



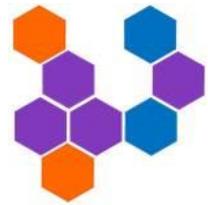
**XILITLA**  
**PUEBLO MÁGICO**

# Perfil del Visitante

## Pueblo Mágico Xilitla

### Verano 2019



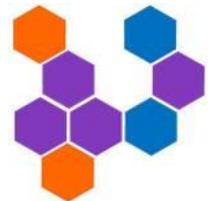


# Metodología

Con el objeto de determinar el Perfil del Visitante y conocer la experiencia durante se estancia en este Pueblo Mágico, se llevó a cabo un levantamiento de 150 encuestas.

Las entrevistas se levantaron durante la temporada de Verano en los principales sitios turísticos de este municipio y fueron contestadas directamente por los visitantes.

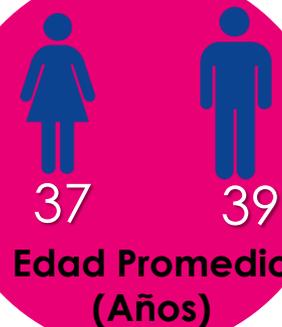
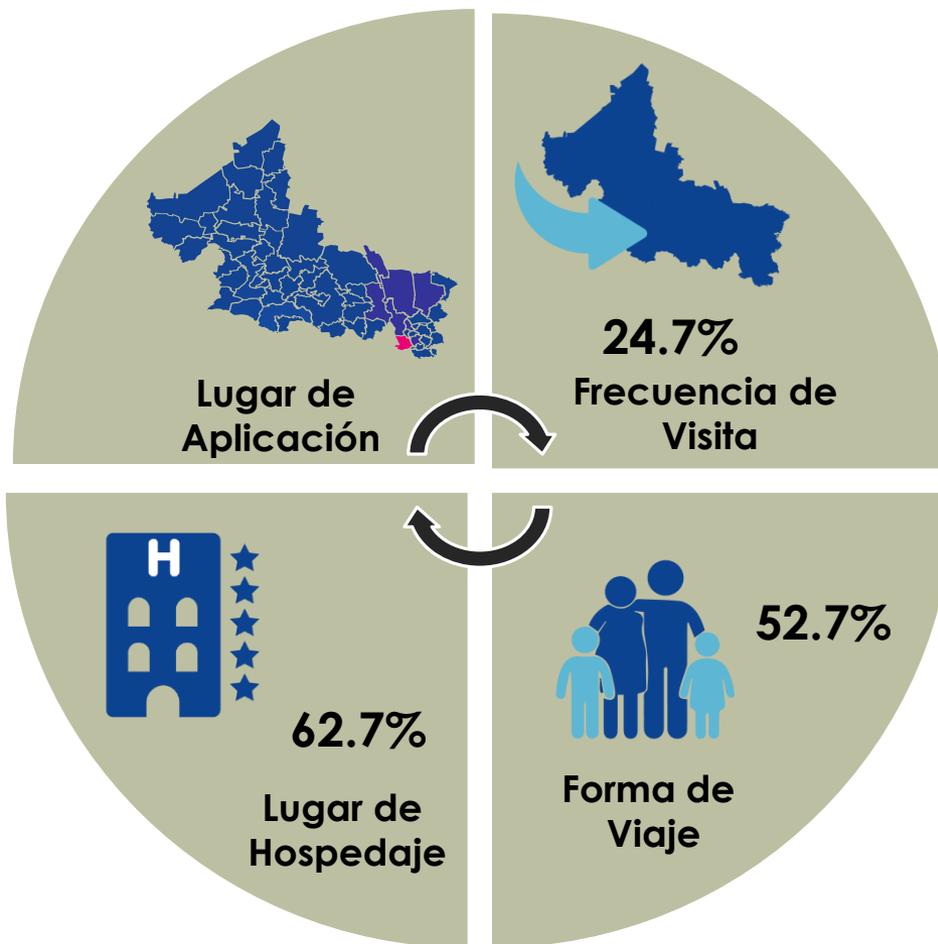
Los resultados obtenidos para cada uno de los conceptos se presentan a continuación:

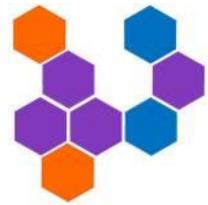


# Resumen

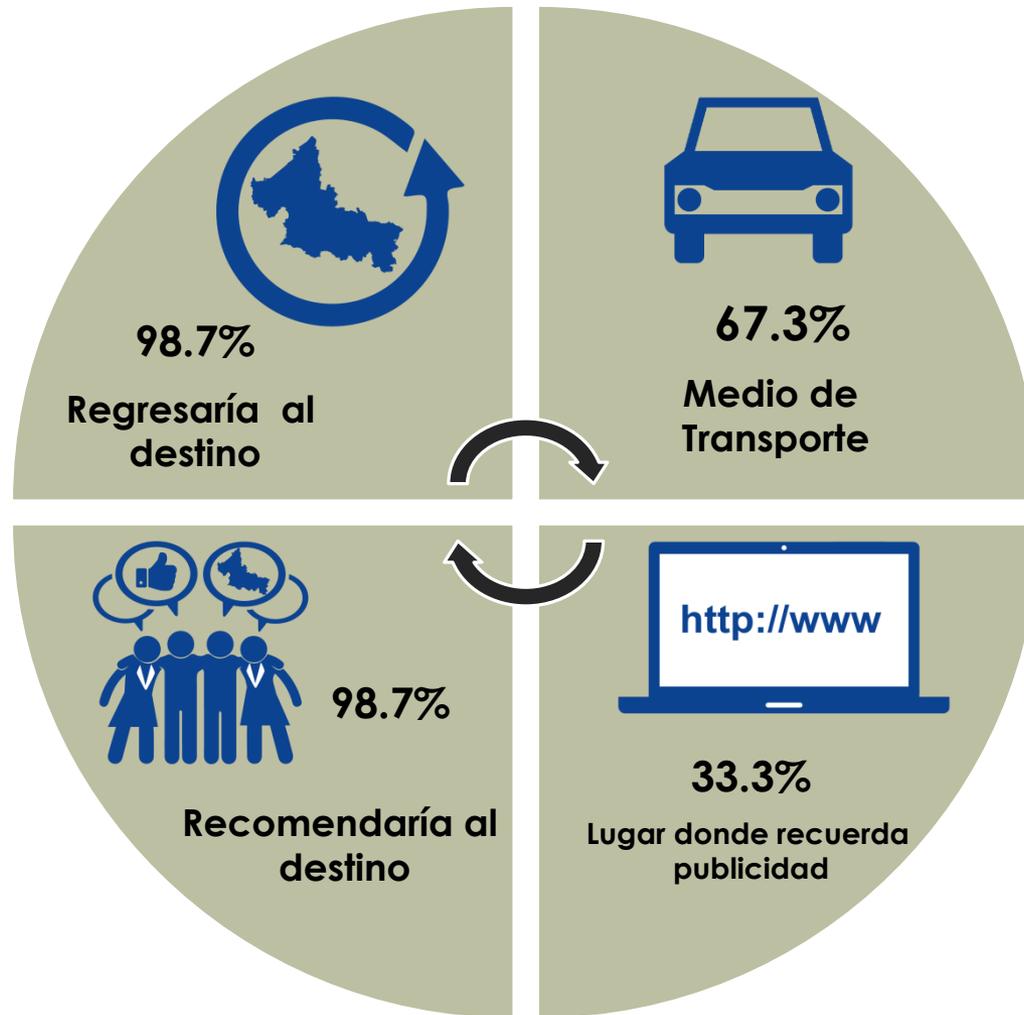
6.6

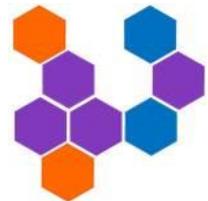
Tamaño de Grupo promedio





# Resumen





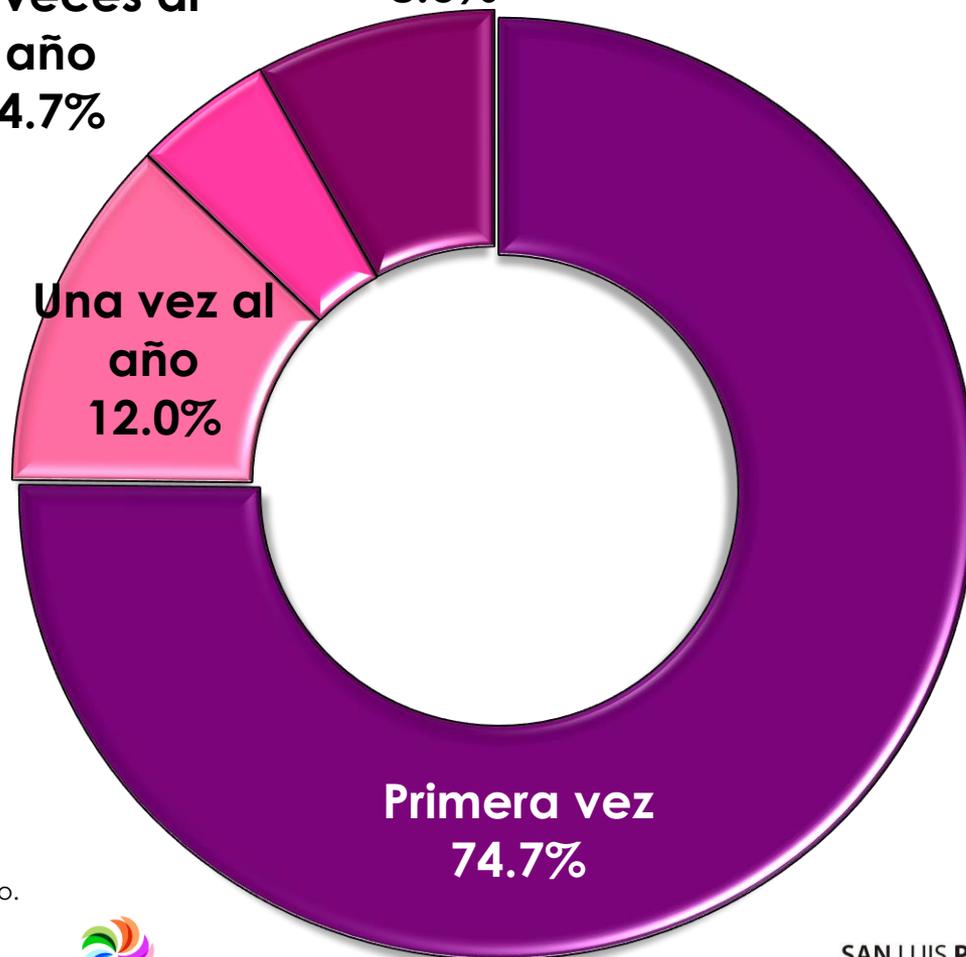
# Frecuencia de Visita a la Región

El 74.7% visita el destino por primera vez

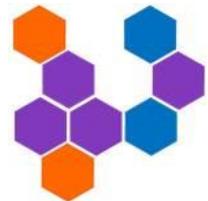
El turismo repetitivo representa el 24.7%

Tres o más veces al año  
8.0%

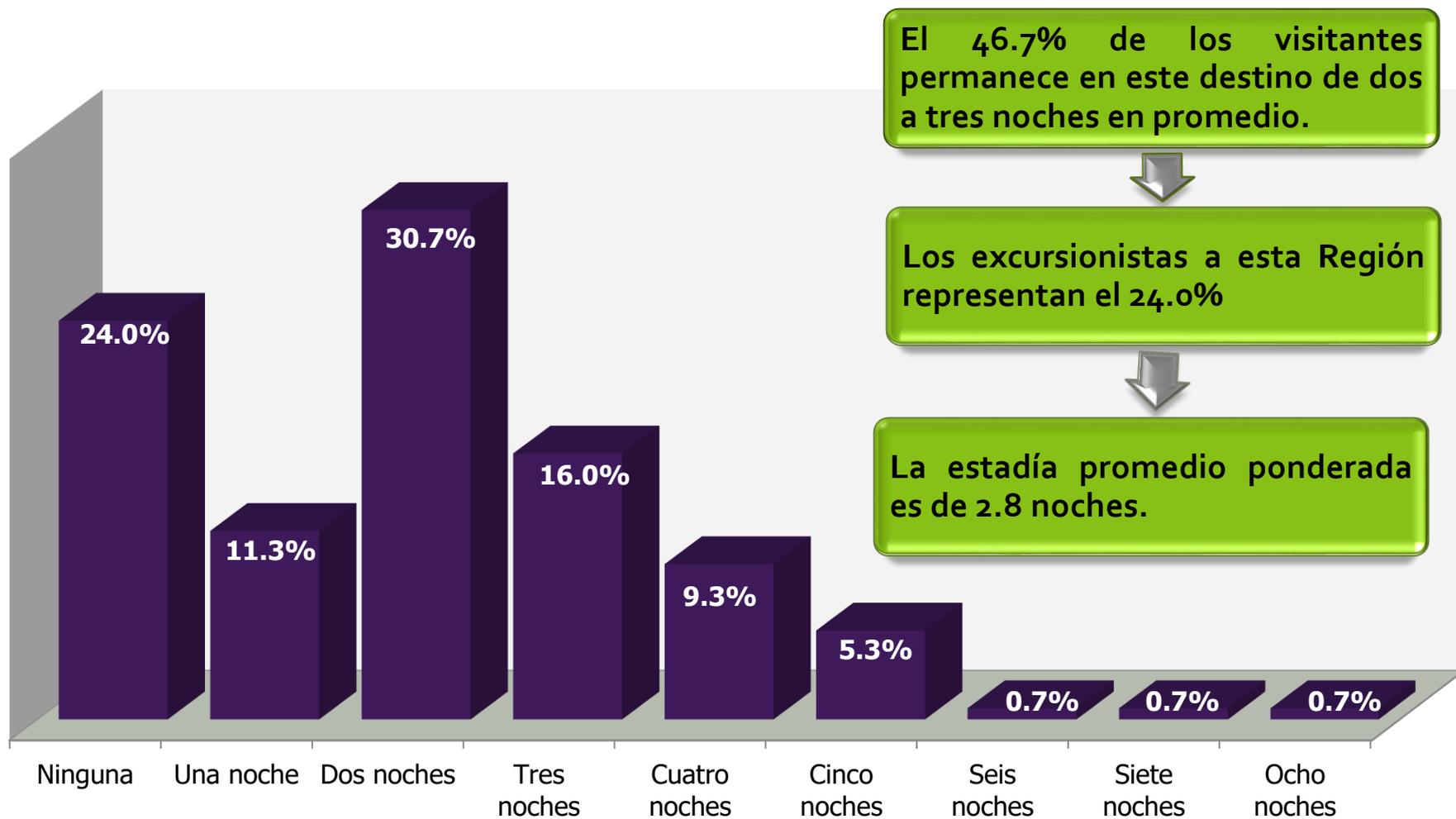
Dos veces al año  
4.7%



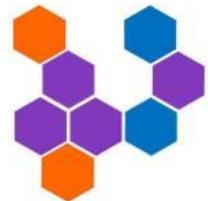
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



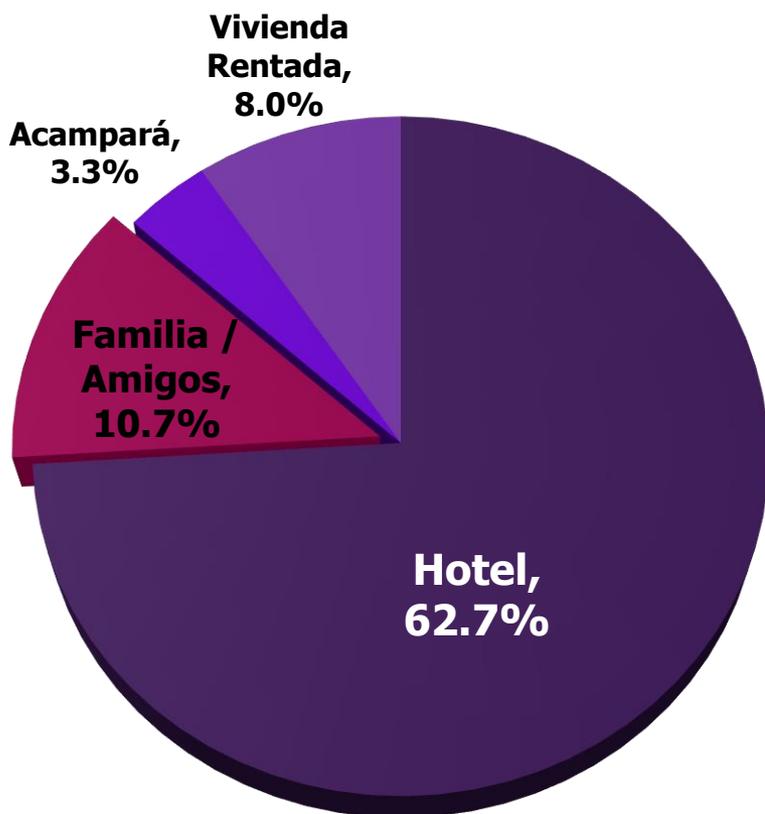
# Noches de Estadía



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



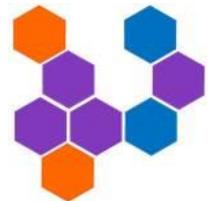
# Lugar de Hospedaje del Visitante



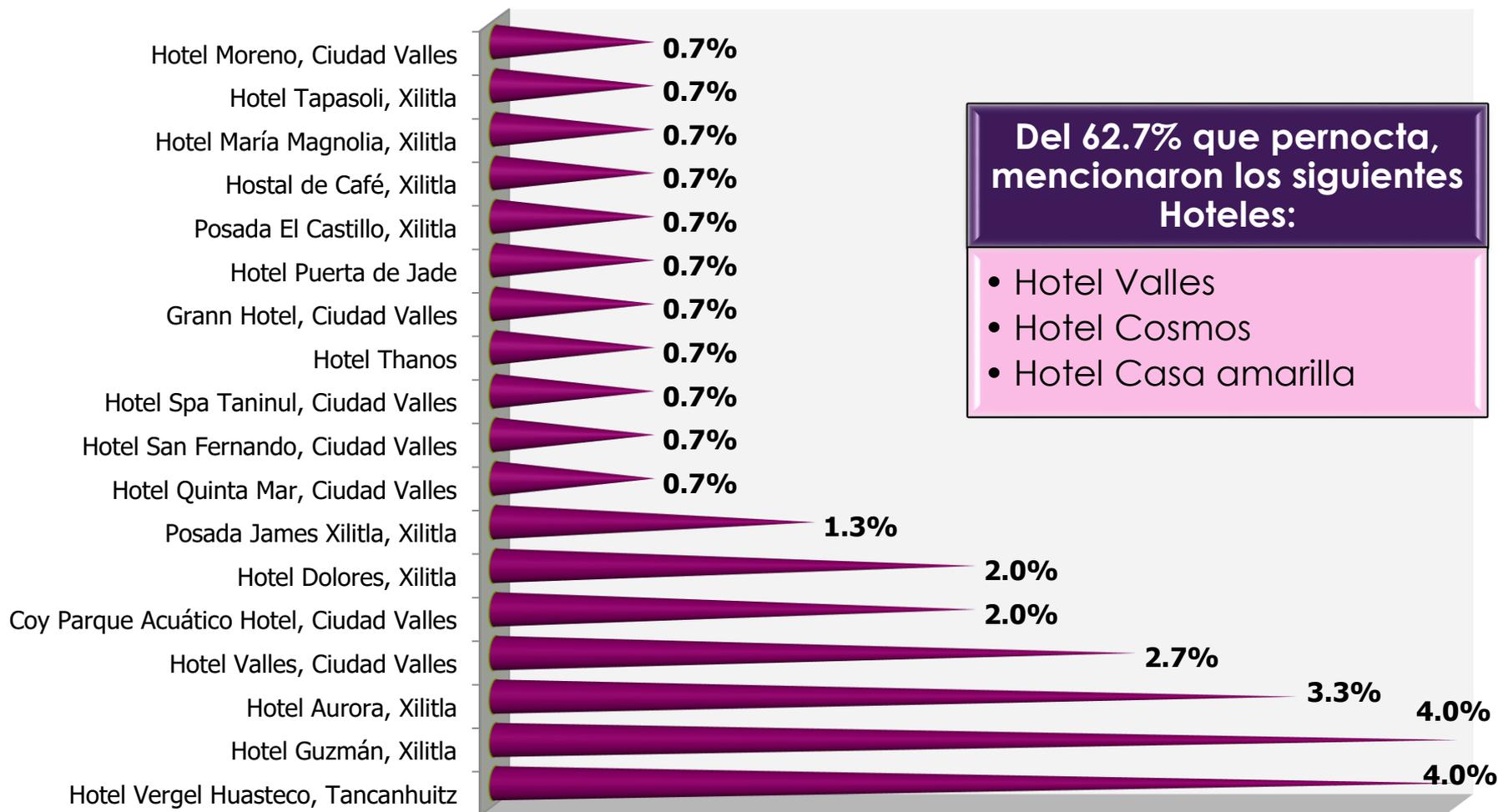
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

Un poco más de la mitad de los visitantes pernoctan en algún hotel de esta región (62.7%)

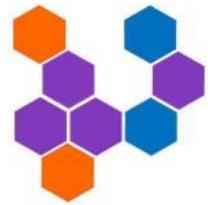
El 10.7% prefiere casas de Familiares y amigos.



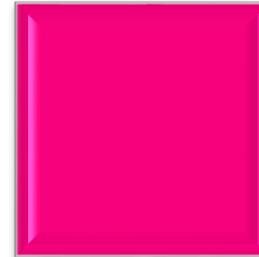
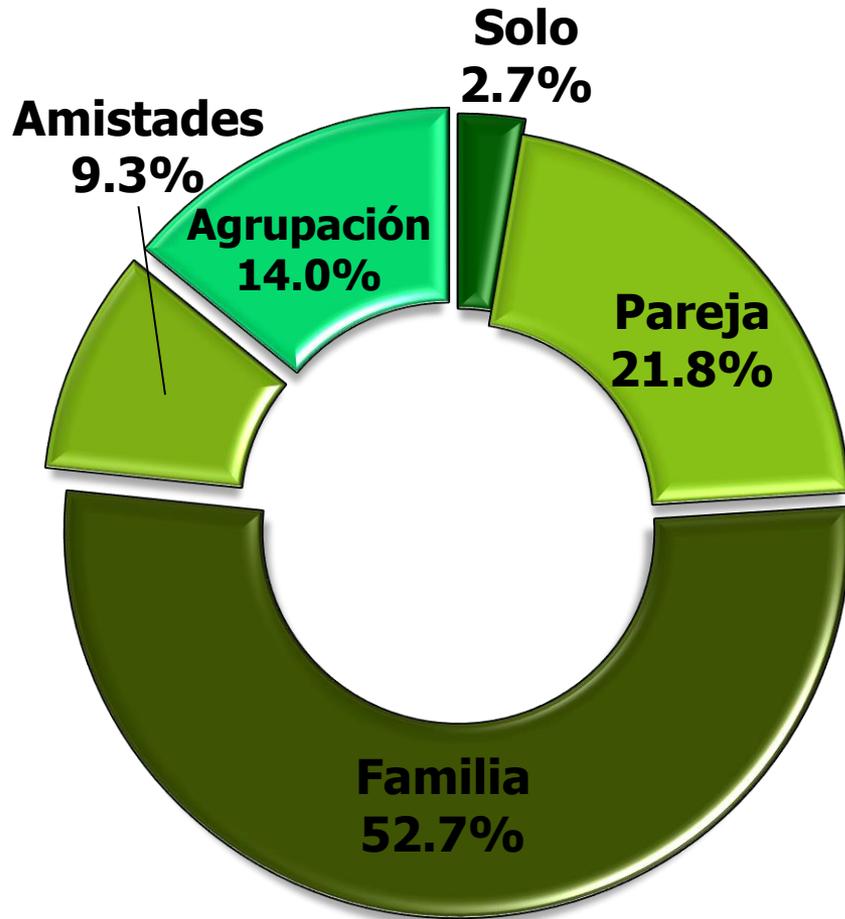
# Principales Hoteles de Pernocta del visitante



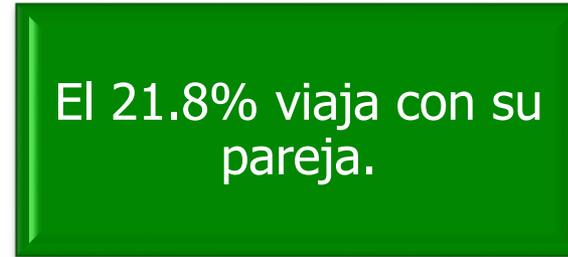
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



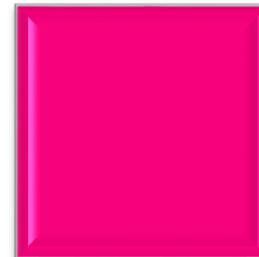
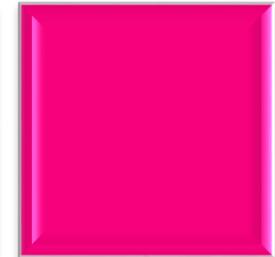
# Forma de Viajar del Visitante



El 52.7% realiza este viaje con la familia.

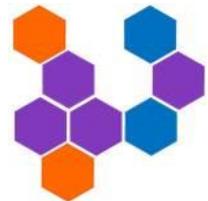


El 21.8% viaja con su pareja.

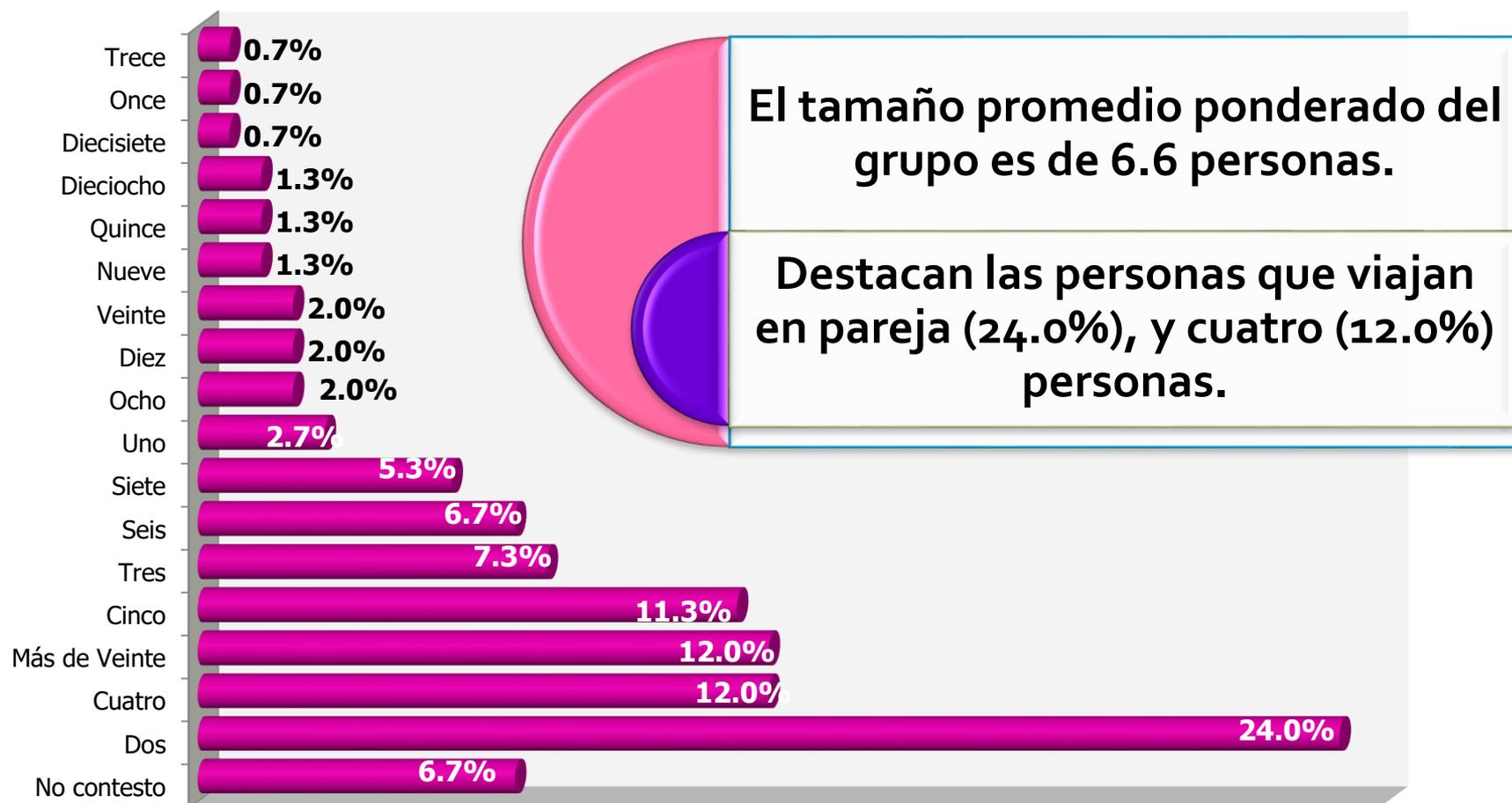


14.0% viaja con alguna agrupación y el 9.3% realiza este viaje con amistades.

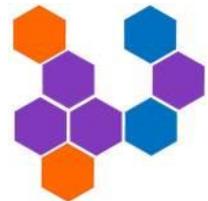
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



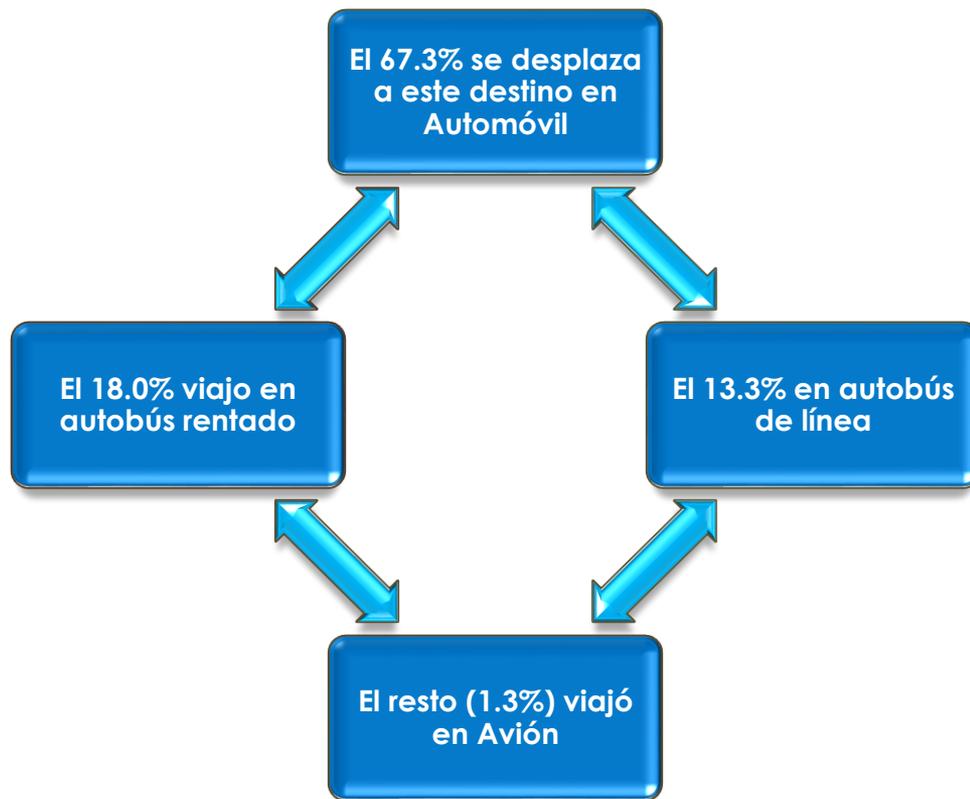
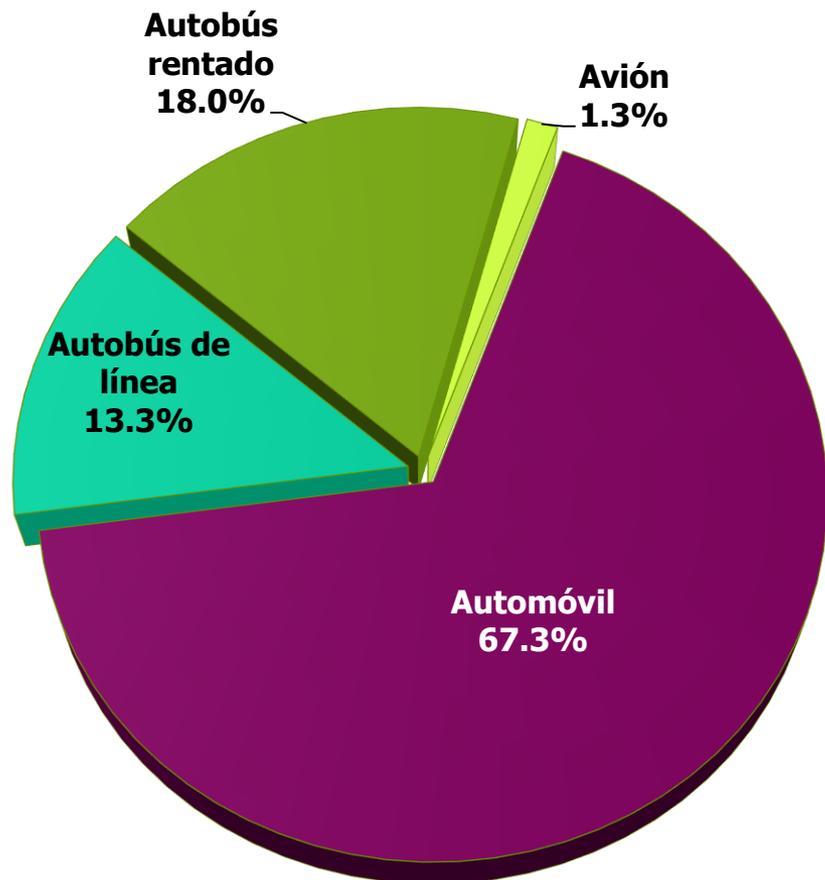
# Número de Acompañantes en su Visita



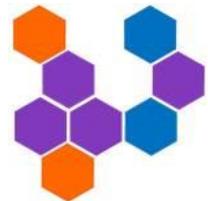
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



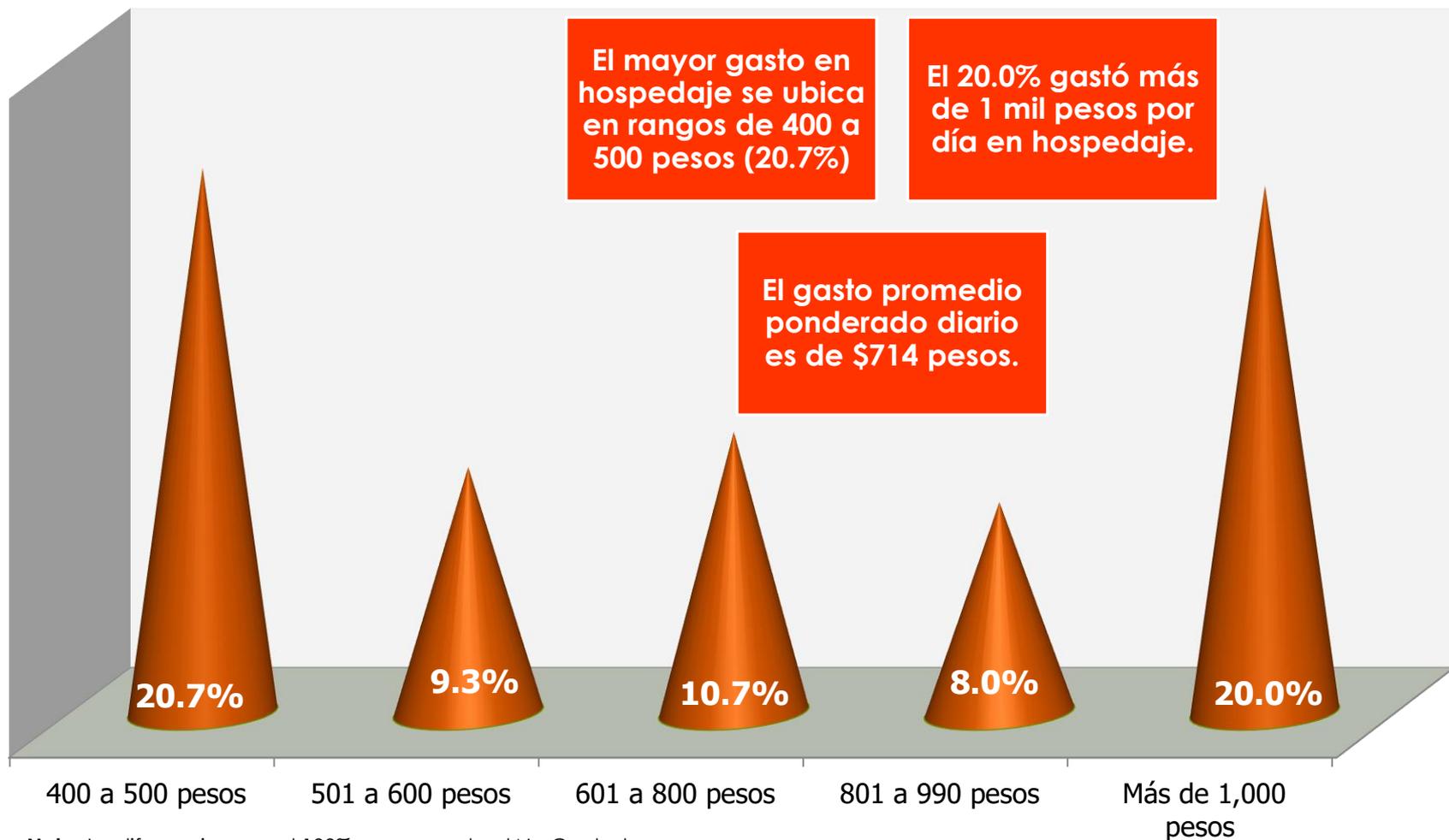
# Medio de Transporte Utilizado por el Visitante

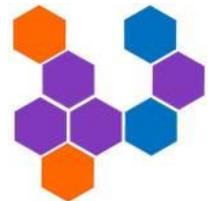


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

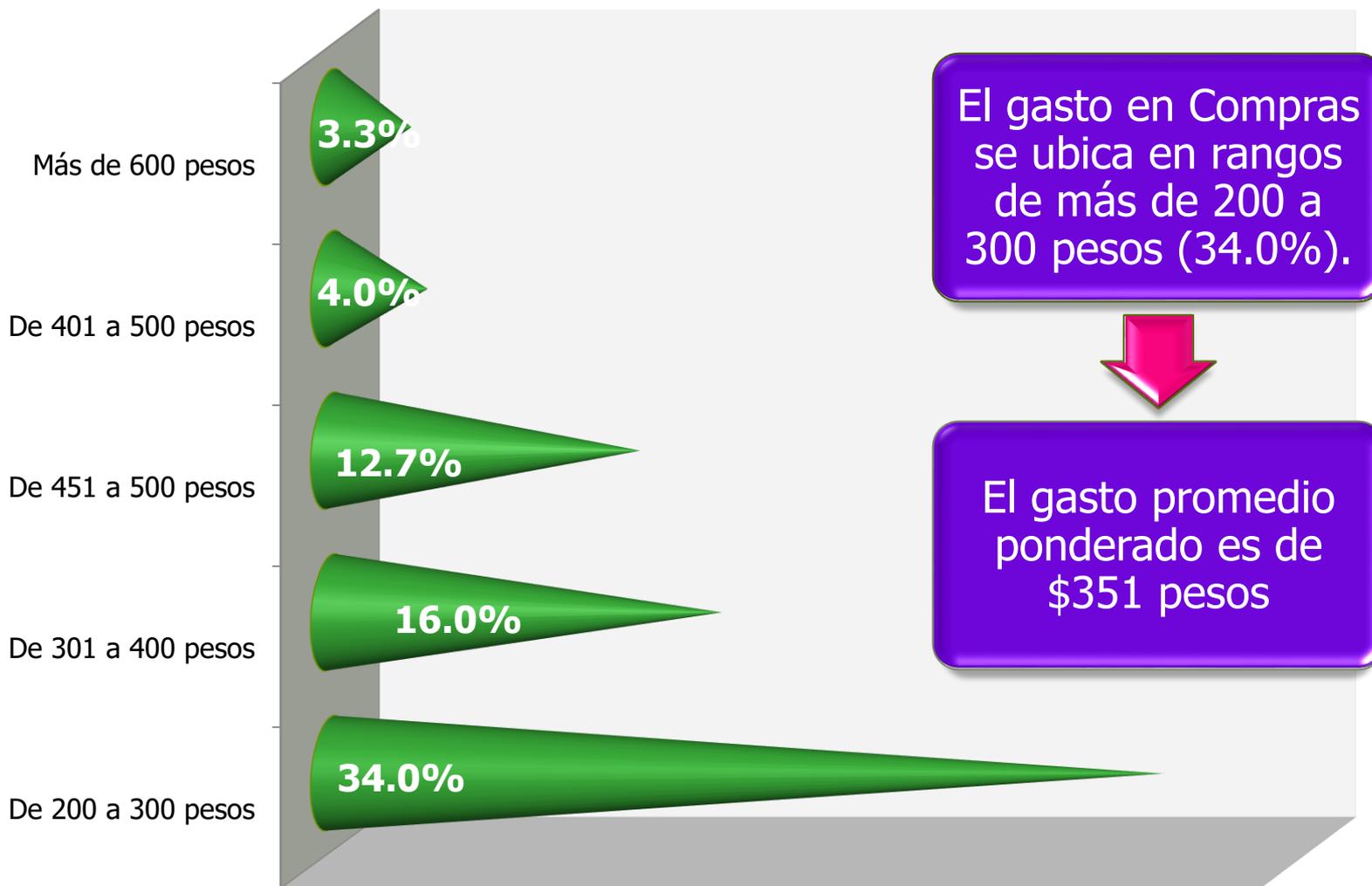


# Gasto Promedio - Hospedaje

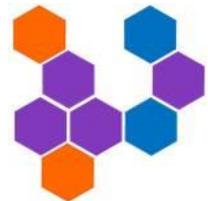




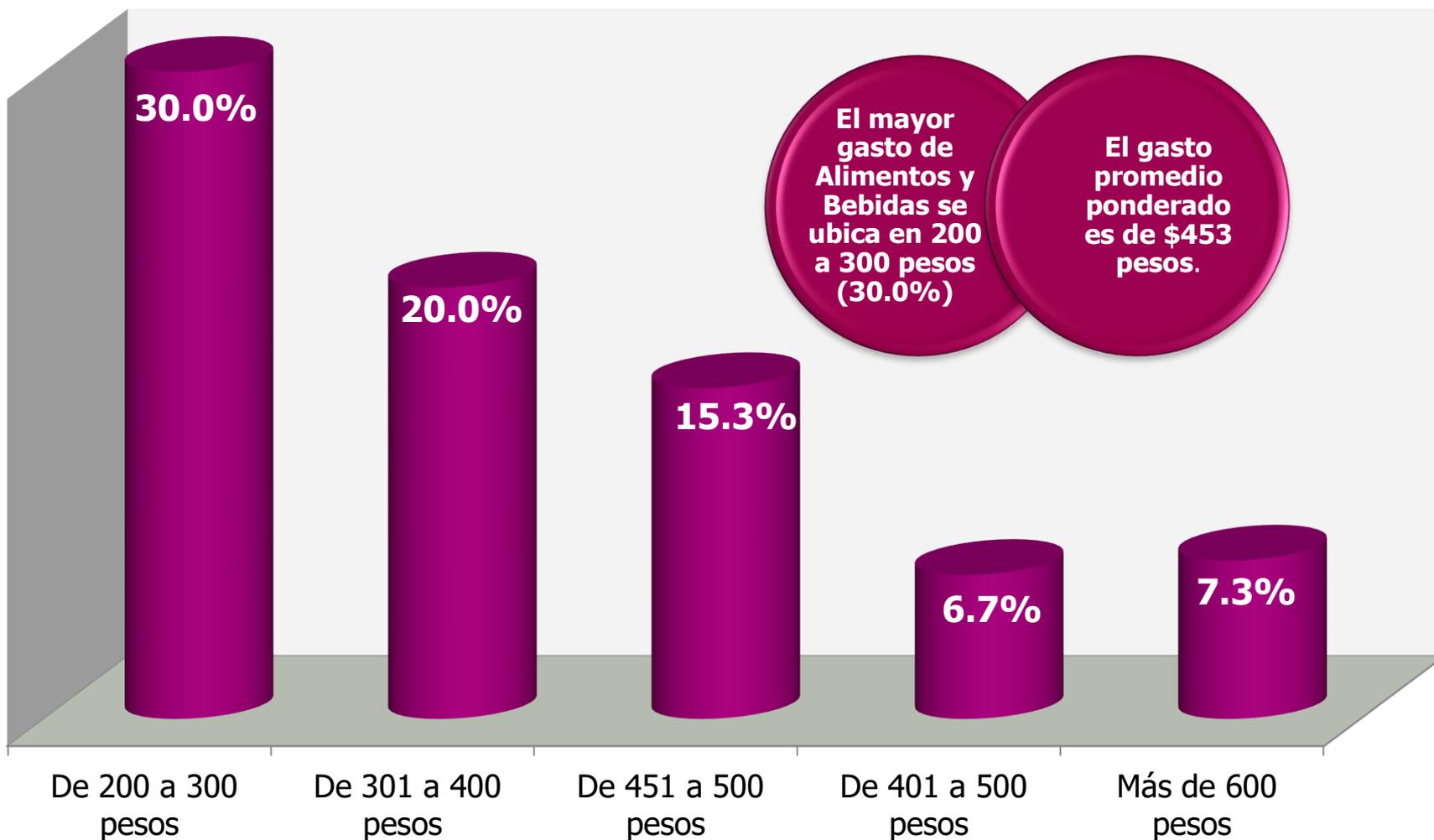
# Gasto Promedio - Compras



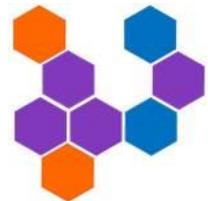
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



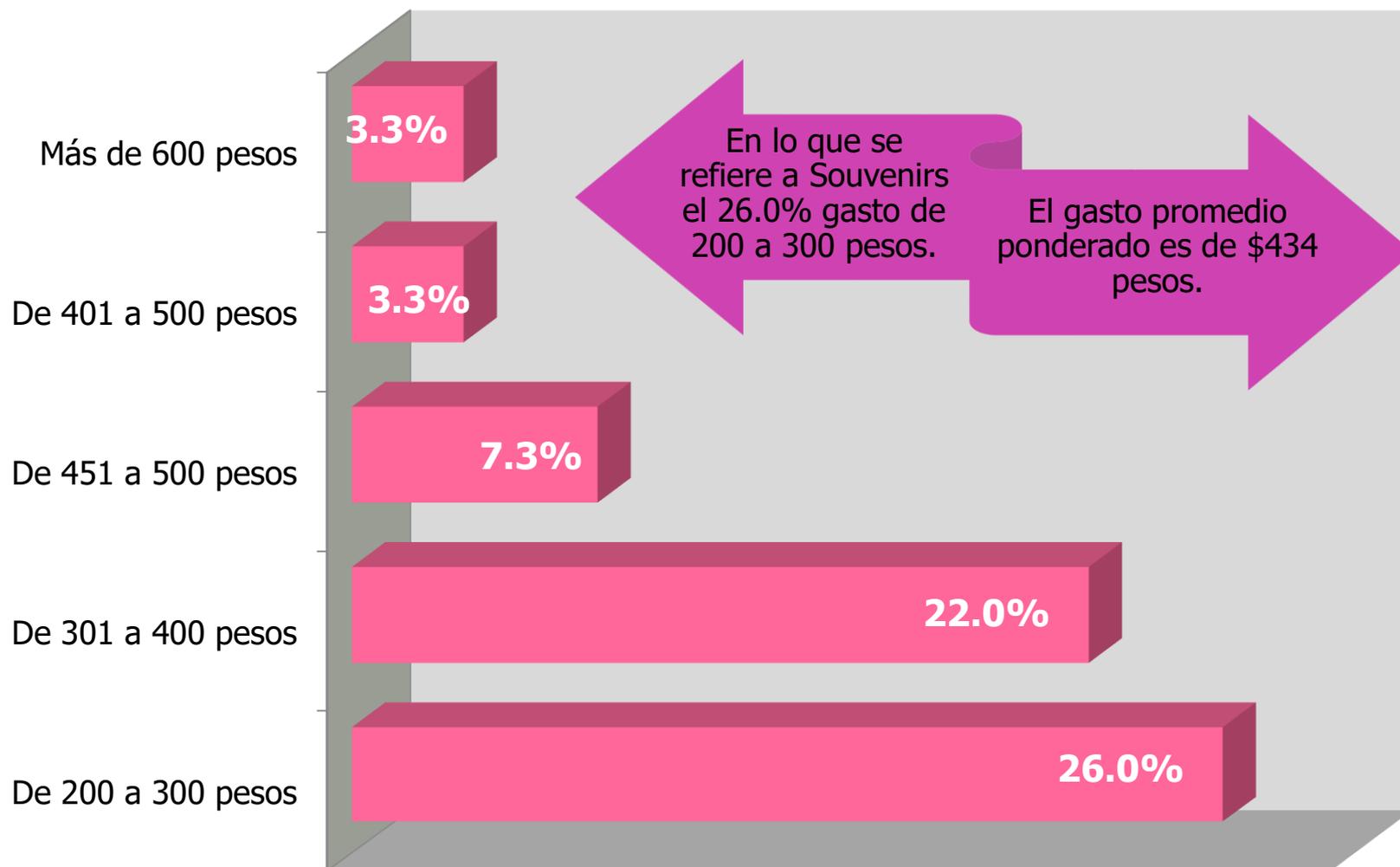
# Gasto Promedio – Alimentos y Bebidas



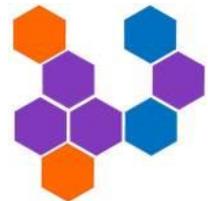
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



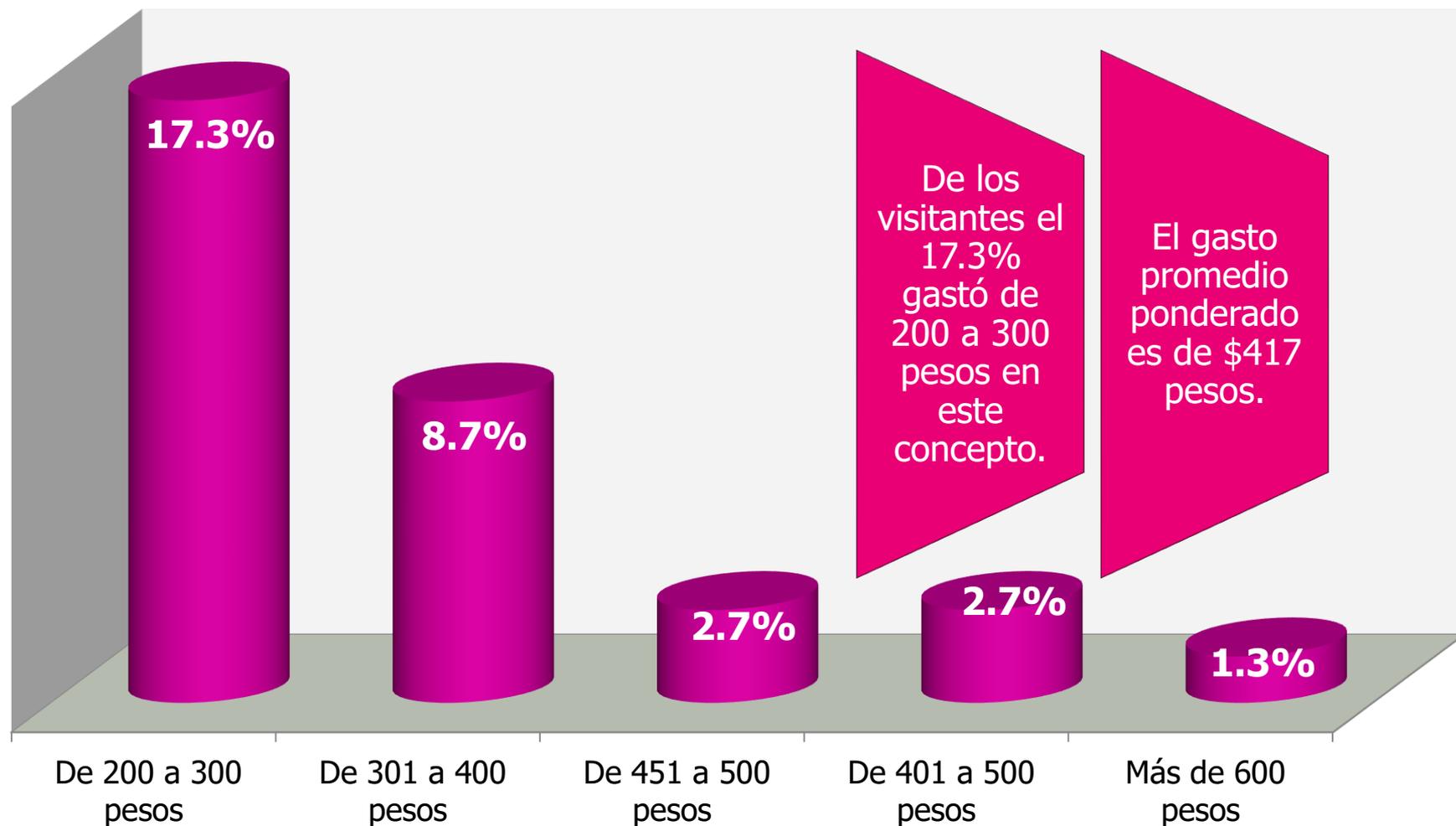
# Gasto Promedio - Souvenirs



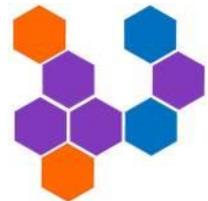
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



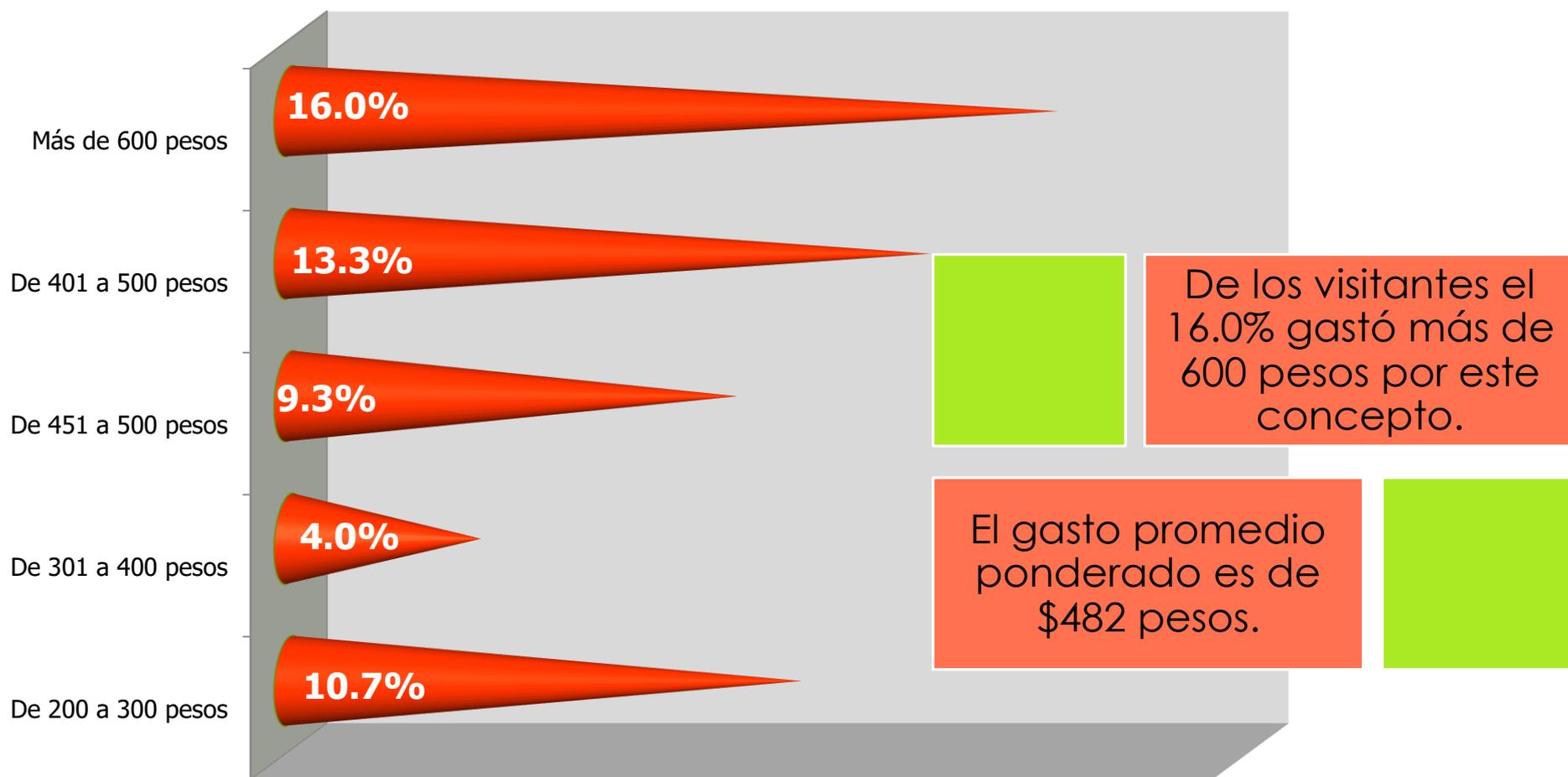
# Gasto Promedio – Transportación Local



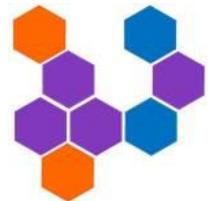
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



# Gasto Promedio – Gasolina

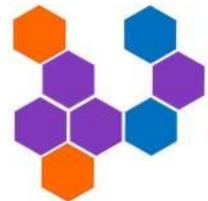


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

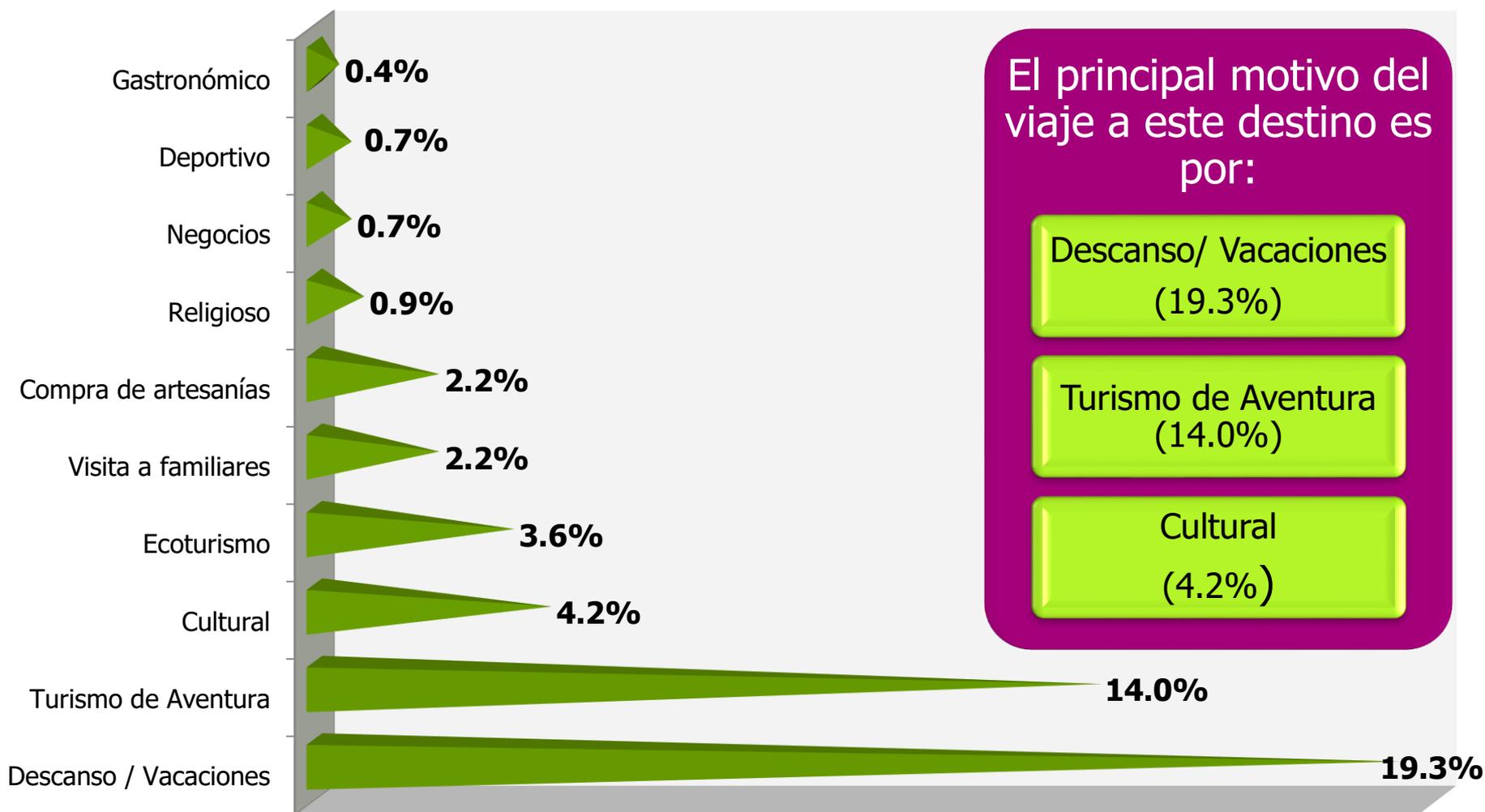


# Gasto Total Promedio Ponderado

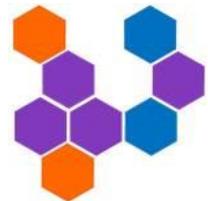




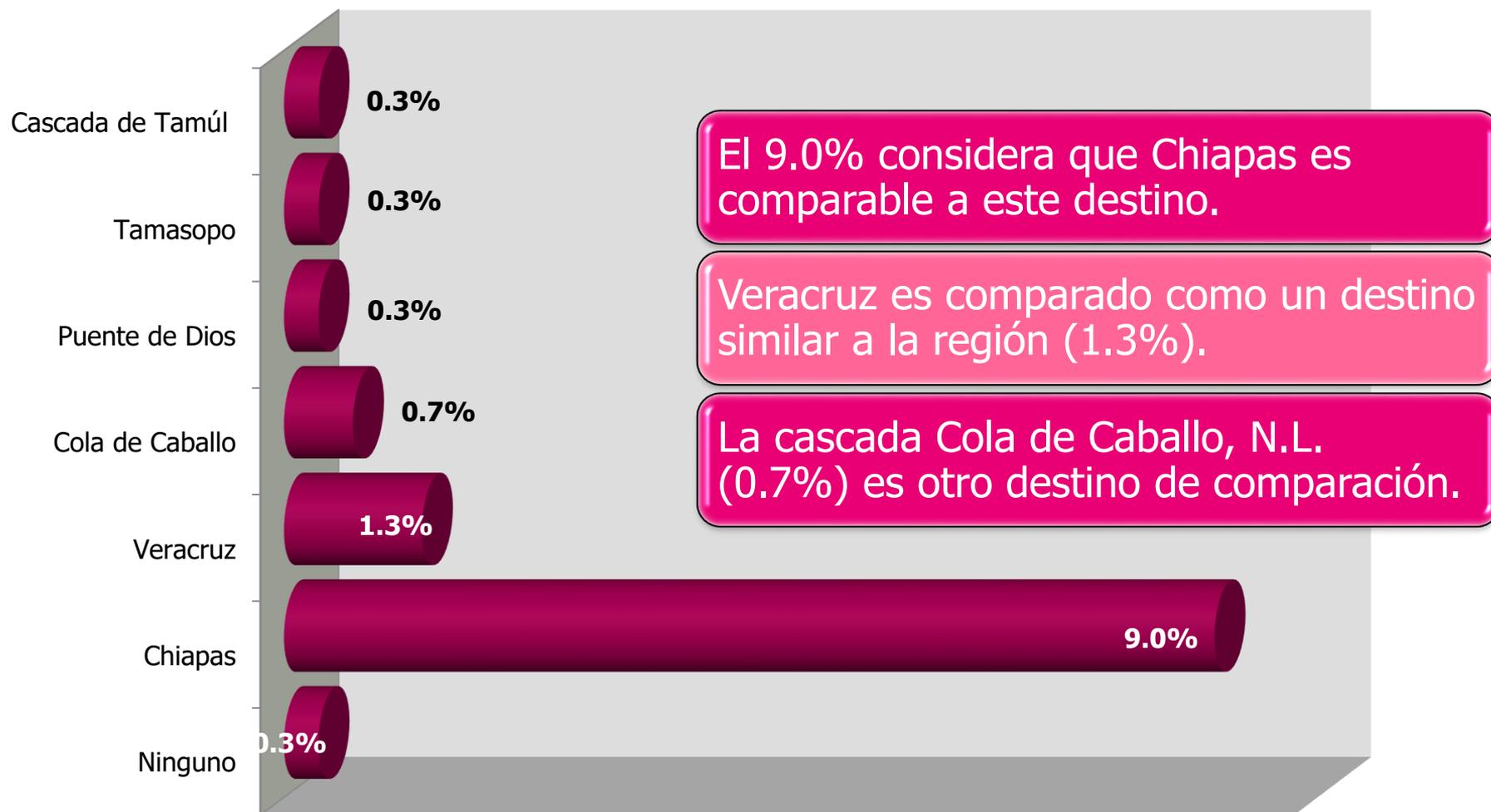
# Razón Principal de Viaje a este destino



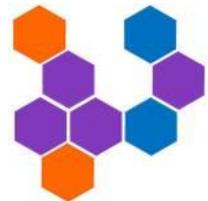
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



# Sitios con los que Comparan a la Región

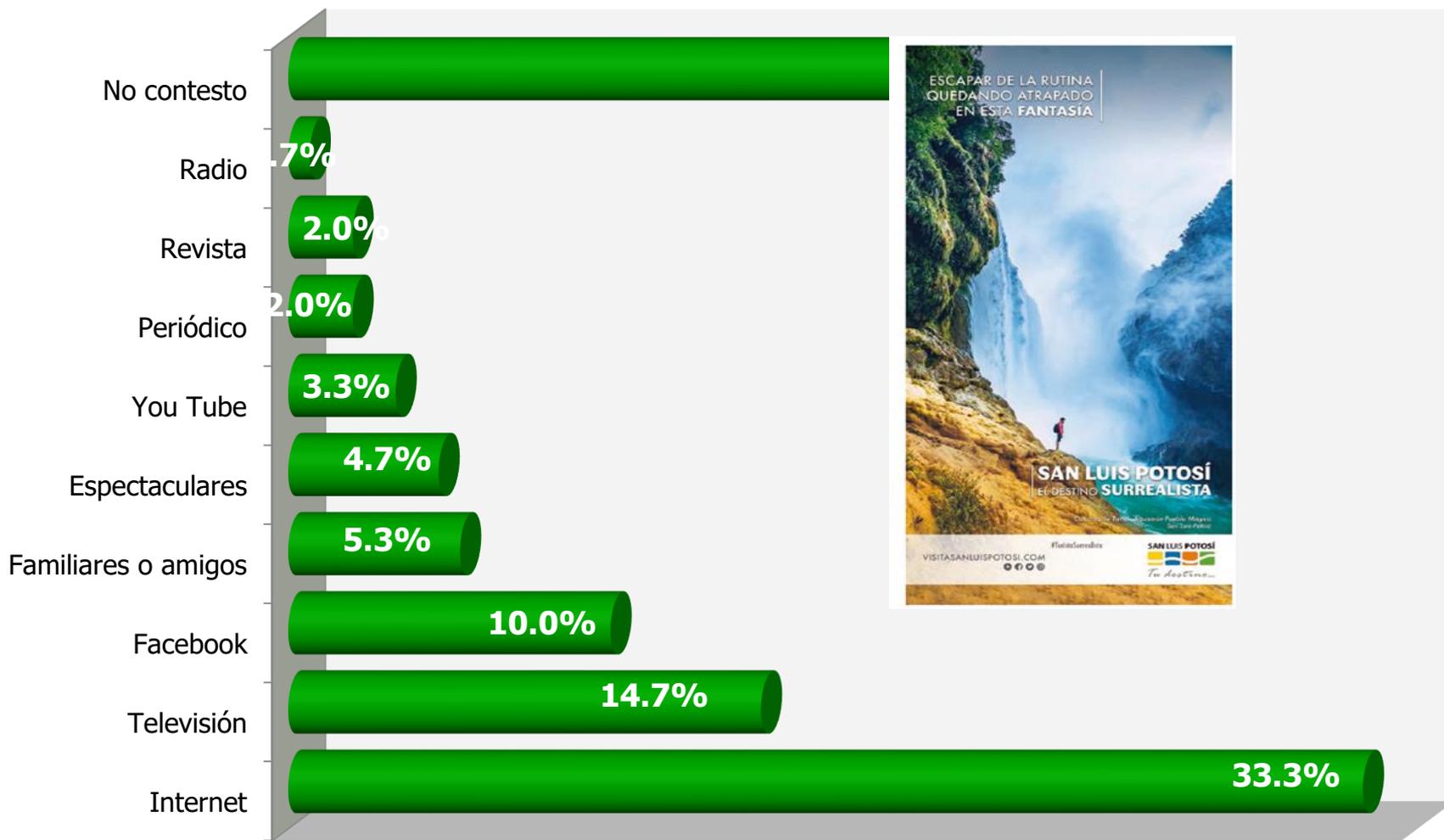


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



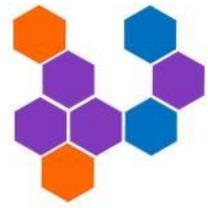
# Recordación de la Publicidad

“El destino Surrealista de México”



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



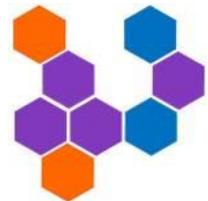


# Medio por el que se enteró o Conoce de la Región según Lugar de Origen

Medio de Comunicación	CDMX	Monterrey, N.L.	San Luis Potosí, S.L.P.	Guadalajara, Jal.	Tampico, Tamps.	Matamoros, Tamps.	Chihuahua	Guanajuato	Pachuca, Hgo.	Culiacán, Sin.	Pánuco, Ver.	Cd. Madero, Tamps.	Reynosa, Tamps.	Puebla	Hermosillo, Son.	Otras Menciones	Total
Internet	0.0%	0.7%	2.0%	1.3%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	4.0%	0.0%	0.0%	0.0%	23.3%	↑ 33.3%
Televisión	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%	0.7%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	↘ 14.7%
Facebook	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	8.7%	↘ 10.0%
Familiares o amigos	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%	↓ 5.3%
Espectaculares	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	↓ 4.7%
You Tube	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	↓ 3.3%
Periódico	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	↓ 2.0%
Revista	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.0%	↓ 2.0%
Radio	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	↓ 0.7%
No contesto	0.7%	0.7%	0.7%	1.3%	0.7%	0.7%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	↗ 24.0%
<b>Total</b>	<b>0.7%</b>	<b>2.7%</b>	<b>4.7%</b>	<b>4.0%</b>	<b>1.3%</b>	<b>0.7%</b>	<b>2.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>2.0%</b>	<b>10.7%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>71.3%</b>	<b>100.0%</b>

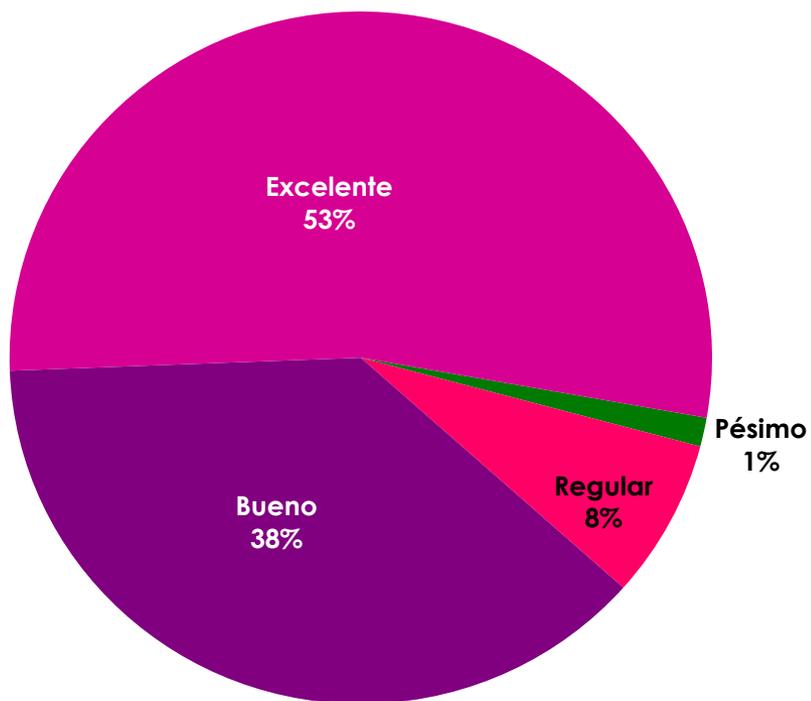
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



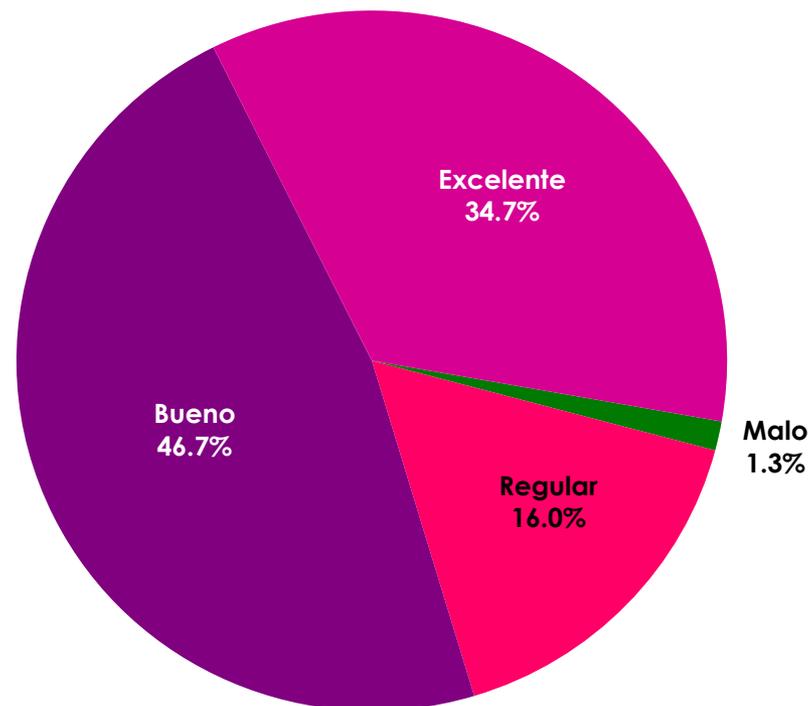


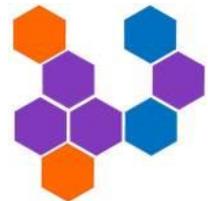
# Satisfacción del destino

## Sitios y Atractivos Turísticos



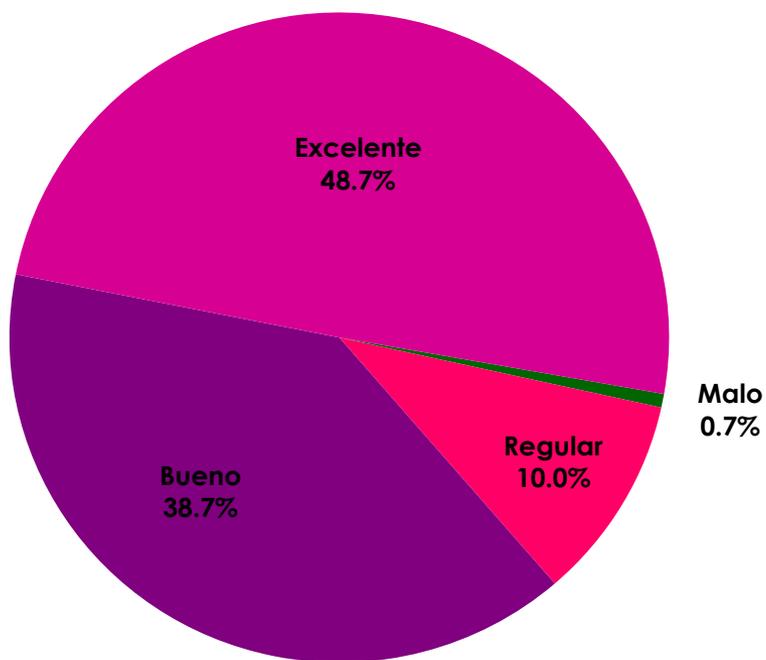
## Calidad de la Infraestructura Turística



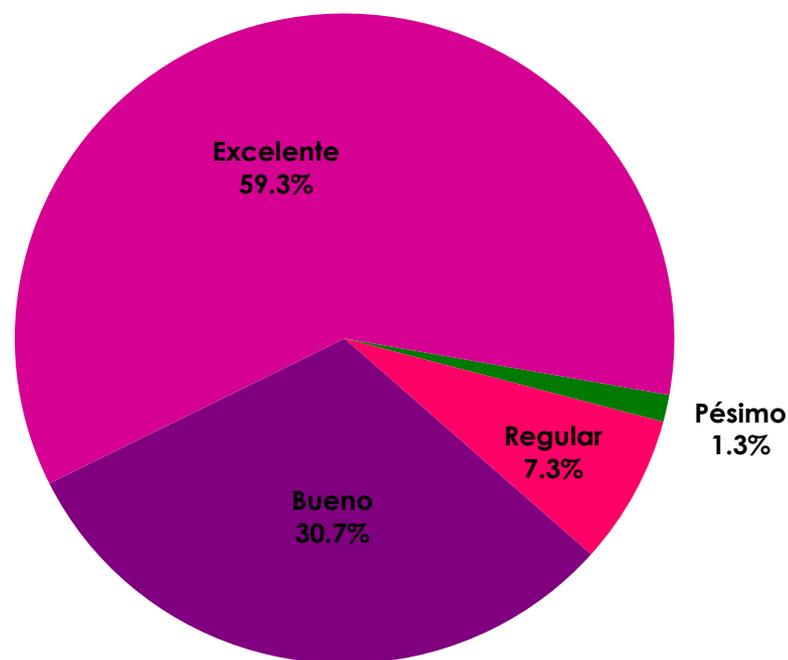


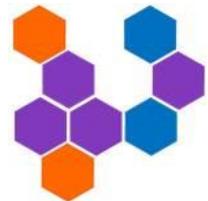
# Satisfacción del destino

## Imagen Turística del Destino



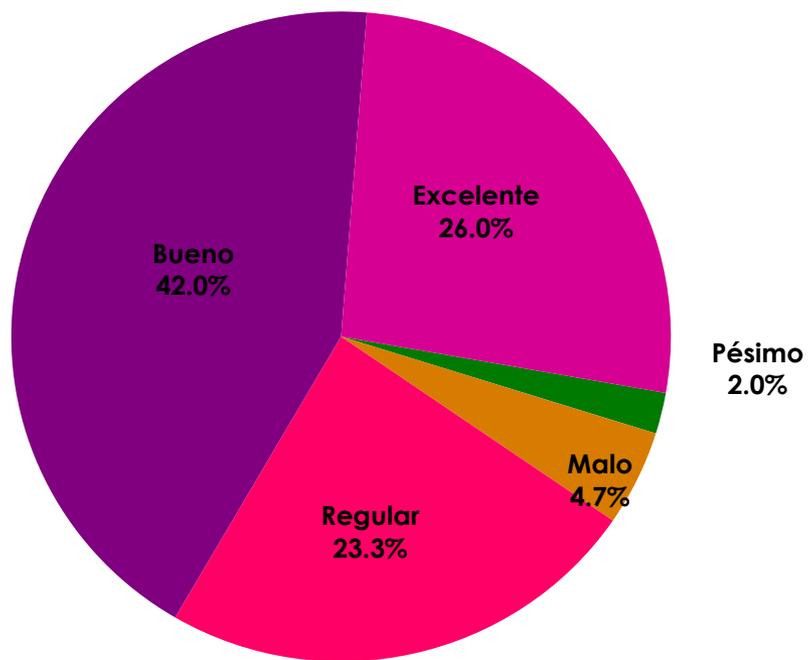
## Experiencia de Viaje del destino



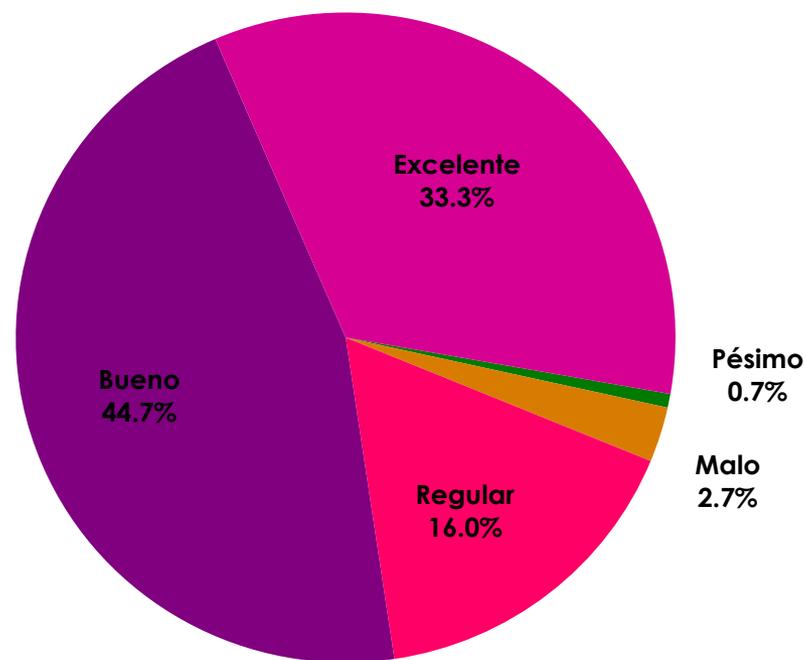


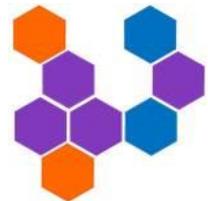
# Satisfacción del destino

## Limpieza en las calles y áreas públicas



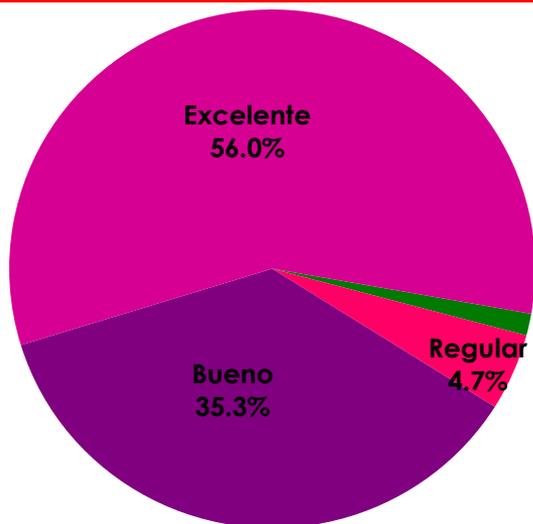
## Señalética Turística del destino



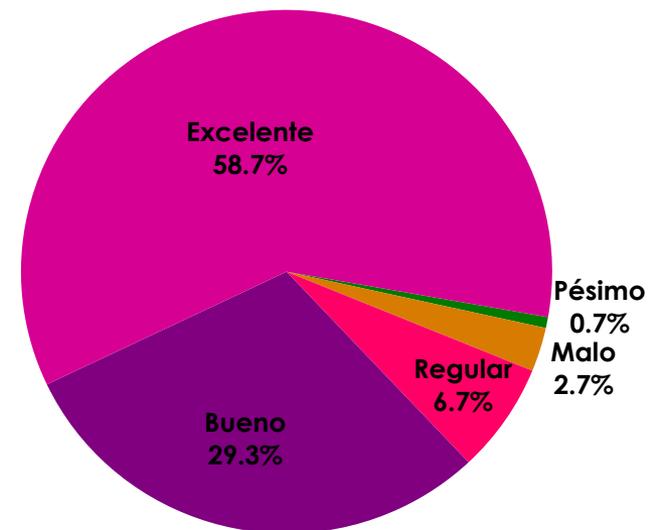


# Satisfacción del destino

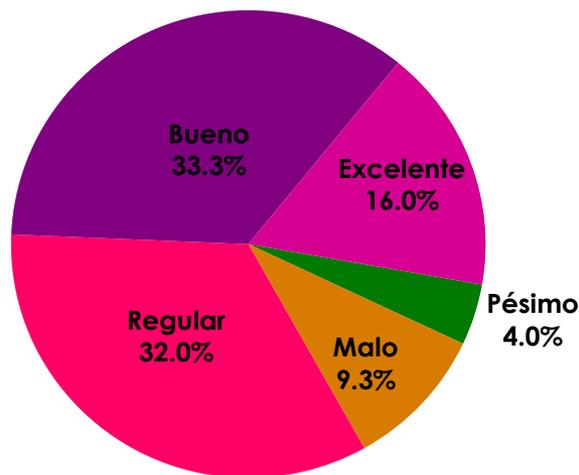
## Módulos de Información turística

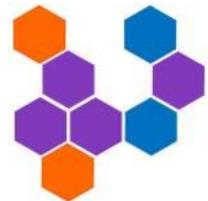


## Gastronomía típica del destino



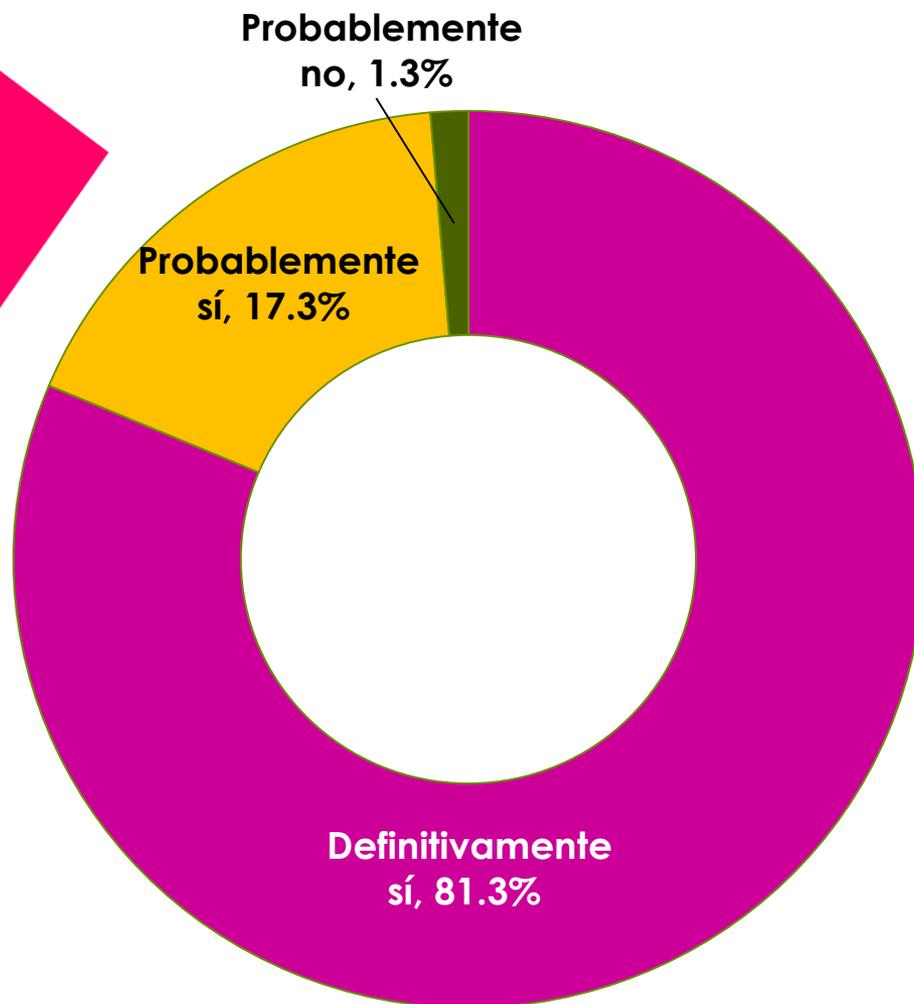
## Relación calidad/cantidad de sanitarios

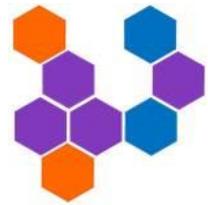




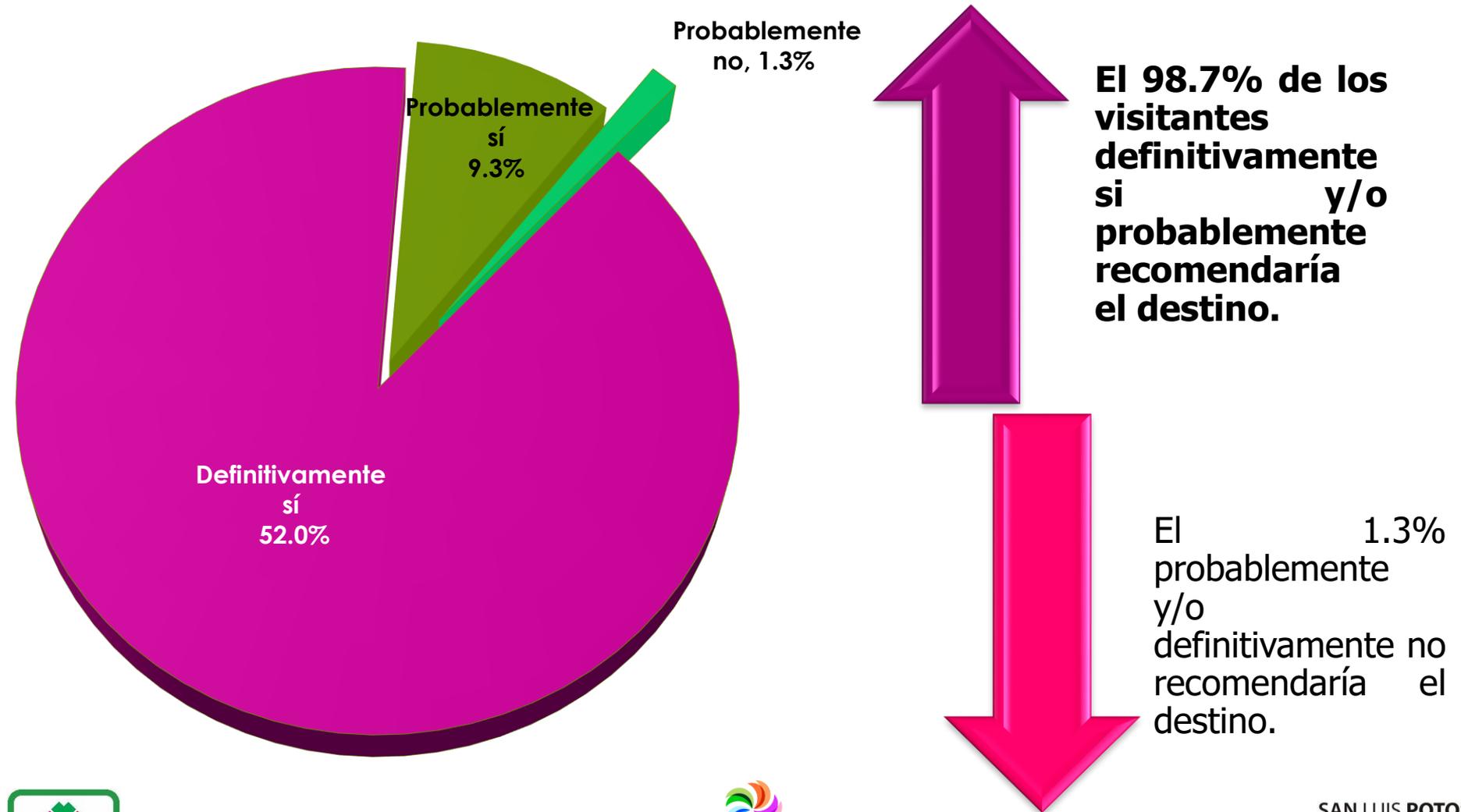
# Opinión de Regresar a este destino

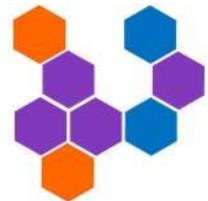
El 98.7% de los visitantes definitivamente y/o probablemente si regresaría a este destino.



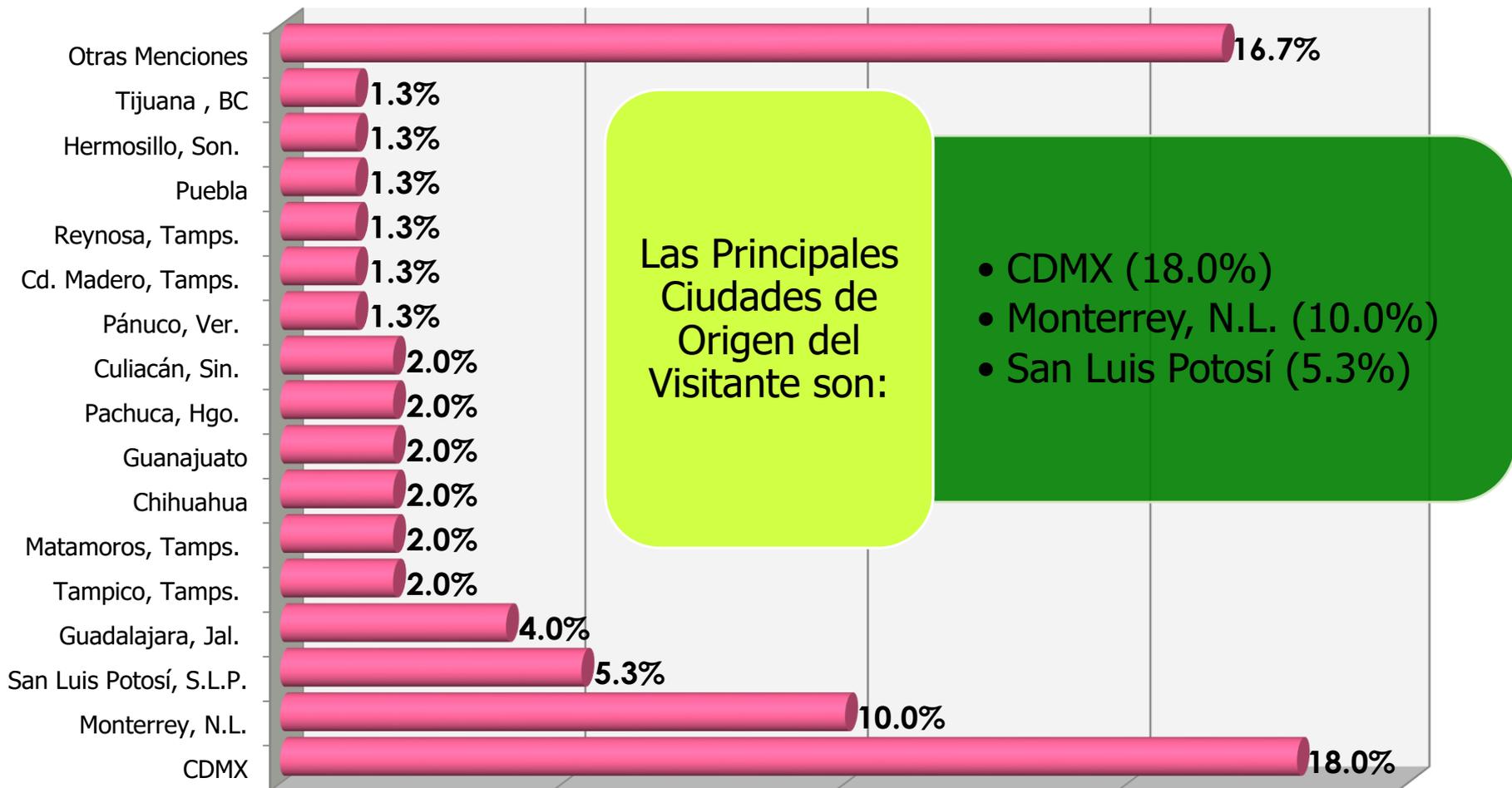


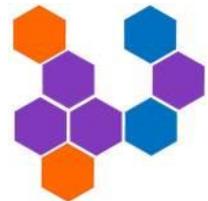
# Opinión de Recomendar a este destino



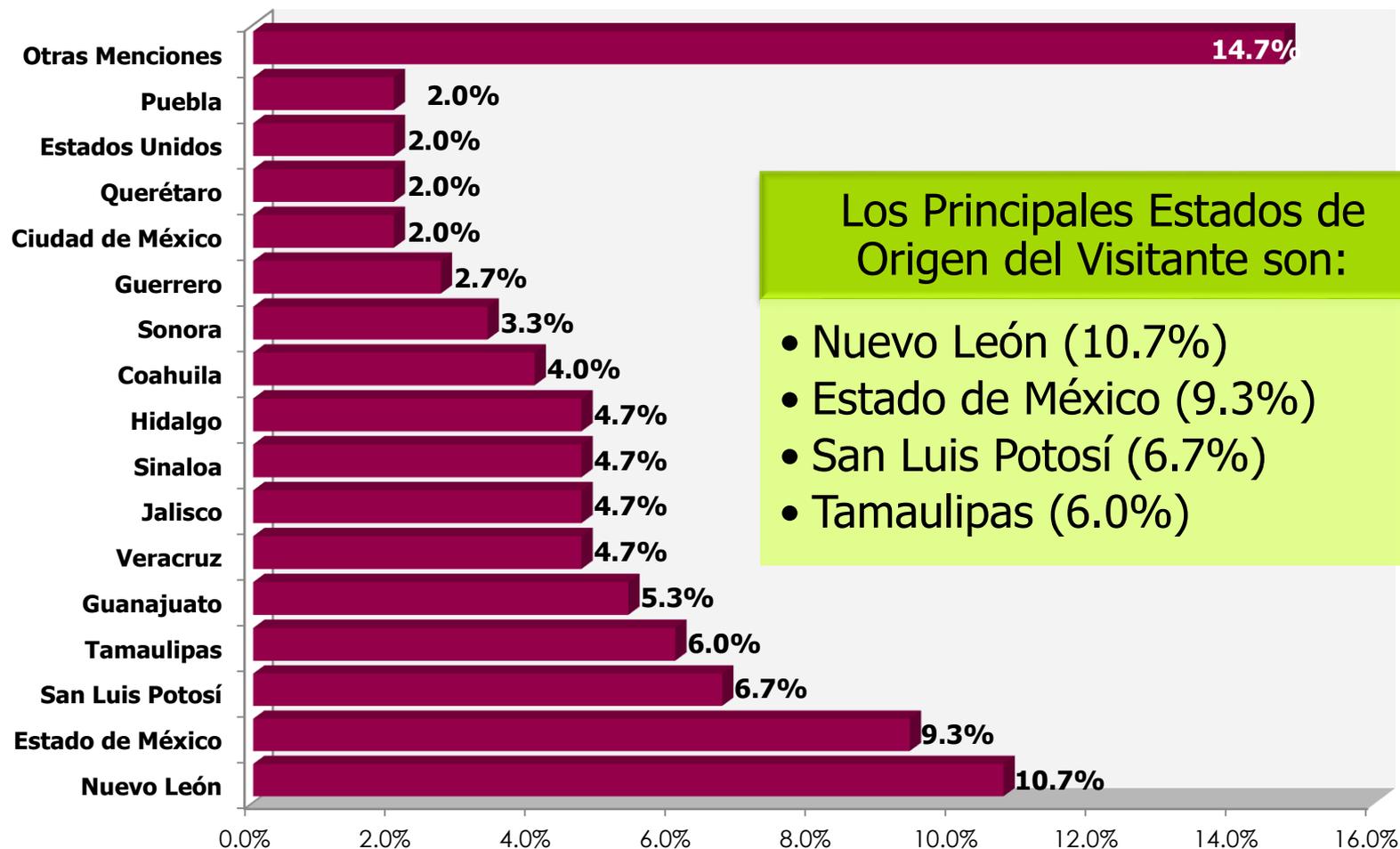


# Principales Ciudades de Origen del Visitante





# Principales Estados de Origen del Visitante

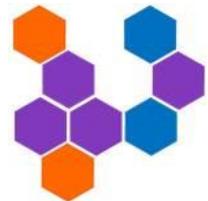


Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

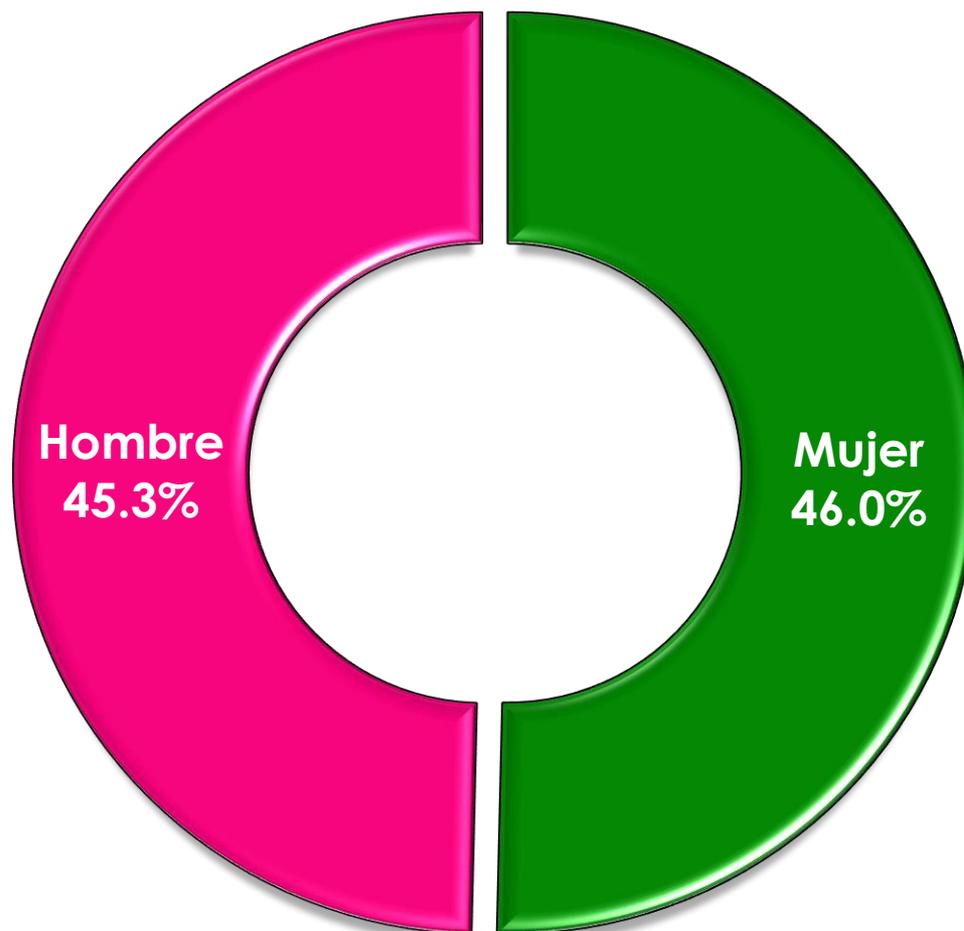
- Nuevo León (10.7%)
- Estado de México (9.3%)
- San Luis Potosí (6.7%)
- Tamaulipas (6.0%)

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

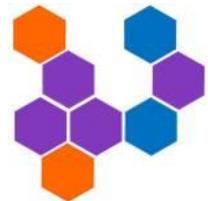




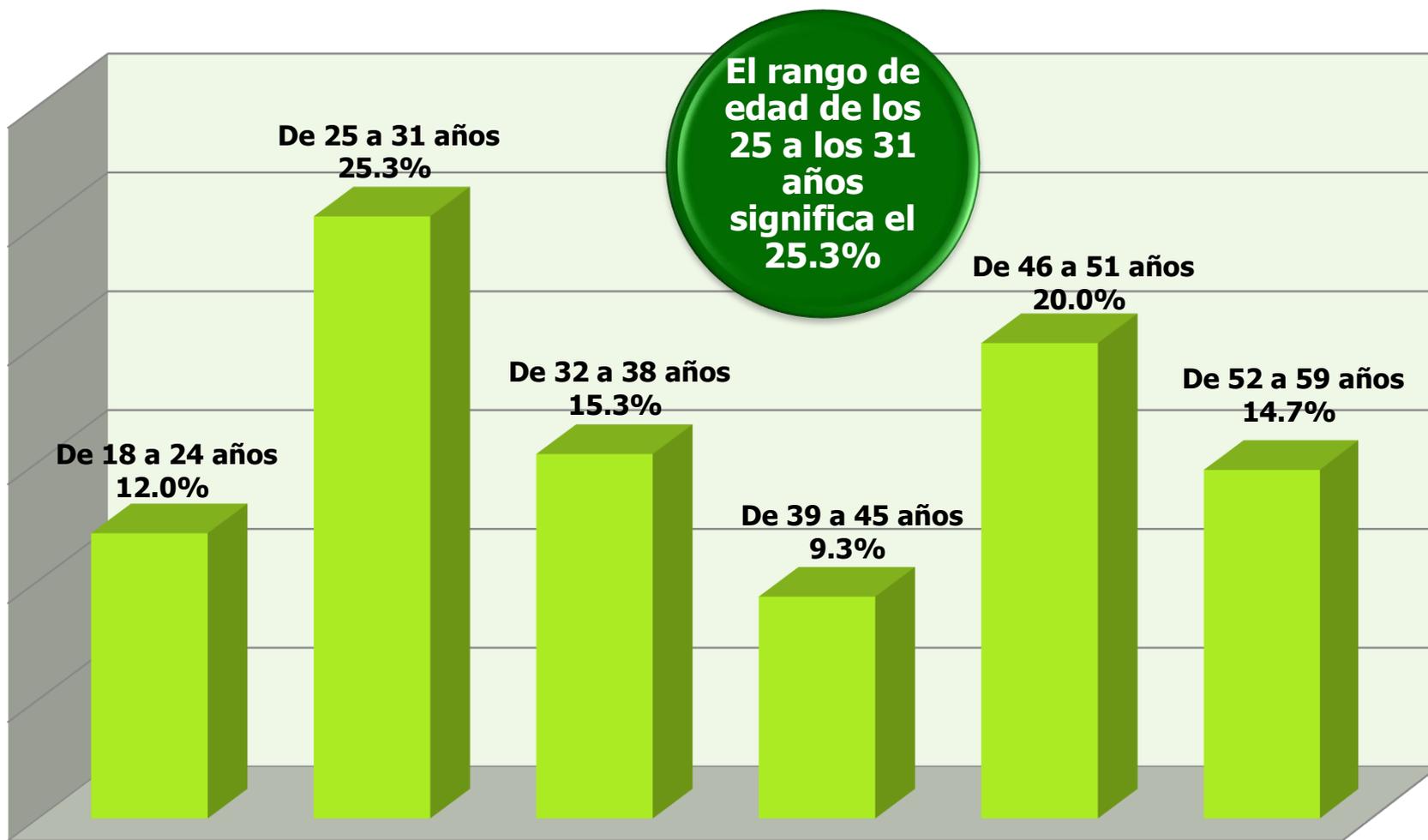
# Sexo del Visitante a la Región



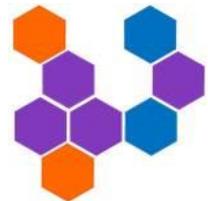
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



# Rango de Edad de los Visitantes



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

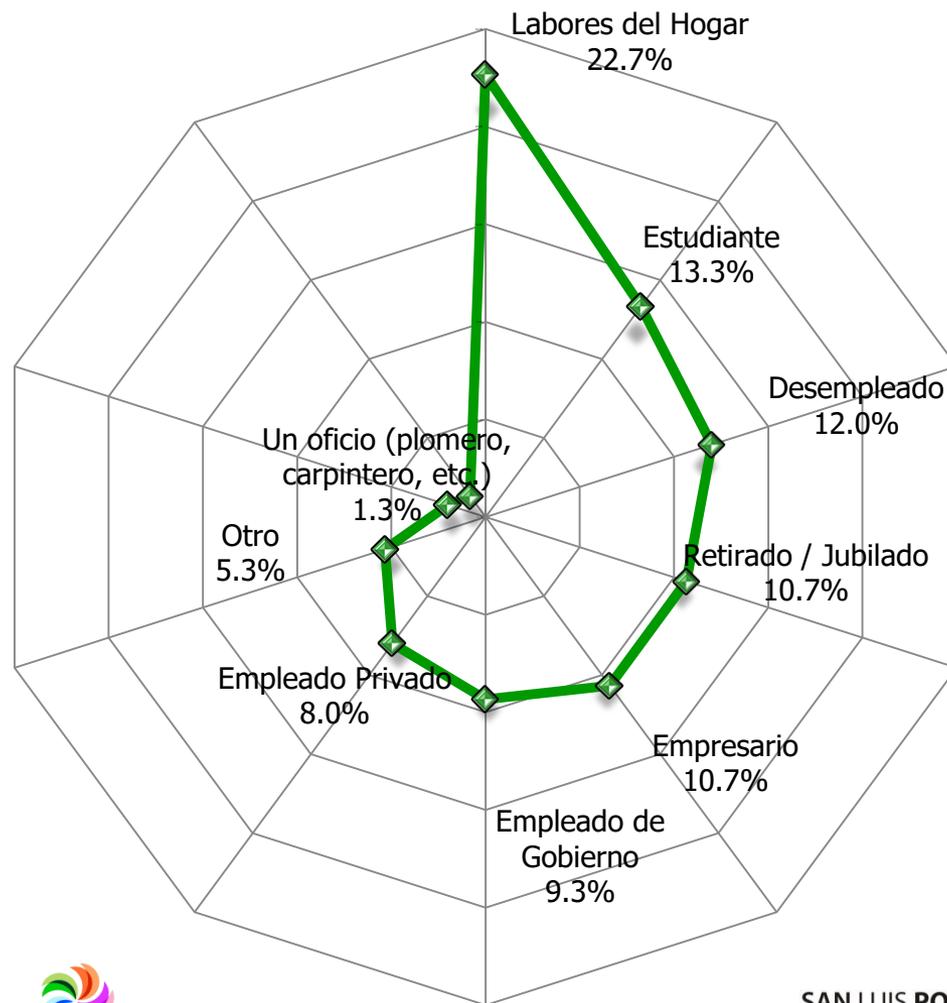


# Ocupación del Visitante a San Luis Potosí

Una importante parte de los visitantes se dedican a labores del hogar (22.7%)

Otro segmento importante (13.3%) son estudiantes y el 12.0% se encuentran desempleados.

El 10.7% son retirados y/o jubilados.





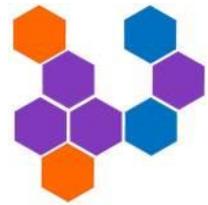
**XILITLA**  
**PUEBLO MÁGICO**

# Resultados con perspectiva de género



**SAN LUIS POTOSÍ**  
  
*Tu destino...*

**Dirección de Planeación, Información y Análisis**



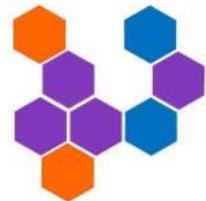
# Resultados con Perspectiva de Género

## Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	32.7%	36.7%	5.3%	<b>74.7%</b>
Una vez al año	6.7%	4.0%	1.3%	<b>12.0%</b>
Dos veces al año	2.7%	1.3%	0.7%	<b>4.7%</b>
Tres o más veces al año	3.3%	3.3%	1.3%	<b>8.0%</b>
No contesto	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguna	8.7%	14.7%	0.7%	<b>24.0%</b>
Una noche	4.0%	6.0%	1.3%	<b>11.3%</b>
Dos noches	15.3%	12.0%	3.3%	<b>30.7%</b>
Tres noches	6.7%	9.3%	0.0%	<b>16.0%</b>
Cuatro noches	6.0%	2.0%	1.3%	<b>9.3%</b>
Cinco noches	2.7%	1.3%	1.3%	<b>5.3%</b>
Seis noches	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Siete noches	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Ocho noches	0.0%	0.0%	0.7%	<b>0.7%</b>
Más de Diez noches	1.3%	0.0%	0.0%	<b>1.3%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>



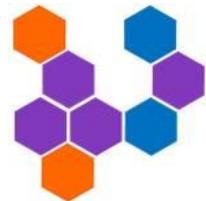
# Resultados con Perspectiva de Género

## Lugar donde se esta hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	31.3%	27.3%	4.0%	<b>62.7%</b>
Familia / Amigos	4.0%	5.3%	1.3%	<b>10.7%</b>
Acampará	0.7%	2.0%	0.7%	<b>3.3%</b>
Vivienda Rentada	2.0%	4.7%	1.3%	<b>8.0%</b>
No contesto	8.0%	6.0%	1.3%	<b>15.3%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Vergel Huasteco, Tancanhuitz	2.0%	1.3%	0.7%	<b>4.0%</b>
Hotel Guzmán, Xilitla	1.3%	1.3%	1.3%	<b>4.0%</b>
Hotel Aurora, Xilitla	1.3%	2.0%	0.0%	<b>3.3%</b>
Hotel Valles, Ciudad Valles	2.0%	0.7%	0.0%	<b>2.7%</b>
Coy Parque Acuático Hotel, Ciudad Valles	0.7%	1.3%	0.0%	<b>2.0%</b>
Hotel Dolores, Xilitla	0.0%	2.0%	0.0%	<b>2.0%</b>
Posada James Xilitla, Xilitla	0.7%	0.7%	0.0%	<b>1.3%</b>
Hotel Quinta Mar, Ciudad Valles	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Hotel San Fernando, Ciudad Valles	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Hotel Spa Taninul, Ciudad Valles	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Hotel Thanos	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Grann Hotel, Ciudad Valles	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Hotel Puerta de Jade	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Posada El Castillo, Xilitla	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Hostal de Café, Xilitla	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Hotel María Magnolia, Xilitla	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Hotel Tapasoli, Xilitla	0.0%	0.0%	0.7%	<b>0.7%</b>
Hotel Moreno, Ciudad Valles	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
No contesto	34.0%	33.3%	6.0%	<b>73.3%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>



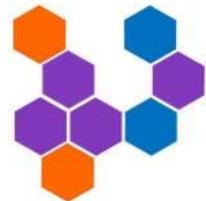
# Resultados con Perspectiva de Género

## Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	0.7%	2.0%	0.0%	<b>2.7%</b>
Pareja	5.3%	12.0%	4.0%	<b>21.3%</b>
Familia	28.7%	20.0%	4.0%	<b>52.7%</b>
Amistades	4.0%	5.3%	0.0%	<b>9.3%</b>
Agrupación	7.3%	6.0%	0.7%	<b>14.0%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
No contesto	4.7%	2.0%	0.0%	<b>6.7%</b>
Dos	6.0%	14.0%	4.0%	<b>24.0%</b>
Cuatro	7.3%	3.3%	1.3%	<b>12.0%</b>
Más de Veinte	8.0%	4.0%	0.0%	<b>12.0%</b>
Cinco	5.3%	5.3%	0.7%	<b>11.3%</b>
Tres	2.7%	4.7%	0.0%	<b>7.3%</b>
Seis	4.0%	2.0%	0.7%	<b>6.7%</b>
Siete	4.0%	1.3%	0.0%	<b>5.3%</b>
Uno	0.7%	2.0%	0.0%	<b>2.7%</b>
Ocho	0.0%	1.3%	0.7%	<b>2.0%</b>
Diez	0.0%	2.0%	0.0%	<b>2.0%</b>
Veinte	1.3%	0.7%	0.0%	<b>2.0%</b>
Nueve	0.0%	1.3%	0.0%	<b>1.3%</b>
Quince	1.3%	0.0%	0.0%	<b>1.3%</b>
Dieciocho	0.0%	0.7%	0.7%	<b>1.3%</b>
Diecisiete	0.0%	0.0%	0.7%	<b>0.7%</b>
Once	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Trece	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Forma de Viaje

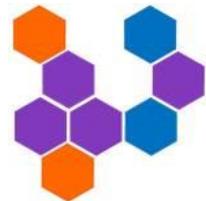
Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	0.7%	2.0%	0.0%	<b>2.7%</b>
Pareja	5.3%	12.0%	4.0%	<b>21.3%</b>
Familia	28.7%	20.0%	4.0%	<b>52.7%</b>
Amistades	4.0%	5.3%	0.0%	<b>9.3%</b>
Agrupación	7.3%	6.0%	0.7%	<b>14.0%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
No contesto	4.7%	2.0%	0.0%	<b>6.7%</b>
Dos	6.0%	14.0%	4.0%	<b>24.0%</b>
Cuatro	7.3%	3.3%	1.3%	<b>12.0%</b>
Más de Veinte	8.0%	4.0%	0.0%	<b>12.0%</b>
Cinco	5.3%	5.3%	0.7%	<b>11.3%</b>
Tres	2.7%	4.7%	0.0%	<b>7.3%</b>
Seis	4.0%	2.0%	0.7%	<b>6.7%</b>
Siete	4.0%	1.3%	0.0%	<b>5.3%</b>
Uno	0.7%	2.0%	0.0%	<b>2.7%</b>
Ocho	0.0%	1.3%	0.7%	<b>2.0%</b>
Diez	0.0%	2.0%	0.0%	<b>2.0%</b>
Veinte	1.3%	0.7%	0.0%	<b>2.0%</b>
Nueve	0.0%	1.3%	0.0%	<b>1.3%</b>
Quince	1.3%	0.0%	0.0%	<b>1.3%</b>
Dieciocho	0.0%	0.7%	0.7%	<b>1.3%</b>
Diecisiete	0.0%	0.0%	0.7%	<b>0.7%</b>
Once	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Trece	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	27.3%	31.3%	8.7%	<b>67.3%</b>
Autobús de línea	6.7%	6.7%	0.0%	<b>13.3%</b>
Autobús rentado	10.7%	7.3%	0.0%	<b>18.0%</b>
Avión	1.3%	0.0%	0.0%	<b>1.3%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
400 a 500 pesos	10.0%	8.0%	2.7%	<b>20.7%</b>
501 a 600 pesos	5.3%	2.7%	1.3%	<b>9.3%</b>
601 a 800 pesos	2.7%	7.3%	0.7%	<b>10.7%</b>
801 a 990 pesos	4.0%	2.7%	1.3%	<b>8.0%</b>
Más de 1,000 pesos	10.0%	9.3%	0.7%	<b>20.0%</b>
No contesto	14.0%	15.3%	2.0%	<b>31.3%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	12.0%	12.0%	2.0%	<b>26.0%</b>
De 301 a 400 pesos	8.7%	10.7%	2.7%	<b>22.0%</b>
De 451 a 500 pesos	4.0%	2.7%	0.7%	<b>7.3%</b>
De 401 a 500 pesos	0.7%	2.0%	0.7%	<b>3.3%</b>
Más de 600 pesos	1.3%	2.0%	0.0%	<b>3.3%</b>
No contesto	19.3%	16.0%	2.7%	<b>38.0%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	17.3%	14.0%	2.7%	<b>34.0%</b>
De 301 a 400 pesos	5.3%	8.7%	2.0%	<b>16.0%</b>
De 451 a 500 pesos	4.0%	5.3%	3.3%	<b>12.7%</b>
De 401 a 500 pesos	1.3%	2.7%	0.0%	<b>4.0%</b>
Más de 600 pesos	1.3%	2.0%	0.0%	<b>3.3%</b>
No contesto	16.7%	12.7%	0.7%	<b>30.0%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Transportación Local

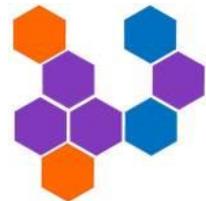
Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	8.7%	7.3%	1.3%	<b>17.3%</b>
De 301 a 400 pesos	5.3%	3.3%	0.0%	<b>8.7%</b>
De 451 a 500 pesos	0.0%	2.7%	0.0%	<b>2.7%</b>
De 401 a 500 pesos	1.3%	1.3%	0.0%	<b>2.7%</b>
Más de 600 pesos	1.3%	0.0%	0.0%	<b>1.3%</b>
No contesto	29.3%	30.7%	7.3%	<b>67.3%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	13.3%	13.3%	3.3%	<b>30.0%</b>
De 301 a 400 pesos	10.0%	9.3%	0.7%	<b>20.0%</b>
De 451 a 500 pesos	6.0%	7.3%	2.0%	<b>15.3%</b>
De 401 a 500 pesos	2.7%	2.7%	1.3%	<b>6.7%</b>
Más de 600 pesos	2.7%	4.0%	0.7%	<b>7.3%</b>
No contesto	11.3%	8.7%	0.7%	<b>20.7%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 200 a 300 pesos	4.0%	5.3%	1.3%	<b>10.7%</b>
De 301 a 400 pesos	2.0%	1.3%	0.7%	<b>4.0%</b>
De 451 a 500 pesos	2.7%	6.7%	0.0%	<b>9.3%</b>
De 401 a 500 pesos	4.7%	7.3%	1.3%	<b>13.3%</b>
Más de 600 pesos	5.3%	7.3%	3.3%	<b>16.0%</b>
No contesto	27.3%	17.3%	2.0%	<b>46.7%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>



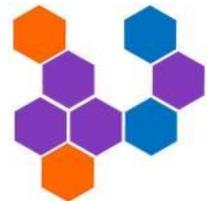
# Resultados con Perspectiva de Género

## Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Descanso / Vacaciones	8.2%	9.6%	1.6%	<b>19.3%</b>
Turismo de Aventura	6.4%	6.4%	1.1%	<b>14.0%</b>
Cultural	1.6%	1.8%	0.9%	<b>4.2%</b>
Ecoturismo	1.6%	2.0%	0.0%	<b>3.6%</b>
Visita a familiares	0.9%	0.9%	0.4%	<b>2.2%</b>
Compra de artesanías	1.6%	0.7%	0.0%	<b>2.2%</b>
Religioso	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.9%</b>
Negocios	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Deportivo	0.4%	0.2%	0.0%	<b>0.7%</b>
Gastronómico	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
No Contestó	24.7%	22.4%	4.7%	<b>51.8%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguno	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Chiapas	3.3%	5.0%	0.7%	<b>9.0%</b>
Veracruz	0.0%	1.3%	0.0%	<b>1.3%</b>
Cola de Caballo	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.7%</b>
Puente de Dios	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Tamasopo	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Cascada de Tamúl	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
No Contesto	42.3%	37.3%	8.0%	<b>87.7%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>



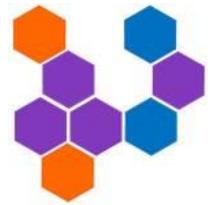
# Resultados con Perspectiva de Género

## Recuerda Publicidad del Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Sí	34.7%	34.0%	7.3%	<b>76.0%</b>
No	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
No contesto	11.3%	11.3%	1.3%	<b>24.0%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio en que recuerda la publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	15.3%	16.0%	2.0%	<b>33.3%</b>
Televisión	8.7%	5.3%	0.7%	<b>14.7%</b>
Facebook	2.7%	4.7%	2.7%	<b>10.0%</b>
Familiares o amigos	3.3%	1.3%	0.7%	<b>5.3%</b>
Espectaculares	0.0%	4.7%	0.0%	<b>4.7%</b>
You Tube	2.0%	0.7%	0.7%	<b>3.3%</b>
Periódico	1.3%	0.7%	0.0%	<b>2.0%</b>
Revista	1.3%	0.0%	0.7%	<b>2.0%</b>
Radio	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
No contesto	11.3%	11.3%	1.3%	<b>24.0%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>



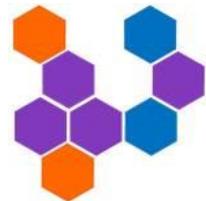
# Resultados con Perspectiva de Género

## Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	37.3%	37.3%	6.7%	<b>81.3%</b>
Probablemente sí	7.3%	8.0%	2.0%	<b>17.3%</b>
Probablemente no	1.3%	0.0%	0.0%	<b>1.3%</b>
No Contesto	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Recomendaría el Destino

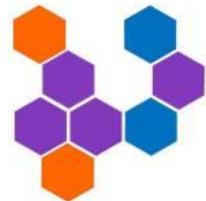
Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	40.7%	41.3%	7.3%	<b>89.3%</b>
Probablemente sí	4.0%	4.0%	1.3%	<b>9.3%</b>
Probablemente no	1.3%	0.0%	0.0%	<b>1.3%</b>
No Contesto	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Ciudad de Origen

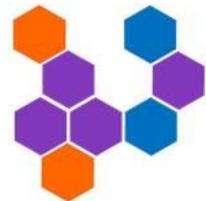
Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
CDMX	7.3%	9.3%	1.3%	18.0%
Monterrey, N.L.	5.3%	4.0%	0.7%	10.0%
San Luis Potosí, S.L.P.	1.3%	3.3%	0.7%	5.3%
Guadalajara, Jal.	0.7%	1.3%	2.0%	4.0%
Tampico, Tamps.	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Matamoros, Tamps.	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Chihuahua	1.3%	0.0%	0.7%	2.0%
Guanajuato	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
Pachuca, Hgo.	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
Culiacán, Sin.	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
Pánuco, Ver.	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Cd. Madero, Tamps.	0.0%	1.3%	0.0%	1.3%
Reynosa, Tamps.	1.3%	0.0%	0.0%	1.3%
Puebla	0.0%	1.3%	0.0%	1.3%
Hermosillo, Son.	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Tijuana , BC	0.7%	0.0%	0.7%	1.3%
Torreón, Coah.	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Durango	1.3%	0.0%	0.0%	1.3%
Cuernavaca, Mor.	1.3%	0.0%	0.0%	1.3%
Ciudad Victoria, Tamps.	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Saltillo, Coah.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
León, Gto.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Mérida, Yuc.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Veracruz	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Aguaascalientes	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Morelia, Mich.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Mazatlan, Sin.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Celaya, Gto.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Mexicali, BC	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Acapulco, Gro.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Villa Hermosa, Tab.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Cd Madero, Tamps.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Monclova, Coah.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Hidalgo	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Tequila, Jal.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Chetumal, Q Roo	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Tierra Blanca, S.L.P.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Huejutla, Hgo.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
San Ciró de Acosta, .S.L.P.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Chilpancingo, Gro.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Navojoa, Son.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Oaxaca	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Río Colorado, Son.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Guamuchi, Sin.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
El Dorado, Sin.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
No Contesto	8.7%	10.7%	2.0%	21.3%
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Nuevo León	5.3%	4.0%	1.3%	<b>10.7%</b>
Estado de México	4.7%	3.3%	1.3%	<b>9.3%</b>
San Luis Potosí	2.7%	3.3%	0.7%	<b>6.7%</b>
Tamaulipas	3.3%	2.0%	0.7%	<b>6.0%</b>
Guanajuato	2.7%	2.7%	0.0%	<b>5.3%</b>
Veracruz	2.7%	2.0%	0.0%	<b>4.7%</b>
Jalisco	1.3%	1.3%	2.0%	<b>4.7%</b>
Sinaloa	1.3%	3.3%	0.0%	<b>4.7%</b>
Hidalgo	2.7%	2.0%	0.0%	<b>4.7%</b>
Coahuila	1.3%	2.0%	0.7%	<b>4.0%</b>
Sonora	2.7%	0.7%	0.0%	<b>3.3%</b>
Guerrero	0.7%	2.0%	0.0%	<b>2.7%</b>
Ciudad de México	0.0%	2.0%	0.0%	<b>2.0%</b>
Querétaro	0.0%	1.3%	0.7%	<b>2.0%</b>
Estados Unidos	0.7%	1.3%	0.0%	<b>2.0%</b>
Puebla	0.0%	2.0%	0.0%	<b>2.0%</b>
Baja California	1.3%	0.0%	0.7%	<b>2.0%</b>
Durango	1.3%	0.7%	0.0%	<b>2.0%</b>
Chihuahua	1.3%	0.0%	0.0%	<b>1.3%</b>
Zacatecas	0.7%	0.7%	0.0%	<b>1.3%</b>
Morelos	1.3%	0.0%	0.0%	<b>1.3%</b>
Oaxaca	0.0%	1.3%	0.0%	<b>1.3%</b>
Aguascalientes	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Michoacán	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Yucatán	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Quintana Roo	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Tabasco	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Colombia	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Nayarit	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Argentina	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
No contesto	4.0%	6.0%	0.7%	<b>10.7%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</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	8.0%	4.0%	0.0%	<b>12.0%</b>
De 25 a 31 años	10.7%	11.3%	3.3%	<b>25.3%</b>
De 32 a 38 años	6.0%	8.0%	1.3%	<b>15.3%</b>
De 39 a 45 años	4.7%	4.7%	0.0%	<b>9.3%</b>
De 46 a 51 años	12.7%	6.0%	1.3%	<b>20.0%</b>
De 52 a 59 años	4.0%	10.0%	0.7%	<b>14.7%</b>
No Contesto	0.0%	1.3%	2.0%	<b>3.3%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
No Contesto	0.7%	2.7%	1.3%	<b>4.7%</b>
Labores del Hogar	8.0%	11.3%	3.3%	<b>22.7%</b>
Estudiante	4.7%	7.3%	1.3%	<b>13.3%</b>
Desempleado	12.0%	0.0%	0.0%	<b>12.0%</b>
Retirado / Jubilado	4.7%	6.0%	0.0%	<b>10.7%</b>
Empresario	3.3%	6.7%	0.7%	<b>10.7%</b>
Empleado de Gobierno	6.0%	3.3%	0.0%	<b>9.3%</b>
Empleado Privado	2.7%	4.7%	0.7%	<b>8.0%</b>
Otro	2.0%	2.0%	1.3%	<b>5.3%</b>
Comerciante	2.0%	0.0%	0.0%	<b>2.0%</b>
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	0.0%	1.3%	0.0%	<b>1.3%</b>
<b>Total</b>	<b>46.0%</b>	<b>45.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>100.0%</b>



**XILITLA**  
**PUEBLO MÁGICO**

# Perfil del Visitante

## Pueblo Mágico Xilitla

### Verano 2019



**SAN LUIS POTOSÍ**  
  
*Tu destino...*

**Dirección de Planeación, Información y Análisis**