



PERFIL DEL VISITANTE

SEMANA SANTA 2016



Dirección de Planeación, Información y Análisis

**Región
Media**



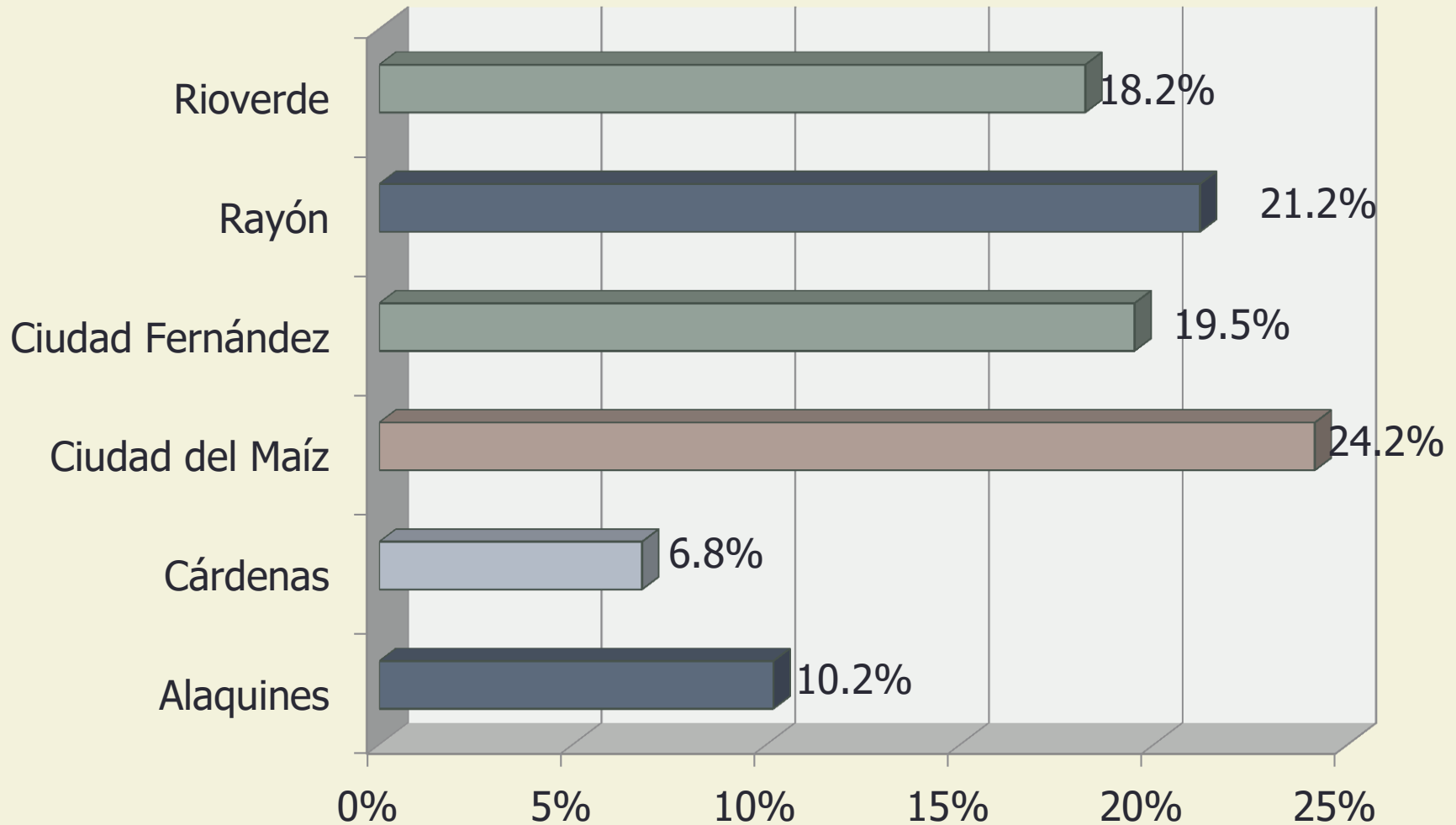
METODOLOGÍA PERFIL DEL VISITANTE

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 236 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

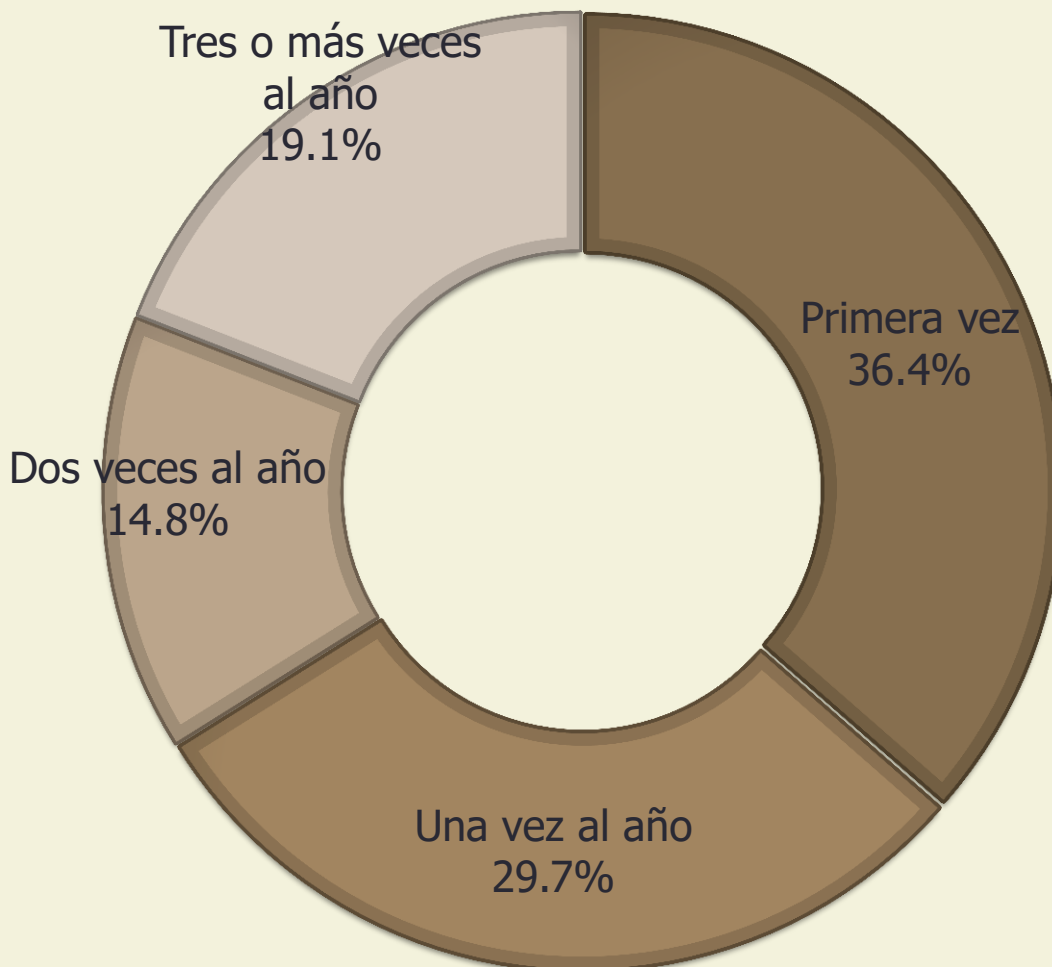
LUGAR DE LEVANTAMIENTO DE LAS ENCUESTAS



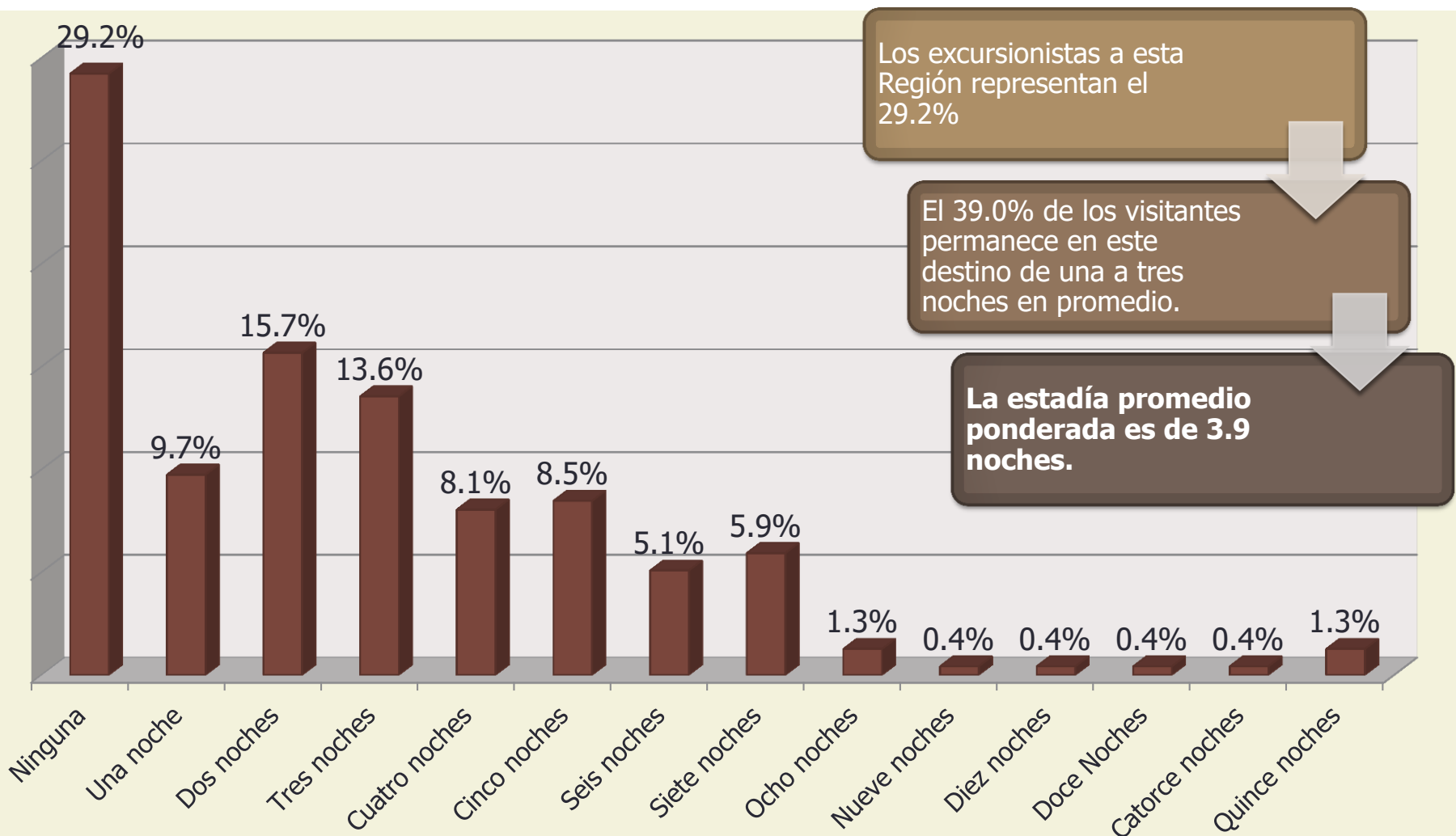
FRECUENCIA DE VISITA A LA REGIÓN

Un alto porcentaje visita por primera vez la Región (36.4%)

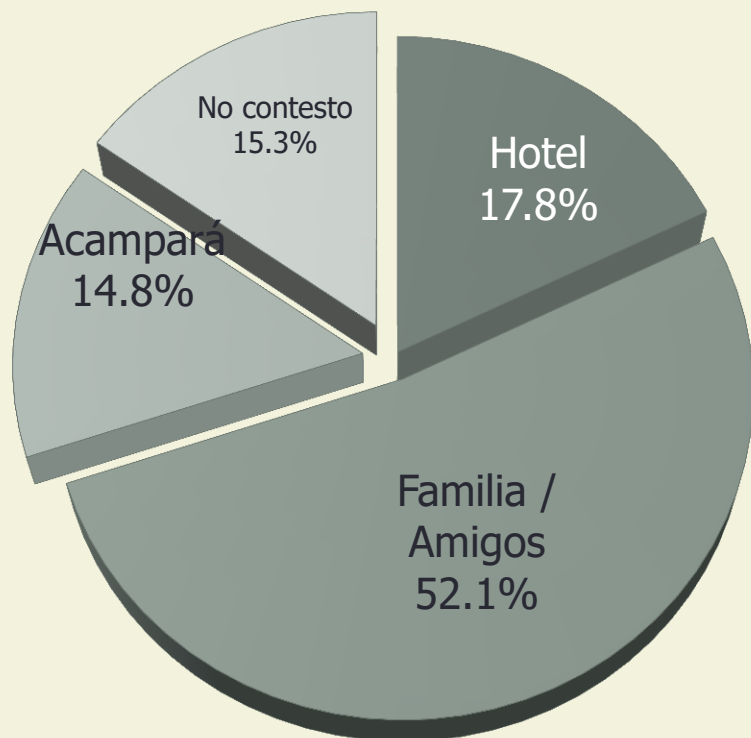
El turismo repetitivo representa el 63.6%



NOCHES DE ESTADÍA



LUGAR DE HOSPEDAJE DEL VISITANTE

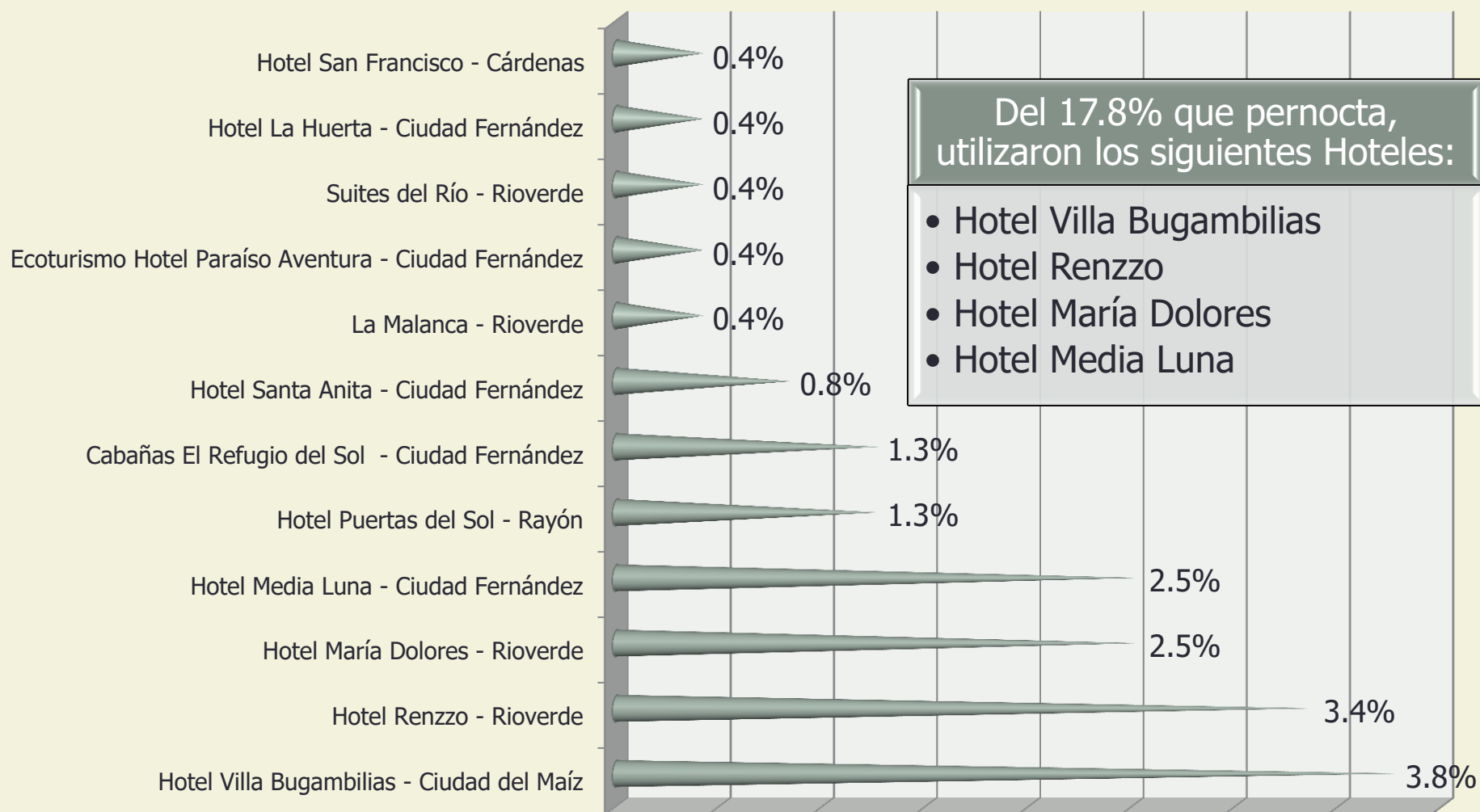


El 17.8% de los visitantes pernocta en un hotel

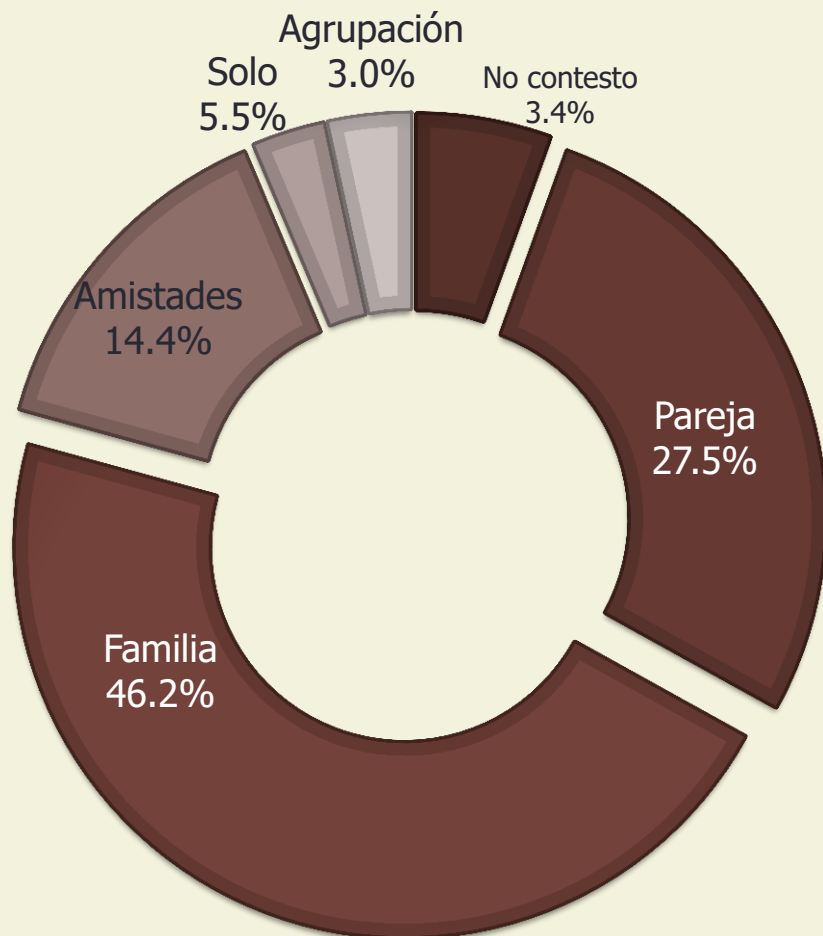
El 52.1% prefiere casas de Familiares y amigos

La modalidad de acampar lo utilizó el 14.8%

PRINCIPALES HOTELES DE PERNOCTA DEL VISITANTE



FORMA DE VIAJAR DEL VISITANTE

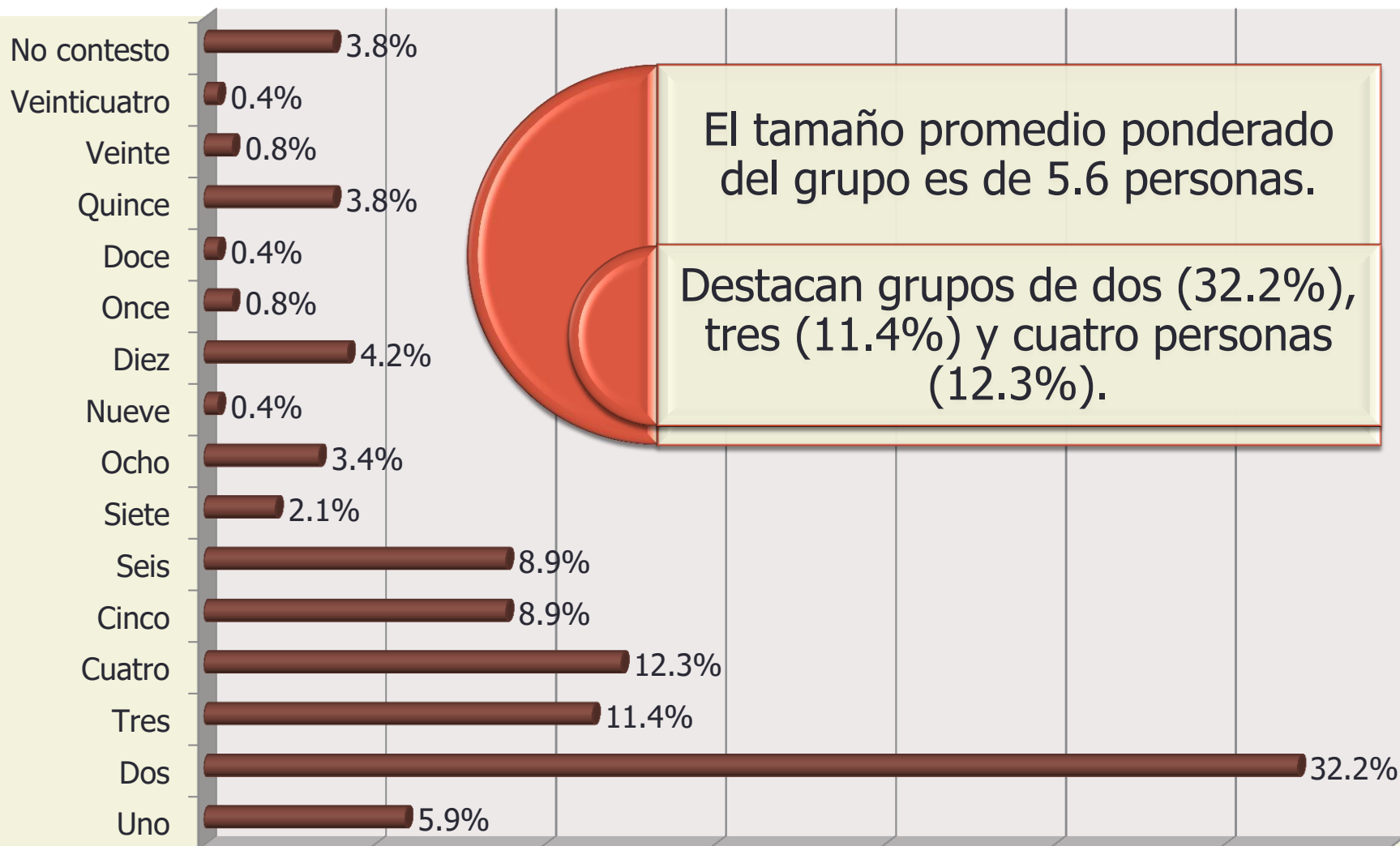


El 46.2% realiza este viaje con su familia.

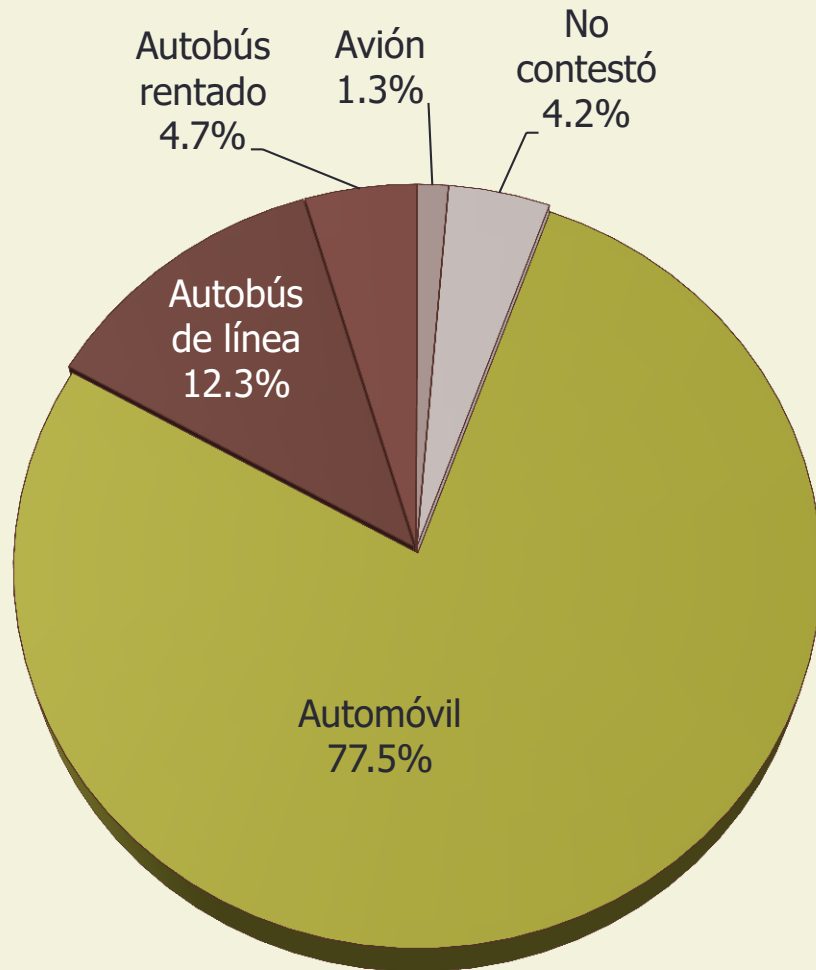
El 27.5% viaja con su pareja

14.4% se acompañó con Amistades

NÚMERO DE ACOMPAÑANTES EN SU VISITA



MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO POR EL VISITANTE



El 77.5% se desplaza a este destino en Automóvil

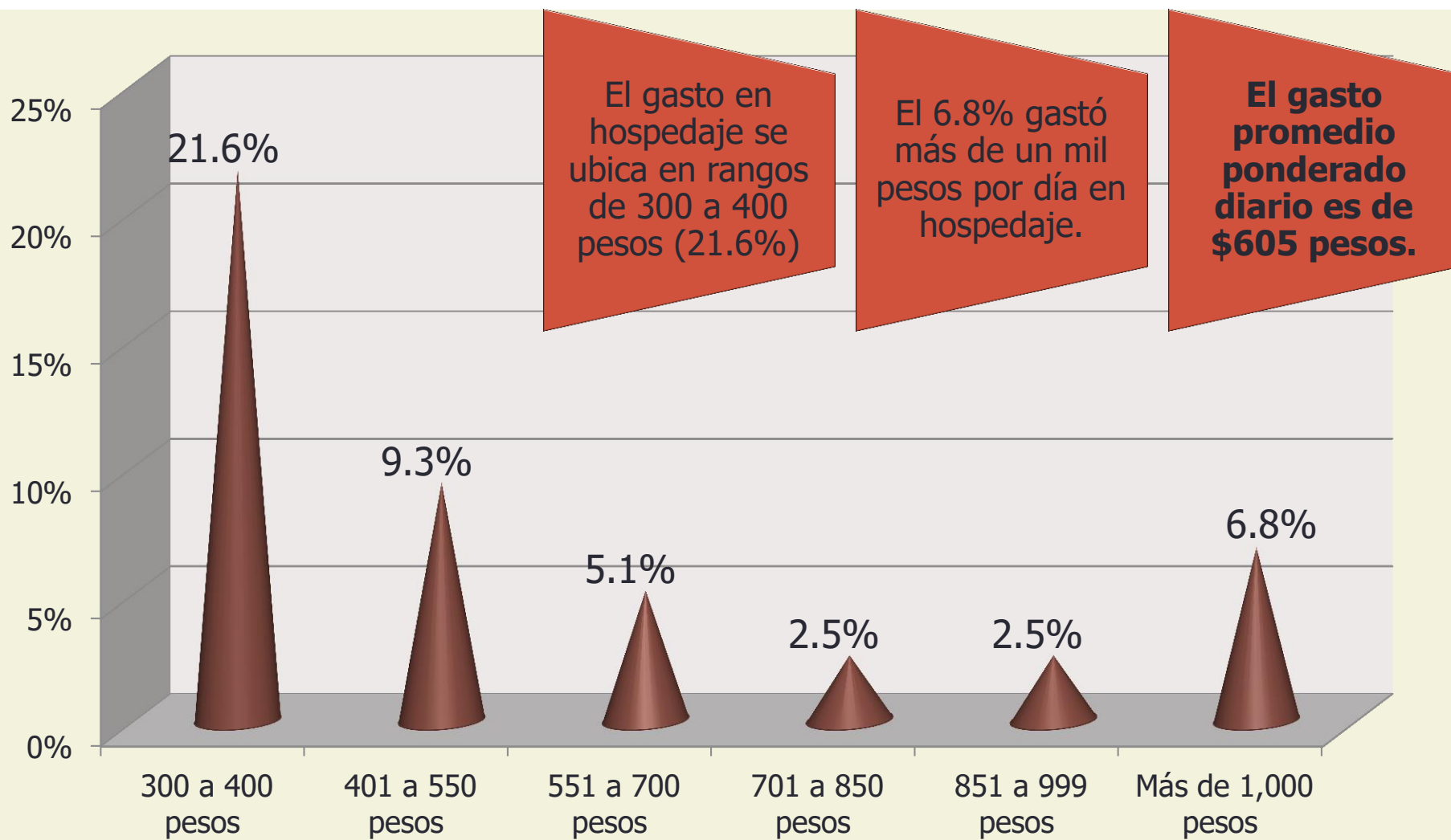


4.7% viajó en autobús rentado

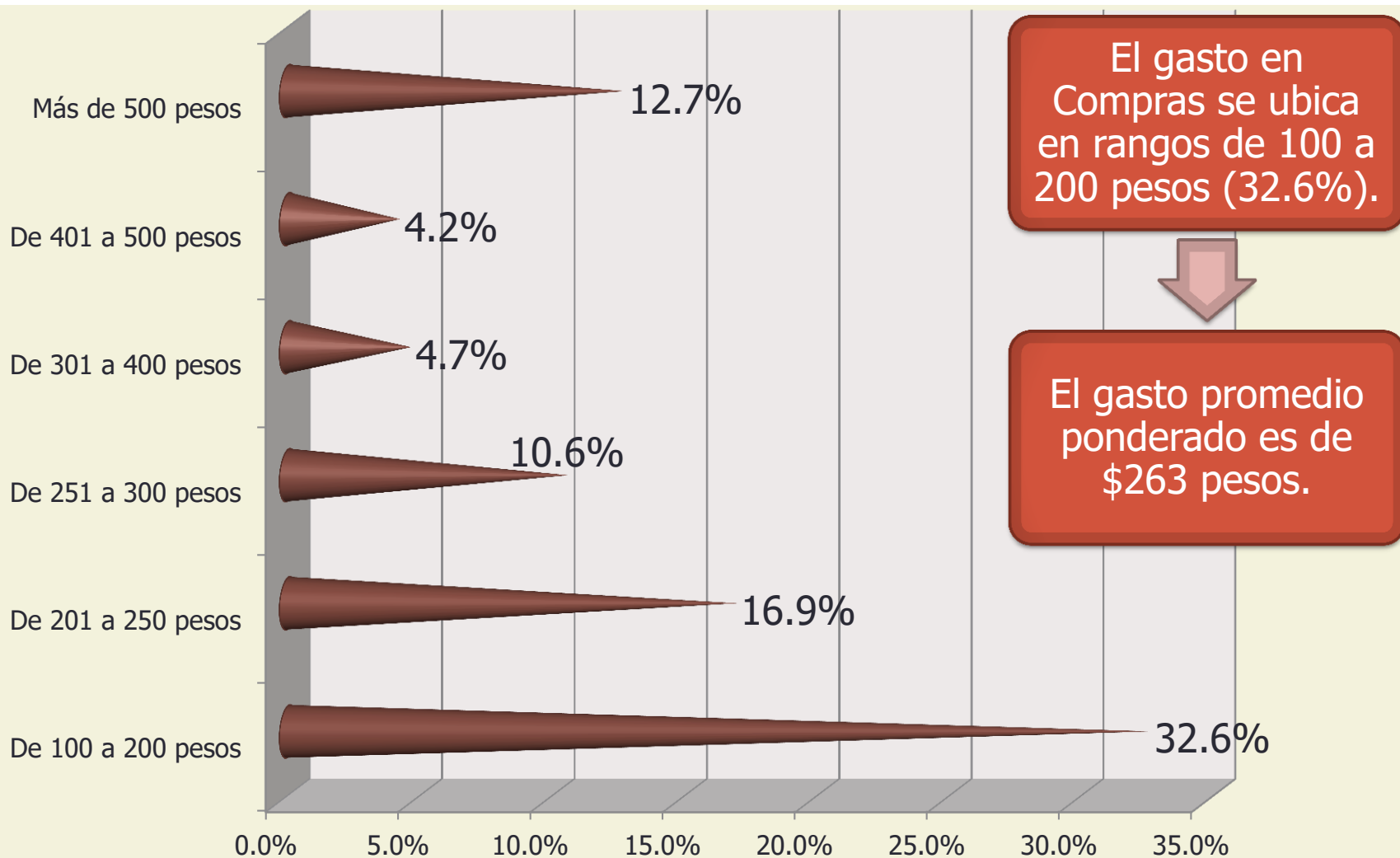


El 12.3% en autobús de línea

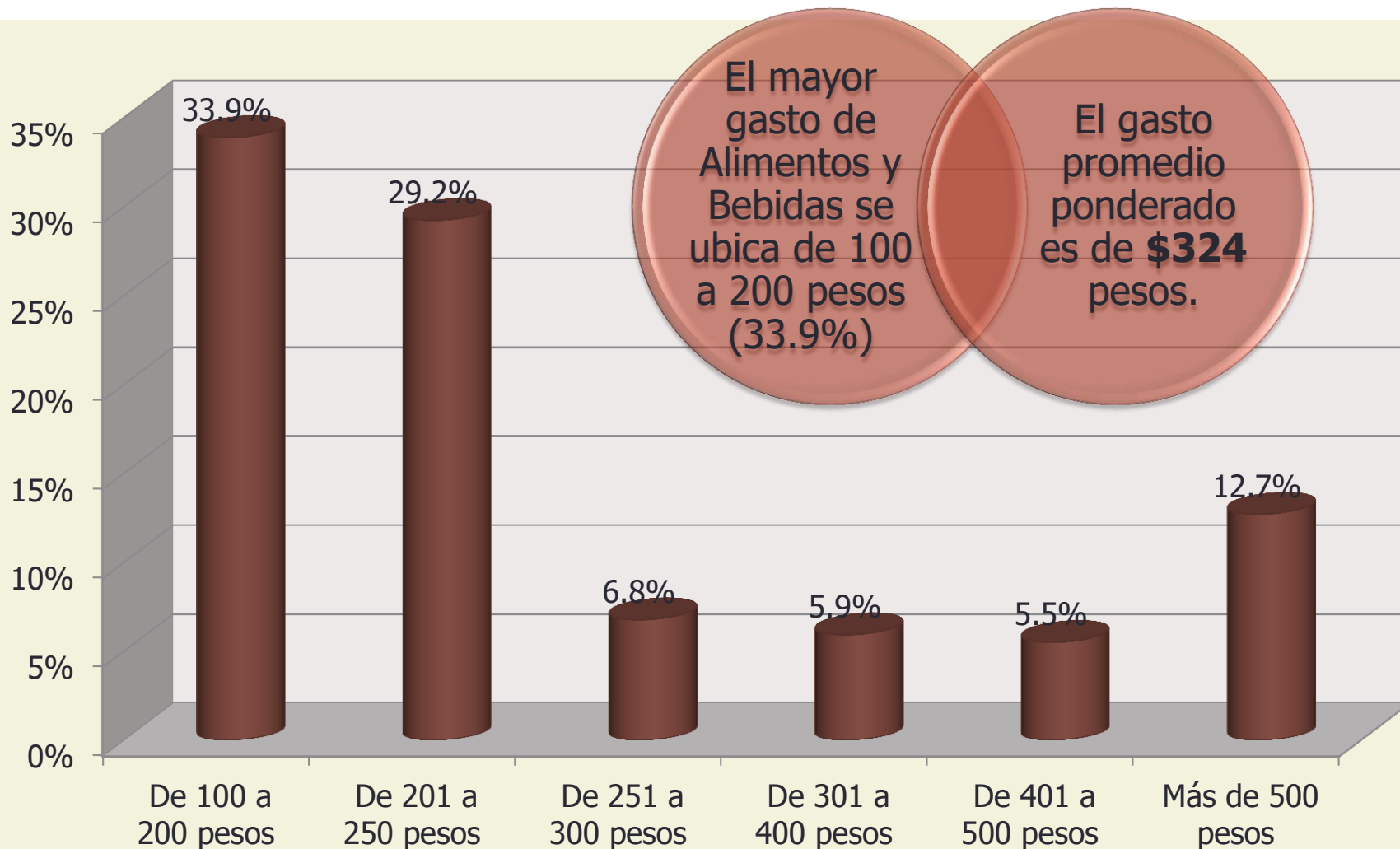
GASTO PROMEDIO - HOSPEDAJE



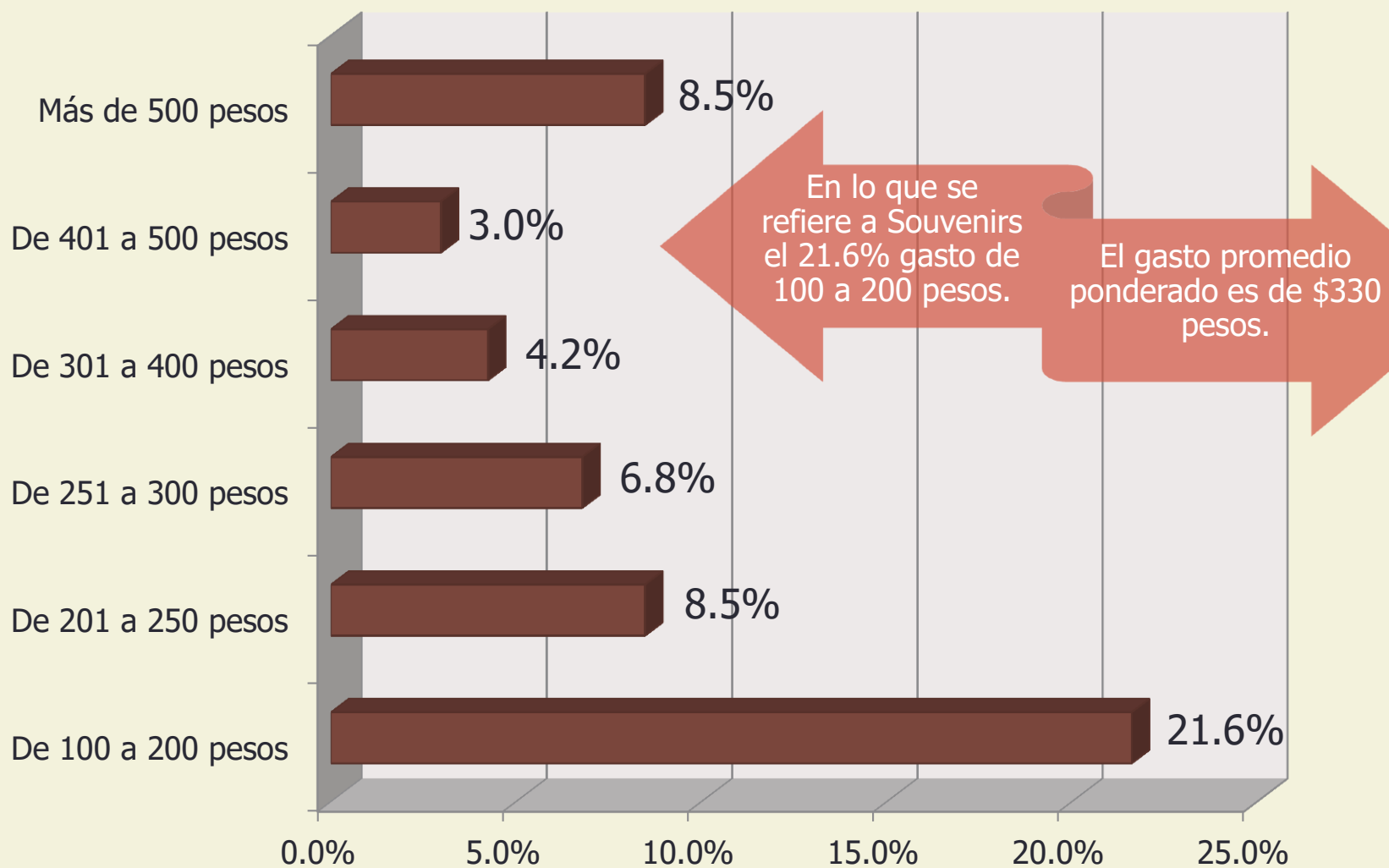
GASTO PROMEDIO - COMPRAS



GASTO PROMEDIO – ALIMENTOS Y BEBIDAS



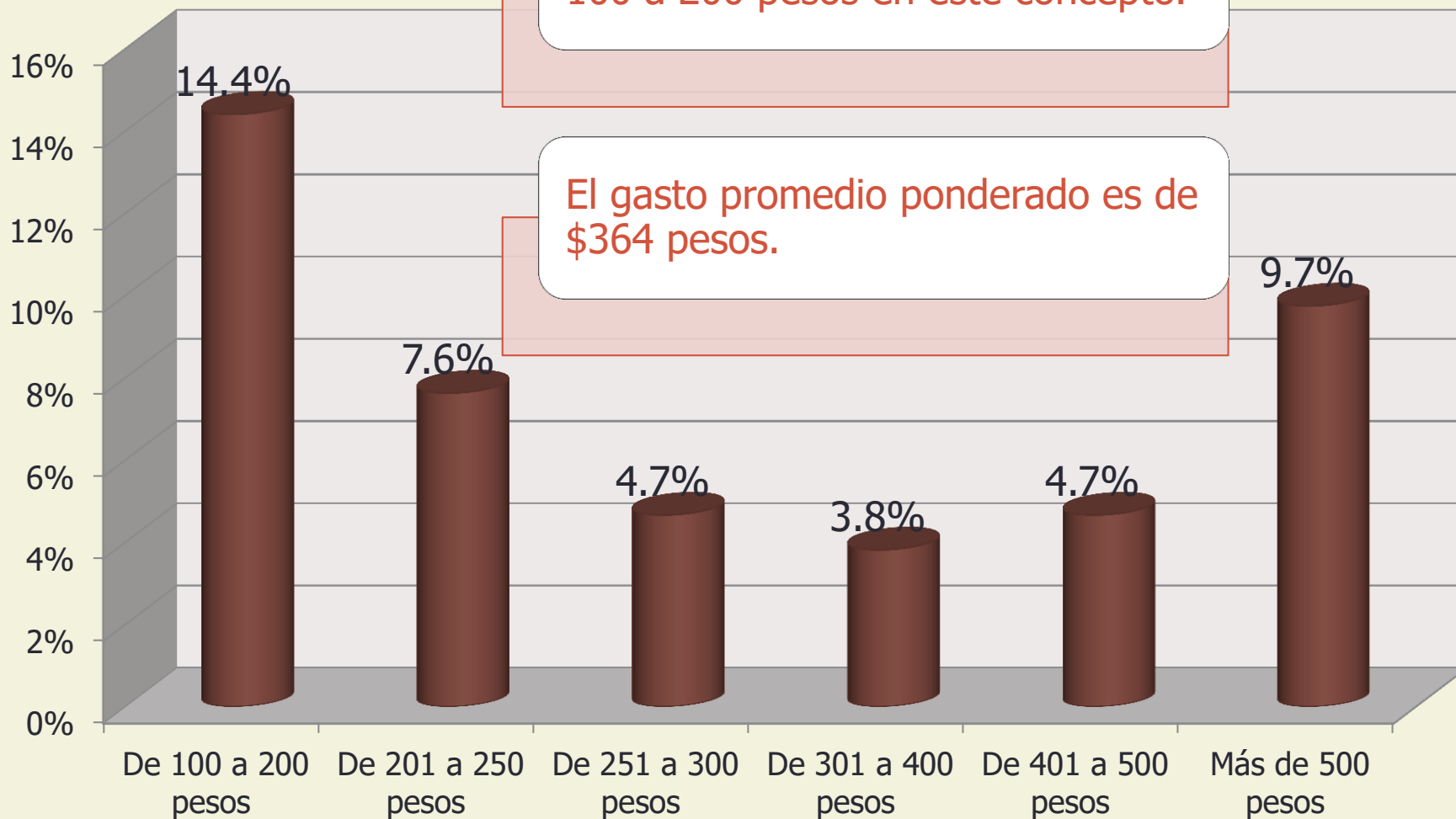
GASTO PROMEDIO - SOUVENIRS



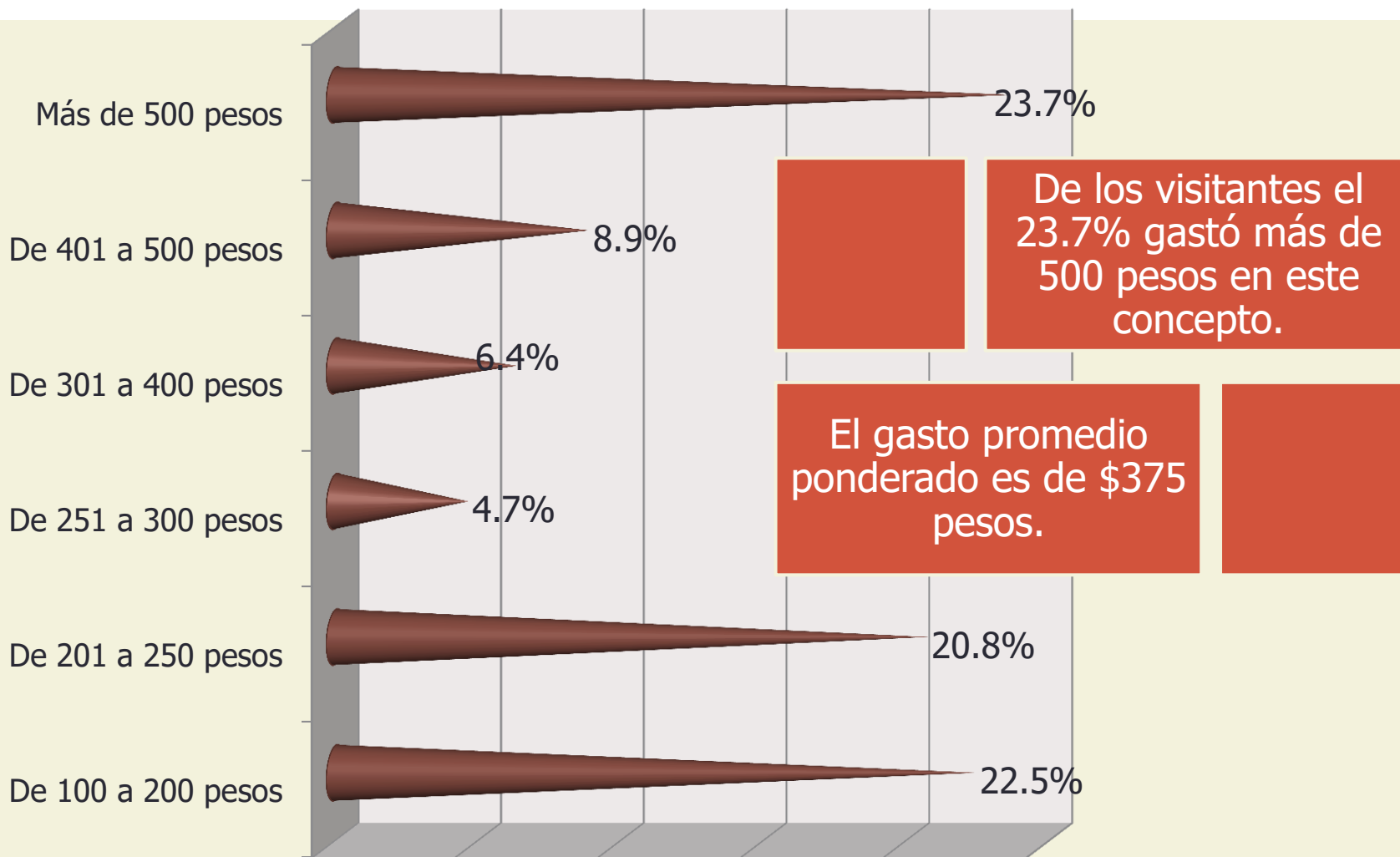
GASTO PROMEDIO – TRANSPORTACIÓN LOCAL

De los visitantes el 14.4% gastó de 100 a 200 pesos en este concepto.

El gasto promedio ponderado es de \$364 pesos.



GASTO PROMEDIO – GASOLINA



GASTO TOTAL PROMEDIO PONDERADO

Hospedaje
• \$605

Compras
• \$263

Alimentos
y Bebidas
• \$324

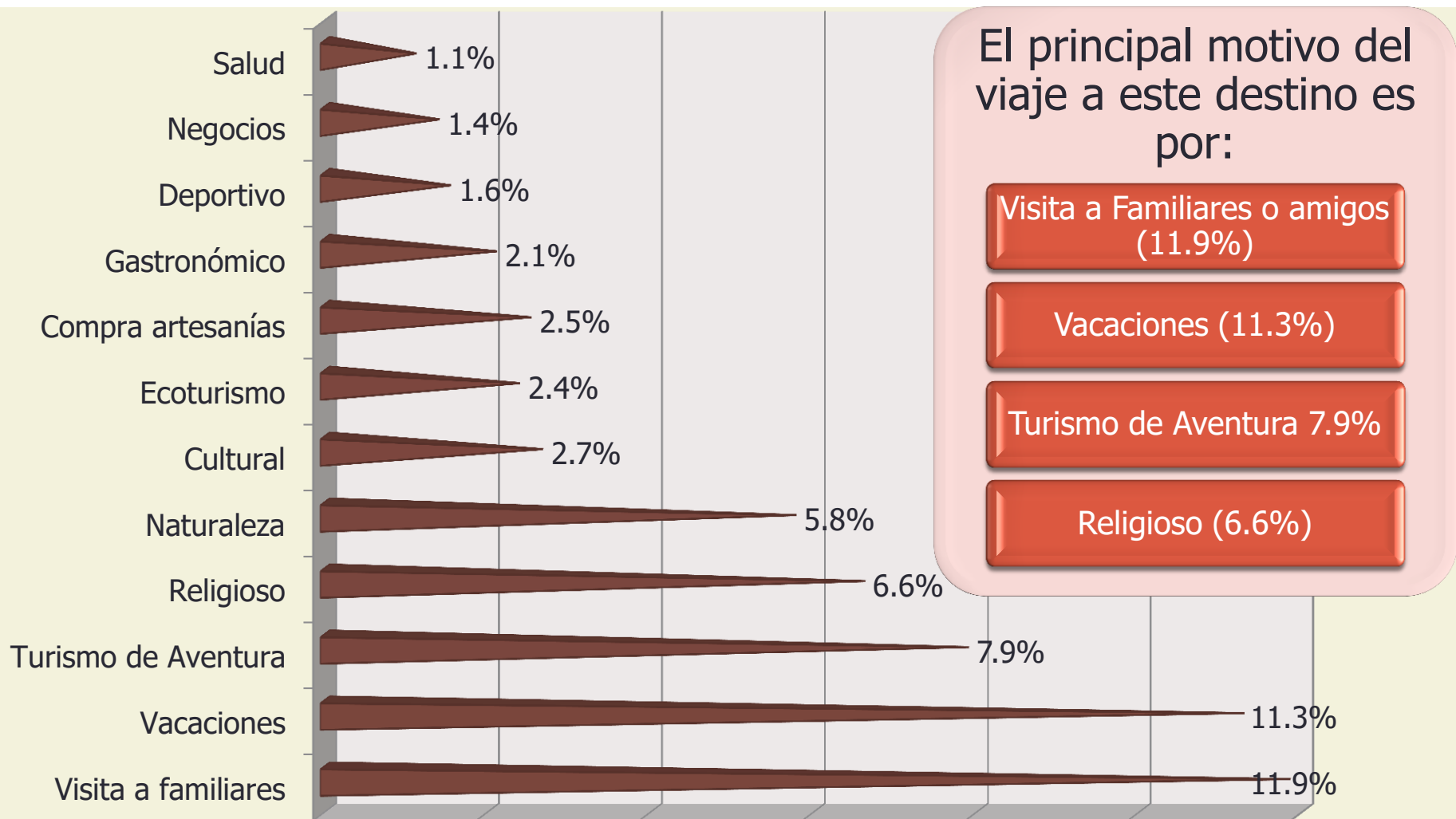
Souvenirs
• \$330

Transporte
Local
• \$364

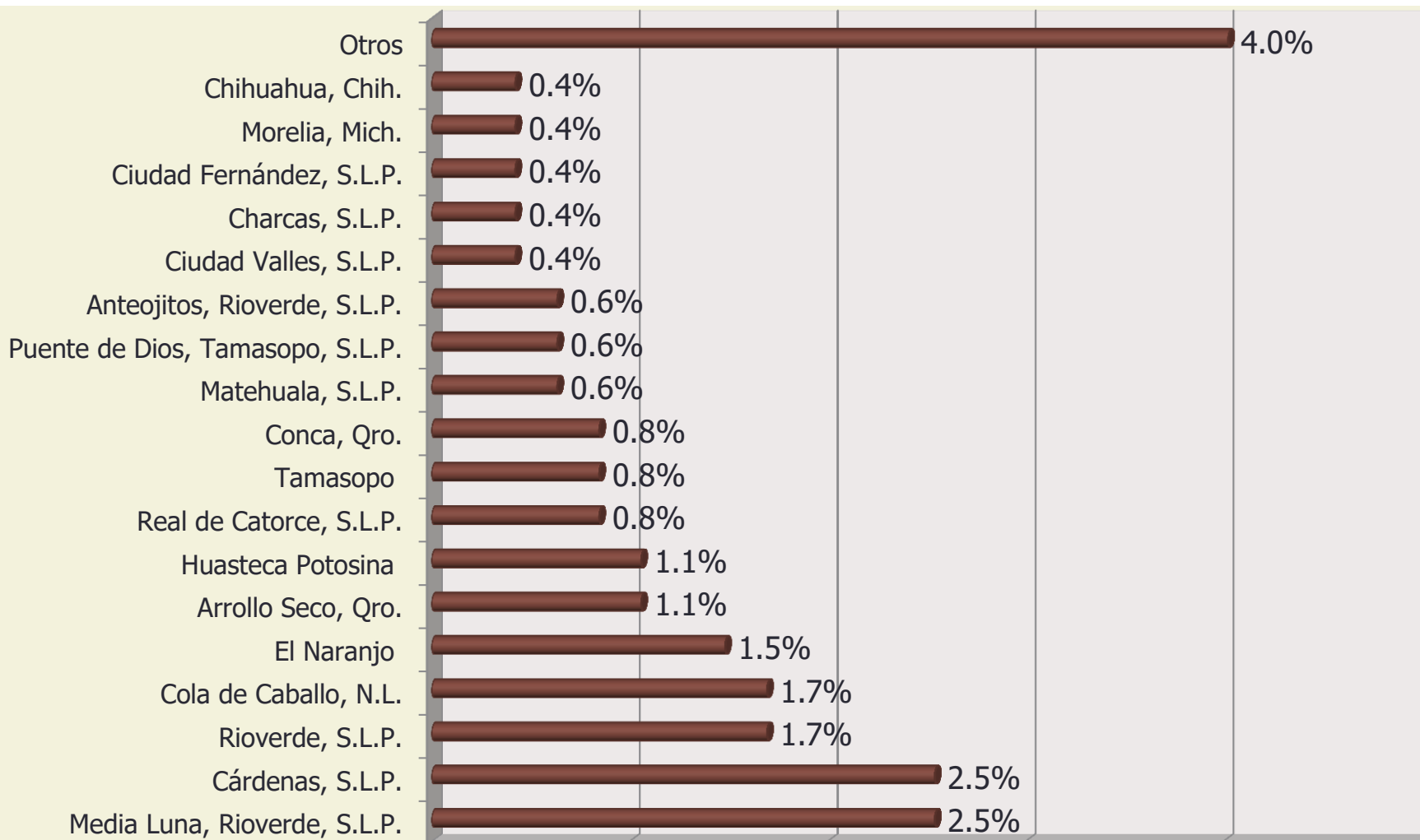
Gasolina
• \$375

**Gasto Total
Promedio
Ponderado**
• **\$2,261**

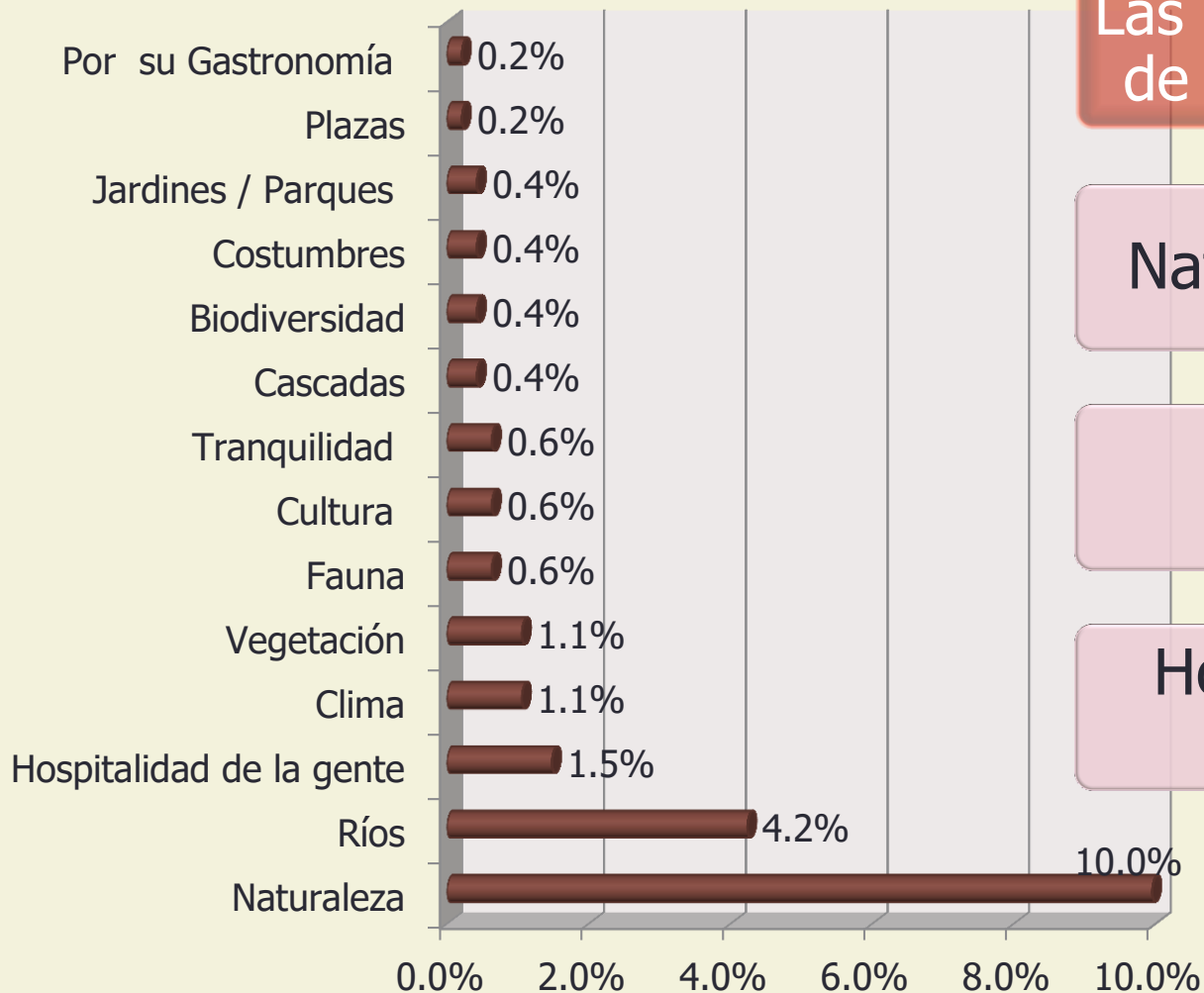
RAZÓN PRINCIPAL DE VIAJE



SITIOS CON LOS QUE COMPARAN A LA REGIÓN



RAZONES DE COMPARACIÓN CON OTRO DESTINO



Las Principales razones de comparación son:

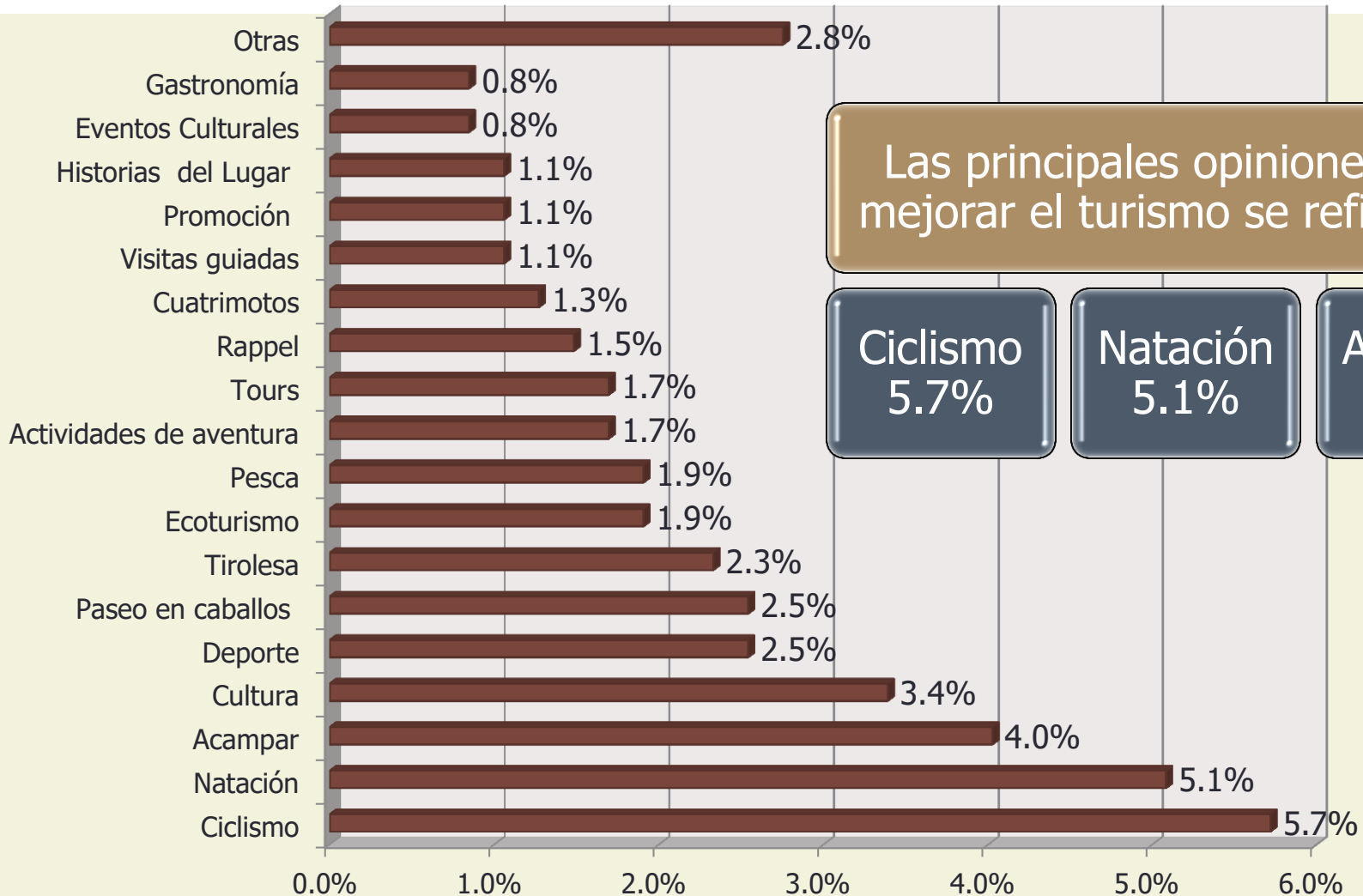
Naturaleza (10.0%)

Ríos (4.2%)

Hospitalidad de la gente (1.5%)

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

PROPUESTA DE ACTIVIDADES QUE PODRÍAN DESARROLLARSE



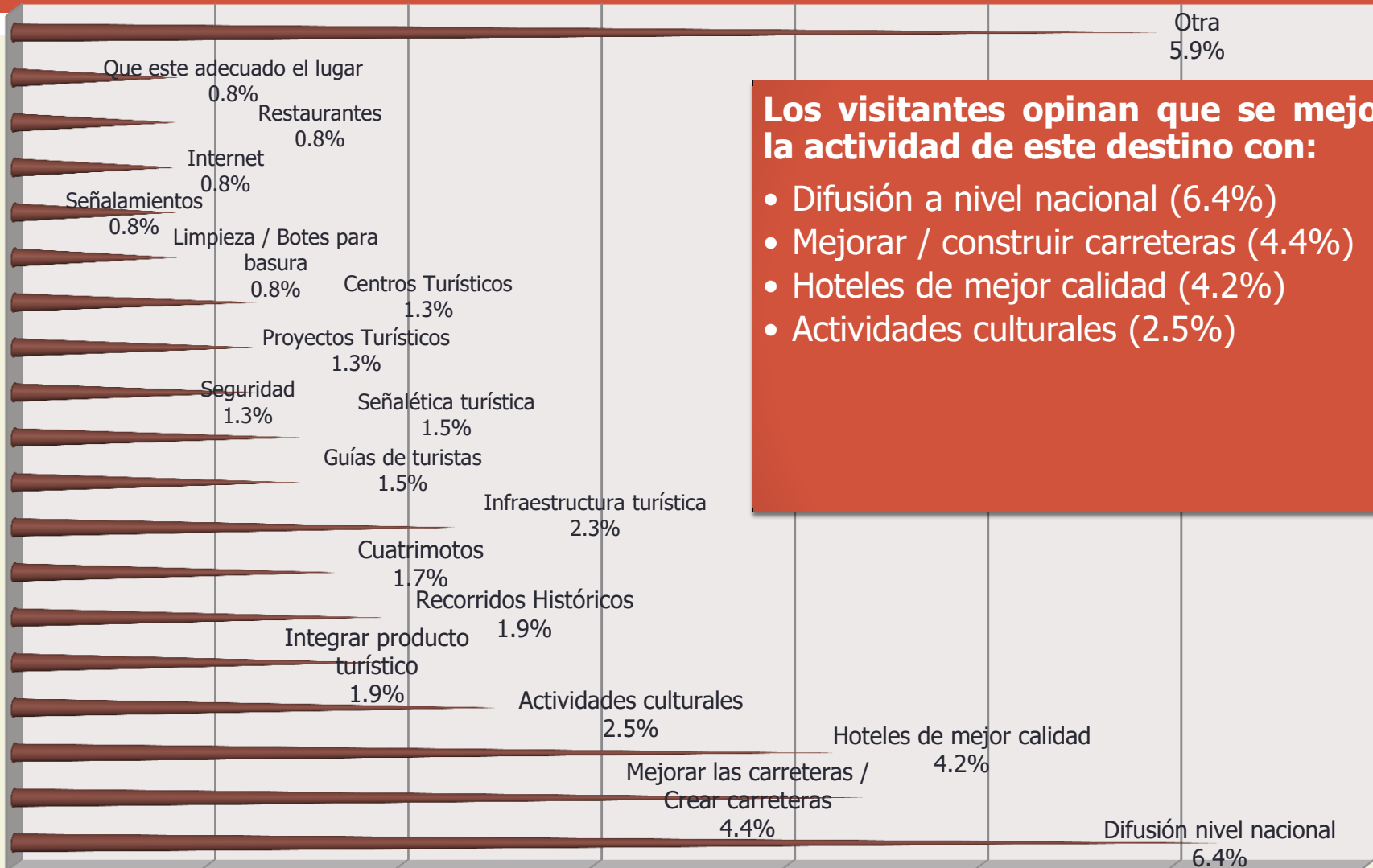
Las principales opiniones para mejorar el turismo se refieren a:

Ciclismo
5.7%

Natación
5.1%

Acampar
4.0%

OPINIÓN PARA MEJORAR TURÍSTICAMENTE LA REGIÓN



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

- Difusión a nivel nacional (6.4%)
- Mejorar / construir carreteras (4.4%)
- Hoteles de mejor calidad (4.2%)
- Actividades culturales (2.5%)

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

MEDIO POR EL QUE SE ENTERO O CONOCE DE LA REGIÓN

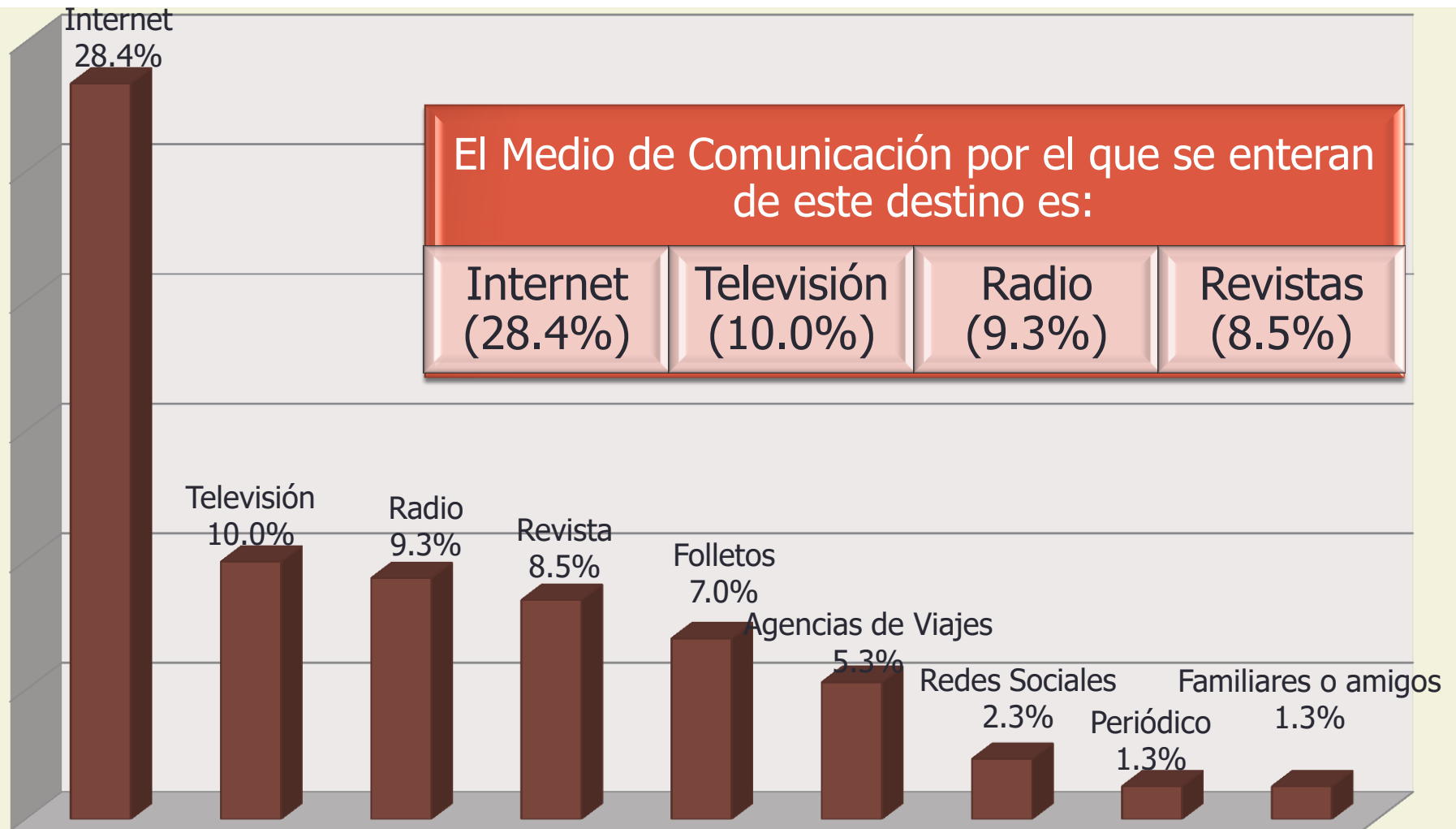
El Medio de Comunicación por el que se enteran de este destino es:

Internet
(28.4%)

Televisión
(10.0%)

Radio
(9.3%)

Revistas
(8.5%)

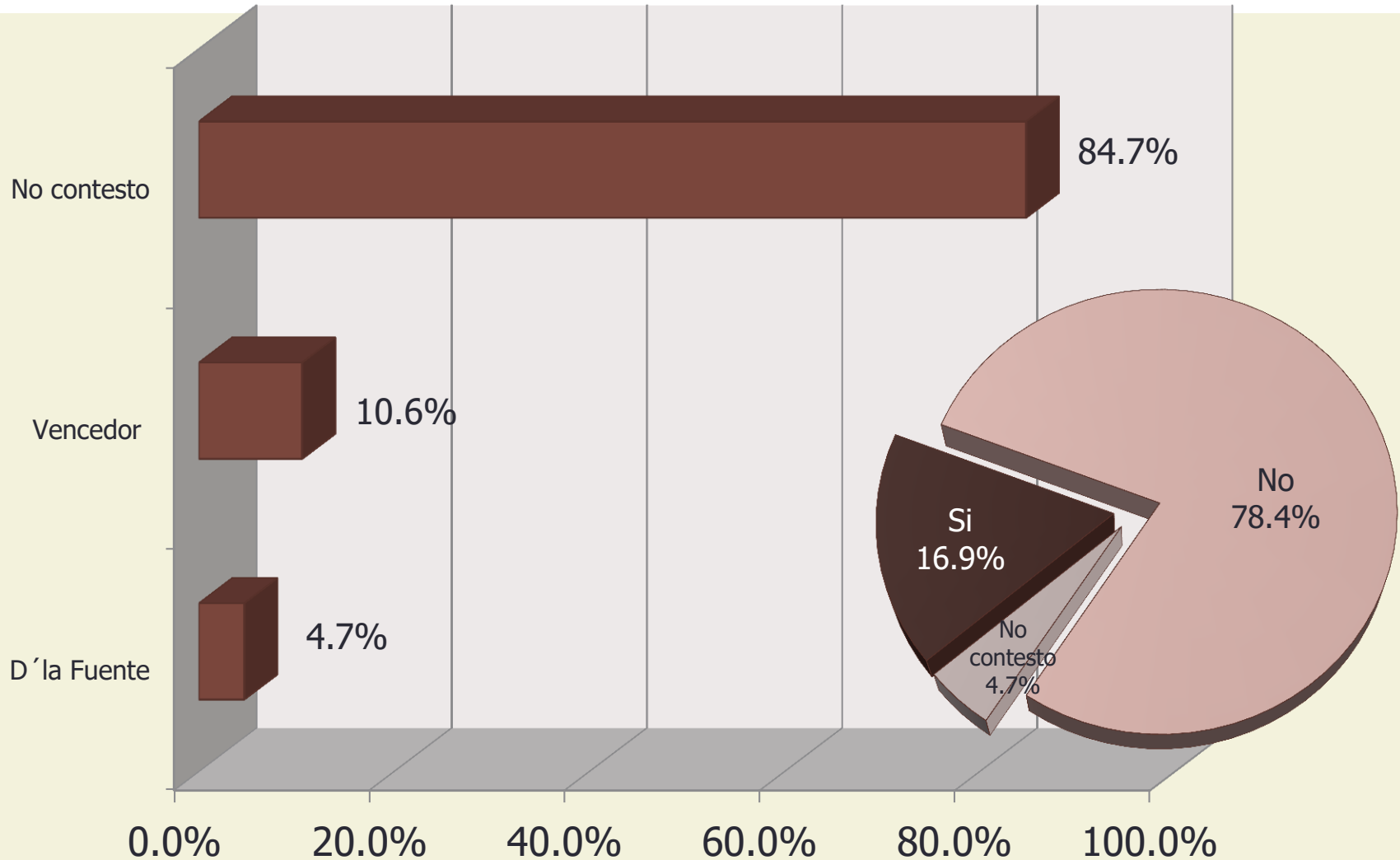


Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

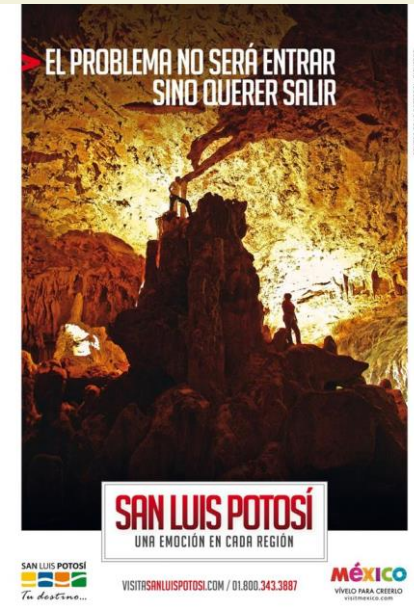
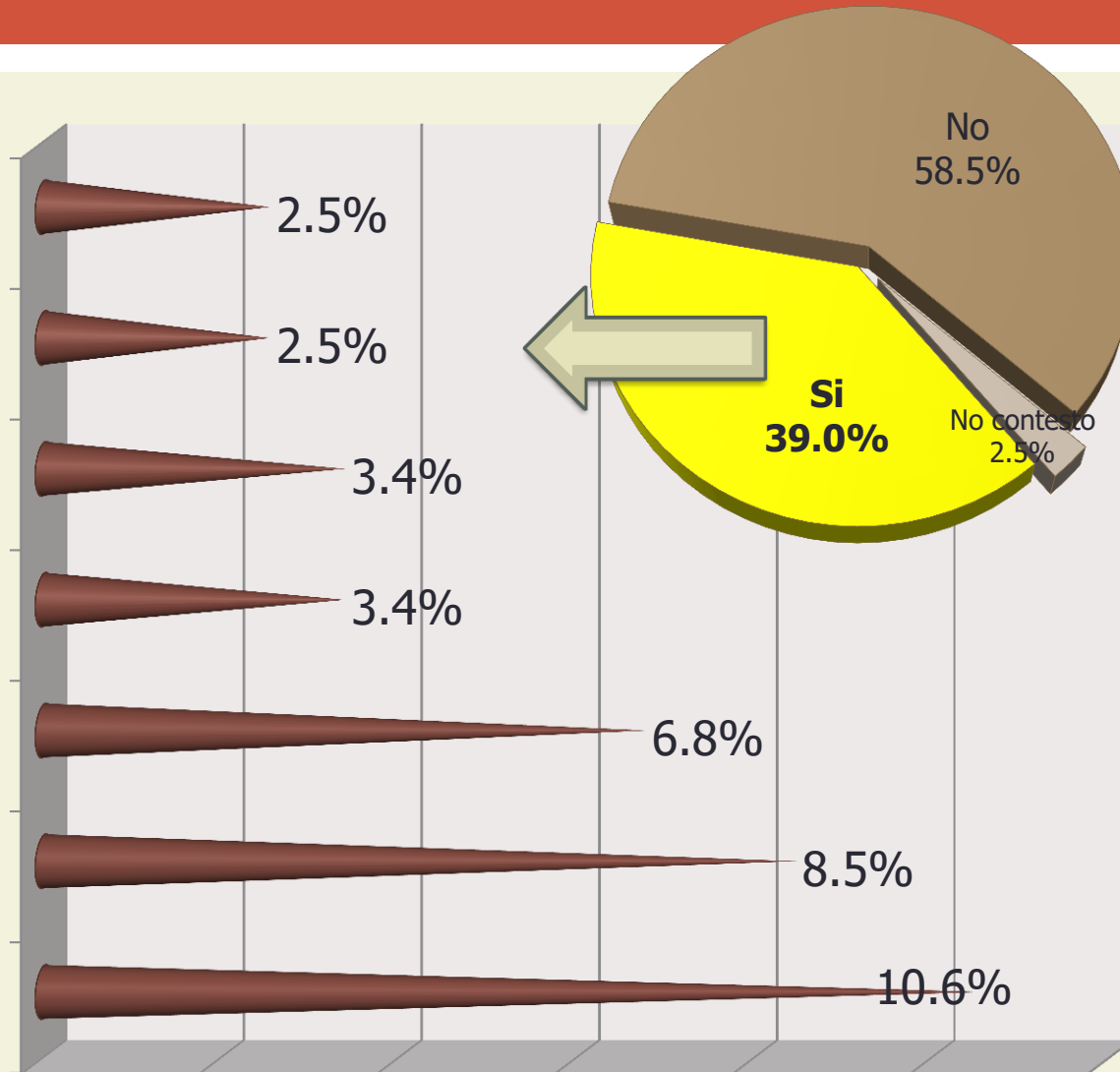
MEDIO POR EL QUE SE ENTERO O CONOCE DE LA REGIÓN POR LUGAR DE ORIGEN

Medio de Comunicación	San Luis Potosí	Estado de México	Nuevo León	Querétaro	Tamaulipas	Guanajuato	Jalisco	Estados Unidos	Texas	Aguascalientes	Zacatecas	Coahuila	Chiapas	Puebla	Tabasco	Veracruz	Otro	Total
Internet	15.0%	3.6%	3.2%	1.3%	1.1%	0.4%	0.0%	0.6%	0.4%	0.2%	0.4%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	1.7%	↑ 28.4%
Televisión	5.1%	1.3%	0.8%	0.4%	0.2%	0.2%	0.4%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.6%	↘ 10.0%
Radio	3.4%	1.3%	0.8%	0.6%	1.1%	0.6%	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	↘ 9.3%
Revista	4.0%	0.6%	0.6%	0.2%	0.4%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	1.7%	↘ 8.5%
Folletos	3.2%	1.1%	1.1%	0.4%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	↘ 7.0%
Agencias de Viajes	1.3%	1.7%	0.2%	0.4%	0.2%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	↓ 5.3%
Redes Sociales	0.8%	0.2%	0.0%	0.2%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	↓ 2.3%
Periódico	0.8%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓ 1.3%
Familiares o amigos	0.2%	0.2%	0.2%	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%	0.4%	↓ 1.3%
No contesto	11.4%	2.5%	2.8%	1.7%	1.5%	0.8%	0.8%	0.4%	0.8%	0.4%	0.4%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	2.3%	26.7%
Total	45.3%	12.7%	9.7%	5.5%	5.1%	2.5%	2.1%	1.7%	1.7%	1.3%	1.3%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	8.9%	100.0%

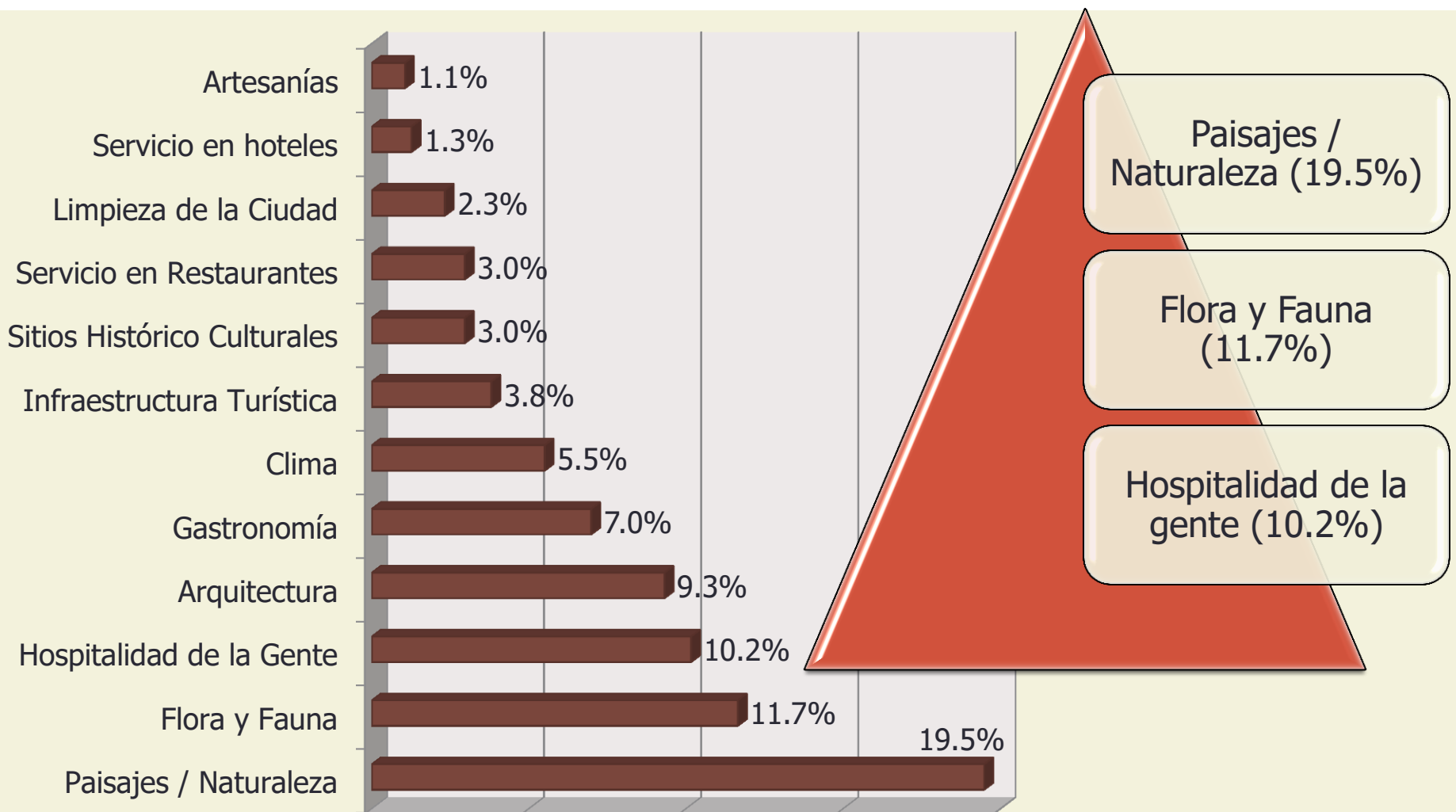
CONTRATACIÓN DE ALGÚN OPERADOR DURANTE SU VISITA



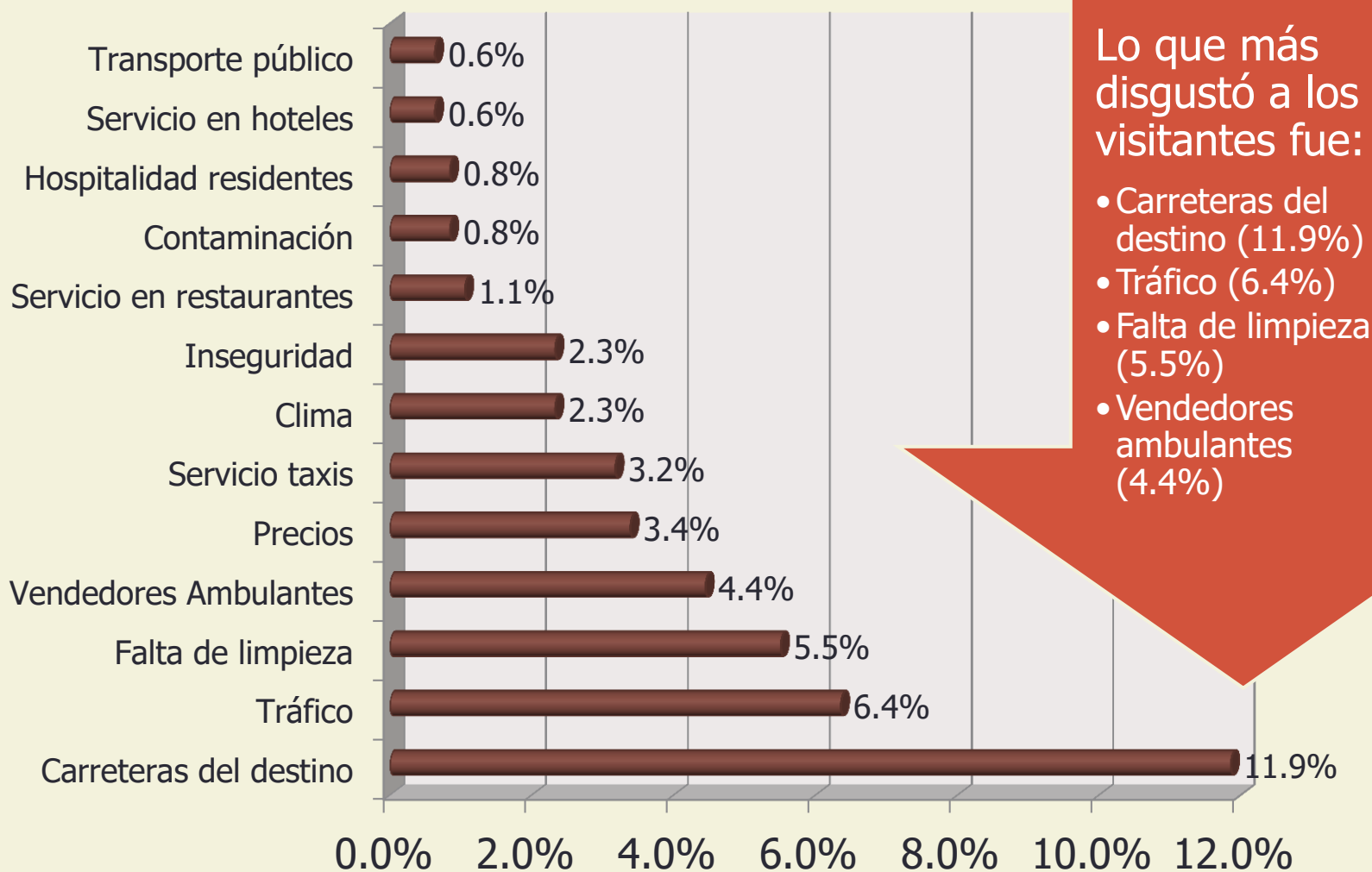
RECORDACIÓN DE LA PUBLICIDAD "SAN LUIS POTOSÍ, UNA EMOCIÓN EN CADA REGIÓN..."



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



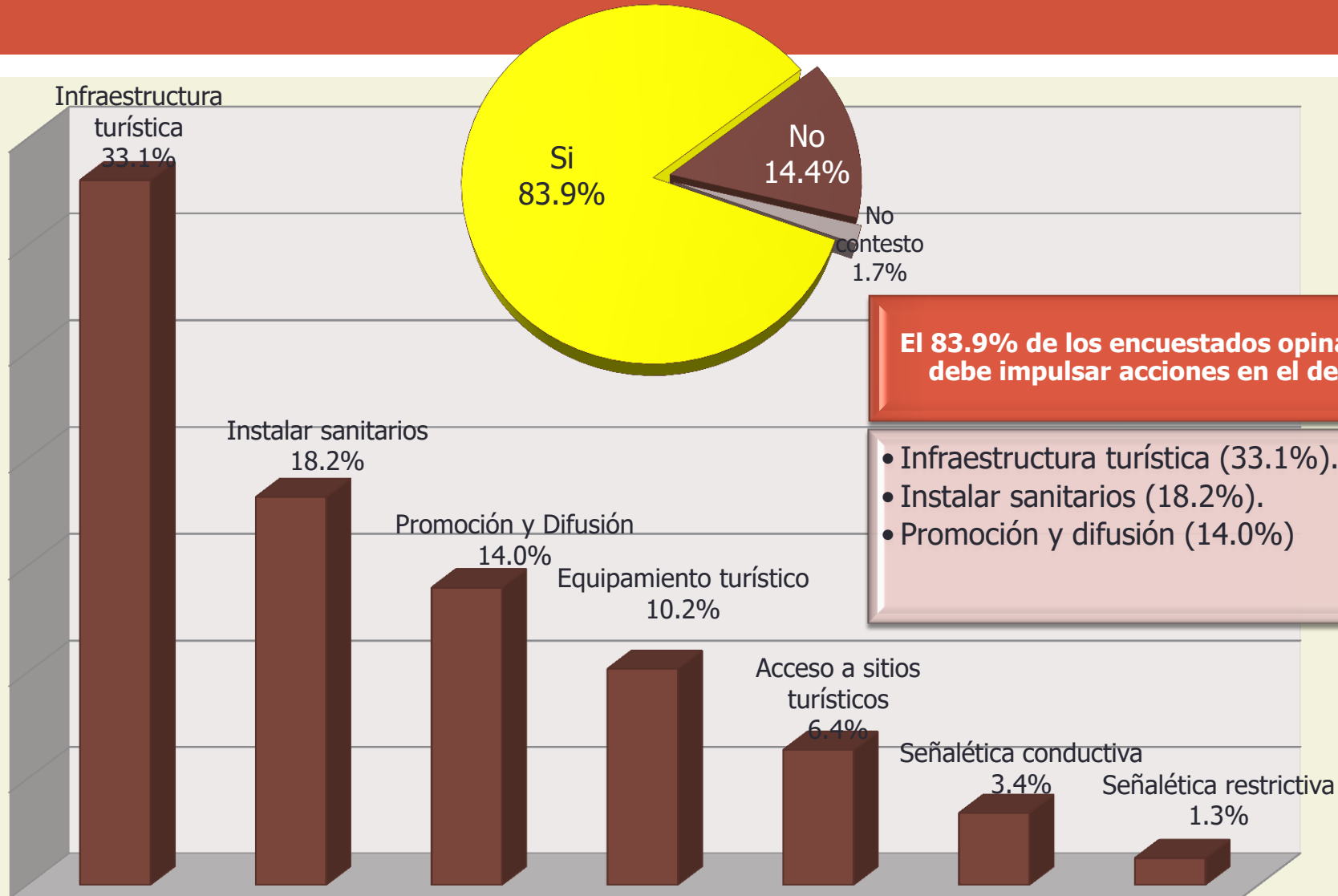
LO QUE MÁS DISGUSTÓ A LOS VISITANTES DURANTE SU VISITA A LA REGIÓN



Lo que más disgustó a los visitantes fue:

- Carreteras del destino (11.9%)
- Tráfico (6.4%)
- Falta de limpieza (5.5%)
- Vendedores ambulantes (4.4%)

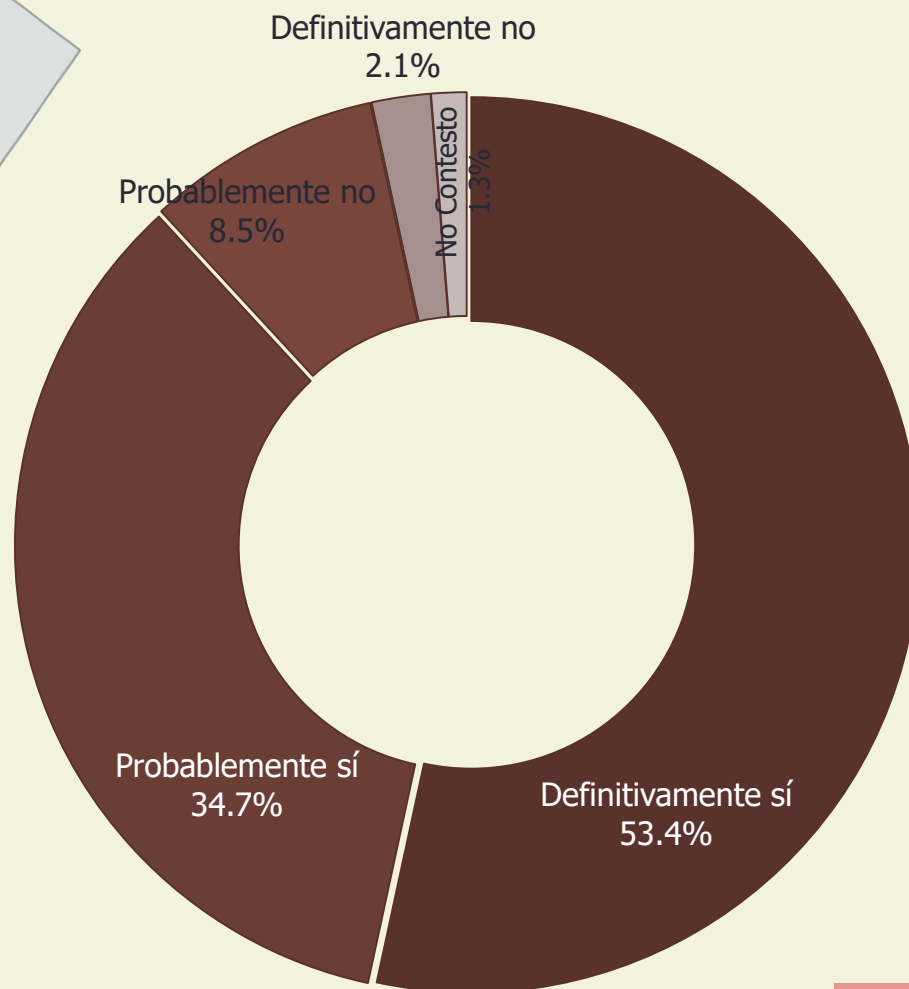
OPINIÓN PARA IMPULSAR ACCIONES DE MEJORA EN LA REGIÓN



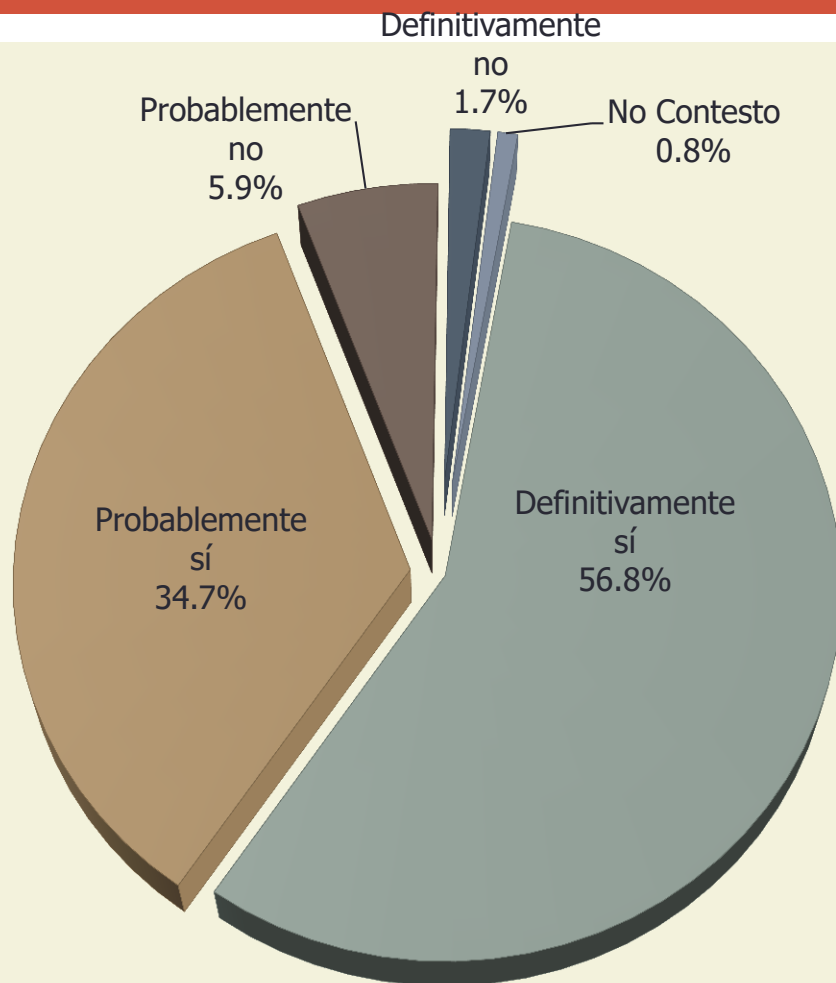
OPINIÓN DE REGRESAR A SAN LUIS POTOSÍ

○ Solamente el 10.6% probablemente no ó definitivamente no regresaría.

○ El 88.1% de los visitantes definitivamente o probablemente si regresaría a este destino.



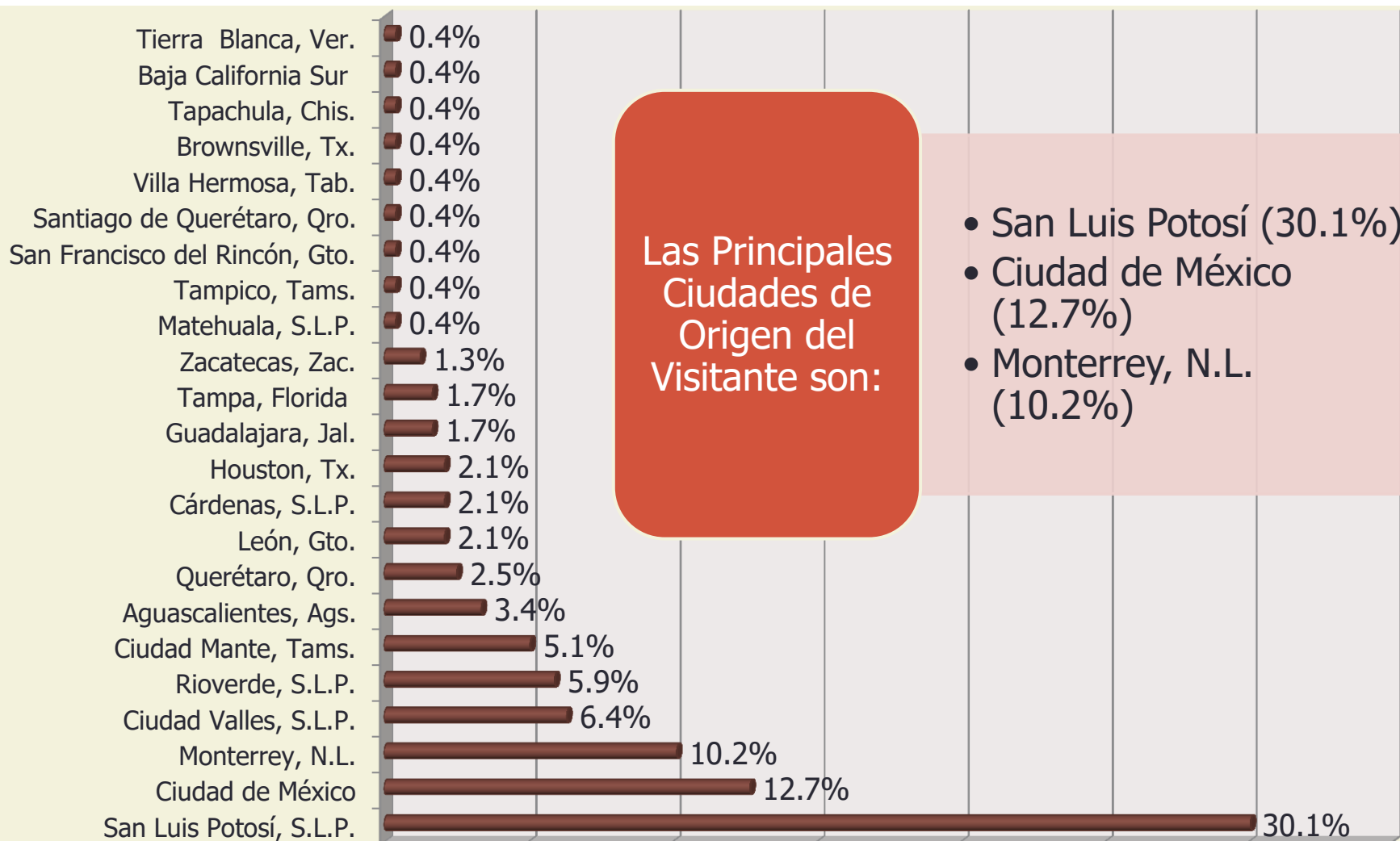
OPINIÓN DE RECOMENDAR A SAN LUIS POTOSÍ



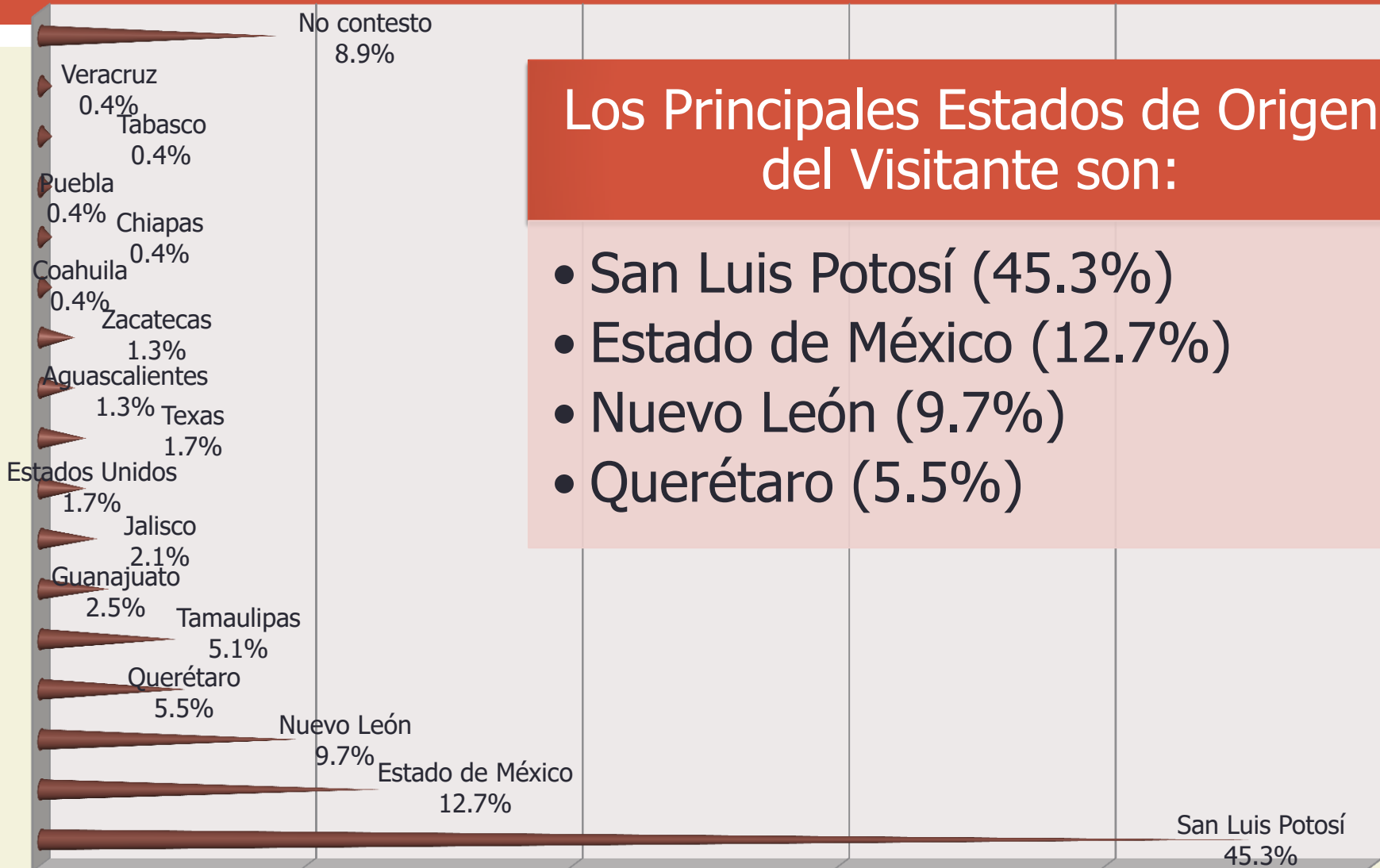
El 91.5% de los visitantes definitivamente o probablemente sí Recomendaría el destino.

Solamente el 7.6% probablemente no ó definitivamente no recomendaría el destino.

PRINCIPALES CIUDADES DE ORIGEN DEL VISITANTE



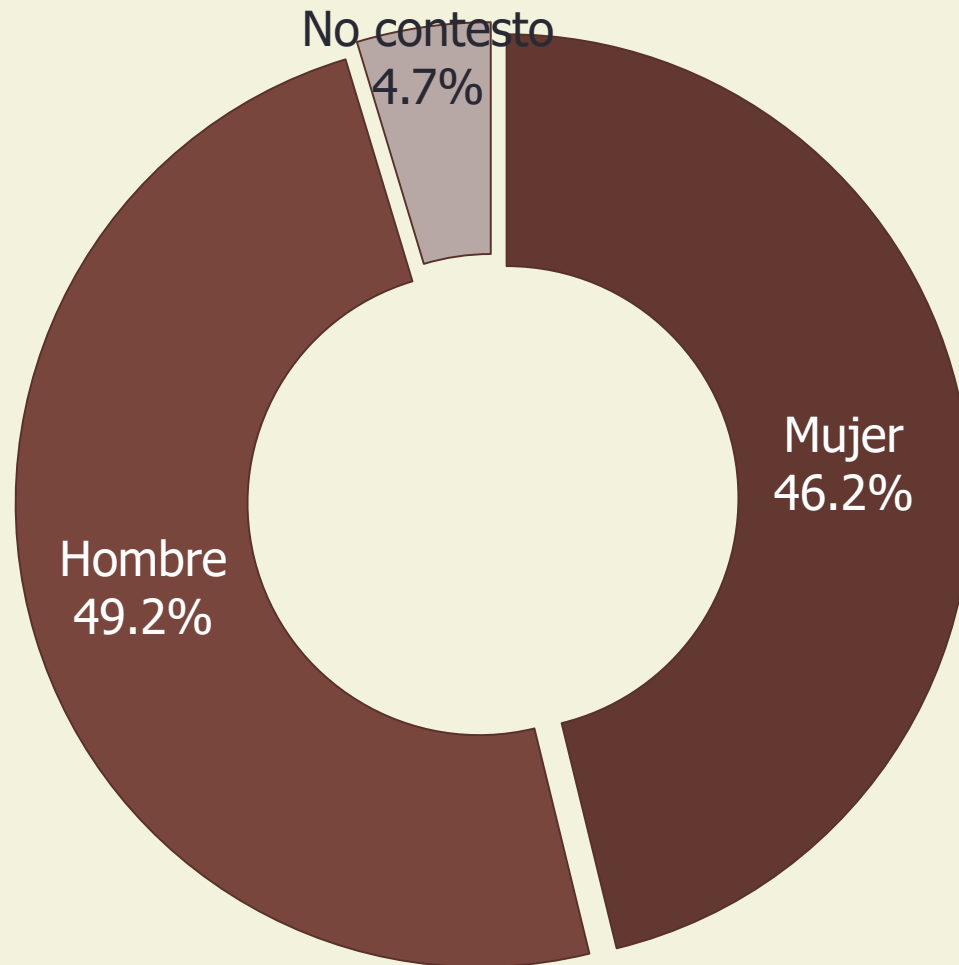
PRINCIPALES ESTADOS DE ORIGEN DEL VISITANTE



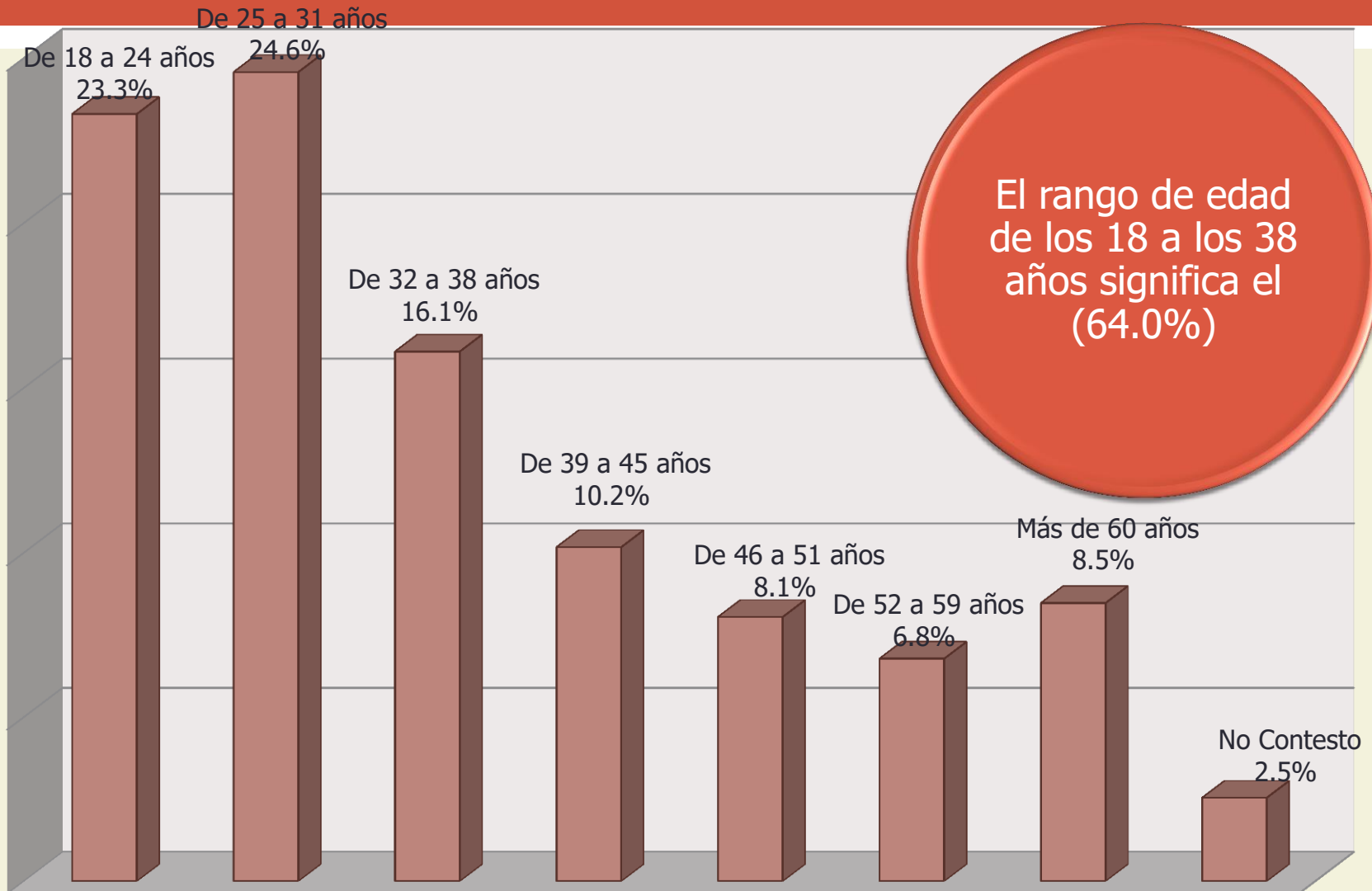
Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

- San Luis Potosí (45.3%)
- Estado de México (12.7%)
- Nuevo León (9.7%)
- Querétaro (5.5%)

SEXO DEL VISITANTE A LA REGIÓN



RANGO DE EDAD DE LOS VISITANTES

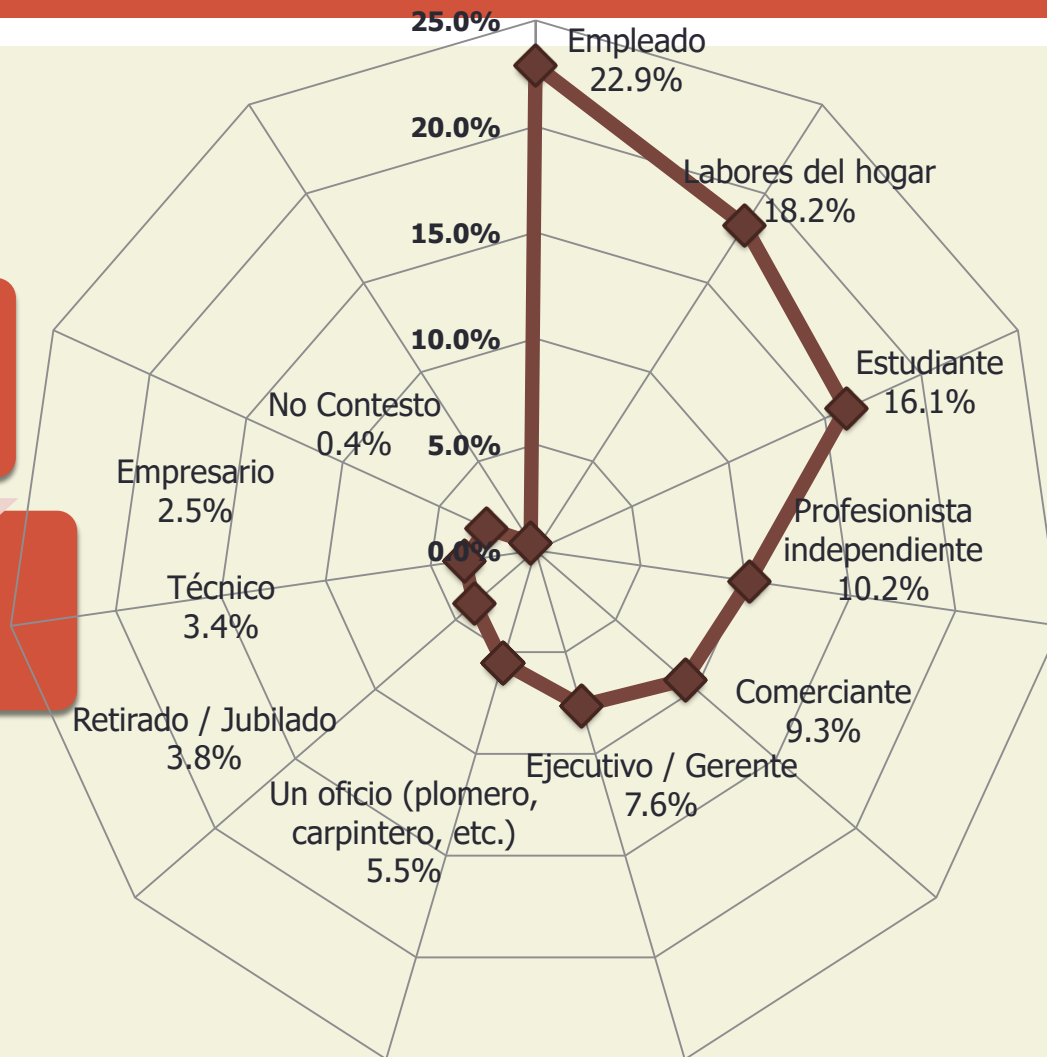


OCUPACIÓN DEL VISITANTE A SAN LUIS POTOSÍ

Una importante parte de los visitantes son empleados (22.9%)

Otro segmento importante (18.2%) se dedican a labores del hogar

El 16.1% son estudiantes





PERFIL DEL VISITANTE SEMANA SANTA 2016



Dirección de Planeación, Información y Análisis

**Región
Media**

**Resultados
con
Perspectiva de
Género**



RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Lugar de Encuesta

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Alaquines	5.9%	3.0%	1.3%	10.2%
Cárdenas	2.5%	3.4%	0.8%	6.8%
Ciudad del Maíz	13.1%	10.2%	0.8%	24.2%
Ciudad Fernández	8.9%	10.6%	0.0%	19.5%
Rayón	6.8%	12.7%	1.7%	21.2%
Rioverde	8.9%	9.3%	0.0%	18.2%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	17.4%	17.4%	1.7%	36.4%
Una vez al año	13.1%	14.8%	1.7%	29.7%
Dos veces al año	5.5%	8.9%	0.4%	14.8%
Tres o más veces al año	10.2%	8.1%	0.8%	19.1%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguna	12.3%	13.6%	3.4%	29.2%
Una noche	4.2%	5.5%	0.0%	9.7%
Dos noches	6.8%	8.5%	0.4%	15.7%
Tres noches	7.6%	5.5%	0.4%	13.6%
Cuatro noches	2.1%	5.5%	0.4%	8.1%
Cinco noches	4.7%	3.8%	0.0%	8.5%
Seis noches	1.7%	3.4%	0.0%	5.1%
Siete noches	3.4%	2.5%	0.0%	5.9%
Ocho noches	1.3%	0.0%	0.0%	1.3%
Nueve noches	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Diez noches	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Doce Noches	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Catorce noches	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Quince noches	0.8%	0.4%	0.0%	1.3%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Lugar donde se esta hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	8.9%	8.9%	0.0%	17.8%
Familia / Amigos	20.8%	27.5%	3.8%	52.1%
Acampará	8.1%	6.8%	0.0%	14.8%
No contesto	8.5%	5.9%	0.8%	15.3%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Villa Bugambilias - Ciudad del Maíz	2.5%	1.3%	0.0%	3.8%
Hotel Renzzo - Rioverde	1.7%	1.7%	0.0%	3.4%
Hotel María Dolores - Rioverde	0.4%	2.1%	0.0%	2.5%
Hotel Media Luna - Ciudad Fernández	0.8%	1.7%	0.0%	2.5%
Hotel Puertas del Sol - Rayón	0.8%	0.4%	0.0%	1.3%
Cabañas El Refugio del Sol - Ciudad Fernández	1.3%	0.0%	0.0%	1.3%
Hotel Santa Anita - Ciudad Fernández	0.0%	0.8%	0.0%	0.8%
La Malanca - Rioverde	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Ecoturismo Hotel Paraíso Aventura - Ciudad Fernández	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Suites del Río - Rioverde	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Hotel La Huerta - Ciudad Fernández	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Hotel San Francisco - Cárdenas	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
No contesto	37.3%	40.3%	4.7%	82.2%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	3.0%	2.5%	0.0%	5.5%
Pareja	11.0%	15.3%	1.3%	27.5%
Familia	23.3%	20.8%	2.1%	46.2%
Amistades	6.4%	6.8%	1.3%	14.4%
Agrupación	1.3%	1.7%	0.0%	3.0%
No contesto	1.3%	2.1%	0.0%	3.4%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Uno	3.0%	3.0%	0.0%	5.9%
Dos	13.6%	16.9%	1.7%	32.2%
Tres	5.1%	5.5%	0.8%	11.4%
Cuatro	6.4%	5.5%	0.4%	12.3%
Cinco	3.8%	4.2%	0.8%	8.9%
Seis	4.2%	4.2%	0.4%	8.9%
Siete	1.3%	0.4%	0.4%	2.1%
Ocho	1.7%	1.7%	0.0%	3.4%
Nueve	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Diez	1.3%	3.0%	0.0%	4.2%
Once	0.4%	0.4%	0.0%	0.8%
Doce	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Quince	0.8%	3.0%	0.0%	3.8%
Veinte	0.0%	0.8%	0.0%	0.8%
Veinticuatro	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
No contesto	3.8%	0.0%	0.0%	3.8%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	36.0%	37.3%	4.2%	77.5%
Autobús de línea	5.1%	7.2%	0.0%	12.3%
Autobús rentado	2.1%	2.5%	0.0%	4.7%
Avión	1.3%	0.0%	0.0%	1.3%
No contestó	1.7%	2.1%	0.4%	4.2%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
300 a 400 pesos	9.3%	11.0%	1.3%	21.6%
401 a 550 pesos	4.7%	4.7%	0.0%	9.3%
551 a 700 pesos	3.0%	2.1%	0.0%	5.1%
701 a 850 pesos	1.7%	0.8%	0.0%	2.5%
851 a 999 pesos	1.3%	1.3%	0.0%	2.5%
Más de 1,000 pesos	3.0%	3.8%	0.0%	6.8%
No contesto	23.3%	25.4%	3.4%	52.1%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	13.6%	16.9%	2.1%	32.6%
De 201 a 250 pesos	8.1%	6.8%	2.1%	16.9%
De 251 a 300 pesos	5.5%	5.1%	0.0%	10.6%
De 301 a 400 pesos	3.4%	1.3%	0.0%	4.7%
De 401 a 500 pesos	3.0%	1.3%	0.0%	4.2%
Más de 500 pesos	3.8%	8.9%	0.0%	12.7%
No contesto	8.9%	8.9%	0.4%	18.2%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	15.7%	16.5%	1.7%	33.9%
De 201 a 250 pesos	12.7%	14.0%	2.5%	29.2%
De 251 a 300 pesos	3.0%	3.8%	0.0%	6.8%
De 301 a 400 pesos	3.0%	3.0%	0.0%	5.9%
De 401 a 500 pesos	3.4%	2.1%	0.0%	5.5%
Más de 500 pesos	4.7%	8.1%	0.0%	12.7%
No contesto	3.8%	1.7%	0.4%	5.9%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	9.3%	11.9%	0.4%	21.6%
De 201 a 250 pesos	3.4%	5.1%	0.0%	8.5%
De 251 a 300 pesos	4.7%	2.1%	0.0%	6.8%
De 301 a 400 pesos	2.5%	1.3%	0.4%	4.2%
De 401 a 500 pesos	1.7%	1.3%	0.0%	3.0%
Más de 500 pesos	3.0%	5.5%	0.0%	8.5%
No contesto	21.6%	22.0%	3.8%	47.5%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	6.4%	7.6%	0.4%	14.4%
De 201 a 250 pesos	2.1%	5.1%	0.4%	7.6%
De 251 a 300 pesos	3.0%	1.7%	0.0%	4.7%
De 301 a 400 pesos	3.0%	0.8%	0.0%	3.8%
De 401 a 500 pesos	3.4%	0.8%	0.4%	4.7%
Más de 500 pesos	3.0%	6.8%	0.0%	9.7%
No contesto	25.4%	26.3%	3.4%	55.1%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	8.1%	12.7%	1.7%	22.5%
De 201 a 250 pesos	8.5%	10.6%	1.7%	20.8%
De 251 a 300 pesos	2.1%	2.1%	0.4%	4.7%
De 301 a 400 pesos	4.2%	2.1%	0.0%	6.4%
De 401 a 500 pesos	5.1%	3.4%	0.4%	8.9%
Más de 500 pesos	10.6%	12.7%	0.4%	23.7%
No contesto	7.6%	5.5%	0.0%	13.1%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Visita a familiares	5.5%	6.1%	0.3%	11.9%
Vacaciones	5.2%	5.6%	0.4%	11.3%
Turismo de Aventura	3.4%	4.4%	0.1%	7.9%
Religioso	4.1%	2.3%	0.3%	6.6%
Naturaleza	2.8%	2.7%	0.3%	5.8%
Cultural	1.1%	1.4%	0.1%	2.7%
Ecoturismo	0.8%	1.3%	0.3%	2.4%
Compra artesanías	0.8%	1.7%	0.0%	2.5%
Gastronómico	1.0%	0.8%	0.3%	2.1%
Deportivo	0.8%	0.6%	0.1%	1.6%
Negocios	1.0%	0.4%	0.0%	1.4%
Salud	0.4%	0.7%	0.0%	1.1%
No Contesto	19.1%	21.2%	2.4%	42.7%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Media Luna, Rioverde, S.L.P.	1.1%	1.5%	0.0%	2.5%
Cárdenas, S.L.P.	1.5%	0.8%	0.2%	2.5%
Rioverde, S.L.P.	1.1%	0.4%	0.2%	1.7%
Cola de Caballo, N.L.	0.8%	0.8%	0.0%	1.7%
El Naranjo	0.8%	0.6%	0.0%	1.5%
Arrollo Seco, Qro.	0.2%	0.8%	0.0%	1.1%
Huasteca Potosina	0.4%	0.6%	0.0%	1.1%
Real de Catorce, S.L.P.	0.4%	0.2%	0.2%	0.8%
Tamasopo	0.2%	0.4%	0.2%	0.8%
Conca, Qro.	0.2%	0.4%	0.2%	0.8%
Matehuala, S.L.P.	0.2%	0.4%	0.0%	0.6%
Puente de Dios, Tamasopo, S.L.P.	0.2%	0.4%	0.0%	0.6%
Anteojitos, Rioverde, S.L.P.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Ciudad Valles, S.L.P.	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Charcas, S.L.P.	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Ciudad Fernández, S.L.P.	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
Morelia, Mich.	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Chihuahua, Chih.	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Rayón, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Santa Catarina, S.L.P.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
San Luis Potosí, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
San Felipe, Guanajuato	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Villa de Reyes, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Reynosa, Tams.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Cerritos, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Ciudad del Maíz, S.L.P.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Cascadas de Agua Azul, Chis.	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Michoacán	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Querétaro, Qro.	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Grutas de Garcías	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Xochimilco	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Íxtapa de la Sal	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Aguaascalientes	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Las 3 Huastecas	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Zacatecas	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Paraíso Caxcan Zacatecas	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Los Peroles	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
No Contesto	36.2%	37.5%	3.6%	77.3%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Razones de Comparación con la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Naturaleza	4.2%	5.3%	0.4%	10.0%
Ríos	1.1%	3.0%	0.2%	4.2%
Hospitalidad de la gente	0.6%	0.8%	0.0%	1.5%
Clima	0.6%	0.4%	0.0%	1.1%
Vegetación	0.6%	0.4%	0.0%	1.1%
Fauna	0.2%	0.4%	0.0%	0.6%
Cultura	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Tranquilidad	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Cascadas	0.2%	0.0%	0.2%	0.4%
Biodiversidad	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Costumbres	0.2%	0.0%	0.2%	0.4%
Jardines / Parques	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Plazas	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Por su Gastronomía	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
No contesto	37.3%	37.3%	3.6%	78.2%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Actividades que podrían desarrollarse

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ciclismo	2.8%	3.0%	0.0%	5.7%
Natación	2.1%	2.1%	0.8%	5.1%
Acampar	1.3%	2.5%	0.2%	4.0%
Cultura	2.3%	0.8%	0.2%	3.4%
Deporte	1.1%	1.3%	0.2%	2.5%
Paseo en caballos	0.6%	1.7%	0.2%	2.5%
Tirolesa	1.3%	1.1%	0.0%	2.3%
Ecoturismo	0.8%	1.1%	0.0%	1.9%
Pesca	0.2%	1.7%	0.0%	1.9%
Actividades de aventura	0.6%	1.1%	0.0%	1.7%
Tours	0.6%	0.8%	0.2%	1.7%
Rappel	0.8%	0.6%	0.0%	1.5%
Cuatrimotos	1.1%	0.2%	0.0%	1.3%
Visitas guiadas	0.8%	0.2%	0.0%	1.1%
Promoción	0.6%	0.4%	0.0%	1.1%
Historias del Lugar	0.6%	0.4%	0.0%	1.1%
Eventos Culturales	0.0%	0.8%	0.0%	0.8%
Gastronomía	0.6%	0.2%	0.0%	0.8%
Senderismo	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
Tiendas de Ropa	0.0%	0.2%	0.2%	0.4%
Alpinismo	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
Cabalgata	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Diversión	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Fotografía	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Spa / Meditación	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Religioso	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Pista deportiva	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Más taxis	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
No contesto	26.3%	28.0%	2.5%	56.8%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Opinión para Mejorar la Actividad Turística

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Difusión nivel nacional	3.0%	3.2%	0.2%	6.4%
Mejorar las carreteras / Crear carreteras	2.8%	1.3%	0.4%	4.4%
Hoteles de mejor calidad	2.1%	1.9%	0.2%	4.2%
Actividades culturales	1.1%	1.3%	0.2%	2.5%
Integrar producto turístico	0.6%	1.3%	0.0%	1.9%
Recorridos Históricos	1.1%	0.8%	0.0%	1.9%
Cuatrimotos	0.6%	1.1%	0.0%	1.7%
Infraestructura turística	1.1%	1.1%	0.2%	2.3%
Guías de turistas	0.2%	0.8%	0.4%	1.5%
Señalética turística	1.1%	0.4%	0.0%	1.5%
Seguridad	0.6%	0.6%	0.0%	1.3%
Proyectos Turísticos	0.6%	0.6%	0.0%	1.3%
Centros Turísticos	0.6%	0.4%	0.2%	1.3%
Limpieza / Botes para basura	0.4%	0.4%	0.0%	0.8%
Señalamientos	0.4%	0.4%	0.0%	0.8%
Internet	0.6%	0.2%	0.0%	0.8%
Restaurantes	0.4%	0.4%	0.0%	0.8%
Que este adecuado el lugar	0.4%	0.2%	0.2%	0.8%
Centros nocturnos	0.4%	0.2%	0.0%	0.6%
Estacionamiento	0.2%	0.4%	0.0%	0.6%
Un parque acuático	0.2%	0.4%	0.0%	0.6%
Más información	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
Gente mas amable	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Regaderas	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Puentes peatonales	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
Mejorar Precios	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Transporte Público	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Promoción	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%
Albercas	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Interés en el turismo	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Sanitarios	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Vías de Acceso	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%
Gastronomía	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
Servicios Públicos	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
Toboganes	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
No contestó	26.1%	29.4%	2.1%	57.6%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Medio por el que se enteró o conoce región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	12.3%	14.4%	1.7%	28.4%
Televisión	4.7%	4.9%	0.4%	10.0%
Radio	5.5%	3.8%	0.0%	9.3%
Revista	3.6%	4.9%	0.0%	8.5%
Folleto	3.6%	2.8%	0.6%	7.0%
Agencias de Viajes	2.8%	2.3%	0.2%	5.3%
Redes Sociales	1.1%	0.8%	0.4%	2.3%
Periódico	0.6%	0.6%	0.0%	1.3%
Familiares o amigos	1.1%	0.2%	0.0%	1.3%
No contesto	11.0%	14.4%	1.3%	26.7%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Viajo a través de algún Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	9.3%	7.6%	0.0%	16.9%
No	36.0%	38.1%	4.2%	78.4%
No contesto	0.8%	3.4%	0.4%	4.7%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Nombre del Agencia u Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
D' la Fuente	3.0%	1.7%	0.0%	4.7%
Vencedor	5.5%	5.1%	0.0%	10.6%
No contesto	37.7%	42.4%	4.7%	84.7%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Recordación de Publicidad con Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	19.5%	18.6%	0.8%	39.0%
No	25.4%	29.2%	3.8%	58.5%
No contesto	1.3%	1.3%	0.0%	2.5%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Lugar de Recordación de la Publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	5.1%	5.1%	0.4%	10.6%
Televisión	3.4%	5.1%	0.0%	8.5%
Redes Sociales	3.0%	3.4%	0.4%	6.8%
Espectaculares	1.3%	2.1%	0.0%	3.4%
Revista	2.1%	1.3%	0.0%	3.4%
Periódico	1.7%	0.8%	0.0%	2.5%
Folleto	1.7%	0.8%	0.0%	2.5%
No contesto	28.0%	30.5%	3.8%	62.3%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Lo que más le gustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Paisajes / Naturaleza	8.1%	9.7%	1.7%	19.5%
Flora y Fauna	6.4%	4.9%	0.4%	11.7%
Hospitalidad de la Gente	4.4%	5.7%	0.0%	10.2%
Arquitectura	5.3%	3.4%	0.6%	9.3%
Gastronomía	3.8%	3.2%	0.0%	7.0%
Clima	2.1%	3.4%	0.0%	5.5%
Infraestructura Turística	1.3%	2.3%	0.2%	3.8%
Sitios Histórico Culturales	1.5%	1.3%	0.2%	3.0%
Servicio en Restaurantes	1.3%	1.7%	0.0%	3.0%
Limpieza de la Ciudad	1.1%	1.3%	0.0%	2.3%
Servicio en hoteles	1.1%	0.2%	0.0%	1.3%
Artesanías	0.6%	0.4%	0.0%	1.1%
No contesto	9.3%	11.7%	1.5%	22.5%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Lo que más le disgustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Carreteras del destino	6.8%	4.7%	0.4%	11.9%
Tráfico	3.2%	3.0%	0.2%	6.4%
Falta de limpieza	2.5%	2.3%	0.6%	5.5%
Vendedores Ambulantes	1.5%	3.0%	0.0%	4.4%
Precios	1.9%	1.5%	0.0%	3.4%
Servicio taxis	1.9%	1.3%	0.0%	3.2%
Clima	0.6%	1.7%	0.0%	2.3%
Inseguridad	1.1%	1.3%	0.0%	2.3%
Servicio en restaurantes	0.2%	0.6%	0.2%	1.1%
Contaminación	0.4%	0.4%	0.0%	0.8%
Hospitalidad residentes	0.0%	0.8%	0.0%	0.8%
Servicio en hoteles	0.2%	0.4%	0.0%	0.6%
Transporte público	0.4%	0.2%	0.0%	0.6%
No contesto	25.4%	28.0%	3.2%	56.6%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Impulsar Acciones para renovar Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	36.0%	43.2%	4.7%	83.9%
No	9.3%	5.1%	0.0%	14.4%
No contesto	0.8%	0.8%	0.0%	1.7%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Acciones para Impulsar la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Infraestructura turística	12.7%	17.8%	2.5%	33.1%
Instalar sanitarios	10.6%	7.2%	0.4%	18.2%
Promoción y Difusión	6.4%	6.4%	1.3%	14.0%
Equipamiento turístico	3.4%	6.8%	0.0%	10.2%
Acceso a sitios turísticos	2.5%	3.4%	0.4%	6.4%
Señalética conductiva	2.1%	1.3%	0.0%	3.4%
Señalética restrictiva	0.0%	1.3%	0.0%	1.3%
No contesto	8.5%	5.1%	0.0%	13.6%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	25.8%	25.8%	1.7%	53.4%
Probablemente sí	15.3%	16.5%	3.0%	34.7%
Probablemente no	3.8%	4.7%	0.0%	8.5%
Definitivamente no	0.8%	1.3%	0.0%	2.1%
No Contesto	0.4%	0.8%	0.0%	1.3%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	27.5%	27.1%	2.1%	56.8%
Probablemente sí	15.7%	16.5%	2.5%	34.7%
Probablemente no	2.5%	3.4%	0.0%	5.9%
Definitivamente no	0.4%	1.3%	0.0%	1.7%
No Contesto	0.0%	0.8%	0.0%	0.8%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
San Luis Potosí, S.L.P.	14.8%	14.4%	0.8%	30.1%
Ciudad de México	6.4%	5.5%	0.8%	12.7%
Monterrey, N.L.	4.7%	5.1%	0.4%	10.2%
Ciudad Valles, S.L.P.	3.4%	3.0%	0.0%	6.4%
Rioverde, S.L.P.	3.0%	2.5%	0.4%	5.9%
Ciudad Mante, Tams.	3.8%	0.8%	0.4%	5.1%
Aguascalientes, Ags.	1.7%	1.7%	0.0%	3.4%
Querétaro, Qro.	1.3%	1.3%	0.0%	2.5%
León, Gto.	0.0%	2.1%	0.0%	2.1%
Cárdenas, S.L.P.	0.4%	1.3%	0.4%	2.1%
Houston, Tx.	0.8%	0.8%	0.4%	2.1%
Guadalajara, Jal.	0.4%	0.8%	0.4%	1.7%
Tampa, Florida	0.8%	0.8%	0.0%	1.7%
Zacatecas, Zac.	0.4%	0.8%	0.0%	1.3%
Matehuala, S.L.P.	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Tampico, Tams.	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
San Francisco del Rincón, Gto.	0.0%	0.0%	0.4%	0.4%
Santiago de Querétaro, Qro.	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Villa Hermosa, Tab.	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Brownsville, Tx.	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Tapachula, Chis.	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Baja California Sur	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Tierra Blanca, Ver.	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
No Contesto	3.0%	5.9%	0.0%	8.9%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
San Luis Potosí	21.2%	22.5%	1.7%	45.3%
Estado de México	6.4%	5.5%	0.8%	12.7%
Nuevo León	4.7%	4.7%	0.4%	9.7%
Querétaro	2.5%	3.0%	0.0%	5.5%
Tamaulipas	3.8%	0.8%	0.4%	5.1%
Guanajuato	0.0%	2.1%	0.4%	2.5%
Jalisco	0.8%	0.8%	0.4%	2.1%
Estados Unidos	1.3%	0.4%	0.0%	1.7%
Texas	0.8%	0.4%	0.4%	1.7%
Aguascalientes	0.4%	0.8%	0.0%	1.3%
Zacatecas	0.4%	0.8%	0.0%	1.3%
Coahuila	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Chiapas	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Puebla	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Tabasco	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Veracruz	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
No contesto	3.0%	5.9%	0.0%	8.9%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

RESULTADOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Edad Promedio de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 18 a 24 años	15.3%	6.4%	1.7%	23.3%
De 25 a 31 años	10.6%	14.0%	0.0%	24.6%
De 32 a 38 años	5.9%	9.7%	0.4%	16.1%
De 39 a 45 años	3.0%	6.8%	0.4%	10.2%
De 46 a 51 años	4.7%	3.0%	0.4%	8.1%
De 52 a 59 años	2.1%	3.8%	0.8%	6.8%
Más de 60 años	3.8%	3.8%	0.8%	8.5%
No Contesto	0.8%	1.7%	0.0%	2.5%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%

Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Empleado	8.5%	14.0%	0.4%	22.9%
Labores del hogar	14.0%	3.0%	1.3%	18.2%
Estudiante	8.9%	5.9%	1.3%	16.1%
Profesionista independiente	3.0%	6.4%	0.8%	10.2%
Comerciante	2.5%	5.9%	0.8%	9.3%
Ejecutivo / Gerente	5.1%	2.5%	0.0%	7.6%
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	0.4%	5.1%	0.0%	5.5%
Retirado / Jubilado	0.8%	3.0%	0.0%	3.8%
Técnico	0.8%	2.5%	0.0%	3.4%
Empresario	1.7%	0.8%	0.0%	2.5%
No Contesto	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Total	46.2%	49.2%	4.7%	100.0%



PERFIL DEL VISITANTE

SEMANA SANTA 2016



Dirección de Planeación, Información y Análisis

**Región
Media**

