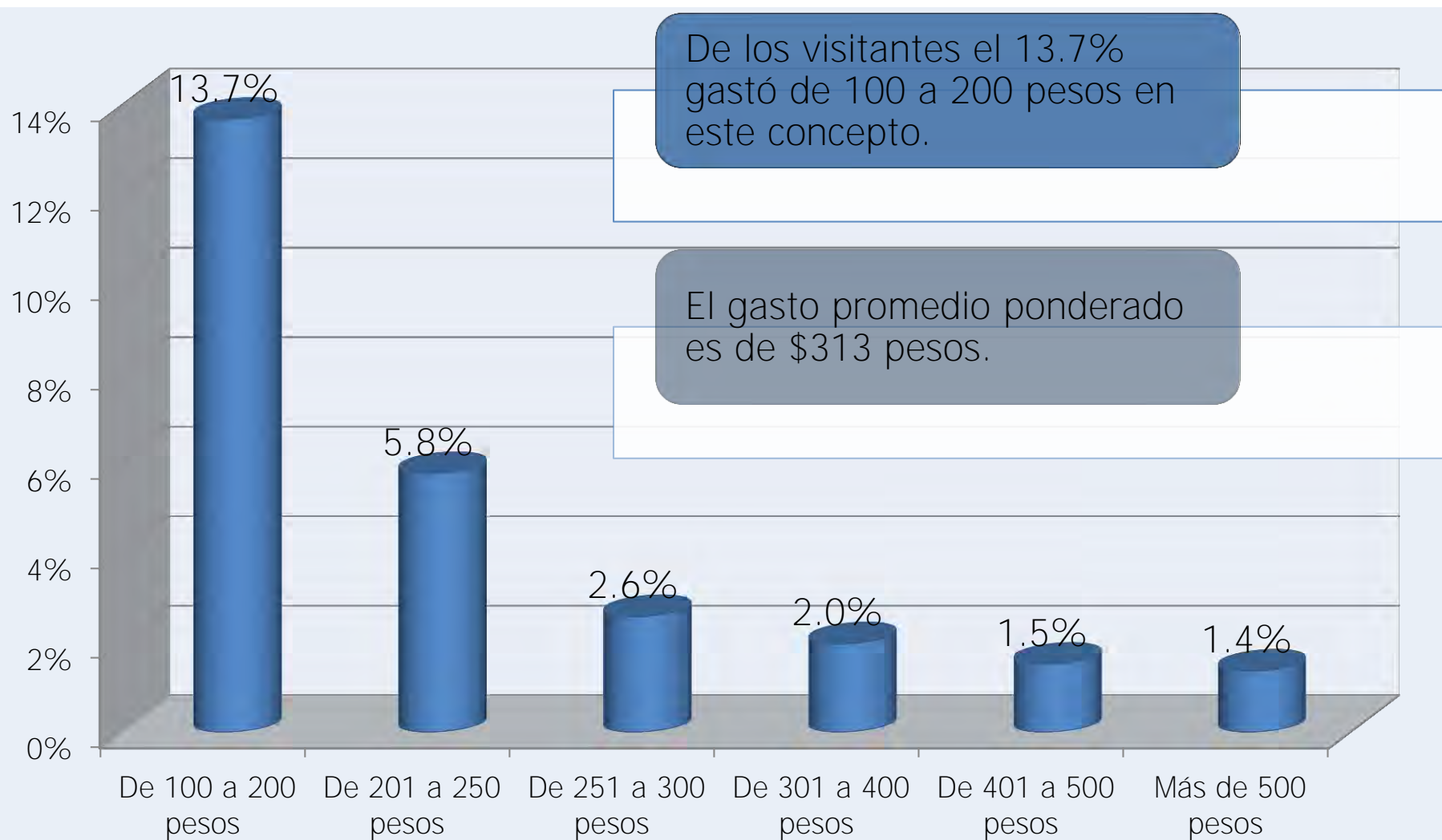
GASTO PROMEDIO – ALIMENTOS Y BEBIDAS



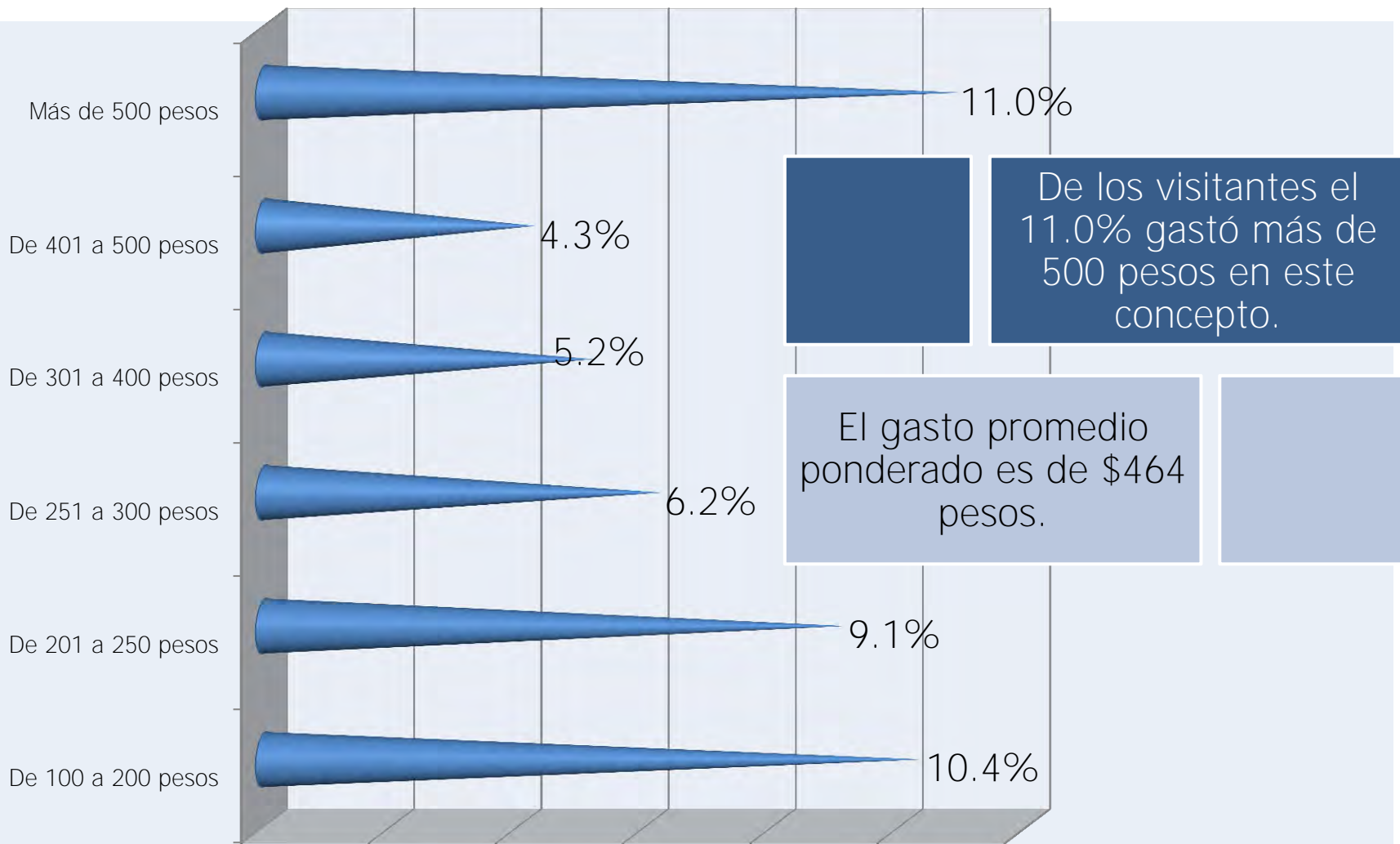
GASTO PROMEDIO - SOUVENIRS



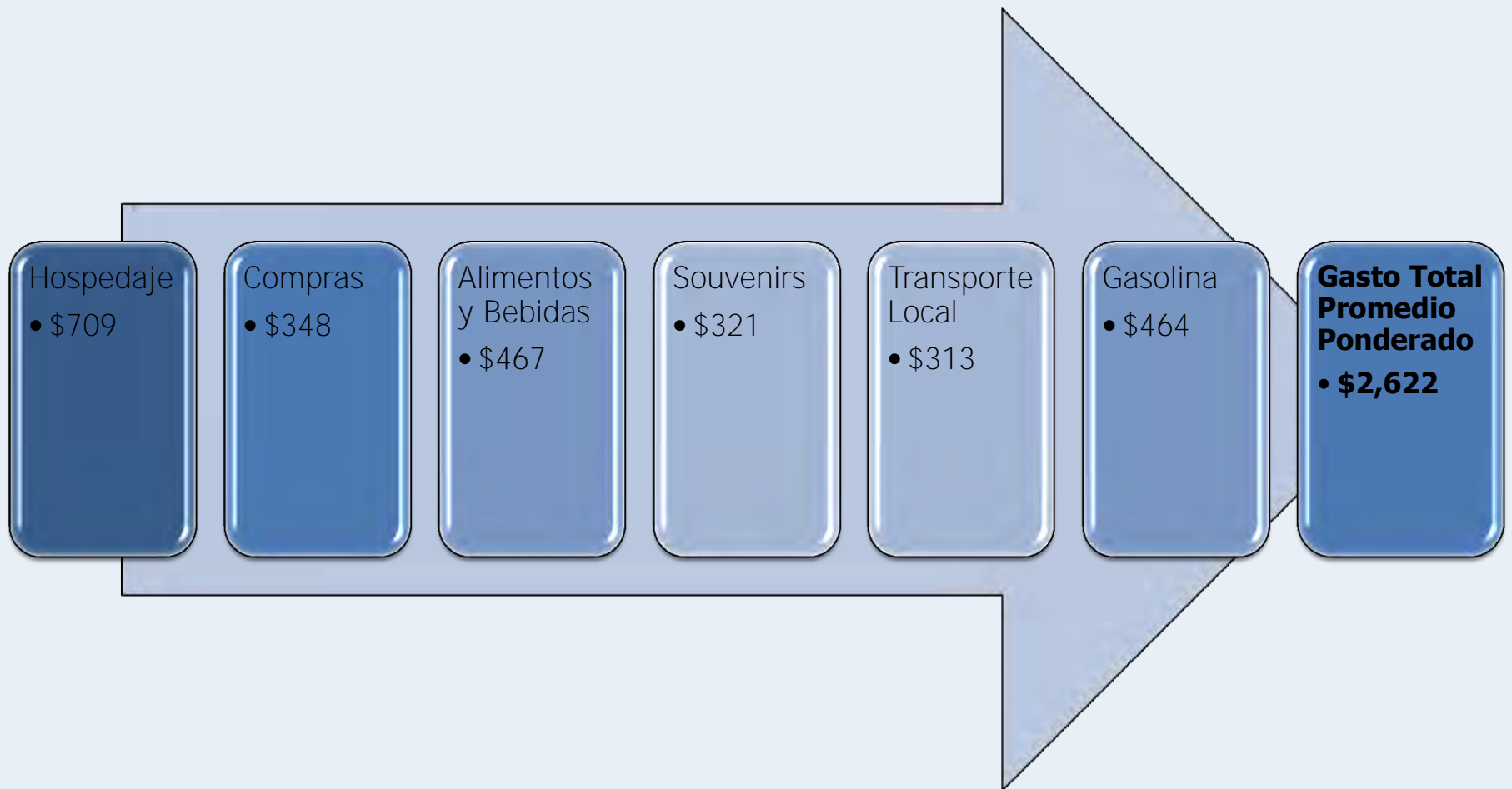
GASTO PROMEDIO – TRANSPORTACIÓN LOCAL



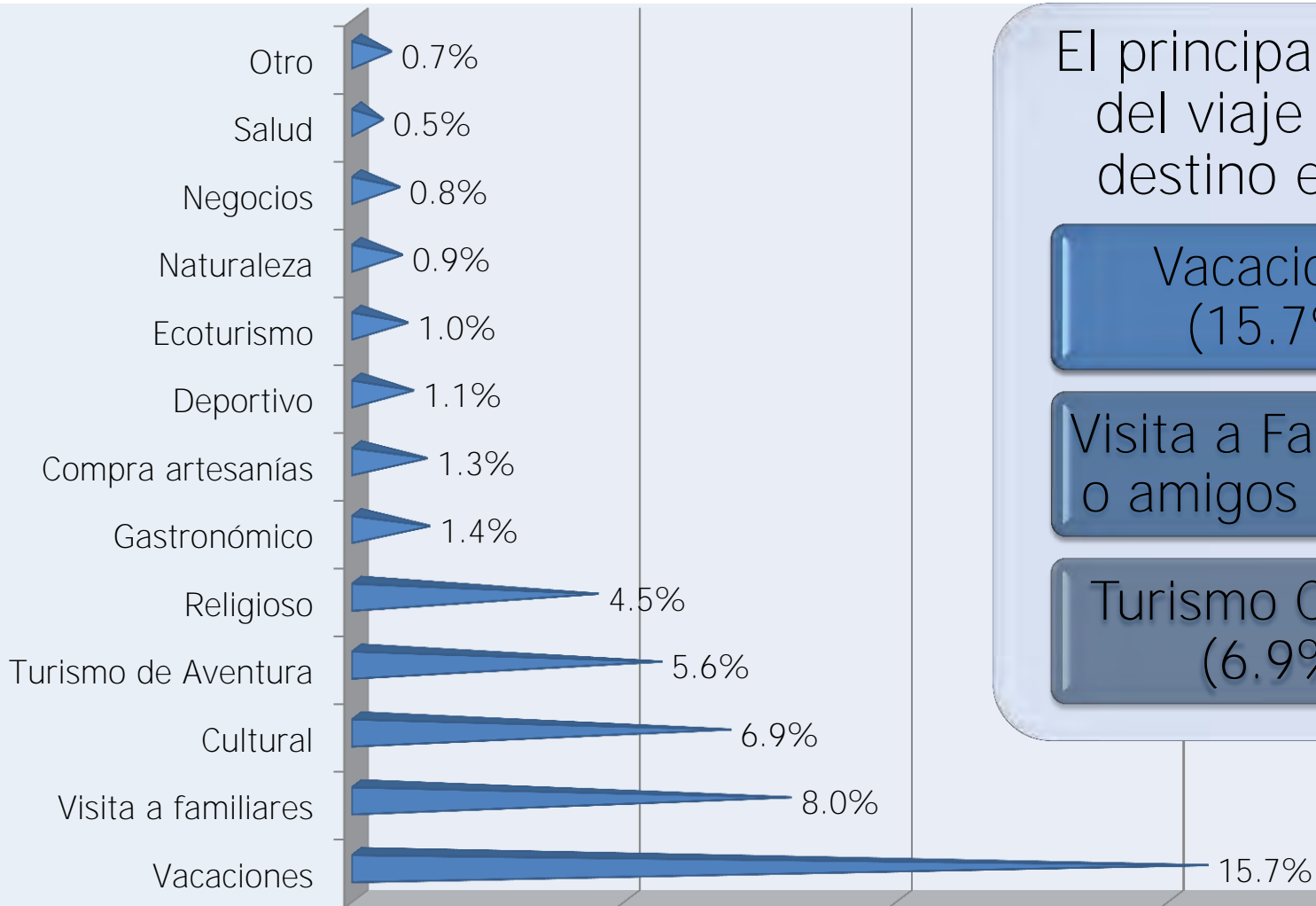
GASTO PROMEDIO – GASOLINA



GASTO TOTAL PROMEDIO PONDERADO



RAZÓN PRINCIPAL DE VIAJE



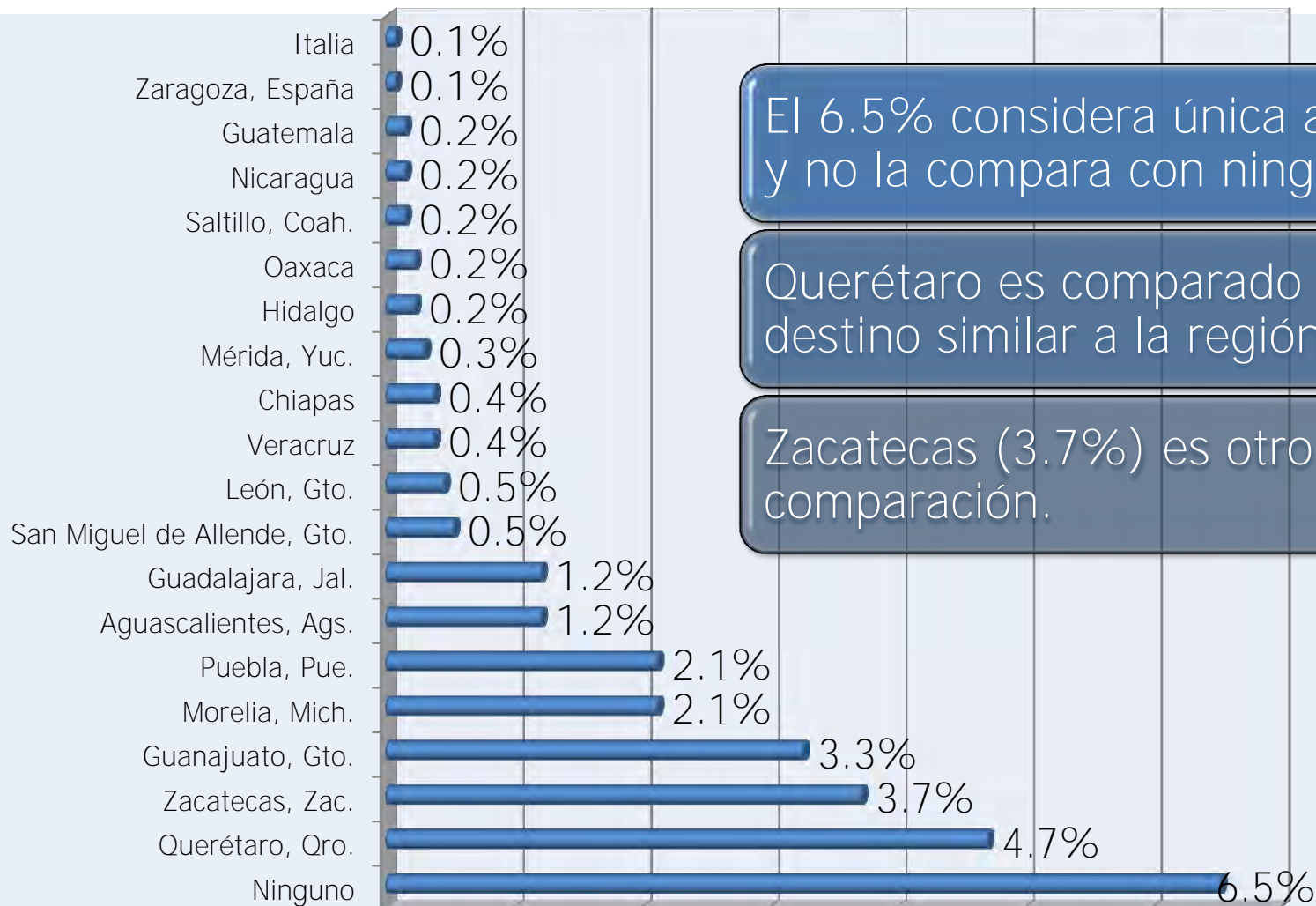
El principal motivo del viaje a este destino es por:

Vacaciones
(15.7%)

Visita a Familiares
o amigos (8.0%)

Turismo Cultural
(6.9%)

SITIOS CON LOS QUE COMPARAN A LA REGIÓN

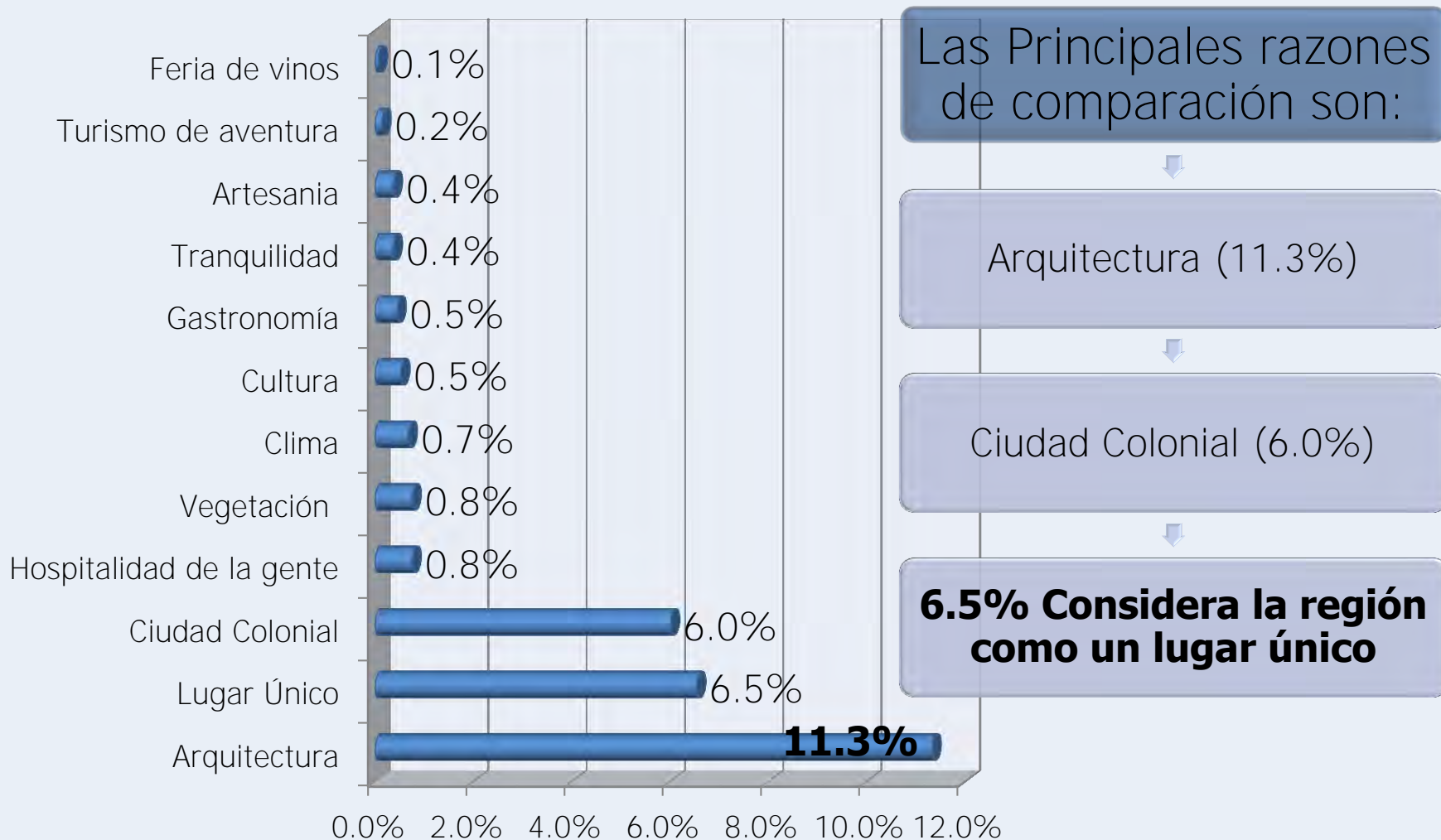


El 6.5% considera única a la región y no la compara con ningún sitio.

Querétaro es comparado como un destino similar a la región (4.7%).

Zacatecas (3.7%) es otro destino de comparación.

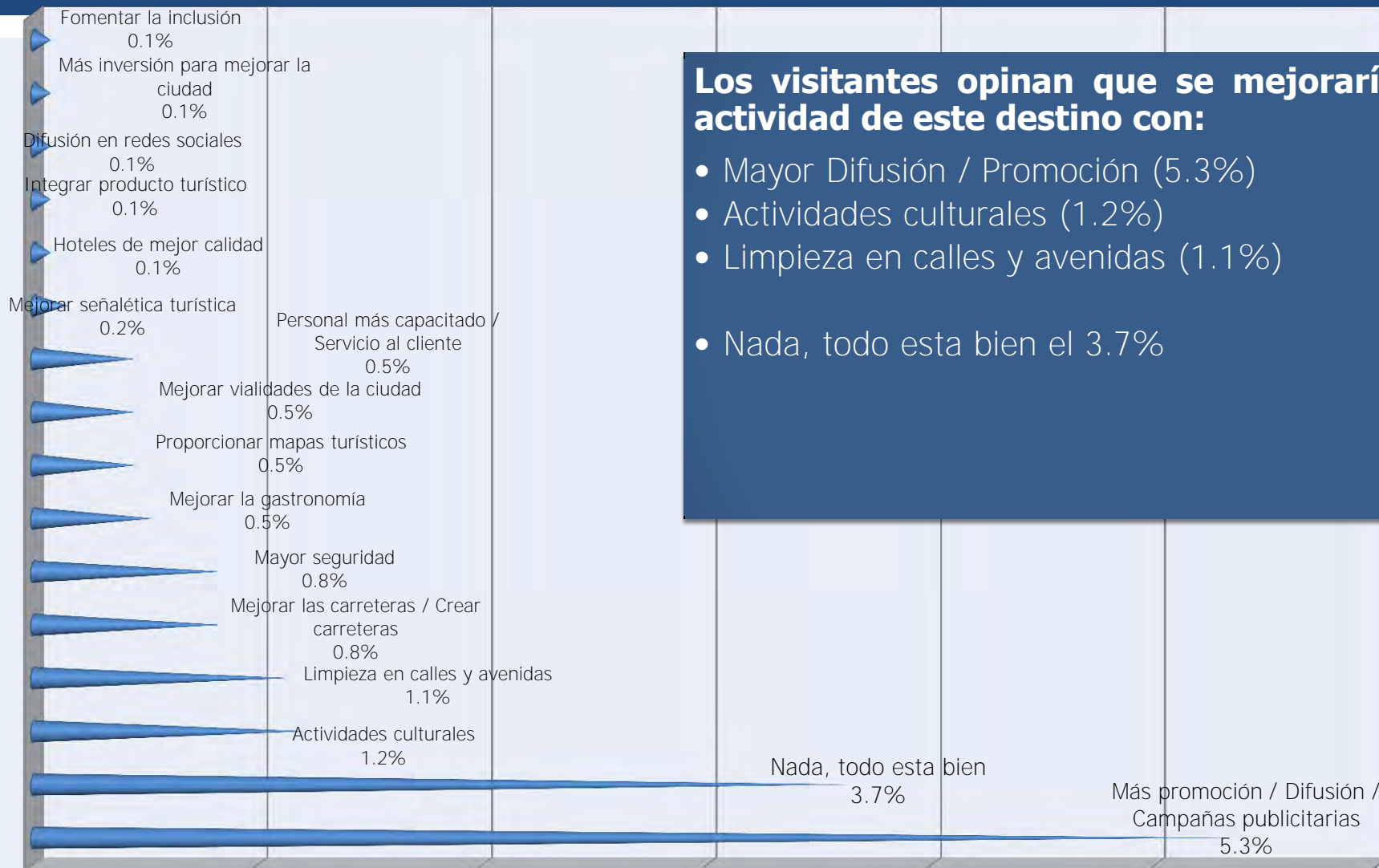
RAZONES DE COMPARACIÓN CON OTRO DESTINO



PROPUESTA DE ACTIVIDADES QUE PODRÍAN DESARROLLARSE



OPINIÓN PARA MEJORAR TURÍSTICAMENTE LA REGIÓN

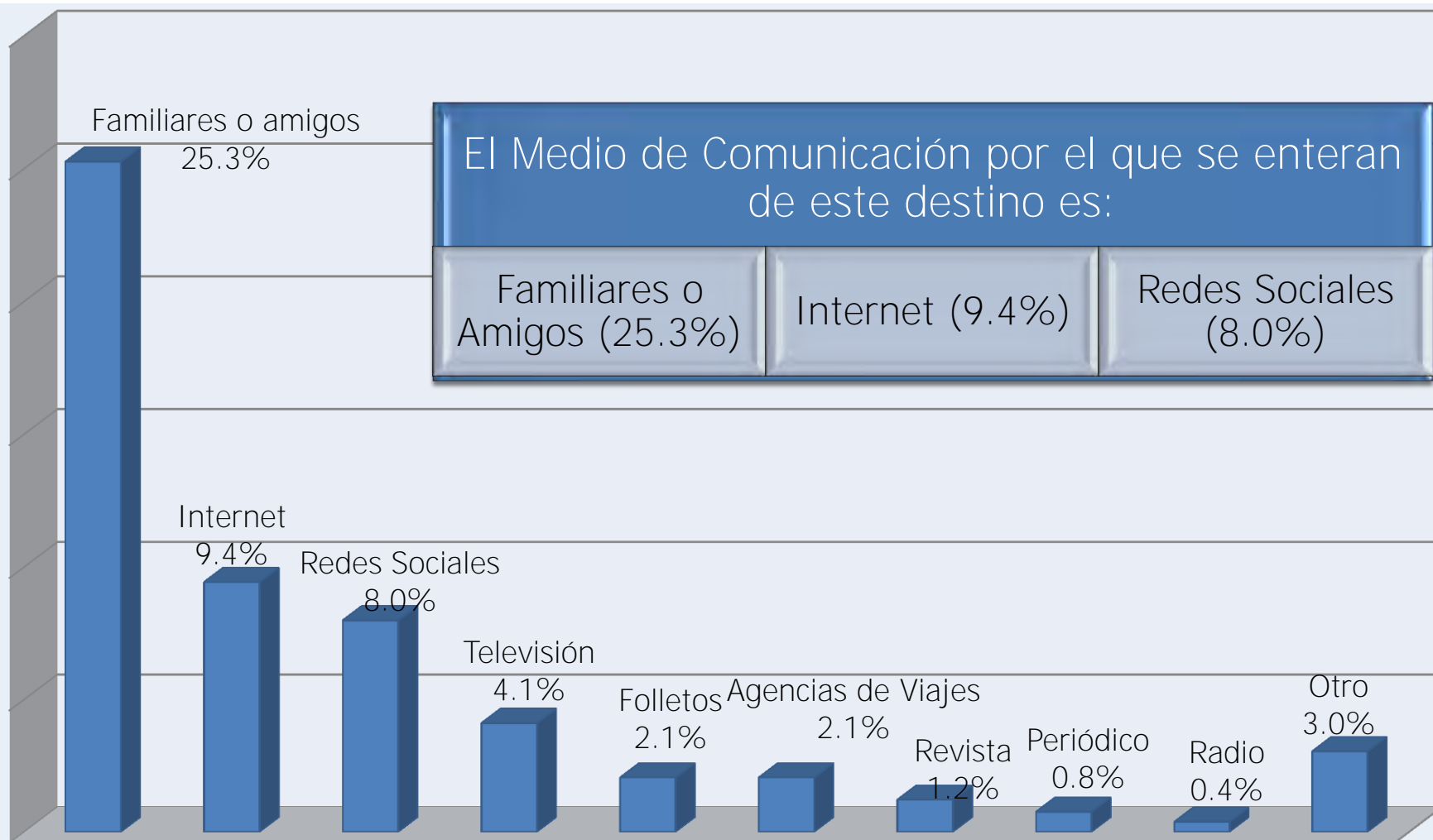


Los visitantes opinan que se mejoraría la actividad de este destino con:

- Mayor Difusión / Promoción (5.3%)
- Actividades culturales (1.2%)
- Limpieza en calles y avenidas (1.1%)
- Nada, todo esta bien el 3.7%

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

MEDIO POR EL QUE SE ENTERO O CONOCE DE LA REGIÓN

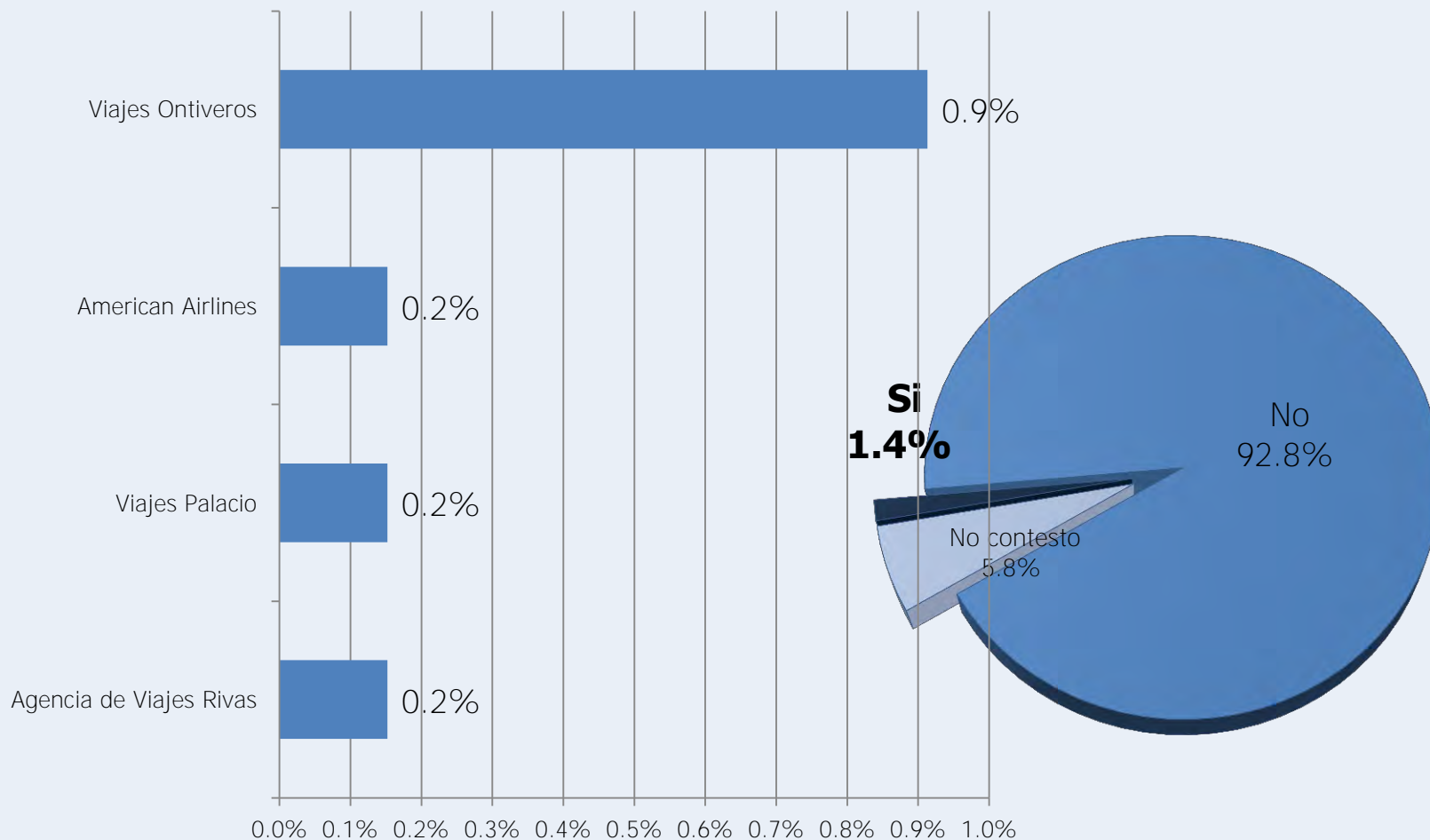


Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

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

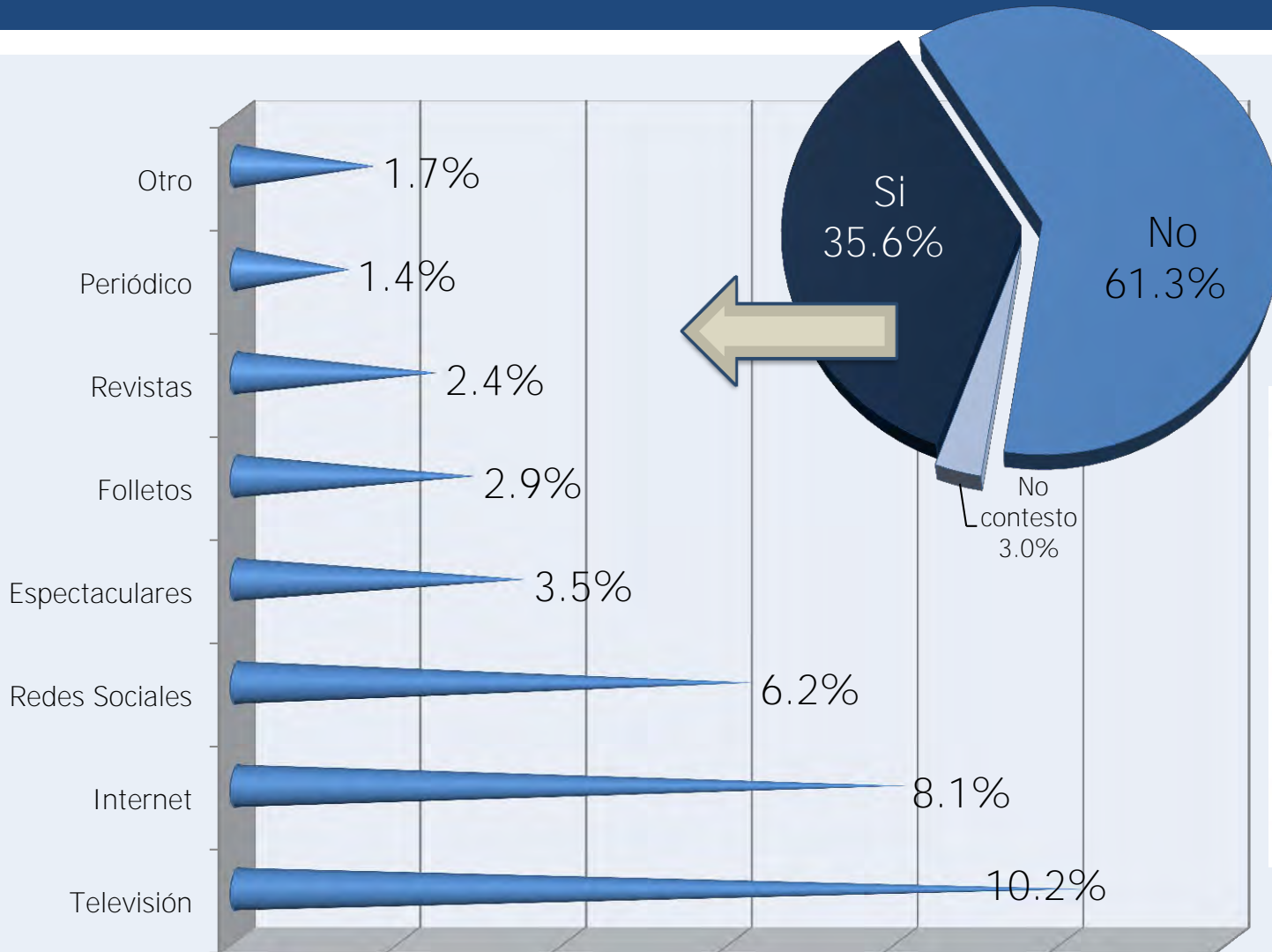
Medio de Comunicación	San Luis Potosí	Estado México	Jalisco	Nuevo León	Tamaulipas	Ciudad de México (D.F.)	Querétaro	Guanajuato	Zacatecas	Coahuila	Veracruz	Agascalientes	Chihuahua	Puebla	Estados Unidos	Guerrero	Otro	Total
Familiares o amigos	4.8%	1.5%	2.1%	2.2%	2.4%	1.4%	1.6%	2.1%	0.9%	0.6%	0.5%	0.5%	0.6%	0.2%	0.5%	0.3%	3.0%	↑ 25.3%
Internet	0.9%	1.4%	0.7%	0.9%	0.8%	0.5%	0.4%	0.4%	0.5%	0.3%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.3%	1.8%	↘ 9.4%
Redes Sociales	1.3%	0.3%	0.8%	0.3%	0.4%	0.6%	0.8%	0.8%	0.3%	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%	1.7%	↘ 8.0%
Televisión	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.3%	0.6%	0.2%	0.4%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.2%	0.1%	0.1%	0.8%	↓ 4.1%
Folletos	0.4%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	↓ 2.1%
Agencias de Viajes	0.2%	0.2%	0.4%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	↓ 2.1%
Revista	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%	↓ 1.2%
Periódico	0.2%	0.1%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	↓ 0.8%
Radio	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.2%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓ 0.4%
Otro	0.5%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.7%	0.0%	0.0%	0.3%	0.1%	0.0%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%	0.4%	↓ 3.0%
No contesto	7.0%	3.9%	3.3%	3.4%	3.4%	3.2%	2.7%	2.3%	1.1%	1.0%	1.0%	0.8%	0.8%	0.5%	0.8%	0.5%	7.9%	43.7%
Total	15.7%	8.2%	8.1%	7.9%	7.8%	7.3%	6.7%	6.1%	3.0%	2.4%	2.1%	1.8%	1.7%	1.7%	1.7%	1.5%	16.3%	100.0%

CONTRATACIÓN DE ALGÚN OPERADOR DURANTE SU VISITA

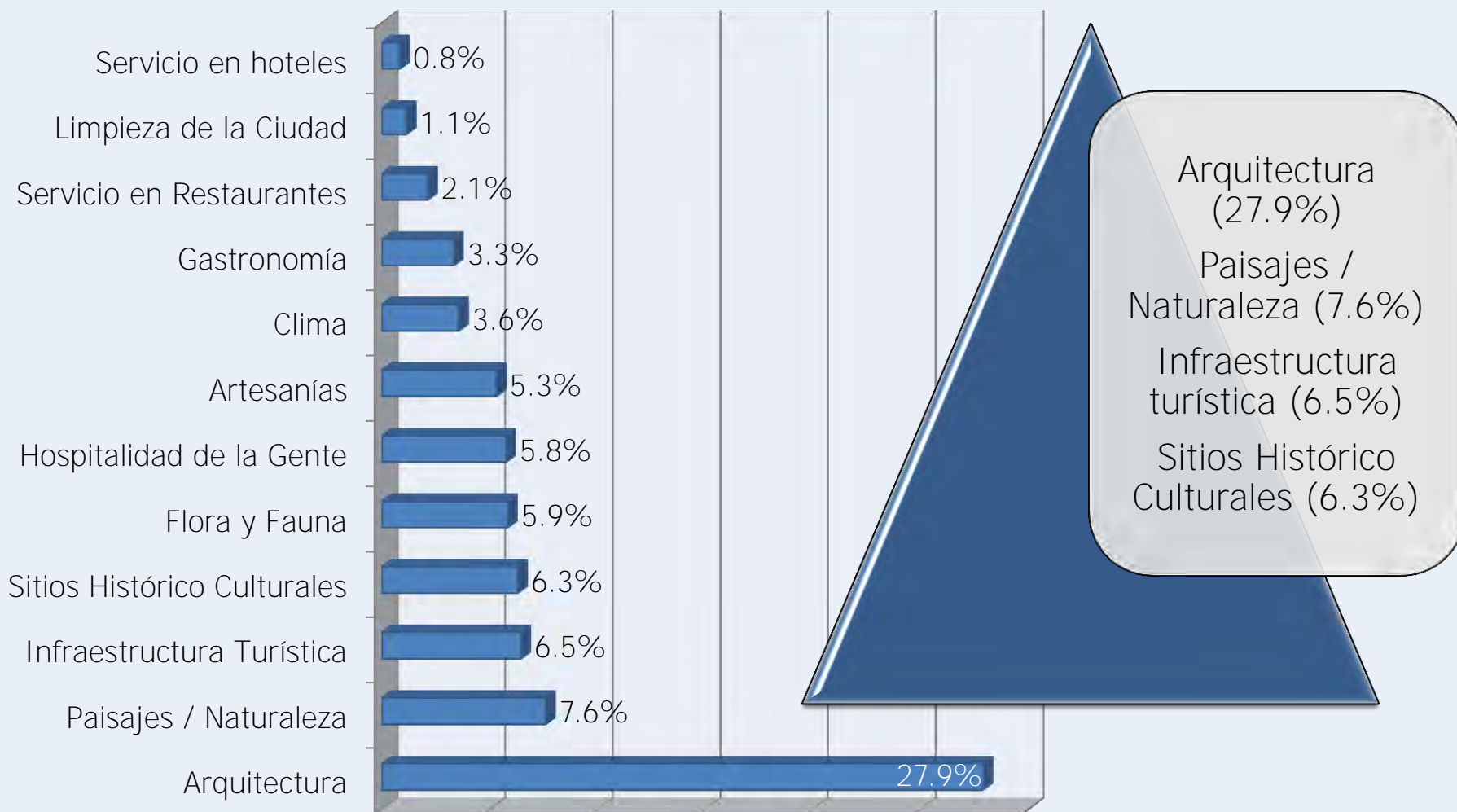


Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

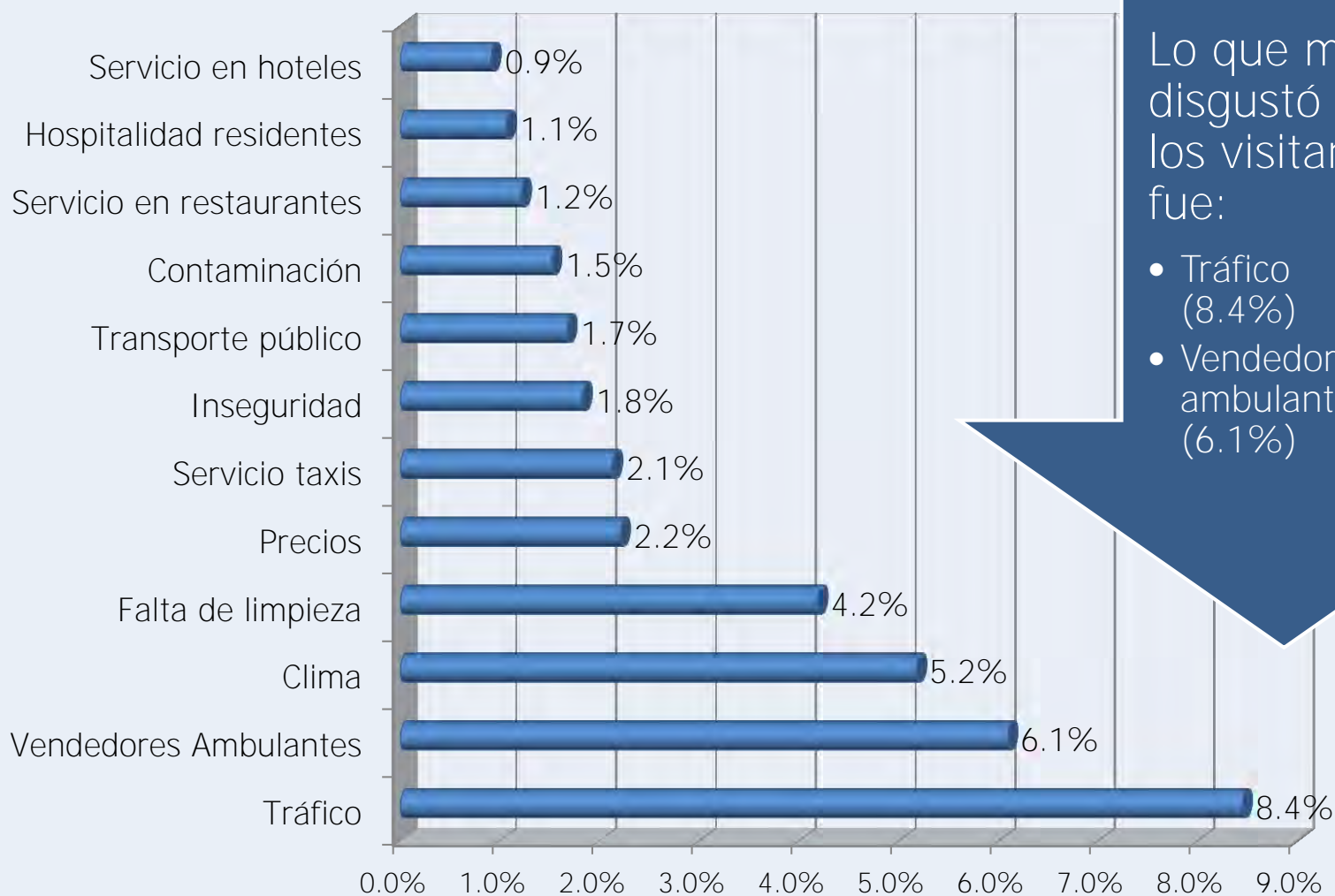
RECORDACIÓN DE LA PUBLICIDAD "SAN LUIS POTOSÍ, UNA EMOCIÓN EN CADA REGIÓN..."



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



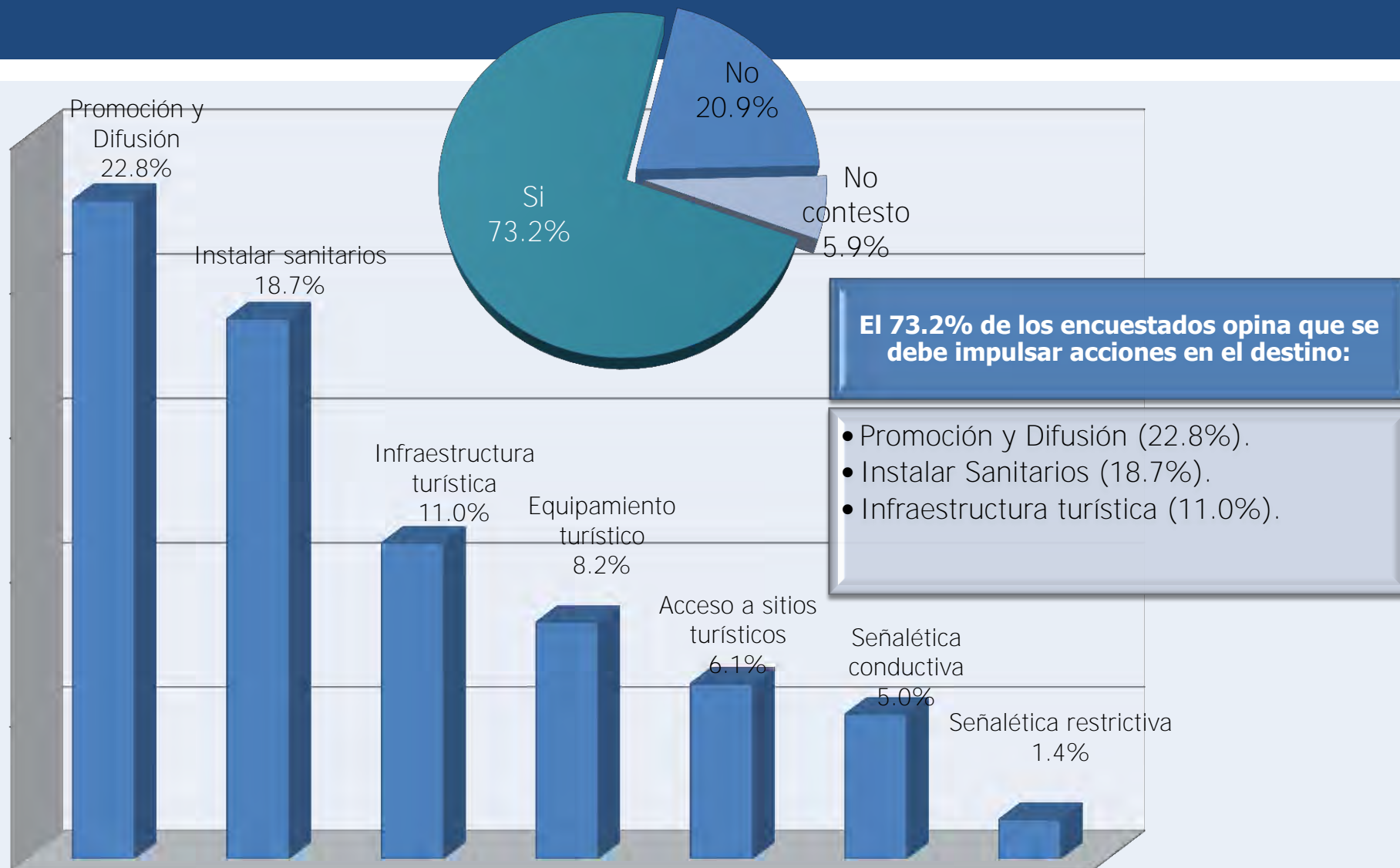
LO QUE MÁS DISGUSTÓ A LOS VISITANTES DURANTE SU VISITA A LA REGIÓN



Lo que más disgustó a los visitantes fue:

- Tráfico (8.4%)
- Vendedores ambulantes (6.1%)

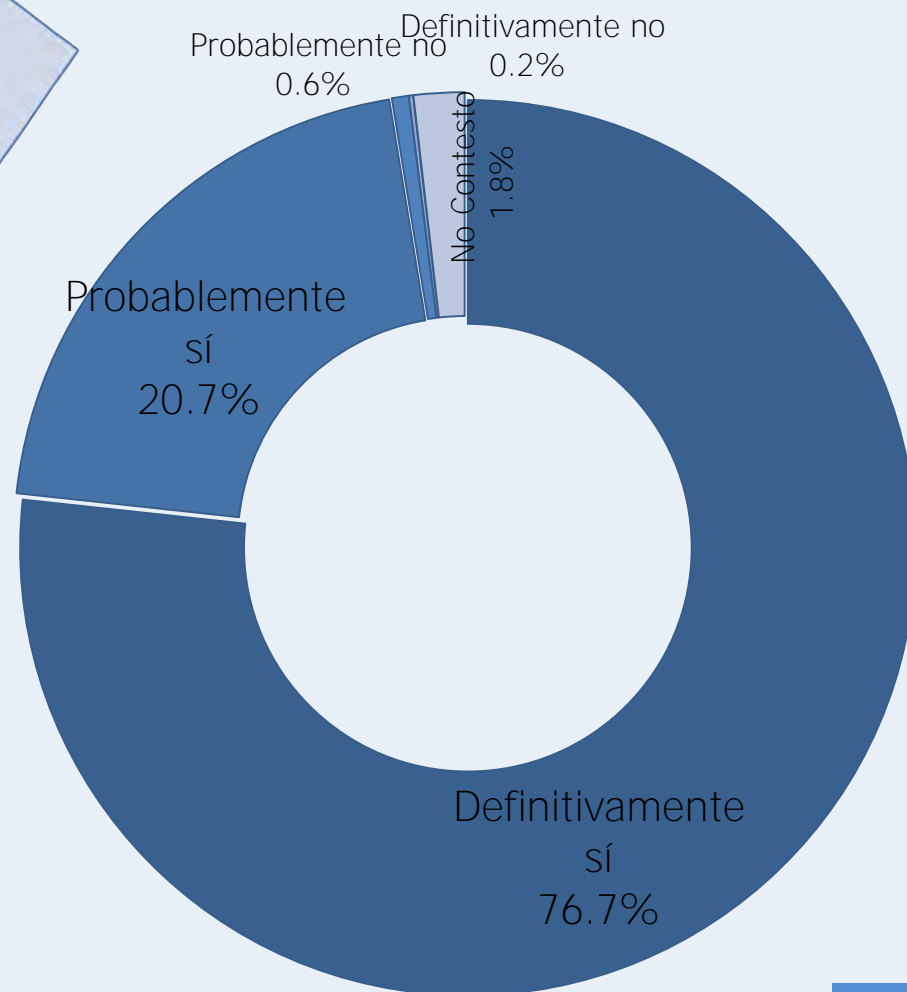
OPINIÓN PARA IMPULSAR ACCIONES DE MEJORA EN LA REGIÓN



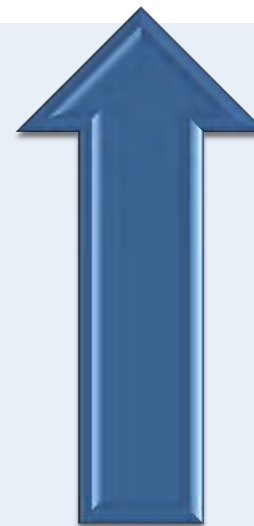
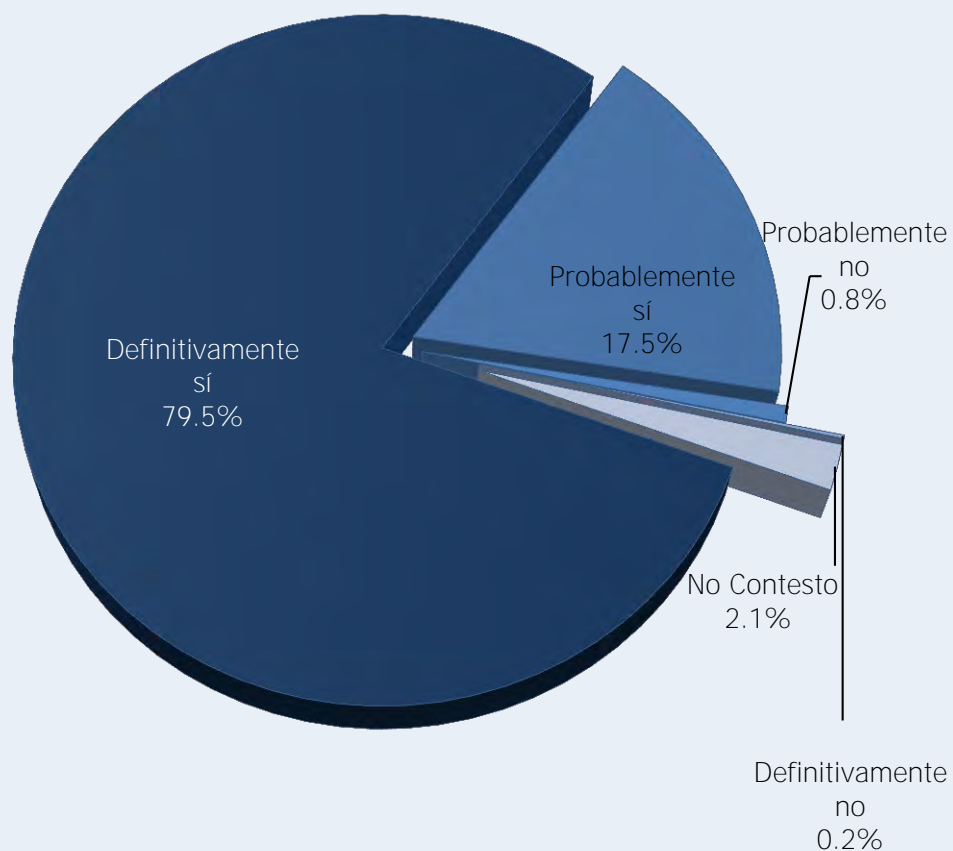
OPINIÓN DE REGRESAR A SAN LUIS POTOSÍ

○ Solamente el 0.8% probablemente no ó definitivamente no regresaría.

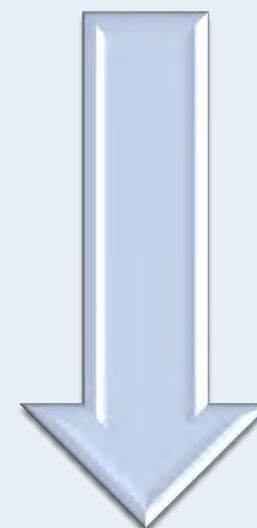
○ **El 97.4% de los visitantes definitivamente o probablemente si regresaría a este destino.**



OPINIÓN DE RECOMENDAR A SAN LUIS POTOSÍ

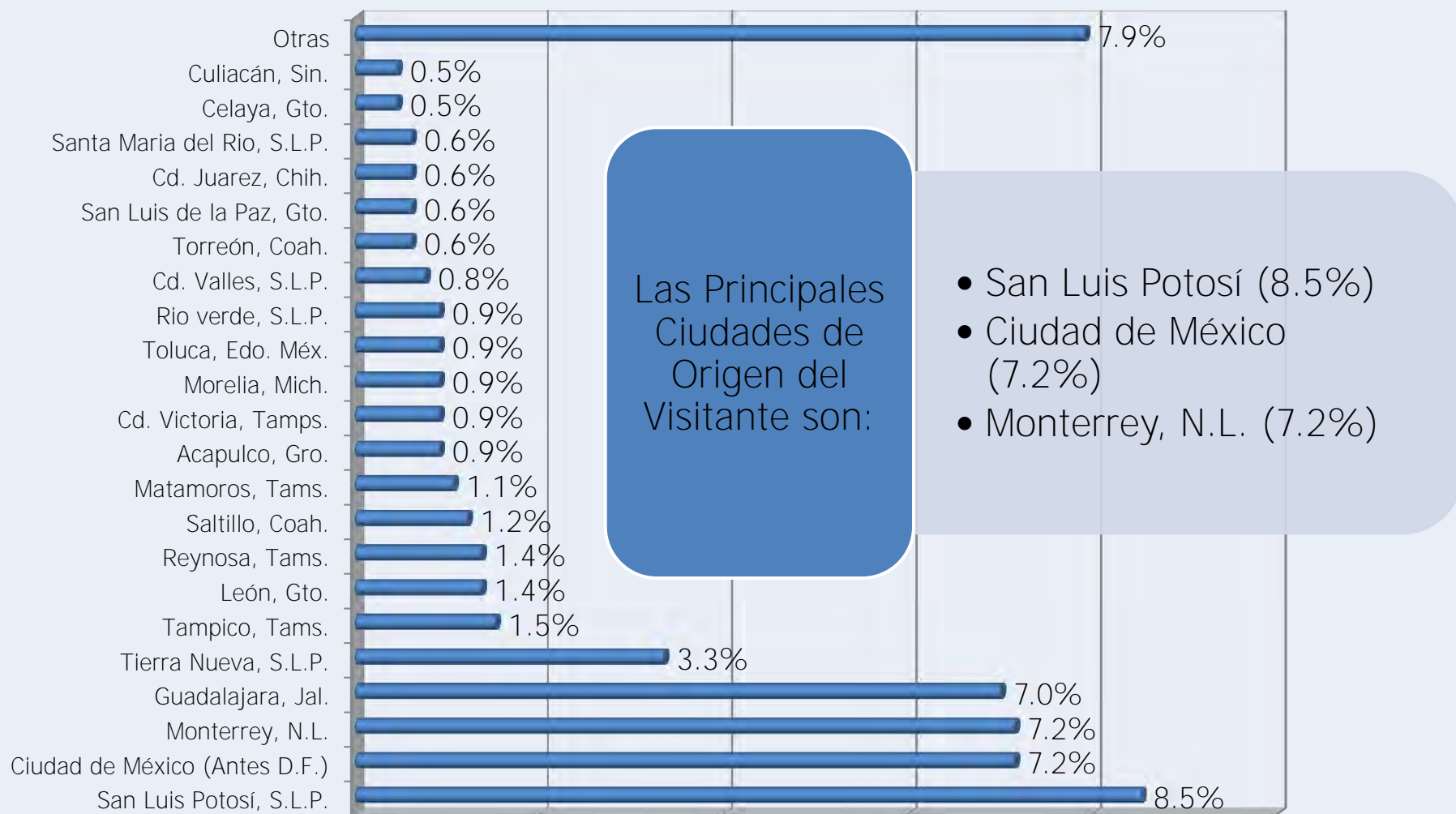


El 97.0% de los visitantes definitivamente o probablemente sí Recomendaría el destino.

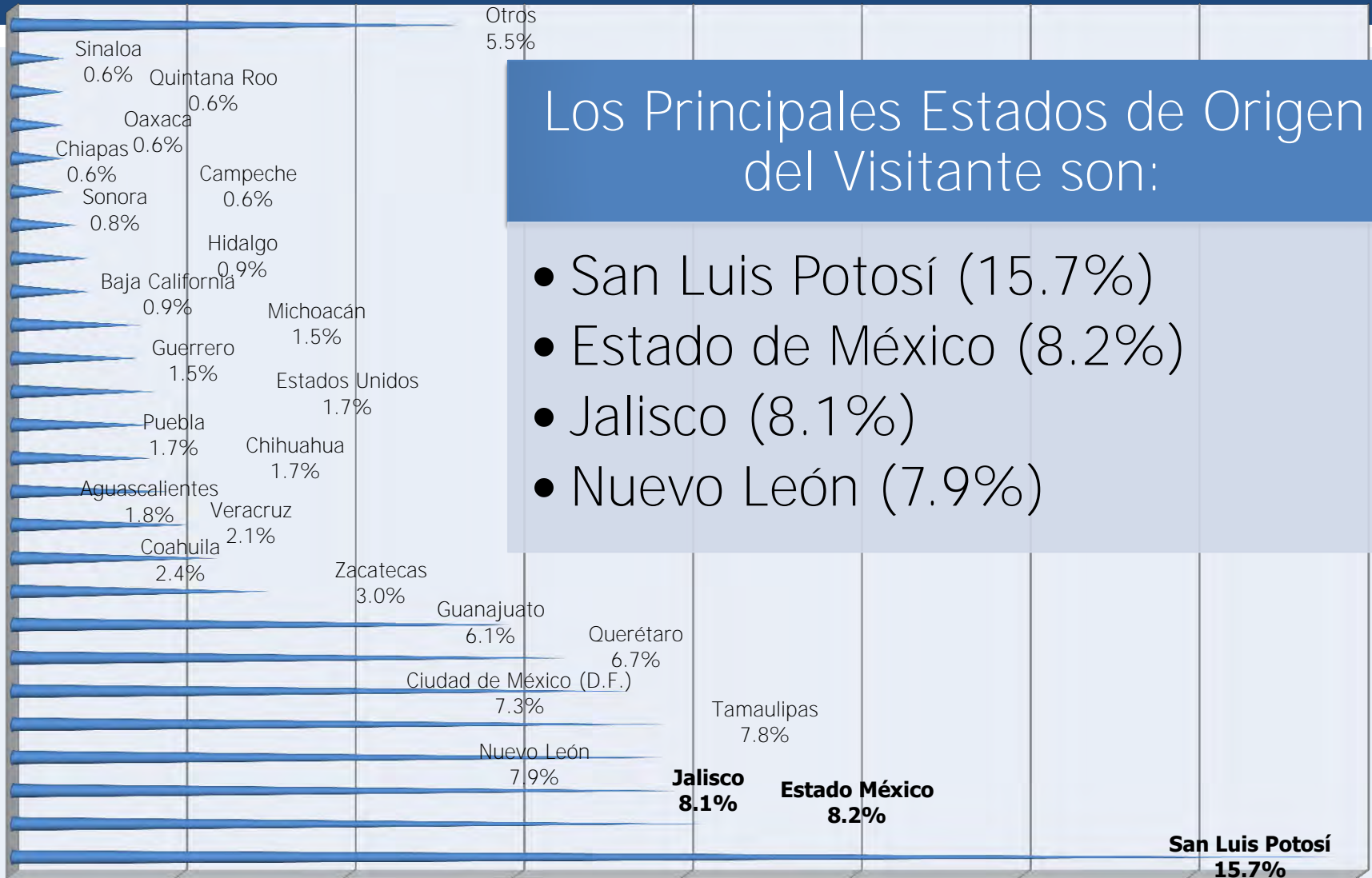


Solamente el 0.9% probablemente no ó definitivamente no recomendaría el destino.

PRINCIPALES CIUDADES DE ORIGEN DEL VISITANTE



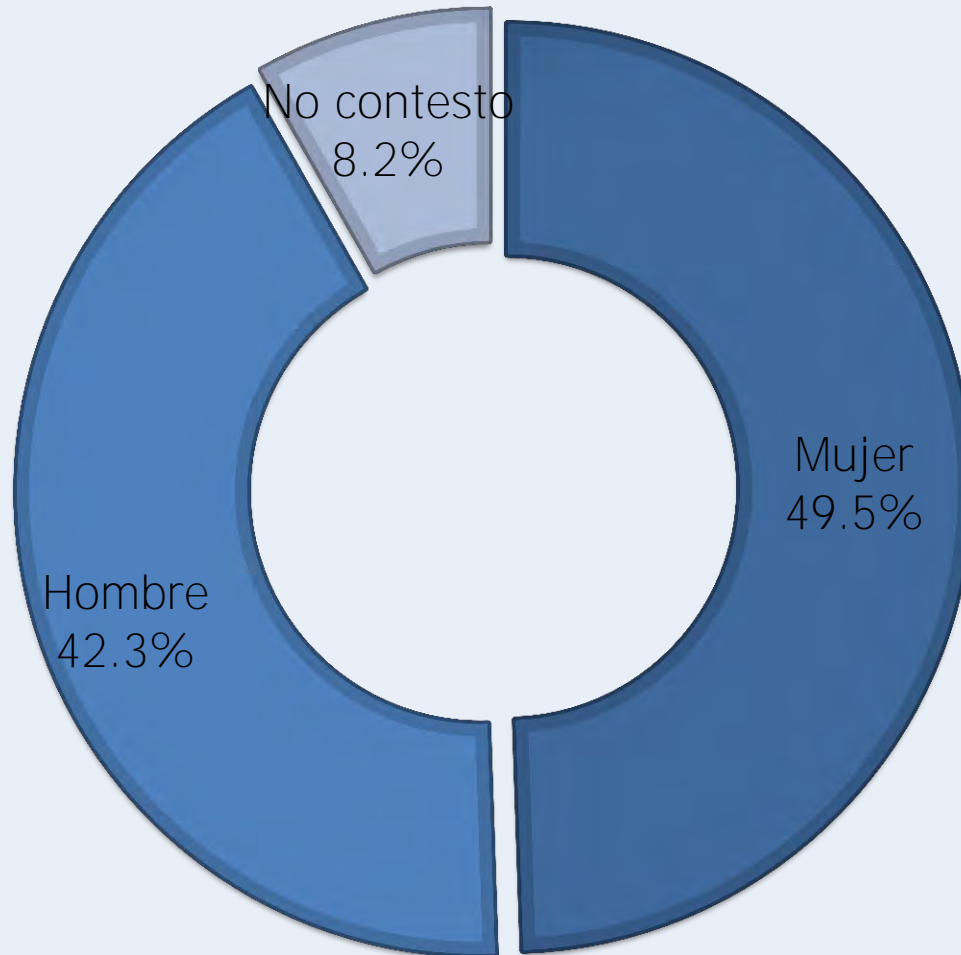
PRINCIPALES ESTADOS DE ORIGEN DEL VISITANTE



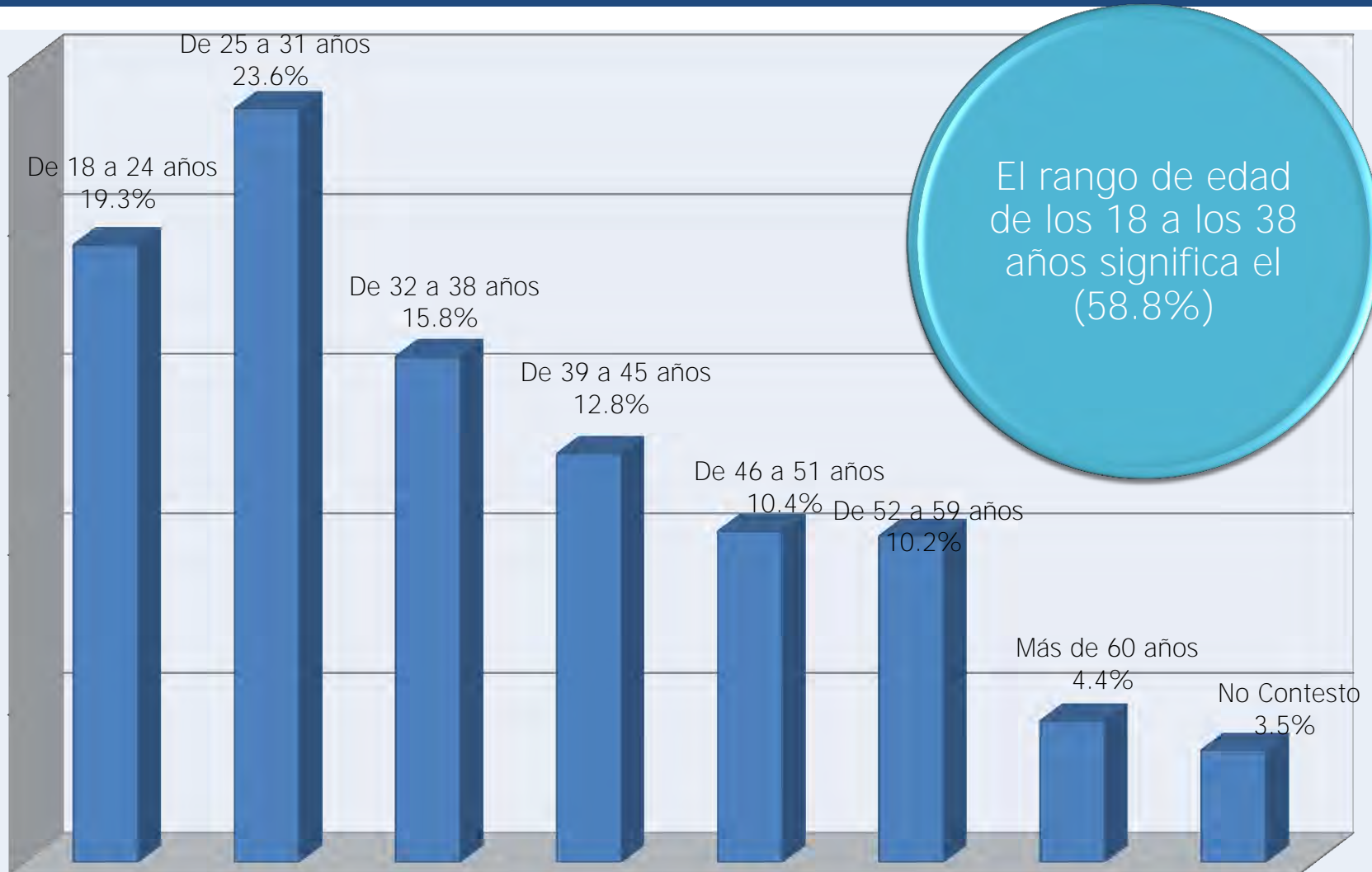
Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

- San Luis Potosí (15.7%)
- Estado de México (8.2%)
- Jalisco (8.1%)
- Nuevo León (7.9%)

SEXO DEL VISITANTE A LA REGIÓN



RANGO DE EDAD DE LOS VISITANTES

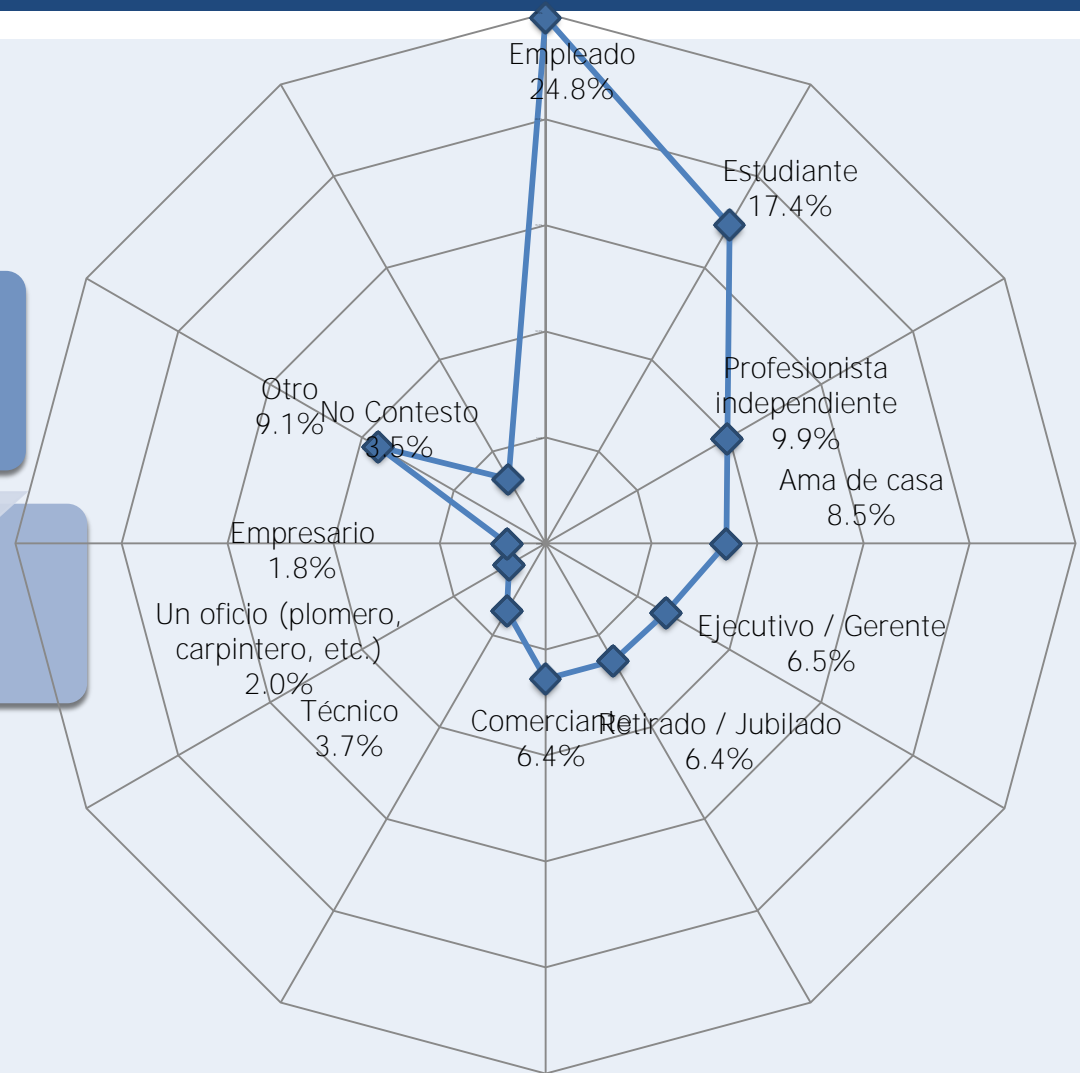


OCUPACIÓN DEL VISITANTE A SAN LUIS POTOSÍ

Una importante parte de los visitantes son empleados (24.8%)

Otro segmento importante (17.4%) son estudiantes

El 9.9% son profesionistas independientes.





PERFIL DEL VISITANTE

SEMANA SANTA 2015

Dirección de Planeación, Información y Análisis

**Región
Centro**

**Resultados
con
Perspectiva de
Género**



RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Lugar de Aplicación de Encuesta

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Centro Histórico de San Luis Potosí	28.8%	21.3%	5.8%	55.9%
Soledad de Graciano Sánchez	7.3%	7.5%	0.3%	15.1%
Santa María del Río	2.3%	1.7%	0.3%	4.3%
Tierra Nueva	6.2%	5.9%	0.9%	13.1%
Villa de Reyes	2.9%	4.4%	0.5%	7.8%
Cerro de San Pedro	2.0%	1.5%	0.5%	4.0%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	24.8%	20.7%	4.0%	49.5%
Una vez al año	10.8%	8.5%	1.4%	20.7%
Dos veces al año	5.9%	6.8%	0.6%	13.4%
Tres o más veces al año	7.6%	5.9%	2.0%	15.5%
No contesto	0.3%	0.3%	0.3%	0.9%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguna	8.5%	7.3%	2.0%	17.8%
Una noche	5.9%	7.6%	0.8%	14.3%
Dos noches	8.4%	6.7%	1.7%	16.7%
Tres noches	8.4%	7.2%	1.1%	16.6%
Cuatro noches	5.0%	3.7%	0.9%	9.6%
Cinco noches	3.2%	3.0%	0.5%	6.7%
Seis noches	2.3%	1.1%	0.6%	4.0%
Siete noches	1.2%	0.6%	0.2%	2.0%
Ocho noches	0.3%	0.0%	0.2%	0.5%
Nueve noches	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Diez noches	1.1%	0.2%	0.0%	1.2%
Catorce noches	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Quince noches	0.3%	0.3%	0.0%	0.6%
Veinte noches	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%
Veintidos noches	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Veintinueve noches	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Treinta noches	0.3%	0.3%	0.0%	0.6%
No contesto	4.0%	4.1%	0.5%	8.5%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Lugar donde se esta hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	20.5%	20.4%	2.3%	43.2%
Familia / Amigos	19.9%	12.5%	3.5%	35.9%
Acampará	0.5%	1.7%	0.5%	2.6%
No contesto	8.5%	7.8%	2.0%	18.3%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel & Camp Hacienda Calderón, Villa de Reyes	2.0%	2.9%	0.2%	5.0%
Hotel Panorama, San Luis Potosí	2.1%	1.8%	0.2%	4.1%
Hotel Real Plaza, San Luis Potosí	2.6%	1.2%	0.0%	3.8%
Hotel María Cristina, San Luis Potosí	0.8%	1.2%	0.3%	2.3%
Hotel Nápoles, San Luis Potosí	1.2%	0.8%	0.2%	2.1%
Hotel Michigan, Soledad de Graciano Sánchez	0.8%	0.8%	0.0%	1.5%
Hotel Hilton San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.8%	0.5%	0.2%	1.4%
La Posada Potosina Hotel & Suites, San Luis Potosí	0.3%	0.9%	0.0%	1.2%
Hotel San Francisco, San Luis Potosí	0.6%	0.6%	0.0%	1.2%
Hotel San Luis, Soledad de Graciano Sánchez	0.2%	1.1%	0.0%	1.2%
Hotel Ibis, San Luis Potosí	0.3%	0.8%	0.0%	1.1%
Hotel Fiesta Inn San Luis Potosí Glorieta Juárez, San Luis Potosí	0.6%	0.5%	0.0%	1.1%
Hotel Real de Minas, San Luis Potosí	0.2%	0.5%	0.3%	0.9%
Hotel Holiday Inn Express San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.3%	0.5%	0.0%	0.8%
Hotel Real Inn San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.3%	0.2%	0.2%	0.6%
Hotel María Dolores, San Luis Potosí	0.2%	0.5%	0.0%	0.6%
Hotel City Express Zona Industrial, San Luis Potosí	0.3%	0.2%	0.2%	0.6%
Hotel Fiesta Inn Oriente, San Luis Potosí	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Redwood Villas Extended Stay, San Luis Potosí	0.5%	0.2%	0.0%	0.6%
Antigua Santa Julia, Tierra Nueva	0.3%	0.3%	0.0%	0.6%
Hotel City Express San Luis Zona Universitaria, San Luis Potosí	0.3%	0.2%	0.0%	0.5%
Hotel Guadalajara, San Luis Potosí	0.2%	0.3%	0.0%	0.5%
Motel Jardín, Soledad de Graciano Sánchez	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%
Hotel Museo Palacio de San Agustín, San Luis Potosí	0.2%	0.0%	0.2%	0.3%
Santa Lucía Suites del Bosque, San Luis Potosí	0.0%	0.2%	0.2%	0.3%
Hotel Anáhuac, San Luis Potosí	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Hotel de Gante, San Luis Potosí	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Hotel Jardín Potosí, San Luis Potosí	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Hotel RUMA San Luis, San Luis Potosí	0.2%	0.0%	0.2%	0.3%
Hotel Cuatro Caminos, Santa María del Río	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%
Hotel California, Soledad de Graciano Sánchez	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%
Hotel Holiday Inn San Luis Potosí Quijote, San Luis Potosí	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Hotel Sand's, San Luis Potosí	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Hotel Arizona, San Luis Potosí	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Hotel Mansión Los Arcos, San Luis Potosí	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Hotel One San Luis Potosí Glorieta Juárez, San Luis Potosí	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Hotel La Puesta del Sol, Santa María del Río	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Hotel Mesón del Río, San Luis Potosí	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
No contesto	32.3%	25.3%	6.2%	63.8%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	32.1%	29.4%	4.3%	65.8%
Autobús de línea	10.4%	8.4%	2.9%	21.6%
Autobús rentado	4.7%	2.3%	0.2%	7.2%
Avión	1.8%	1.4%	0.5%	3.7%
No contestó	0.5%	0.9%	0.5%	1.8%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	4.0%	5.3%	1.1%	10.4%
Pareja	11.9%	11.4%	1.8%	25.1%
Familia	27.2%	18.9%	3.8%	49.9%
Amistades	4.7%	5.5%	1.2%	11.4%
Agrupación	1.4%	1.2%	0.3%	2.9%
No contesto	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Uno	4.3%	5.5%	1.2%	11.0%
Dos	14.8%	13.7%	1.5%	30.0%
Tres	7.6%	4.4%	1.8%	13.9%
Cuatro	9.4%	6.7%	1.1%	17.2%
Cinco	5.0%	4.1%	1.5%	10.7%
Seis	2.6%	2.7%	0.0%	5.3%
Siete	0.8%	0.9%	0.0%	1.7%
Ocho	0.8%	0.5%	0.2%	1.4%
Nueve	0.2%	0.3%	0.0%	0.5%
Diez	0.8%	0.9%	0.2%	1.8%
Once	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Doce	1.1%	0.5%	0.0%	1.5%
Trece	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%
Catorce	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Quince	0.5%	0.3%	0.0%	0.8%
Dieciséis	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Veinte	0.3%	0.5%	0.0%	0.8%
Veintidos	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Treinta	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Cuarenta y dos	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Cuarenta y cinco	0.3%	0.0%	0.2%	0.5%
Cincuenta y uno	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Cincuenta y cuatro	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Ciento veinte	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
No contesto	0.6%	0.3%	0.5%	1.4%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
300 a 400 pesos	3.3%	4.3%	0.5%	8.1%
401 a 550 pesos	2.1%	2.4%	0.0%	4.6%
551 a 700 pesos	4.3%	5.8%	0.8%	10.8%
701 a 850 pesos	2.7%	2.6%	0.5%	5.8%
851 a 999 pesos	1.5%	1.8%	0.5%	3.8%
Más de 1,000 pesos	2.9%	3.2%	0.2%	6.2%
No contesto	32.6%	22.2%	5.9%	60.7%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	9.1%	8.1%	1.8%	19.0%
De 201 a 250 pesos	6.5%	4.3%	1.2%	12.0%
De 251 a 300 pesos	3.7%	4.0%	0.6%	8.2%
De 301 a 400 pesos	4.6%	4.0%	0.3%	8.8%
De 401 a 500 pesos	3.3%	1.5%	0.3%	5.2%
Más de 500 pesos	4.7%	5.3%	0.5%	10.5%
No contesto	17.5%	15.2%	3.5%	36.2%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	4.9%	4.6%	1.1%	10.5%
De 201 a 250 pesos	4.6%	3.7%	0.8%	9.0%
De 251 a 300 pesos	7.2%	7.3%	2.1%	16.6%
De 301 a 400 pesos	7.0%	4.7%	0.8%	12.5%
De 401 a 500 pesos	4.0%	4.1%	0.3%	8.4%
Más de 500 pesos	6.7%	5.6%	0.3%	12.6%
No contesto	15.2%	12.3%	2.9%	30.4%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	13.4%	9.6%	1.7%	24.7%
De 201 a 250 pesos	4.3%	5.0%	0.9%	10.2%
De 251 a 300 pesos	3.7%	3.2%	0.6%	7.5%
De 301 a 400 pesos	1.1%	1.5%	0.3%	2.9%
De 401 a 500 pesos	1.5%	1.1%	0.2%	2.7%
Más de 500 pesos	1.7%	1.1%	0.5%	3.2%
No contesto	23.9%	20.9%	4.1%	48.9%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	7.2%	5.2%	1.4%	13.7%
De 201 a 250 pesos	1.8%	3.5%	0.5%	5.8%
De 251 a 300 pesos	0.9%	1.2%	0.5%	2.6%
De 301 a 400 pesos	1.4%	0.6%	0.0%	2.0%
De 401 a 500 pesos	0.6%	0.6%	0.3%	1.5%
Más de 500 pesos	0.8%	0.5%	0.2%	1.4%
No contesto	36.8%	30.7%	5.5%	73.1%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	4.7%	4.6%	1.1%	10.4%
De 201 a 250 pesos	4.7%	4.1%	0.3%	9.1%
De 251 a 300 pesos	3.7%	2.1%	0.5%	6.2%
De 301 a 400 pesos	2.1%	2.3%	0.8%	5.2%
De 401 a 500 pesos	2.0%	2.1%	0.2%	4.3%
Más de 500 pesos	5.0%	5.3%	0.6%	11.0%
No contesto	27.2%	21.8%	4.9%	53.9%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Vacaciones	7.2%	7.5%	1.0%	15.7%
Visita a familiares	4.8%	2.4%	0.8%	8.0%
Cultural	3.6%	2.7%	0.6%	6.9%
Turismo de Aventura	2.4%	2.8%	0.4%	5.6%
Religioso	2.8%	1.5%	0.1%	4.5%
Gastronómico	0.7%	0.7%	0.1%	1.4%
Compra artesanías	0.7%	0.6%	0.1%	1.3%
Deportivo	0.3%	0.8%	0.0%	1.1%
Ecoturismo	0.4%	0.4%	0.2%	1.0%
Naturaleza	0.3%	0.5%	0.1%	0.9%
Negocios	0.3%	0.6%	0.0%	0.8%
Salud	0.2%	0.3%	0.1%	0.5%
Otro	0.3%	0.3%	0.1%	0.7%
No Contesto	25.4%	21.5%	4.9%	51.8%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Actividades que podrían desarrollarse

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Turismo de Aventura	2.5%	3.2%	0.4%	6.1%
Festivales o Eventos Culturales	1.8%	0.8%	0.0%	2.6%
Tours guiados / turismo guiado con un relator	1.4%	0.5%	0.5%	2.4%
Nada, todo está muy completo	0.3%	0.9%	0.1%	1.3%
Torneos deportivos	0.5%	0.8%	0.0%	1.3%
Feria o festival gastronómico	0.6%	0.4%	0.2%	1.1%
Recorridos nocturnos históricos / Actividades nocturnas	0.2%	0.2%	0.0%	0.5%
Tours caminando / Tours a los barrios	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%
Escenificación de leyendas	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Muestras artesanales	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Transporte (no tours) a destinos turísticos	0.1%	0.1%	0.0%	0.2%
Feria del vino	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%
Difundir más la Procesión del Silencio y/o la Semana Santa	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%
Festival del café	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%
No contesto	41.6%	35.2%	7.0%	83.8%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguno	3.6%	2.4%	0.6%	6.5%
Querétaro, Oro.	2.1%	2.3%	0.3%	4.7%
Zacatecas, Zac.	1.9%	1.5%	0.3%	3.7%
Guanajuato, Gto.	1.7%	1.5%	0.1%	3.3%
Morelia, Mich.	1.1%	0.8%	0.2%	2.1%
Puebla, Pue.	1.1%	0.8%	0.2%	2.1%
Aguascalientes, Ags.	0.4%	0.5%	0.3%	1.2%
Guadalajara, Jal.	0.6%	0.5%	0.2%	1.2%
San Miguel de Allende, Gto.	0.1%	0.3%	0.2%	0.5%
León, Gto.	0.2%	0.3%	0.0%	0.5%
Veracruz	0.2%	0.2%	0.1%	0.4%
Chiapas	0.1%	0.2%	0.1%	0.4%
Mérida, Yuc.	0.2%	0.1%	0.1%	0.3%
Hidalgo	0.2%	0.1%	0.0%	0.2%
Oaxaca	0.2%	0.1%	0.0%	0.2%
Saltillo, Coah.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Nicaragua	0.1%	0.1%	0.0%	0.2%
Guatemala	0.1%	0.1%	0.0%	0.2%
Zaragoza, España	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%
Italia	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%
No Contesto	35.7%	30.7%	5.6%	71.9%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Razones de Comparación con la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Arquitectura	6.2%	4.4%	0.7%	11.3%
Lugar Único	3.6%	2.4%	0.6%	6.5%
Ciudad Colonial	1.9%	3.0%	1.1%	6.0%
Hospitalidad de la gente	0.4%	0.4%	0.0%	0.8%
Vegetación	0.2%	0.5%	0.1%	0.8%
Clima	0.5%	0.2%	0.0%	0.7%
Cultura	0.1%	0.4%	0.1%	0.5%
Gastronomía	0.3%	0.2%	0.0%	0.5%
Tranquilidad	0.1%	0.2%	0.1%	0.4%
Artesanía	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Turismo de aventura	0.1%	0.0%	0.1%	0.2%
Feria de vinos	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%
No contesto	35.8%	30.7%	5.5%	71.9%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Opinión para Mejorar la Actividad Turística

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Más promoción / Difusión / Campañas publicitarias	2.7%	2.0%	0.6%	5.3%
Nada, todo esta bien	1.7%	1.8%	0.2%	3.7%
Actividades culturales	0.6%	0.6%	0.0%	1.2%
Limpieza en calles y avenidas	0.3%	0.7%	0.2%	1.1%
Mejorar las carreteras / Crear carreteras	0.5%	0.2%	0.1%	0.8%
Mayor seguridad	0.3%	0.5%	0.1%	0.8%
Mejorar la gastronomía	0.4%	0.2%	0.0%	0.5%
Proporcionar mapas turísticos	0.2%	0.2%	0.0%	0.5%
Mejorar vialidades de la ciudad	0.1%	0.4%	0.0%	0.5%
Personal más capacitado / Servicio al cliente	0.1%	0.3%	0.1%	0.5%
Mejorar señalética turística	0.1%	0.1%	0.0%	0.2%
Hoteles de mejor calidad	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%
Integrar producto turístico	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%
Difusión en redes sociales	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%
Más inversión para mejorar la ciudad	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%
Fomentar la inclusión	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%
No contestó	42.2%	35.3%	7.0%	84.6%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Medio por el que se enteró o conoce región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Familiares o amigos	12.8%	10.2%	2.3%	25.3%
Internet	4.5%	4.2%	0.8%	9.4%
Redes Sociales	3.9%	3.6%	0.5%	8.0%
Televisión	2.3%	1.3%	0.5%	4.1%
Folleto	0.9%	1.1%	0.1%	2.1%
Agencias de Viajes	1.0%	1.1%	0.0%	2.1%
Revista	0.7%	0.4%	0.2%	1.2%
Periódico	0.3%	0.5%	0.0%	0.8%
Radio	0.1%	0.3%	0.0%	0.4%
Otro	1.1%	1.8%	0.2%	3.0%
No contesto	21.9%	18.0%	3.7%	43.7%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Viajo a través de algún Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	0.5%	0.8%	0.2%	1.4%
No	46.0%	39.4%	7.5%	92.8%
No contesto	3.0%	2.1%	0.6%	5.8%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Nombre del Agencia u Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Agencia de Viajes Rivas	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Viajes Palacio	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
American Airlines	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Viajes Ontiveros	0.3%	0.5%	0.2%	0.9%
No contesto	49.0%	41.6%	8.1%	98.6%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Recordación de Publicidad con Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	18.3%	15.8%	1.5%	35.6%
No	30.4%	25.6%	5.3%	61.3%
No contesto	0.8%	0.9%	1.4%	3.0%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Lugar de Recordación de la Publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Televisión	6.4%	3.3%	0.5%	10.2%
Internet	3.7%	4.4%	0.0%	8.1%
Redes Sociales	4.4%	1.5%	0.3%	6.2%
Espectaculares	1.7%	1.7%	0.2%	3.5%
Folletos	0.9%	2.0%	0.0%	2.9%
Revistas	0.6%	1.7%	0.2%	2.4%
Periódico	0.8%	0.5%	0.2%	1.4%
Otro	0.5%	0.9%	0.3%	1.7%
No contesto	30.6%	26.3%	6.7%	63.6%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Lo que más le gustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Arquitectura	15.0%	11.1%	1.8%	27.9%
Paisajes / Naturaleza	3.7%	3.2%	0.8%	7.6%
Infraestructura Turística	3.3%	2.9%	0.3%	6.5%
Sitios Histórico Culturales	2.4%	3.3%	0.7%	6.3%
Flora y Fauna	3.0%	2.6%	0.3%	5.9%
Hospitalidad de la Gente	2.3%	3.1%	0.4%	5.8%
Artesanías	3.1%	1.8%	0.5%	5.3%
Clima	2.1%	1.4%	0.1%	3.6%
Gastronomía	1.9%	1.1%	0.3%	3.3%
Servicio en Restaurantes	1.0%	1.1%	0.0%	2.1%
Limpieza de la Ciudad	0.5%	0.6%	0.0%	1.1%
Servicio en hoteles	0.4%	0.5%	0.0%	0.8%
No contesto	10.9%	9.7%	3.1%	23.7%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Lo que más le disgustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tráfico	4.3%	3.7%	0.5%	8.4%
Vendedores Ambulantes	3.3%	2.4%	0.5%	6.1%
Clima	2.9%	2.0%	0.3%	5.2%
Falta de limpieza	1.9%	2.1%	0.2%	4.2%
Precios	1.2%	0.9%	0.1%	2.2%
Servicio taxis	1.1%	0.9%	0.1%	2.1%
Inseguridad	0.5%	0.9%	0.4%	1.8%
Transporte público	0.5%	1.1%	0.2%	1.7%
Contaminación	0.7%	0.8%	0.1%	1.5%
Servicio en restaurantes	0.4%	0.8%	0.1%	1.2%
Hospitalidad residentes	0.3%	0.8%	0.0%	1.1%
Servicio en hoteles	0.4%	0.5%	0.0%	0.9%
No contesto	32.0%	25.6%	5.9%	63.5%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Impulsar Acciones para renovar Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	34.7%	33.5%	5.0%	73.2%
No	12.2%	7.2%	1.5%	20.9%
No contesto	2.6%	1.7%	1.7%	5.9%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Acciones para Impulsar la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Promoción y Difusión	11.4%	10.5%	0.9%	22.8%
Instalar sanitarios	10.0%	7.3%	1.4%	18.7%
Infraestructura turística	4.9%	4.9%	1.2%	11.0%
Equipamiento turístico	3.5%	4.3%	0.5%	8.2%
Acceso a sitios turísticos	2.3%	3.3%	0.5%	6.1%
Señalética conductiva	2.3%	2.3%	0.5%	5.0%
Señalética restrictiva	0.3%	0.9%	0.2%	1.4%
No contesto	14.8%	8.8%	3.2%	26.8%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	39.9%	31.8%	5.0%	76.7%
Probablemente sí	8.7%	10.0%	2.0%	20.7%
Probablemente no	0.3%	0.3%	0.0%	0.6%
Definitivamente no	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
No Contesto	0.5%	0.2%	1.2%	1.8%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	41.2%	33.0%	5.2%	79.5%
Probablemente sí	7.3%	8.4%	1.8%	17.5%
Probablemente no	0.2%	0.6%	0.0%	0.8%
Definitivamente no	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
No Contesto	0.6%	0.3%	1.2%	2.1%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Ciudad de Origen				
Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
San Luis Potosí, S.L.P.	4.7%	3.7%	0.2%	8.5%
Ciudad de México (Antes D.F.)	2.9%	3.8%	0.5%	7.2%
Monterrey, N.L.	4.3%	2.3%	0.6%	7.2%
Guadalajara, Jal.	4.1%	2.3%	0.6%	7.0%
Tierra Nueva, S.L.P.	1.8%	0.9%	0.6%	3.3%
Tampico, Tams.	0.6%	0.8%	0.2%	1.5%
León, Gto.	0.6%	0.3%	0.5%	1.4%
Reynosa, Tams.	0.5%	0.9%	0.0%	1.4%
Saltillo, Coah.	0.8%	0.5%	0.0%	1.2%
Matamoros, Tams.	0.6%	0.5%	0.0%	1.1%
Acapulco, Gro.	0.8%	0.2%	0.0%	0.9%
Ciudad Victoria, Tamps.	0.5%	0.5%	0.0%	0.9%
Morelia, Mich.	0.6%	0.2%	0.2%	0.9%
Toluca, Edo. Méx.	0.3%	0.6%	0.0%	0.9%
Rioverde, S.L.P.	0.2%	0.6%	0.2%	0.9%
Ciudad Valles, S.L.P.	0.5%	0.3%	0.0%	0.8%
Torreón, Coah.	0.5%	0.2%	0.0%	0.6%
San Luis de la Paz, Gto.	0.3%	0.3%	0.0%	0.6%
Ciudad Juárez, Chih.	0.5%	0.2%	0.0%	0.6%
Santa María del Río, S.L.P.	0.3%	0.2%	0.2%	0.6%
Celaya, Gto.	0.3%	0.2%	0.0%	0.5%
Cuicacán, Sin.	0.2%	0.3%	0.0%	0.5%
Monclova, Coah.	0.5%	0.0%	0.0%	0.5%
Pachuca, Hgo.	0.2%	0.3%	0.0%	0.5%
Cancun, Q. Roo	0.3%	0.2%	0.0%	0.5%
Xalapa, Ver.	0.2%	0.3%	0.0%	0.5%
Merida, Yuc.	0.5%	0.0%	0.0%	0.5%
Mexicali, B.C.	0.2%	0.3%	0.0%	0.5%
Matehuala, S.L.P.	0.3%	0.0%	0.2%	0.5%
Hermosillo, Son.	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%
Irapuato, Gto.	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Salamanca, Gto.	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Tepic, Nay.	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%
Tijuana, B.C.	0.2%	0.0%	0.2%	0.3%
Zapopan, Jal.	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%
Lagos de Moreno, Jalisco	0.0%	0.2%	0.2%	0.3%
Cordova, Ver.	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%
Soledad de Graciano Sánchez, S.L.P.	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Ciudad Madero, Tamps.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Ciudad Mante, Tamps.	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%
La Paz, B.C.S.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Villa Hermosa, Tab.	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%
Villa de Álvarez, Col.	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%
Tula, Tams.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
New York, EUA	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%
Ciudad del Maíz, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Seúl, Corea del Sur	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Bogotá, Colombia	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Madrid, España	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Barcelona, España	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
No Contesto	20.1%	19.9%	3.7%	43.7%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Estado de Origen del Entrevistado				
Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
San Luis Potosí	8.2%	6.1%	1.4%	15.7%
Estado México	2.7%	4.9%	0.6%	8.2%
Jalisco	4.4%	2.9%	0.8%	8.1%
Nuevo León	4.6%	2.6%	0.8%	7.9%
Tamaulipas	3.0%	4.4%	0.3%	7.8%
Ciudad de México (D.F.)	3.0%	3.8%	0.5%	7.3%
Querétaro	2.4%	3.7%	0.6%	6.7%
Guanajuato	3.5%	2.0%	0.6%	6.1%
Zacatecas	2.0%	1.1%	0.0%	3.0%
Coahuila	1.8%	0.6%	0.0%	2.4%
Veracruz	0.9%	1.2%	0.0%	2.1%
AguaCalientes	0.5%	1.4%	0.0%	1.8%
Chihuahua	1.4%	0.2%	0.2%	1.7%
Puebla	1.2%	0.3%	0.2%	1.7%
Estados Unidos	0.8%	0.6%	0.3%	1.7%
Guerrero	0.9%	0.5%	0.2%	1.5%
Michoacán	0.9%	0.3%	0.3%	1.5%
Baja California	0.3%	0.3%	0.3%	0.9%
Hidalgo	0.5%	0.5%	0.0%	0.9%
Sonora	0.2%	0.6%	0.0%	0.8%
Campeche	0.3%	0.2%	0.2%	0.6%
Chiapas	0.5%	0.0%	0.2%	0.6%
Oaxaca	0.3%	0.2%	0.2%	0.6%
Quintana Roo	0.5%	0.2%	0.0%	0.6%
Sinaloa	0.3%	0.3%	0.0%	0.6%
Colima	0.0%	0.3%	0.2%	0.5%
Durango	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%
Morelos	0.3%	0.2%	0.0%	0.5%
Nayarit	0.2%	0.3%	0.0%	0.5%
Tabasco	0.2%	0.2%	0.2%	0.5%
Tlaxcala	0.3%	0.2%	0.0%	0.5%
Yucatán	0.5%	0.0%	0.0%	0.5%
España	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%
Nicaragua	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%
Baja California Sur	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Argentina	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Canadá	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Chile	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Colombia	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Francia	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Italia	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Venezuela	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Corea del Sur	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Panamá	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Rusia	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
No contesto	1.7%	1.4%	0.6%	3.7%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Edad Promedio de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 18 a 24 años	9.7%	8.5%	1.1%	19.3%
De 25 a 31 años	12.5%	10.2%	0.9%	23.6%
De 32 a 38 años	7.3%	7.0%	1.5%	15.8%
De 39 a 45 años	6.7%	4.7%	1.4%	12.8%
De 46 a 51 años	5.0%	4.6%	0.8%	10.4%
De 52 a 59 años	5.0%	4.6%	0.6%	10.2%
Más de 60 años	1.8%	2.1%	0.5%	4.4%
No Contesto	1.4%	0.6%	1.5%	3.5%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%

Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Empleado	12.5%	11.7%	0.6%	24.8%
Estudiante	8.5%	7.5%	1.4%	17.4%
Profesionista independiente	4.6%	4.7%	0.6%	9.9%
Ama de casa	7.8%	0.0%	0.8%	8.5%
Ejecutivo / Gerente	2.3%	3.2%	1.1%	6.5%
Retirado / Jubilado	2.7%	3.3%	0.3%	6.4%
Comerciante	2.4%	2.9%	1.1%	6.4%
Técnico	1.1%	2.4%	0.2%	3.7%
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	0.3%	1.5%	0.2%	2.0%
Empresario	0.8%	1.1%	0.0%	1.8%
Otro	5.5%	3.0%	0.6%	9.1%
No Contesto	1.1%	0.9%	1.5%	3.5%
Total	49.5%	42.3%	8.2%	100.0%



PERFIL DEL VISITANTE

SEMANA SANTA 2016



Dirección de Planeación, Información y Análisis

Región
Centro

