



# Perfil del Visitante Pueblo Mágico Real de Catorce, S.L.P.

Verano 2014



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 405 encuestas; de las cuales el 33.1% se realizaron en sitios turísticos del Pueblo Mágico de Real de Catorce.

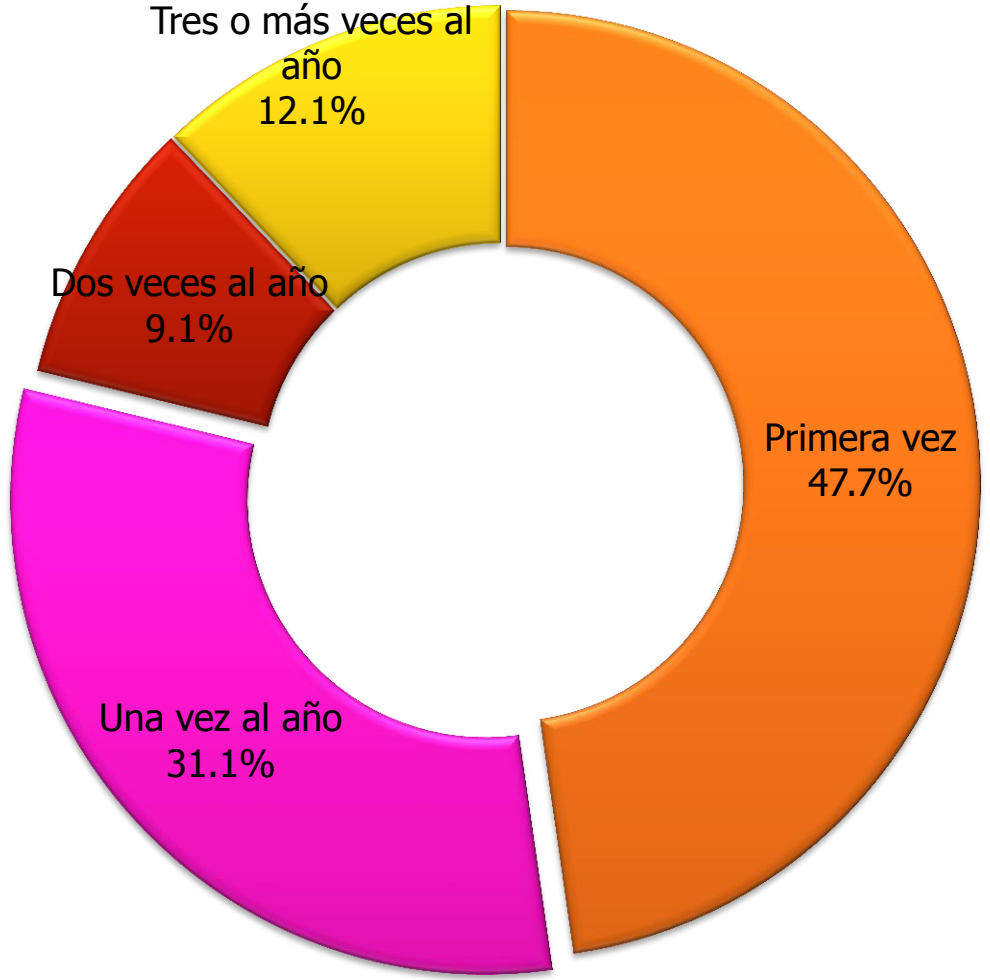
Las entrevistas se levantaron durante el mes de Julio y Agosto en los principales sitios turísticos de la región y fueron contestadas directamente por los visitantes.

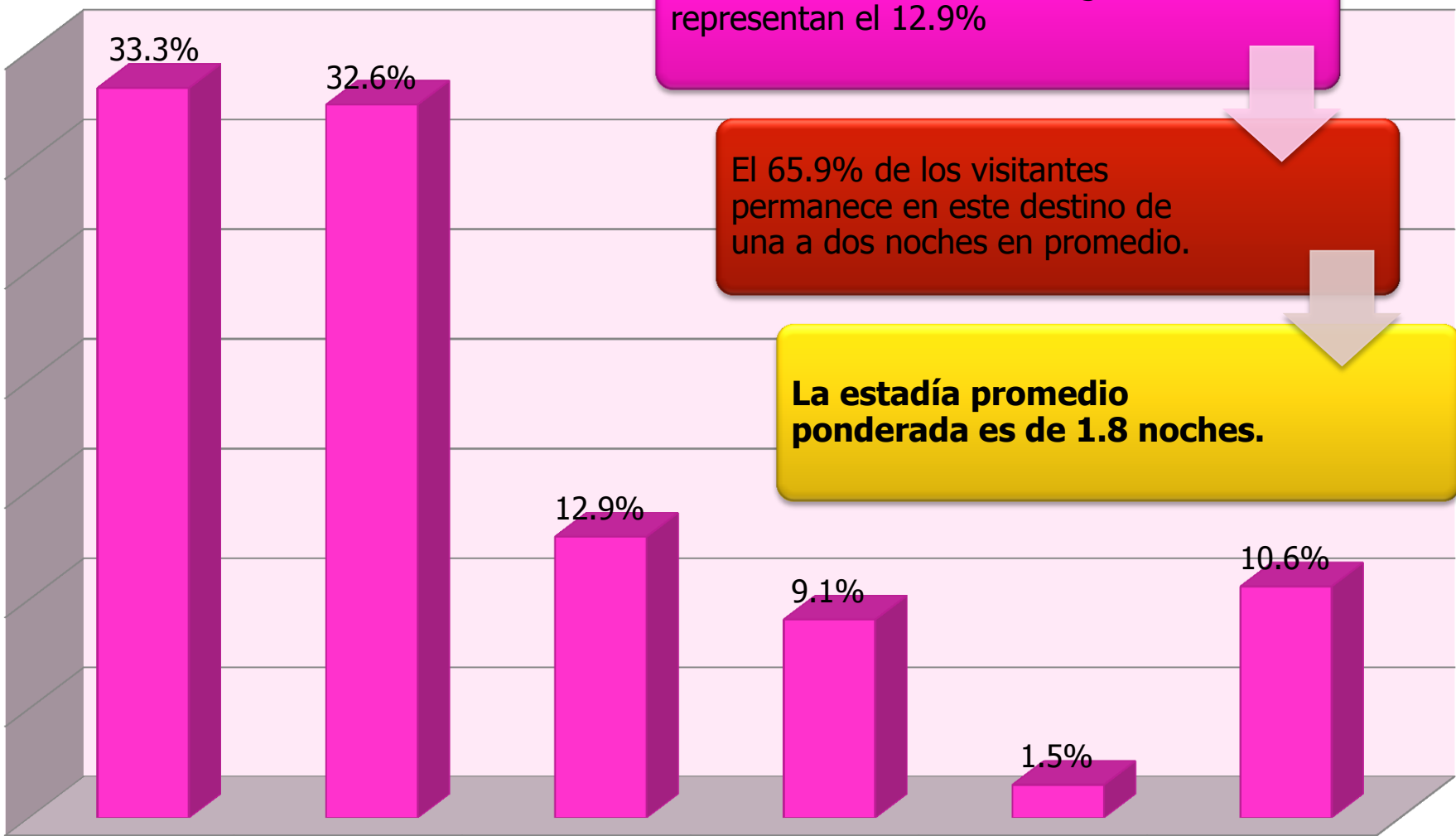
Los resultados obtenidos para el Pueblo Mágico de Real de Catorce de cada uno de los conceptos se presentan a continuación

# Frecuencia de Visita a la Región

Un alto porcentaje visita por primera vez la Región (47.7%)

El turismo repetitivo representa el 52.3%



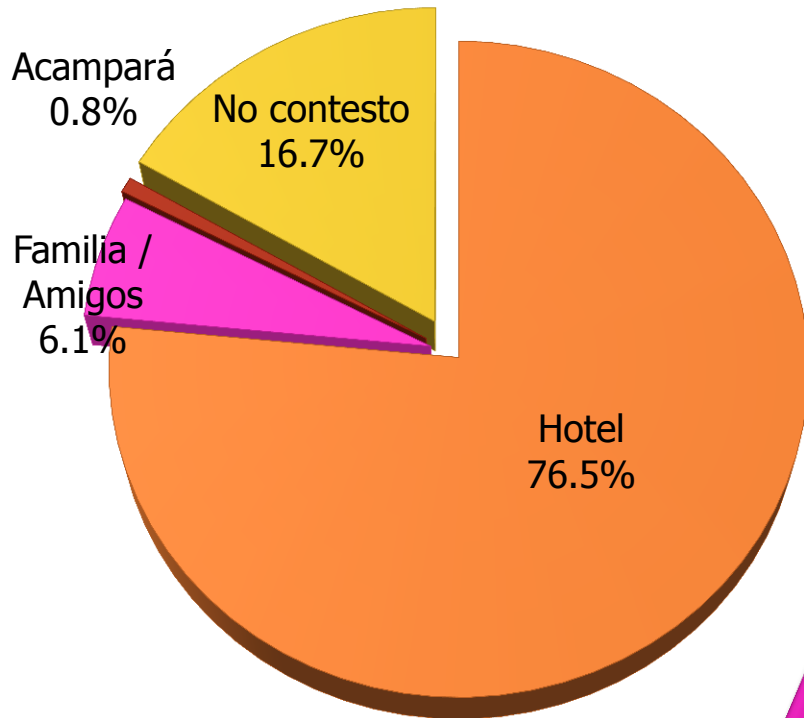


Los excursionistas a esta Región representan el 12.9%

El 65.9% de los visitantes permanece en este destino de una a dos noches en promedio.

**La estadía promedio ponderada es de 1.8 noches.**

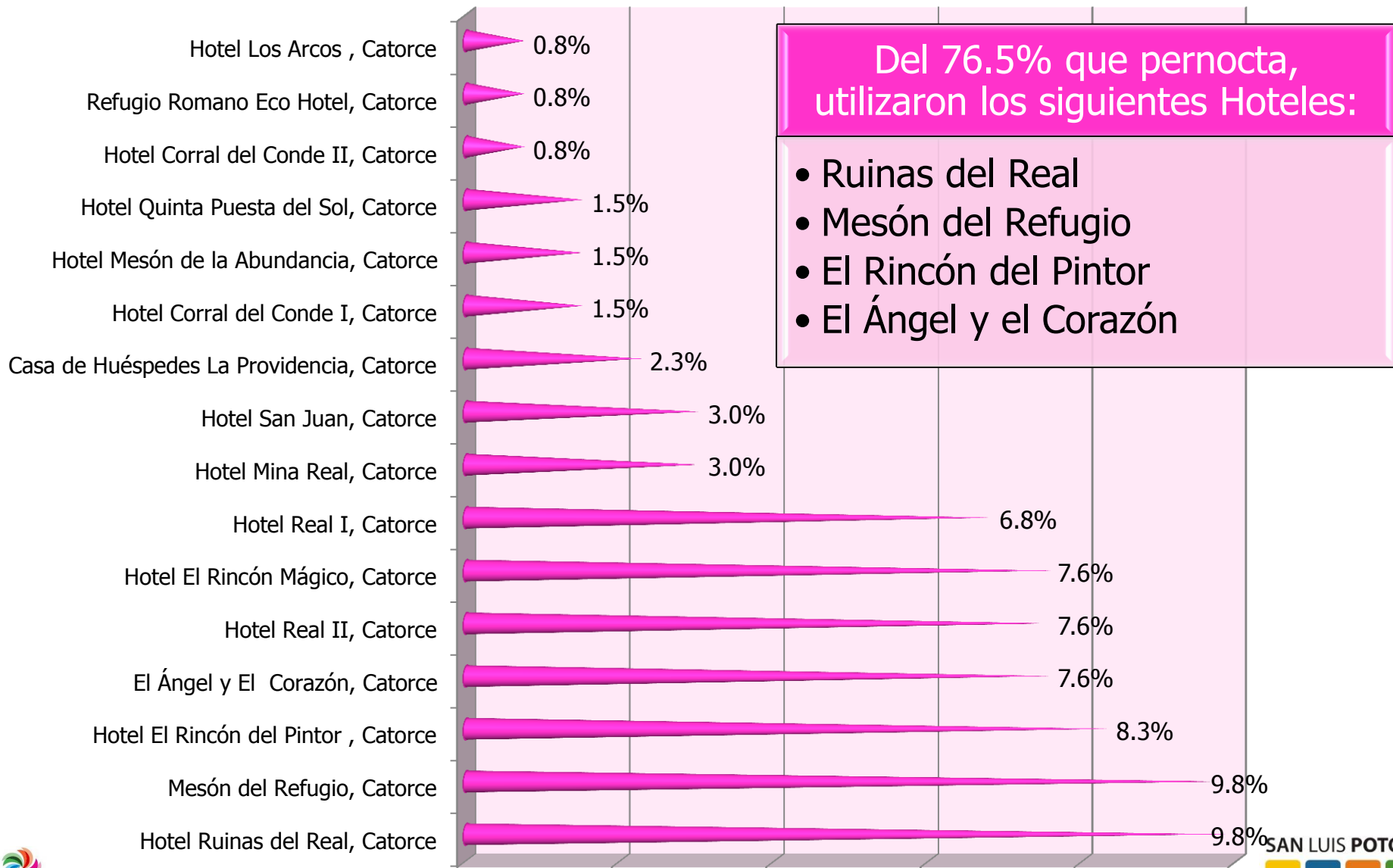
# Lugar de Hospedaje del Visitante



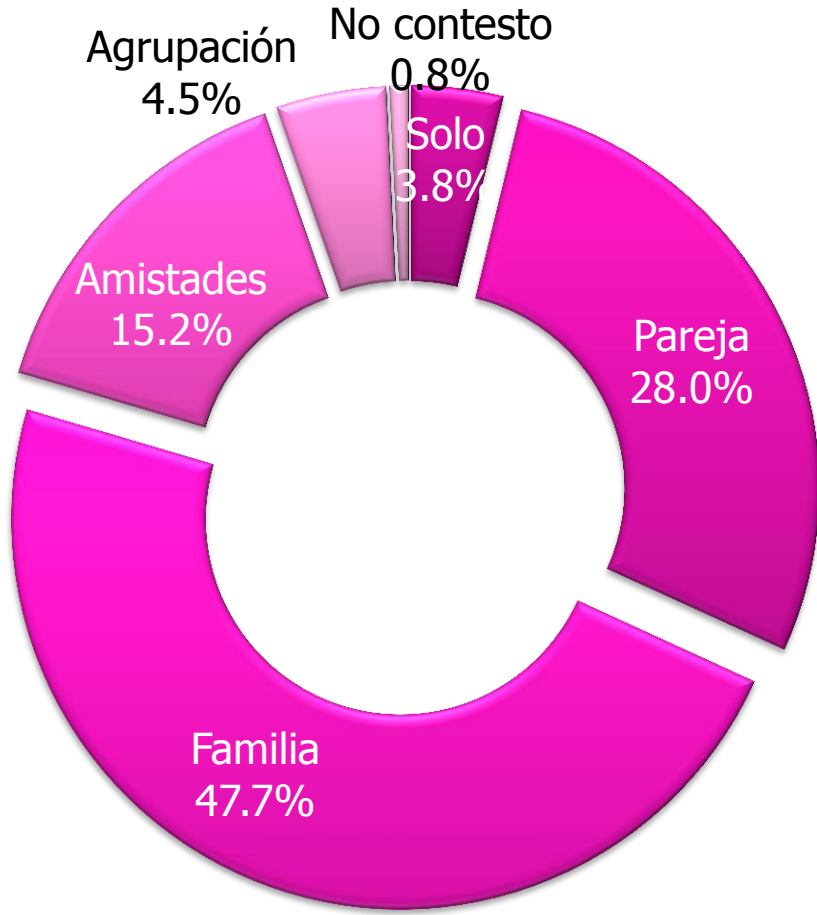
Una gran cantidad de los visitantes pernoctan en algún hotel de esta región (76.5%)

El 6.1% prefiere casas de Familiares y amigos

# Principales Hoteles de Pernocta del visitante



# Forma de Viajar del Visitante

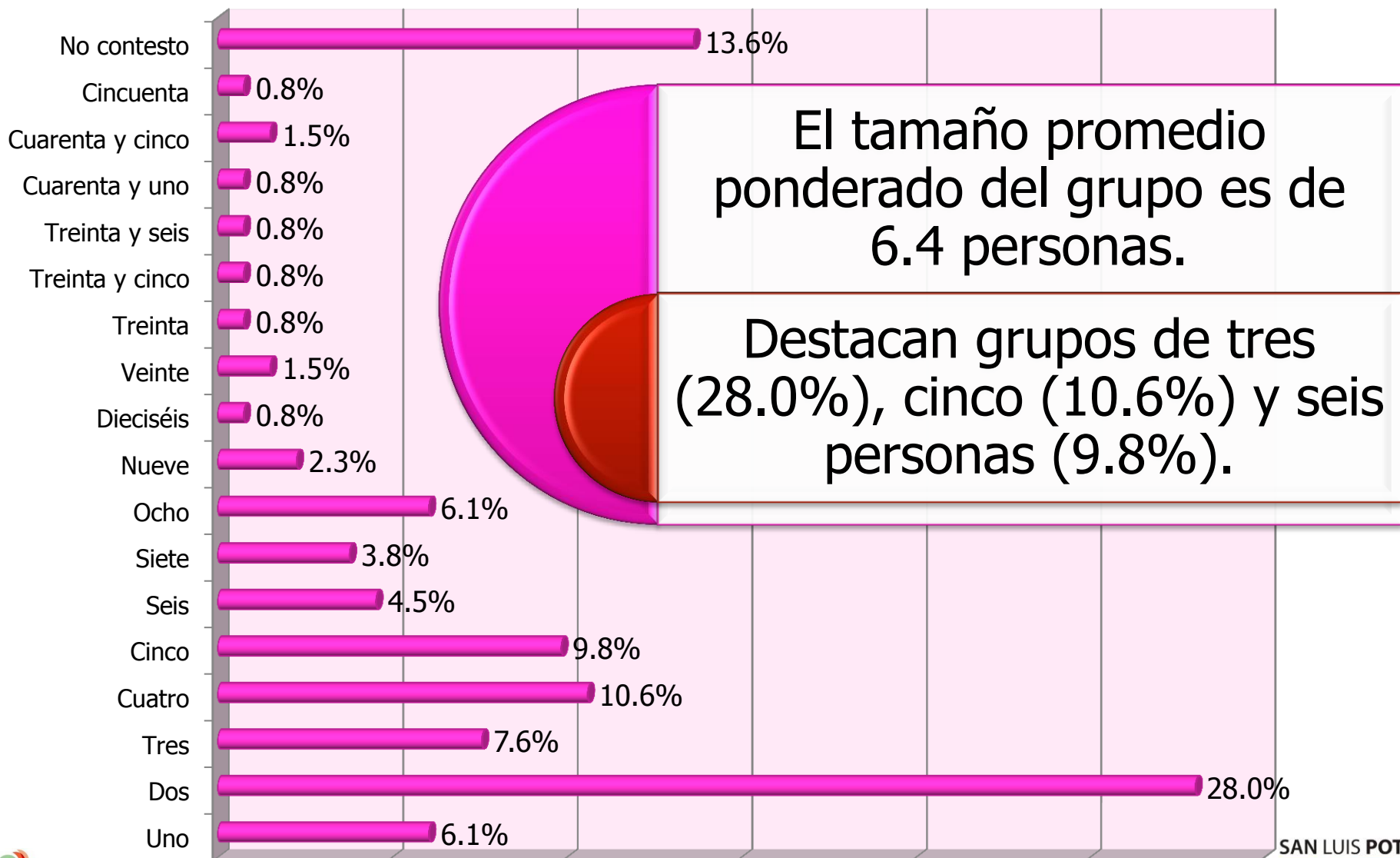


El 47.7% realiza este viaje con su familia.

El 28.0% viaja con su pareja

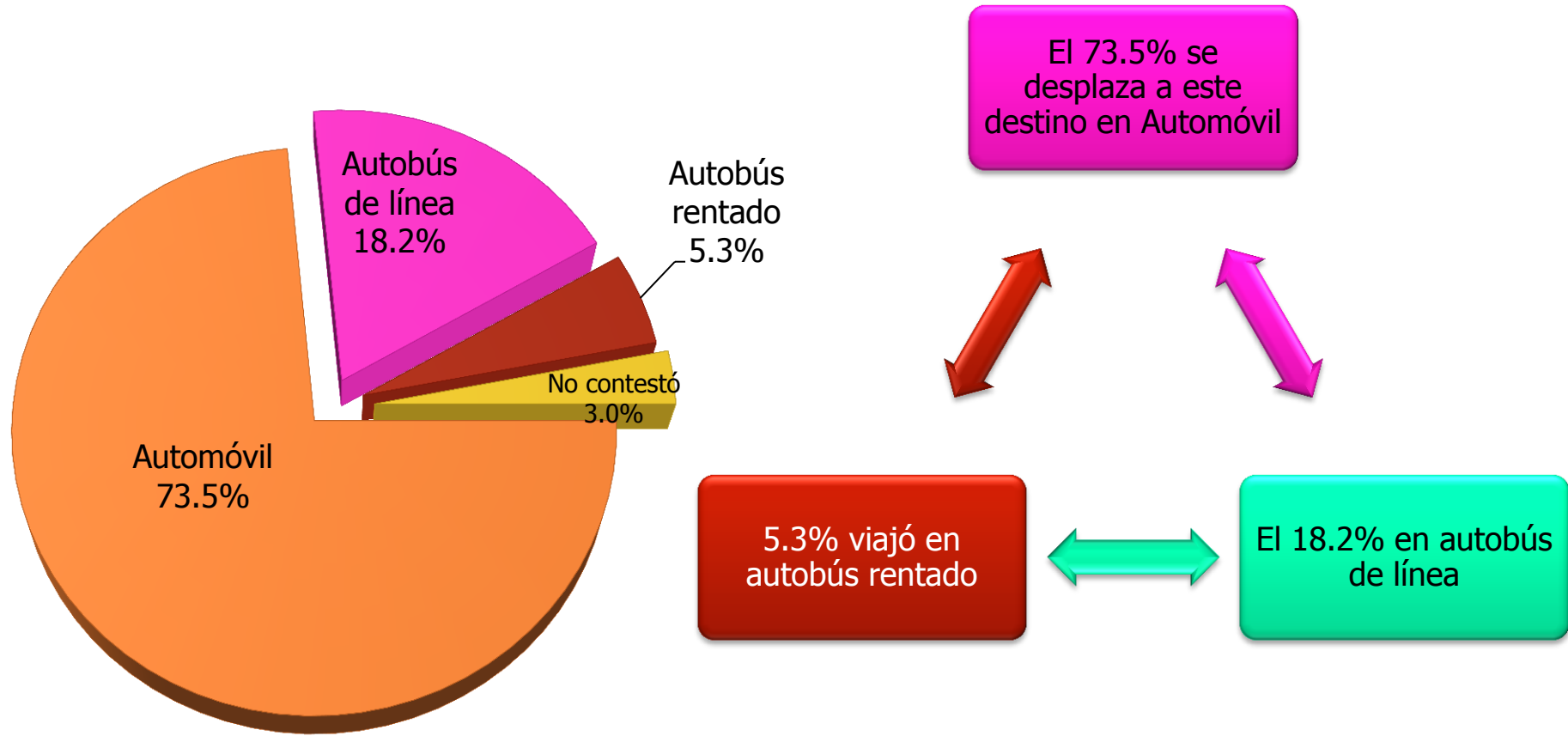
15.2% se acompañó con Amistades

# Número de Acompañantes en su Visita

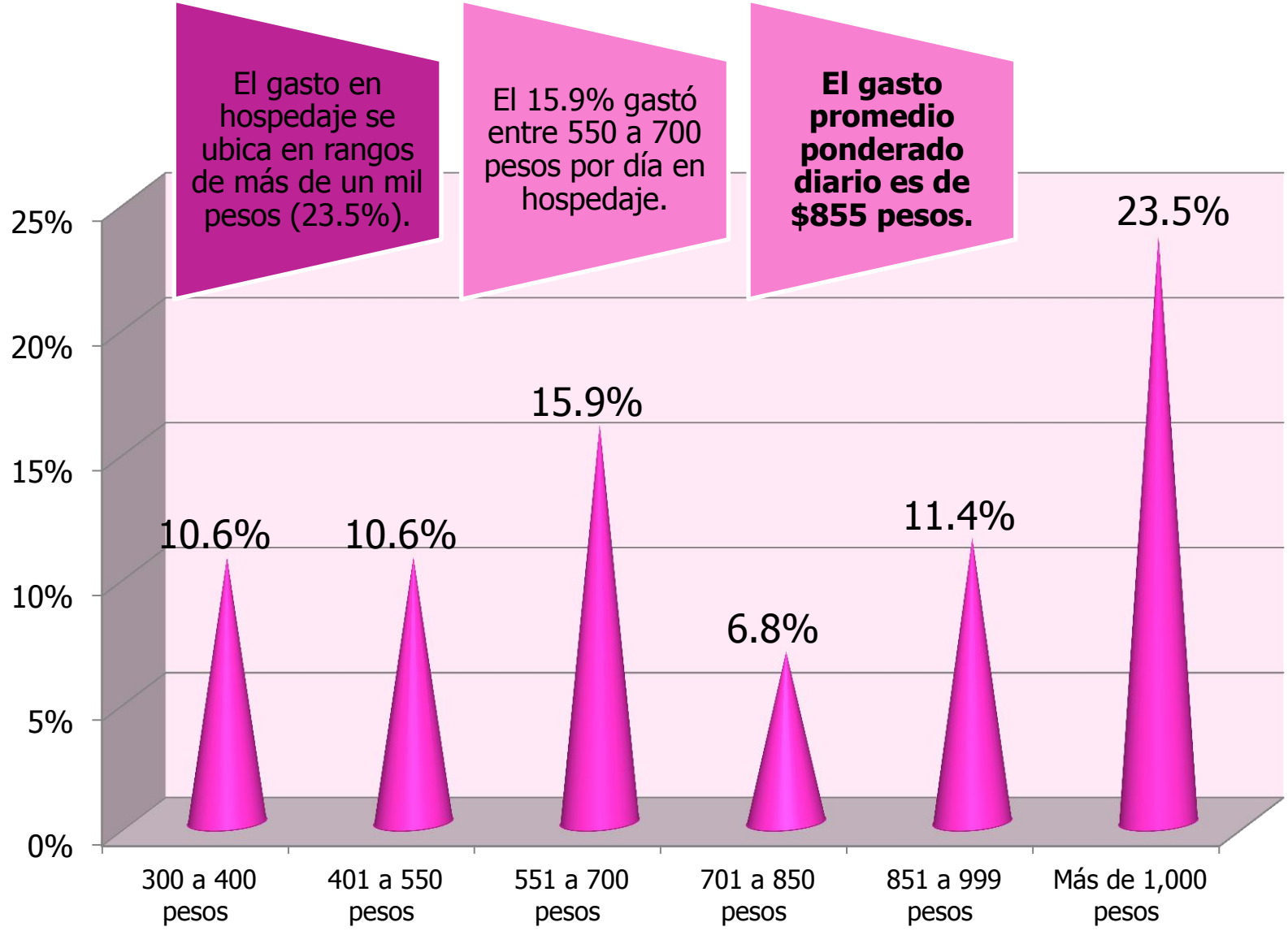




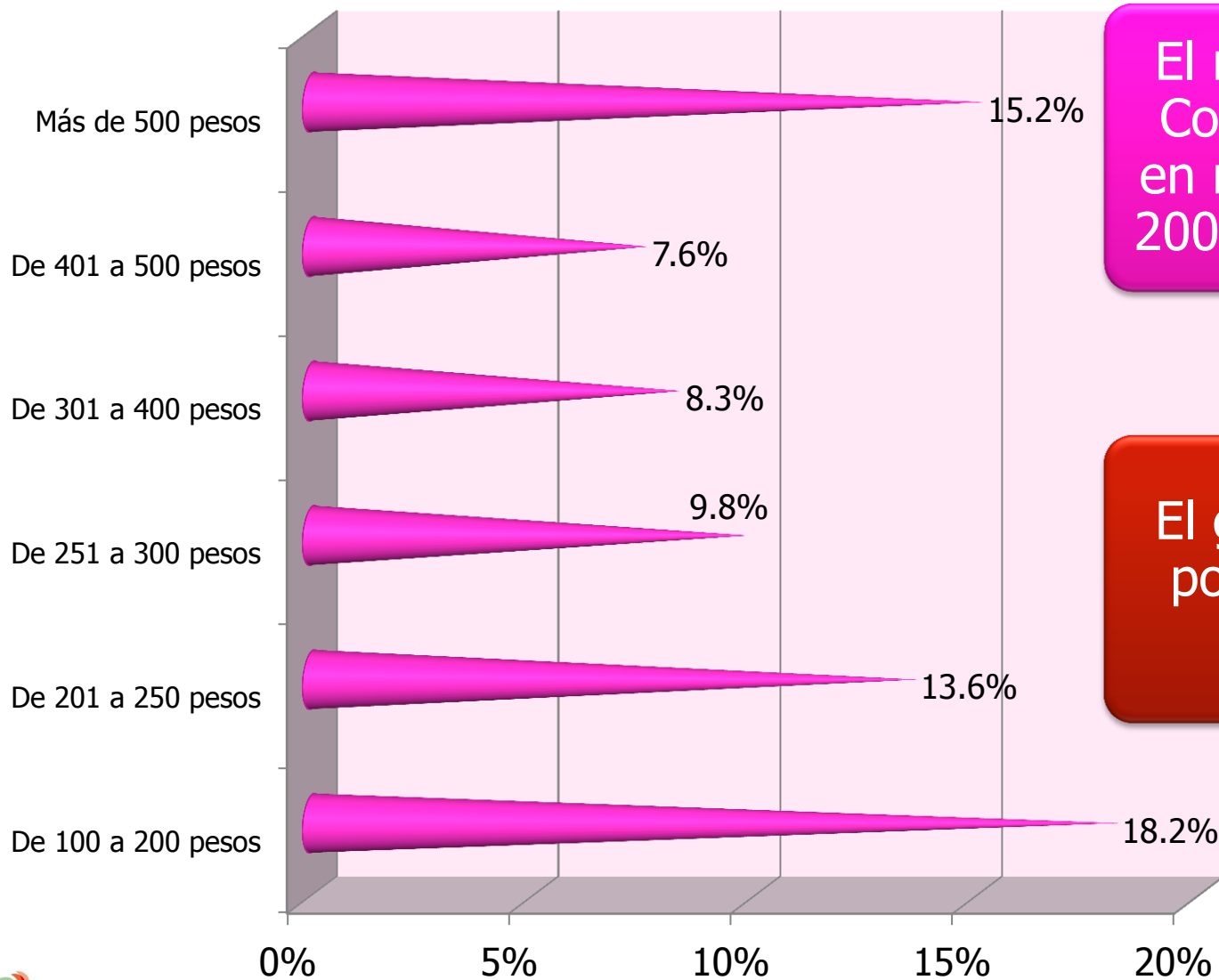
# Medio de Transporte Utilizado por el Visitante



# Gasto Promedio - Hospedaje



# Gasto Promedio - Compras



El mayor gasto en Compras se ubica en rangos de 100 a 200 pesos (18.2%).

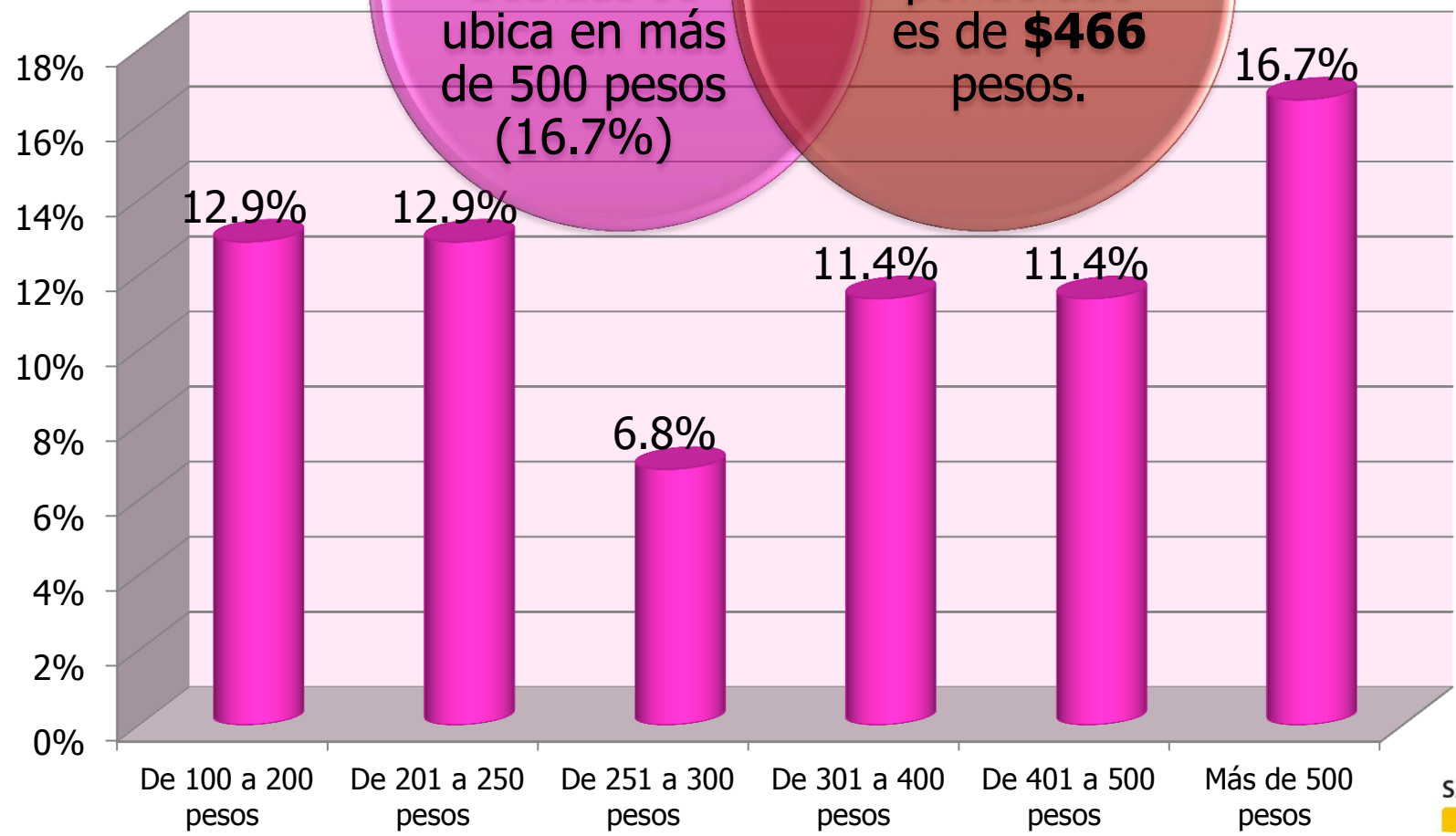


El gasto promedio ponderado es de \$381 pesos.

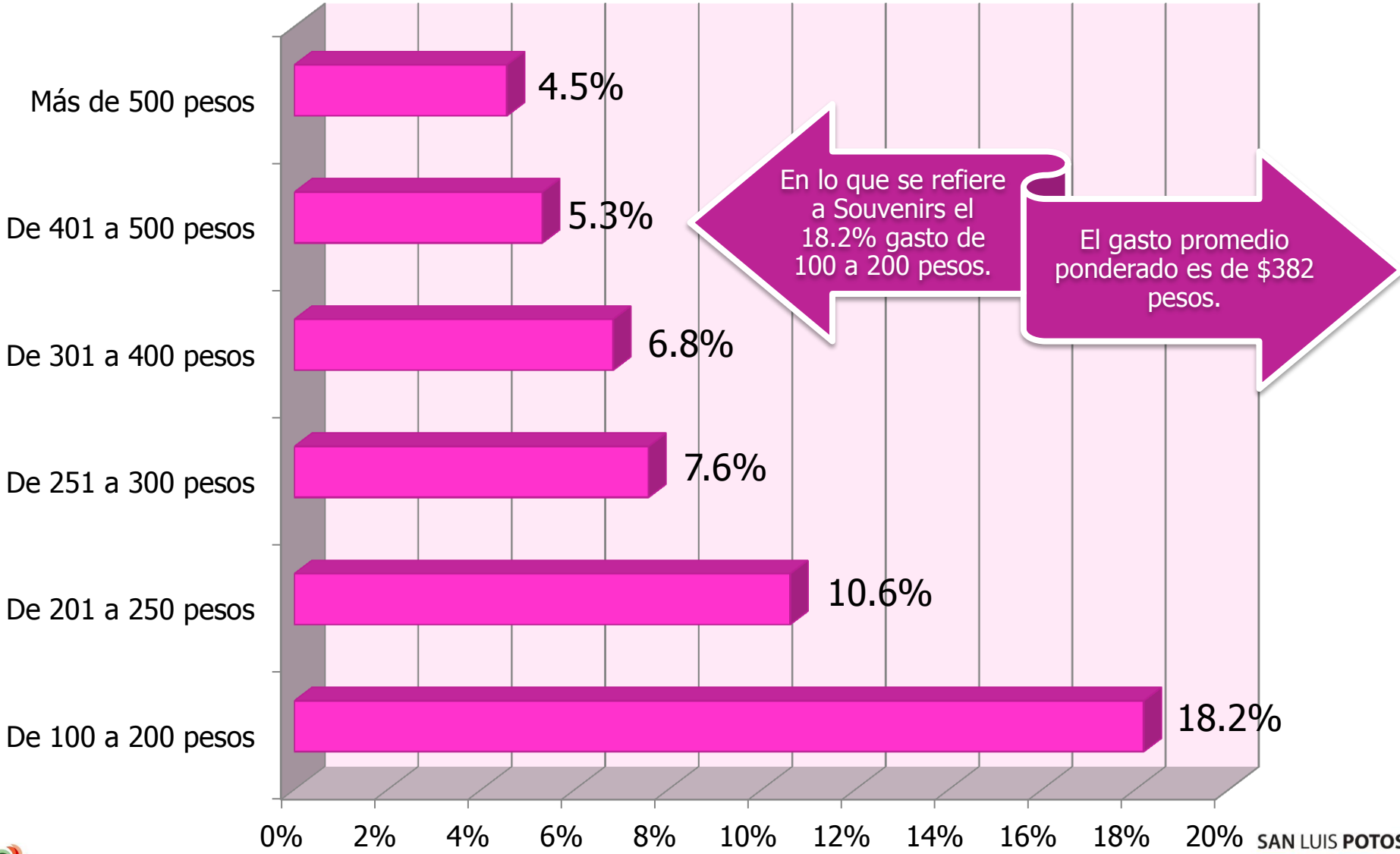
# Gasto Promedio – Alimentos y Bebidas

El mayor gasto de Alimentos y Bebidas se ubica en más de 500 pesos (16.7%)

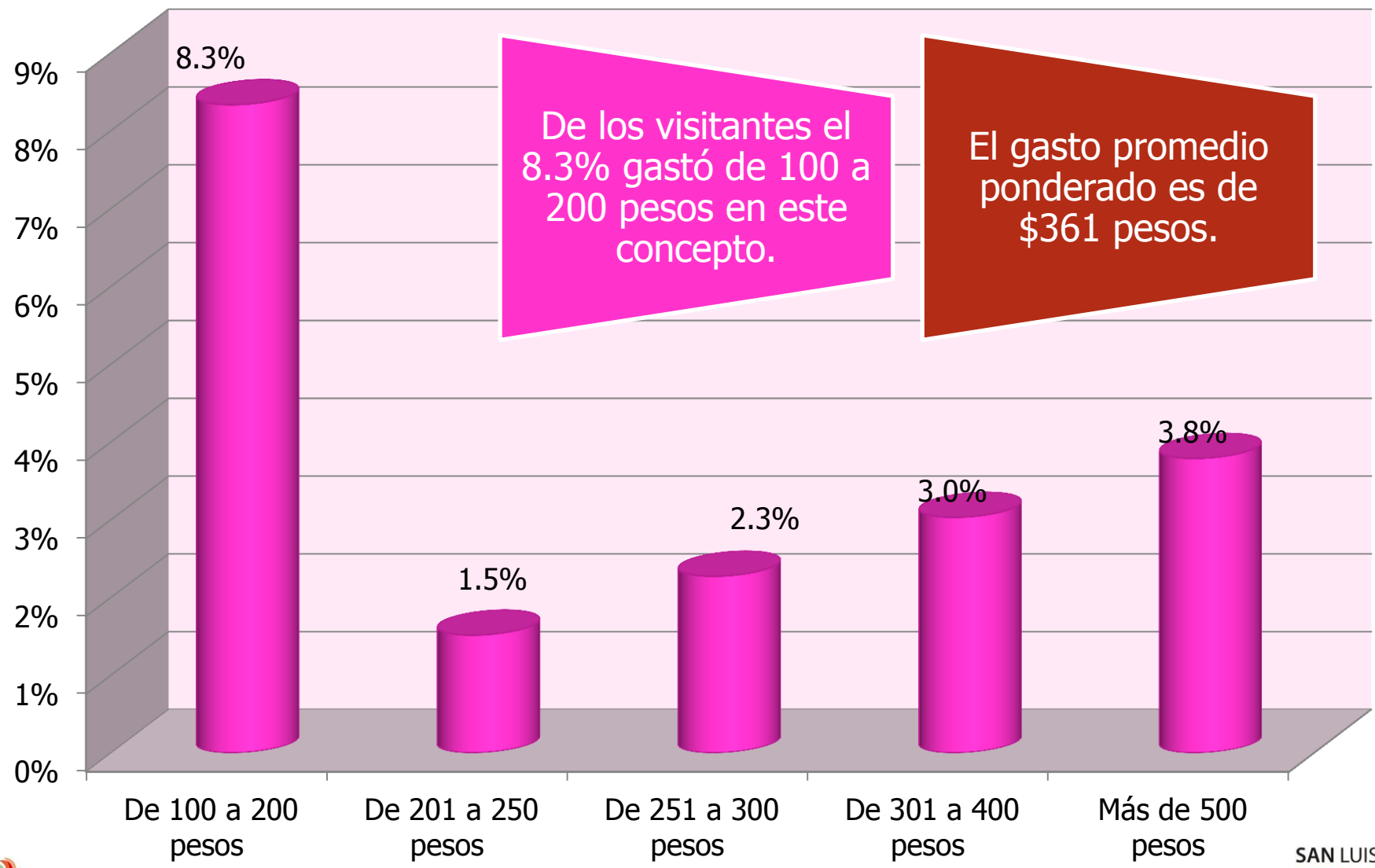
El gasto promedio ponderado es de **\$466 pesos.**



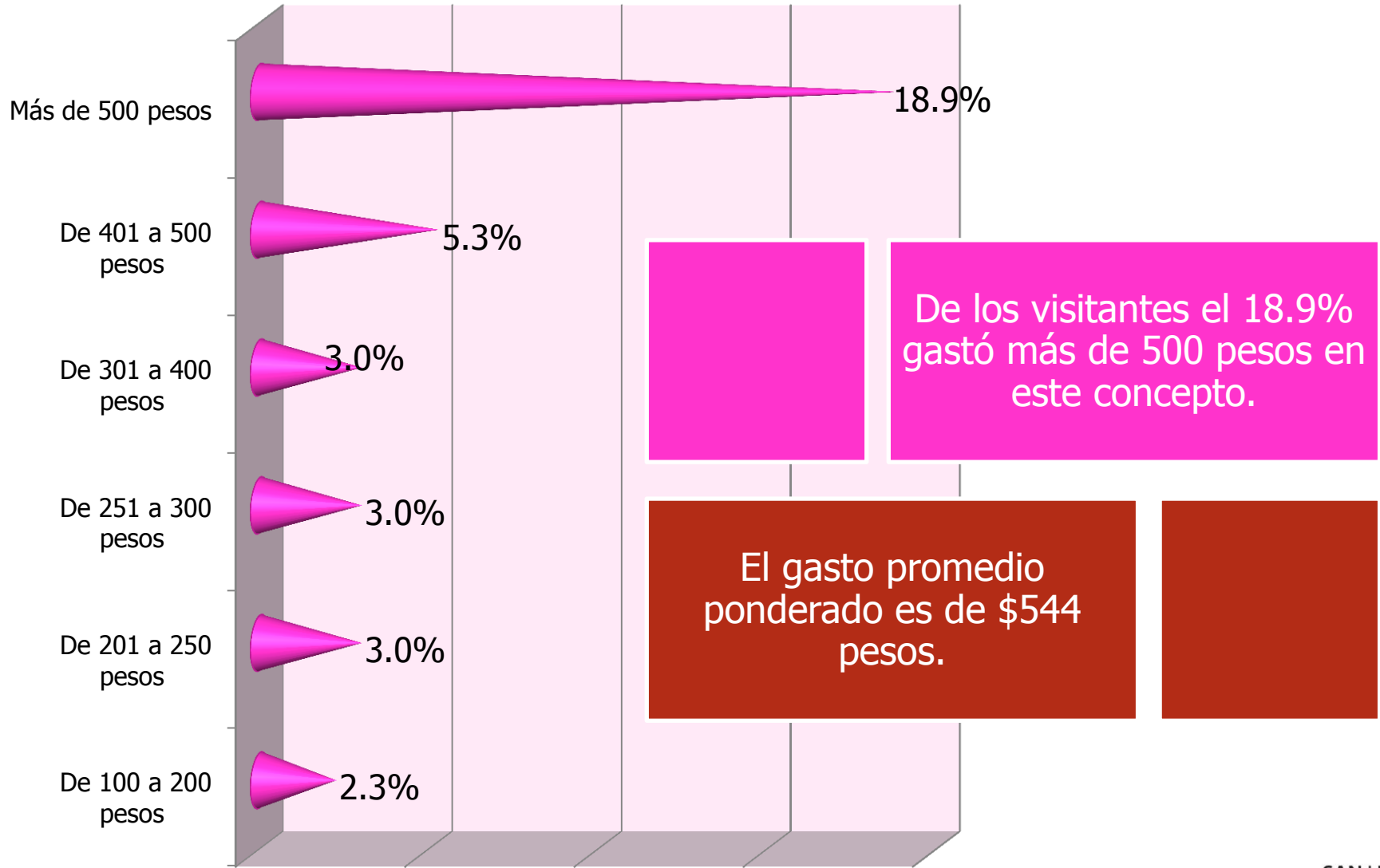
# Gasto Promedio - Souvenirs



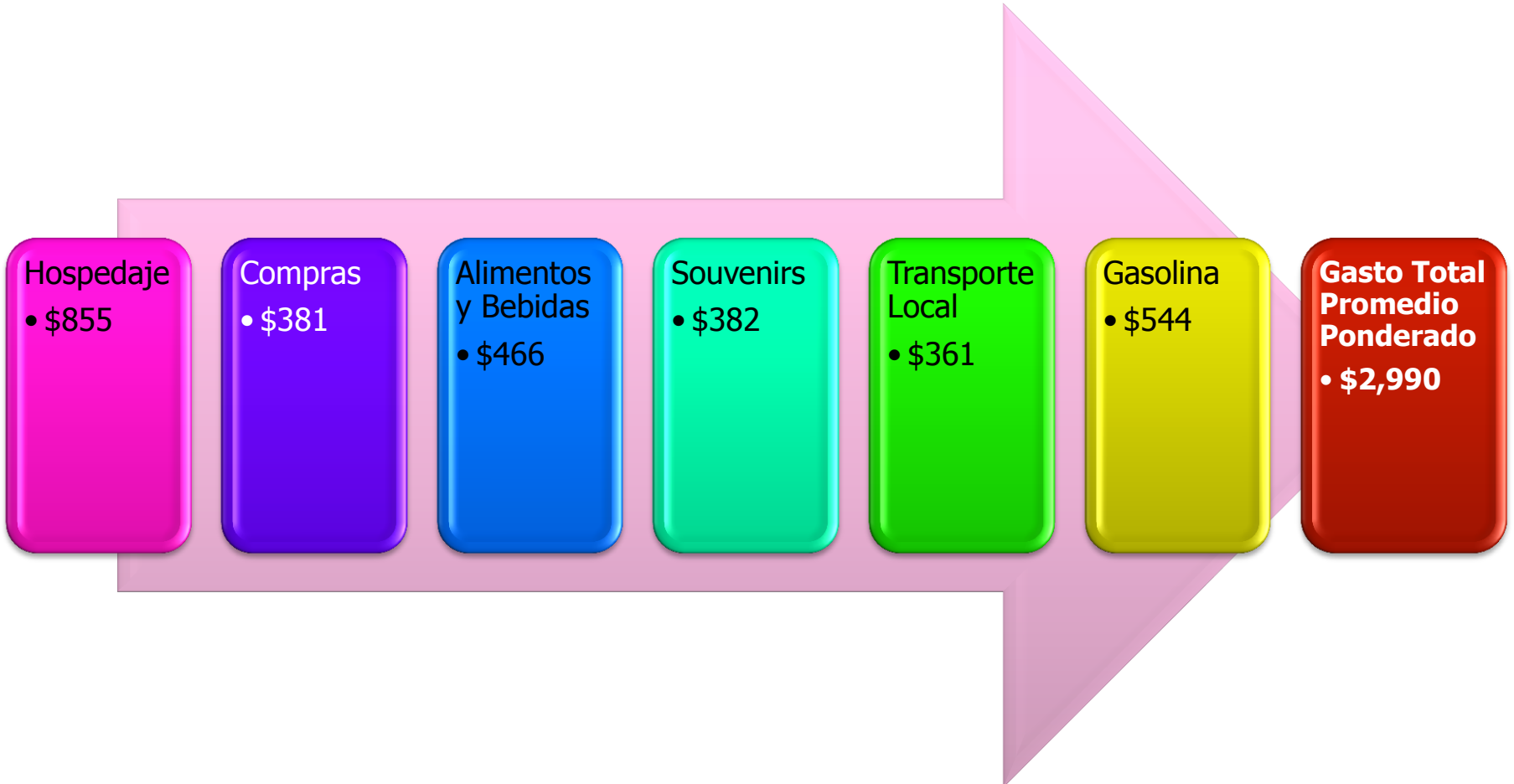
# Gasto Promedio – Transportación Local



# Gasto Promedio – Gasolina

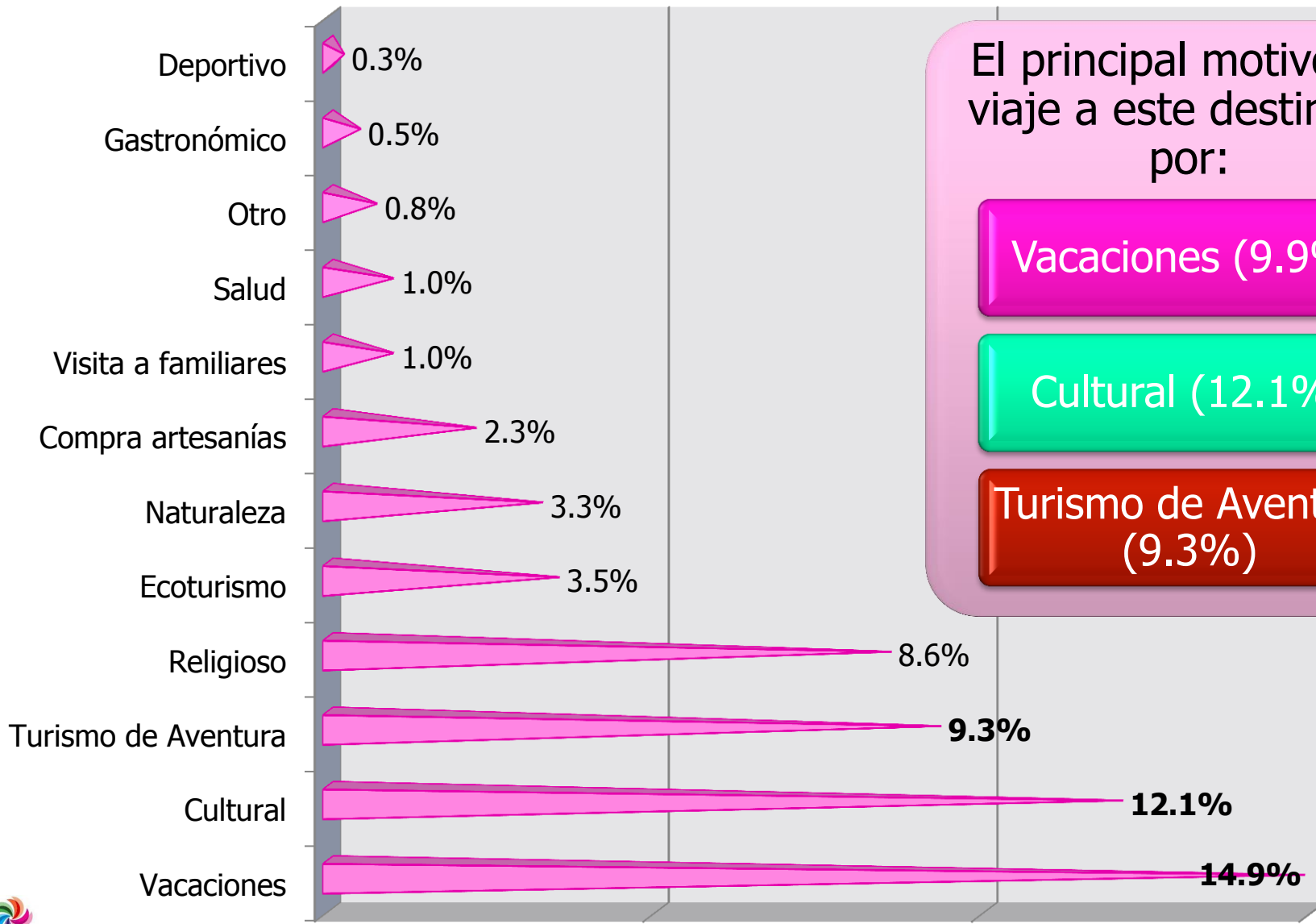


# Gasto Total Promedio Ponderado





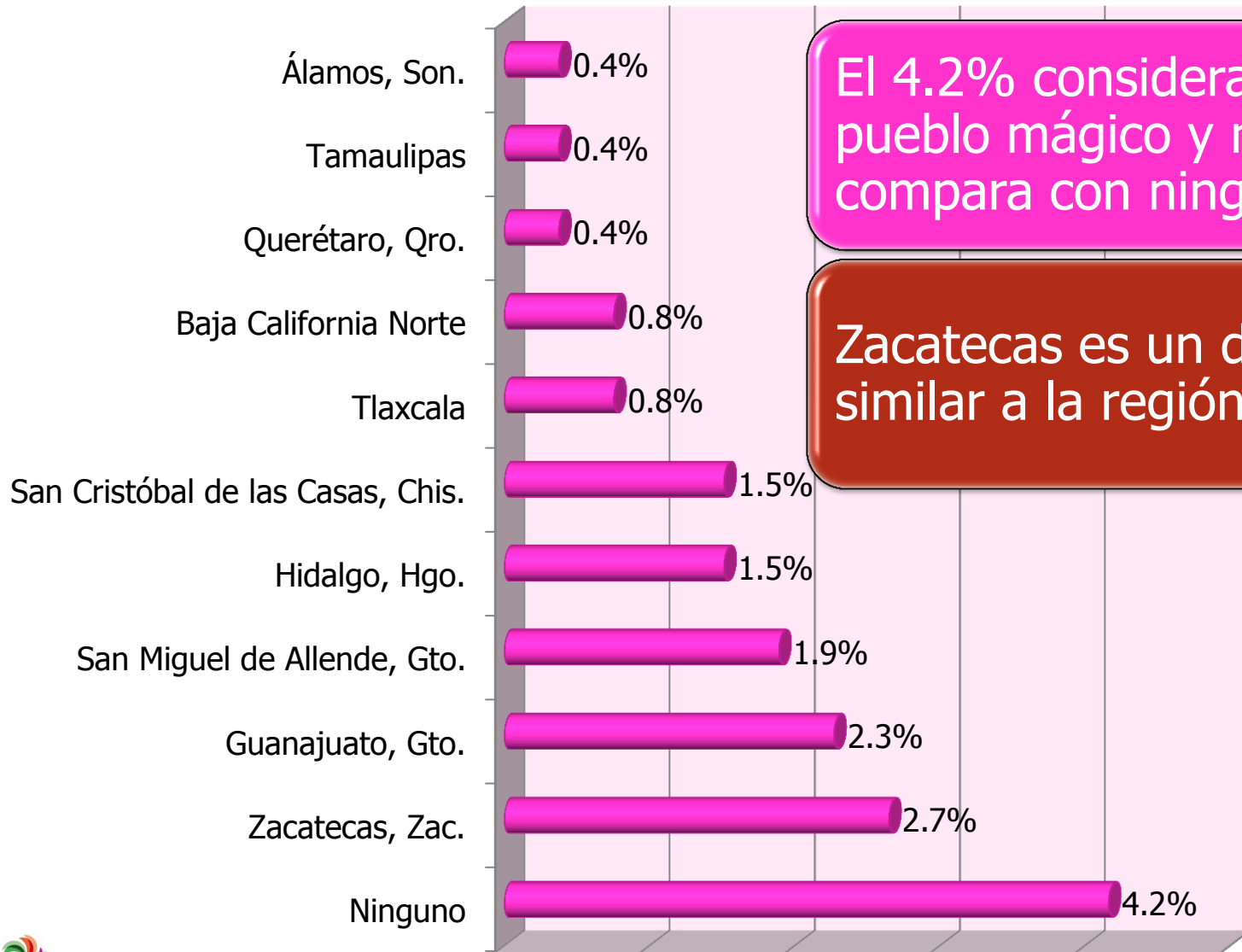
# Razón Principal de Viaje



El principal motivo del viaje a este destino es por:

- Vacaciones (9.9%)
- Cultural (12.1%)
- Turismo de Aventura (9.3%)

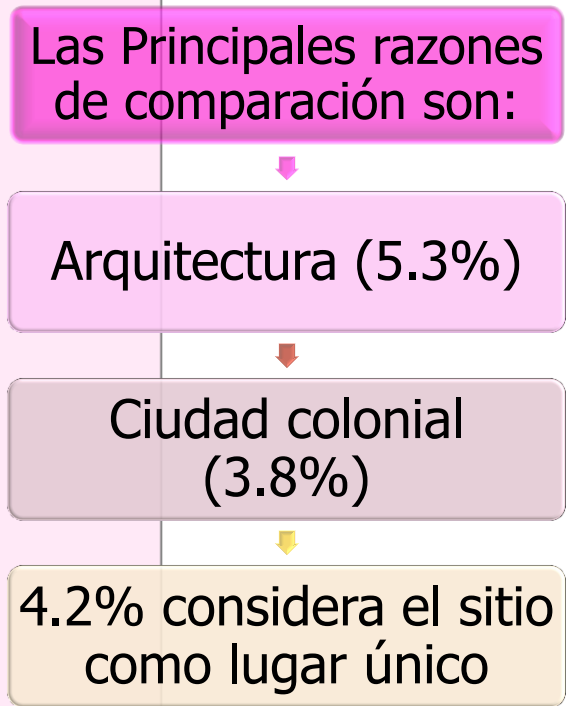
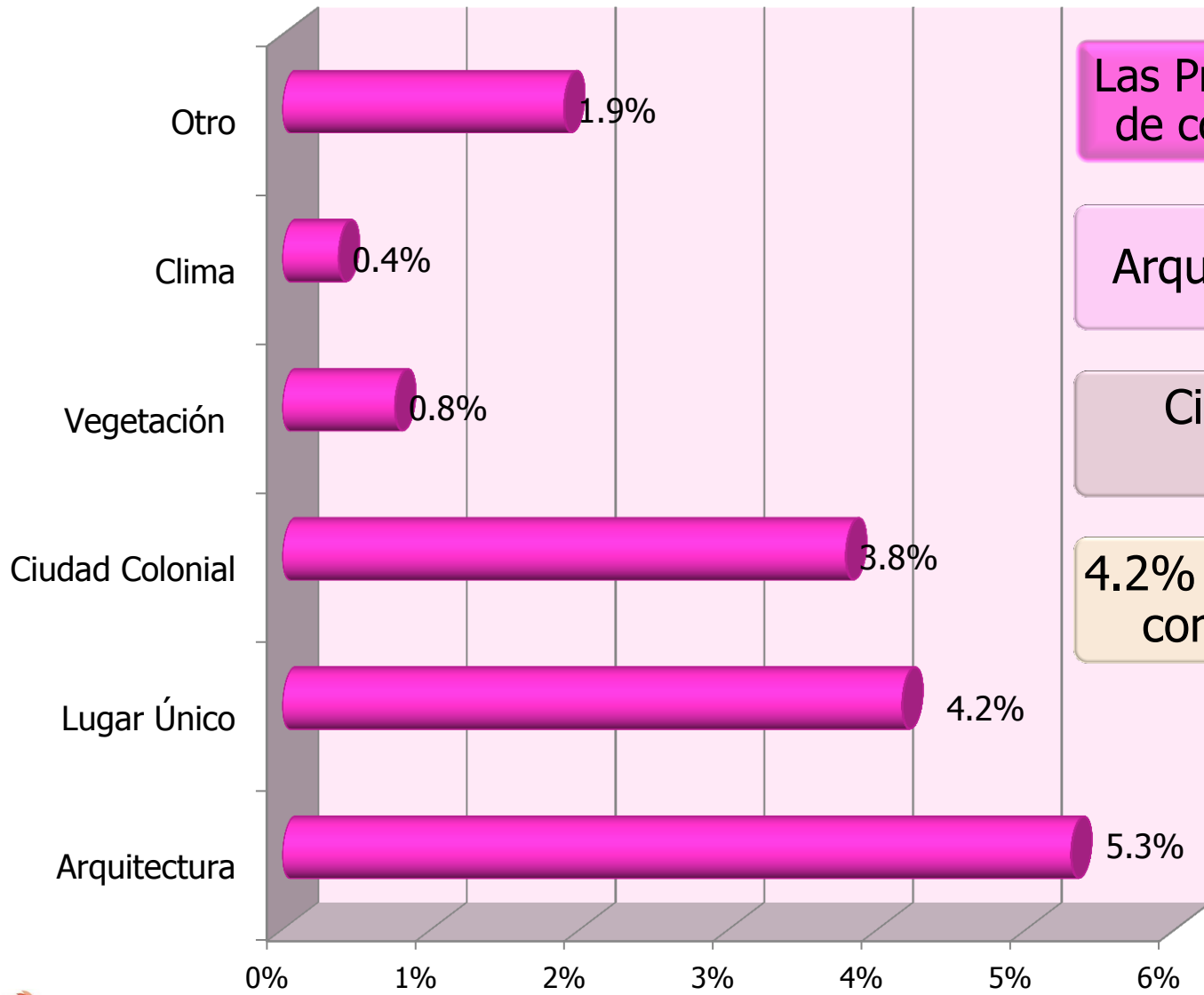
# Sitios con los que Comparan a la Región



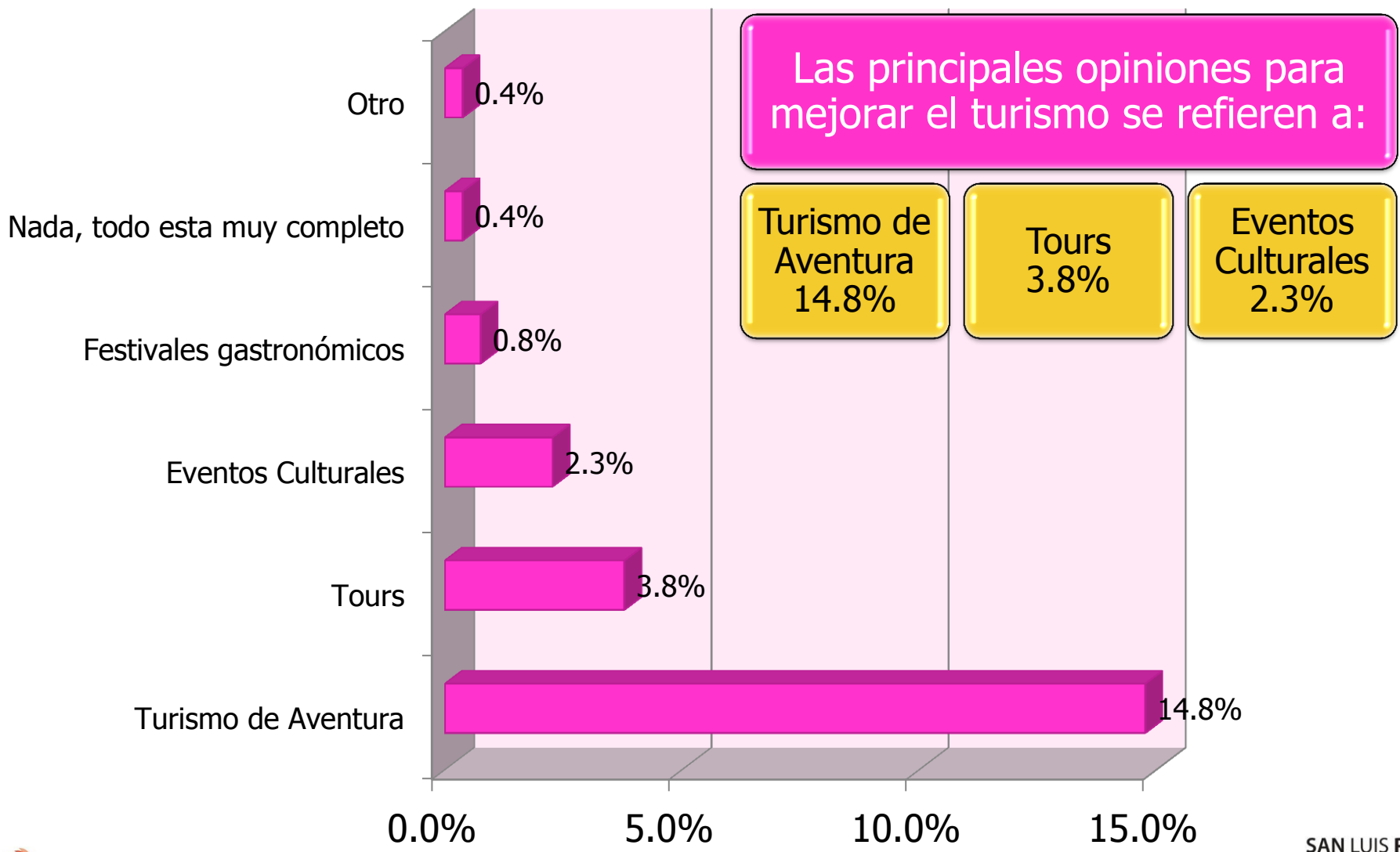
El 4.2% considera único al pueblo mágico y no la compara con ningún sitio.

Zacatecas es un destino similar a la región (2.7%).

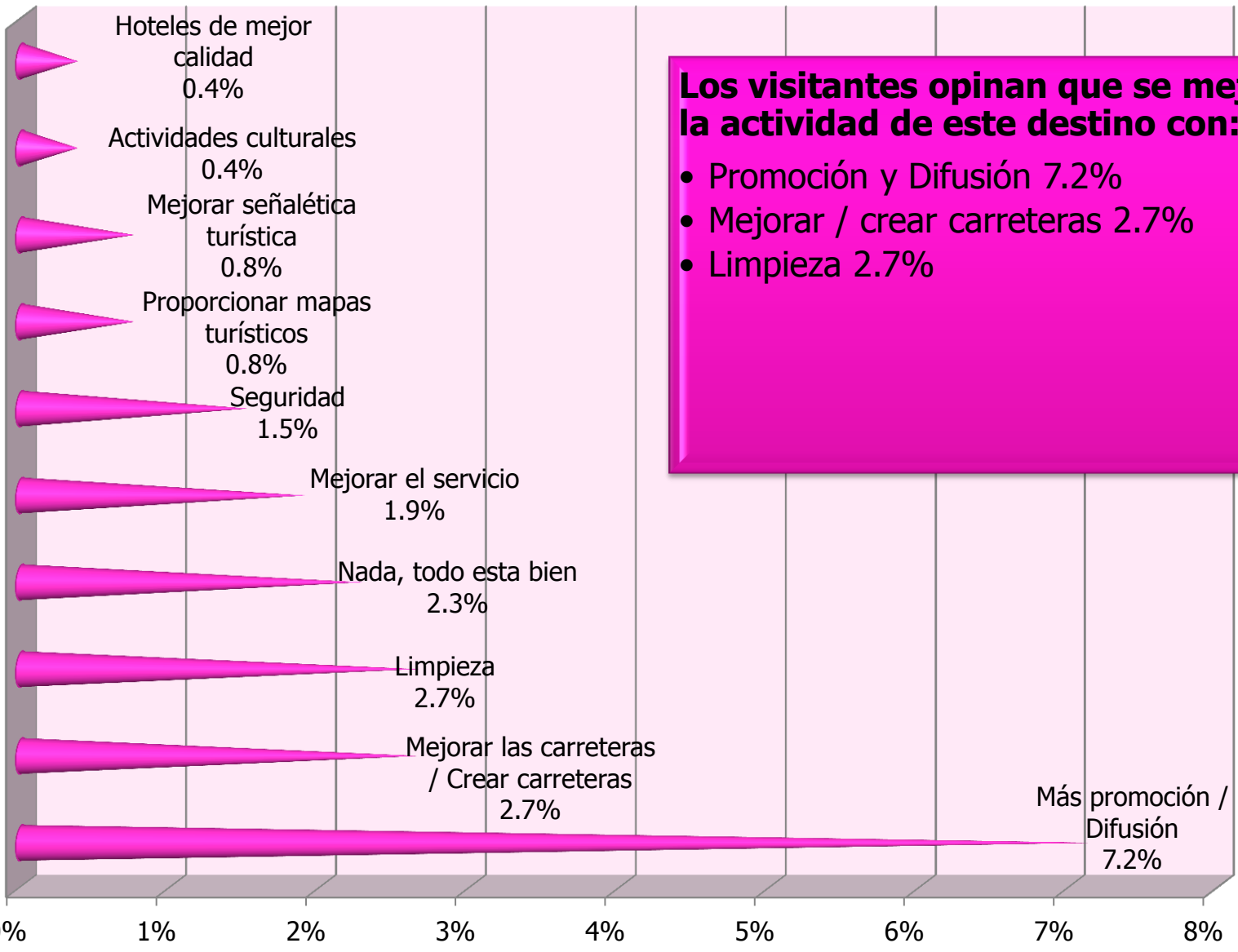
# Razones de Comparación con Otro Destino



# Propuesta de Actividades que podrían desarrollarse



# Opinión para Mejorar Turísticamente la Región

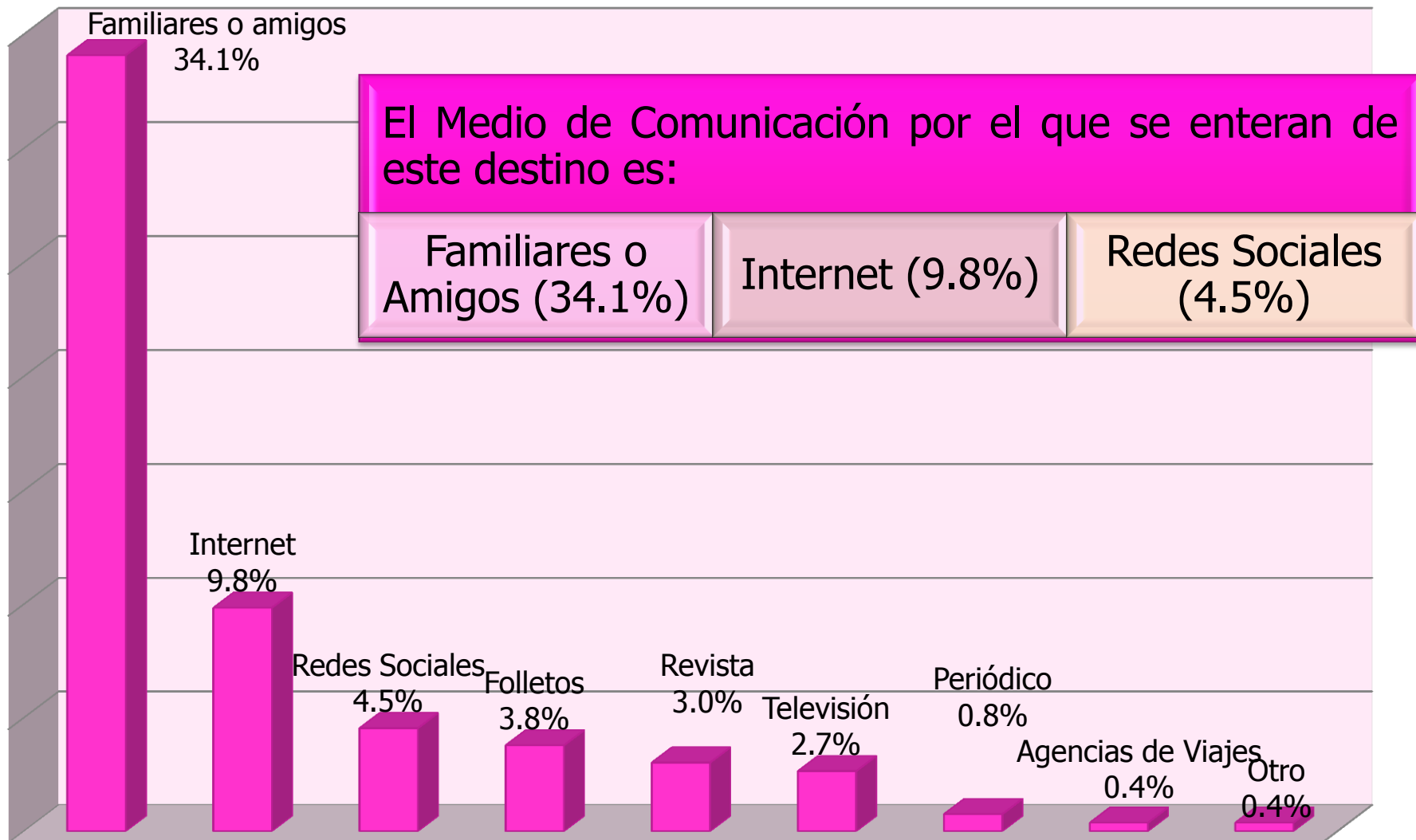


**Los visitantes opinan que se mejoraría la actividad de este destino con:**

- Promoción y Difusión 7.2%
- Mejorar / crear carreteras 2.7%
- Limpieza 2.7%



# Medio por el que se entero o Conoce de la Región

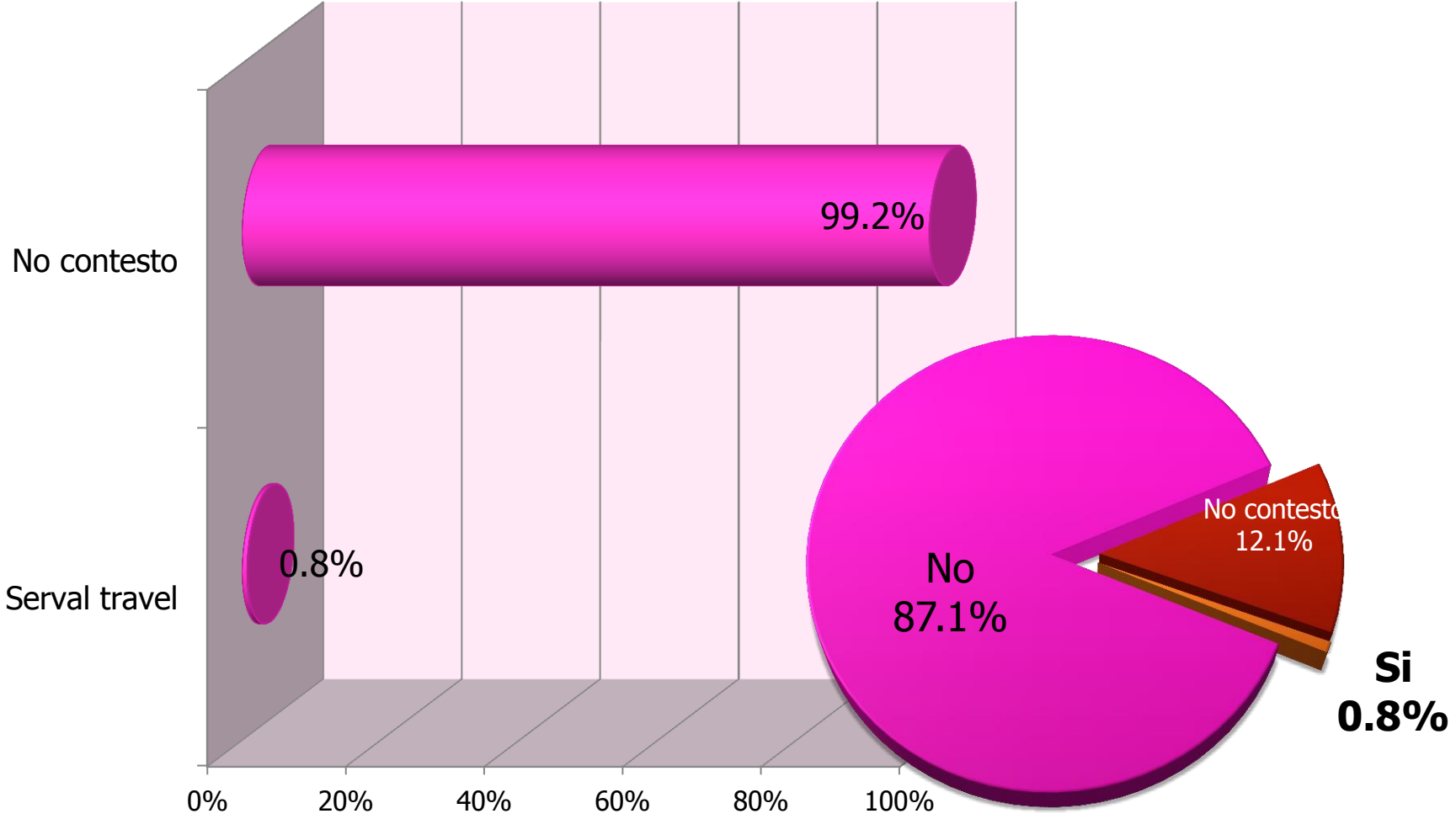




# Medio por el que se entero o Conoce de la Región por Lugar de Origen

Medio de Comunicación	Nuevo León	San Luis Potosí	Coahuila	Distrito Federal	Tamaulipas	Estados Unidos	Estado de México	Guanajuato	Michoacán	Jalisco	Zacatecas	Querétaro	Aguascalientes	Durango	Puebla	Chihuahua	Otro	Total
Familiares o amigos	10.2%	4.2%	3.8%	3.8%	1.5%	0.8%	1.1%	1.1%	1.1%	0.8%	0.0%	0.8%	0.4%	0.8%	0.8%	0.4%	2.7%	↑ 34.1%
Internet	1.9%	0.4%	1.1%	0.0%	1.9%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.8%	0.0%	0.0%	0.4%	0.4%	0.4%	0.8%	↔ 9.8%
Redes Sociales	0.4%	0.0%	0.4%	0.8%	0.4%	0.0%	0.4%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%	0.8%	0.4%	↓ 4.5%
Folleto	0.8%	0.0%	0.8%	0.4%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	↓ 3.8%
Revista	0.8%	0.4%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	↓ 3.0%
Televisión	0.4%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	↓ 2.7%
Periódico	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	↓ 0.8%
Agencias de Viajes	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓ 0.4%
Otro	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓ 0.4%
No contesto	13.3%	4.9%	3.8%	3.0%	2.3%	1.9%	0.8%	1.1%	1.1%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.0%	0.0%	6.4%	40.5%
<b>Total</b>	<b>28.0%</b>	<b>10.6%</b>	<b>10.6%</b>	<b>8.3%</b>	<b>6.8%</b>	<b>3.0%</b>	<b>3.0%</b>	<b>3.0%</b>	<b>3.0%</b>	<b>1.5%</b>	<b>1.5%</b>	<b>1.5%</b>	<b>1.5%</b>	<b>1.5%</b>	<b>1.5%</b>	<b>1.5%</b>	<b>12.9%</b>	<b>100.0%</b>

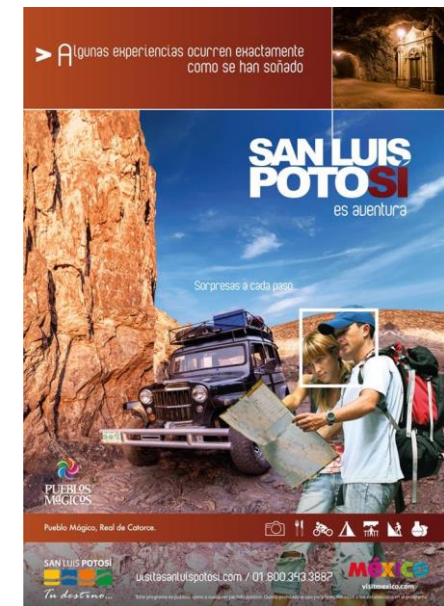
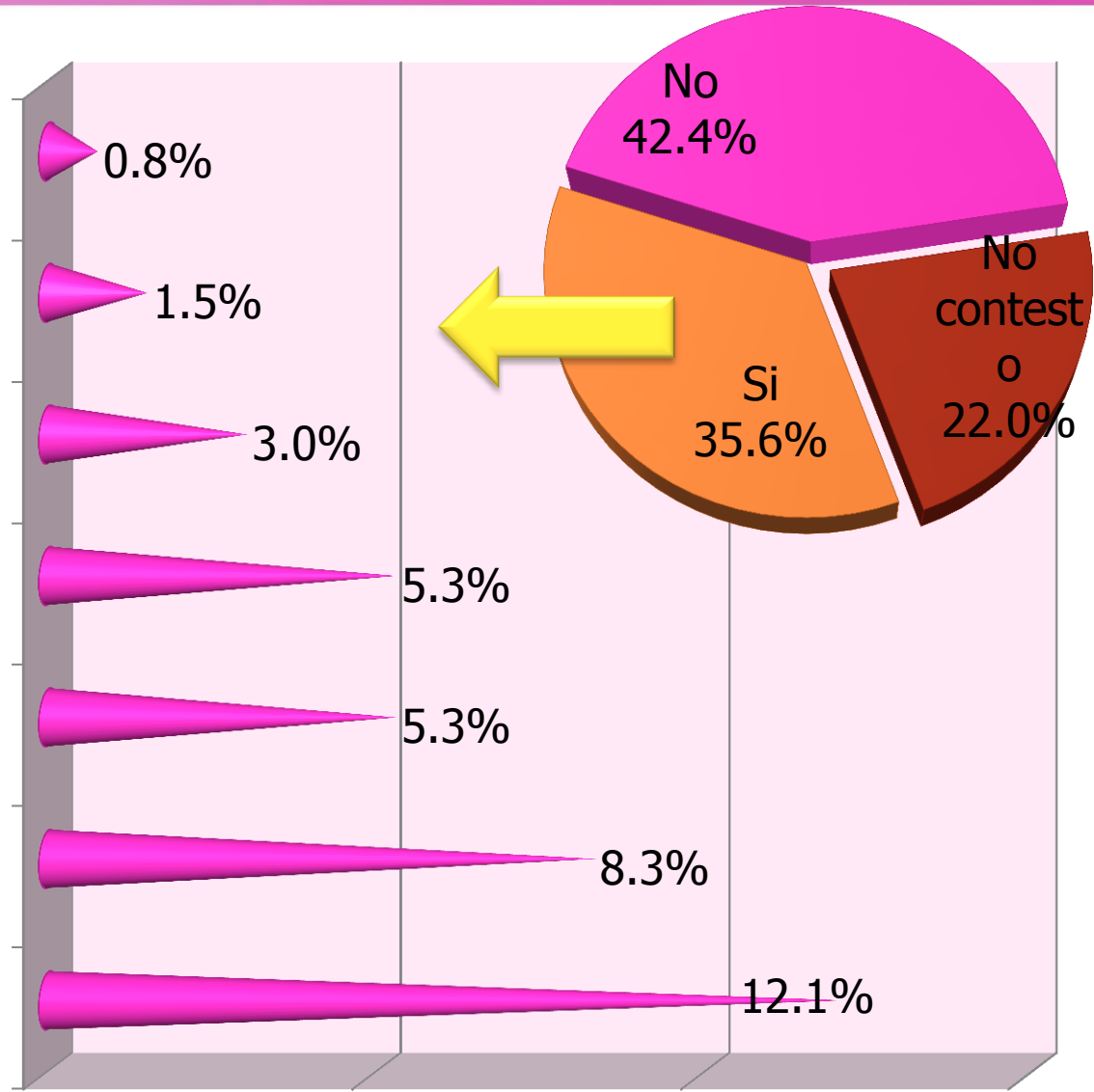
# Contratación de algún Operador durante su Visita



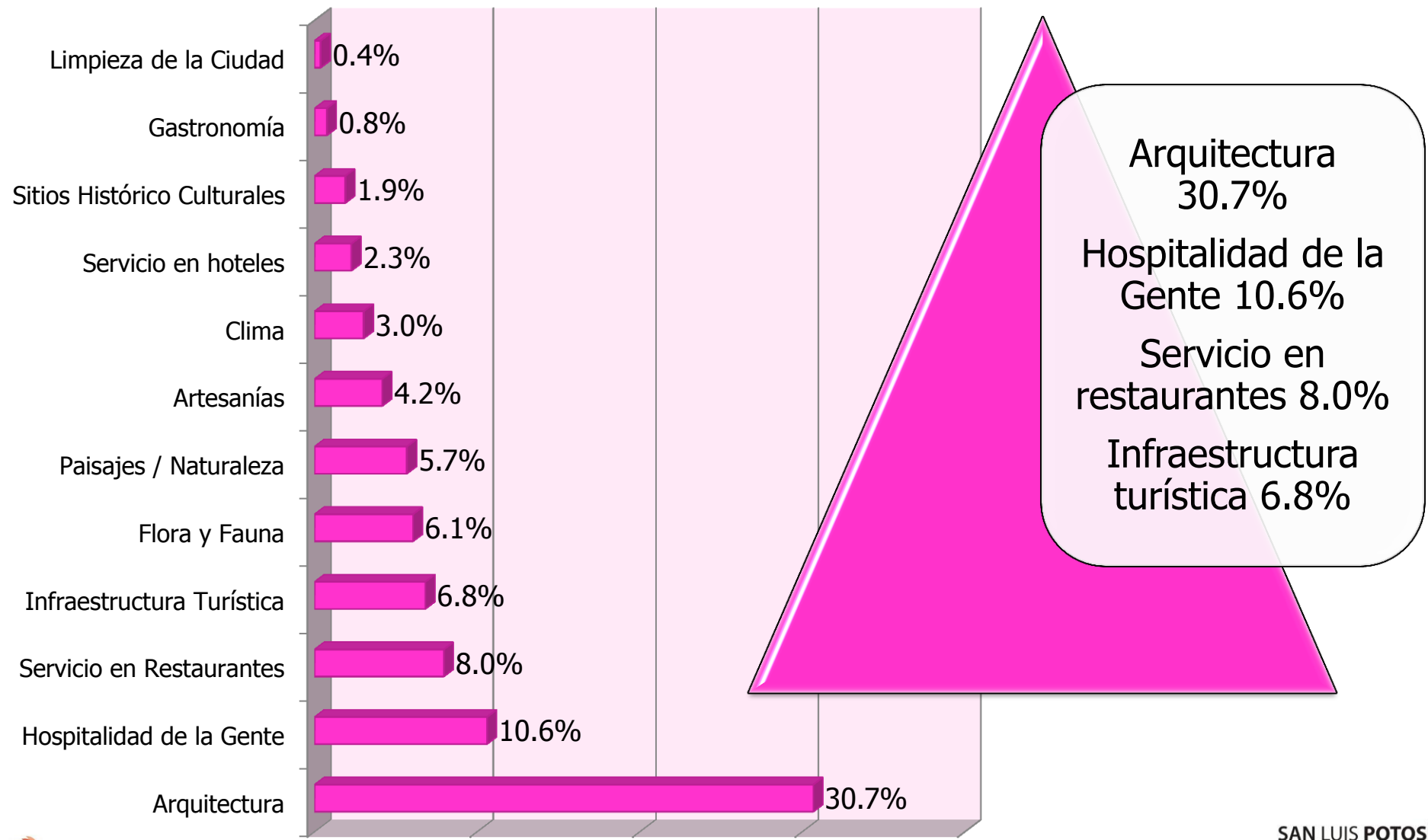


# Recordación de la Publicidad

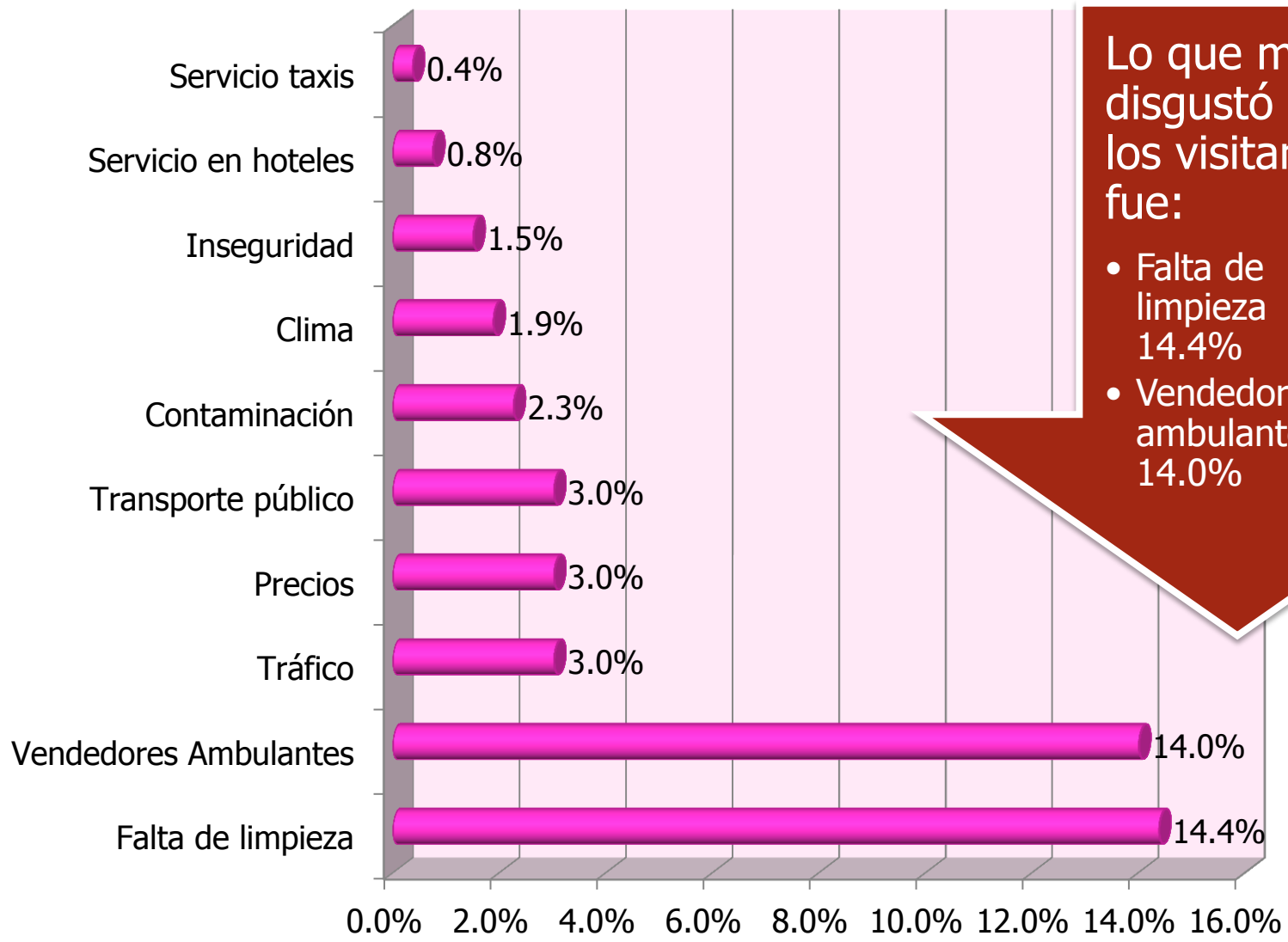
## “Algunas experiencias ocurren exactamente como se han soñado”



# Lo que más Gustó a los Visitantes durante su visita a la Región



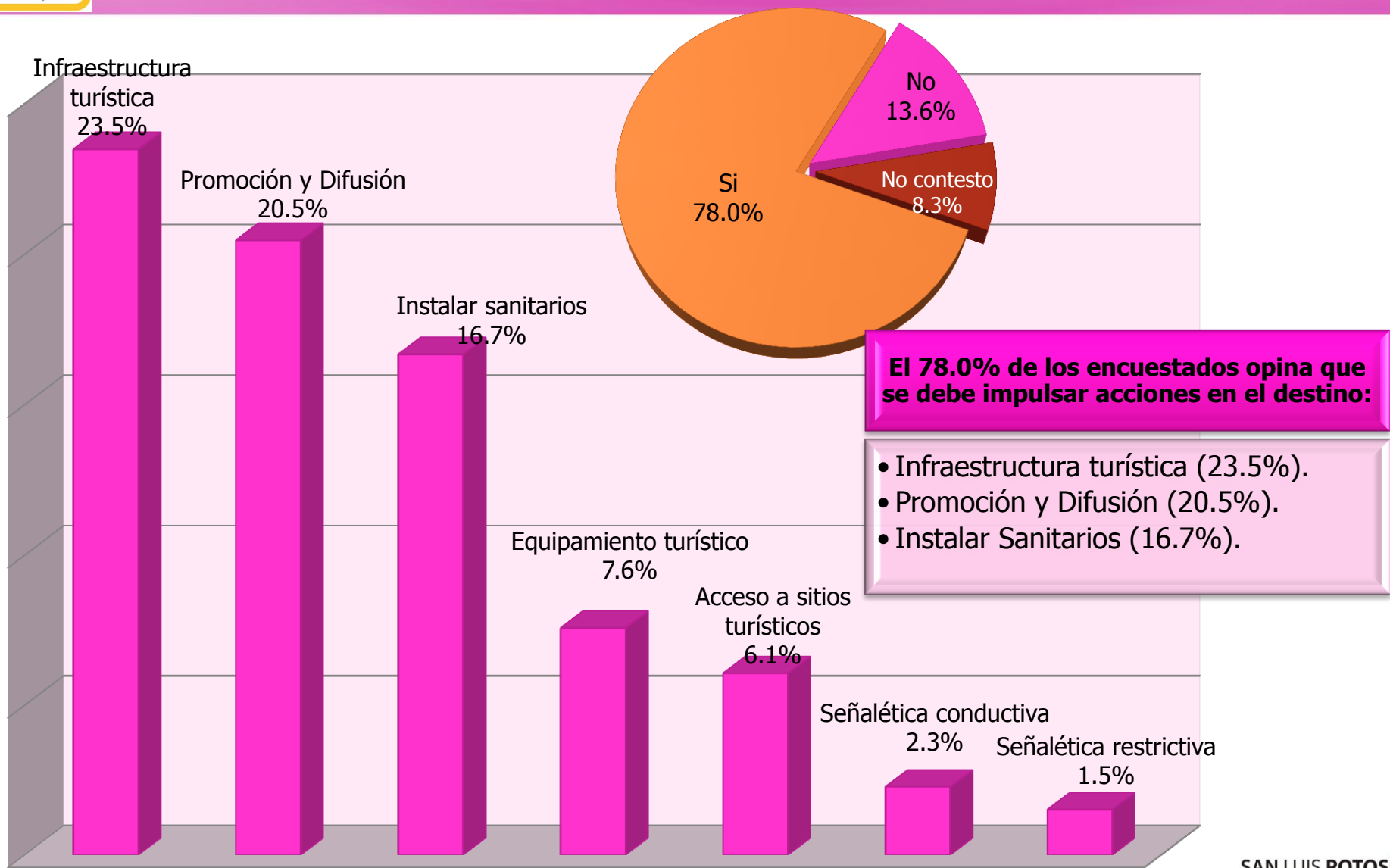
# Lo que más Disgustó a los Visitantes durante su visita a la Región



Lo que más disgustó a los visitantes fue:

- Falta de limpieza 14.4%
- Vendedores ambulantes 14.0%

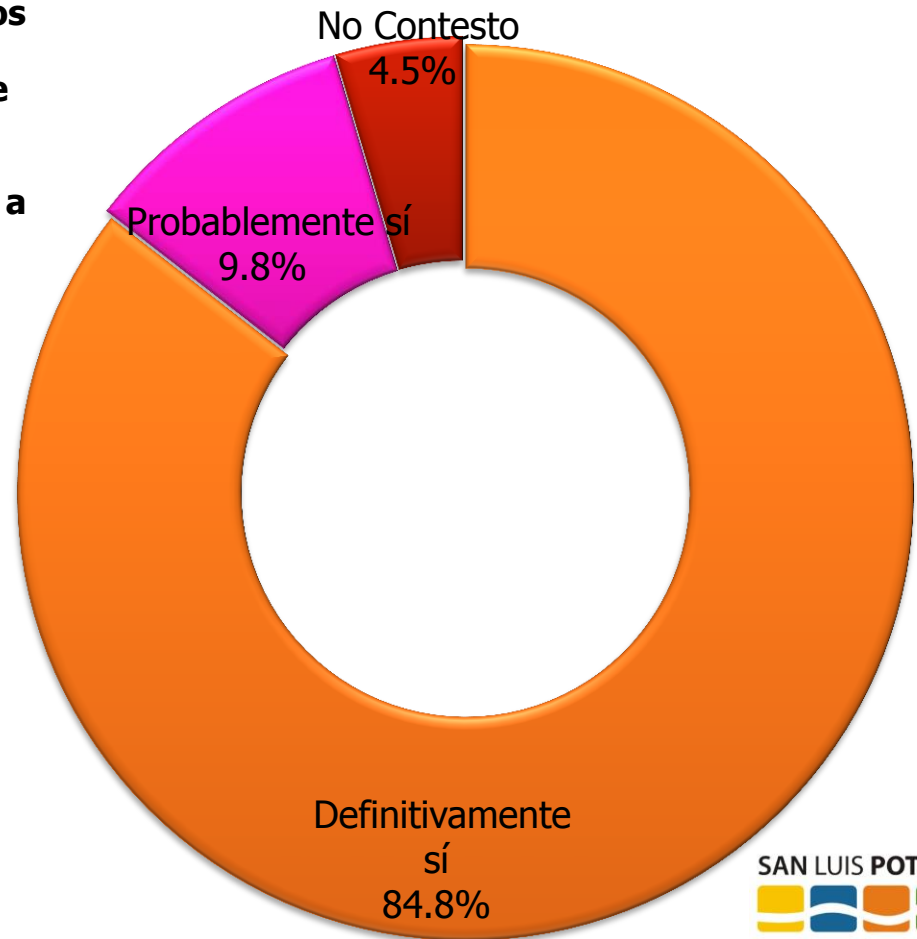
# Opinión para Impulsar Acciones de Mejora en la Región



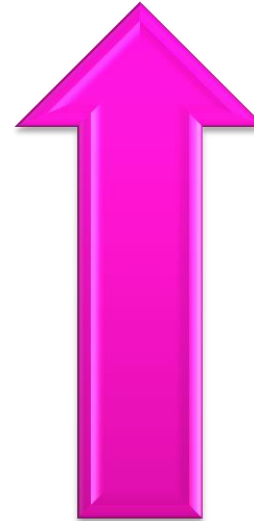
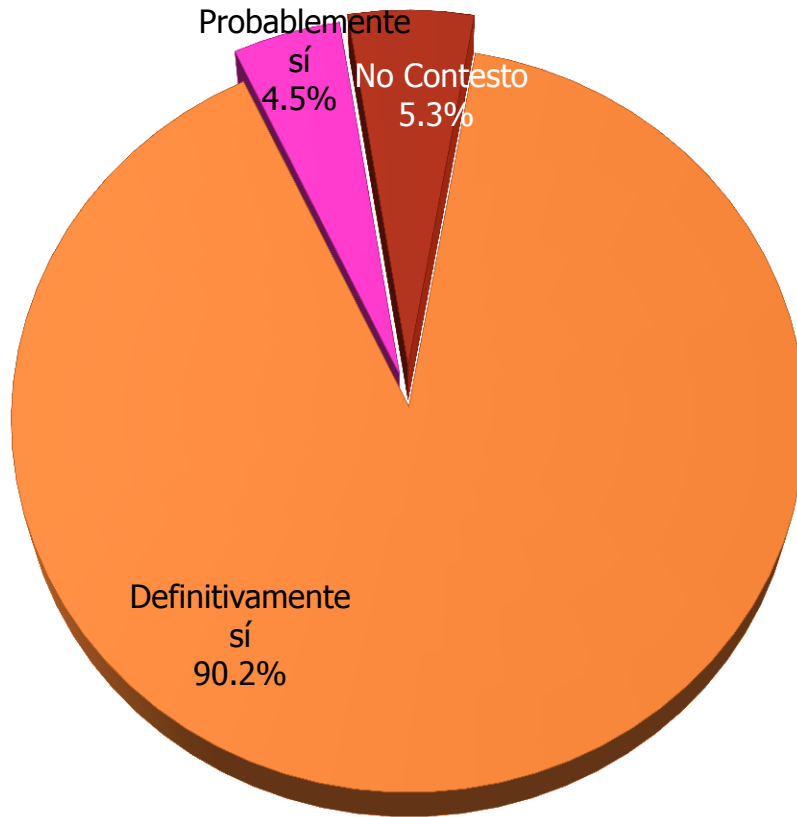
# Opinión de Regresar a San Luis Potosí

● Solamente el 4.5%  
No Contesto

● El 94.7% de los  
visitantes  
definitivamente  
o  
probablemente  
sí regresaría a  
este destino.



# Opinión de Recomendar a San Luis Potosí

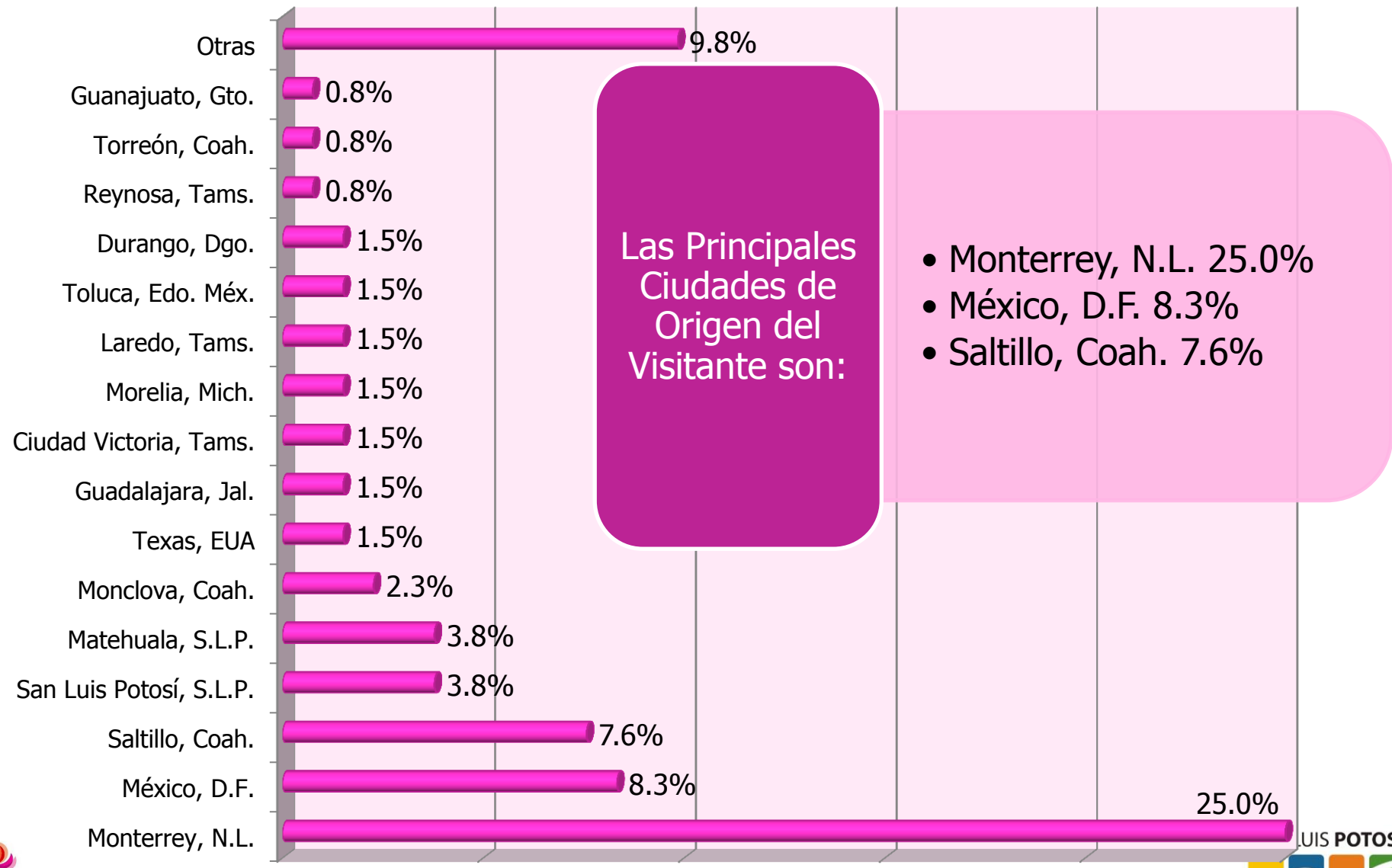


**El 94.7% de los visitantes definitivamente o probablemente sí Recomendaría el destino.**

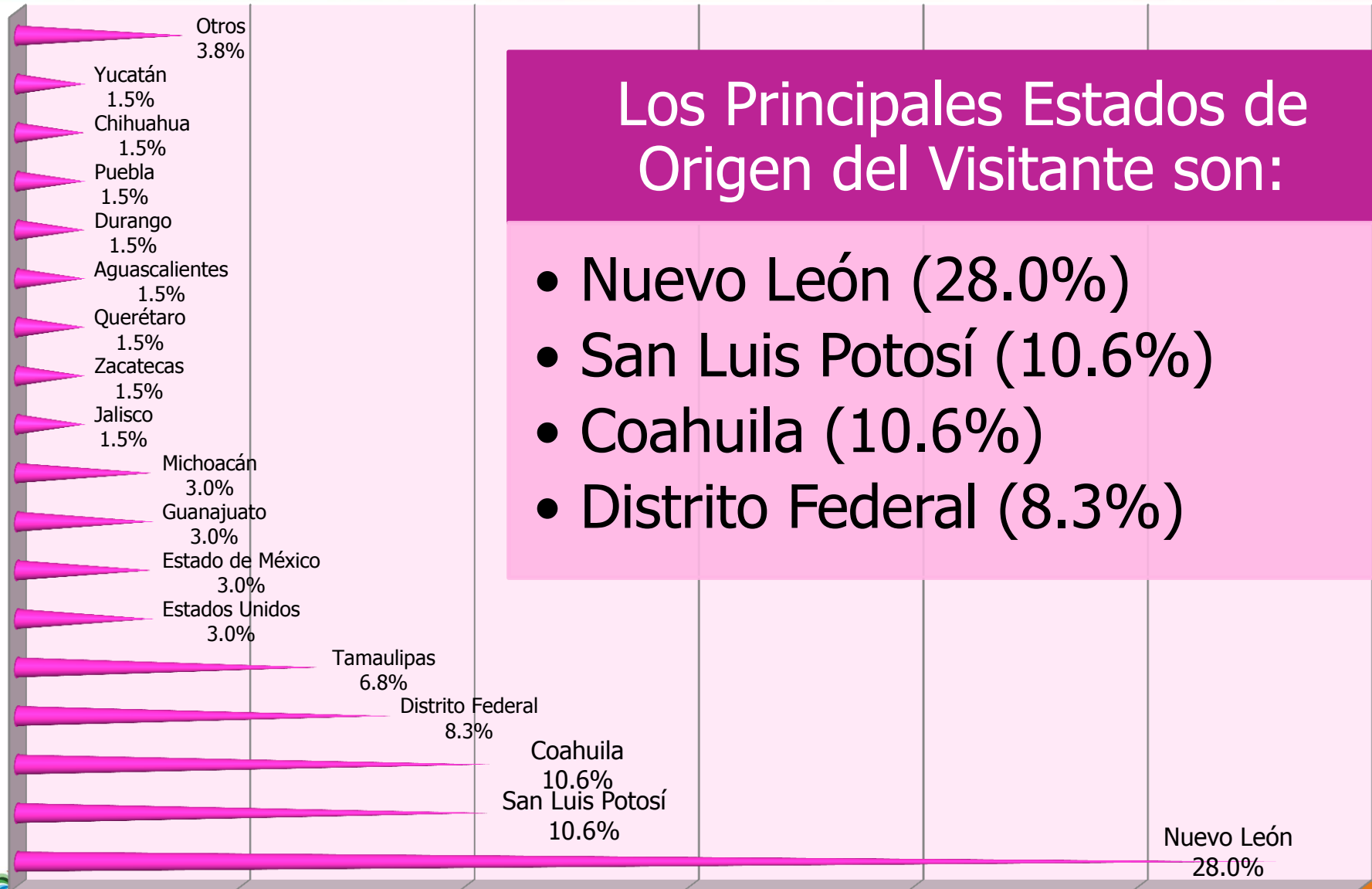


El 5.3% No contesto.

# Principales Ciudades de Origen del Visitante



# Principales Estados de Origen del Visitante

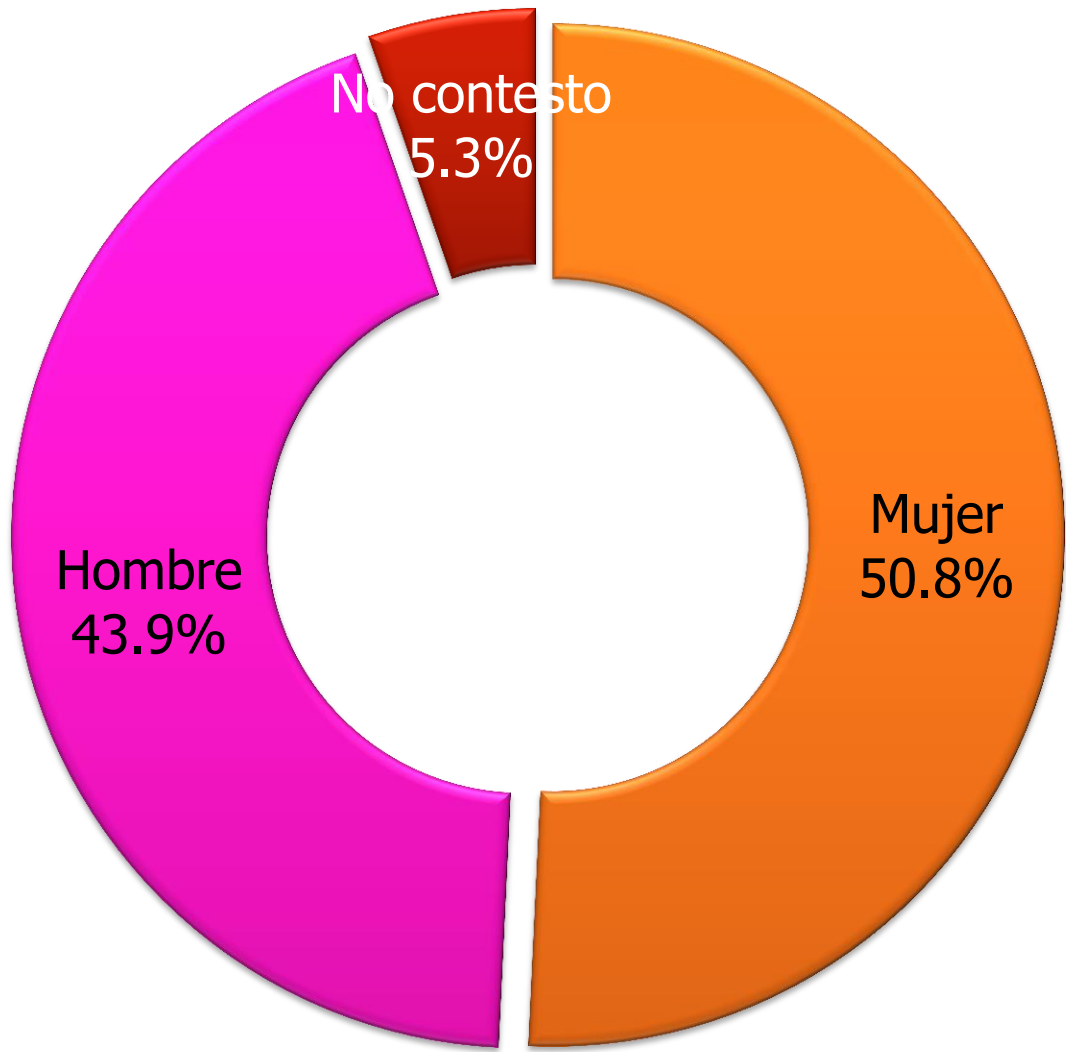


Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

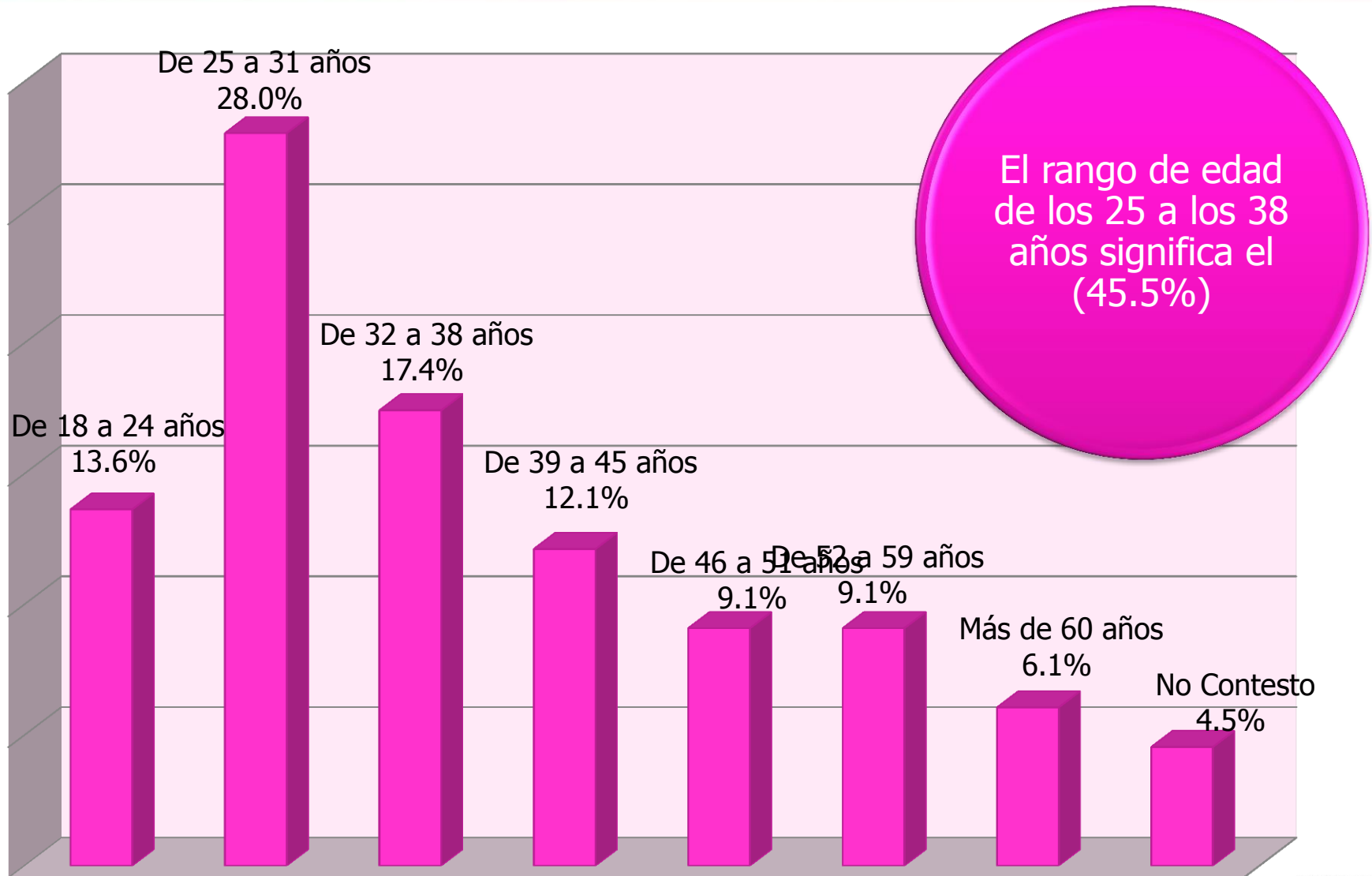
- Nuevo León (28.0%)
- San Luis Potosí (10.6%)
- Coahuila (10.6%)
- Distrito Federal (8.3%)



# Sexo del Visitante a la Región



# Rango de Edad de los Visitantes

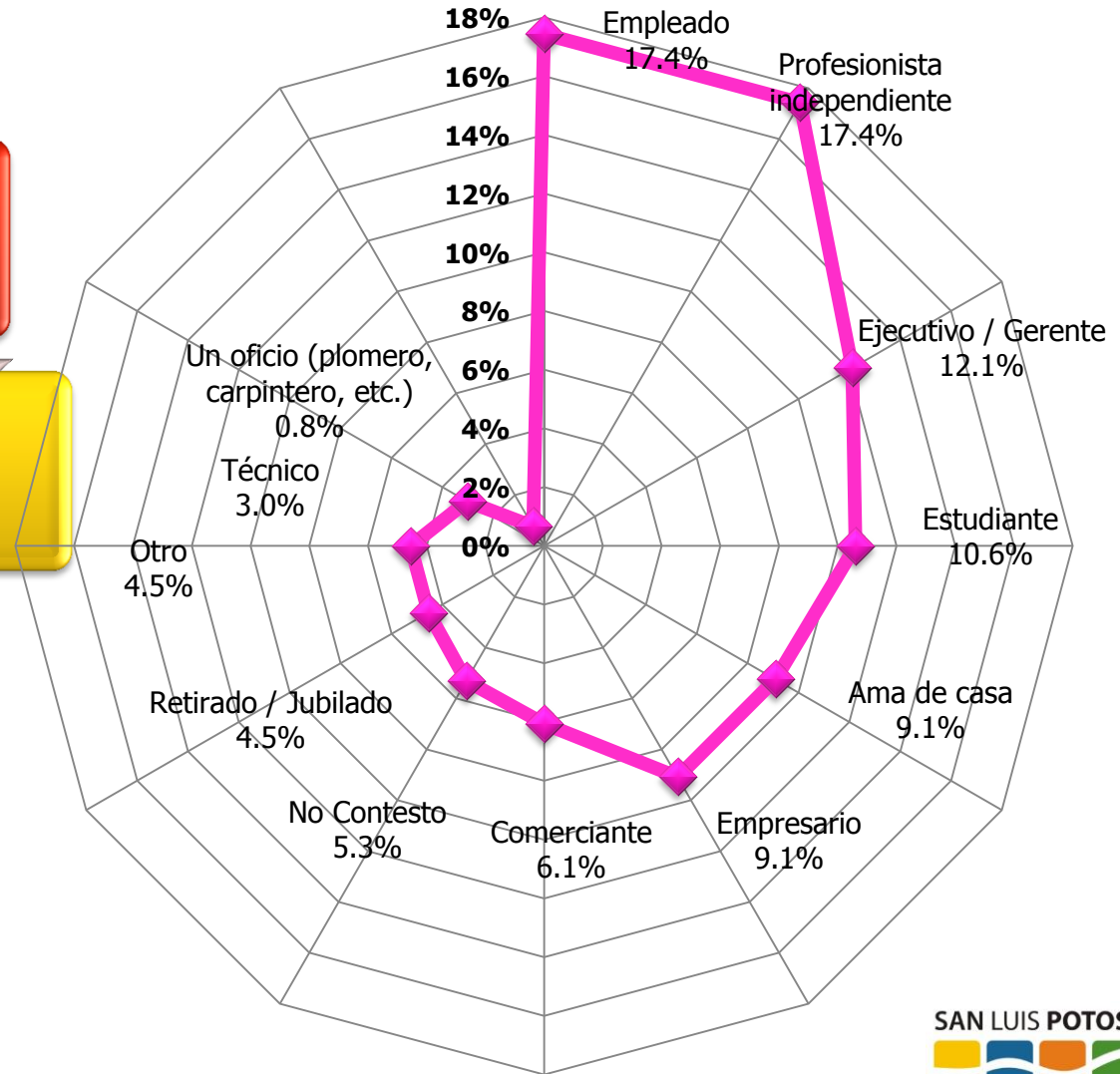


# Ocupación del Visitante a San Luis Potosí

Una importante parte de los visitantes son empleados o Profesionistas independientes con 17.4% cada uno

Otro segmento importante (12.1%) son ejecutivos / gerentes

El 10.6% son estudiantes





# Perfil del Visitante Pueblo Mágico Real de Catorce, S.L.P.

Verano 2014



**Resultados con Perspectiva de Género**



## Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	25.0%	17.4%	5.3%	<b>47.7%</b>
Una vez al año	16.7%	14.4%	0.0%	<b>31.1%</b>
Dos veces al año	4.5%	4.5%	0.0%	<b>9.1%</b>
Tres o más veces al año	4.5%	7.6%	0.0%	<b>12.1%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Una noche	16.7%	14.4%	2.3%	<b>33.3%</b>
Dos noches	15.2%	15.2%	2.3%	<b>32.6%</b>
Ninguna	6.8%	6.1%	0.0%	<b>12.9%</b>
Tres noches	6.1%	2.3%	0.8%	<b>9.1%</b>
Cinco noches	0.0%	1.5%	0.0%	<b>1.5%</b>
No contesto	6.1%	4.5%	0.0%	<b>10.6%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Lugar donde se esta hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	38.6%	33.3%	4.5%	<b>76.5%</b>
Familia / Amigos	2.3%	3.0%	0.8%	<b>6.1%</b>
Acampará	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
No contesto	9.8%	6.8%	0.0%	<b>16.7%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Ruinas del Real, Catorce	5.3%	4.5%	0.0%	<b>9.8%</b>
Mesón del Refugio, Catorce	3.8%	5.3%	0.8%	<b>9.8%</b>
Hotel El Rincón del Pintor , Catorce	3.8%	4.5%	0.0%	<b>8.3%</b>
El Ángel y El Corazón, Catorce	1.5%	3.0%	3.0%	<b>7.6%</b>
Hotel Real II, Catorce	4.5%	3.0%	0.0%	<b>7.6%</b>
Hotel El Rincón Mágico, Catorce	3.0%	4.5%	0.0%	<b>7.6%</b>
Hotel Real I, Catorce	3.0%	3.8%	0.0%	<b>6.8%</b>
Hotel Mina Real, Catorce	2.3%	0.8%	0.0%	<b>3.0%</b>
Hotel San Juan, Catorce	1.5%	1.5%	0.0%	<b>3.0%</b>
Casa de Huéspedes La Providencia, Catorce	2.3%	0.0%	0.0%	<b>2.3%</b>
Hotel Corral del Conde I, Catorce	0.8%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
Hotel Mesón de la Abundancia, Catorce	1.5%	0.0%	0.0%	<b>1.5%</b>
Hotel Quinta Puesta del Sol, Catorce	0.8%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
Hotel Corral del Conde II, Catorce	0.0%	0.0%	0.8%	<b>0.8%</b>
Refugio Romano Eco Hotel, Catorce	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Hotel Los Arcos , Catorce	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
No contesto	15.2%	11.4%	0.8%	<b>27.3%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	0.8%	1.5%	1.5%	<b>3.8%</b>
Pareja	12.9%	13.6%	1.5%	<b>28.0%</b>
Familia	25.0%	22.0%	0.8%	<b>47.7%</b>
Amistades	9.1%	5.3%	0.8%	<b>15.2%</b>
Agrupación	2.3%	1.5%	0.8%	<b>4.5%</b>
No contesto	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Uno	2.3%	1.5%	2.3%	<b>6.1%</b>
Dos	13.6%	12.9%	1.5%	<b>28.0%</b>
Tres	3.8%	3.8%	0.0%	<b>7.6%</b>
Cuatro	6.1%	4.5%	0.0%	<b>10.6%</b>
Cinco	5.3%	4.5%	0.0%	<b>9.8%</b>
Seis	3.0%	1.5%	0.0%	<b>4.5%</b>
Siete	1.5%	1.5%	0.8%	<b>3.8%</b>
Ocho	1.5%	3.8%	0.8%	<b>6.1%</b>
Nueve	1.5%	0.8%	0.0%	<b>2.3%</b>
Dieciséis	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Veinte	0.8%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
Treinta	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Treinta y cinco	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Treinta y seis	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Cuarenta y uno	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Cuarenta y cinco	0.8%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
Cincuenta	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
No contesto	6.8%	6.8%	0.0%	<b>13.6%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	37.1%	31.8%	4.5%	<b>73.5%</b>
Autobús de línea	9.8%	8.3%	0.0%	<b>18.2%</b>
Autobús rentado	2.3%	2.3%	0.8%	<b>5.3%</b>
No contestó	1.5%	1.5%	0.0%	<b>3.0%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
300 a 400 pesos	3.8%	6.1%	0.8%	<b>10.6%</b>
401 a 550 pesos	5.3%	5.3%	0.0%	<b>10.6%</b>
551 a 700 pesos	9.8%	5.3%	0.8%	<b>15.9%</b>
701 a 850 pesos	3.0%	3.8%	0.0%	<b>6.8%</b>
851 a 999 pesos	4.5%	4.5%	2.3%	<b>11.4%</b>
Más de 1,000 pesos	11.4%	11.4%	0.8%	<b>23.5%</b>
No contesto	12.9%	7.6%	0.8%	<b>21.2%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	9.8%	7.6%	0.8%	<b>18.2%</b>
De 201 a 250 pesos	4.5%	7.6%	1.5%	<b>13.6%</b>
De 251 a 300 pesos	7.6%	2.3%	0.0%	<b>9.8%</b>
De 301 a 400 pesos	3.8%	3.8%	0.8%	<b>8.3%</b>
De 401 a 500 pesos	3.8%	3.8%	0.0%	<b>7.6%</b>
Más de 500 pesos	7.6%	6.8%	0.8%	<b>15.2%</b>
No contesto	13.6%	12.1%	1.5%	<b>27.3%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	4.5%	7.6%	0.8%	<b>12.9%</b>
De 201 a 250 pesos	6.8%	5.3%	0.8%	<b>12.9%</b>
De 251 a 300 pesos	3.0%	3.8%	0.0%	<b>6.8%</b>
De 301 a 400 pesos	7.6%	3.0%	0.8%	<b>11.4%</b>
De 401 a 500 pesos	6.8%	4.5%	0.0%	<b>11.4%</b>
Más de 500 pesos	7.6%	8.3%	0.8%	<b>16.7%</b>
No contesto	14.4%	11.4%	2.3%	<b>28.0%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	6.8%	10.6%	0.8%	<b>18.2%</b>
De 201 a 250 pesos	6.8%	3.8%	0.0%	<b>10.6%</b>
De 251 a 300 pesos	3.0%	3.8%	0.8%	<b>7.6%</b>
De 301 a 400 pesos	3.8%	2.3%	0.8%	<b>6.8%</b>
De 401 a 500 pesos	1.5%	3.8%	0.0%	<b>5.3%</b>
Más de 500 pesos	3.0%	0.8%	0.8%	<b>4.5%</b>
No contesto	25.8%	18.9%	2.3%	<b>47.0%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	6.1%	1.5%	0.8%	<b>8.3%</b>
De 201 a 250 pesos	1.5%	0.0%	0.0%	<b>1.5%</b>
De 251 a 300 pesos	1.5%	0.8%	0.0%	<b>2.3%</b>
De 301 a 400 pesos	1.5%	1.5%	0.0%	<b>3.0%</b>
Más de 500 pesos	0.8%	2.3%	0.8%	<b>3.8%</b>
No contesto	39.4%	37.9%	3.8%	<b>81.1%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	1.5%	0.8%	0.0%	<b>2.3%</b>
De 201 a 250 pesos	1.5%	0.0%	1.5%	<b>3.0%</b>
De 251 a 300 pesos	2.3%	0.8%	0.0%	<b>3.0%</b>
De 301 a 400 pesos	1.5%	1.5%	0.0%	<b>3.0%</b>
De 401 a 500 pesos	3.8%	1.5%	0.0%	<b>5.3%</b>
Más de 500 pesos	8.3%	9.8%	0.8%	<b>18.9%</b>
No contesto	31.8%	29.5%	3.0%	<b>64.4%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Vacaciones	9.1%	5.6%	0.3%	14.9%
Cultural	5.3%	5.8%	1.0%	12.1%
Turismo de Aventura	3.3%	5.1%	1.0%	9.3%
Religioso	4.5%	4.0%	0.0%	8.6%
Ecoturismo	0.5%	3.0%	0.0%	3.5%
Naturaleza	1.5%	1.5%	0.3%	3.3%
Compra artesanías	1.5%	0.5%	0.3%	2.3%
Visita a familiares	1.0%	0.0%	0.0%	1.0%
Salud	0.8%	0.3%	0.0%	1.0%
Otro	0.3%	0.5%	0.0%	0.8%
Gastronómico	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%
Deportivo	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
No Contesto	22.7%	17.2%	2.5%	42.4%
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguno	2.3%	1.9%	0.0%	4.2%
Zacatecas, Zac.	1.9%	0.8%	0.0%	2.7%
Guanajuato, Gto.	1.5%	0.8%	0.0%	2.3%
San Miguel de Allende, Gto.	1.5%	0.4%	0.0%	1.9%
Hidalgo, Hgo.	1.1%	0.4%	0.0%	1.5%
San Cristóbal de las Casas, Chis.	1.1%	0.0%	0.4%	1.5%
Tlaxcala	0.4%	0.4%	0.0%	0.8%
Baja California Norte	0.4%	0.0%	0.4%	0.8%
Querétaro, Oro.	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Tamaulipas	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Álamos, Son.	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
No Contesto	39.8%	39.0%	4.5%	83.3%
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Razones de Comparación con la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Arquitectura	4.2%	1.1%	0.0%	5.3%
Lugar Único	2.3%	1.9%	0.0%	4.2%
Ciudad Colonial	2.7%	1.1%	0.0%	3.8%
Vegetación	0.4%	0.4%	0.0%	0.8%
Clima	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Otro	0.8%	0.4%	0.8%	1.9%
No contesto	40.2%	39.0%	4.5%	83.7%
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Actividades que podrían desarrollarse

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Turismo de Aventura	6.4%	7.6%	0.8%	14.8%
Tours	1.9%	1.1%	0.8%	3.8%
Eventos Culturales	1.5%	0.8%	0.0%	2.3%
Festivales gastronómicos	0.4%	0.0%	0.4%	0.8%
Nada, todo esta muy completo	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Otro	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
No contesto	40.2%	34.1%	3.4%	77.7%
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Opinión para Mejorar la Actividad Turística

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Más promoción / Difusión	2.3%	3.8%	1.1%	7.2%
Mejorar las carreteras / Crear carreteras	0.8%	1.9%	0.0%	2.7%
Limpieza	1.1%	1.5%	0.0%	2.7%
Nada, todo esta bien	0.8%	1.5%	0.0%	2.3%
Mejorar el servicio	0.8%	0.8%	0.4%	1.9%
Seguridad	0.8%	0.8%	0.0%	1.5%
Proporcionar mapas turísticos	0.4%	0.0%	0.4%	0.8%
Mejorar señalética turística	0.4%	0.0%	0.4%	0.8%
Actividades culturales	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Hoteles de mejor calidad	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
No contestó	43.2%	33.3%	3.0%	79.5%
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio por el que se enteró o conoce región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Familiares o amigos	18.6%	14.4%	1.1%	34.1%
Internet	3.4%	6.1%	0.4%	9.8%
Redes Sociales	2.3%	1.9%	0.4%	4.5%
Folleto	2.7%	1.1%	0.0%	3.8%
Revista	1.1%	1.5%	0.4%	3.0%
Televisión	1.5%	0.4%	0.8%	2.7%
Periódico	0.0%	0.8%	0.0%	0.8%
Agencias de Viajes	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Otro	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
No contesto	21.2%	17.0%	2.3%	40.5%
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Viajo a través de algún Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
No	43.2%	38.6%	5.3%	<b>87.1%</b>
No contesto	6.8%	5.3%	0.0%	<b>12.1%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Nombre del Agencia u Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Serval travel	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
No contesto	50.0%	43.9%	5.3%	<b>99.2%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Recordación de Publicidad con Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	16.7%	18.9%	0.0%	<b>35.6%</b>
No	22.0%	19.7%	0.8%	<b>42.4%</b>
No contesto	12.1%	5.3%	4.5%	<b>22.0%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Lugar de Recordación de la Publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	6.8%	5.3%	0.0%	<b>12.1%</b>
Televisión	4.5%	3.8%	0.0%	<b>8.3%</b>
Redes Sociales	2.3%	3.0%	0.0%	<b>5.3%</b>
Revista	0.8%	4.5%	0.0%	<b>5.3%</b>
Folleto	2.3%	0.8%	0.0%	<b>3.0%</b>
Periódico	0.8%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
Revistas	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
No contesto	33.3%	25.0%	5.3%	<b>63.6%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Lo que más le gustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Arquitectura	15.9%	14.4%	0.4%	<b>30.7%</b>
Hospitalidad de la Gente	6.1%	4.5%	0.0%	<b>10.6%</b>
Servicio en Restaurantes	3.4%	4.5%	0.0%	<b>8.0%</b>
Infraestructura Turística	3.4%	3.4%	0.0%	<b>6.8%</b>
Flora y Fauna	2.7%	3.0%	0.4%	<b>6.1%</b>
Paisajes / Naturaleza	3.4%	2.3%	0.0%	<b>5.7%</b>
Artesanías	2.3%	1.9%	0.0%	<b>4.2%</b>
Clima	1.1%	1.9%	0.0%	<b>3.0%</b>
Servicio en hoteles	0.8%	1.5%	0.0%	<b>2.3%</b>
Sitios Histórico Culturales	0.8%	1.1%	0.0%	<b>1.9%</b>
Gastronomía	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Limpieza de la Ciudad	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
No contesto	9.8%	5.3%	4.5%	<b>19.7%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Lo que más le disgustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Falta de limpieza	8.7%	5.7%	0.0%	<b>14.4%</b>
Vendedores Ambulantes	6.4%	7.2%	0.4%	<b>14.0%</b>
Tráfico	1.1%	1.9%	0.0%	<b>3.0%</b>
Precios	1.5%	1.5%	0.0%	<b>3.0%</b>
Transporte público	1.5%	1.5%	0.0%	<b>3.0%</b>
Contaminación	1.5%	0.8%	0.0%	<b>2.3%</b>
Clima	1.1%	0.8%	0.0%	<b>1.9%</b>
Inseguridad	0.8%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
Servicio en hoteles	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
Servicio taxis	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
No contesto	27.3%	23.5%	4.9%	<b>55.7%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Impulsar Acciones para renovar Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	41.7%	35.6%	0.8%	<b>78.0%</b>
No	5.3%	8.3%	0.0%	<b>13.6%</b>
No contesto	3.8%	0.0%	4.5%	<b>8.3%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Acciones para Impulsar la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Infraestructura turística	12.9%	10.6%	0.0%	<b>23.5%</b>
Promoción y Difusión	10.6%	9.8%	0.0%	<b>20.5%</b>
Instalar sanitarios	9.8%	6.1%	0.8%	<b>16.7%</b>
Equipamiento turístico	3.0%	4.5%	0.0%	<b>7.6%</b>
Acceso a sitios turísticos	3.8%	2.3%	0.0%	<b>6.1%</b>
Señalética conductiva	0.8%	1.5%	0.0%	<b>2.3%</b>
Señalética restrictiva	0.8%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
No contesto	9.1%	8.3%	4.5%	<b>22.0%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	45.5%	38.6%	0.8%	<b>84.8%</b>
Probablemente sí	5.3%	4.5%	0.0%	<b>9.8%</b>
No Contesto	0.0%	0.0%	4.5%	<b>4.5%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	47.7%	41.7%	0.8%	<b>90.2%</b>
Probablemente sí	2.3%	2.3%	0.0%	<b>4.5%</b>
No Contesto	0.8%	0.0%	4.5%	<b>5.3%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Monterrey, N.L.	15.9%	9.1%	0.0%	<b>25.0%</b>
México, D.F.	3.8%	4.5%	0.0%	<b>8.3%</b>
Saltillo, Coah.	2.3%	5.3%	0.0%	<b>7.6%</b>
San Luis Potosí, S.L.P.	2.3%	1.5%	0.0%	<b>3.8%</b>
Matehuala, S.L.P.	1.5%	2.3%	0.0%	<b>3.8%</b>
Monclova, Coah.	0.8%	1.5%	0.0%	<b>2.3%</b>
Texas, EUA	0.0%	1.5%	0.0%	<b>1.5%</b>
Guadalajara, Jal.	1.5%	0.0%	0.0%	<b>1.5%</b>
Ciudad Victoria, Tams.	0.8%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
Morelia, Mich.	0.0%	1.5%	0.0%	<b>1.5%</b>
Laredo, Tams.	1.5%	0.0%	0.0%	<b>1.5%</b>
Toluca, Edo. Méx.	0.8%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
Durango, Dgo.	0.0%	1.5%	0.0%	<b>1.5%</b>
Reynosa, Tams.	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Torreón, Coah.	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Guanajuato, Gto.	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Cabo San Lucas, BCS	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Charcas, S.L.P.	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Mérida, Yuc.	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
San Cristóbal de las Casas, Chis.	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Ciudad Mante, Tams.	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Ciudad Valles, S.L.P.	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Guadalupe, N.L.	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Colorado, EUA	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Santa Catarina, N.L.	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Xalapa, Ver.	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Matamoros, Tams.	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Tamasopo, S.L.P.	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Villa de Pozos, S.L.P.	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
No Contesto	13.6%	7.6%	5.3%	<b>26.5%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Nuevo León	18.2%	9.8%	0.0%	<b>28.0%</b>
San Luis Potosí	6.1%	4.5%	0.0%	<b>10.6%</b>
Coahuila	3.0%	7.6%	0.0%	<b>10.6%</b>
Distrito Federal	3.8%	4.5%	0.0%	<b>8.3%</b>
Tamaulipas	3.8%	3.0%	0.0%	<b>6.8%</b>
Estados Unidos	0.8%	2.3%	0.0%	<b>3.0%</b>
Estado de México	0.8%	1.5%	0.8%	<b>3.0%</b>
Guanajuato	0.8%	2.3%	0.0%	<b>3.0%</b>
Michoacán	1.5%	1.5%	0.0%	<b>3.0%</b>
Jalisco	1.5%	0.0%	0.0%	<b>1.5%</b>
Zacatecas	1.5%	0.0%	0.0%	<b>1.5%</b>
Querétaro	0.8%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
Aguascalientes	1.5%	0.0%	0.0%	<b>1.5%</b>
Durango	0.0%	1.5%	0.0%	<b>1.5%</b>
Puebla	0.0%	1.5%	0.0%	<b>1.5%</b>
Chihuahua	1.5%	0.0%	0.0%	<b>1.5%</b>
Yucatán	0.8%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
Chiapas	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Baja California Sur	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Hidalgo	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Sonora	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Tabasco	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
No contesto	2.3%	0.8%	4.5%	<b>7.6%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Edad Promedio de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 18 a 24 años	6.8%	6.8%	0.0%	<b>13.6%</b>
De 25 a 31 años	13.6%	14.4%	0.0%	<b>28.0%</b>
De 32 a 38 años	12.1%	5.3%	0.0%	<b>17.4%</b>
De 39 a 45 años	6.1%	6.1%	0.0%	<b>12.1%</b>
De 46 a 51 años	5.3%	3.0%	0.8%	<b>9.1%</b>
De 52 a 59 años	3.8%	5.3%	0.0%	<b>9.1%</b>
Más de 60 años	3.0%	3.0%	0.0%	<b>6.1%</b>
No Contesto	0.0%	0.0%	4.5%	<b>4.5%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Empleado	9.1%	8.3%	0.0%	<b>17.4%</b>
Profesionista independiente	9.8%	7.6%	0.0%	<b>17.4%</b>
Ejecutivo / Gerente	6.8%	5.3%	0.0%	<b>12.1%</b>
Estudiante	4.5%	6.1%	0.0%	<b>10.6%</b>
Ama de casa	9.1%	0.0%	0.0%	<b>9.1%</b>
Empresario	1.5%	6.8%	0.8%	<b>9.1%</b>
Comerciante	1.5%	4.5%	0.0%	<b>6.1%</b>
No Contesto	0.8%	0.0%	4.5%	<b>5.3%</b>
Retirado / Jubilado	2.3%	2.3%	0.0%	<b>4.5%</b>
Otro	3.8%	0.8%	0.0%	<b>4.5%</b>
Técnico	0.8%	2.3%	0.0%	<b>3.0%</b>
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
<b>Total</b>	<b>50.8%</b>	<b>43.9%</b>	<b>5.3%</b>	<b>100.0%</b>



# Perfil del Visitante Pueblo Mágico Real de Catorce, S.L.P.

Verano 2014

