

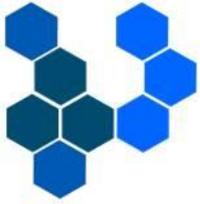


# Perfil del Visitante

## Soledad de Graciano Sánchez

### Verano 2019



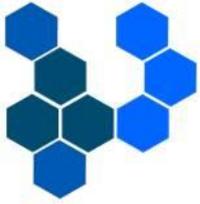


# Metodología

Con el objeto de determinar el Perfil del Visitante y conocer la experiencia durante se estancia en este sitio, se llevó a cabo un levantamiento de 139 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.

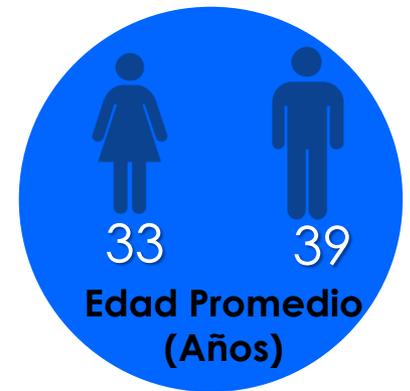
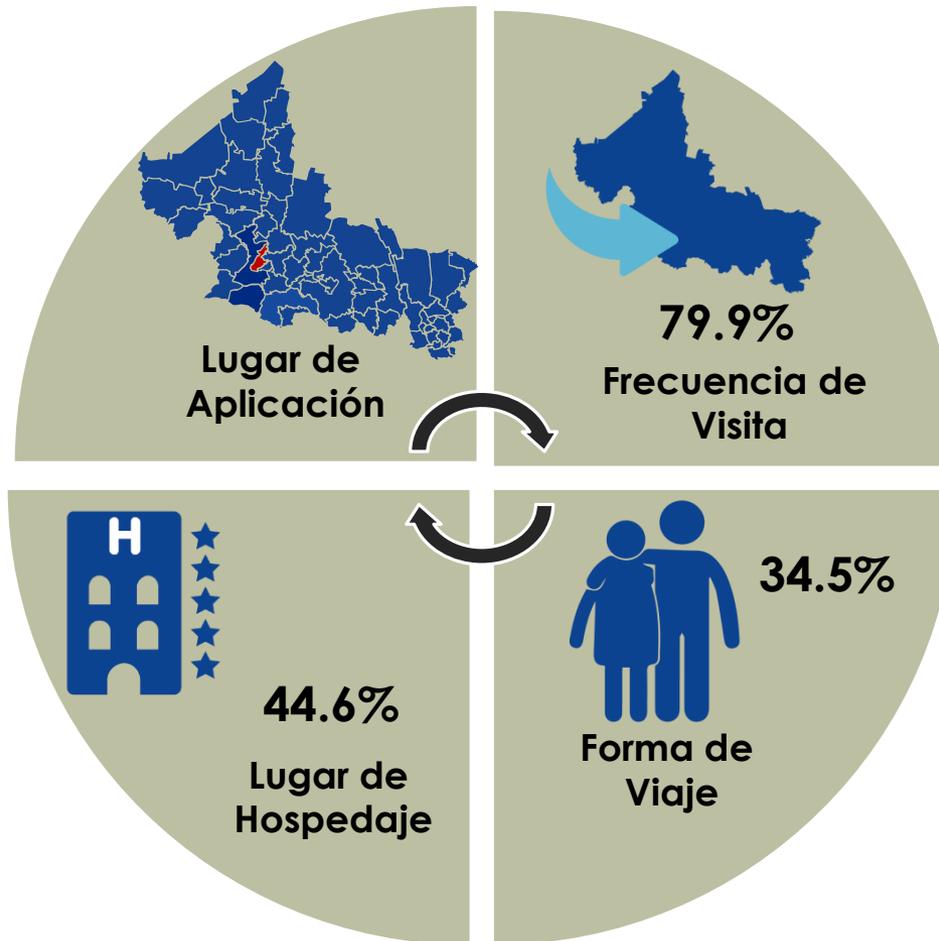
Los resultados obtenidos para cada uno de los conceptos se presentan a continuación:

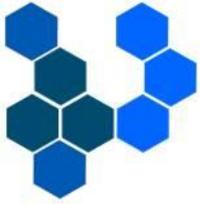


# Resumen

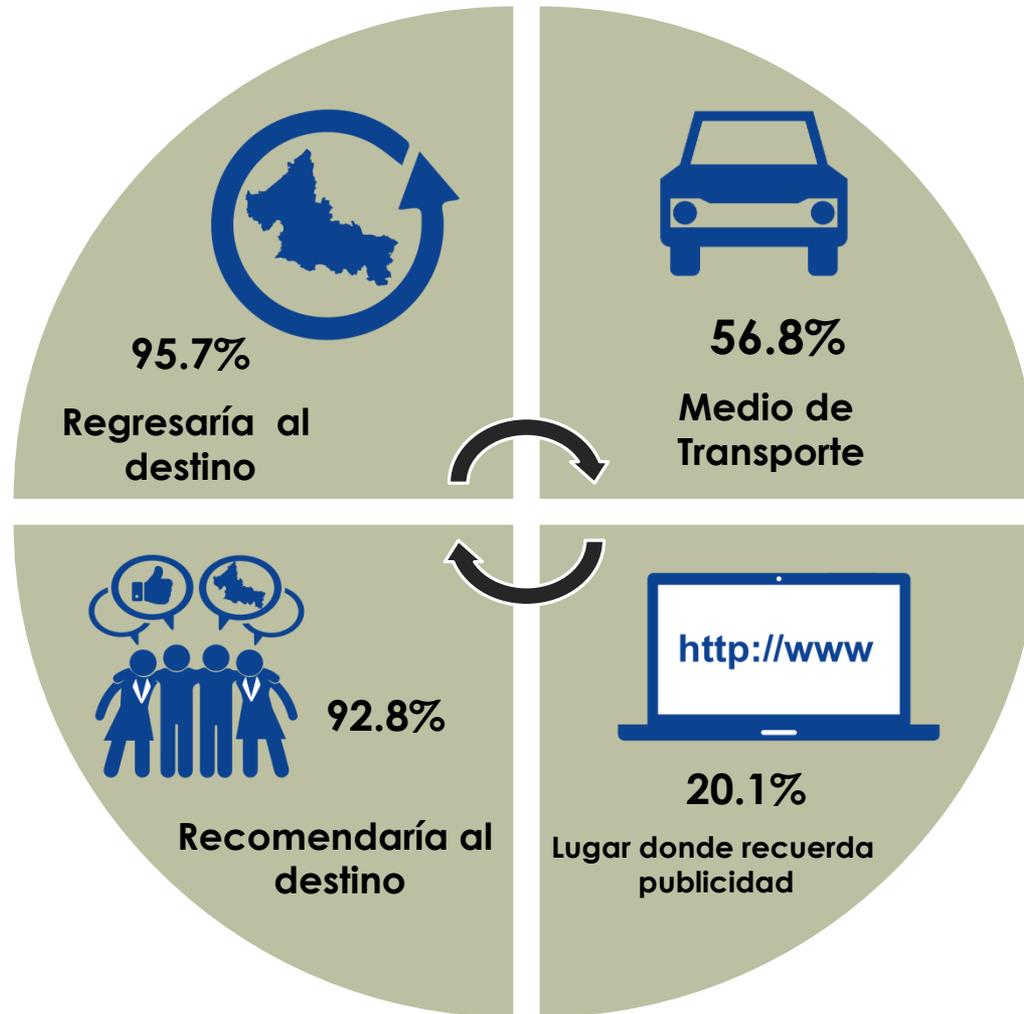
3.8

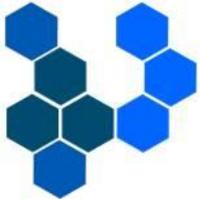
Tamaño de Grupo promedio





# Resumen





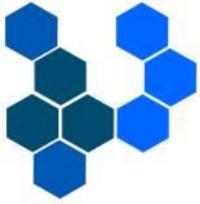
# Frecuencia de Visita a la Región

El 19.41%  
visita el  
municipio por  
primera vez

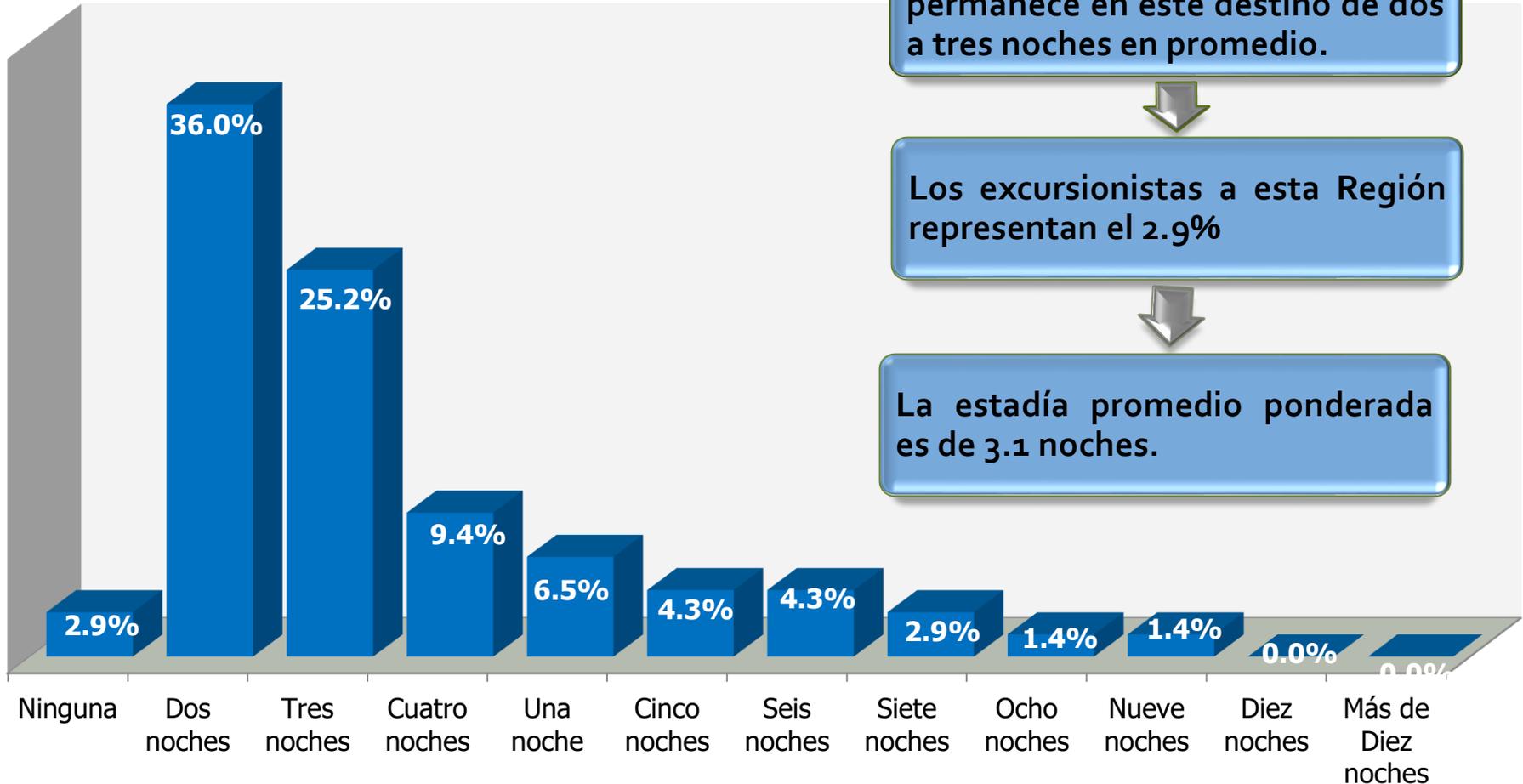
El turismo  
repetitivo  
representa  
el 79.9%



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



# Noches de Estadía



El 61.2% de los visitantes permanece en este destino de dos a tres noches en promedio.

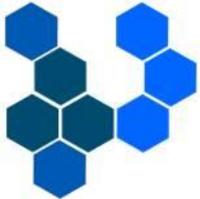


Los excursionistas a esta Región representan el 2.9%

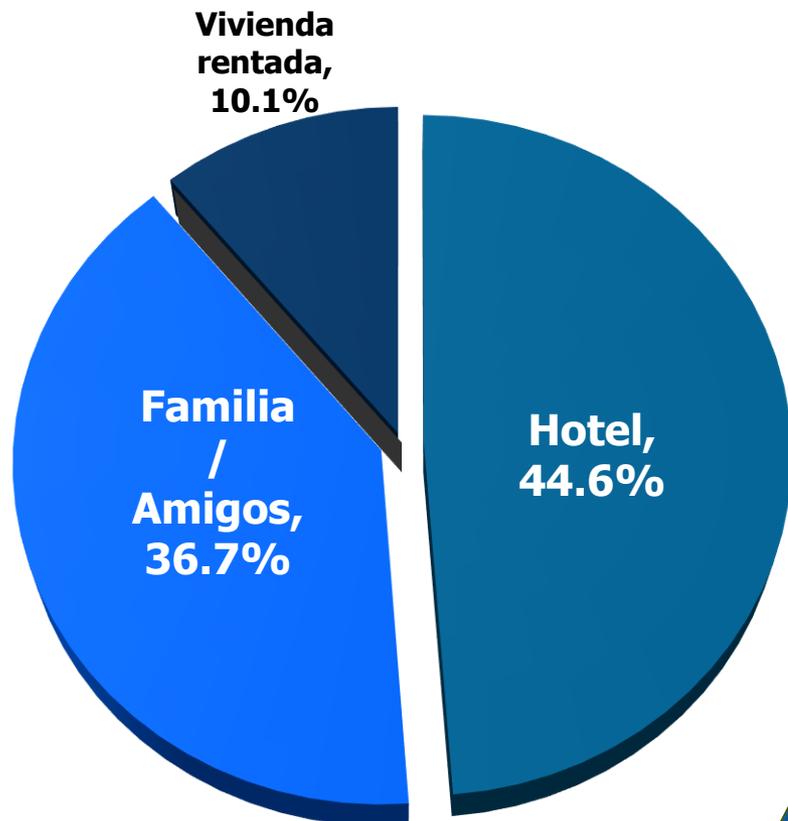


La estadía promedio ponderada es de 3.1 noches.

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



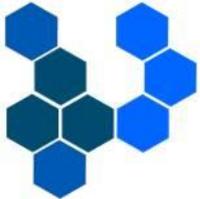
# Lugar de Hospedaje del Visitante



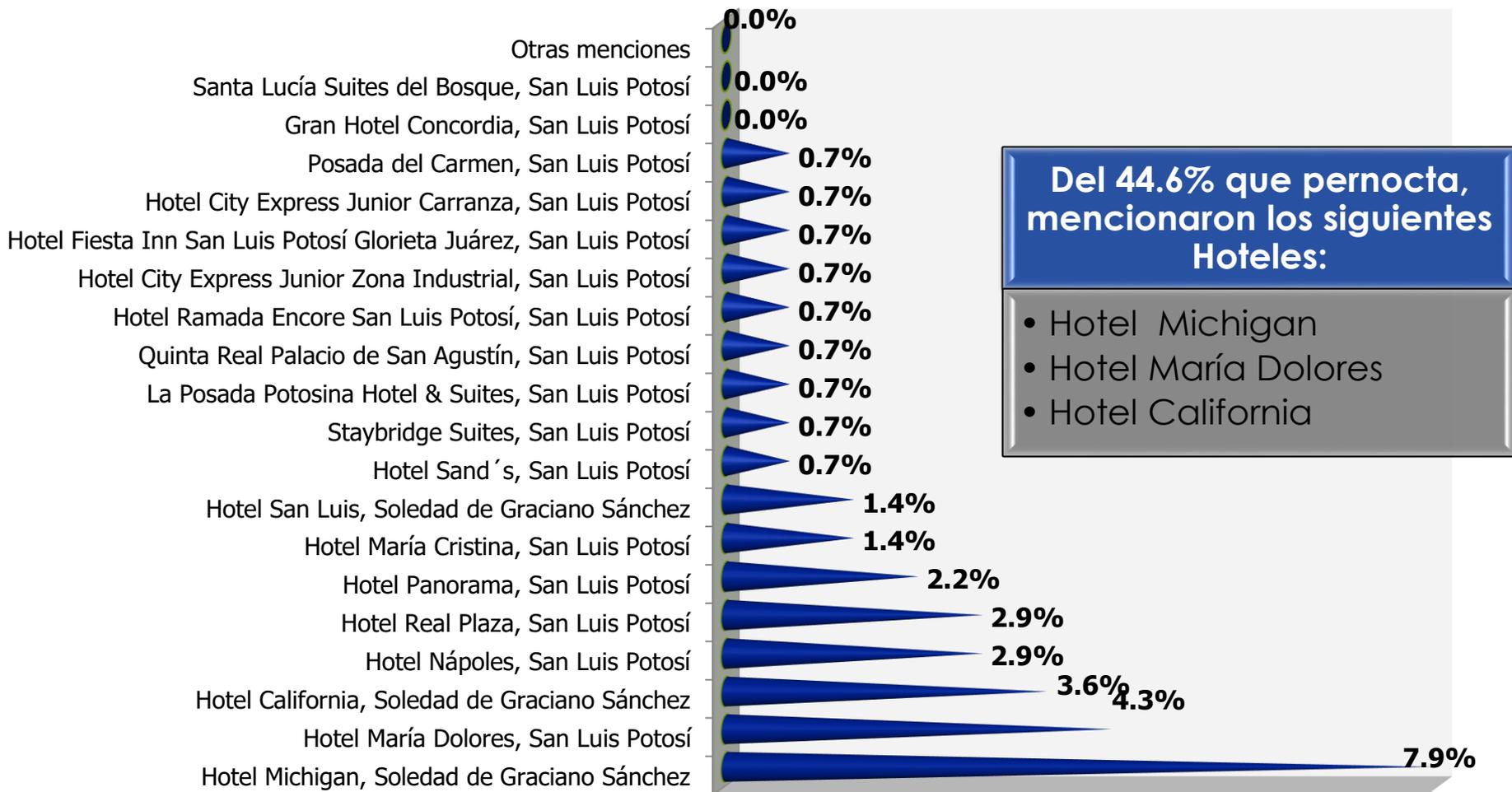
Un poco más de la mitad de los visitantes pernoctan en algún hotel de esta región (44.6%)

El 36.7% prefiere casas de Familiares y amigos.

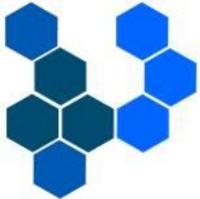
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



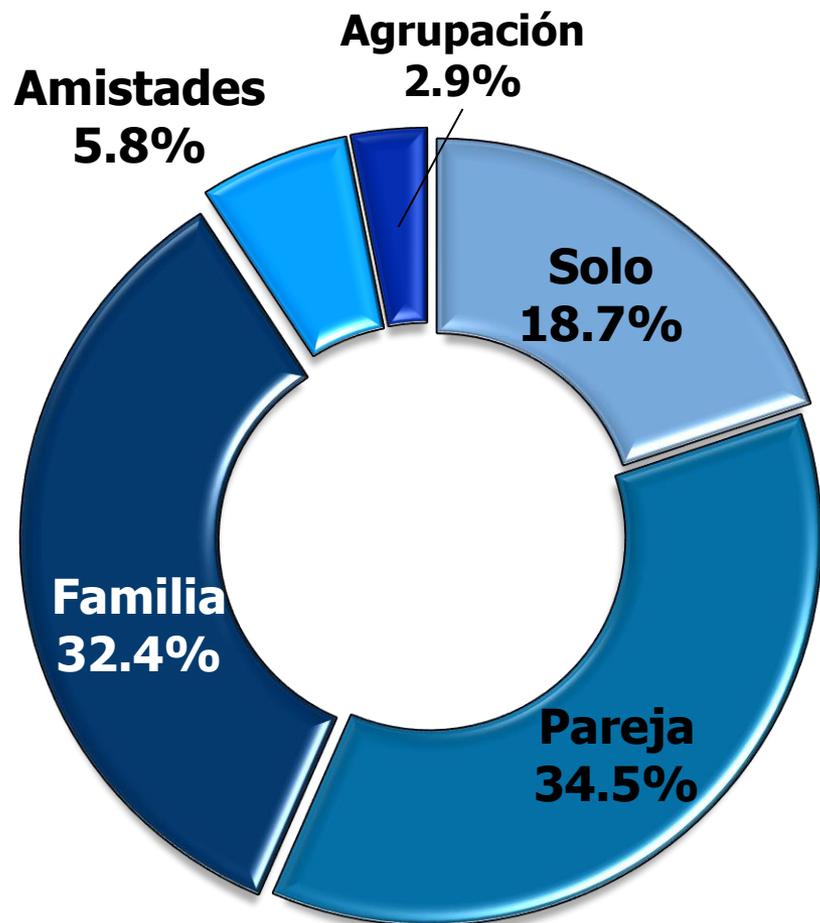
# Principales Hoteles de Pernocta del visitante



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



# Forma de Viajar del Visitante

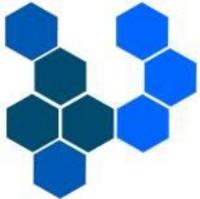


El 32.4% realiza este viaje con la familia.

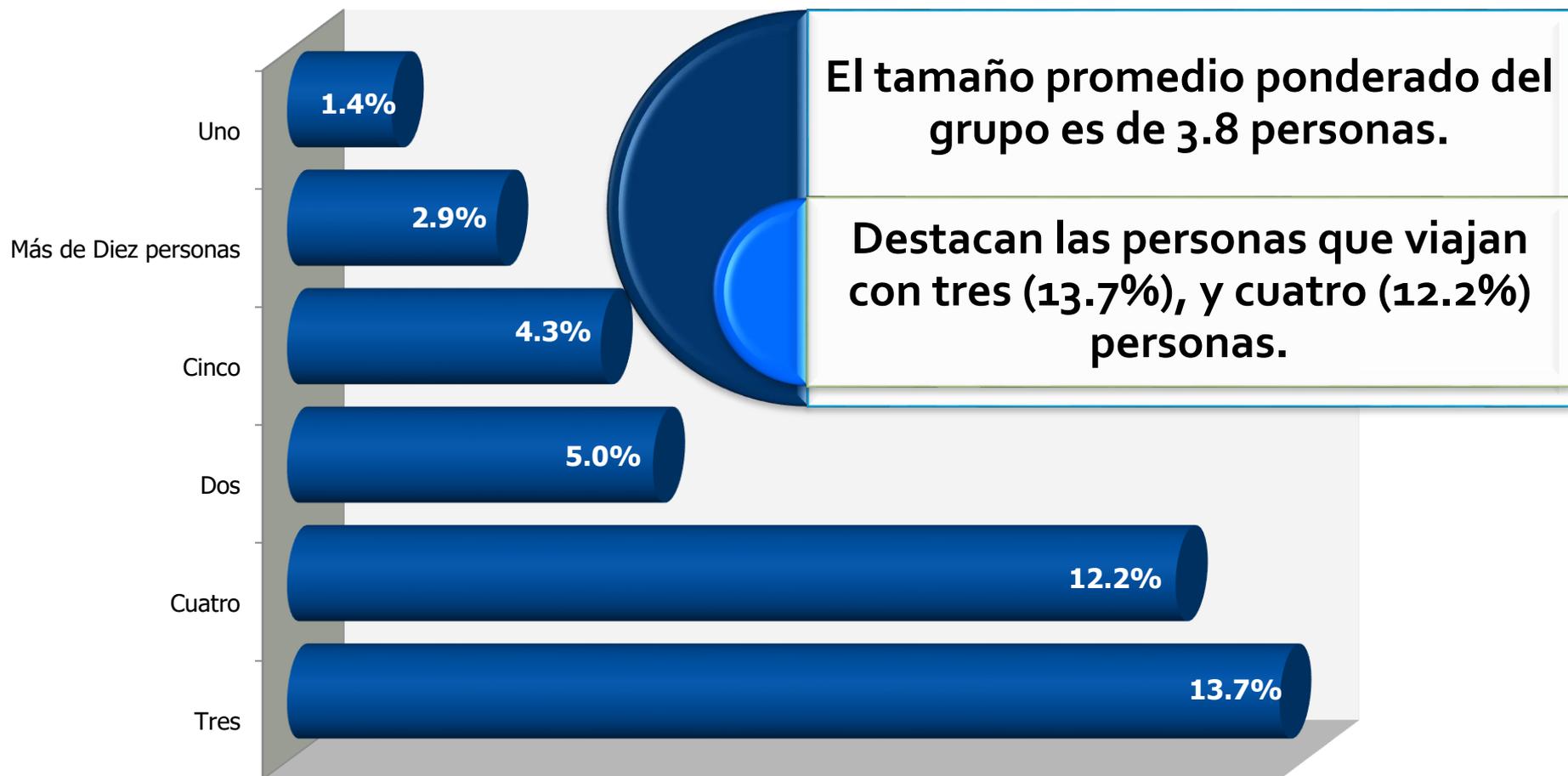
El 34.5% viaja con su pareja.

18.7% viaja solo y el 5.8% realiza este viaje con amistades.

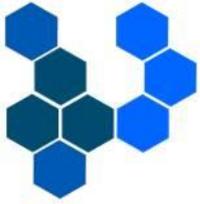
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



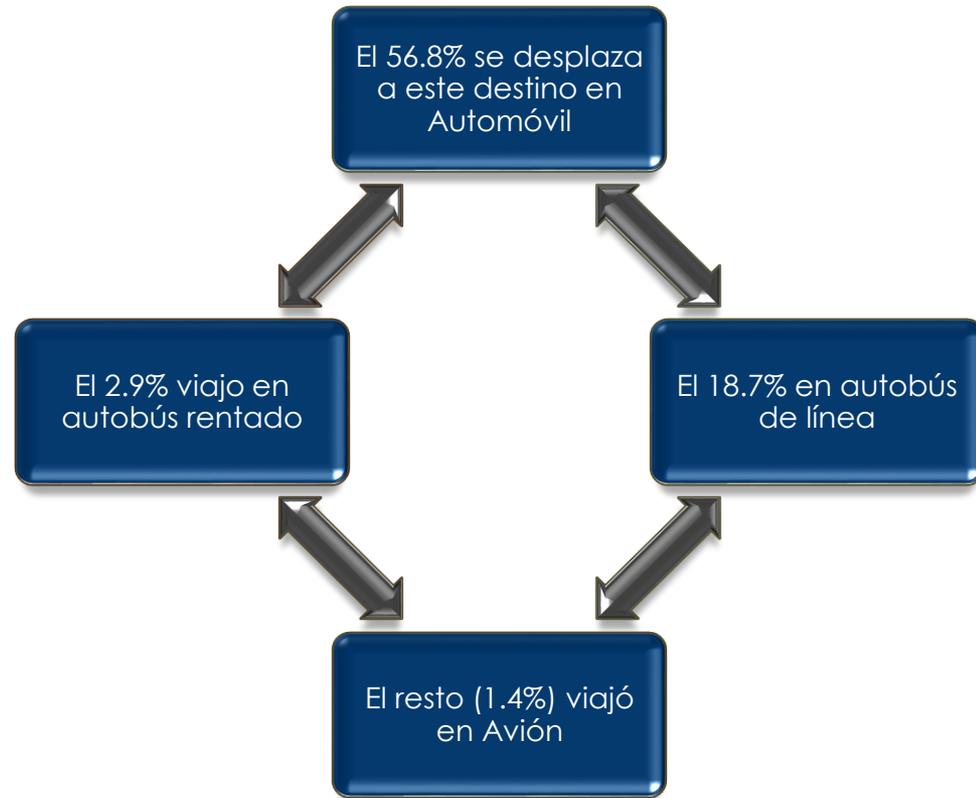
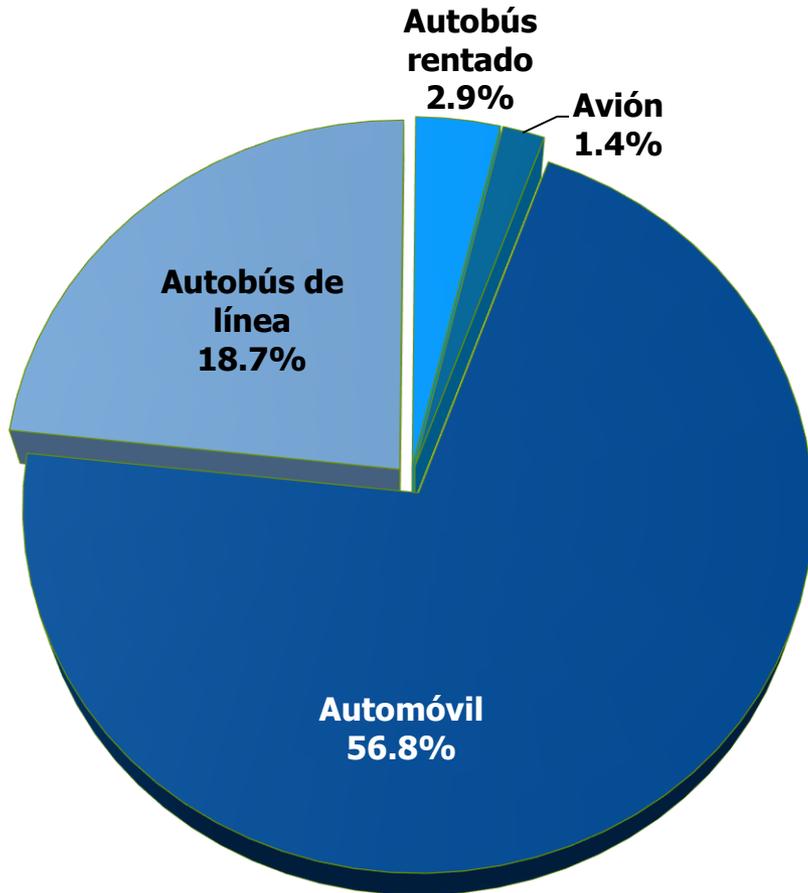
# Número de Acompañantes en su Visita



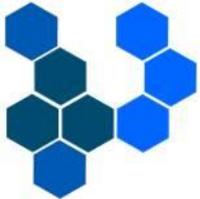
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



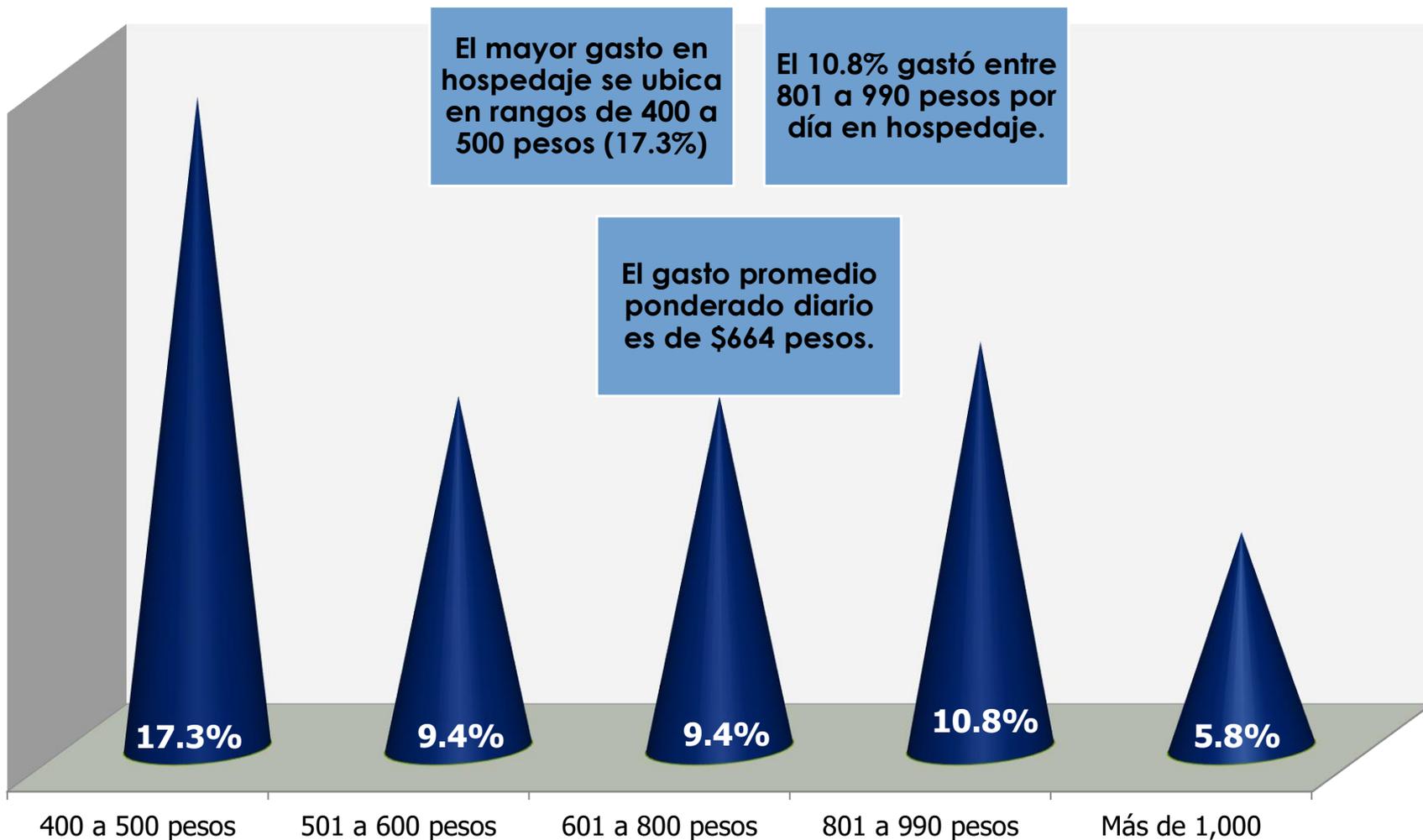
# Medio de Transporte Utilizado por el Visitante



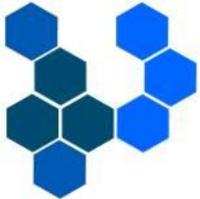
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



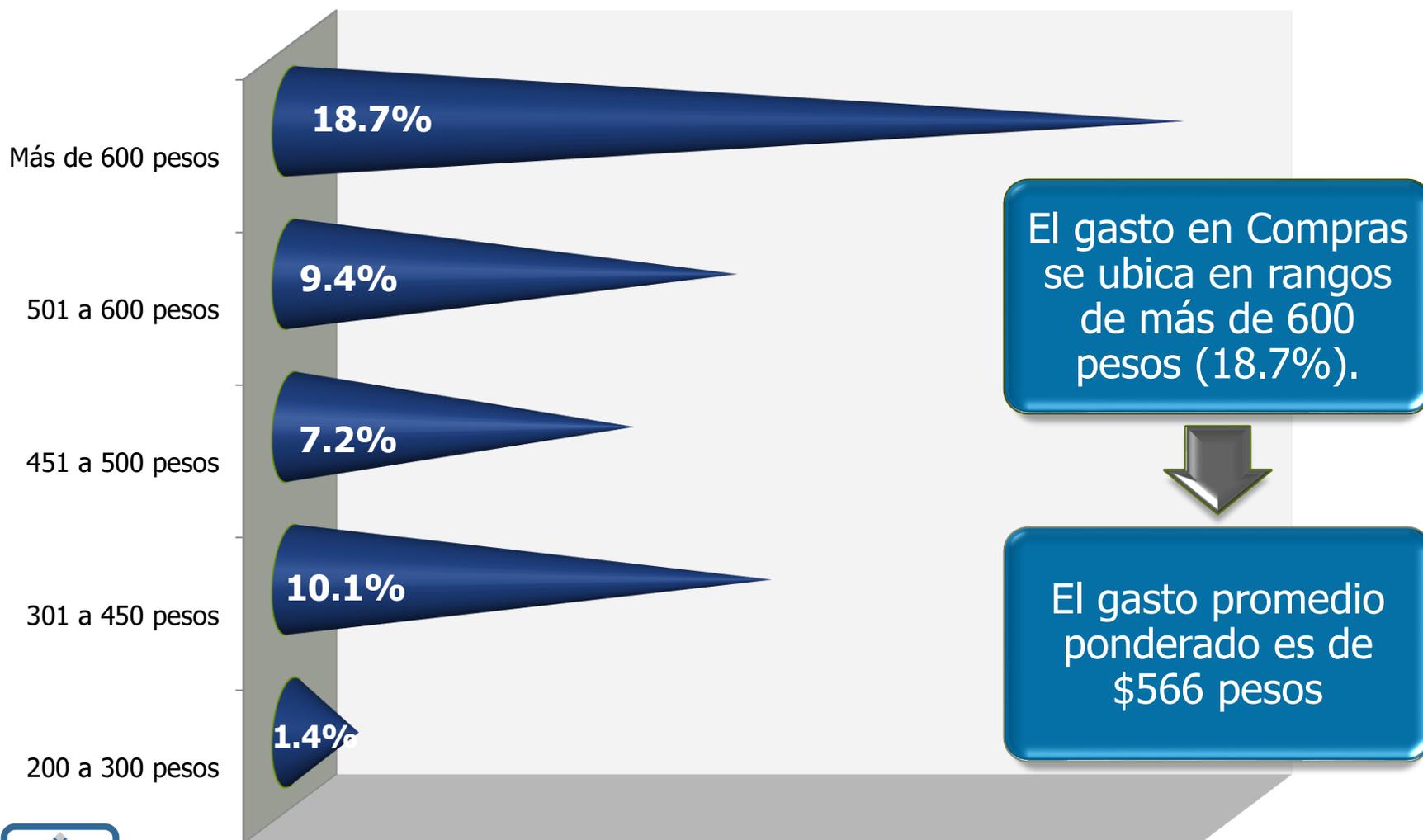
# Gasto Promedio - Hospedaje



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

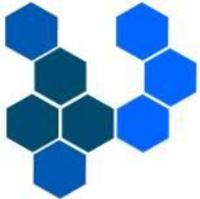


# Gasto Promedio - Compras

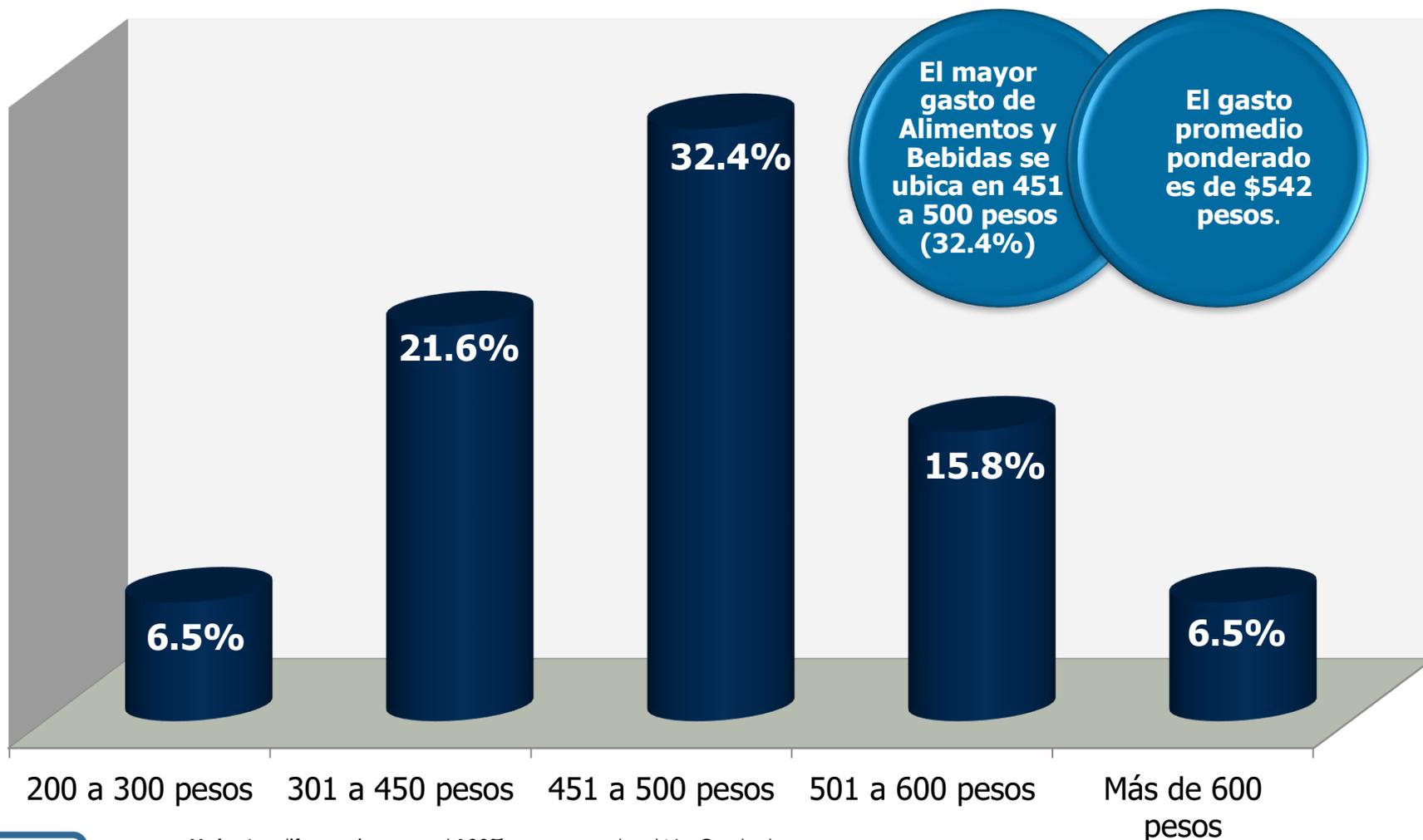


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

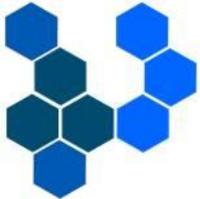
Verano 2019- Región Centro



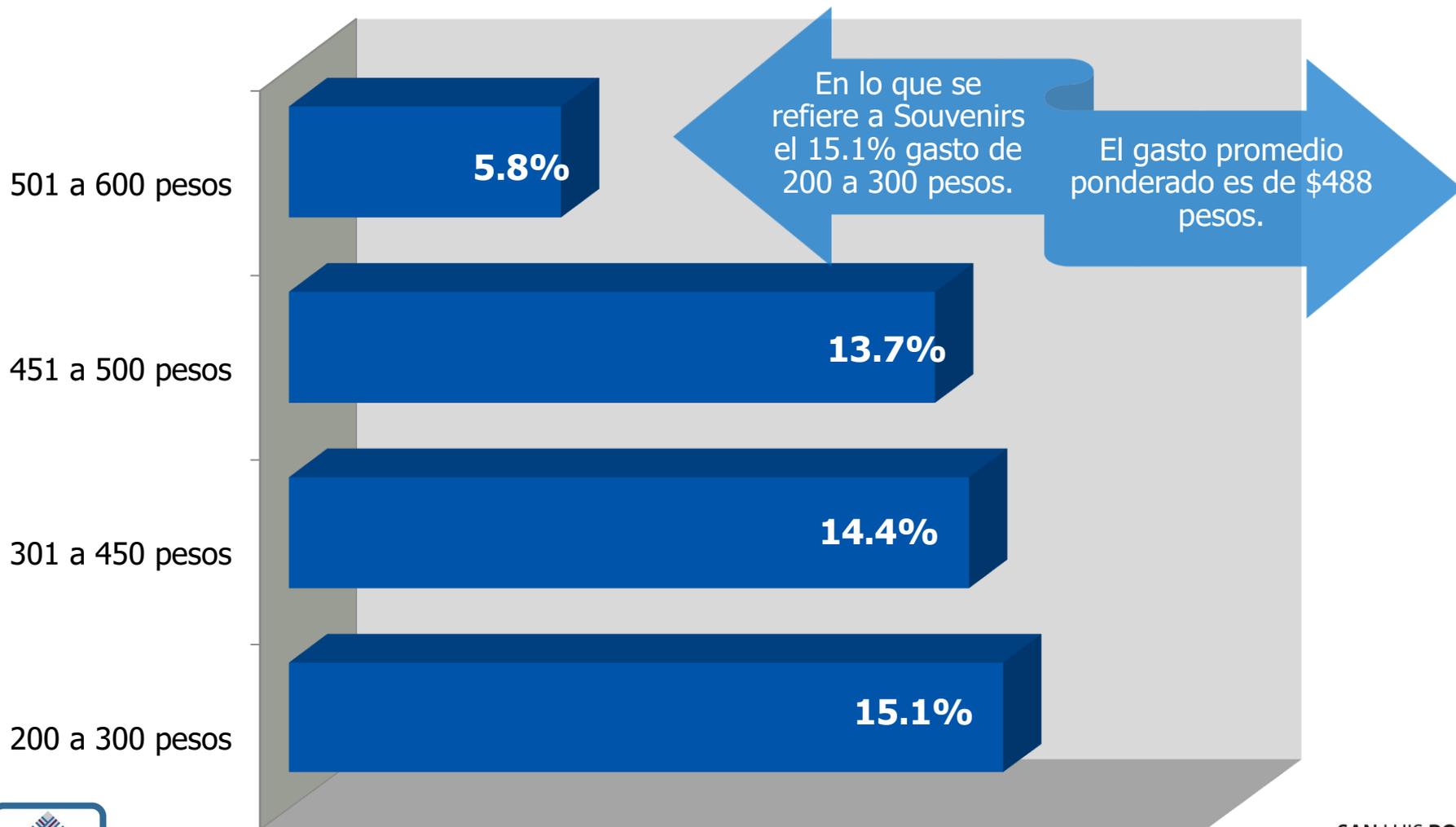
# Gasto Promedio – Alimentos y Bebidas



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



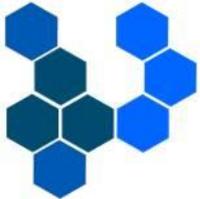
# Gasto Promedio - Souvenirs



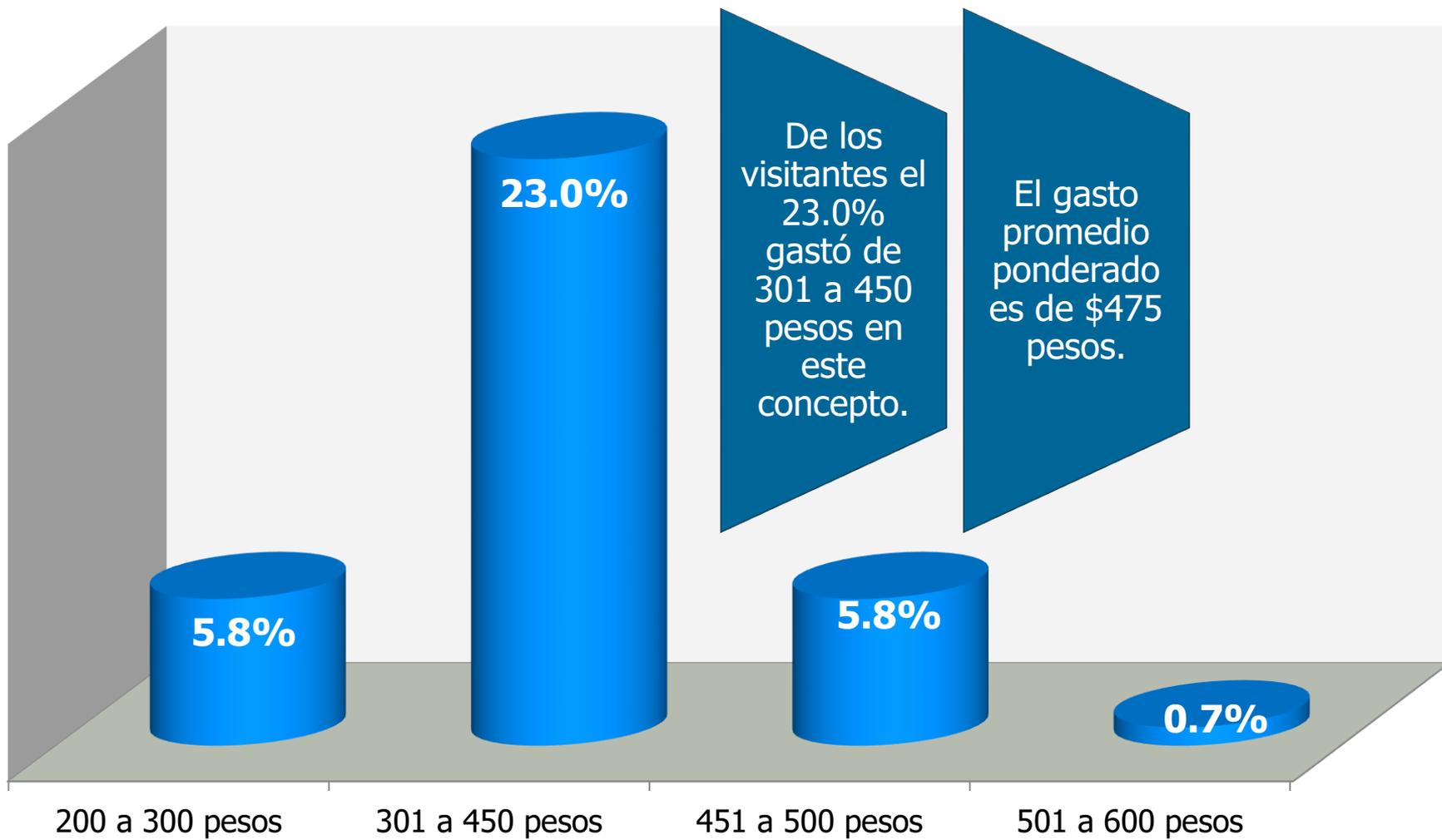
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

**Verano 2019- Región Centro**

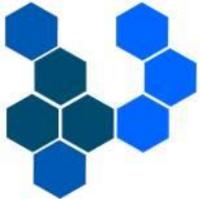




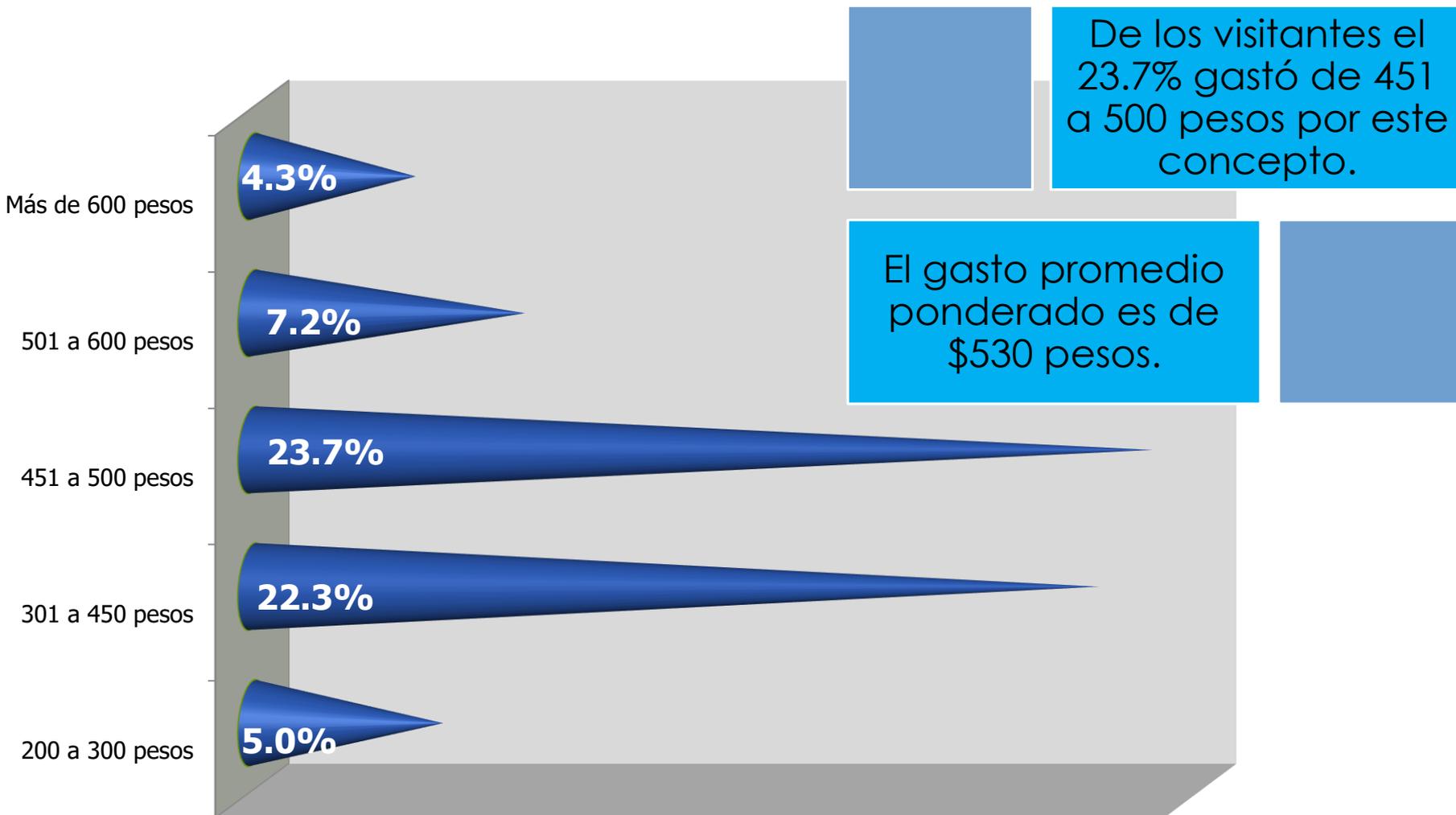
# Gasto Promedio – Transportación Local



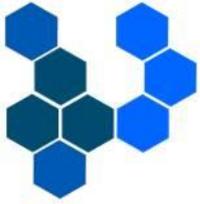
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



# Gasto Promedio – Gasolina

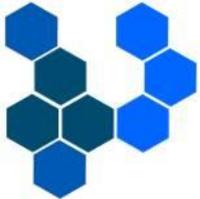


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

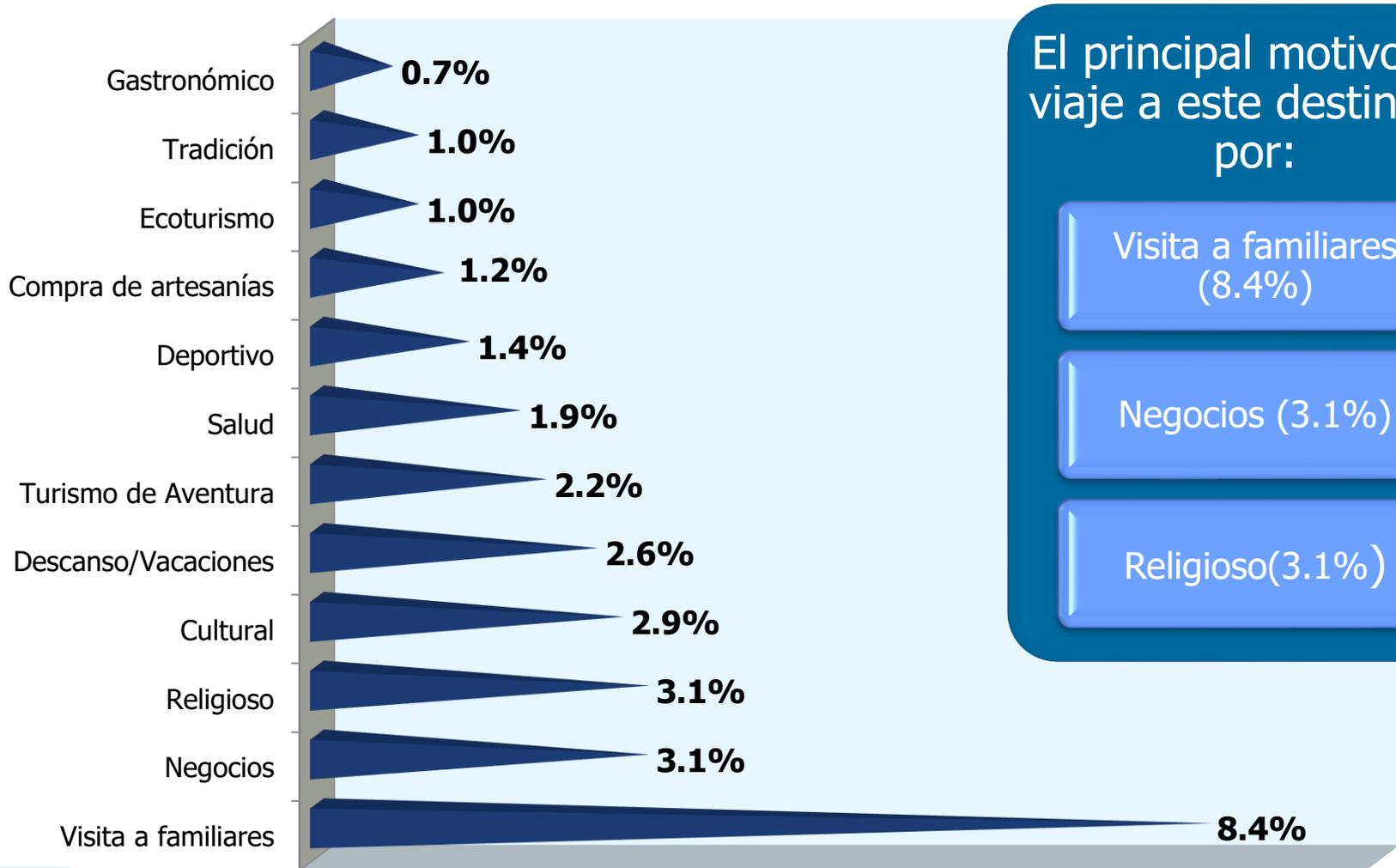


# Gasto Total Promedio Ponderado





# Razón Principal de Viaje a este destino



El principal motivo del viaje a este destino es por:

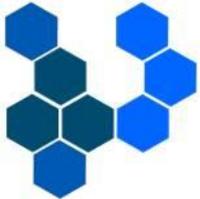
Visita a familiares (8.4%)

Negocios (3.1%)

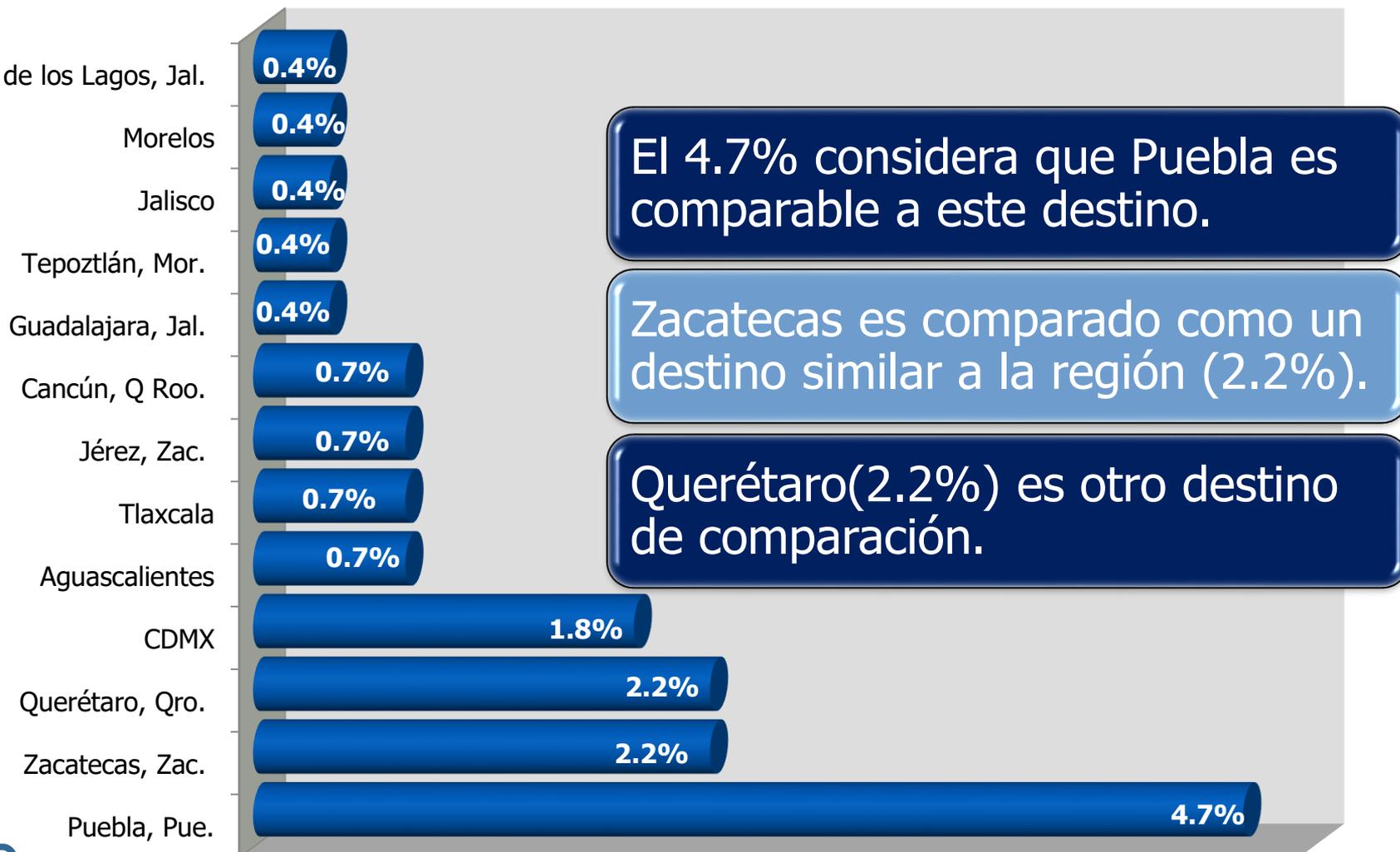
Religioso (3.1%)

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

Verano 2019- Región Centro

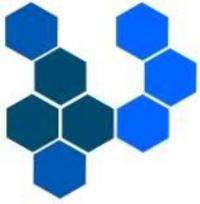


# Sitios con los que Comparan a la Región



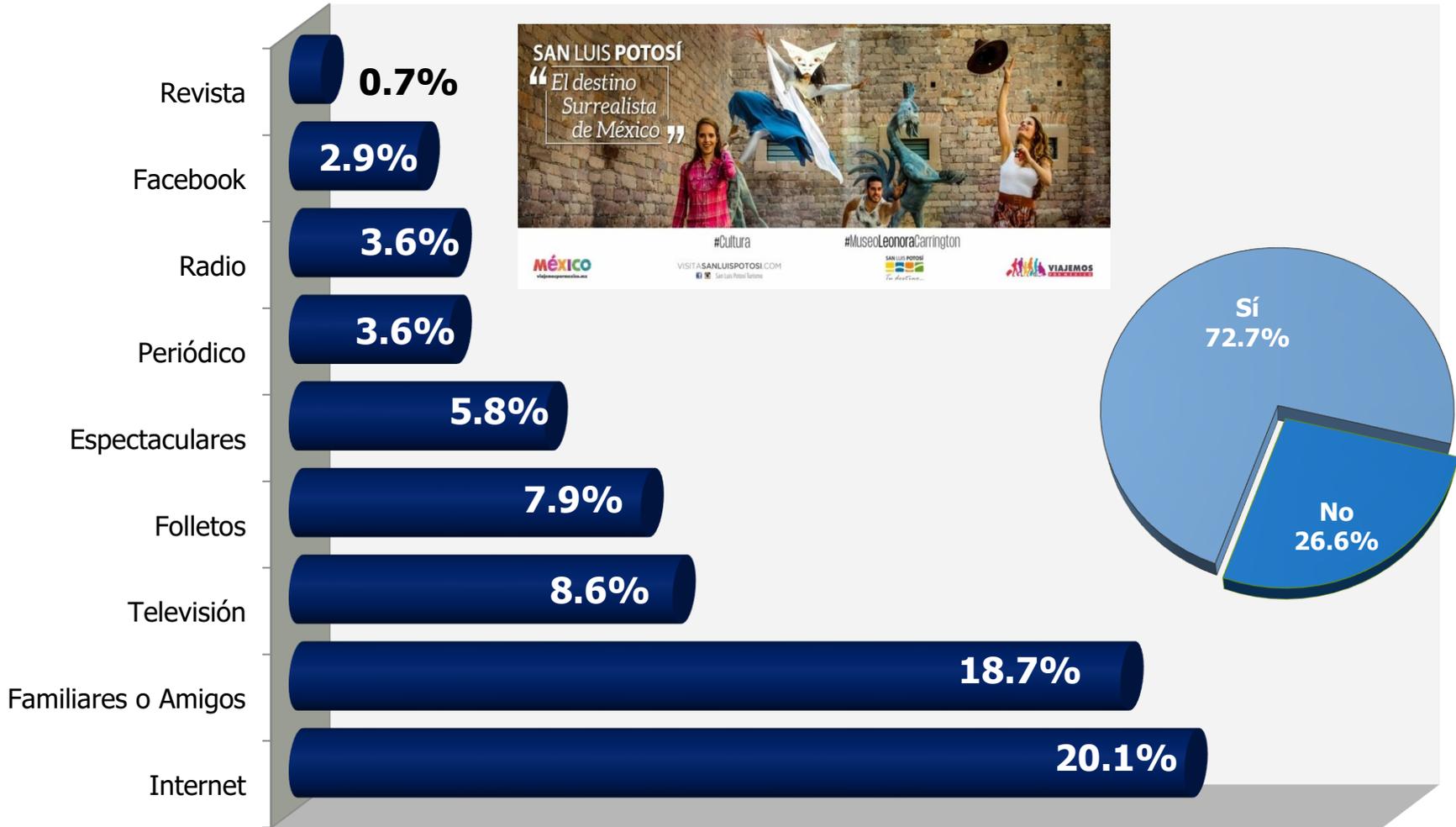
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

Verano 2019- Región Centro



# Recordación de la Publicidad

“El destino Surrealista de México”

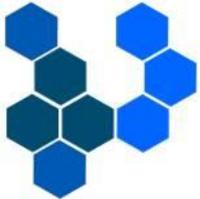


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



Verano 2019- Región Centro





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

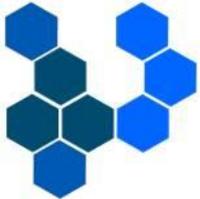
Medio de Comunicación	Guanajuato	Querétaro	Zacatecas	Sinaloa	Jalisco	Durango	Tamaulipas	Veracruz	Hidalgo	Michoacán	Nuevo León	Coahuila	Aguascalientes	San Luis Potosí	Chihuahua	Otras Menciones	Total
Internet	2.2%	2.2%	1.4%	0.0%	0.7%	0.7%	0.0%	1.4%	1.4%	0.0%	0.7%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	8.6% ↑	20.1%
Familiares o Amigos	0.7%	0.7%	0.7%	0.7%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	13.7% ↑	18.7%
Televisión	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%	0.7%	0.7%	0.7%	0.7%	0.7%	0.0%	2.9% →	8.6%
Folletos	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%	0.0%	0.0%	7.2% →	7.9%
Espectaculares	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9% ↓	5.8%
Periódico	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	2.9% ↓	3.6%
Radio	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4% ↓	3.6%
Facebook	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4% ↓	2.9%
Revista	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%	0.0%	0.0%	0.0% ↓	0.7%
Instagram	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	2.2%	2.2%	0.0%	1.4%	0.0%	1.4%	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	18.0% ↑	27.3%
<b>Total</b>	<b>7.2%</b>	<b>5.8%</b>	<b>3.6%</b>	<b>3.6%</b>	<b>2.9%</b>	<b>2.9%</b>	<b>2.2%</b>	<b>2.2%</b>	<b>2.2%</b>	<b>2.2%</b>	<b>1.4%</b>	<b>1.4%</b>	<b>1.4%</b>	<b>0.7%</b>	<b>0.7%</b>	<b>59.7%</b>	<b>100.0%</b>

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



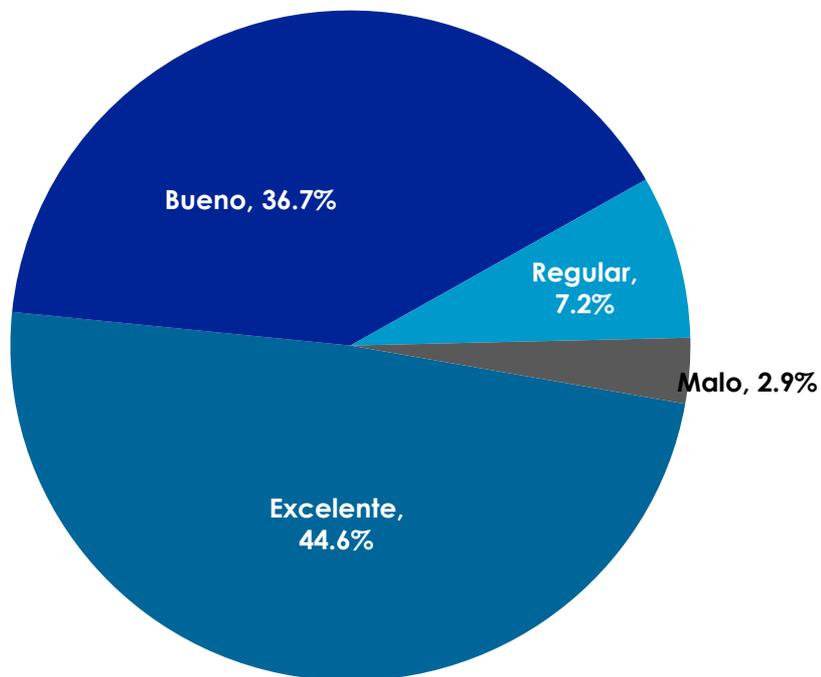
Verano 2019- Región Centro



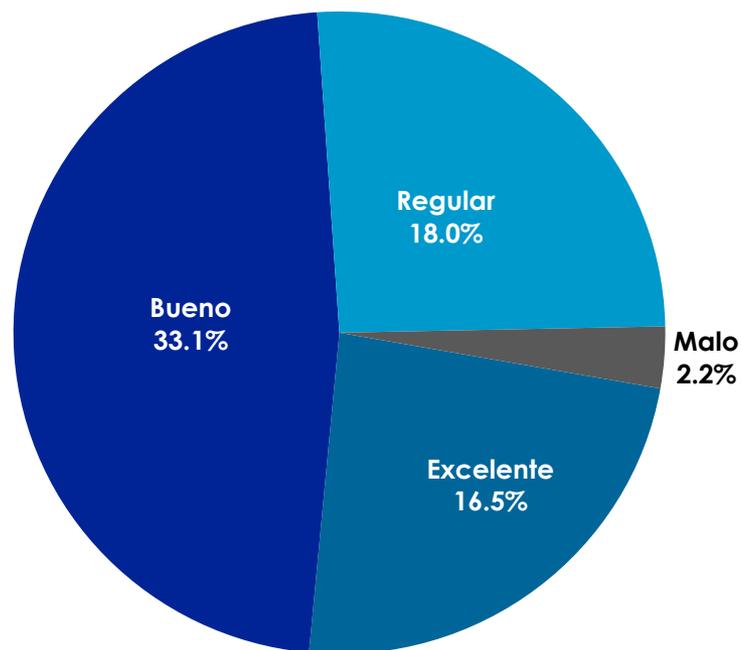


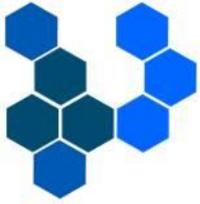
# Satisfacción del destino

## Sitios y Atractivos Turísticos



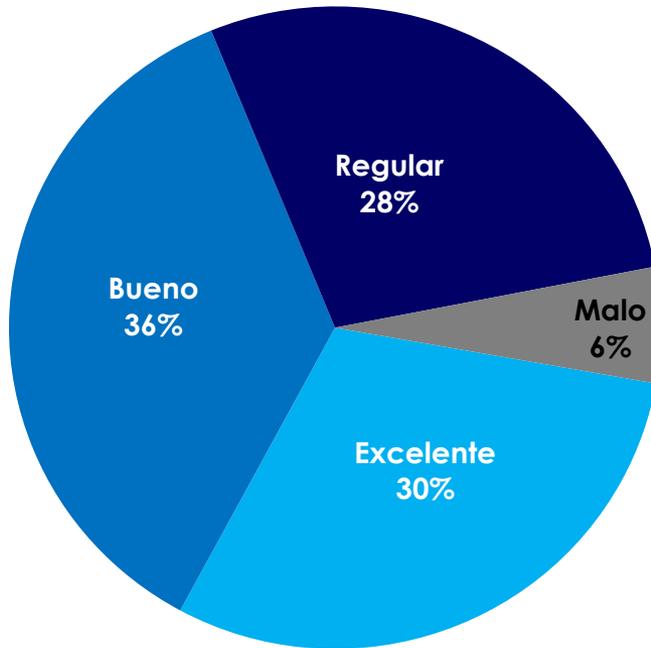
## Calidad de Infraestructura



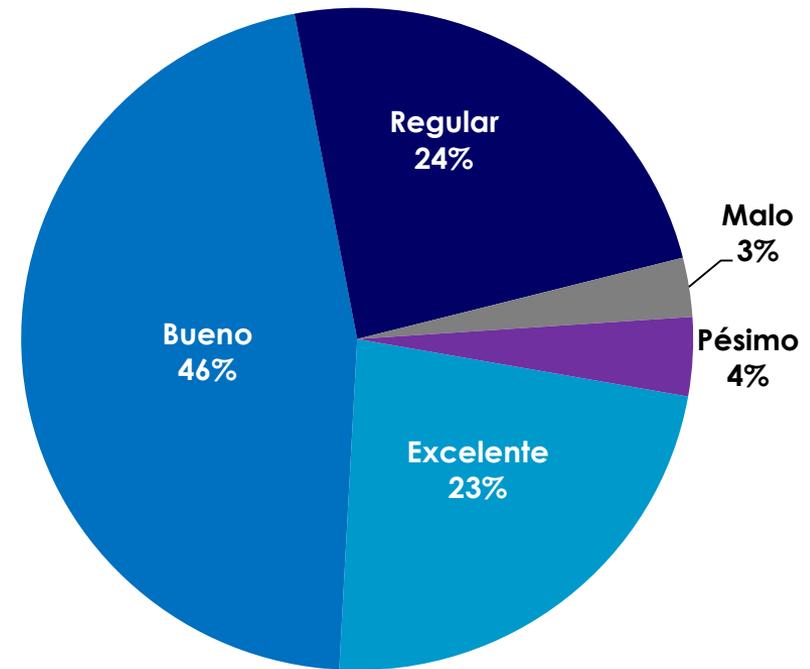


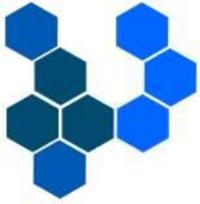
# Satisfacción del destino

## Imagen del destino



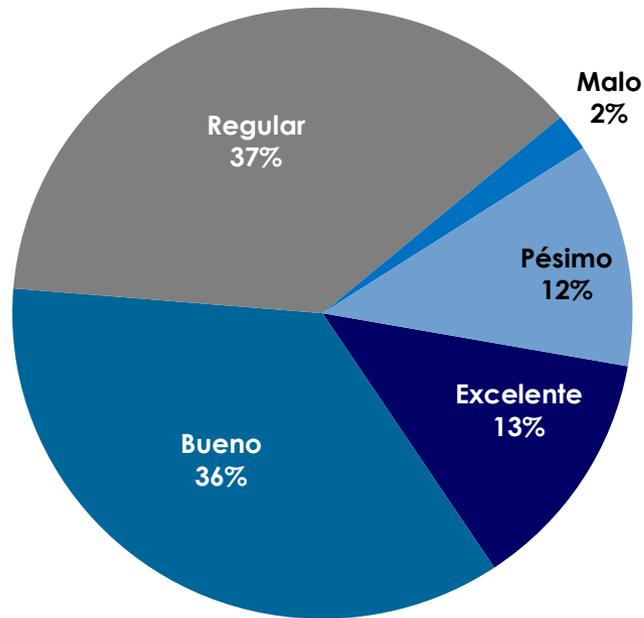
## Experiencia de viaje



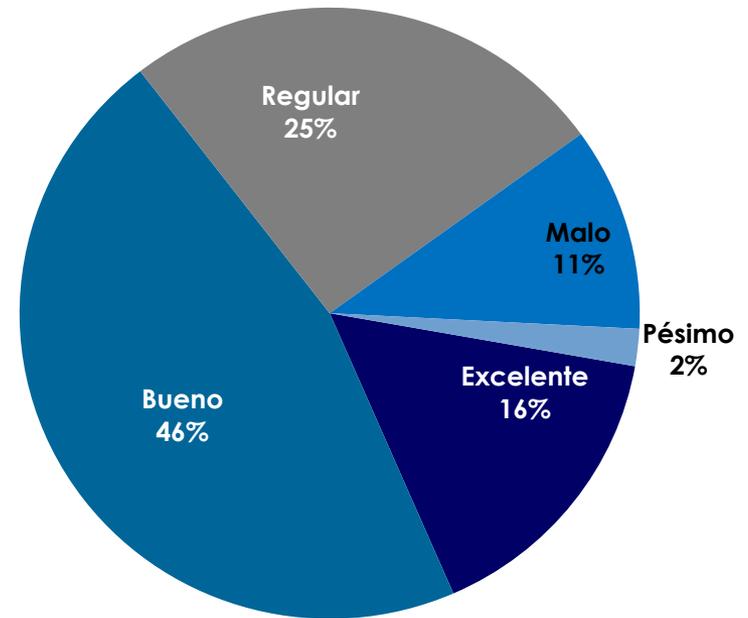


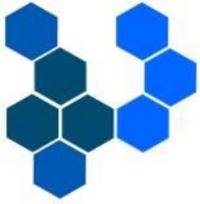
# Satisfacción del destino

## Limpieza en las calles y áreas públicas



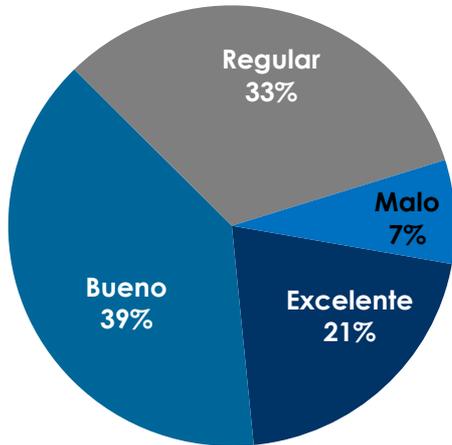
## Señalética turística del destino turístico



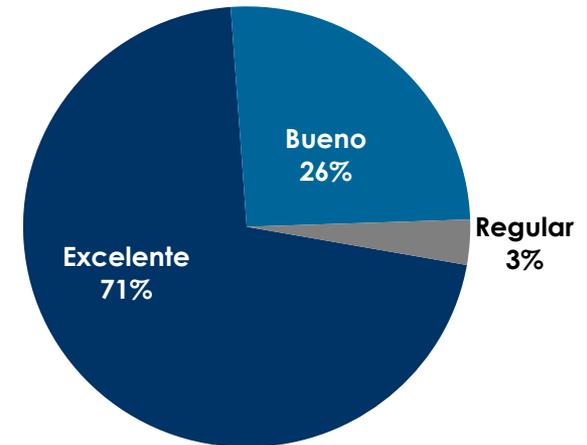


# Satisfacción del destino

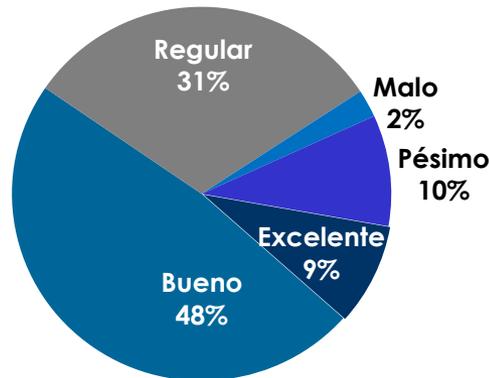
## Módulos de Información Turística



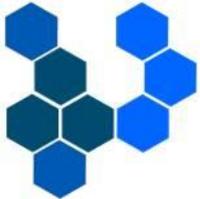
## Gastronomía típica del destino



## Relación calidad/cantidad de sanitarios

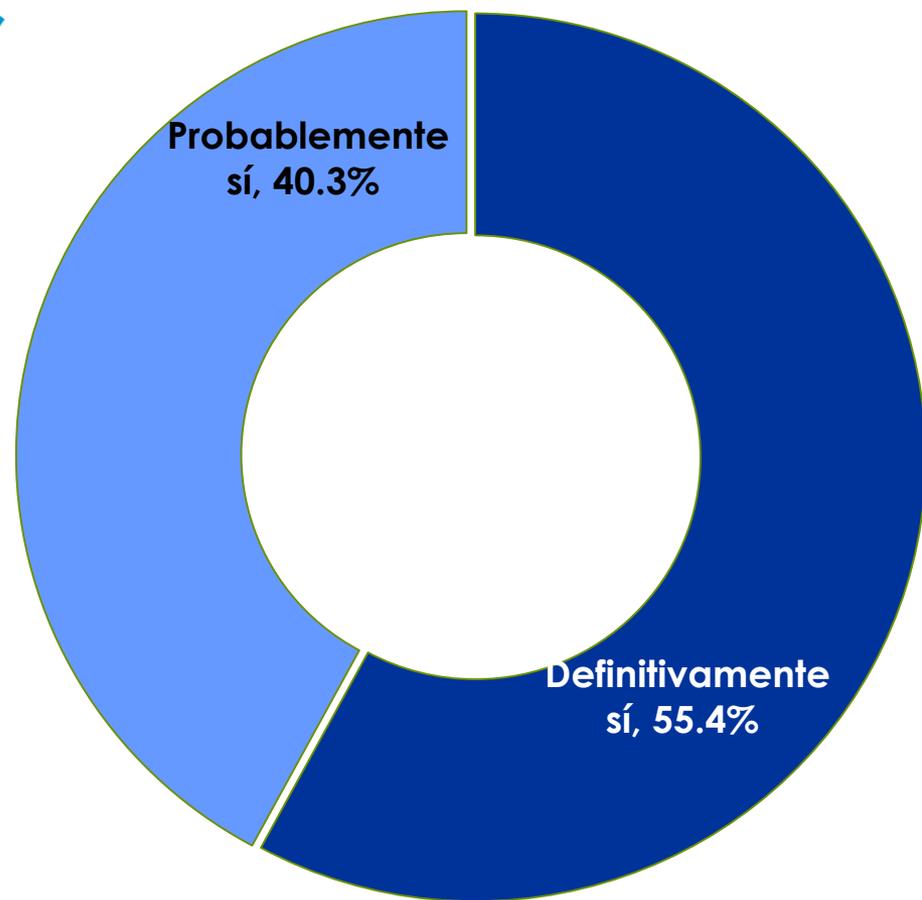


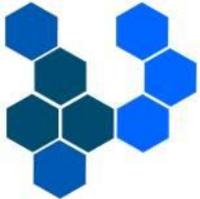
Verano 2019- Región Centro



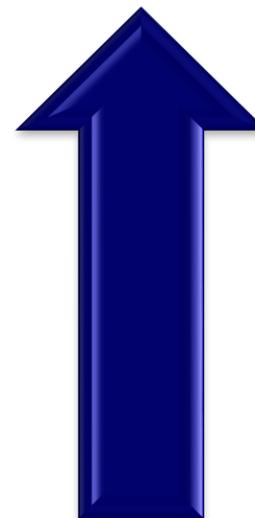
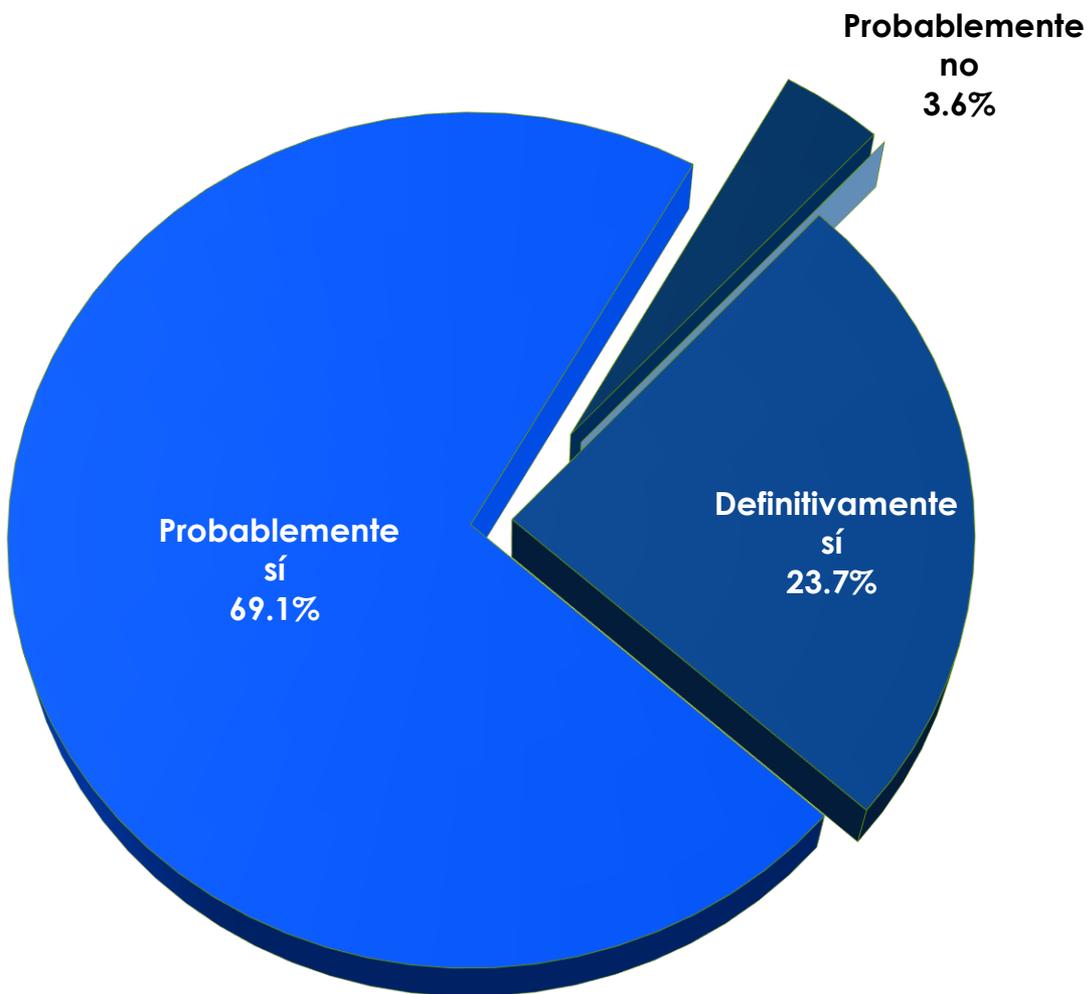
# Opinión de Regresar a este destino

 El 95.7% de los visitantes definitivamente y/o probablemente si regresaría a este destino.

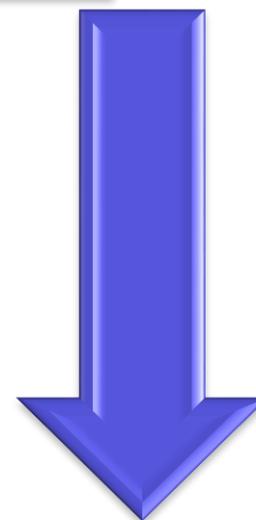




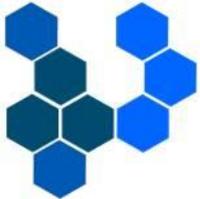
# Opinión de Recomendar a este destino



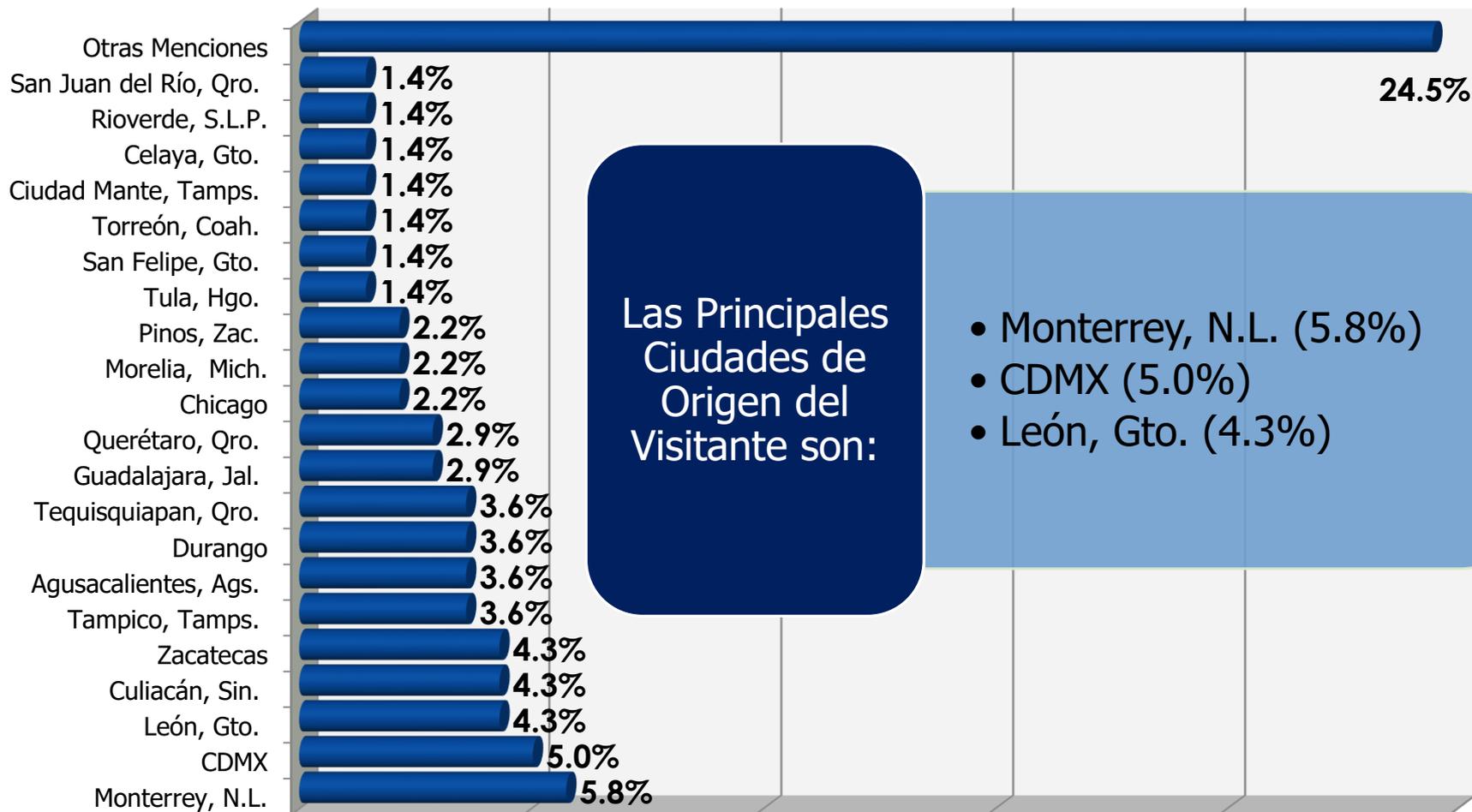
**El 92.8% de los visitantes definitivamente sí y/o probablemente recomendaría el destino.**



El 3.6% probablemente no recomendaría el destino.

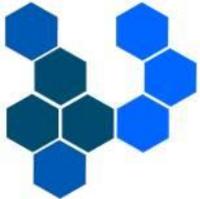


# Principales Ciudades de Origen del Visitante

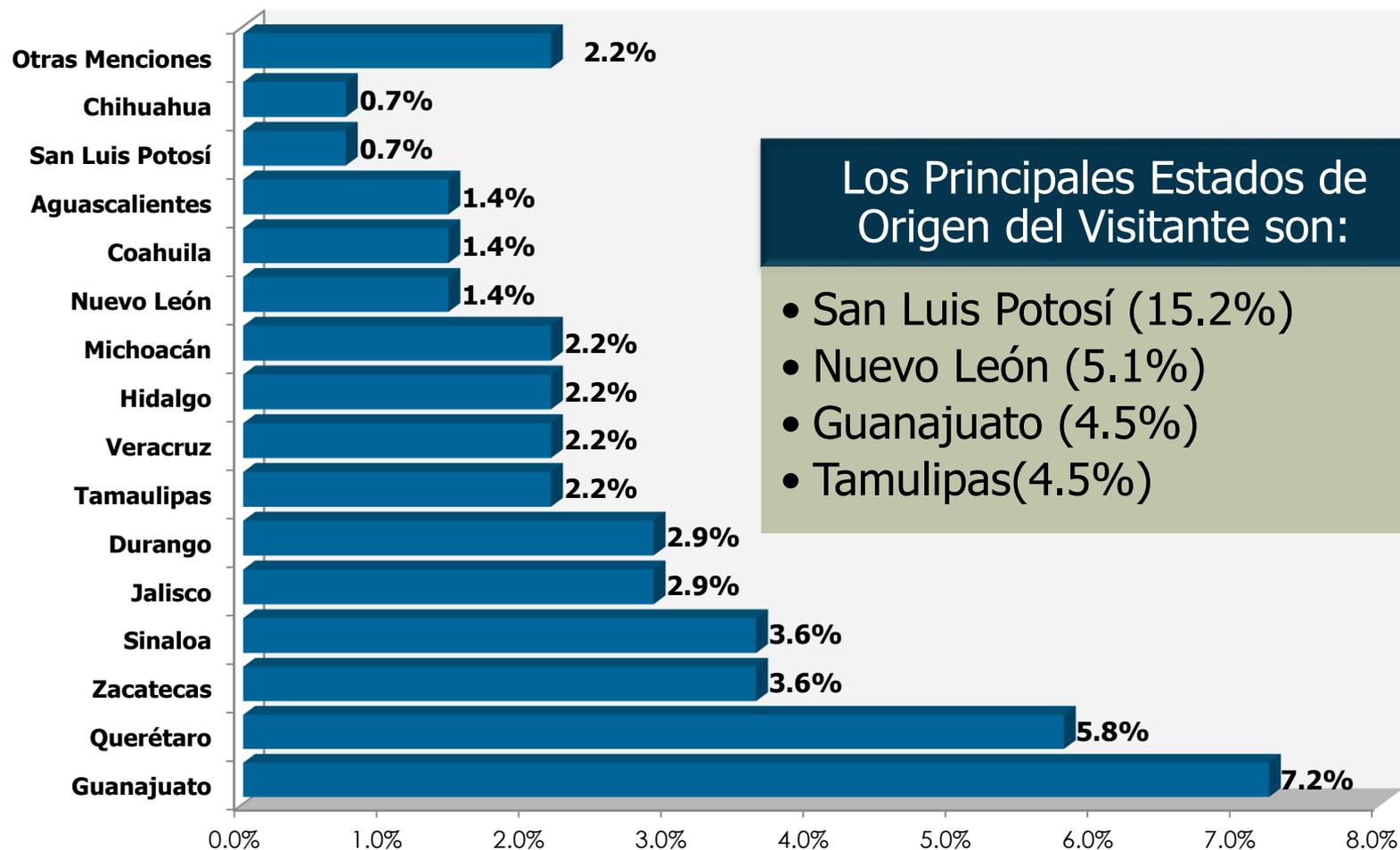


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

Verano 2019- Región Centro



# Principales Estados de Origen del Visitante

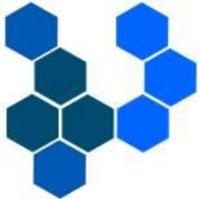


## Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

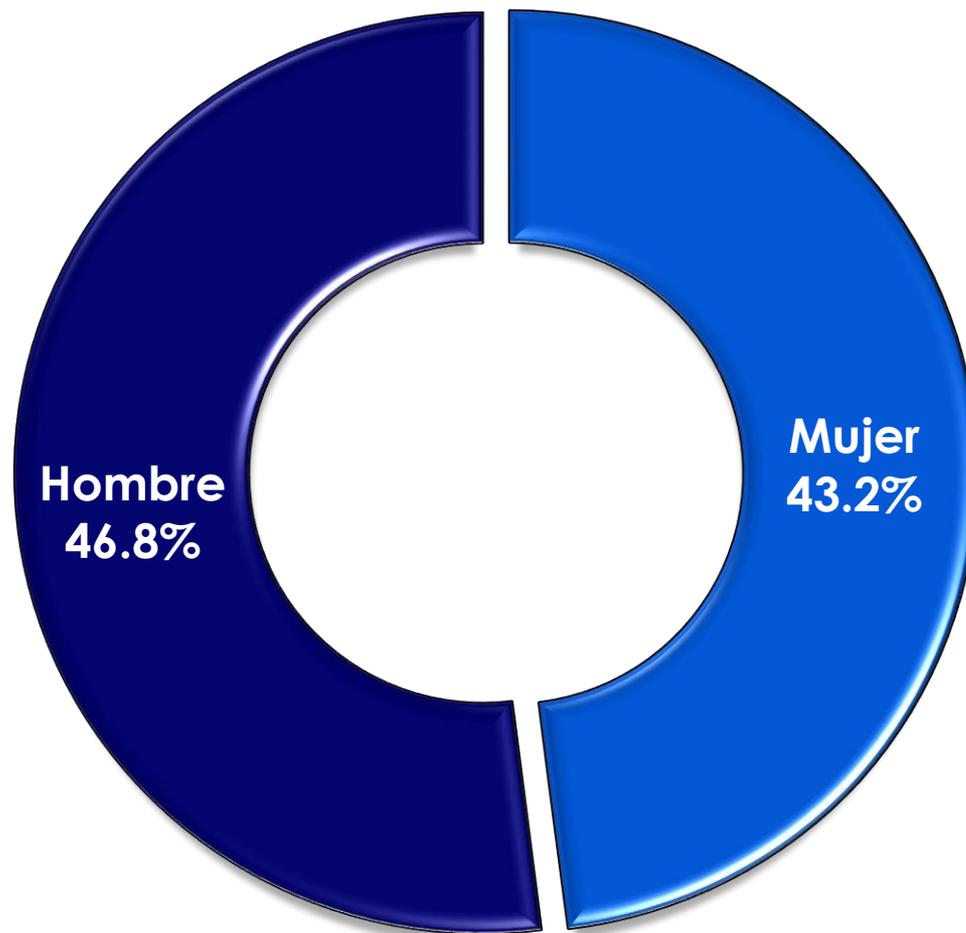
- San Luis Potosí (15.2%)
- Nuevo León (5.1%)
- Guanajuato (4.5%)
- Tamaulipas (4.5%)

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

Verano 2019- Región Centro

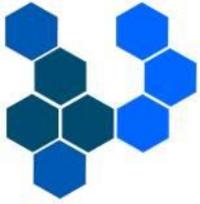


# Sexo del Visitante a la Región

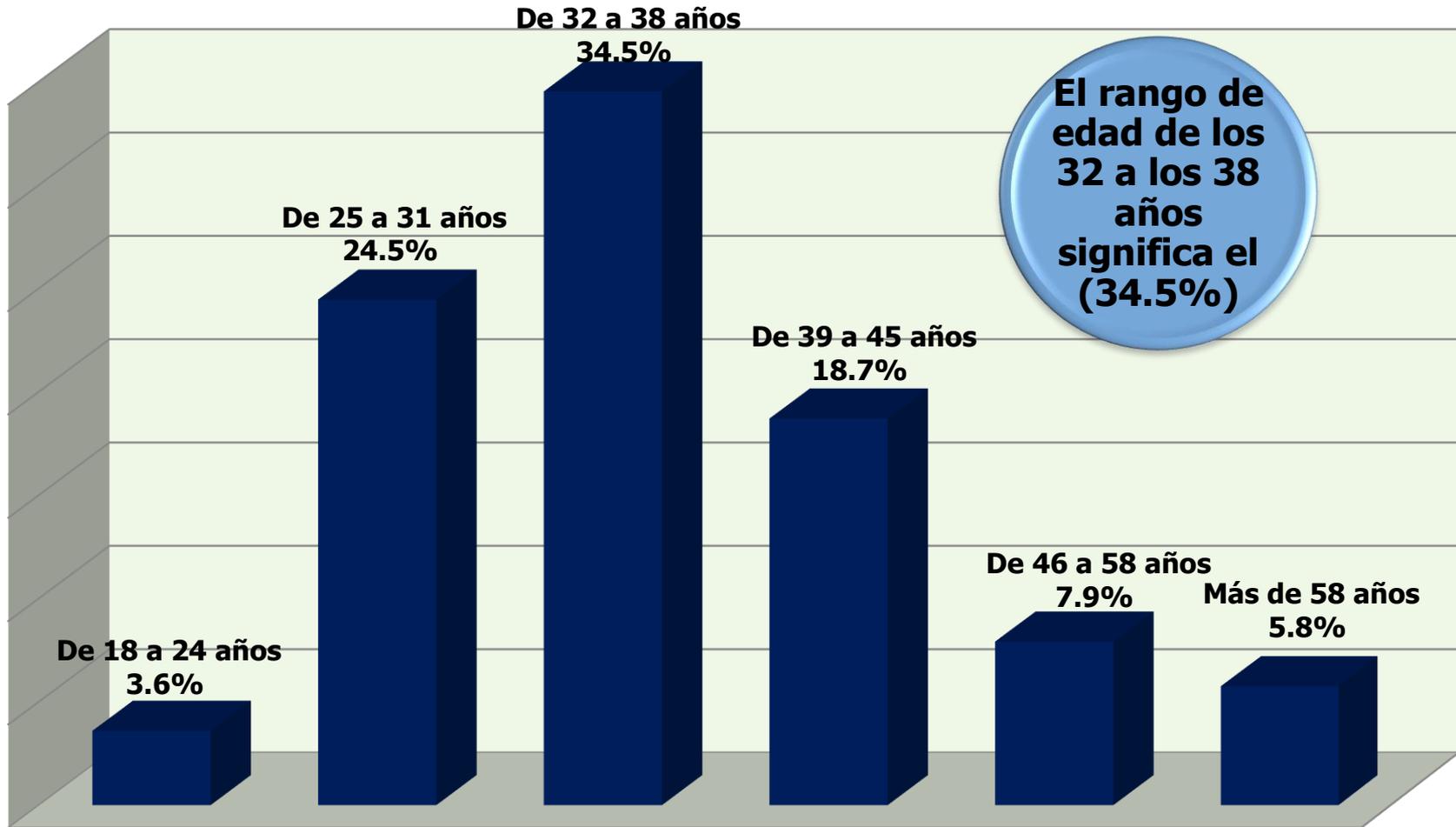


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

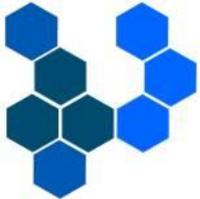
Verano 2019- Región Centro



# Rango de Edad de los Visitantes



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

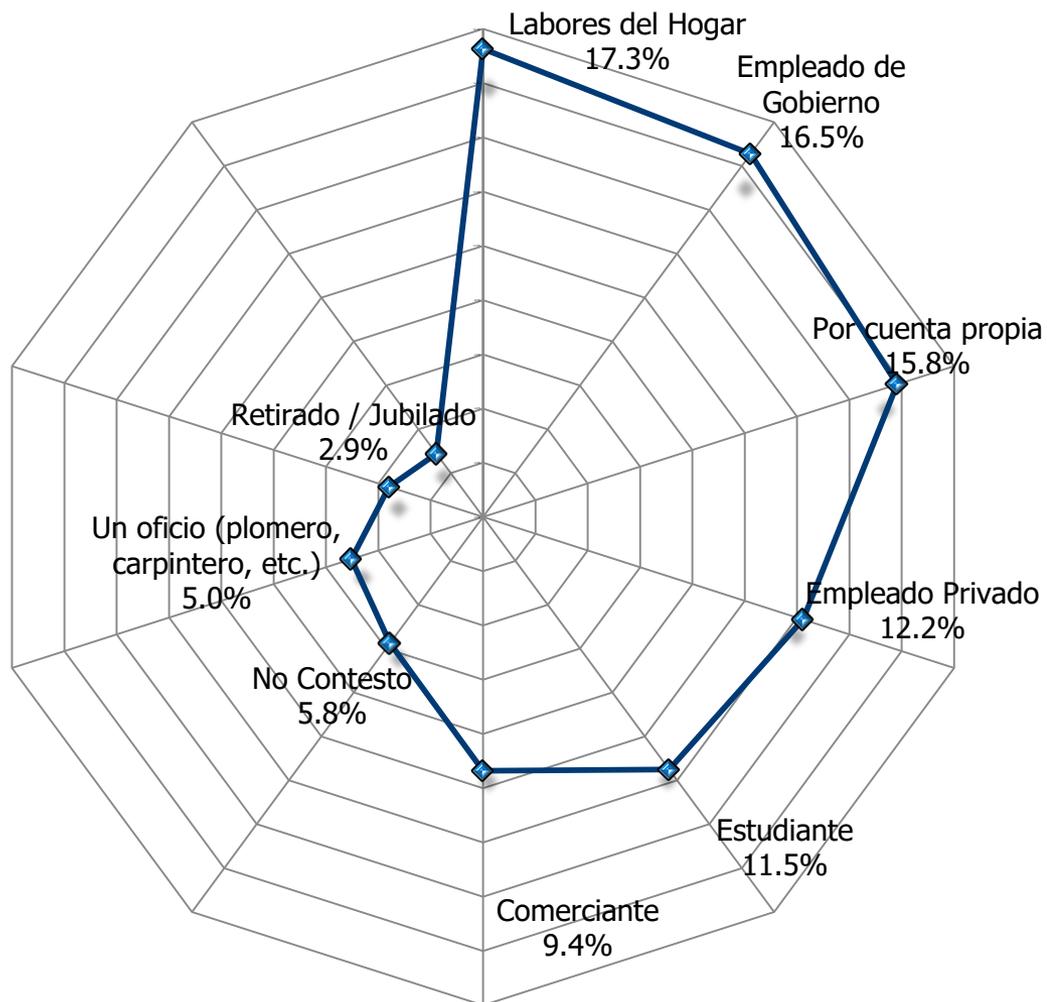


# Ocupación del Visitante a San Luis Potosí

Una importante parte de los visitantes se dedican a labores del hogar (17.3%)

Otro segmento importante (16.5%) son empleados de gobierno y el 15.8% laboran por cuenta propia.

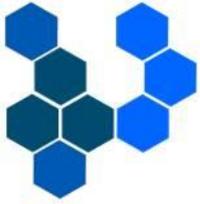
El 12.2% es empleado privado.





# Resultados con perspectiva de género





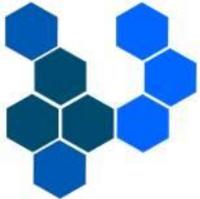
# Resultados con Perspectiva de Género

## Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	7.2%	10.8%	1.4%	<b>19.4%</b>
Una vez al año	15.1%	15.8%	3.6%	<b>34.5%</b>
Dos veces al año	15.8%	12.9%	3.6%	<b>32.4%</b>
Tres o más veces al año	5.0%	6.5%	1.4%	<b>12.9%</b>
No contesto	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguna	1.4%	1.4%	0.0%	<b>2.9%</b>
Dos noches	17.3%	12.9%	5.8%	<b>36.0%</b>
Tres noches	10.8%	12.9%	1.4%	<b>25.2%</b>
Cuatro noches	4.3%	4.3%	0.7%	<b>9.4%</b>
Una noche	0.0%	5.8%	0.7%	<b>6.5%</b>
Cinco noches	2.9%	0.7%	0.7%	<b>4.3%</b>
Seis noches	2.2%	1.4%	0.7%	<b>4.3%</b>
Siete noches	1.4%	1.4%	0.0%	<b>2.9%</b>
Ocho noches	0.0%	1.4%	0.0%	<b>1.4%</b>
Nueve noches	0.7%	0.7%	0.0%	<b>1.4%</b>
No contesto	2.2%	3.6%	0.0%	<b>5.8%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>



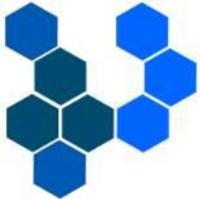
# Resultados con Perspectiva de Género

## Lugar donde se está hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	20.1%	19.4%	5.0%	<b>44.6%</b>
Familia / Amigos	12.9%	20.9%	2.9%	<b>36.7%</b>
Vivienda rentada	3.6%	4.3%	2.2%	<b>10.1%</b>
No contesto	6.5%	2.2%	0.0%	<b>8.6%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Michigan, Soledad de Graciano Sánchez	3.6%	3.6%	0.7%	<b>7.9%</b>
Hotel María Dolores, San Luis Potosí	0.7%	3.6%	0.0%	<b>4.3%</b>
Hotel California, Soledad de Graciano Sánchez	2.9%	0.7%	0.0%	<b>3.6%</b>
Hotel Nápoles, San Luis Potosí	2.9%	0.0%	0.0%	<b>2.9%</b>
Hotel Real Plaza, San Luis Potosí	1.4%	0.7%	0.7%	<b>2.9%</b>
Hotel Panorama, San Luis Potosí	0.7%	0.7%	0.7%	<b>2.2%</b>
Hotel María Cristina, San Luis Potosí	0.7%	0.7%	0.0%	<b>1.4%</b>
Hotel San Luis, Soledad de Graciano Sánchez	0.7%	0.0%	0.7%	<b>1.4%</b>
Hotel Sand´s, San Luis Potosí	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Staybridge Suites, San Luis Potosí	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
La Posada Potosina Hotel & Suites, San Luis Potosí	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Quinta Real Palacio de San Agustín, San Luis Potosí	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Hotel Ramada Encore San Luis Potosí, San Luis Potosí	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Hotel City Express Junior Zona Industrial, San Luis Potosí	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Hotel Fiesta Inn San Luis Potosí Glorieta Juárez, San Luis Potosí	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Hotel City Express Junior Carranza, San Luis Potosí	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Posada del Carmen, San Luis Potosí	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
No contesto	28.1%	31.7%	7.2%	<b>66.9%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Forma de Viaje

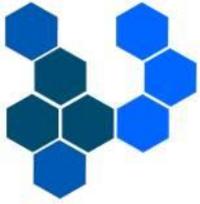
Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	7.2%	7.2%	4.3%	<b>18.7%</b>
Pareja	16.5%	15.8%	2.2%	<b>34.5%</b>
Familia	14.4%	15.1%	2.9%	<b>32.4%</b>
Amistades	0.7%	5.0%	0.0%	<b>5.8%</b>
Agrupación	2.2%	0.7%	0.0%	<b>2.9%</b>
No contesto	2.2%	2.9%	0.7%	<b>5.8%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tres	7.9%	4.3%	1.4%	<b>13.7%</b>
Cuatro	5.0%	5.8%	1.4%	<b>12.2%</b>
Dos	1.4%	3.6%	0.0%	<b>5.0%</b>
Cinco	0.7%	3.6%	0.0%	<b>4.3%</b>
Más de Diez personas	1.4%	1.4%	0.0%	<b>2.9%</b>
Uno	0.7%	0.7%	0.0%	<b>1.4%</b>
No contesto	25.9%	27.3%	7.2%	<b>60.4%</b>
<b>419</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	23.0%	29.5%	4.3%	<b>56.8%</b>
Autobús de línea	8.6%	7.2%	2.9%	<b>18.7%</b>
Autobús rentado	2.2%	0.7%	0.0%	<b>2.9%</b>
Avión	0.7%	0.7%	0.0%	<b>1.4%</b>
No contestó	8.6%	8.6%	2.9%	<b>20.1%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
400 a 500 pesos	7.9%	7.9%	1.4%	<b>17.3%</b>
501 a 600 pesos	5.0%	3.6%	0.7%	<b>9.4%</b>
601 a 800 pesos	4.3%	3.6%	1.4%	<b>9.4%</b>
801 a 990 pesos	2.2%	5.8%	2.9%	<b>10.8%</b>
Más de 1,000	3.6%	2.2%	0.0%	<b>5.8%</b>
No contesto	20.1%	23.7%	3.6%	<b>47.5%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
200 a 300 pesos	0.0%	0.7%	0.7%	<b>1.4%</b>
301 a 450 pesos	6.5%	2.2%	1.4%	<b>10.1%</b>
451 a 500 pesos	3.6%	2.9%	0.7%	<b>7.2%</b>
501 a 600 pesos	3.6%	3.6%	2.2%	<b>9.4%</b>
Más de 600 pesos	9.4%	7.2%	2.2%	<b>18.7%</b>
No contesto	20.1%	30.2%	2.9%	<b>53.2%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
200 a 300 pesos	1.4%	2.2%	2.9%	<b>6.5%</b>
301 a 450 pesos	9.4%	9.4%	2.9%	<b>21.6%</b>
451 a 500 pesos	19.4%	12.2%	0.7%	<b>32.4%</b>
501 a 600 pesos	7.2%	5.8%	2.9%	<b>15.8%</b>
Más de 600 pesos	0.0%	6.5%	0.0%	<b>6.5%</b>
No contesto	5.8%	10.8%	0.7%	<b>17.3%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Souvenirs

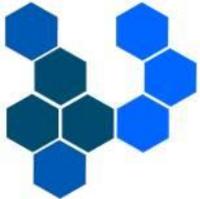
Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
200 a 300 pesos	6.5%	4.3%	4.3%	<b>15.1%</b>
301 a 450 pesos	8.6%	5.8%	0.0%	<b>14.4%</b>
451 a 500 pesos	5.0%	6.5%	2.2%	<b>13.7%</b>
501 a 600 pesos	2.2%	2.9%	0.7%	<b>5.8%</b>
No contesto	20.9%	27.3%	2.9%	<b>51.1%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
200 a 300 pesos	3.6%	1.4%	0.7%	<b>5.8%</b>
301 a 450 pesos	11.5%	9.4%	2.2%	<b>23.0%</b>
451 a 500 pesos	3.6%	2.2%	0.0%	<b>5.8%</b>
501 a 600 pesos	0.0%	0.0%	0.7%	<b>0.7%</b>
No contesto	24.5%	33.8%	6.5%	<b>64.7%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
200 a 300 pesos	2.2%	2.2%	0.7%	<b>5.0%</b>
301 a 450 pesos	10.8%	10.8%	0.7%	<b>22.3%</b>
451 a 500 pesos	10.8%	10.1%	2.9%	<b>23.7%</b>
501 a 600 pesos	3.6%	2.2%	1.4%	<b>7.2%</b>
Más de 600 pesos	0.0%	4.3%	0.0%	<b>4.3%</b>
No contesto	15.8%	17.3%	4.3%	<b>37.4%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>



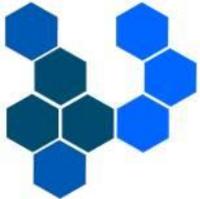
# Resultados con Perspectiva de Género

## Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Visita a familiares	3.4%	4.6%	0.5%	<b>8.4%</b>
Negocios	0.7%	1.9%	0.5%	<b>3.1%</b>
Religioso	1.4%	1.4%	0.2%	<b>3.1%</b>
Cultural	1.2%	1.2%	0.5%	<b>2.9%</b>
Descanso/Vacaciones	1.0%	1.7%	0.0%	<b>2.6%</b>
Turismo de Aventura	1.2%	1.0%	0.0%	<b>2.2%</b>
Salud	1.4%	0.2%	0.2%	<b>1.9%</b>
Deportivo	0.5%	1.0%	0.0%	<b>1.4%</b>
Compra de artesanías	0.5%	0.2%	0.5%	<b>1.2%</b>
Ecoturismo	0.5%	0.2%	0.2%	<b>1.0%</b>
Tradicón	0.7%	0.2%	0.0%	<b>1.0%</b>
Gastronómico	0.2%	0.2%	0.2%	<b>0.7%</b>
No Contestó	30.5%	32.9%	7.2%	<b>70.5%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Puebla, Pue.	2.9%	1.4%	0.4%	<b>4.7%</b>
Zacatecas, Zac.	1.1%	0.7%	0.4%	<b>2.2%</b>
Querétaro, Qro.	1.1%	0.7%	0.4%	<b>2.2%</b>
CDMX	0.7%	0.7%	0.4%	<b>1.8%</b>
Aguascalientes	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.7%</b>
Tlaxcala	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Jérez, Zac.	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.7%</b>
Cancún, Q Roo.	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Guadalajara, Jal.	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Tepoztlán, Mor.	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Jalisco	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Morelos	0.0%	0.0%	0.4%	<b>0.4%</b>
San Juan de los Lagos, Jal.	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
No Contesto	35.6%	40.6%	8.3%	<b>84.5%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Recuerda Publicidad del Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Sí	33.8%	33.1%	5.8%	<b>72.7%</b>
No	8.6%	13.7%	4.3%	<b>26.6%</b>
No contesto	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio en que recuerda la publicidad

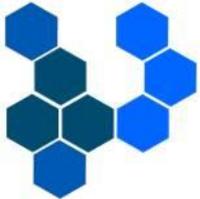
Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	7.9%	10.1%	2.2%	<b>20.1%</b>
Familiares o Amigos	12.2%	6.5%	0.0%	<b>18.7%</b>
Televisión	5.0%	2.2%	1.4%	<b>8.6%</b>
Folletos	2.9%	3.6%	1.4%	<b>7.9%</b>
Espectaculares	3.6%	2.2%	0.0%	<b>5.8%</b>
Periódico	1.4%	1.4%	0.7%	<b>3.6%</b>
Radio	0.0%	3.6%	0.0%	<b>3.6%</b>
Facebook	1.4%	0.7%	0.7%	<b>2.9%</b>
Revista	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Instagram	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
No contesto	8.6%	15.1%	3.6%	<b>27.3%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	25.9%	22.3%	7.2%	<b>55.4%</b>
Probablemente sí	15.8%	23.0%	1.4%	<b>40.3%</b>
No Contesto	1.4%	1.4%	1.4%	<b>4.3%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	10.8%	7.2%	5.8%	<b>23.7%</b>
Probablemente sí	28.8%	37.4%	2.9%	<b>69.1%</b>
Probablemente no	2.2%	1.4%	0.0%	<b>3.6%</b>
No Contesto	1.4%	0.7%	1.4%	<b>3.6%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>



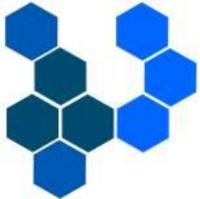
# Resultados con Perspectiva de Género

## Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Monterrey, N.L.	4.3%	0.7%	0.7%	5.8%
CDMX	1.4%	3.6%	0.0%	5.0%
León, Gto.	2.9%	1.4%	0.0%	4.3%
Culiacán, Sin.	2.9%	1.4%	0.0%	4.3%
Zacatecas	1.4%	2.2%	0.7%	4.3%
Tampico, Tamps.	0.7%	1.4%	1.4%	3.6%
Agusacalientes, Ags.	1.4%	2.2%	0.0%	3.6%
Durango	1.4%	1.4%	0.7%	3.6%
Tequisquiapan, Qro.	2.9%	0.7%	0.0%	3.6%
Guadalajara, Jal.	0.0%	2.9%	0.0%	2.9%
Querétaro, Qro.	1.4%	1.4%	0.0%	2.9%
Chicago	1.4%	0.7%	0.0%	2.2%
Morelia, Mich.	0.7%	1.4%	0.0%	2.2%
Pinos, Zac.	0.7%	1.4%	0.0%	2.2%
Tula, Hgo.	0.0%	1.4%	0.0%	1.4%
San Felipe, Gto.	0.7%	0.7%	0.0%	1.4%
Torreón, Coah.	0.7%	0.7%	0.0%	1.4%
Ciudad Mante, Tamps.	0.0%	0.7%	0.7%	1.4%
Celaya, Gto.	1.4%	0.0%	0.0%	1.4%
Rioverde, S.L.P.	0.7%	0.7%	0.0%	1.4%
San Juan del Río, Qro.	1.4%	0.0%	0.0%	1.4%
Tonalá, Jal.	0.7%	0.7%	0.0%	1.4%
Zapopan, Jal.	0.0%	1.4%	0.0%	1.4%
Ciudad Valles, S.L.P.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Matehuala, S.L.P.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
San Diego, Cal.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Pachuca, Hgo.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Ciudad de Origen

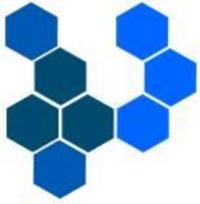
Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Puebla	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Mérida, Yuc.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Dallas, Tx.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Chihuahua	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Saltillo, Coah.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Guanajuato	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Monclova, Coah.	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Ciudad Victoria, Tamps.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Michoacán	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Toluca, Edo. Mex.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Sonora	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
San Cristobal, Chis.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Ahualulco, S.L.P.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Colima, Col.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Cuernavaca, Mor.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Tulancingo, Hgo.	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Texas	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Irapuato, Gto.	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Zamora, Mich.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Alto Lucero	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Jesús María, Arg.	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Dolores Hidalgo, Gto.	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Tamaulipas	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Nayarit	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Chilpancingo, Gro.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Coahuila	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
No Contesto	7.8%	9.0%	0.2%	17.0%
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Guanajuato	3.6%	2.9%	0.7%	<b>7.2%</b>
Querétaro	3.6%	2.2%	0.0%	<b>5.8%</b>
Zacatecas	0.7%	2.2%	0.7%	<b>3.6%</b>
Sinaloa	2.2%	1.4%	0.0%	<b>3.6%</b>
Jalisco	0.7%	2.2%	0.0%	<b>2.9%</b>
Durango	0.7%	1.4%	0.7%	<b>2.9%</b>
Tamaulipas	0.0%	1.4%	0.7%	<b>2.2%</b>
Veracruz	1.4%	0.7%	0.0%	<b>2.2%</b>
Hidalgo	0.0%	0.7%	1.4%	<b>2.2%</b>
Michoacán	1.4%	0.7%	0.0%	<b>2.2%</b>
Nuevo León	1.4%	0.0%	0.0%	<b>1.4%</b>
Coahuila	0.7%	0.7%	0.0%	<b>1.4%</b>
Aguascalientes	0.7%	0.0%	0.7%	<b>1.4%</b>
San Luis Potosí	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Chihuahua	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
Puebla	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Argentina	0.7%	0.0%	0.0%	<b>0.7%</b>
Campeche	0.0%	0.7%	0.0%	<b>0.7%</b>
No contesto	24.5%	28.1%	5.0%	<b>57.6%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</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	2.9%	0.7%	0.0%	<b>3.6%</b>
De 25 a 31 años	17.3%	5.0%	2.2%	<b>24.5%</b>
De 32 a 38 años	12.9%	20.1%	1.4%	<b>34.5%</b>
De 39 a 45 años	7.9%	10.1%	0.7%	<b>18.7%</b>
De 46 a 58 años	1.4%	3.6%	2.9%	<b>7.9%</b>
Más de 58 años	0.7%	5.0%	0.0%	<b>5.8%</b>
No Contesto	0.0%	2.2%	2.9%	<b>5.0%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

## Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Labores del Hogar	16.5%	0.0%	0.7%	<b>17.3%</b>
Empleado de Gobierno	5.8%	10.8%	0.0%	<b>16.5%</b>
Por cuenta propia	5.0%	8.6%	2.2%	<b>15.8%</b>
Empleado Privado	2.2%	7.9%	2.2%	<b>12.2%</b>
Estudiante	5.0%	5.0%	1.4%	<b>11.5%</b>
Comerciante	4.3%	4.3%	0.7%	<b>9.4%</b>
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	2.2%	2.9%	0.0%	<b>5.0%</b>
Empresario(a)	1.4%	2.2%	0.0%	<b>3.6%</b>
Retirado / Jubilado	0.0%	2.9%	0.0%	<b>2.9%</b>
No Contesto	0.7%	2.2%	2.9%	<b>5.8%</b>
<b>Total</b>	<b>43.2%</b>	<b>46.8%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>



# Perfil del Visitante

## Soledad de Graciano Sánchez

### Verano 2019

