



# PERFIL DEL VISITANTE

## SEMANA SANTA 2016



Dirección de Planeación, Información y Análisis

## Huasteca Potosina



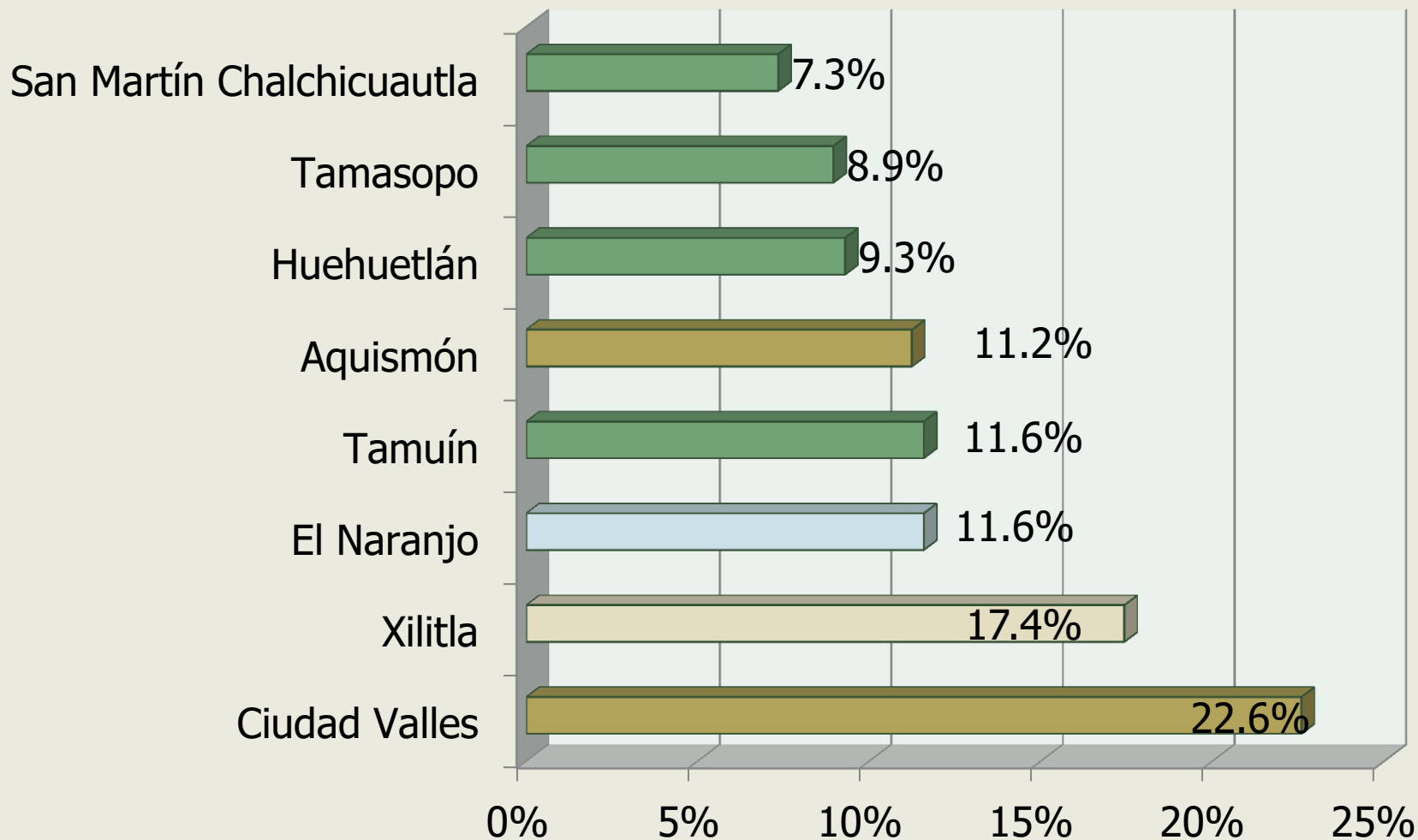
# METODOLOGÍA PERFIL DEL VISITANTE

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 872 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

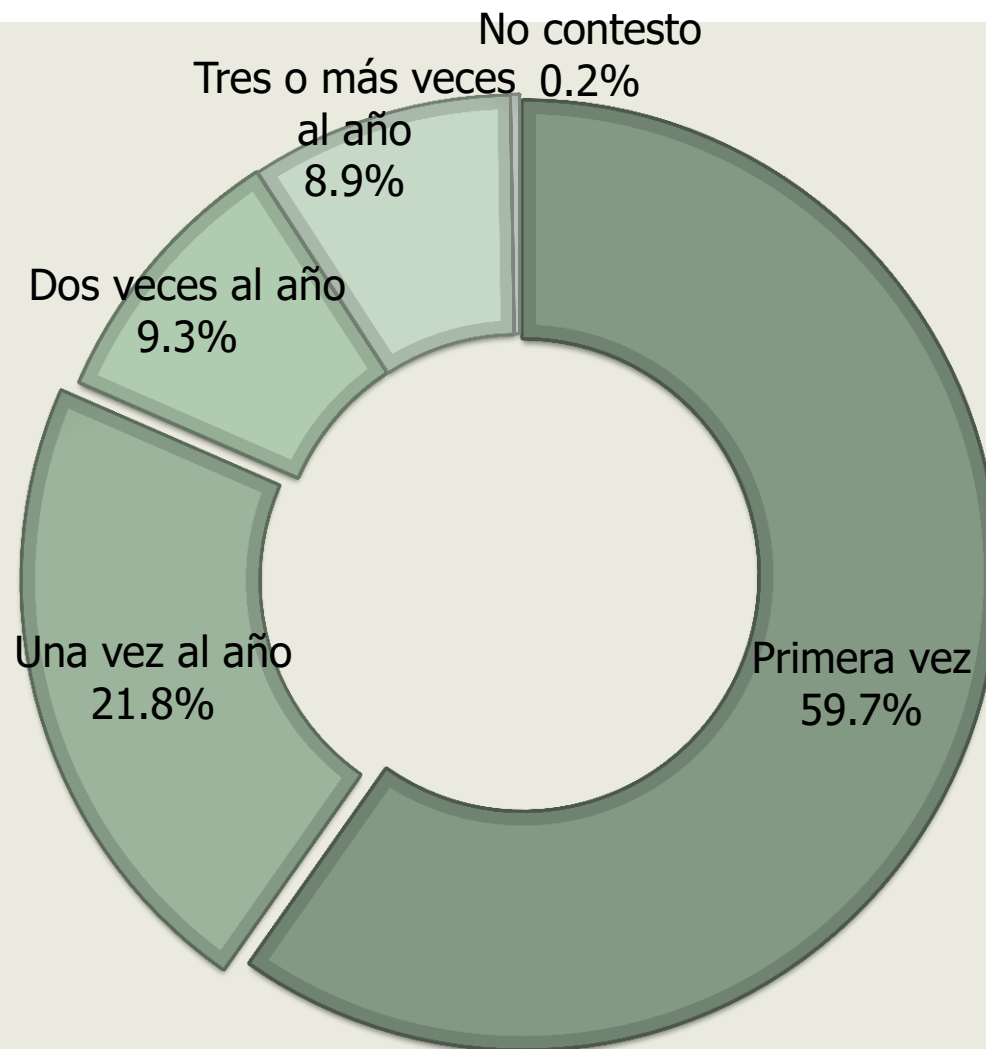
# LUGAR DE LEVANTAMIENTO DE LAS ENCUESTAS



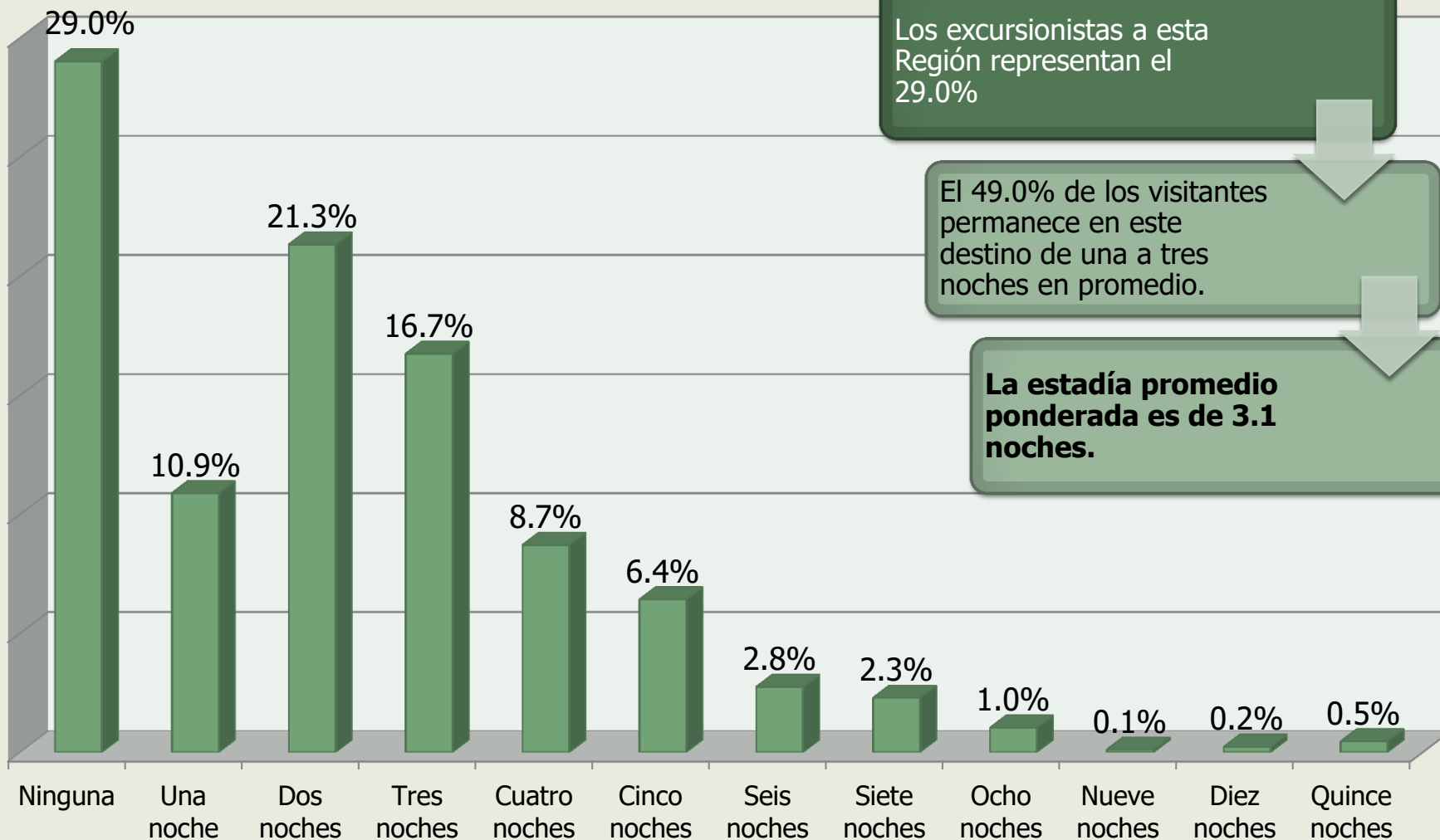
# FRECUENCIA DE VISITA A LA REGIÓN

Un alto porcentaje visita por primera vez la Región (59.7%)

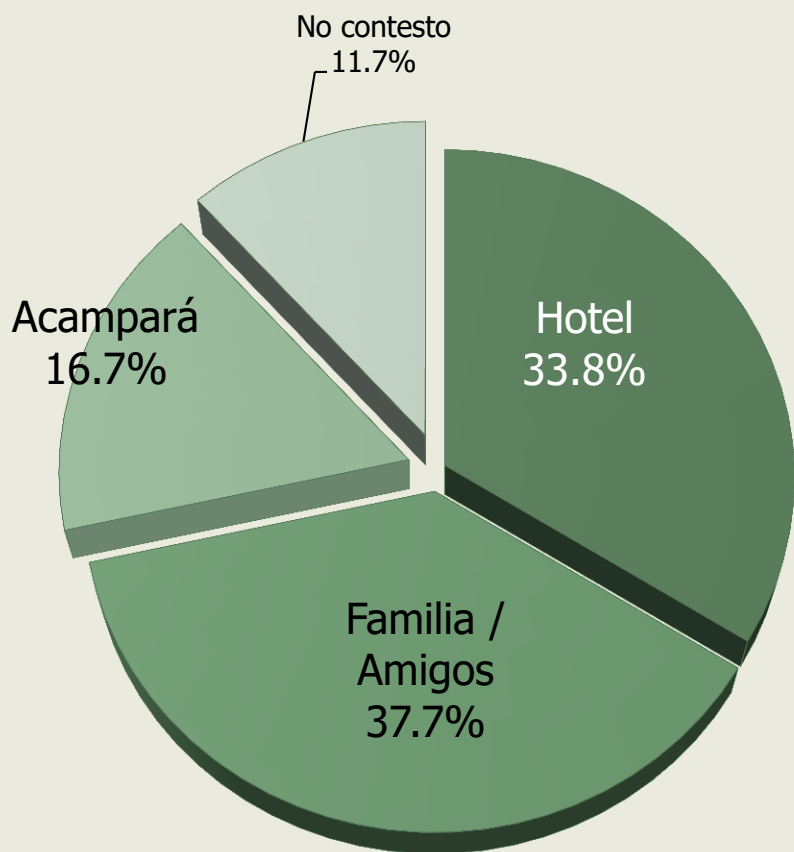
El turismo repetitivo representa el 40.0%



# NOCHES DE ESTADÍA



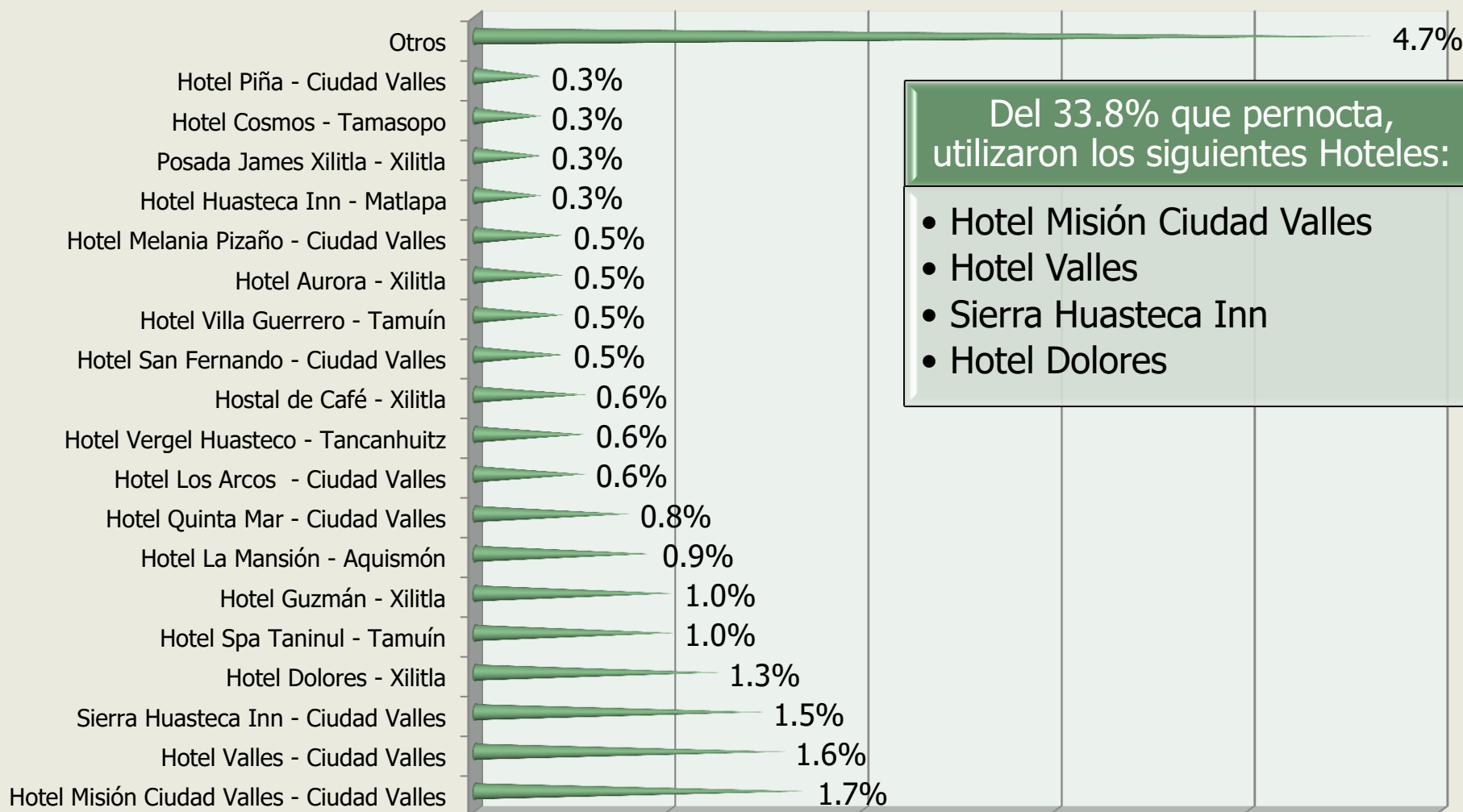
# LUGAR DE HOSPEDAJE DEL VISITANTE



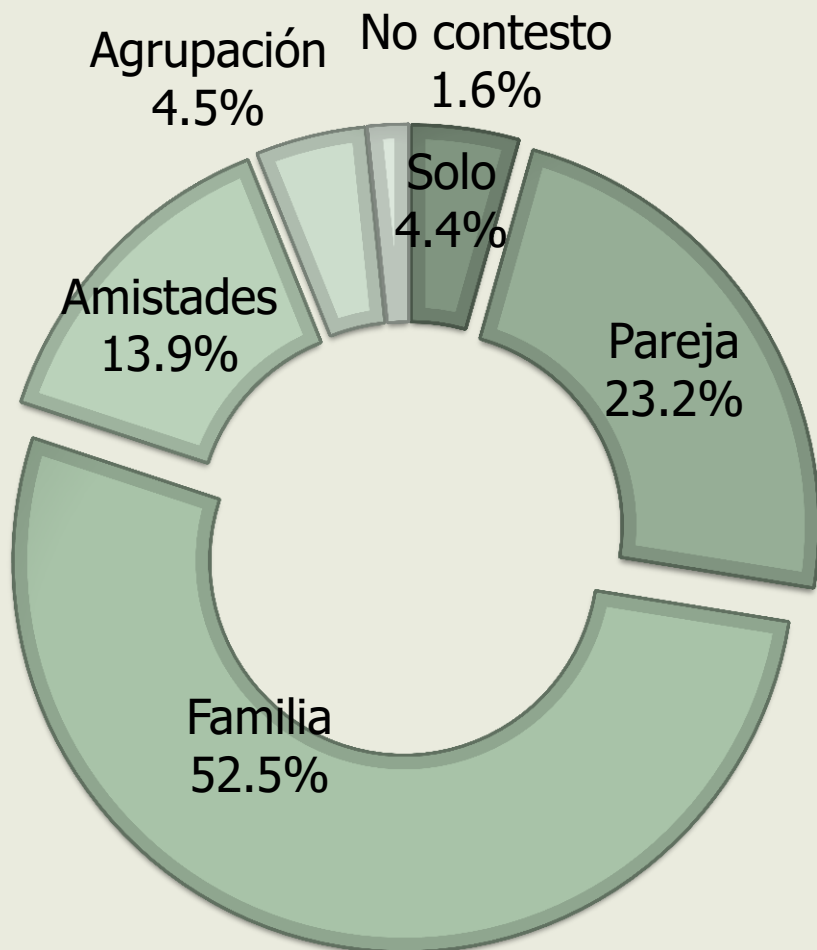
Una gran cantidad de los visitantes pernoctan en algún hotel de esta región (33.8 %)

El 37.7% prefiere casas de Familiares y amigos

# PRINCIPALES HOTELES DE PERNOCTA DEL VISITANTE



# FORMA DE VIAJAR DEL VISITANTE



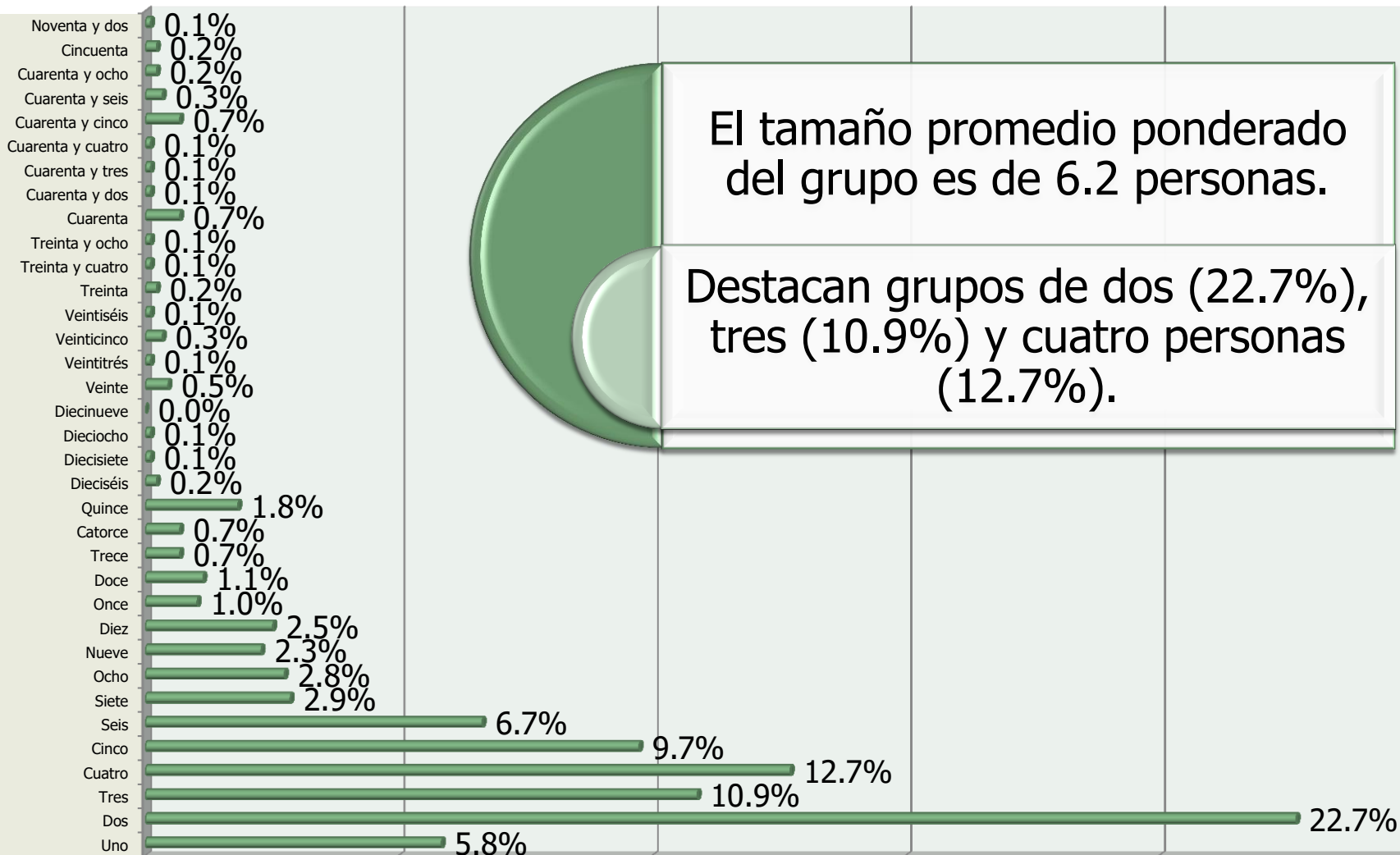
El 52.5% realiza este viaje con su familia.

El 23.2% viaja con su pareja

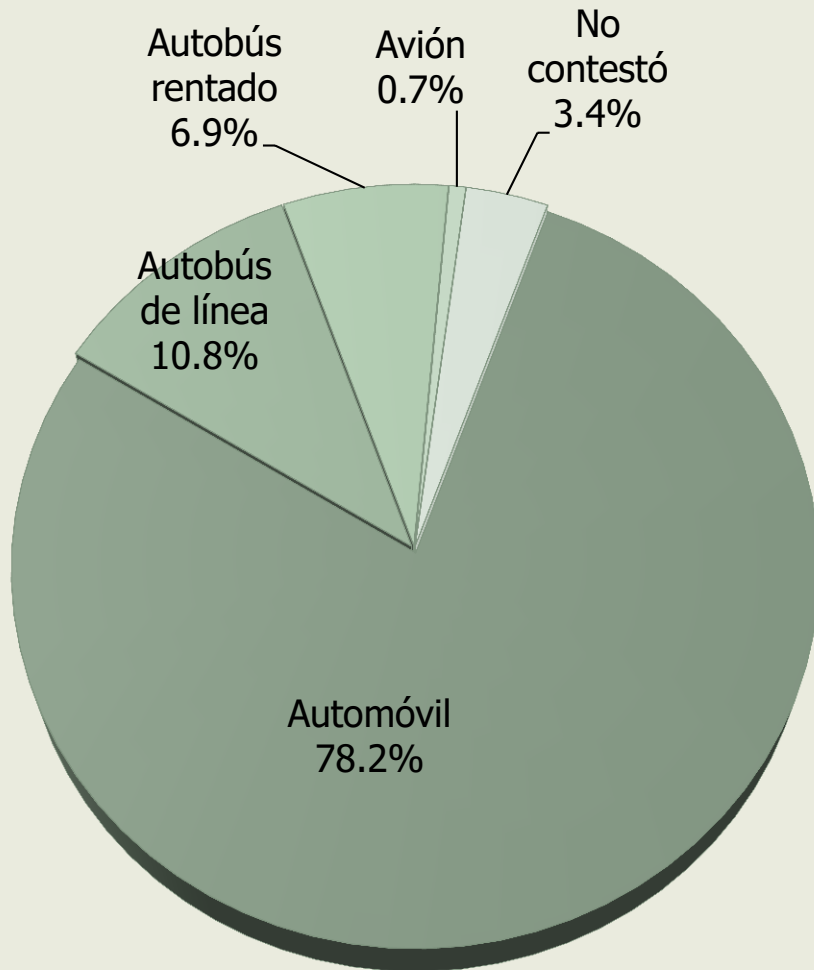
13.9% se acompañó con Amistades



# NÚMERO DE ACOMPAÑANTES EN SU VISITA



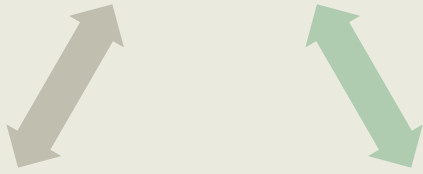
# MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO POR EL VISITANTE



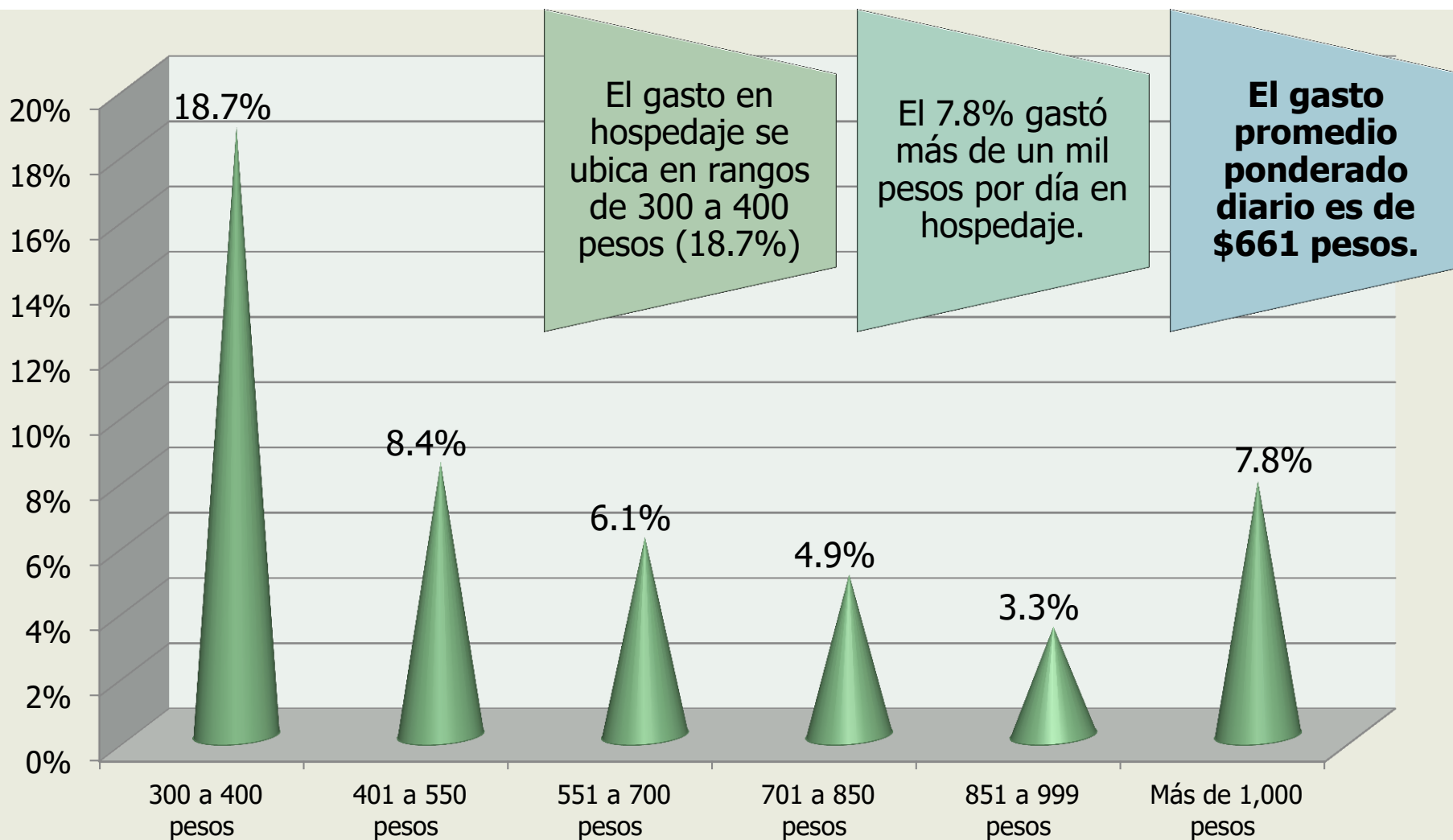
El 78.2% se desplaza a este destino en Automóvil

6.9% viajó en autobús rentado

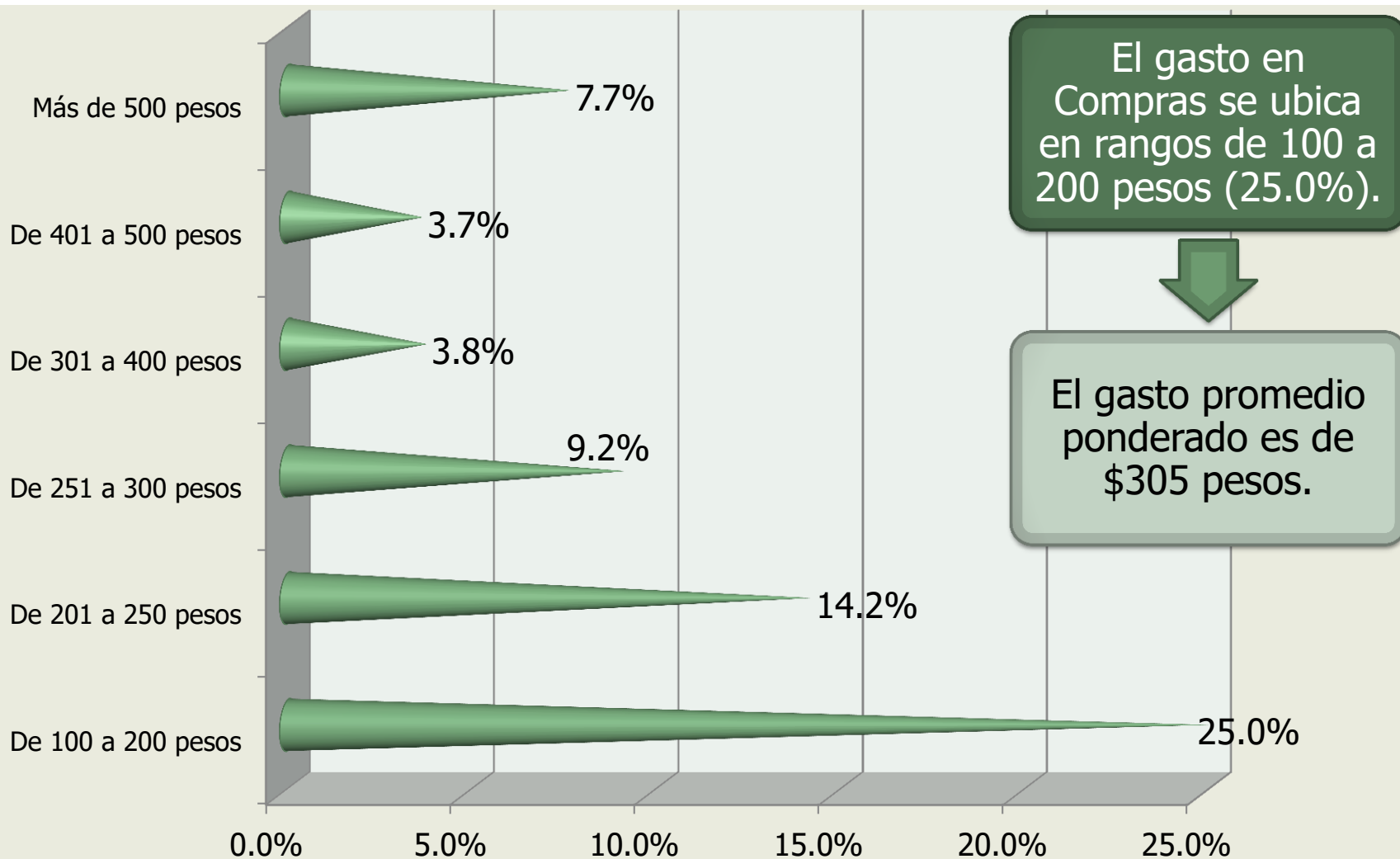
El 10.8% en autobús de línea



# GASTO PROMEDIO - HOSPEDAJE



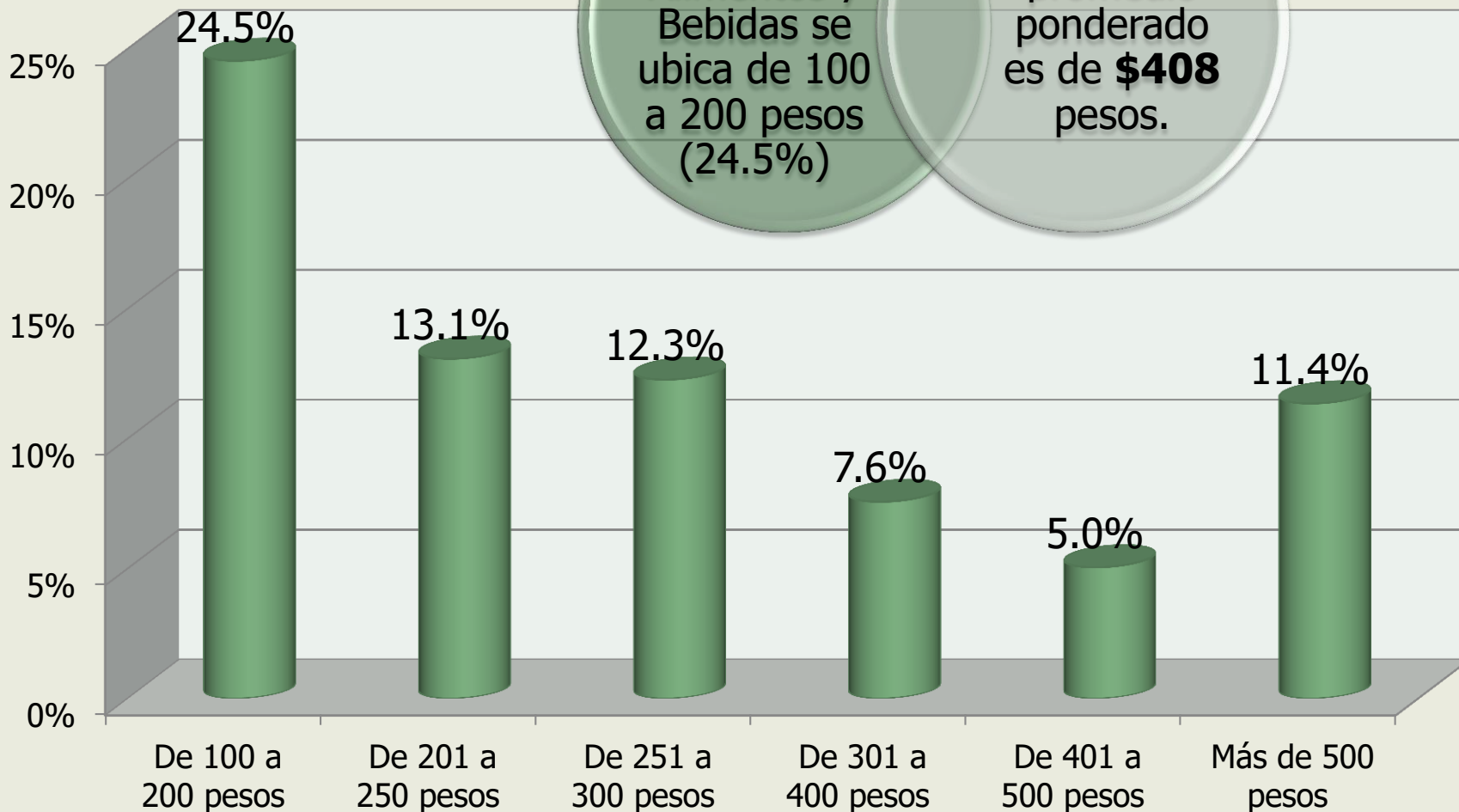
# GASTO PROMEDIO - COMPRAS



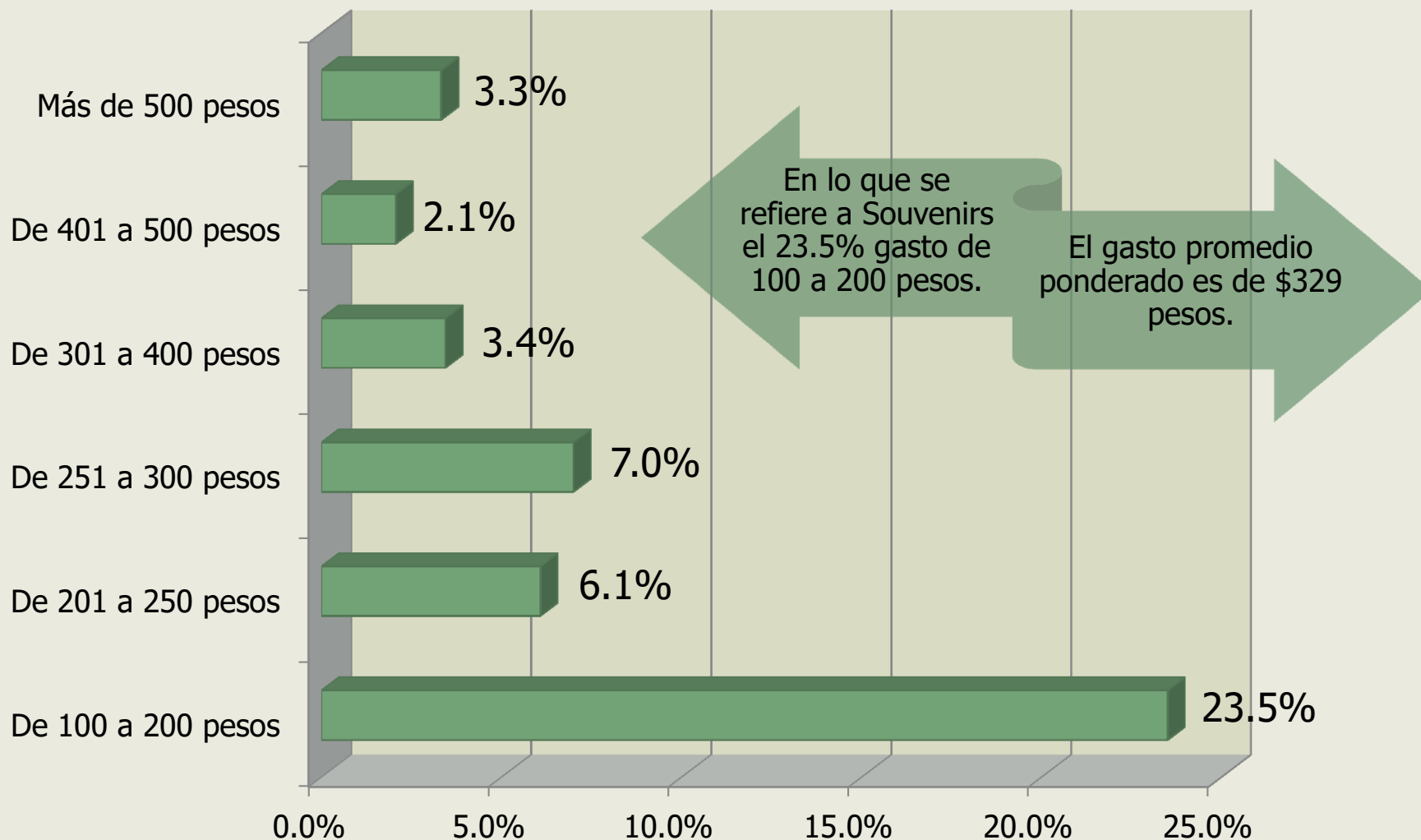
# GASTO PROMEDIO – ALIMENTOS Y BEBIDAS

El mayor gasto de Alimentos y Bebidas se ubica de 100 a 200 pesos (24.5%)

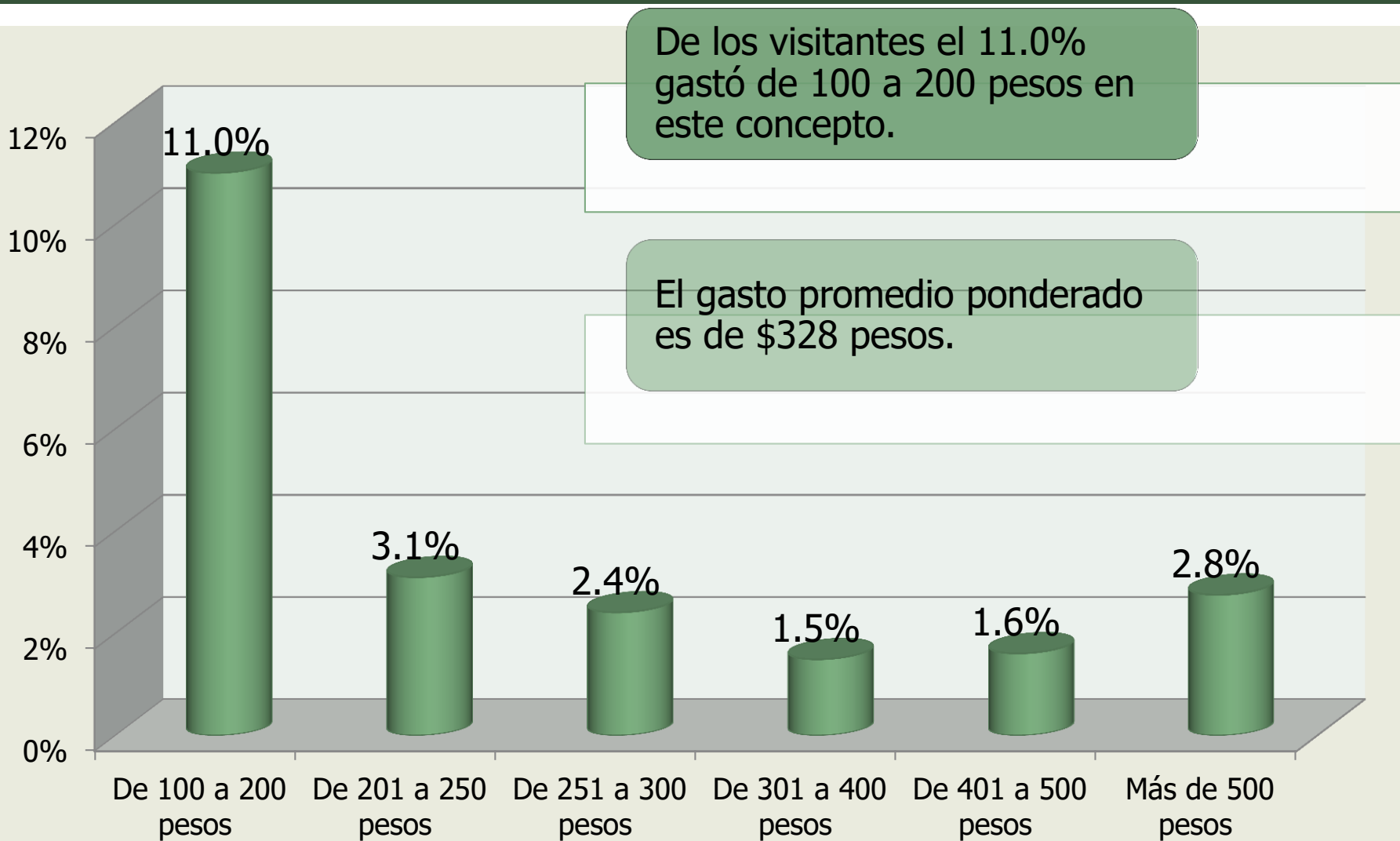
El gasto promedio ponderado es de **\$408** pesos.



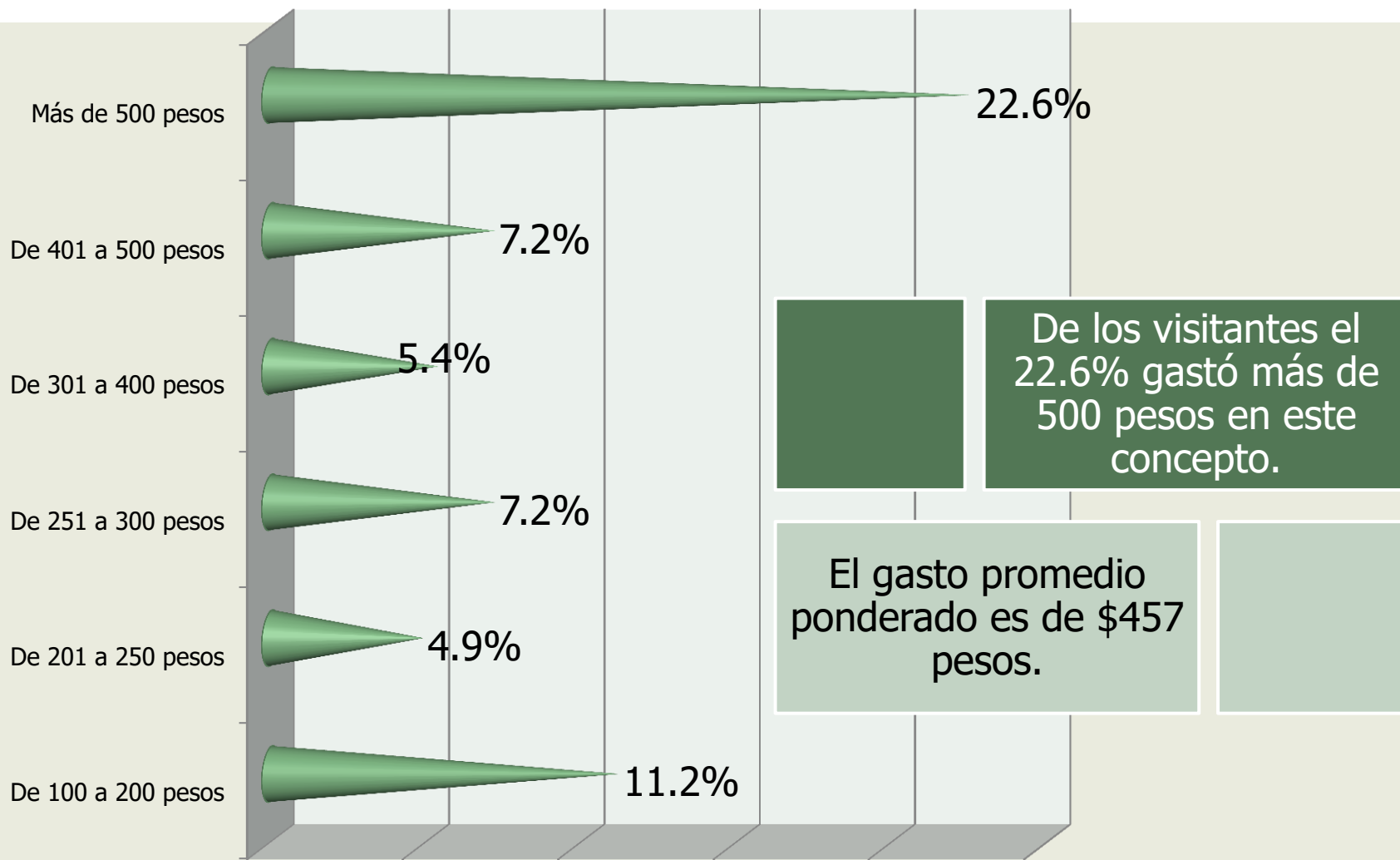
# GASTO PROMEDIO - SOUVENIRS



# GASTO PROMEDIO – TRANSPORTACIÓN LOCAL



# GASTO PROMEDIO – GASOLINA





# GASTO TOTAL PROMEDIO PONDERADO

Hospedaje  
• \$661

Compras  
• \$305

Alimentos  
y Bebidas  
• \$408

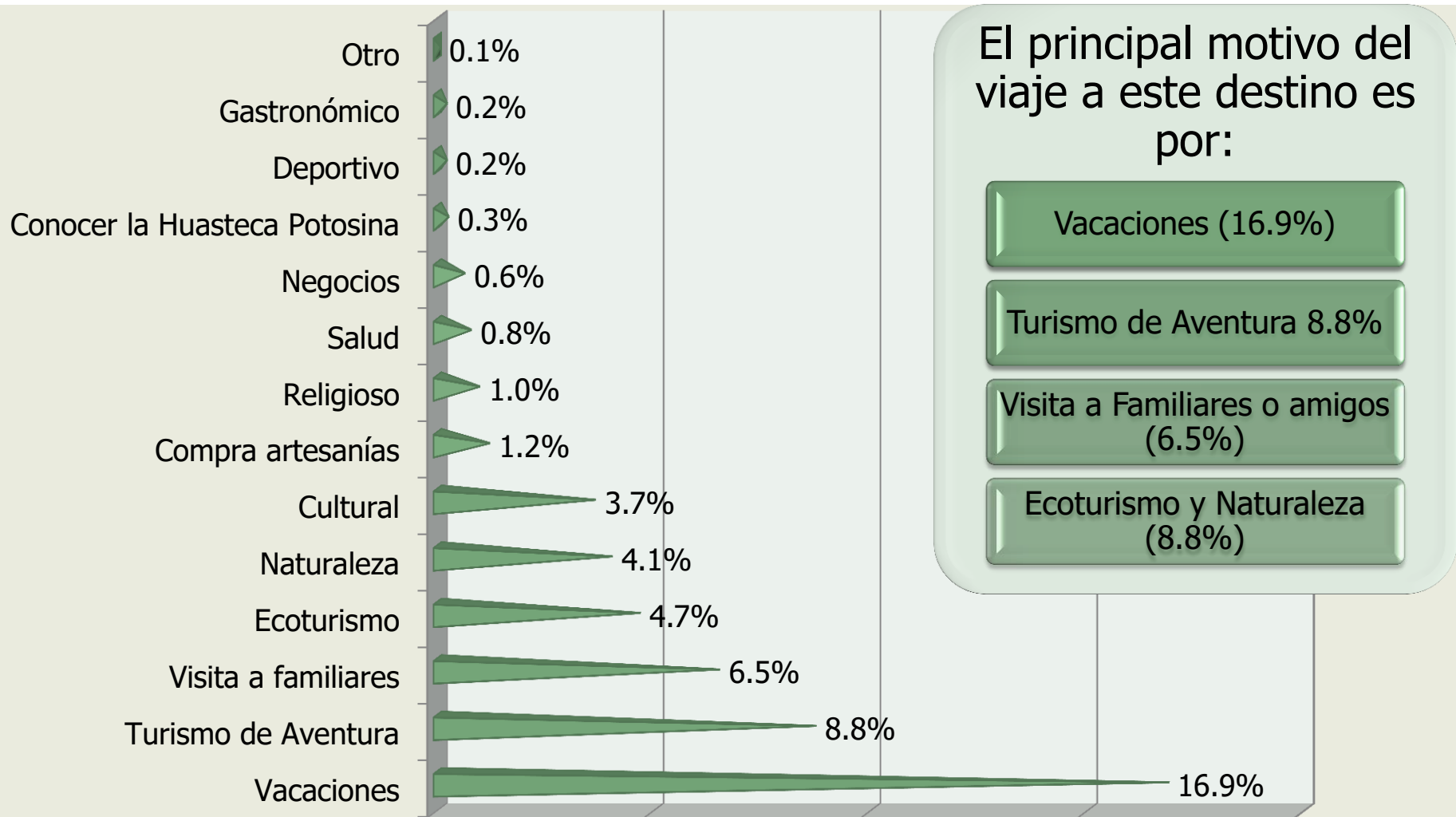
Souvenirs  
• \$329

Transporte  
Local  
• \$328

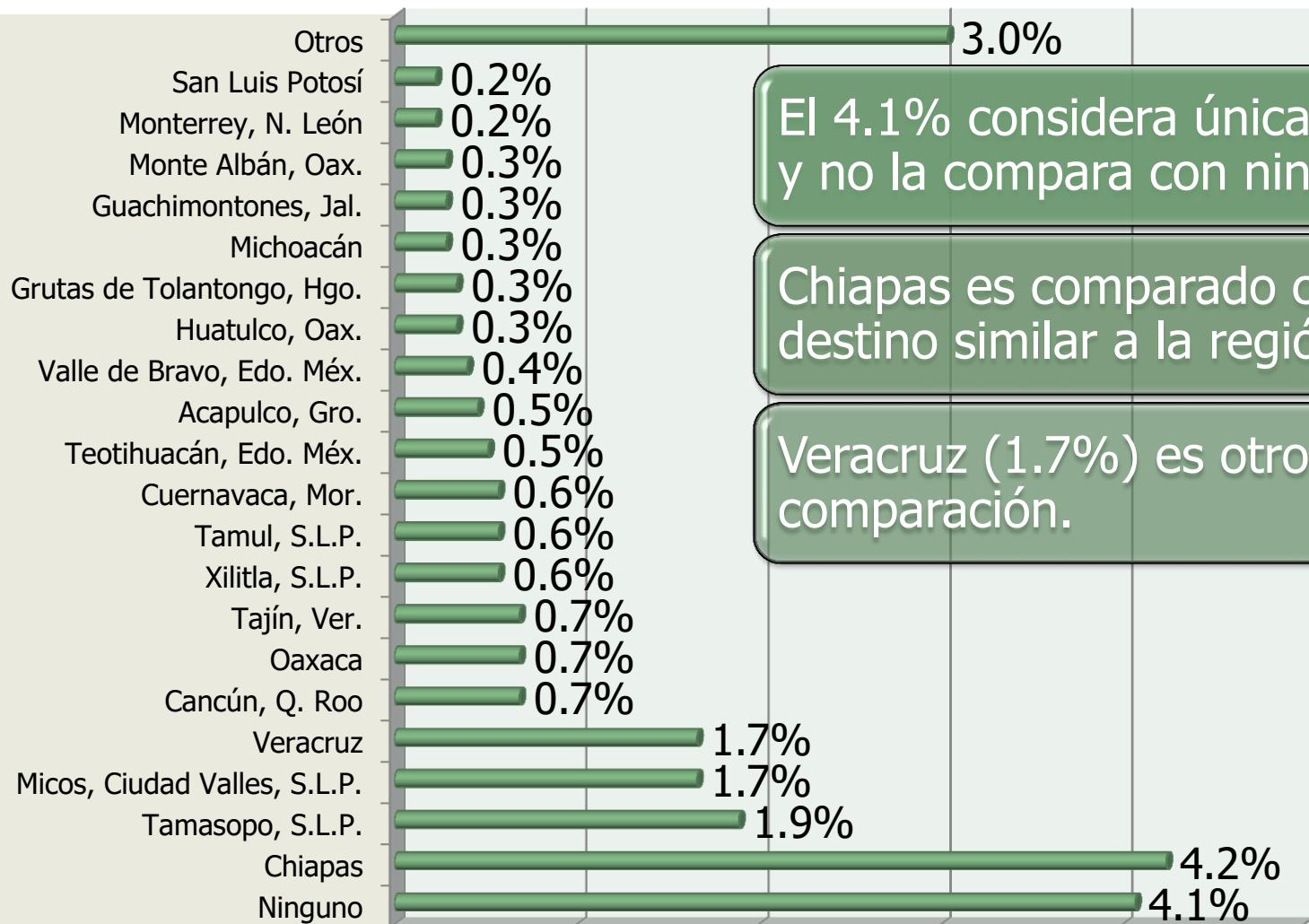
Gasolina  
• \$547

**Gasto Total  
Promedio  
Ponderado**  
• **\$2,487**

# RAZÓN PRINCIPAL DE VIAJE



# SITIOS CON LOS QUE COMPARAN A LA REGIÓN

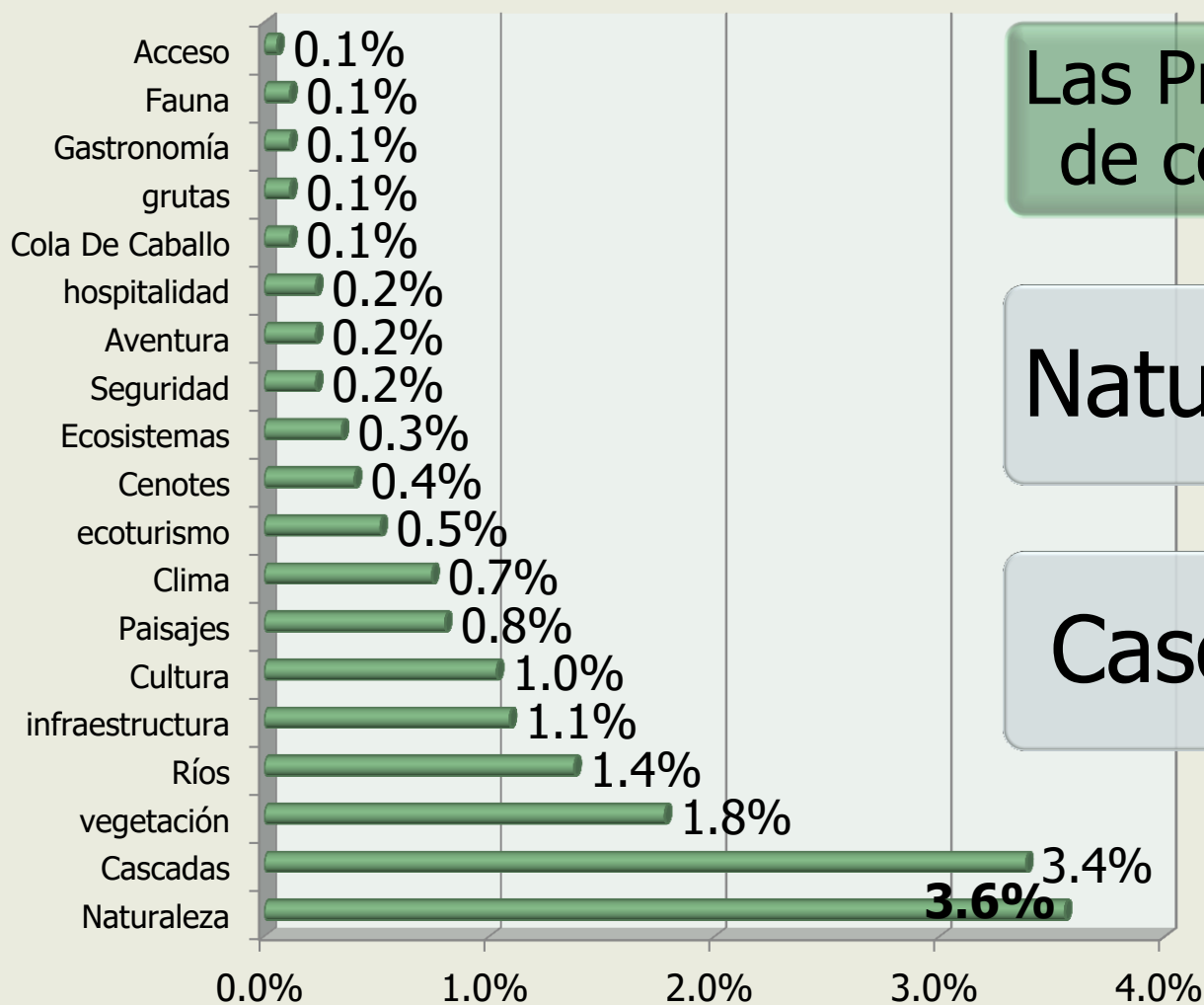


El 4.1% considera única a la región y no la compara con ningún sitio.

Chiapas es comparado como un destino similar a la región (4.2%).

Veracruz (1.7%) es otro destino de comparación.

# RAZONES DE COMPARACIÓN CON OTRO DESTINO

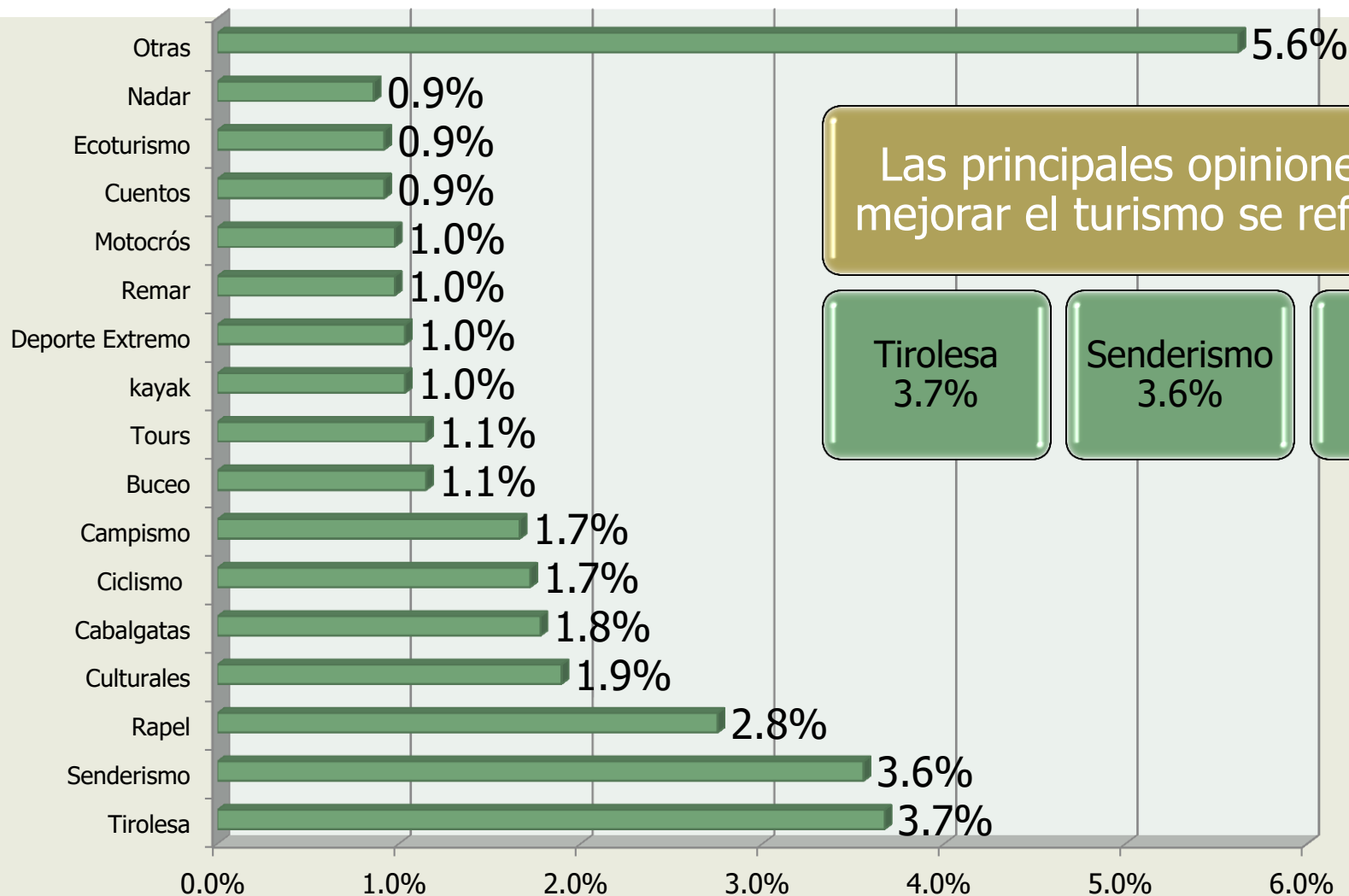


Las Principales razones de comparación son:

Naturaleza (3.6%)

Cascadas (3.4%)

# PROPUESTA DE ACTIVIDADES QUE PODRÍAN DESARROLLARSE



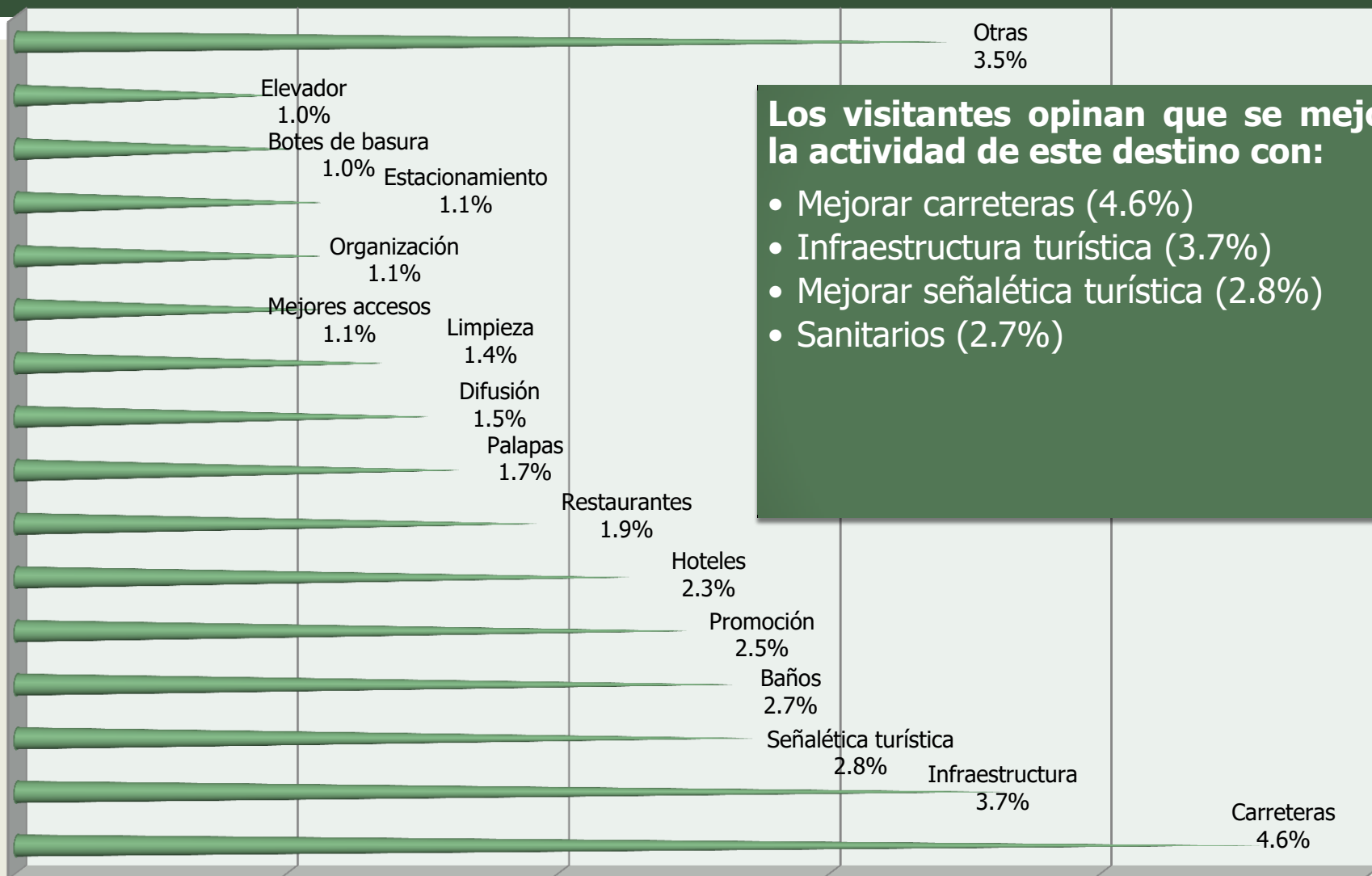
Las principales opiniones para mejorar el turismo se refieren a:

Tirolesa  
3.7%

Senderismo  
3.6%

Rappel  
2.8%

# OPINIÓN PARA MEJORAR TURÍSTICAMENTE LA REGIÓN



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

- Mejorar carreteras (4.6%)
- Infraestructura turística (3.7%)
- Mejorar señalética turística (2.8%)
- Sanitarios (2.7%)

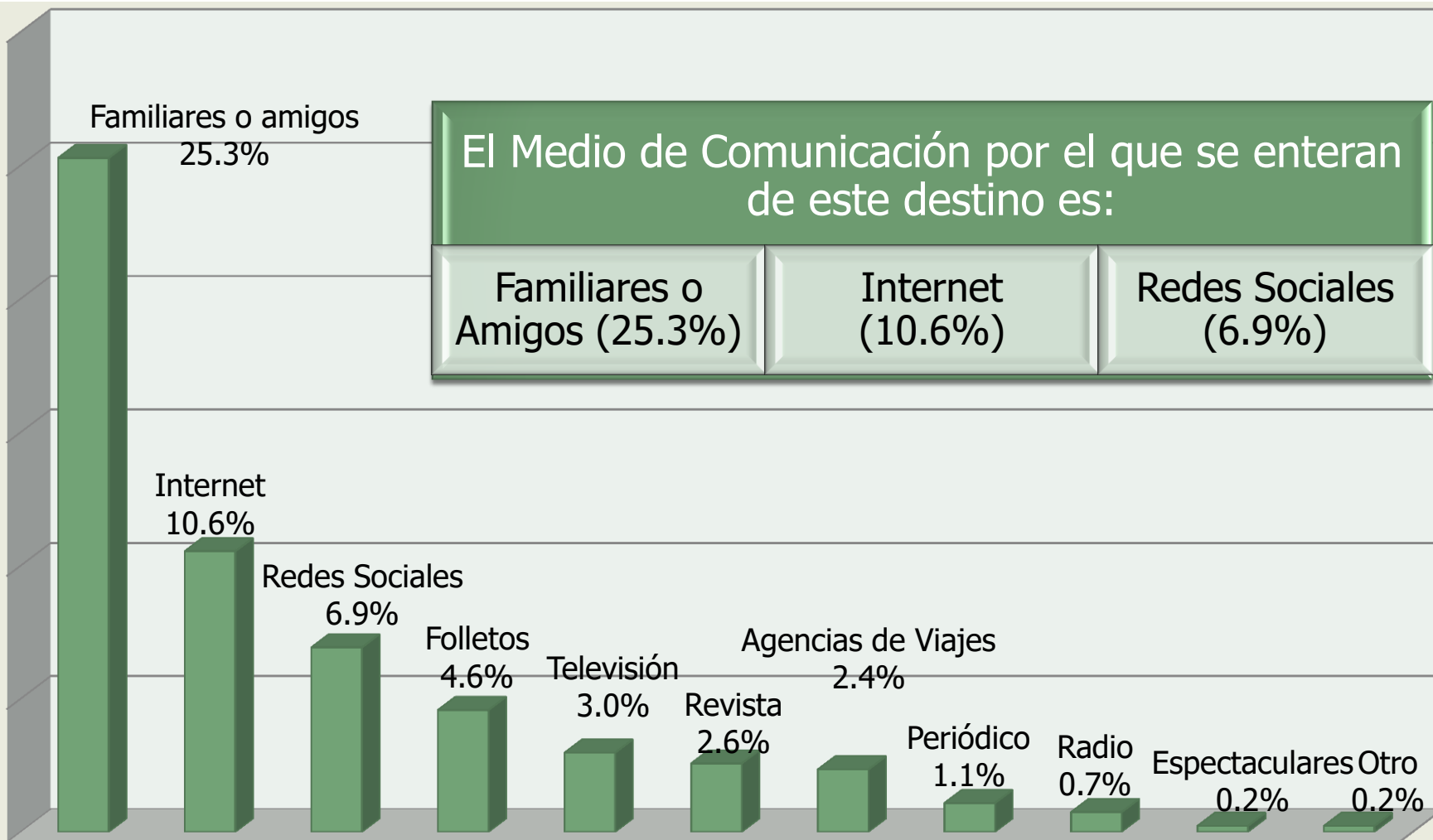
# MEDIO POR EL QUE SE ENTERO O CONOCE DE LA REGIÓN

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

Familiares o Amigos (25.3%)

Internet (10.6%)

Redes Sociales (6.9%)

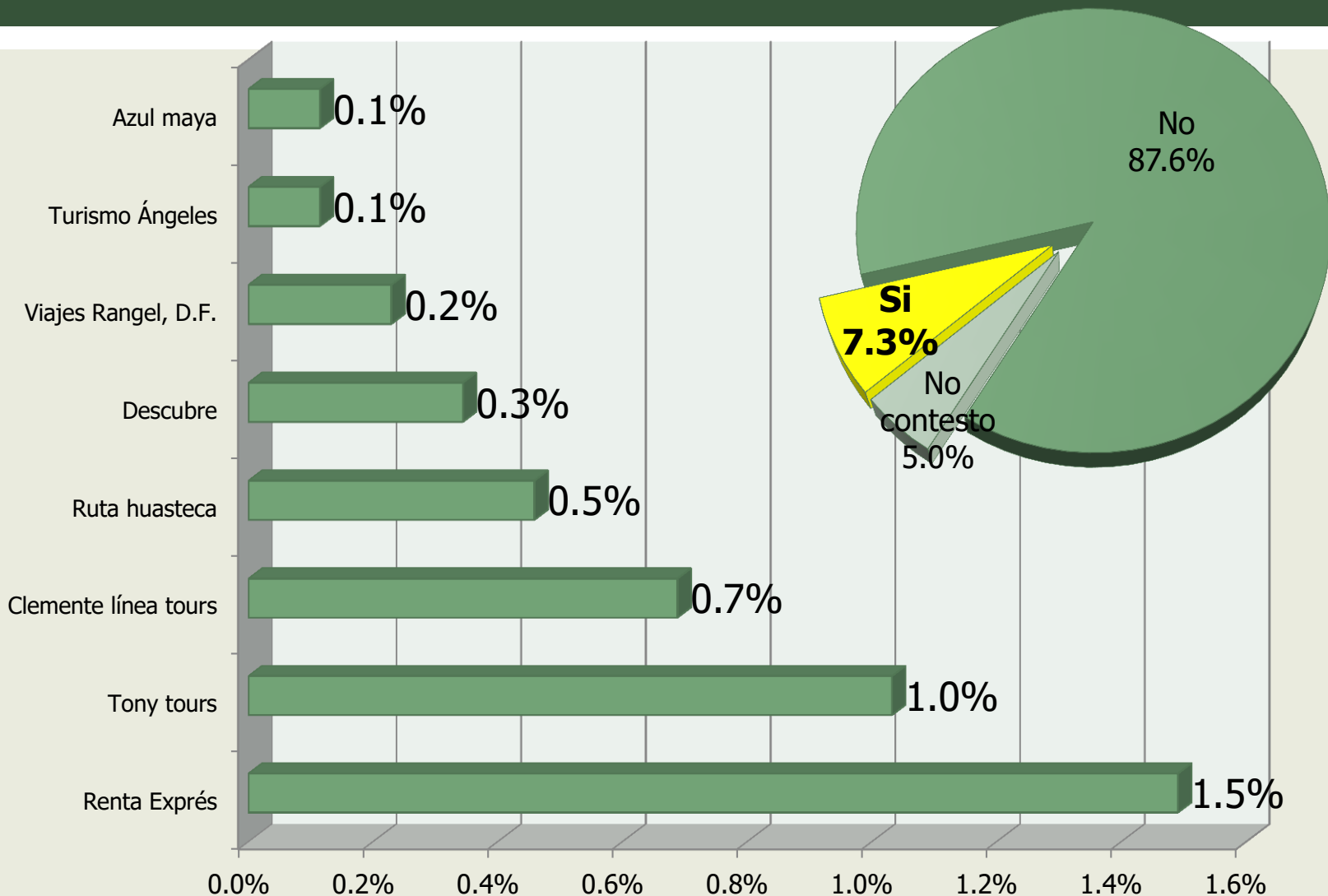


# MEDIO POR EL QUE SE ENTERO O CONOCE DE LA REGIÓN POR LUGAR DE ORIGEN

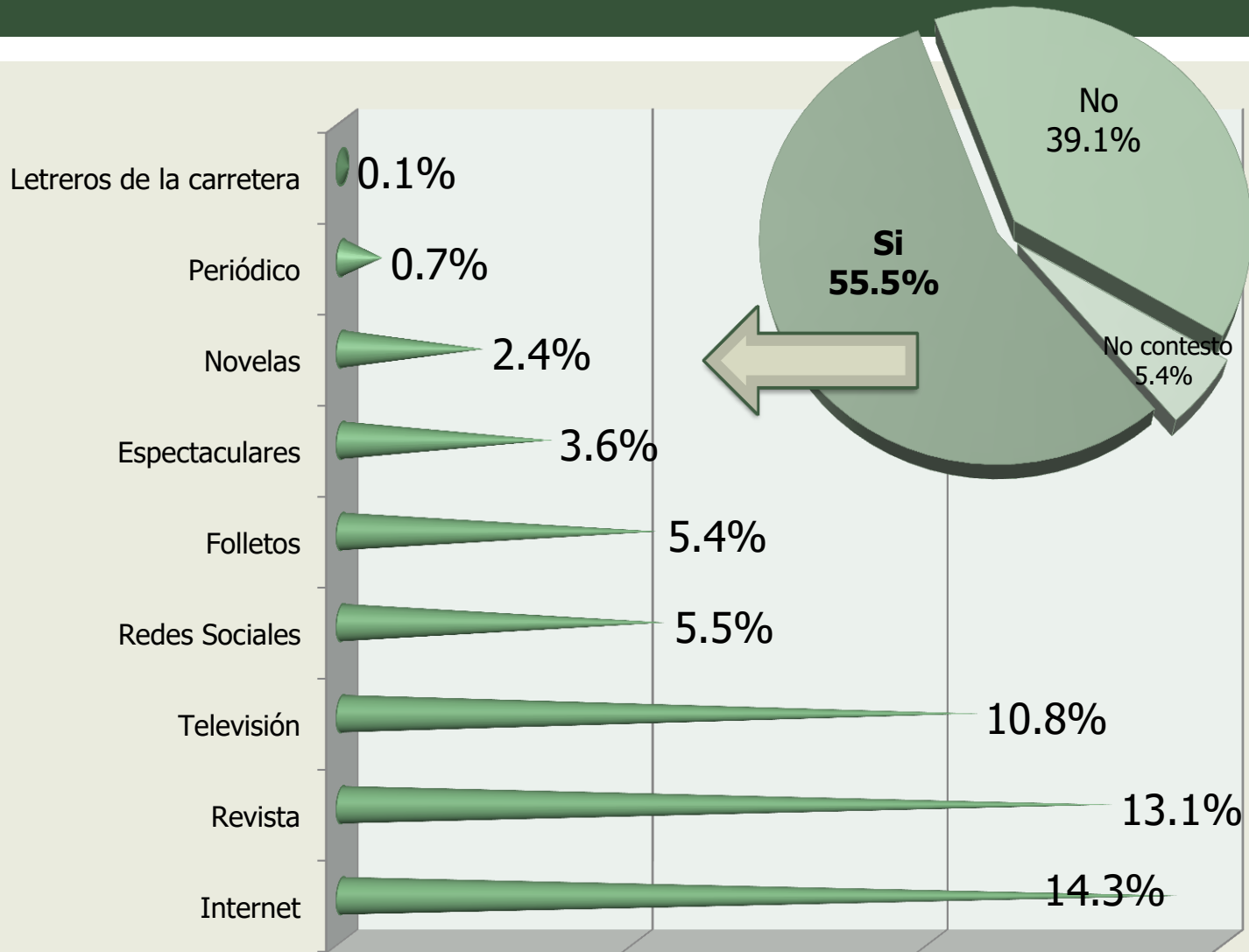
Medio de Comunicación	San Luis Potosí	Estado de México	Nuevo León	Tamaulipas	Jalisco	Querétaro	Guanajuato	Hidalgo	Ciudad de México	Coahuila	Puebla	Veracruz	Baja California	Aguascalientes	Michoacán	Zacatecas	Otro	Total
Familiares o amigos	6.6%	4.2%	1.8%	2.3%	0.8%	1.4%	1.3%	0.7%	0.9%	0.8%	0.3%	0.5%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	2.8%	↑ 25.3%
Internet	1.4%	2.1%	1.4%	0.7%	0.9%	0.4%	0.6%	0.5%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	1.5%	→ 10.6%
Redes Sociales	1.3%	1.3%	0.7%	0.6%	0.6%	0.4%	0.3%	0.2%	0.2%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	1.1%	↘ 6.9%
Folleto	0.7%	0.7%	0.5%	0.5%	0.3%	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.4%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.8%	↓ 4.6%
Televisión	1.2%	0.3%	0.4%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	↓ 3.0%
Revista	0.4%	0.7%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	↓ 2.6%
Agencias de Viajes	0.2%	0.6%	0.1%	0.2%	0.5%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.2%	↓ 2.4%
Periódico	0.3%	0.0%	0.2%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.3%	↓ 1.1%
Radio	0.3%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	↓ 0.7%
Espectaculares	0.1%	0.1%	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%	0.1%	0.0%	↑ 0.2%
Otro	0.0%	0.1%	0.1%	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%	0.1%	↓ 0.2%
No contesto	9.2%	6.9%	3.9%	4.0%	2.1%	2.2%	1.6%	1.3%	1.2%	1.1%	0.5%	0.7%	0.5%	0.5%	0.4%	0.4%	6.1%	42.4%
<b>Total</b>	<b>21.6%</b>	<b>17.1%</b>	<b>9.3%</b>	<b>8.8%</b>	<b>5.6%</b>	<b>4.8%</b>	<b>4.4%</b>	<b>2.9%</b>	<b>2.8%</b>	<b>2.5%</b>	<b>1.6%</b>	<b>1.4%</b>	<b>1.0%</b>	<b>0.9%</b>	<b>0.8%</b>	<b>0.8%</b>	<b>13.8%</b>	<b>100.0%</b>



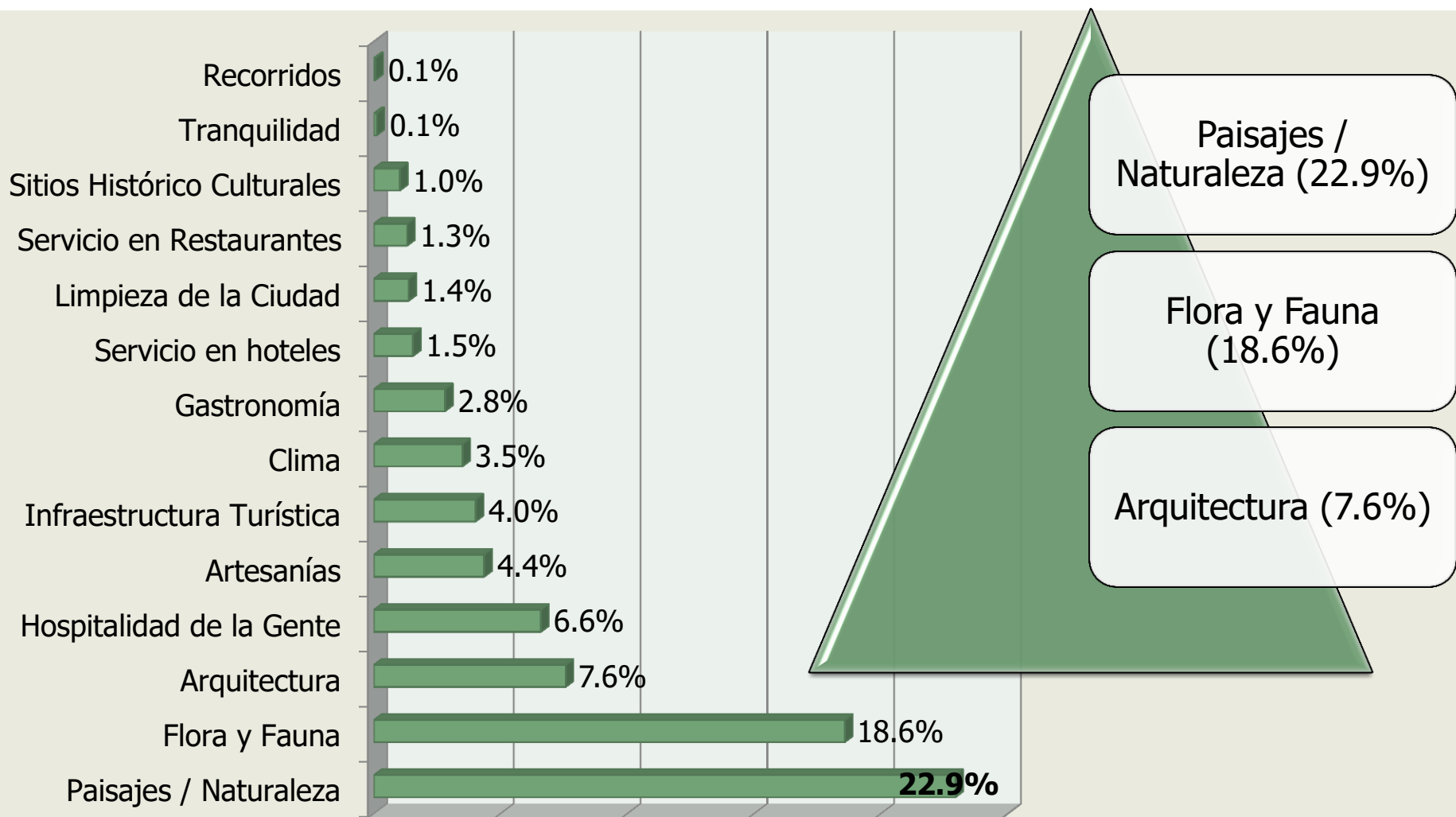
# CONTRATACIÓN DE ALGÚN OPERADOR DURANTE SU VISITA



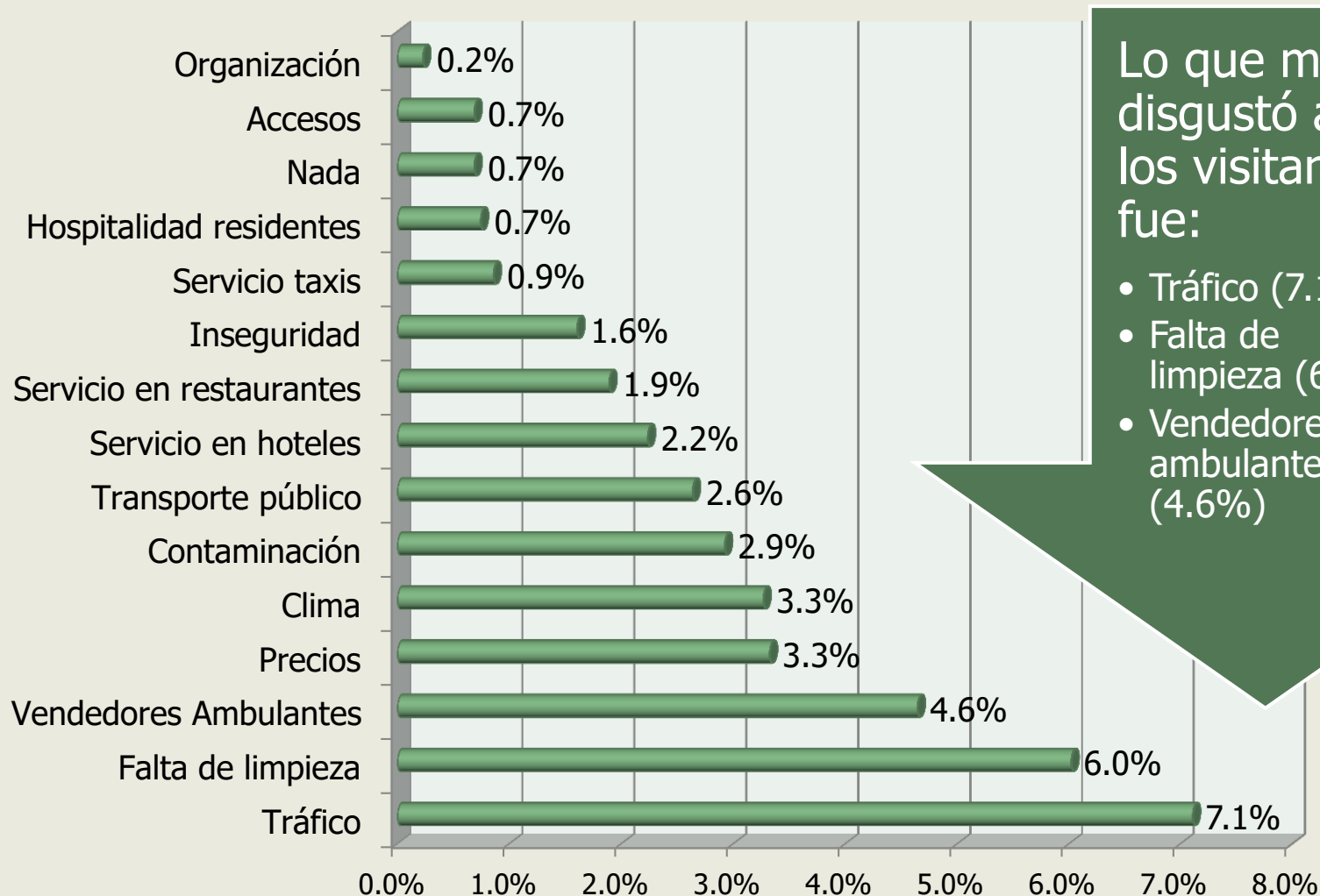
# RECORDACIÓN DE LA PUBLICIDAD "SAN LUIS POTOSÍ, UNA EMOCIÓN EN CADA REGIÓN..."



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



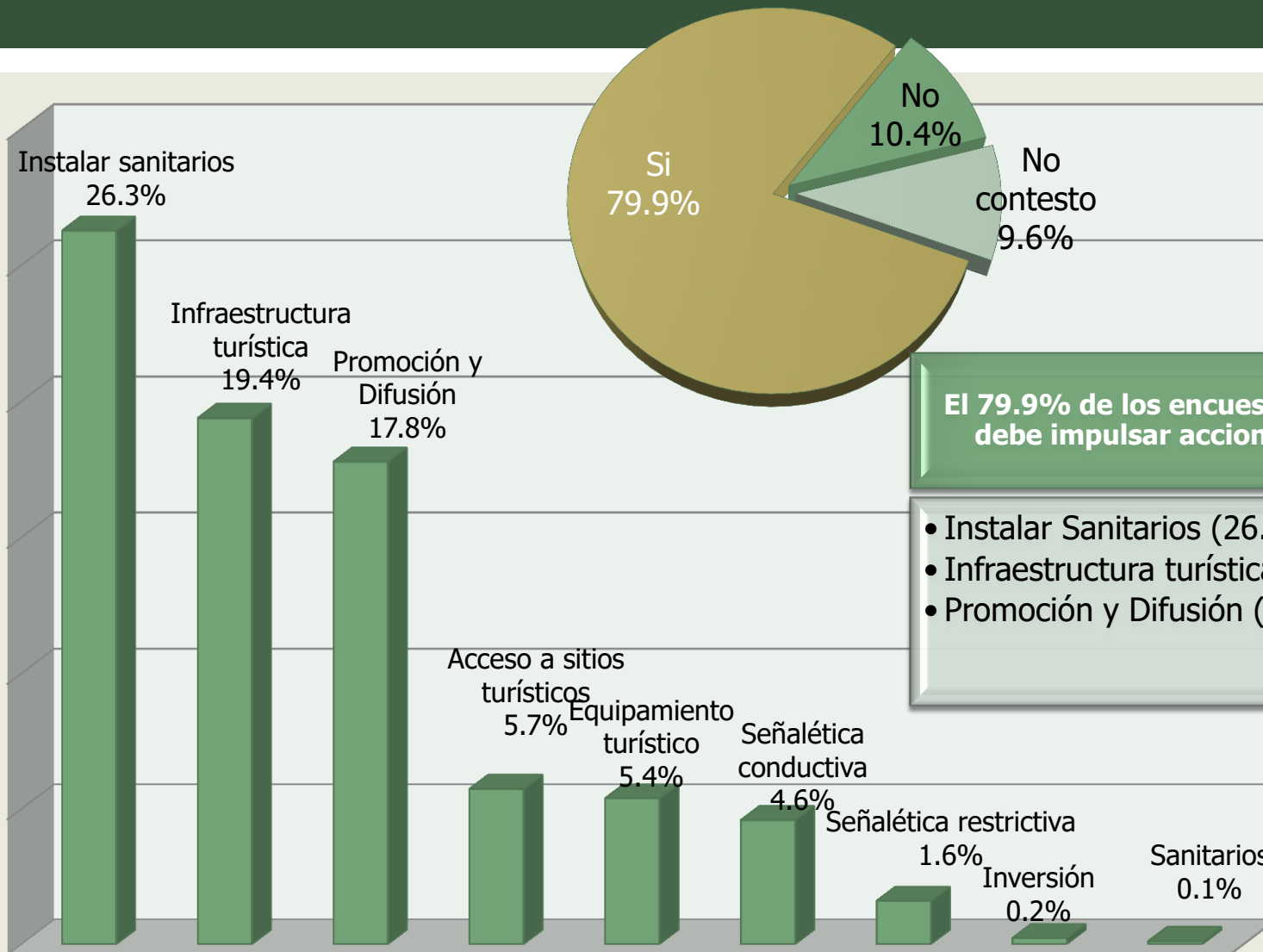
# LO QUE MÁS DISGUSTÓ A LOS VISITANTES DURANTE SU VISITA A LA REGIÓN



Lo que más disgustó a los visitantes fue:

- Tráfico (7.1%)
- Falta de limpieza (6.0%)
- Vendedores ambulantes (4.6%)

# OPINIÓN PARA IMPULSAR ACCIONES DE MEJORA EN LA REGIÓN



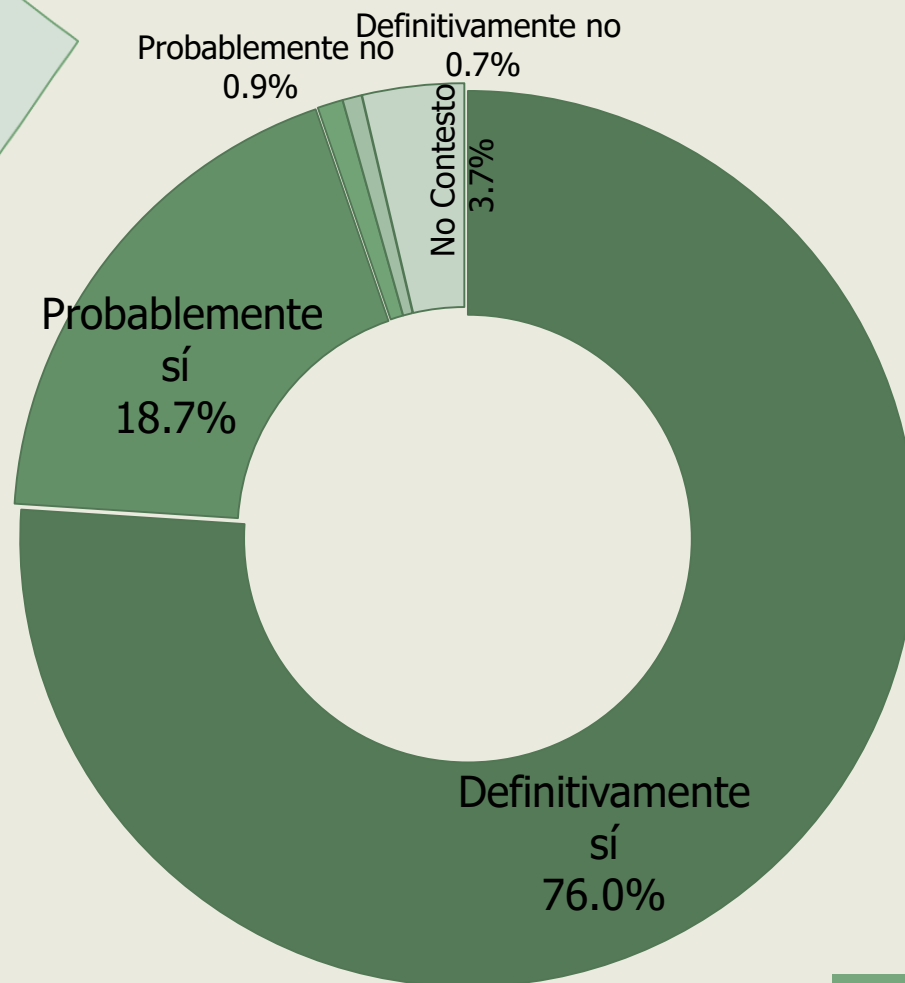
**El 79.9% de los encuestados opina que se debe impulsar acciones en el destino:**

- Instalar Sanitarios (26.3%).
- Infraestructura turística (19.4%).
- Promoción y Difusión (17.8%).

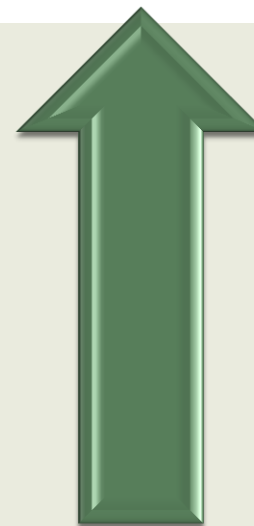
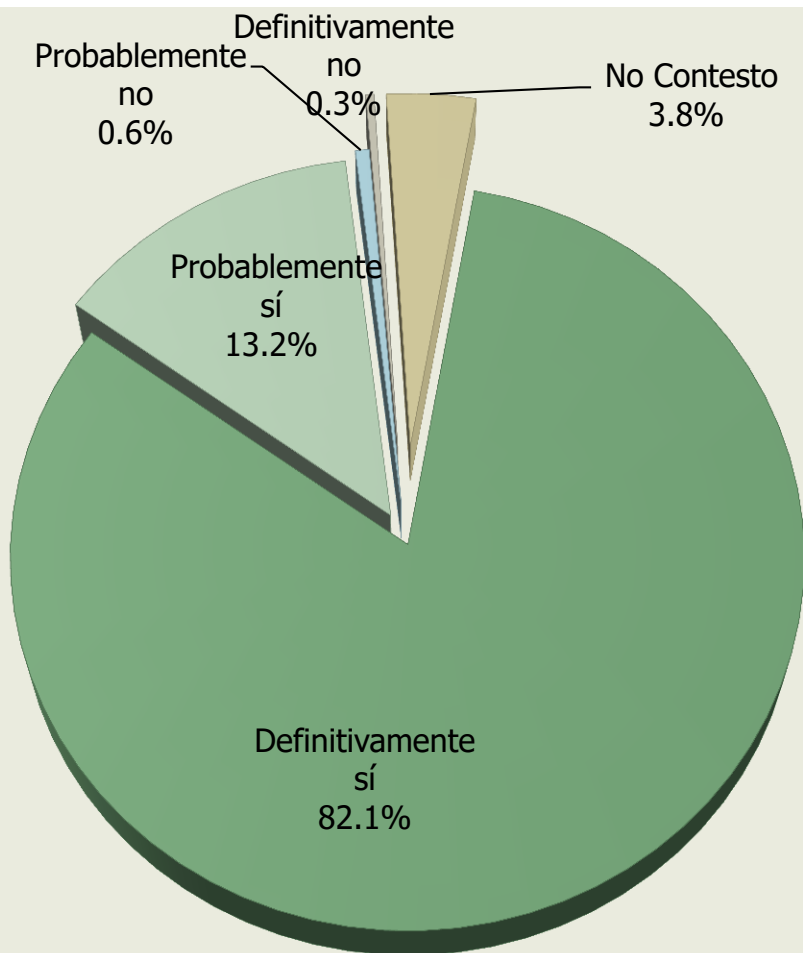
# OPINIÓN DE REGRESAR A SAN LUIS POTOSÍ

○ Solamente el 1.6% probablemente no ó definitivamente no regresaría.

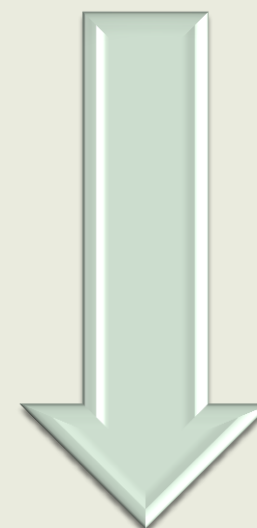
○ El 94.7% de los visitantes definitivamente o probablemente si regresaría a este destino.



# OPINIÓN DE RECOMENDAR A SAN LUIS POTOSÍ

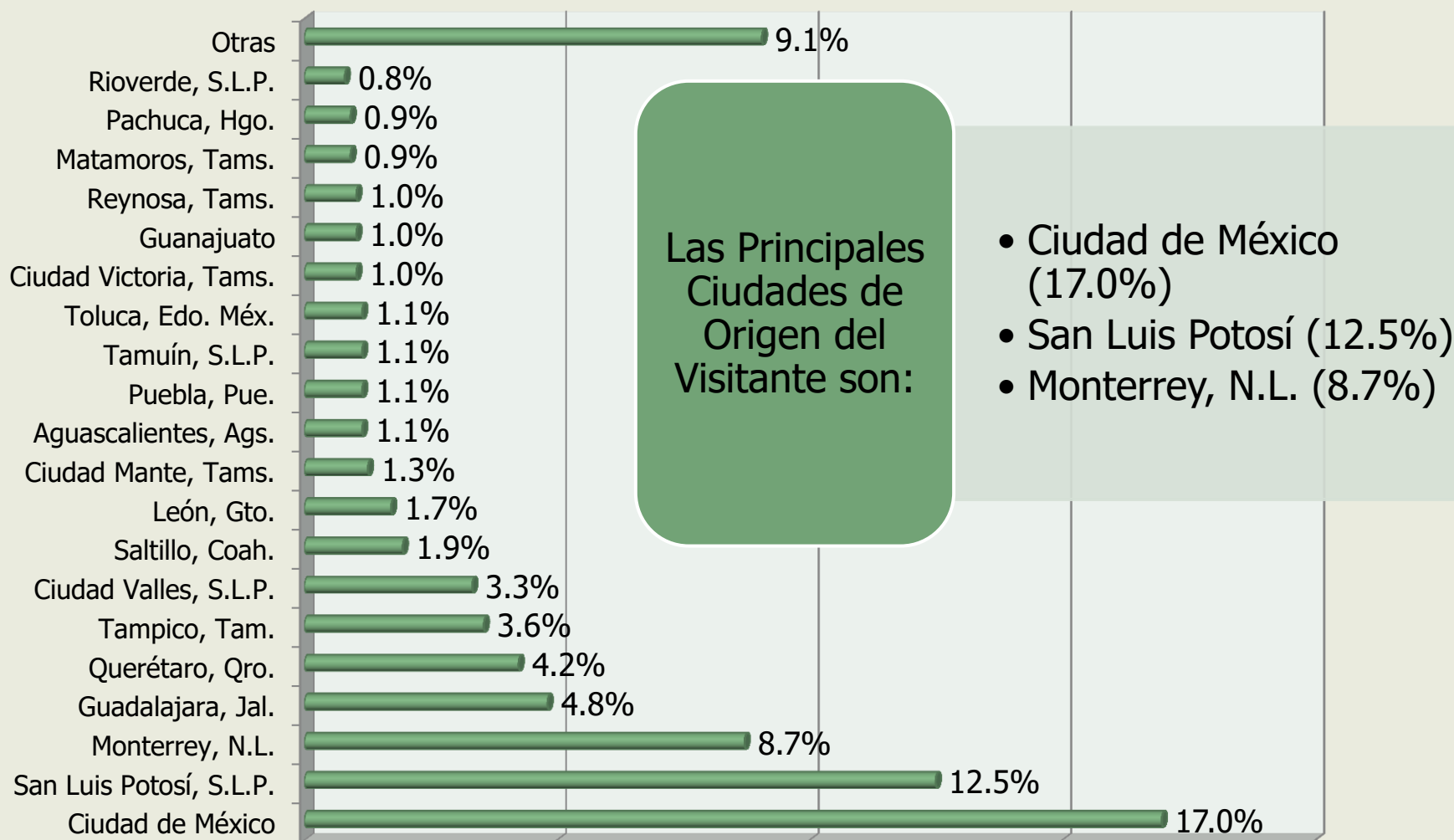


**El 95.3% de los visitantes definitivamente o probablemente sí Recomendaría el destino.**



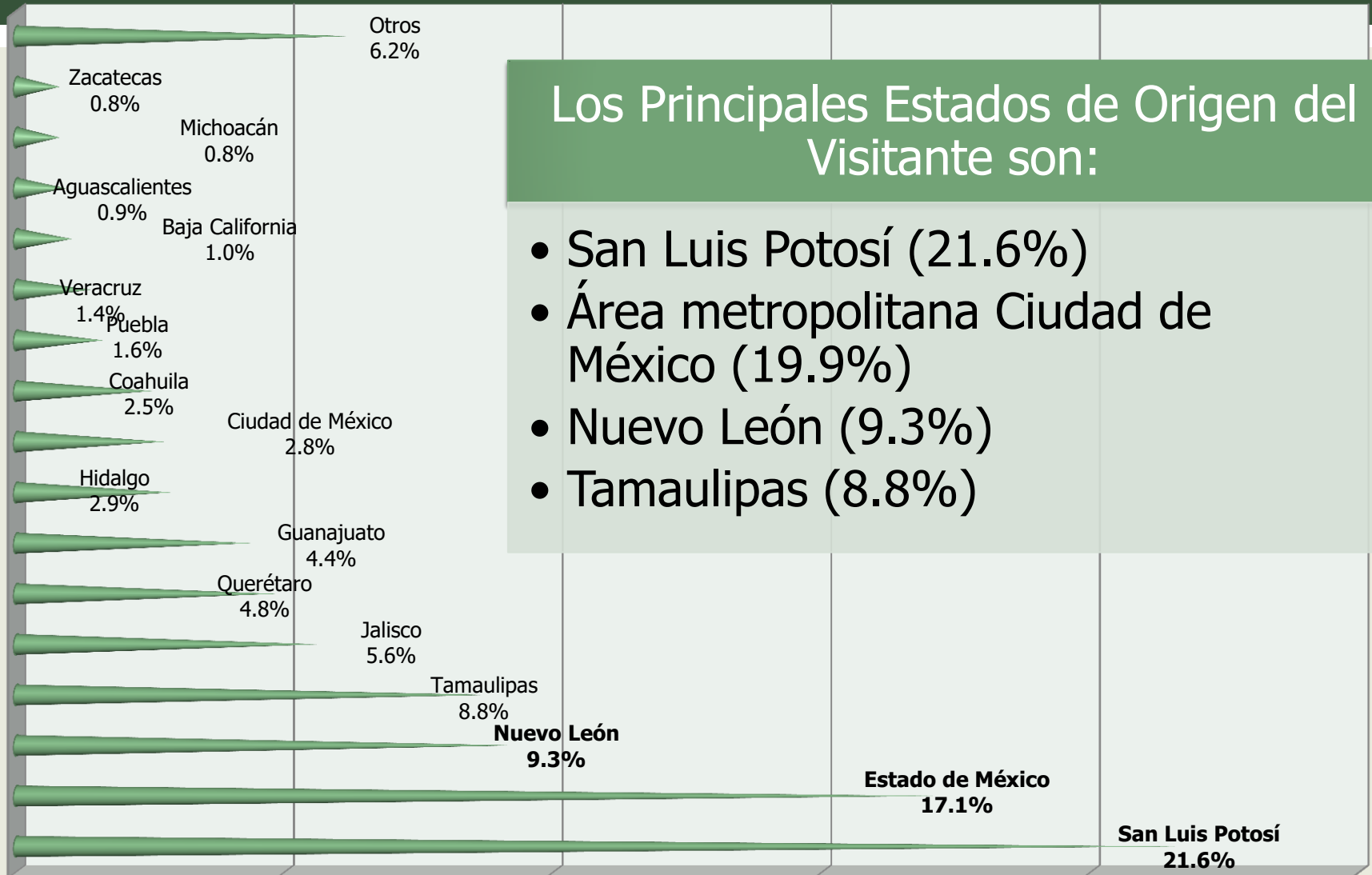
Solamente el 0.9% probablemente no ó definitivamente no recomendaría el destino.

# PRINCIPALES CIUDADES DE ORIGEN DEL VISITANTE





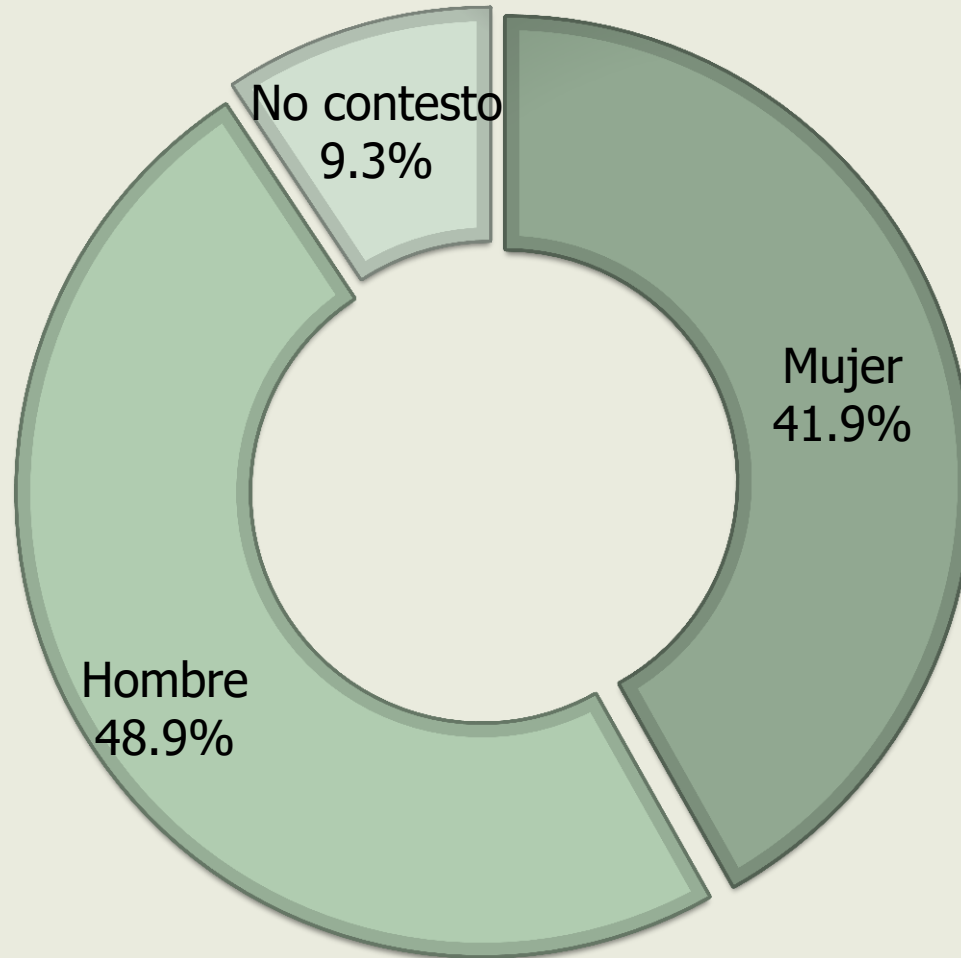
# PRINCIPALES ESTADOS DE ORIGEN DEL VISITANTE



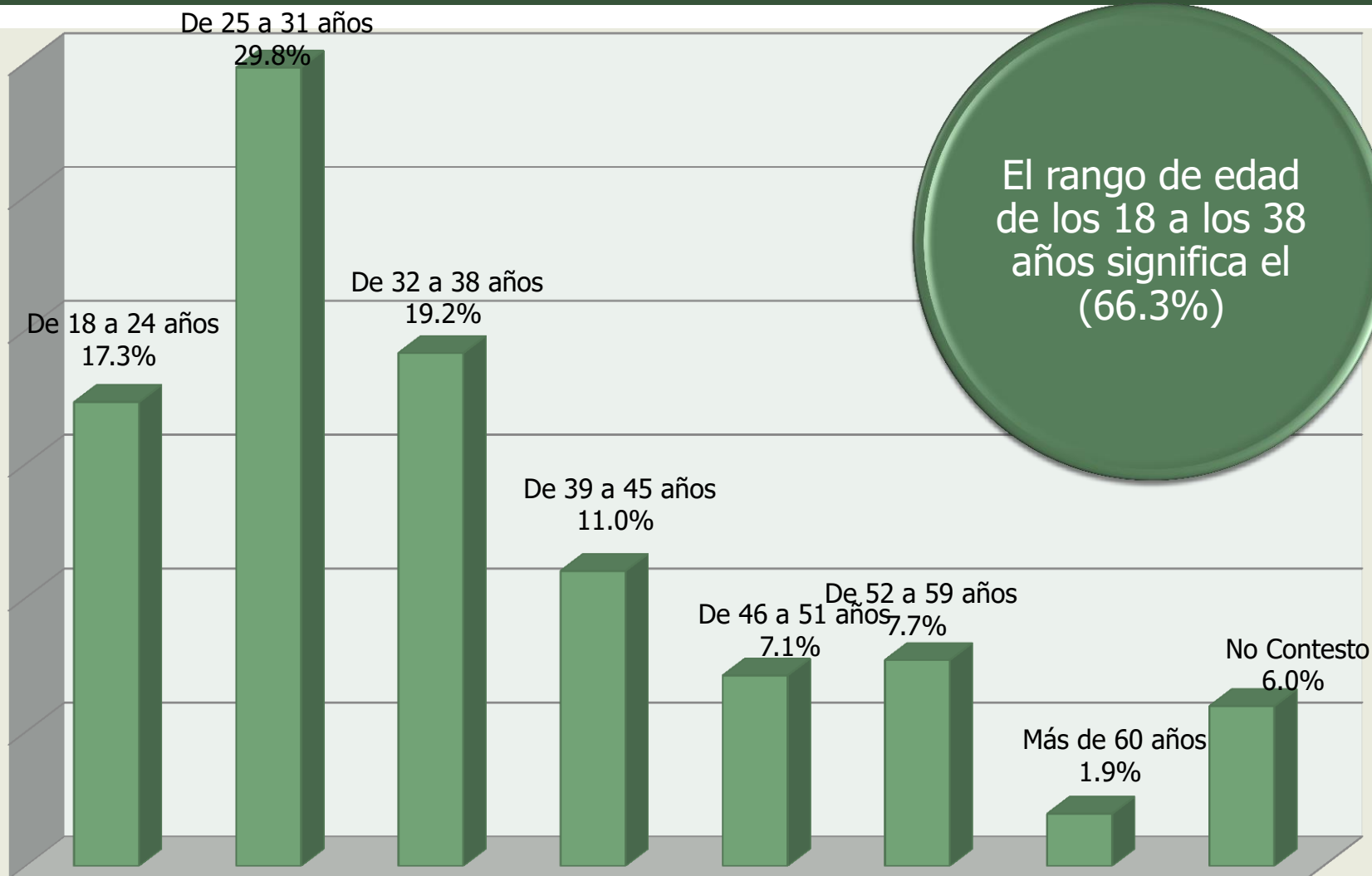
Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

- San Luis Potosí (21.6%)
- Área metropolitana Ciudad de México (19.9%)
- Nuevo León (9.3%)
- Tamaulipas (8.8%)

# SEXO DEL VISITANTE A LA REGIÓN



# RANGO DE EDAD DE LOS VISITANTES

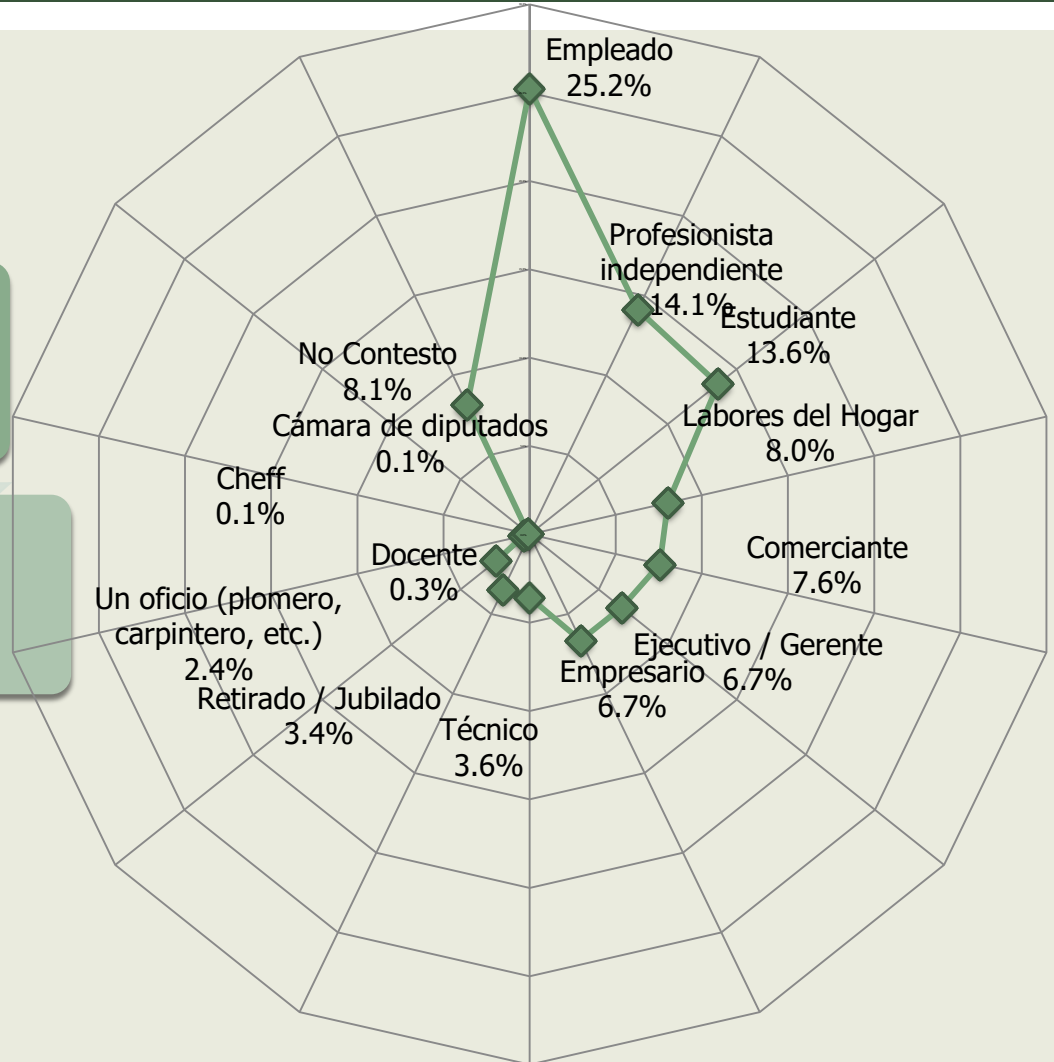


# OCUPACIÓN DEL VISITANTE A SAN LUIS POTOSÍ

Una importante parte de los visitantes son empleados (25.2%)

Otro segmento importante (14.1%) son Profesionistas Independientes

El 13.6% son estudiantes





# PERFIL DEL VISITANTE SEMANA SANTA 2016



Dirección de Planeación, Información y Análisis

**Huasteca  
Potosina**

**Resultados  
con  
Perspectiva de  
Género**



# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Lugar de Encuesta

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ciudad Valles	8.1%	11.4%	3.1%	<b>22.6%</b>
Xilitla	6.8%	9.7%	0.9%	<b>17.4%</b>
El Naranjo	5.7%	5.3%	0.6%	<b>11.6%</b>
Tamuín	4.4%	5.3%	1.9%	<b>11.6%</b>
Aquismón	4.2%	5.5%	1.5%	<b>11.2%</b>
Huehuetlán	4.0%	4.8%	0.5%	<b>9.3%</b>
Tamasopo	5.3%	3.3%	0.3%	<b>8.9%</b>
San Martín Chalchicuautla	3.3%	3.6%	0.5%	<b>7.3%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	25.8%	28.6%	5.4%	<b>59.7%</b>
Una vez al año	8.9%	11.1%	1.7%	<b>21.8%</b>
Dos veces al año	3.8%	4.1%	1.4%	<b>9.3%</b>
Tres o más veces al año	3.1%	5.0%	0.8%	<b>8.9%</b>
No contesto	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguna	11.0%	15.1%	2.9%	<b>29.0%</b>
Una noche	4.9%	4.9%	1.0%	<b>10.9%</b>
Dos noches	9.4%	10.8%	1.1%	<b>21.3%</b>
Tres noches	6.9%	7.1%	2.8%	<b>16.7%</b>
Cuatro noches	3.9%	4.4%	0.5%	<b>8.7%</b>
Cinco noches	2.3%	3.6%	0.6%	<b>6.4%</b>
Seis noches	1.5%	1.0%	0.2%	<b>2.8%</b>
Siete noches	1.4%	0.9%	0.0%	<b>2.3%</b>
Ocho noches	0.2%	0.6%	0.2%	<b>1.0%</b>
Nueve noches	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Diez noches	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Quince noches	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Lugar donde se esta hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	13.8%	17.1%	3.0%	<b>33.8%</b>
Familia / Amigos	15.7%	18.2%	3.8%	<b>37.7%</b>
Acampará	7.0%	8.4%	1.4%	<b>16.7%</b>
No contesto	5.4%	5.2%	1.1%	<b>11.7%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

**Nombre Hotel donde Hospeda**

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Misión Ciudad Valles - Ciudad Valles	0.3%	1.3%	0.1%	<b>1.7%</b>
Hotel Valles - Ciudad Valles	0.7%	0.9%	0.0%	<b>1.6%</b>
Sierra Huasteca Inn - Ciudad Valles	0.8%	0.5%	0.2%	<b>1.5%</b>
Hotel Dolores - Xilitla	0.7%	0.5%	0.1%	<b>1.3%</b>
Hotel Spa Taninul - Tamuín	0.7%	0.3%	0.0%	<b>1.0%</b>
Hotel Guzmán - Xilitla	0.2%	0.7%	0.1%	<b>1.0%</b>
Hotel La Mansión - Aquismón	0.3%	0.6%	0.0%	<b>0.9%</b>
Hotel Quinta Mar - Ciudad Valles	0.3%	0.3%	0.1%	<b>0.8%</b>
Hotel Los Arcos - Ciudad Valles	0.1%	0.2%	0.2%	<b>0.6%</b>
Hotel Vergel Huasteco - Tancanhuitz	0.2%	0.2%	0.1%	<b>0.6%</b>
Hostal de Café - Xilitla	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.6%</b>
Hotel San Fernando - Ciudad Valles	0.1%	0.1%	0.2%	<b>0.5%</b>
Hotel Villa Guerrero - Tamuín	0.2%	0.0%	0.2%	<b>0.5%</b>
Hotel Aurora - Xilitla	0.1%	0.3%	0.0%	<b>0.5%</b>
Hotel Melania Pizaño - Ciudad Valles	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Hotel Huasteca Inn - Matlapa	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Posada James Xilitla - Xilitla	0.2%	0.1%	0.0%	<b>0.3%</b>
Hotel Cosmos - Tamasopo	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Hotel Piña - Ciudad Valles	0.0%	0.2%	0.1%	<b>0.3%</b>
Hotel Rex - Ciudad Valles	0.1%	0.1%	0.1%	<b>0.3%</b>
Hotel San Carlos - Ciudad Valles	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Hotel Ziyaquetzas - Xilitla	0.2%	0.1%	0.0%	<b>0.3%</b>
Holte Elite - Ciudad Valles	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Aldea Huasteca - Ciudad Valles	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Campestre Tamsaqua - Tamasopo	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Riviera - Ciudad Valles	0.1%	0.0%	0.1%	<b>0.2%</b>

**Nombre Hotel donde Hospeda**

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Del Valle - El Naranjo	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Paraíso Encantado - Xilitla	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Saja - Ciudad Valles	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel San Ignacio - Xilitla	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hotel Paraíso Escondido - El Naranjo	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Hotel Real Tamasopo - Tamasopo	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Posada El Castillo - Xilitla	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Hotel Vista Verde - Axtla de Terrazas	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Coy Parque Acuático Hotel - Ciudad Valles	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Hotel Estancia Rheal - Ciudad Valles	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Hotel Plaza Jaconá - Ciudad Valles	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Hotel Campo Real - Ebano	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Hotel Villa Ascensión - Tamasopo	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Hotel Rivera Inn - Tamazunchale	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Hotel Tamazunchale - Tamazunchale	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Hotel Tamuín - Tamuín	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Hotel Tantok - Tamuín	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Los Arcos Express - Ciudad Valles	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Hotel Villa Azul - Ciudad Valles	0.0%	0.0%	0.1%	<b>0.1%</b>
Hotel San Francisco - Matlapa	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Casa de Huéspedes la Fortuna - Ciudad Valles	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Hotel Ebano - Ebano	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Villa del Sol	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
No contesto	33.3%	39.6%	7.3%	<b>80.2%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>



# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	1.3%	3.0%	0.1%	<b>4.4%</b>
Pareja	9.1%	11.7%	2.4%	<b>23.2%</b>
Familia	21.9%	25.2%	5.4%	<b>52.5%</b>
Amistades	5.7%	6.9%	1.3%	<b>13.9%</b>
Agrupación	2.9%	1.6%	0.0%	<b>4.5%</b>
No contesto	1.0%	0.5%	0.1%	<b>1.6%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	32.0%	38.0%	8.3%	<b>78.2%</b>
Autobús de línea	4.8%	5.2%	0.8%	<b>10.8%</b>
Autobús rentado	4.0%	2.8%	0.1%	<b>6.9%</b>
Avión	0.1%	0.6%	0.0%	<b>0.7%</b>
No contestó	0.9%	2.4%	0.1%	<b>3.4%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Uno	2.1%	3.4%	0.3%	<b>5.8%</b>
Dos	8.5%	12.0%	2.2%	<b>22.7%</b>
Tres	4.0%	5.3%	1.6%	<b>10.9%</b>
Cuatro	6.0%	6.1%	0.7%	<b>12.7%</b>
Cinco	3.7%	4.8%	1.3%	<b>9.7%</b>
Seis	2.5%	3.9%	0.2%	<b>6.7%</b>
Siete	1.0%	1.5%	0.3%	<b>2.9%</b>
Ocho	1.4%	1.3%	0.1%	<b>2.8%</b>
Nueve	1.3%	0.9%	0.1%	<b>2.3%</b>
Diez	0.8%	1.6%	0.1%	<b>2.5%</b>
Once	0.6%	0.3%	0.1%	<b>1.0%</b>
Doce	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.1%</b>
Trece	0.3%	0.0%	0.3%	<b>0.7%</b>
Catorce	0.3%	0.2%	0.1%	<b>0.7%</b>
Quince	1.3%	0.3%	0.2%	<b>1.8%</b>
Dieciséis	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Diecisiete	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Dieciocho	0.0%	0.0%	0.1%	<b>0.1%</b>
Diecinueve	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
Veinte	0.2%	0.1%	0.1%	<b>0.5%</b>
Veintitrés	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Veinticinco	0.2%	0.1%	0.0%	<b>0.3%</b>
Veintiséis	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Treinta	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Treinta y cuatro	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Treinta y ocho	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Cuarenta	0.6%	0.1%	0.0%	<b>0.7%</b>
Cuarenta y dos	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Cuarenta y tres	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Cuarenta y cuatro	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Cuarenta y cinco	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.7%</b>
Cuarenta y seis	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Cuarenta y ocho	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Cincuenta	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Noventa y dos	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
No contesto	4.9%	4.8%	1.3%	<b>11.0%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
300 a 400 pesos	7.3%	9.3%	2.1%	<b>18.7%</b>
401 a 550 pesos	3.3%	4.2%	0.8%	<b>8.4%</b>
551 a 700 pesos	2.2%	3.6%	0.3%	<b>6.1%</b>
701 a 850 pesos	2.9%	1.7%	0.3%	<b>4.9%</b>
851 a 999 pesos	1.5%	1.4%	0.5%	<b>3.3%</b>
Más de 1,000 pesos	2.8%	4.5%	0.6%	<b>7.8%</b>
No contesto	21.9%	24.2%	4.7%	<b>50.8%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	10.4%	10.7%	2.4%	<b>23.5%</b>
De 201 a 250 pesos	2.3%	3.3%	0.5%	<b>6.1%</b>
De 251 a 300 pesos	3.2%	3.3%	0.5%	<b>7.0%</b>
De 301 a 400 pesos	1.7%	1.3%	0.5%	<b>3.4%</b>
De 401 a 500 pesos	1.1%	0.7%	0.2%	<b>2.1%</b>
Más de 500 pesos	1.4%	1.7%	0.2%	<b>3.3%</b>
No contesto	21.7%	27.9%	5.0%	<b>54.6%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	10.1%	12.3%	2.6%	<b>25.0%</b>
De 201 a 250 pesos	5.8%	7.5%	0.9%	<b>14.2%</b>
De 251 a 300 pesos	3.7%	4.4%	1.1%	<b>9.2%</b>
De 301 a 400 pesos	1.0%	2.3%	0.5%	<b>3.8%</b>
De 401 a 500 pesos	1.7%	1.6%	0.3%	<b>3.7%</b>
Más de 500 pesos	3.4%	3.6%	0.7%	<b>7.7%</b>
No contesto	16.1%	17.3%	3.1%	<b>36.5%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	4.9%	5.2%	0.9%	<b>11.0%</b>
De 201 a 250 pesos	1.6%	1.3%	0.2%	<b>3.1%</b>
De 251 a 300 pesos	1.1%	1.3%	0.0%	<b>2.4%</b>
De 301 a 400 pesos	0.8%	0.5%	0.2%	<b>1.5%</b>
De 401 a 500 pesos	0.6%	0.8%	0.2%	<b>1.6%</b>
Más de 500 pesos	1.1%	1.5%	0.1%	<b>2.8%</b>
No contesto	31.7%	38.4%	7.6%	<b>77.6%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	10.4%	11.8%	2.3%	<b>24.5%</b>
De 201 a 250 pesos	5.4%	6.2%	1.5%	<b>13.1%</b>
De 251 a 300 pesos	4.7%	6.9%	0.7%	<b>12.3%</b>
De 301 a 400 pesos	3.8%	3.1%	0.7%	<b>7.6%</b>
De 401 a 500 pesos	2.4%	2.1%	0.6%	<b>5.0%</b>
Más de 500 pesos	4.4%	6.2%	0.8%	<b>11.4%</b>
No contesto	10.8%	12.6%	2.8%	<b>26.1%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	5.3%	5.2%	0.8%	<b>11.2%</b>
De 201 a 250 pesos	1.3%	3.1%	0.6%	<b>4.9%</b>
De 251 a 300 pesos	2.8%	3.9%	0.6%	<b>7.2%</b>
De 301 a 400 pesos	1.8%	2.8%	0.8%	<b>5.4%</b>
De 401 a 500 pesos	3.2%	3.6%	0.5%	<b>7.2%</b>
Más de 500 pesos	9.3%	10.9%	2.4%	<b>22.6%</b>
No contesto	18.2%	19.5%	3.7%	<b>41.4%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Vacaciones	6.9%	8.4%	1.6%	<b>16.9%</b>
Turismo de Aventura	3.6%	4.2%	0.9%	<b>8.8%</b>
Visita a familiares	2.9%	2.9%	0.6%	<b>6.5%</b>
Ecoturismo	1.9%	2.6%	0.2%	<b>4.7%</b>
Naturaleza	1.6%	2.1%	0.3%	<b>4.1%</b>
Cultural	1.5%	1.8%	0.3%	<b>3.7%</b>
Compra artesanías	0.6%	0.4%	0.2%	<b>1.2%</b>
Religioso	0.5%	0.4%	0.0%	<b>1.0%</b>
Salud	0.1%	0.6%	0.1%	<b>0.8%</b>
Negocios	0.2%	0.4%	0.0%	<b>0.6%</b>
Conocer la Huasteca Potosina	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Deportivo	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Gastronómico	0.0%	0.1%	0.1%	<b>0.2%</b>
Otro	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
No Contesto	21.4%	24.7%	4.8%	<b>50.9%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguno	1.5%	2.4%	0.2%	<b>4.1%</b>
Chiapas	1.5%	2.4%	0.3%	<b>4.2%</b>
Tamasopo, S.L.P.	0.9%	1.0%	0.0%	<b>1.9%</b>
Micos, Ciudad Valles, S.L.P.	0.9%	0.7%	0.0%	<b>1.7%</b>
Veracruz	0.7%	0.7%	0.2%	<b>1.7%</b>
Cancún, Q. Roo	0.4%	0.3%	0.0%	<b>0.7%</b>
Oaxaca	0.2%	0.5%	0.0%	<b>0.7%</b>
Tajín, Ver.	0.3%	0.2%	0.2%	<b>0.7%</b>
Xilitla, S.L.P.	0.3%	0.2%	0.1%	<b>0.6%</b>
Tamul, S.L.P.	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.6%</b>
Cuernavaca, Mor.	0.4%	0.1%	0.1%	<b>0.6%</b>
Teotihuacán, Edo. Méx.	0.1%	0.3%	0.1%	<b>0.5%</b>
Acapulco, Gro.	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Valle de Bravo, Edo. Méx.	0.3%	0.1%	0.1%	<b>0.4%</b>
Huatulco, Oax.	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Grutas de Tolantongo, Hgo.	0.2%	0.1%	0.1%	<b>0.3%</b>
Michoacán	0.2%	0.1%	0.1%	<b>0.3%</b>
Guachimontones, Jal.	0.2%	0.1%	0.0%	<b>0.3%</b>
Monte Albán, Oax.	0.2%	0.1%	0.1%	<b>0.3%</b>
Monterrey, N. León	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
San Luis Potosí	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Media Luna, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.1%	<b>0.2%</b>
Hidalgo	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Tabasco	0.1%	0.1%	0.1%	<b>0.2%</b>
Cataratas del Niagara	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>

## Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Sótano de las Golondrinas, S.L.P.	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Guanajuato	0.1%	0.1%	0.1%	<b>0.2%</b>
Minas Viejas, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Morelos	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Huasteca	0.0%	0.1%	0.1%	<b>0.2%</b>
Tamohí, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Mérida, Yuc.	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Yucatán	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Parque Michoacán	0.1%	0.0%	0.1%	<b>0.1%</b>
El Naranjo, S.L.P.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Cascadas Agua Azul, Chis.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Puebla	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Tulum, Q. Roo	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Mazamitla, Jal.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Pachuca, Hgo.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Parque Ecoturístico Troncones, Tam.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Cascadas de El Chiflón, Chis.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Parras de la Fuente, Coah.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Guayabitos, Nay.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Nacimiento del Mante, Tams.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Nayarit	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Morelia	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Tailandia	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
El Cielo - Gómez Farías, Tams.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
El Cañón de la Virgen, N. León	0.0%	0.0%	0.1%	<b>0.1%</b>
No Contesto	31.3%	37.1%	7.6%	<b>75.9%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Razones de Comparación con la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Naturaleza	1.6%	1.7%	0.3%	<b>3.6%</b>
Cascadas	2.1%	1.2%	0.1%	<b>3.4%</b>
vegetación	0.7%	1.0%	0.1%	<b>1.8%</b>
Ríos	0.6%	0.6%	0.2%	<b>1.4%</b>
infraestructura	0.6%	0.4%	0.1%	<b>1.1%</b>
Cultura	0.1%	0.7%	0.2%	<b>1.0%</b>
Paisajes	0.2%	0.5%	0.1%	<b>0.8%</b>
Clima	0.2%	0.5%	0.1%	<b>0.7%</b>
ecoturismo	0.1%	0.4%	0.0%	<b>0.5%</b>
Cenotes	0.3%	0.1%	0.1%	<b>0.4%</b>
Ecosistemas	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Seguridad	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Aventura	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
hospitalidad	0.2%	0.0%	0.1%	<b>0.2%</b>
Cola De Caballo	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
grutas	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Gastronomía	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Fauna	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Acceso	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Ambiente	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
No contesto	34.5%	41.1%	8.1%	<b>83.7%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Actividades que podrían desarrollarse

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tirolesa	3.9%	2.5%	0.5%	<b>6.9%</b>
Senderismo	2.6%	3.2%	0.2%	<b>6.1%</b>
Rapel	2.2%	2.2%	0.1%	<b>4.5%</b>
Culturales	1.0%	0.9%	0.1%	<b>2.1%</b>
Cabalgatas	1.1%	0.6%	0.3%	<b>2.1%</b>
Ciclismo	0.8%	1.3%	0.2%	<b>2.3%</b>
Campismo	1.3%	1.1%	0.5%	<b>2.9%</b>
Buceo	0.8%	1.1%	0.1%	<b>2.1%</b>
Tours	0.7%	1.0%	0.1%	<b>1.8%</b>
kayak	0.2%	0.9%	0.0%	<b>1.1%</b>
Deporte Extremo	0.5%	0.7%	0.1%	<b>1.3%</b>
Remar	0.7%	0.9%	0.1%	<b>1.7%</b>
Motocrós	0.6%	0.5%	0.1%	<b>1.1%</b>
Cuentos	0.6%	0.8%	0.2%	<b>1.6%</b>
Ecoturismo	0.6%	1.0%	0.1%	<b>1.7%</b>
Nadar	0.2%	0.6%	0.0%	<b>0.8%</b>
turismo rural	0.5%	0.6%	0.1%	<b>1.1%</b>
Toboganes	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Gastronomía	0.3%	0.2%	0.2%	<b>0.8%</b>
diversos deportes	0.5%	0.5%	0.0%	<b>0.9%</b>
Mercado de artesanías	0.5%	0.3%	0.2%	<b>1.0%</b>
Centros comerciales	0.5%	0.3%	0.1%	<b>0.9%</b>
Restaurant	0.0%	0.6%	0.0%	<b>0.6%</b>
Escalada	0.3%	0.0%	0.1%	<b>0.5%</b>
Eventos	0.1%	0.3%	0.1%	<b>0.6%</b>

## Actividades que podrían desarrollarse

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Turismo de aventura	0.2%	0.3%	0.1%	<b>0.7%</b>
recreación	0.2%	0.2%	0.1%	<b>0.6%</b>
Pesca	0.2%	0.3%	0.0%	<b>0.6%</b>
Turismo sustentable	0.1%	0.6%	0.0%	<b>0.7%</b>
Grupos musicales	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
artesanías	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Cabañas	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Mirador	0.1%	0.2%	0.1%	<b>0.5%</b>
gotcha	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Antros	0.1%	0.1%	0.1%	<b>0.3%</b>
Parque recreativo	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Paracaidismo	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Vigilancia	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
Talleres	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
salto de cascada	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
Red 4G	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Arrancones	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Espeleología	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
Transportes	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
museos	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
no contesto	19.4%	23.4%	5.0%	<b>47.8%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Opinión para Mejorar la Actividad Turística

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Carreteras	1.7%	2.3%	0.6%	<b>4.6%</b>
Infraestructura	1.0%	2.4%	0.3%	<b>3.7%</b>
Señalética turística	1.4%	1.2%	0.2%	<b>2.8%</b>
Baños	1.4%	1.0%	0.3%	<b>2.7%</b>
Promoción	1.1%	1.1%	0.3%	<b>2.5%</b>
Hoteles	1.1%	1.1%	0.1%	<b>2.3%</b>
Restaurantes	0.9%	0.8%	0.3%	<b>1.9%</b>
Palapas	0.7%	0.8%	0.2%	<b>1.7%</b>
Difusión	0.9%	0.6%	0.1%	<b>1.5%</b>
Limpieza	0.6%	0.6%	0.1%	<b>1.4%</b>
Mejores accesos	0.4%	0.6%	0.1%	<b>1.1%</b>
Organización	0.7%	0.3%	0.1%	<b>1.1%</b>
Estacionamiento	0.2%	0.8%	0.1%	<b>1.1%</b>
Botes de basura	0.6%	0.5%	0.0%	<b>1.0%</b>
Elevador	0.6%	0.3%	0.1%	<b>1.0%</b>
Medios de transporte	0.4%	0.5%	0.0%	<b>0.9%</b>
Seguridad	0.2%	0.6%	0.1%	<b>0.8%</b>
Red 4G de telefonía	0.5%	0.2%	0.1%	<b>0.7%</b>
Fomento de la cultura de la región	0.2%	0.3%	0.0%	<b>0.6%</b>
Gastronomía	0.3%	0.2%	0.1%	<b>0.6%</b>
Vigilancia	0.2%	0.3%	0.0%	<b>0.5%</b>
Ambiente	0.2%	0.2%	0.1%	<b>0.5%</b>
Buceo	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Cabañas	0.1%	0.3%	0.0%	<b>0.4%</b>
Vegetación	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Asadores	0.1%	0.1%	0.1%	<b>0.3%</b>

## Opinión para Mejorar la Actividad Turística

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tirolesa	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Espacio	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Recreación	0.1%	0.2%	0.1%	<b>0.3%</b>
Transporte	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Museo	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Salvavidas	0.0%	0.2%	0.1%	<b>0.2%</b>
Economía	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Bunge	0.2%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Farmacias	0.1%	0.1%	0.1%	<b>0.2%</b>
Mantenimiento	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Teleférico	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Coordinación	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Cabalgata	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Albergas	0.1%	0.0%	0.1%	<b>0.2%</b>
Comedores	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Cinemas	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Aeropuerto	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Bancos	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Agua termal	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Rappel	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Deportes	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Información Turística	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Espacios culturales	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Otro	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
No contestó	24.0%	29.1%	5.9%	<b>59.1%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Medio por el que se enteró o conoce región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Familiares o amigos	11.4%	11.6%	2.3%	<b>25.3%</b>
Internet	4.2%	5.2%	1.1%	<b>10.6%</b>
Redes Sociales	2.8%	3.7%	0.5%	<b>6.9%</b>
Folleto	1.7%	2.4%	0.6%	<b>4.6%</b>
Televisión	1.5%	1.4%	0.1%	<b>3.0%</b>
Revista	1.0%	1.4%	0.2%	<b>2.6%</b>
Agencias de Viajes	0.8%	1.4%	0.2%	<b>2.4%</b>
Periódico	0.6%	0.5%	0.1%	<b>1.1%</b>
Radio	0.4%	0.3%	0.0%	<b>0.7%</b>
Espectaculares	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Otro	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
No contesto	17.4%	20.8%	4.2%	<b>42.4%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Viajo a través de algún Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	3.8%	3.1%	0.5%	<b>7.3%</b>
No	36.1%	43.8%	7.7%	<b>87.6%</b>
No contesto	1.9%	1.9%	1.1%	<b>5.0%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Nombre del Agencia u Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Renta Exprés	0.8%	0.6%	0.1%	<b>1.5%</b>
Tony tours	0.3%	0.6%	0.1%	<b>1.0%</b>
Clemente línea tours	0.5%	0.2%	0.0%	<b>0.7%</b>
Ruta huasteca	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Descubre	0.1%	0.1%	0.1%	<b>0.3%</b>
Viajes Rangel, D.F.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Turismo Angeles	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Azul maya	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
No contexto	39.4%	47.1%	8.9%	<b>95.5%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>



# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Recordación de Publicidad con Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	24.3%	26.8%	4.4%	<b>55.5%</b>
No	16.4%	20.4%	2.3%	<b>39.1%</b>
No contesto	1.1%	1.6%	2.6%	<b>5.4%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Lugar de Recordación de la Publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	6.0%	7.2%	1.1%	<b>14.3%</b>
Revista	5.8%	5.6%	1.6%	<b>13.1%</b>
Televisión	4.8%	5.2%	0.8%	<b>10.8%</b>
Redes Sociales	2.2%	3.2%	0.1%	<b>5.5%</b>
Folletos	2.4%	2.8%	0.2%	<b>5.4%</b>
Espectaculares	1.6%	1.5%	0.5%	<b>3.6%</b>
Novelas	1.3%	1.1%	0.0%	<b>2.4%</b>
Periódico	0.2%	0.5%	0.0%	<b>0.7%</b>
Letreros de la carretera	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
No contesto	17.4%	21.8%	4.9%	<b>44.2%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Lo que más le gustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Paisajes / Naturaleza	10.6%	10.7%	1.6%	<b>22.9%</b>
Flora y Fauna	7.7%	9.6%	1.3%	<b>18.6%</b>
Arquitectura	2.7%	4.5%	0.4%	<b>7.6%</b>
Hospitalidad de la Gente	2.3%	4.0%	0.3%	<b>6.6%</b>
Artesanías	2.1%	2.0%	0.3%	<b>4.4%</b>
Infraestructura Turística	1.7%	1.9%	0.4%	<b>4.0%</b>
Clima	1.5%	1.8%	0.1%	<b>3.5%</b>
Gastronomía	1.1%	1.5%	0.1%	<b>2.8%</b>
Servicio en hoteles	0.9%	0.6%	0.1%	<b>1.5%</b>
Limpieza de la Ciudad	0.7%	0.6%	0.1%	<b>1.4%</b>
Servicio en Restaurantes	0.6%	0.7%	0.1%	<b>1.3%</b>
Sitios Histórico Culturales	0.5%	0.4%	0.2%	<b>1.0%</b>
Tranquilidad	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Recorridos	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
No contesto	9.3%	10.6%	4.4%	<b>24.2%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Lo que más le disgustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tráfico	3.0%	4.0%	0.2%	<b>7.1%</b>
Falta de limpieza	3.1%	2.6%	0.3%	<b>6.0%</b>
Vendedores Ambulantes	1.4%	2.9%	0.3%	<b>4.6%</b>
Precios	1.0%	2.2%	0.2%	<b>3.3%</b>
Clima	1.4%	1.4%	0.5%	<b>3.3%</b>
Contaminación	1.3%	1.4%	0.2%	<b>2.9%</b>
Transporte público	0.9%	1.5%	0.2%	<b>2.6%</b>
Servicio en hoteles	1.0%	1.2%	0.1%	<b>2.2%</b>
Servicio en restaurantes	1.0%	0.7%	0.1%	<b>1.9%</b>
Inseguridad	0.5%	0.9%	0.2%	<b>1.6%</b>
Servicio taxis	0.3%	0.6%	0.0%	<b>0.9%</b>
Hospitalidad residentes	0.4%	0.3%	0.0%	<b>0.7%</b>
Nada	0.6%	0.1%	0.0%	<b>0.7%</b>
Accesos	0.2%	0.5%	0.1%	<b>0.7%</b>
Organización	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
No contesto	25.6%	28.4%	7.1%	<b>61.1%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Impulsar Acciones para renovar Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	35.1%	39.4%	5.4%	<b>79.9%</b>
No	4.0%	6.2%	0.2%	<b>10.4%</b>
No contesto	2.8%	3.2%	3.7%	<b>9.6%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Acciones para Impulsar la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Instalar sanitarios	12.7%	11.6%	1.9%	<b>26.3%</b>
Infraestructura turística	6.4%	11.9%	1.0%	<b>19.4%</b>
Promoción y Difusión	7.3%	8.7%	1.7%	<b>17.8%</b>
Acceso a sitios turísticos	3.0%	2.4%	0.3%	<b>5.7%</b>
Equipamiento turístico	2.6%	2.3%	0.5%	<b>5.4%</b>
Señalética conductiva	2.4%	1.9%	0.2%	<b>4.6%</b>
Señalética restrictiva	0.6%	0.9%	0.1%	<b>1.6%</b>
Inversión	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Sanitarios	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
No contesto	6.4%	9.1%	3.4%	<b>18.9%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	33.0%	37.5%	5.5%	<b>76.0%</b>
Probablemente sí	7.8%	10.2%	0.7%	<b>18.7%</b>
Probablemente no	0.3%	0.2%	0.3%	<b>0.9%</b>
Definitivamente no	0.1%	0.6%	0.0%	<b>0.7%</b>
No Contesto	0.6%	0.3%	2.8%	<b>3.7%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	35.6%	40.8%	5.7%	<b>82.1%</b>
Probablemente sí	5.4%	7.3%	0.5%	<b>13.2%</b>
Probablemente no	0.1%	0.3%	0.1%	<b>0.6%</b>
Definitivamente no	0.2%	0.1%	0.0%	<b>0.3%</b>
No Contesto	0.6%	0.2%	3.0%	<b>3.8%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ciudad de México	8.4%	7.6%	1.0%	<b>17.0%</b>
San Luis Potosí, S.L.P.	5.8%	6.1%	0.6%	<b>12.5%</b>
Monterrey, N.L.	3.3%	4.8%	0.6%	<b>8.7%</b>
Guadalajara, Jal.	2.2%	2.4%	0.2%	<b>4.8%</b>
Querétaro, Qro.	1.6%	2.2%	0.5%	<b>4.2%</b>
Tampico, Tam.	1.6%	1.6%	0.3%	<b>3.6%</b>
Ciudad Valles, S.L.P.	1.7%	1.4%	0.2%	<b>3.3%</b>
Saltillo, Coah.	0.7%	1.3%	0.0%	<b>1.9%</b>
León, Gto.	0.9%	0.8%	0.0%	<b>1.7%</b>
Ciudad Mante, Tams.	0.9%	0.2%	0.1%	<b>1.3%</b>
Aguascalientes, Ags.	0.5%	0.6%	0.1%	<b>1.1%</b>
Puebla, Pue.	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.1%</b>
Tamuín, S.L.P.	0.3%	0.7%	0.1%	<b>1.1%</b>
Toluca, Edo. Méx.	0.2%	0.8%	0.1%	<b>1.1%</b>
Ciudad Victoria, Tams.	0.6%	0.5%	0.0%	<b>1.0%</b>
Guanajuato	0.3%	0.7%	0.0%	<b>1.0%</b>
Reynosa, Tams.	0.5%	0.6%	0.0%	<b>1.0%</b>
Matamoros, Tams.	0.3%	0.5%	0.1%	<b>0.9%</b>
Pachuca, Hgo.	0.1%	0.8%	0.0%	<b>0.9%</b>
Rioverde, S.L.P.	0.5%	0.3%	0.0%	<b>0.8%</b>
Zacatecas, Zac.	0.2%	0.5%	0.1%	<b>0.8%</b>
Zapopan, Jal.	0.6%	0.1%	0.0%	<b>0.7%</b>
Celaya, Gto.	0.2%	0.2%	0.1%	<b>0.6%</b>
Cuernavaca, Mor.	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.6%</b>
Ébano, S.L.P.	0.2%	0.3%	0.0%	<b>0.6%</b>
Xalapa, Ver.	0.3%	0.2%	0.0%	<b>0.6%</b>
Morelia, Mich.	0.3%	0.1%	0.0%	<b>0.5%</b>
Oaxaca, Oax.	0.1%	0.3%	0.0%	<b>0.5%</b>
Salamanca, Gto.	0.0%	0.5%	0.0%	<b>0.5%</b>
Torreón, Coah.	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Cartagena, Colombia	0.1%	0.1%	0.1%	<b>0.3%</b>
Chihuahua, Chih.	0.2%	0.1%	0.0%	<b>0.3%</b>
Cuatitlán, Edo. Méx.	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Culiacán, Sin.	0.1%	0.1%	0.1%	<b>0.3%</b>
Matehuala, S.L.P.	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Nuevo Laredo, Tams.	0.2%	0.0%	0.1%	<b>0.3%</b>
Panuco, Ver.	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Río Bravo, Tams.	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>

Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
San José Iturbide, Gto.	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Texcoco, Edo. Méx.	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Tijuana, B.C.	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Tlaxcala, Tlax.	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Veracruz, Ver.	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Altamira, Tams.	0.0%	0.1%	0.1%	<b>0.2%</b>
Atlixco, Pue.	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Axtla de Terrazas, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Baja California	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Chilpancingo, Gro.	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Ciudad del Maíz, S.L.P.	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Ciudad Madero, Tams.	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Ixtapa Zihuatanejo, Gro.	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
La Habana, Cuba	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Rayón, S.L.P.	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Sinaloa	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Tamazunchale, S.L.P.	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Tepic, Nay.	0.0%	0.1%	0.1%	<b>0.2%</b>
Tula, Hgo.	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Xicoténcatl, Tams.	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Xilitla, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Ahualulco, S.L.P.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Allende	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Atizapán de Zaragoza, Edo	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Bogotá, Col.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Buenos Aires, Arg.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Cabo San Lucas, B.C.S.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Cadereyta, Qro.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Cholula, Pue.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Coahuila	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Colima	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Dallas, TX	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Ecatepec, Edo. Méx.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Ensenada, B.C.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Gómez Palacio, Dgo.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Guadalupe, N.L.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Hermosillo, Son.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>

Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Huejutla de Reyes, Hgo.	0.0%	0.0%	0.1%	<b>0.1%</b>
Huichapan, Hgo.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Irapuato, Gto.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Italia	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Ixtapaluca, Edo. Méx.	0.0%	0.0%	0.1%	<b>0.1%</b>
Jalpan de Serra, Qro.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Lagos de Moreno, Jal.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Linares, N.L.	0.0%	0.0%	0.1%	<b>0.1%</b>
Mérida, Yuc.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Mexicali, B.C.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Michoacán	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Morelos	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Naucalpan, Edo. Méx.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Pátzcuaro, Mich.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Poza Rica, Ver.	0.0%	0.0%	0.1%	<b>0.1%</b>
Rio de Janeiro, Brasil	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Sabinos	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
San Antonio, TX	0.0%	0.0%	0.1%	<b>0.1%</b>
San Isidro	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
San Miguel de Allende, Gto.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Soledad de Graciano Sánchez, S.L.P.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Tamasopo, S.L.P.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Tanquian de Escobedo, S.L.P.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Tempoal, Ver.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Texas, E.U.	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Tlalnepantla, Edo. Méx.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Tuxtla Gutiérrez, Chis.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Valle de Santiago, Gto.	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Villa Hermosa, Tab.	0.0%	0.0%	0.1%	<b>0.1%</b>
Zimapan, Hgo.	0.0%	0.0%	0.1%	<b>0.1%</b>
Otro	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
No Contesto	3.3%	4.4%	3.7%	<b>11.4%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

# RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
San Luis Potosí	10.2%	10.4%	0.9%	<b>21.6%</b>
Estado de México	8.4%	7.7%	1.0%	<b>17.1%</b>
Nuevo León	3.4%	5.0%	0.8%	<b>9.3%</b>
Tamaulipas	4.1%	3.9%	0.8%	<b>8.8%</b>
Jalisco	2.5%	2.8%	0.3%	<b>5.6%</b>
Querétaro	1.8%	2.5%	0.5%	<b>4.8%</b>
Guanajuato	1.9%	2.2%	0.2%	<b>4.4%</b>
Hidalgo	0.5%	1.9%	0.5%	<b>2.9%</b>
Ciudad de México	1.0%	1.6%	0.1%	<b>2.8%</b>
Coahuila	1.1%	1.4%	0.0%	<b>2.5%</b>
Puebla	0.7%	0.9%	0.0%	<b>1.6%</b>
Veracruz	0.2%	1.0%	0.1%	<b>1.4%</b>
Baja California	0.2%	0.8%	0.0%	<b>1.0%</b>
Aguascalientes	0.3%	0.5%	0.1%	<b>0.9%</b>
Michoacán	0.6%	0.2%	0.0%	<b>0.8%</b>
Zacatecas	0.2%	0.5%	0.1%	<b>0.8%</b>
Morelos	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.7%</b>
Oaxaca	0.1%	0.3%	0.1%	<b>0.6%</b>
Sinaloa	0.1%	0.3%	0.1%	<b>0.6%</b>
Colombia	0.2%	0.1%	0.1%	<b>0.5%</b>
Guerrero	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.5%</b>
Sonora	0.2%	0.1%	0.1%	<b>0.5%</b>
Tlaxcala	0.3%	0.1%	0.0%	<b>0.5%</b>
Baja California Sur	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Chiapas	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Chihuahua	0.1%	0.2%	0.0%	<b>0.3%</b>
Colima	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Durango	0.1%	0.1%	0.0%	<b>0.2%</b>
Estados Unidos	0.0%	0.1%	0.1%	<b>0.2%</b>
Alemania	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Brasil	0.0%	0.1%	0.0%	<b>0.1%</b>
Campeche	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Nayarit	0.0%	0.0%	0.1%	<b>0.1%</b>
Tabasco	0.0%	0.0%	0.1%	<b>0.1%</b>
Texas	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Yucatán	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
No contesto	1.8%	2.8%	3.0%	<b>7.6%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</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	9.3%	7.6%	0.5%	<b>17.3%</b>
De 25 a 31 años	13.9%	14.4%	1.5%	<b>29.8%</b>
De 32 a 38 años	7.3%	10.8%	1.0%	<b>19.2%</b>
De 39 a 45 años	3.9%	6.8%	0.3%	<b>11.0%</b>
De 46 a 51 años	3.1%	3.2%	0.8%	<b>7.1%</b>
De 52 a 59 años	2.4%	4.4%	0.9%	<b>7.7%</b>
Más de 60 años	0.9%	1.0%	0.0%	<b>1.9%</b>
No Contesto	1.0%	0.7%	4.2%	<b>6.0%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Empleado	11.2%	12.4%	1.6%	<b>25.2%</b>
Profesionista independiente	5.7%	7.0%	1.4%	<b>14.1%</b>
Estudiante	6.0%	7.2%	0.5%	<b>13.6%</b>
Labores del Hogar	7.0%	0.8%	0.2%	<b>8.0%</b>
Comerciante	1.9%	4.8%	0.8%	<b>7.6%</b>
Ejecutivo / Gerente	2.4%	4.0%	0.2%	<b>6.7%</b>
Empresario	1.7%	4.7%	0.2%	<b>6.7%</b>
Técnico	1.3%	2.3%	0.0%	<b>3.6%</b>
Retirado / Jubilado	1.5%	1.7%	0.2%	<b>3.4%</b>
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	0.6%	1.4%	0.5%	<b>2.4%</b>
Docente	0.1%	0.1%	0.1%	<b>0.3%</b>
Cheff	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
Cámara de diputados	0.1%	0.0%	0.0%	<b>0.1%</b>
No Contesto	2.2%	2.4%	3.6%	<b>8.1%</b>
<b>Total</b>	<b>41.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>



# PERFIL DEL VISITANTE

## SEMANA SANTA 2016



Dirección de Planeación, Información y Análisis

## Huasteca Potosina

