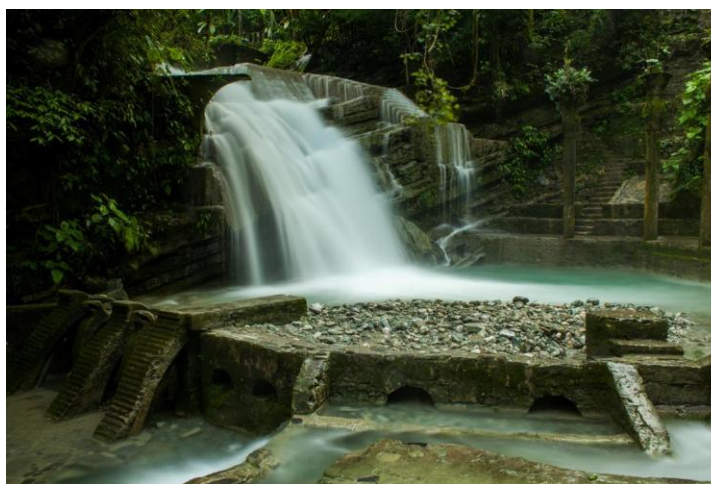


Perfil del Visitante Verano 2017

Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.





Metodología Perfil del Visitante

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

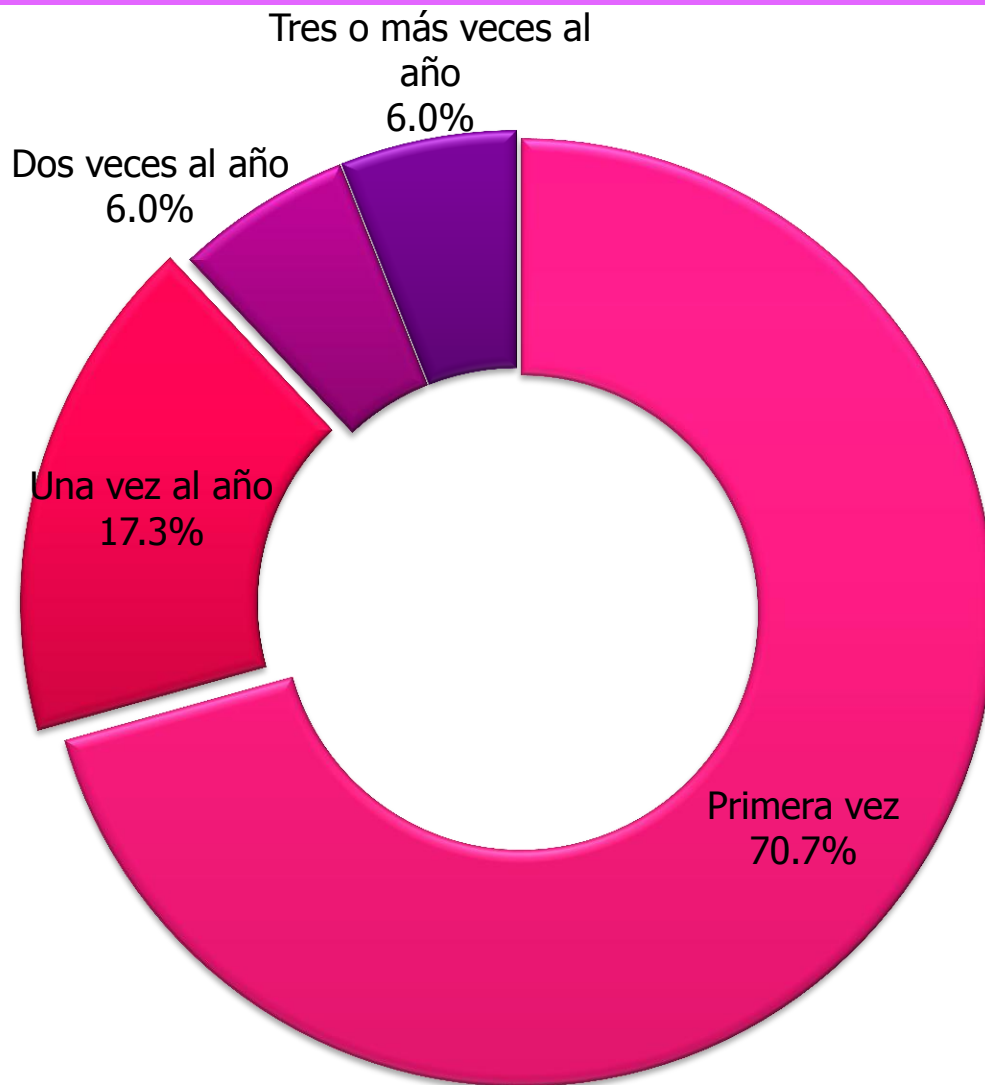
Las entrevistas se levantaron durante el mes de Julio y Agosto en los principales sitios turísticos del Pueblo Mágico y fueron contestadas directamente por los visitantes.

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

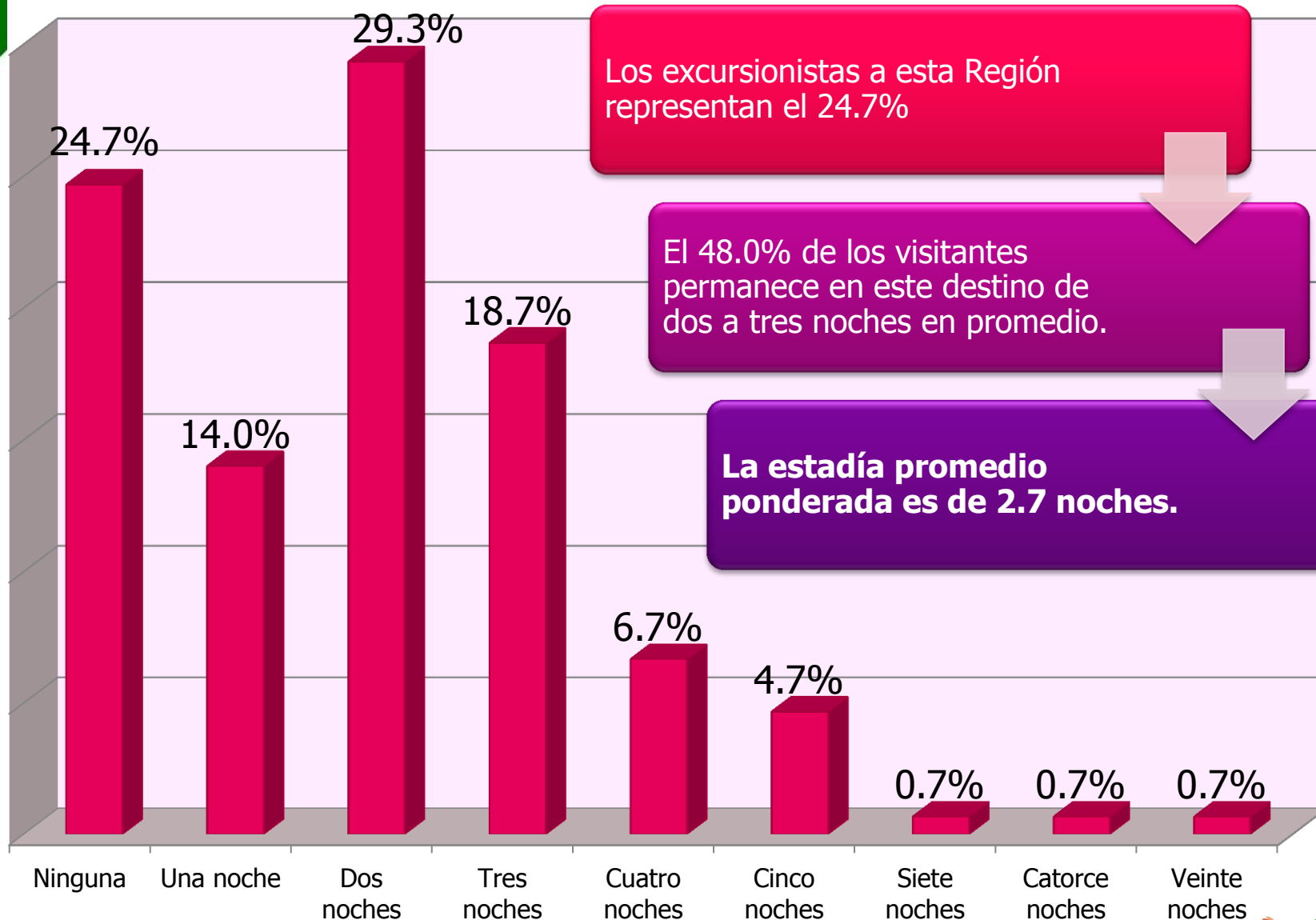
Frecuencia de Visita a la Región

Un alto porcentaje visita por primera vez la Región (70.7%)

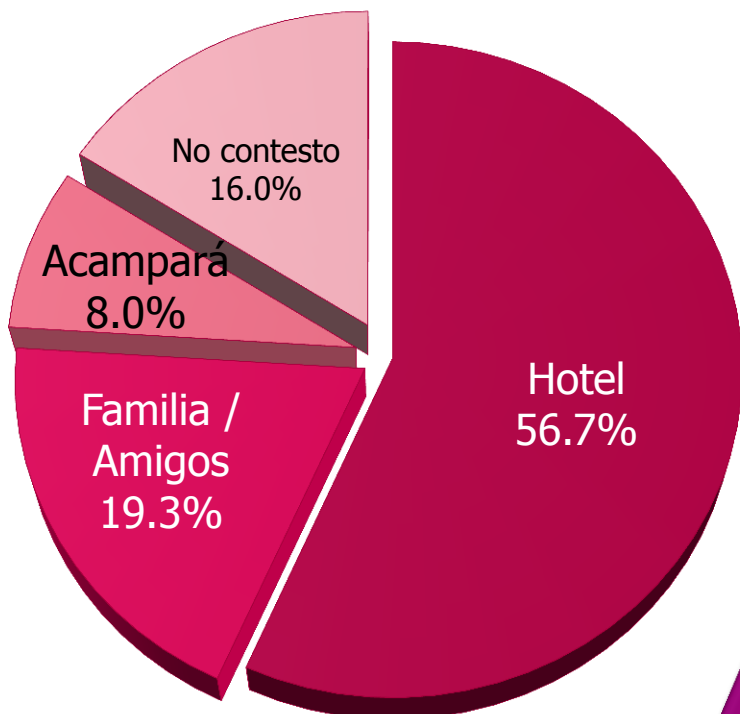
El turismo repetitivo representa el 29.3%



Noches de Estadía



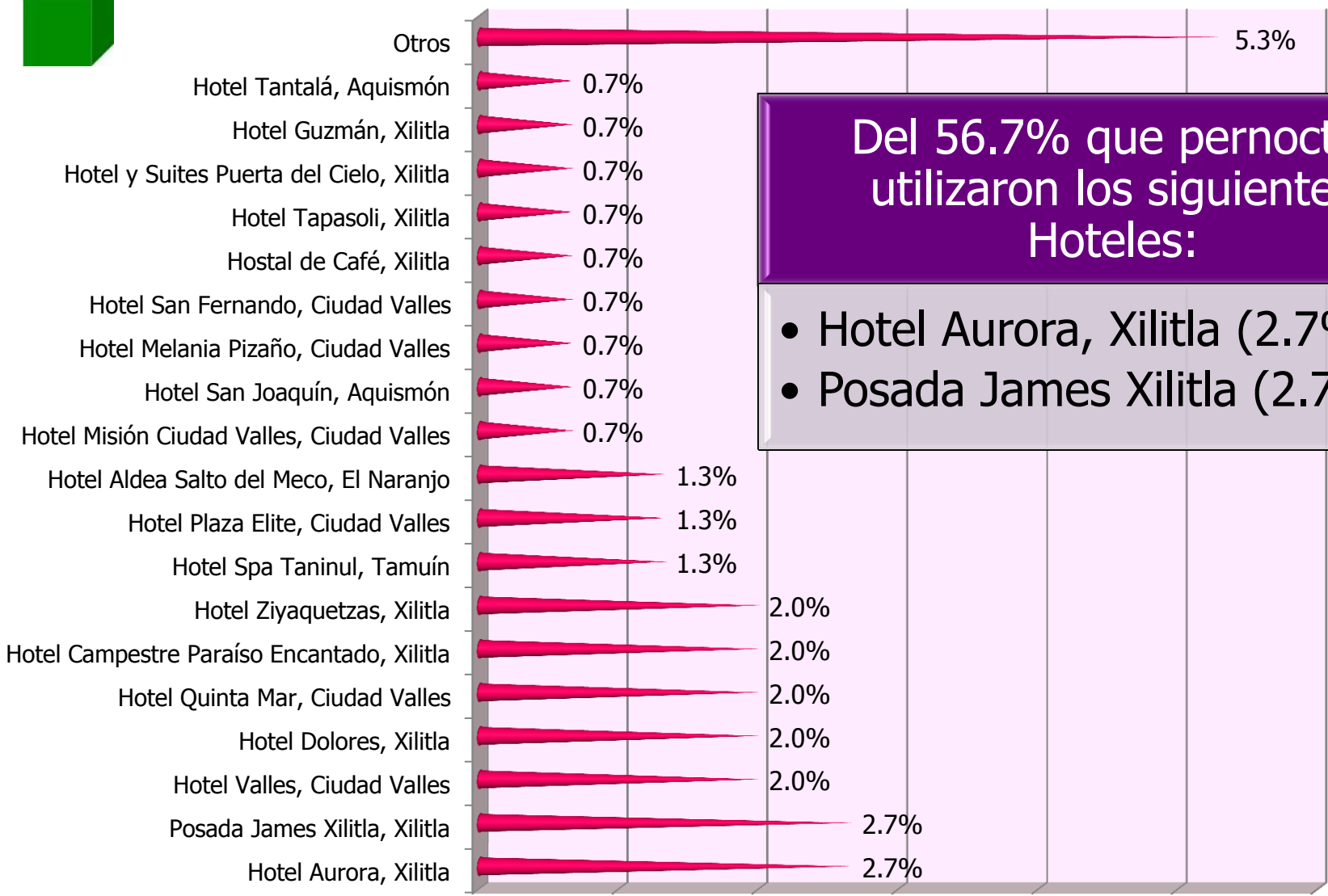
Lugar de Hospedaje del Visitante



Una gran cantidad de los visitantes pernoctan en algún hotel de esta región (56.7%)

El 19.3% prefiere casas de Familiares y amigos

Principales Hoteles de Pernocta del visitante

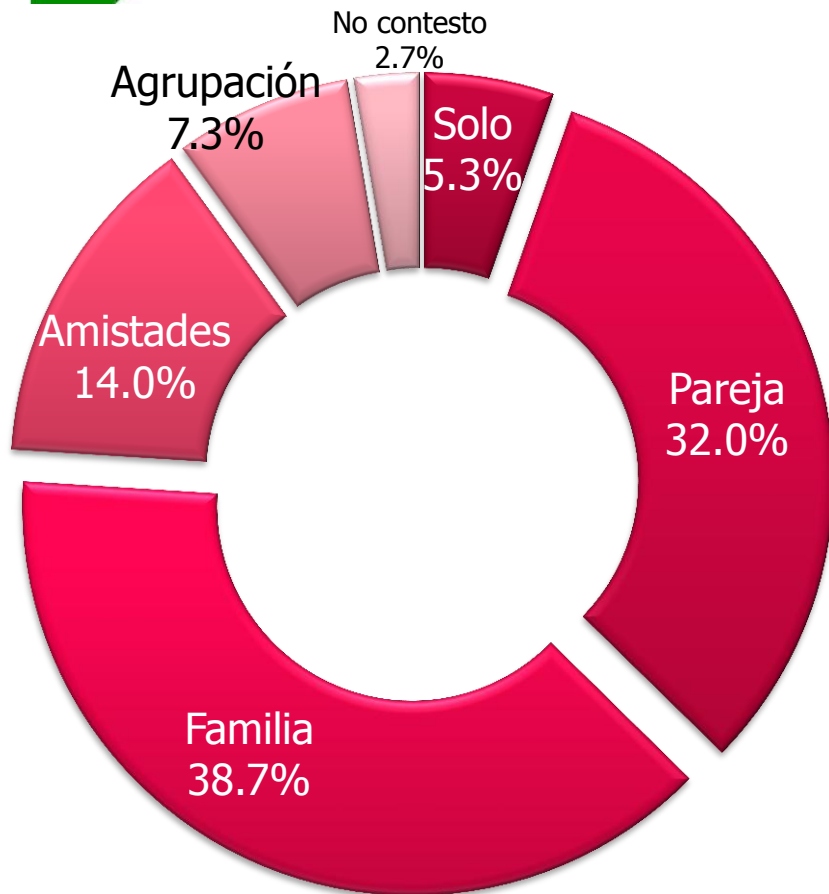


Del 56.7% que pernocta, utilizaron los siguientes Hoteles:

- Hotel Aurora, Xilitla (2.7%)
- Posada James Xilitla (2.7%)

Nota: La diferencia para el 56.7% que se hospedaron en hotel corresponde al No Contesto.

Forma de Viajar del Visitante

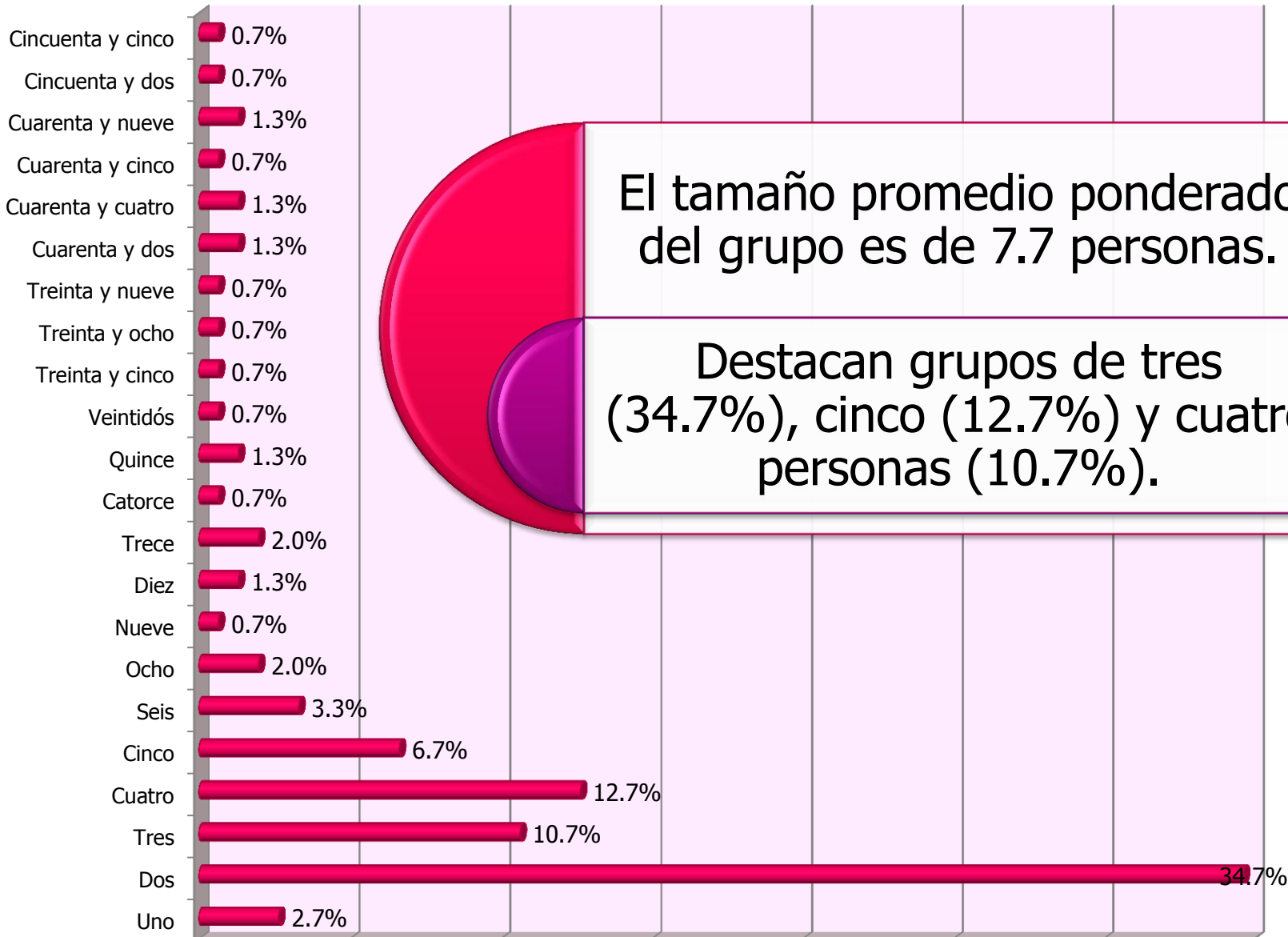


El 38.7% realiza este viaje con su familia.

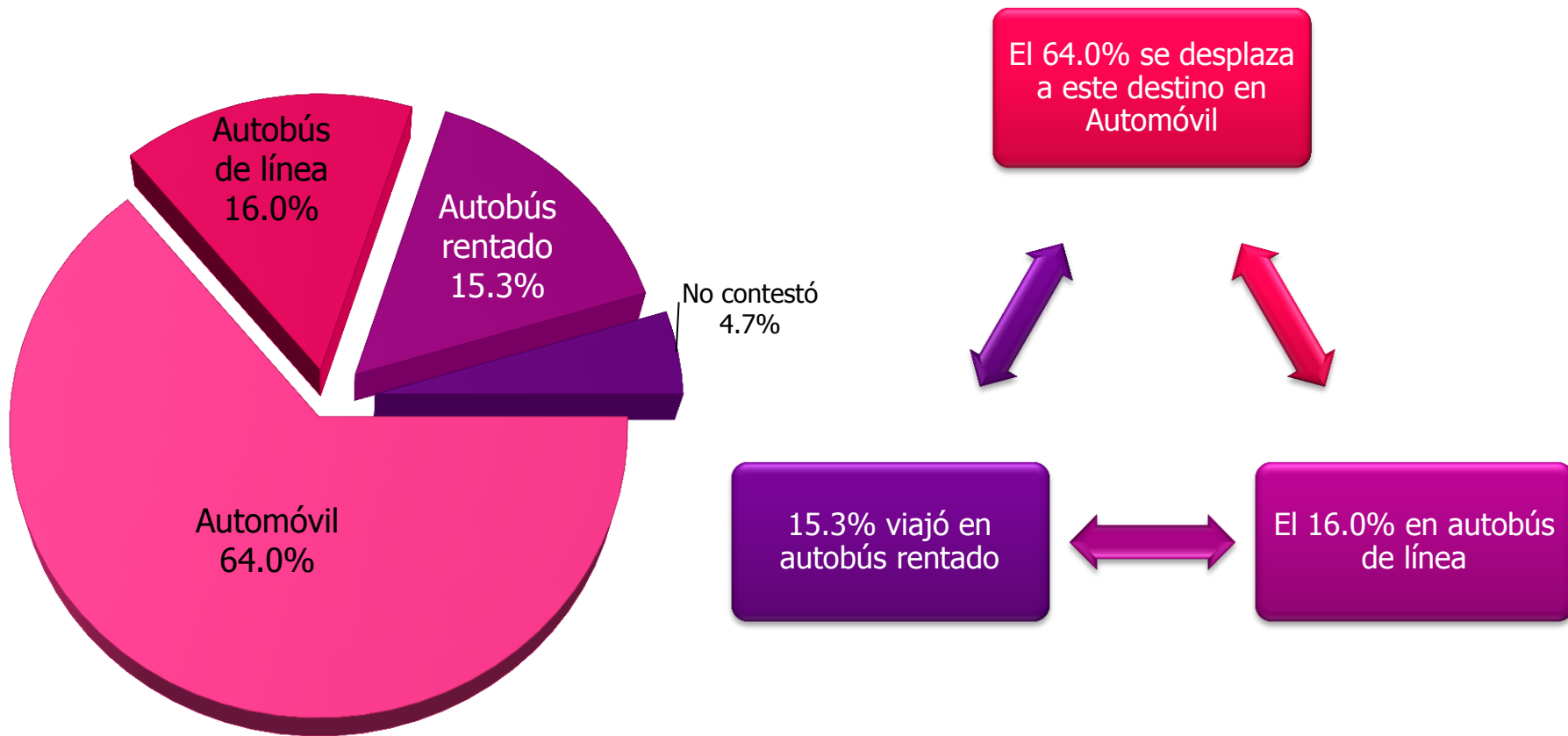
El 32.0% viaja con su pareja

14.0% se acompañó con Amistades

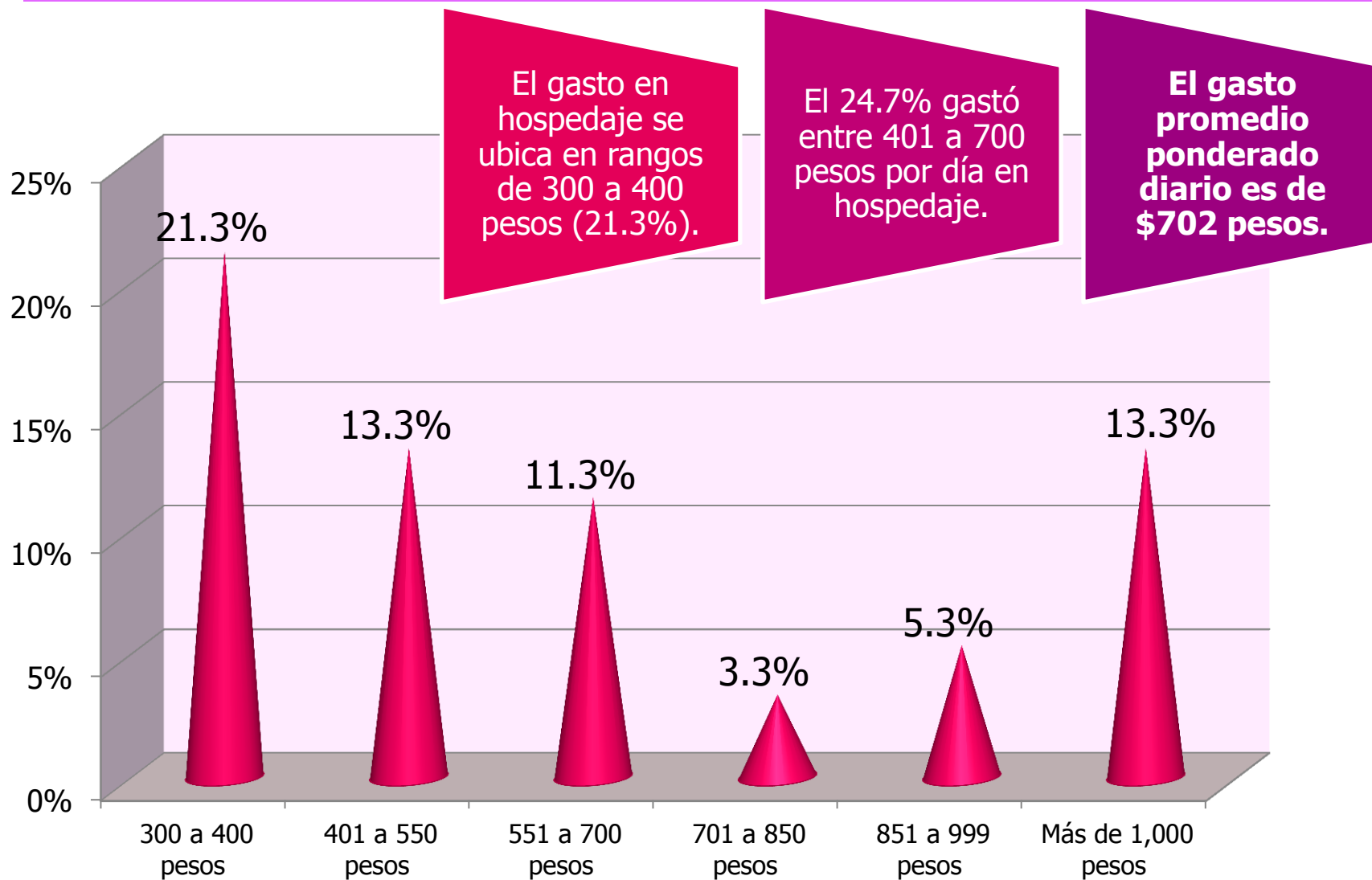
Número de Acompañantes en su Visita



Medio de Transporte Utilizado por el Visitante



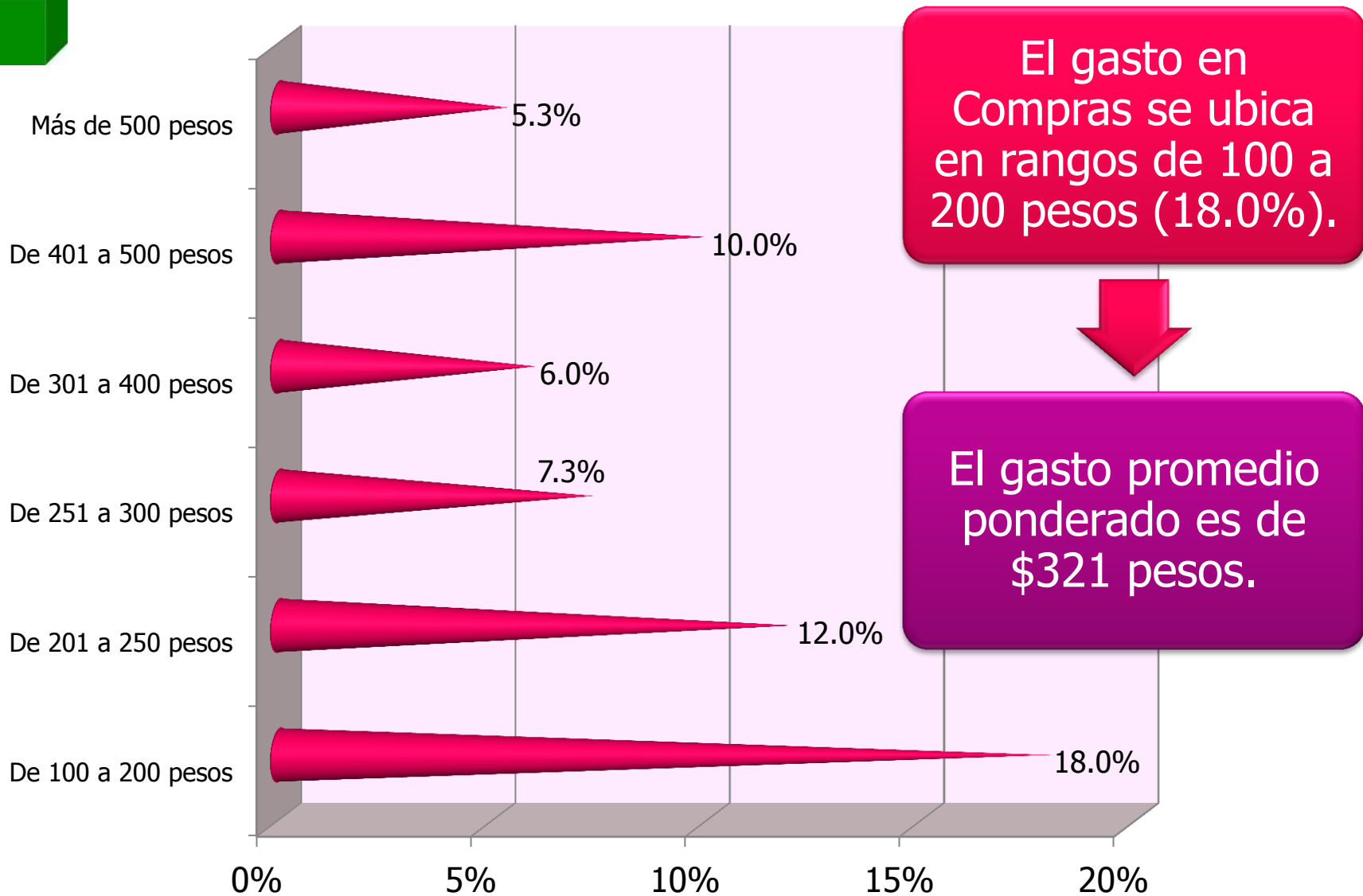
Gasto Promedio - Hospedaje



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

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

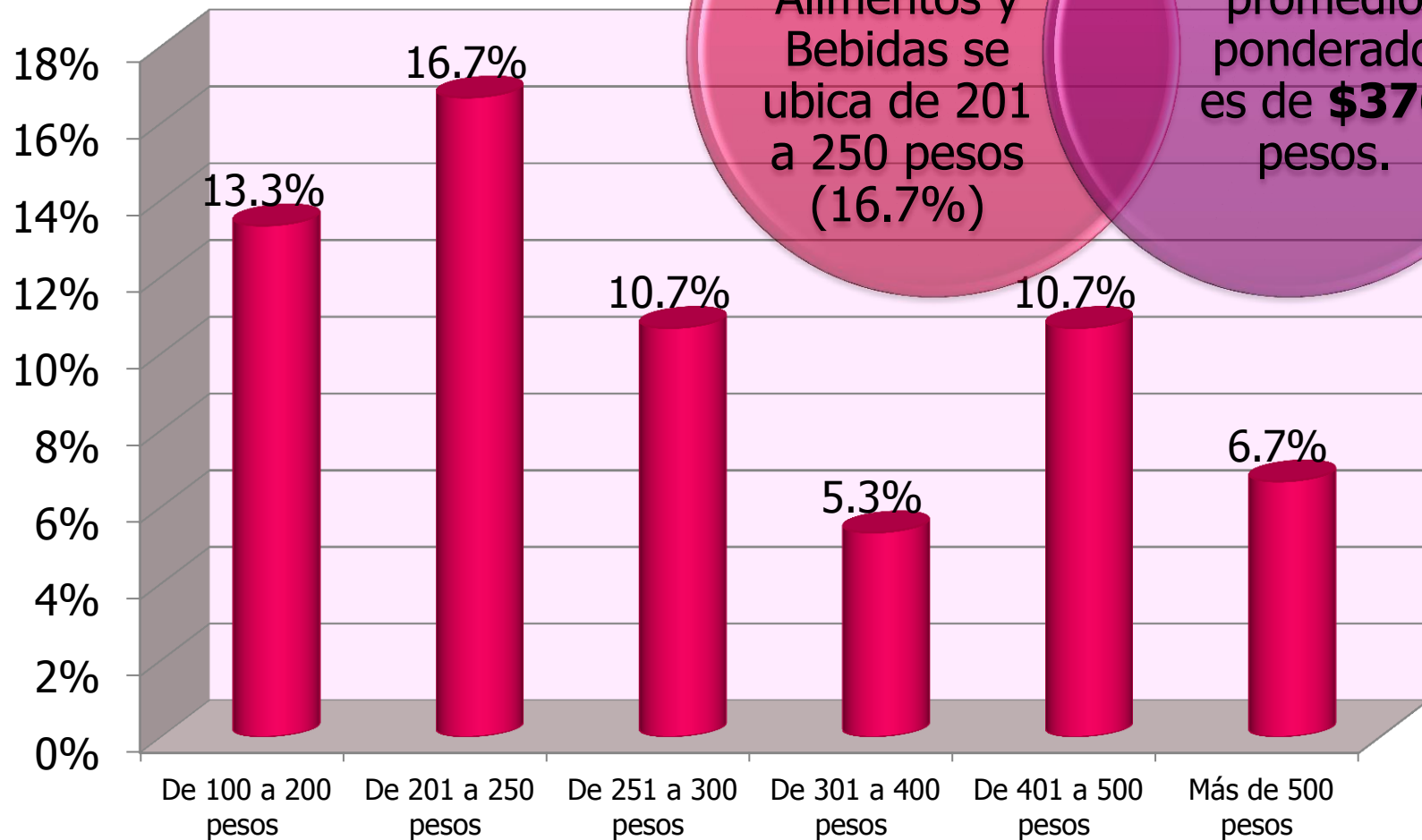
Gasto Promedio - Compras



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

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

Gasto Promedio – Alimentos y Bebidas



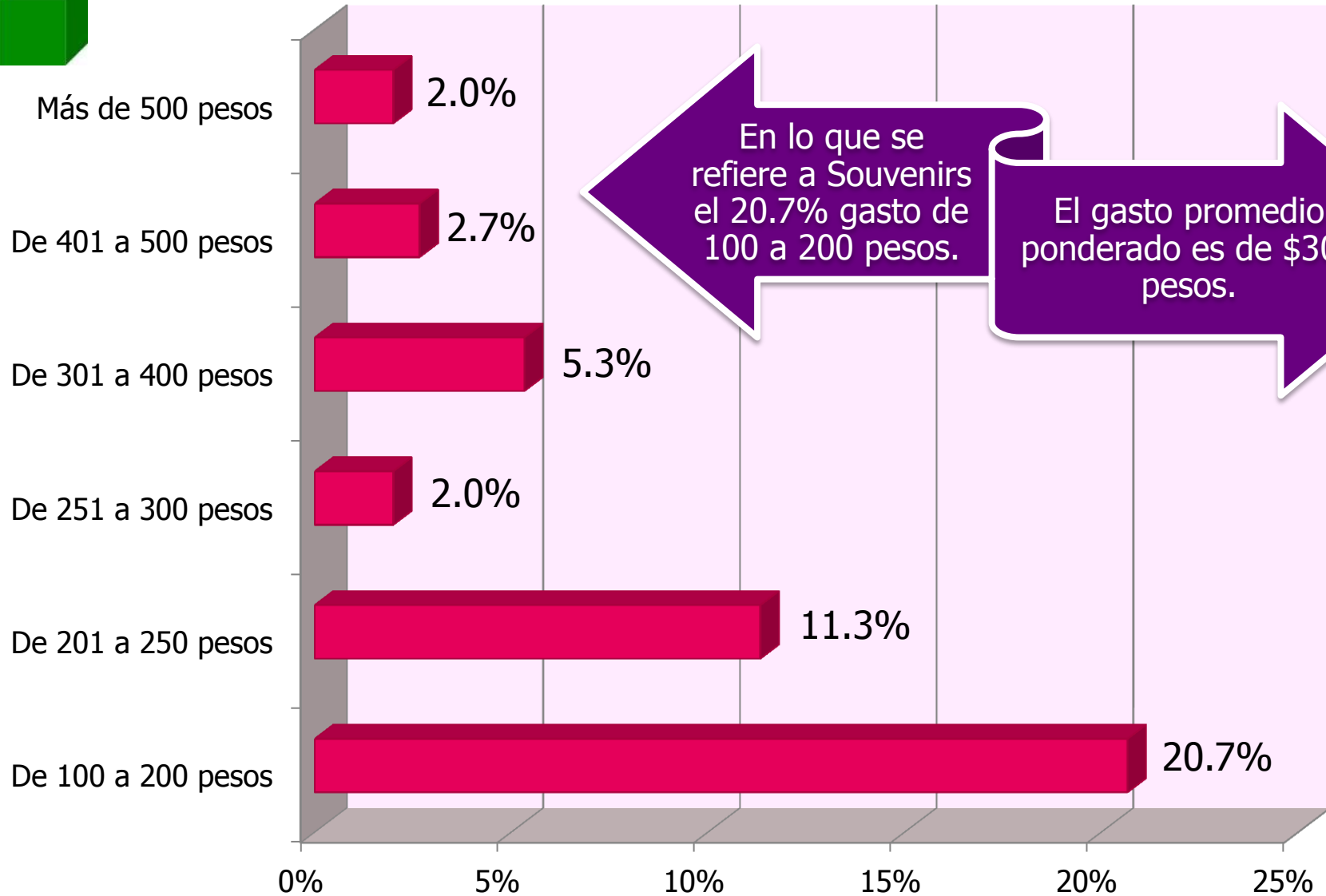
El mayor gasto de Alimentos y Bebidas se ubica de 201 a 250 pesos (16.7%)

El gasto promedio ponderado es de **\$376 pesos.**

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

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

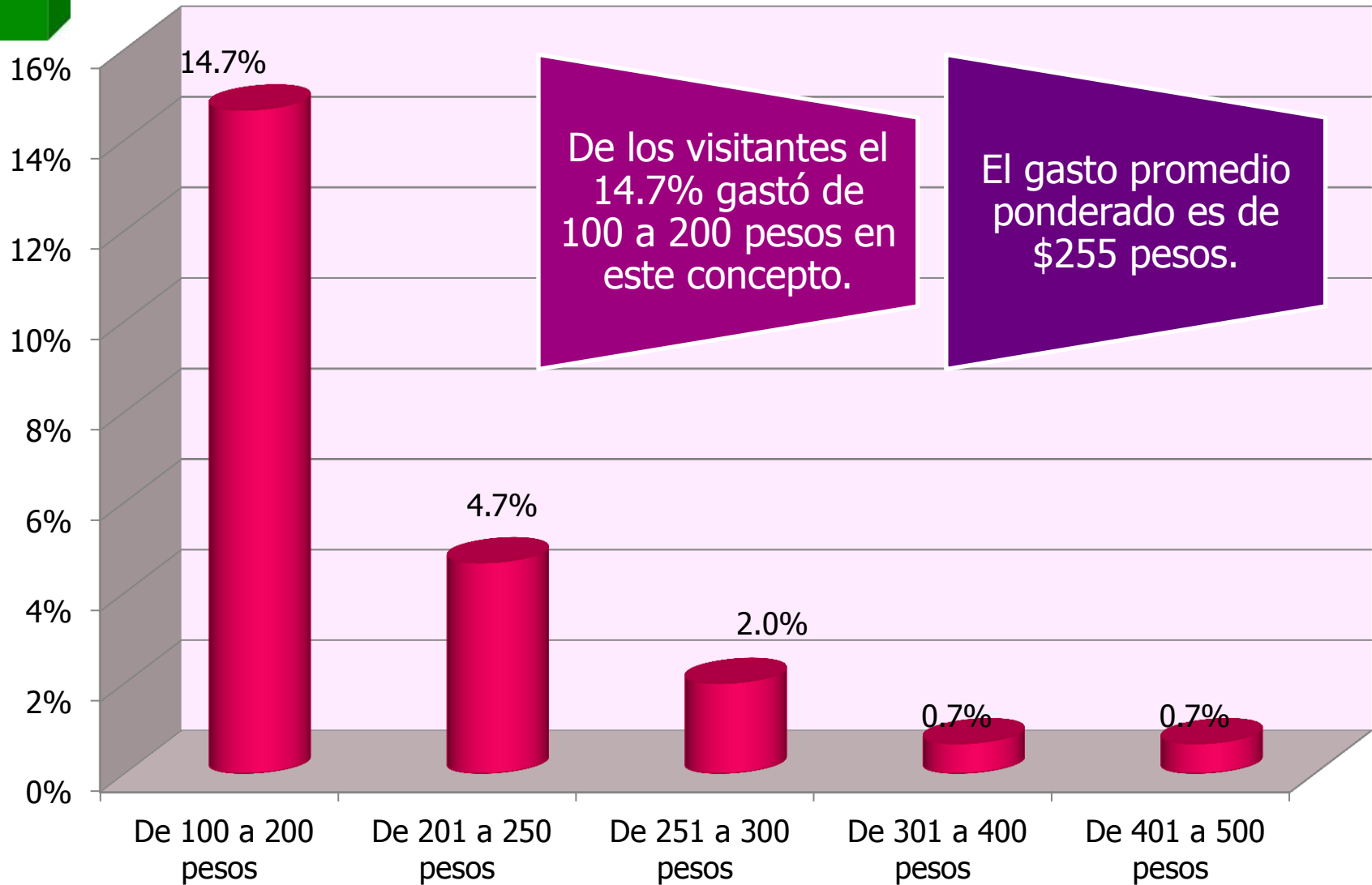
Gasto Promedio - Souvenirs



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

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

Gasto Promedio – Transportación Local



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

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

Gasto Promedio – Gasolina



De los visitantes el 10.7% gastó más de 500 pesos en este concepto.

El gasto promedio ponderado es de \$406 pesos.

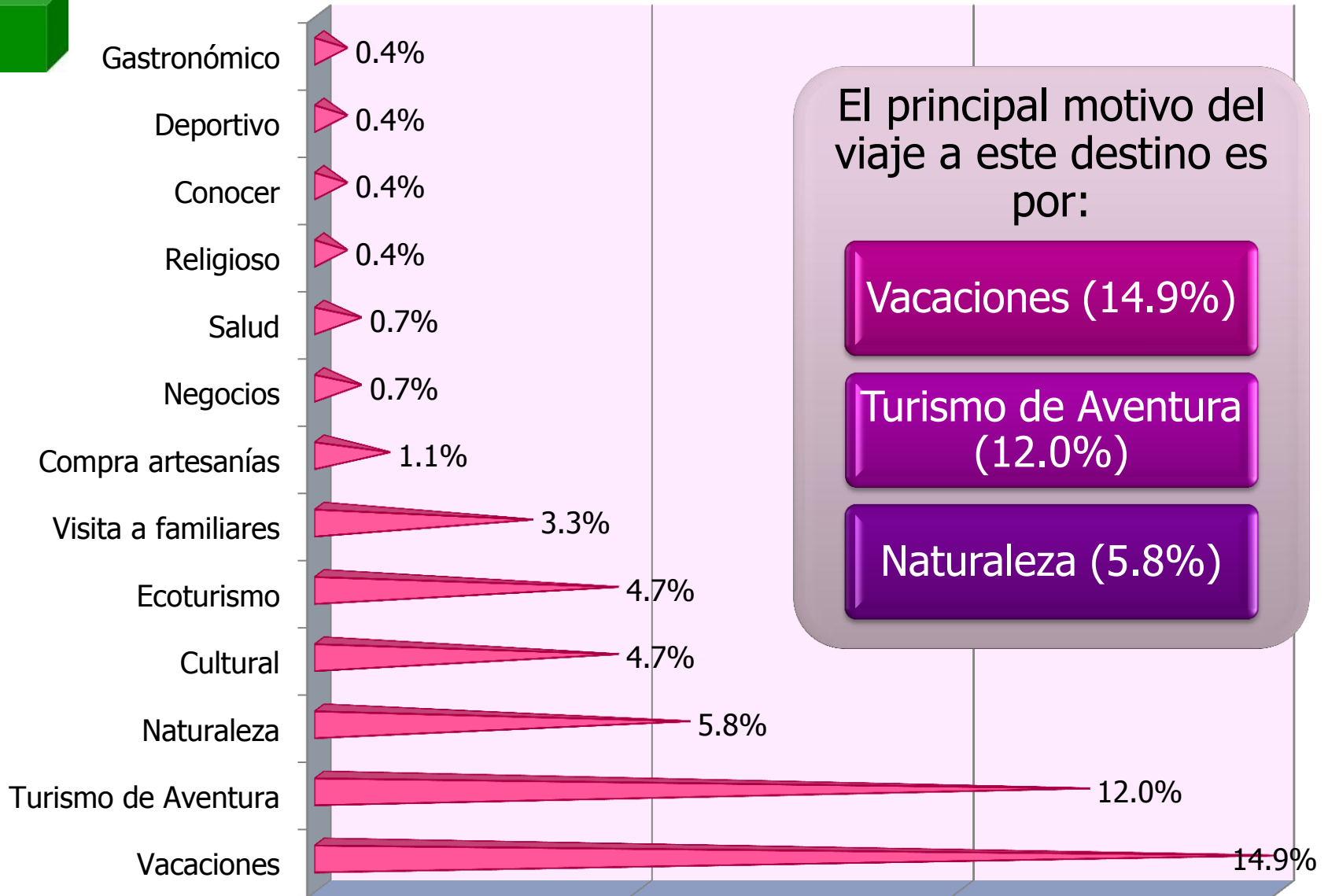
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

Gasto Total Promedio Ponderado



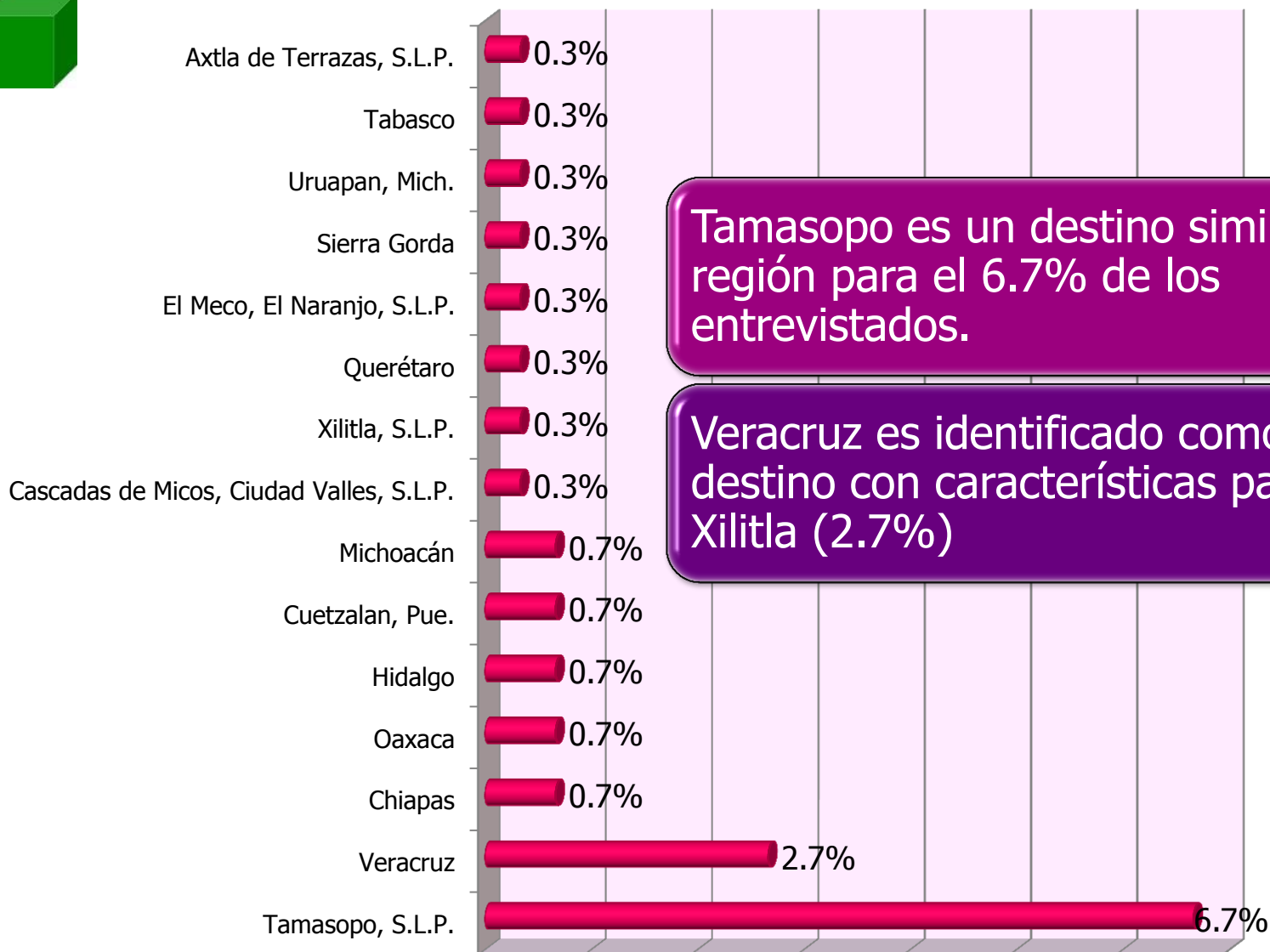
Razón Principal de Viaje



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

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

Sitios con los que Comparan a la Región



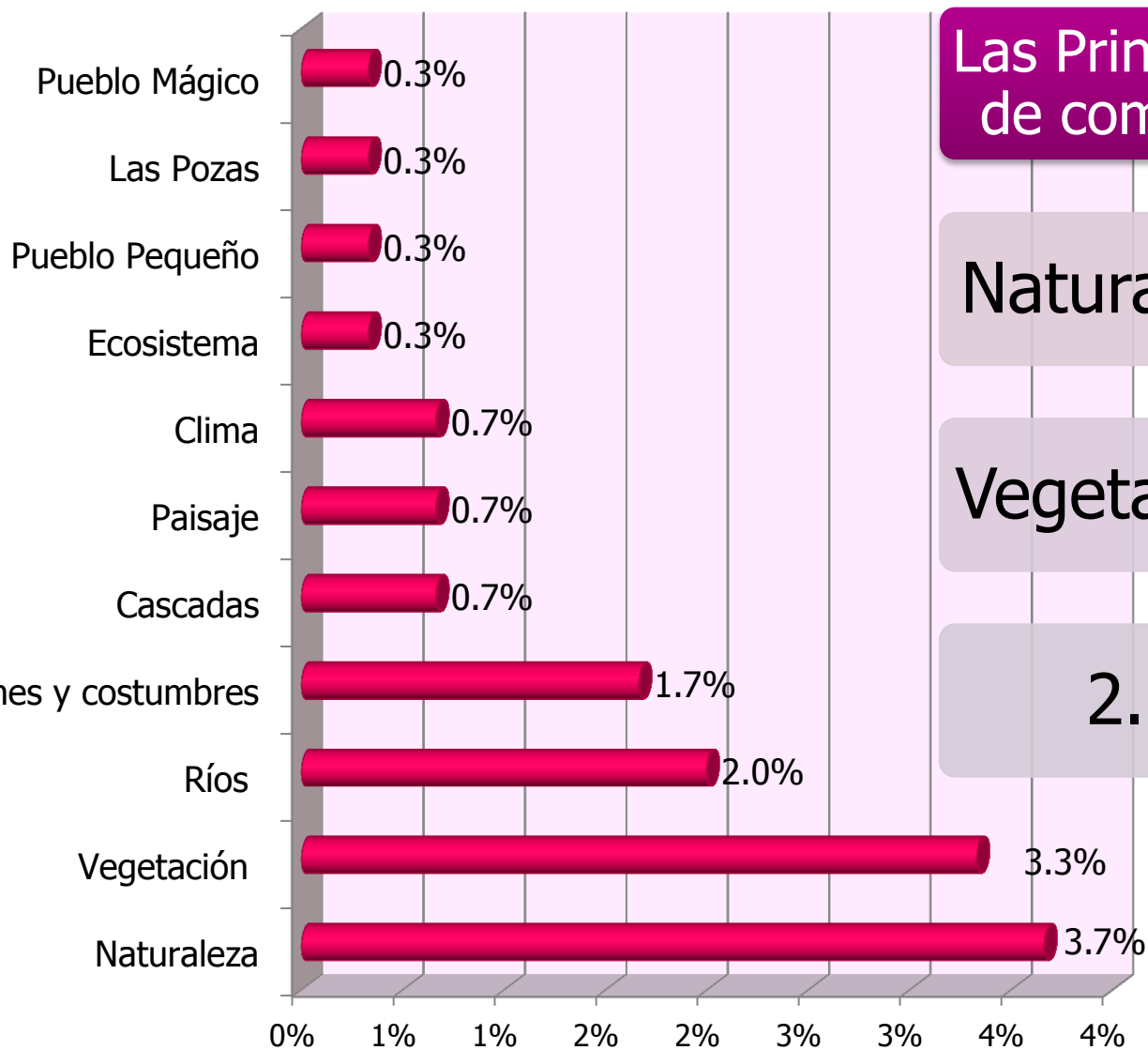
Tamasopo es un destino similar a la región para el 6.7% de los entrevistados.

Veracruz es identificado como otro destino con características parecidas a Xilitla (2.7%)

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

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

Razones de Comparación con Otro Destino



Las Principales razones de comparación son:

Naturaleza (3.7%)

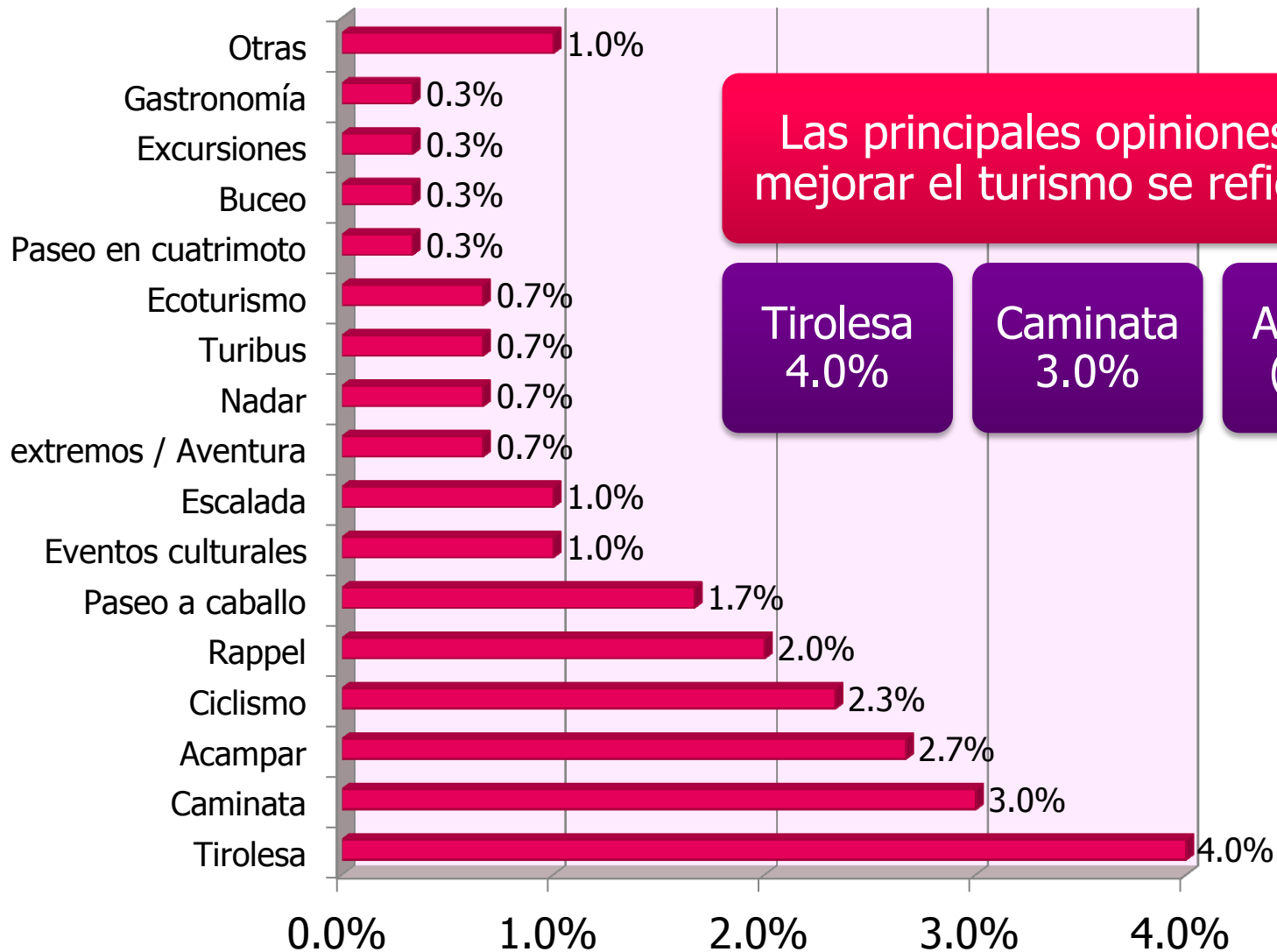
Vegetación (3.3%)

2.0% Ríos

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

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

Propuesta de Actividades que podrían desarrollarse



Las principales opiniones para mejorar el turismo se refieren a:

Tirolesa
4.0%

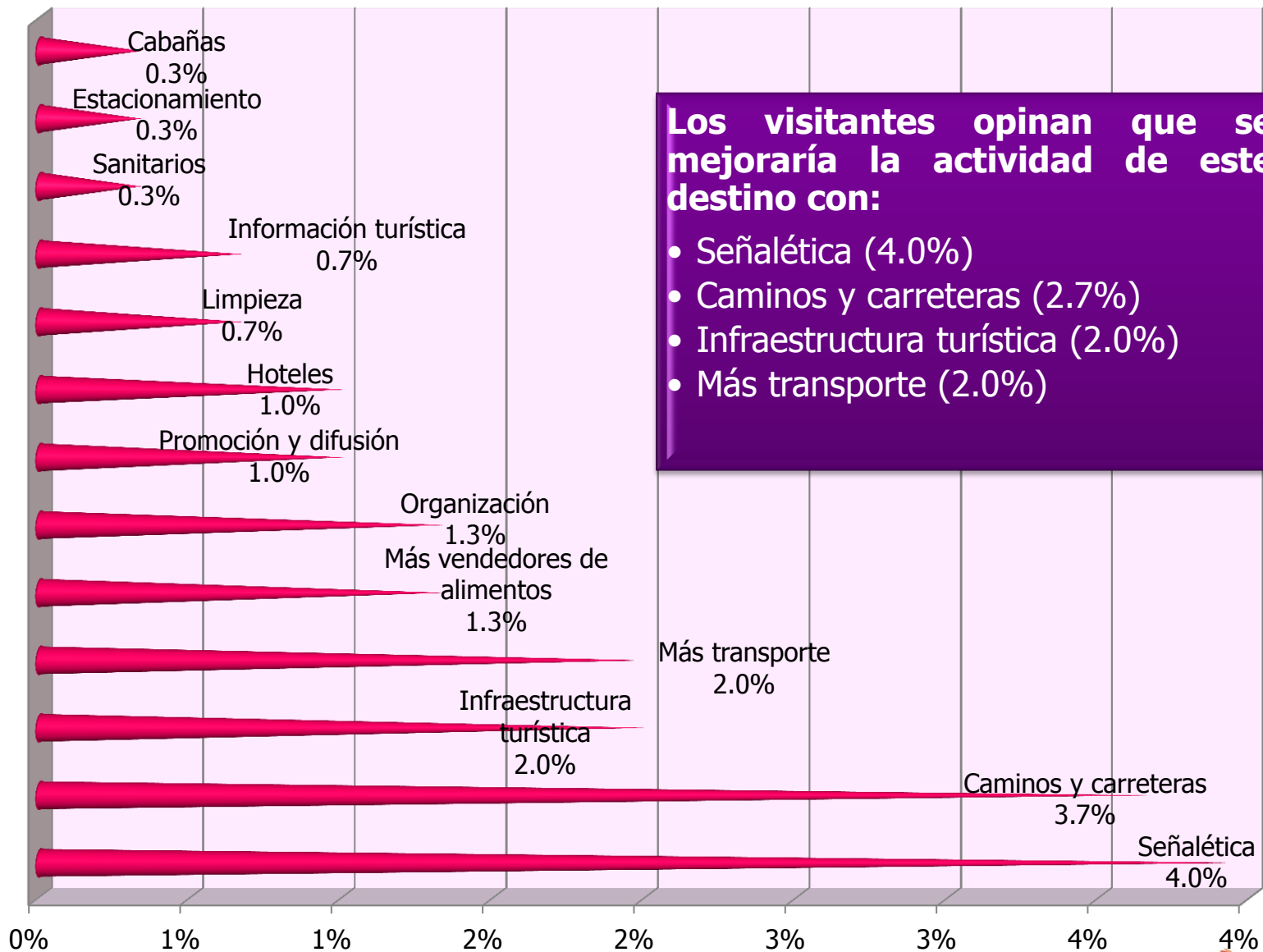
Caminata
3.0%

Acampar
(2.7%)

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

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

Opinión para Mejorar Turísticamente la Región



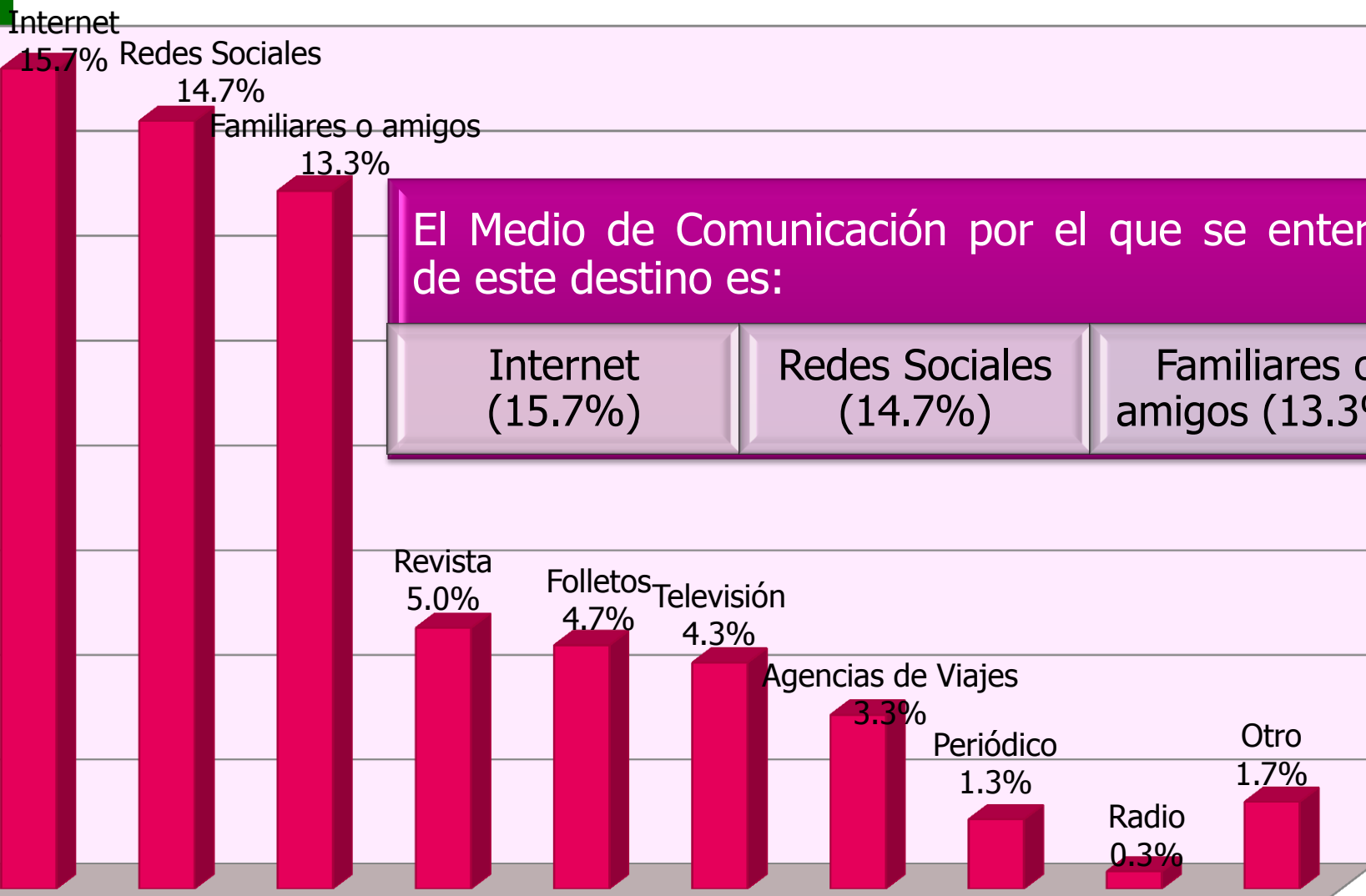
Los visitantes opinan que se mejoraría la actividad de este destino con:

- Señalética (4.0%)
- Caminos y carreteras (2.7%)
- Infraestructura turística (2.0%)
- Más transporte (2.0%)

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

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

Medio por el que se entero o Conoce de la Región



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

Internet
(15.7%)

Redes Sociales
(14.7%)

Familiares o
amigos (13.3%)

Revista
5.0%

Folletos
4.7%

Televisión
4.3%

Agencias de Viajes
3.3%

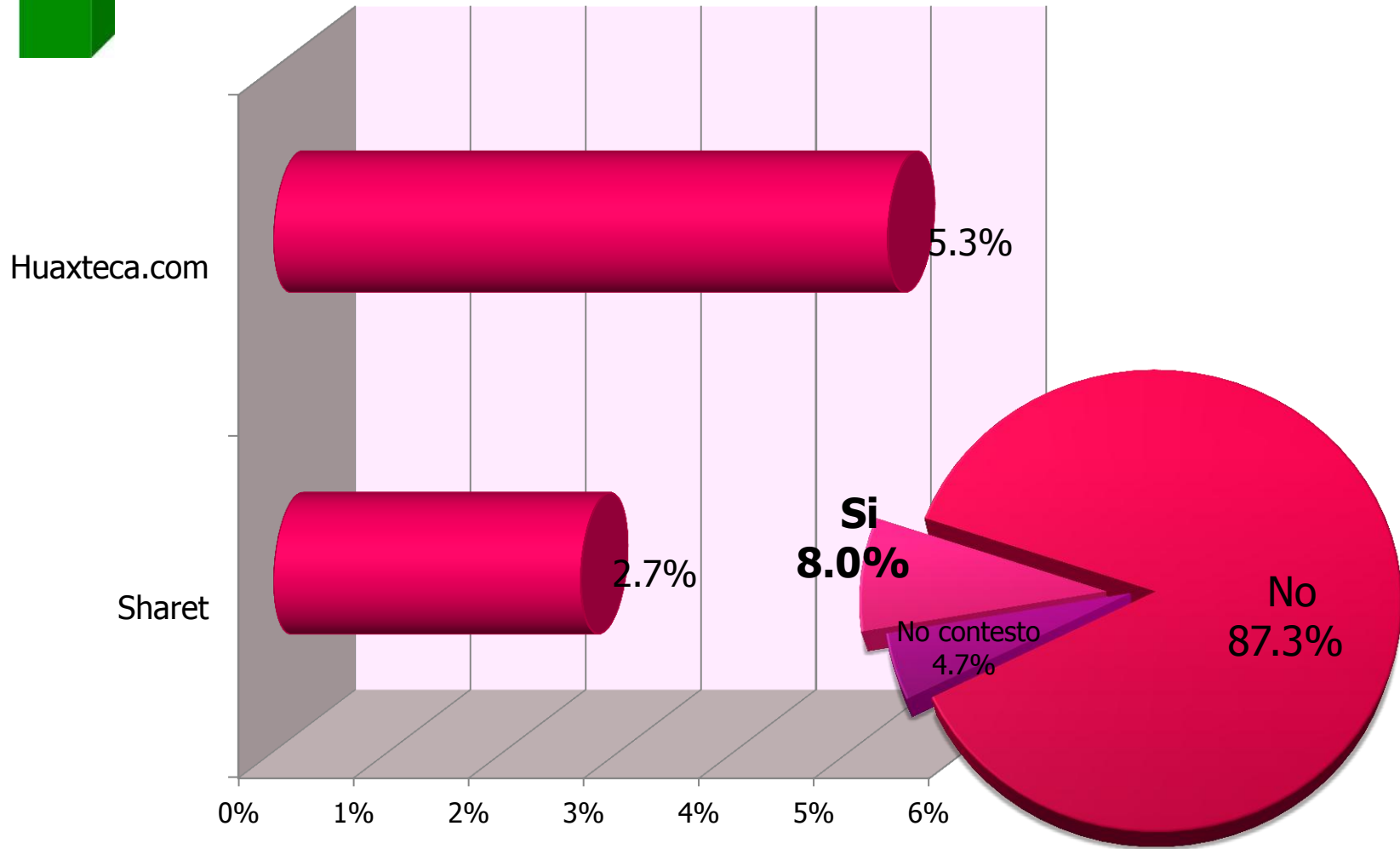
Periódico
1.3%

Radio
0.3%

Otro
1.7%

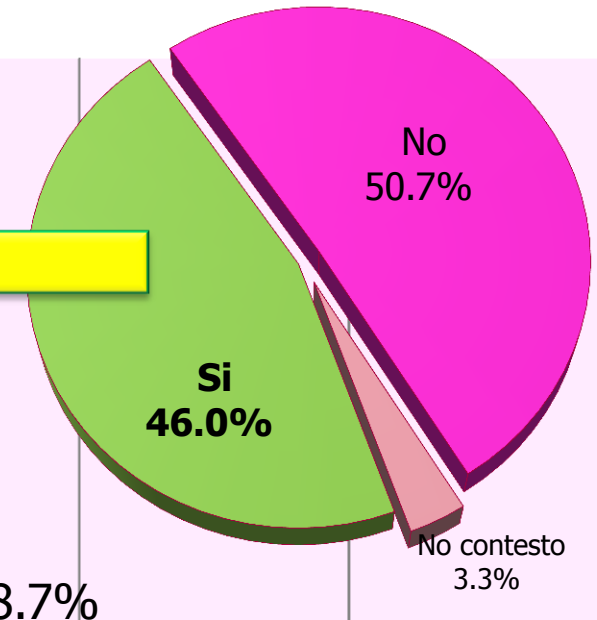
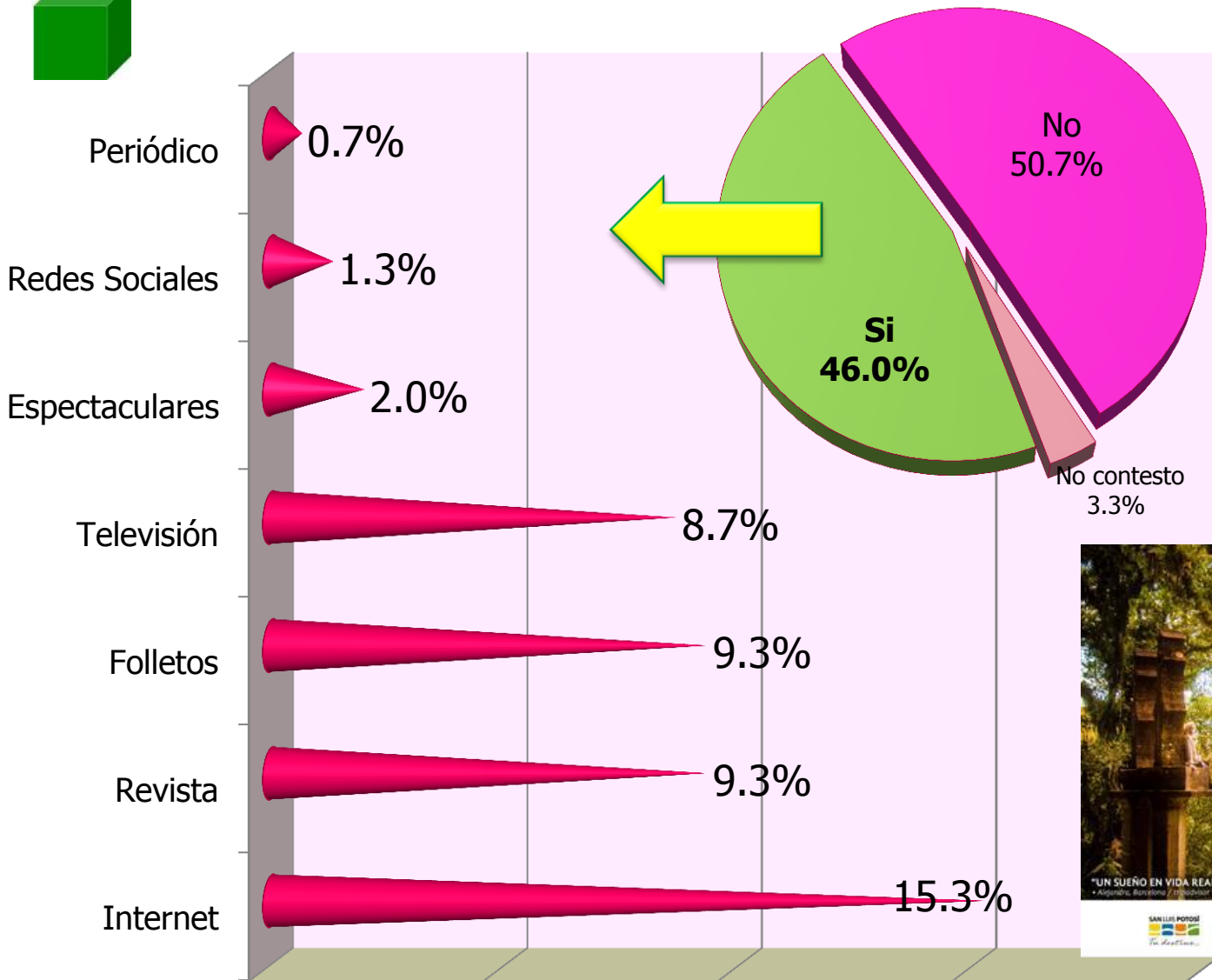
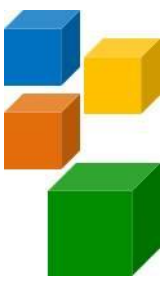
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

Contratación de algún Operador durante su Visita



Recordación de la Publicidad

"San Luis Potosí Tu Destino por Naturaleza"



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

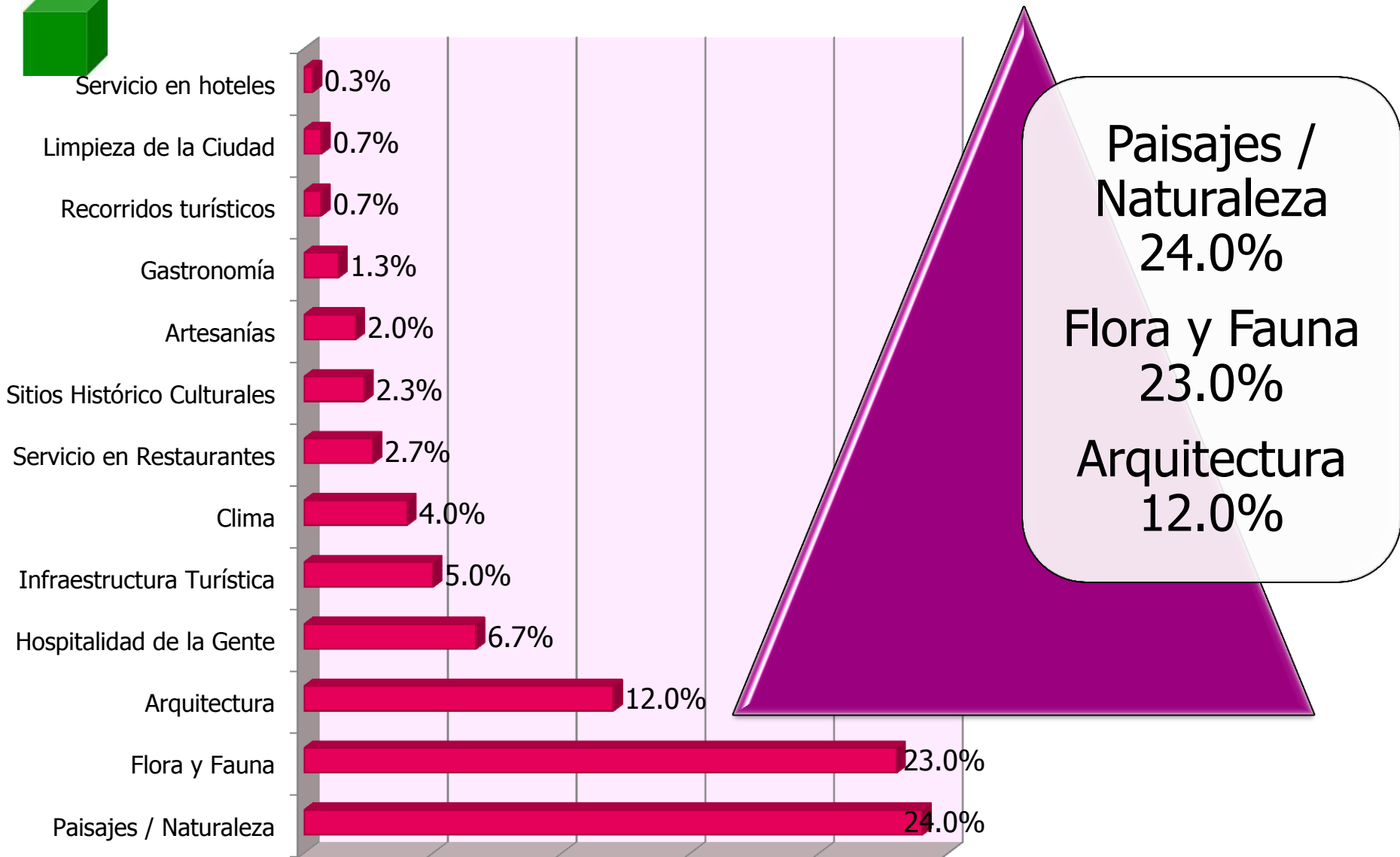
Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

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



Medio de Comunicación	Ciudad de México	Tamaulipas	Nuevo León	San Luis Potosí	Querétaro	Estado de México	Coahuila	Michoacán	Guanajuato	Veracruz	Jalisco	Hidalgo	Puebla	Agascalientes	Sonora	Zacatecas	Otro	Total
Internet	3.0%	1.7%	2.7%	0.7%	1.0%	1.0%	1.3%	1.0%	0.7%	0.7%	0.3%	0.3%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	↑ 15.7%
Redes Sociales	1.7%	2.0%	1.7%	1.3%	1.3%	2.0%	1.0%	0.7%	0.3%	0.3%	0.0%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.0%	1.0%	↑ 14.7%
Familiares o amigos	5.3%	1.3%	0.7%	1.0%	2.0%	0.7%	0.7%	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%	0.0%	↑ 13.3%
Revista	1.0%	0.3%	0.0%	1.3%	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%	0.7%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓ 5.0%
Folletos	1.0%	0.0%	0.7%	0.7%	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	↓ 4.7%
Televisión	0.7%	1.3%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.7%	0.3%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	↓ 4.3%
Agencias de Viajes	0.7%	0.3%	0.7%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.3%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓ 3.3%
Periódico	0.0%	0.3%	0.0%	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%	0.3%	↓ 1.3%
Radio	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓ 0.3%
Otro	0.3%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	↓ 1.7%
No contesto	6.3%	5.3%	4.7%	3.0%	3.0%	1.3%	3.3%	1.7%	1.0%	1.0%	1.3%	0.7%	0.3%	0.3%	0.0%	0.3%	2.0%	35.7%
Total	20.0%	12.7%	11.3%	8.7%	8.0%	6.7%	6.7%	6.0%	3.3%	3.3%	2.7%	2.0%	1.3%	0.7%	0.7%	0.7%	5.3%	100.0%

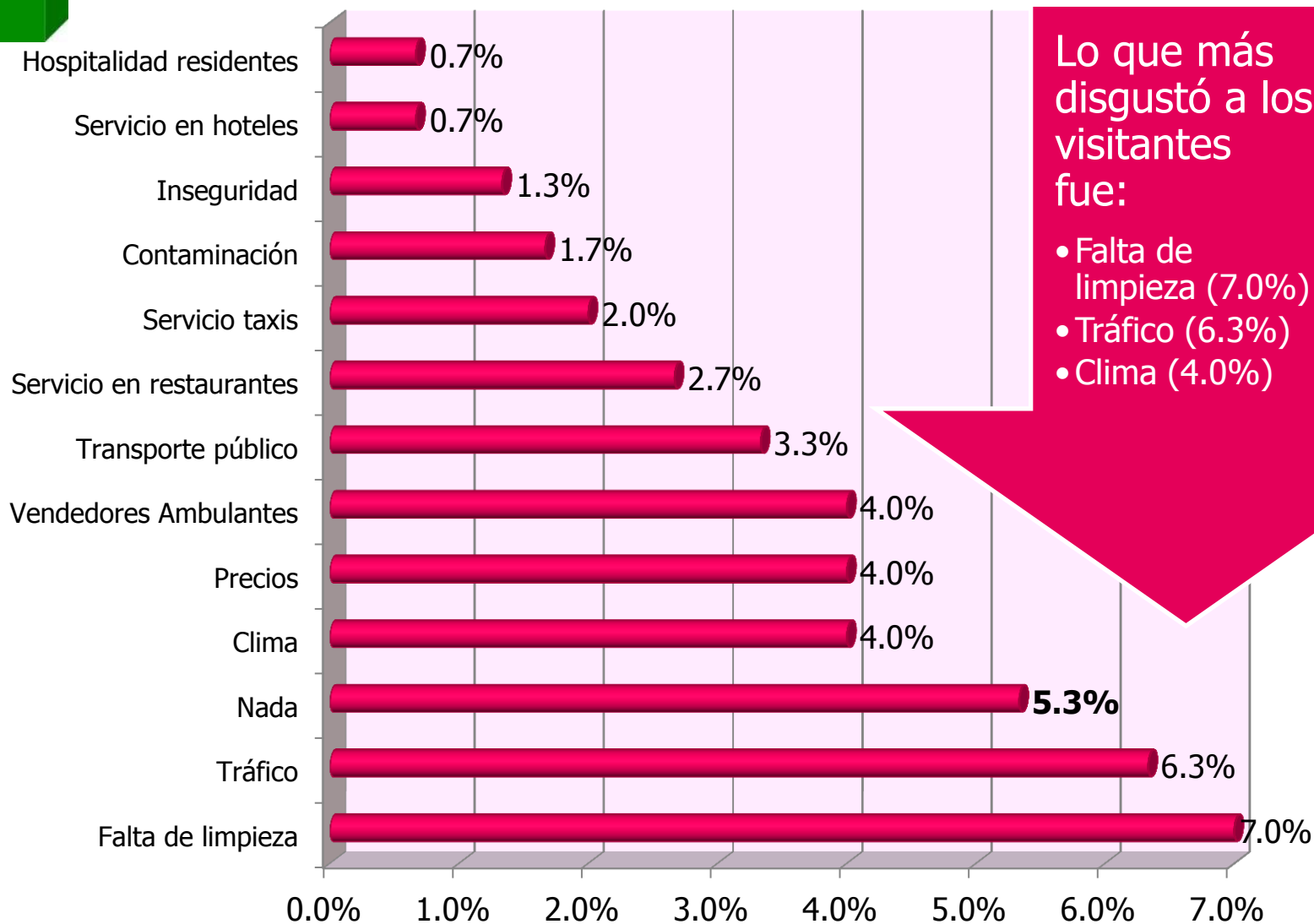
Lo que más Gustó a los Visitantes durante su visita a la Región



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

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

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



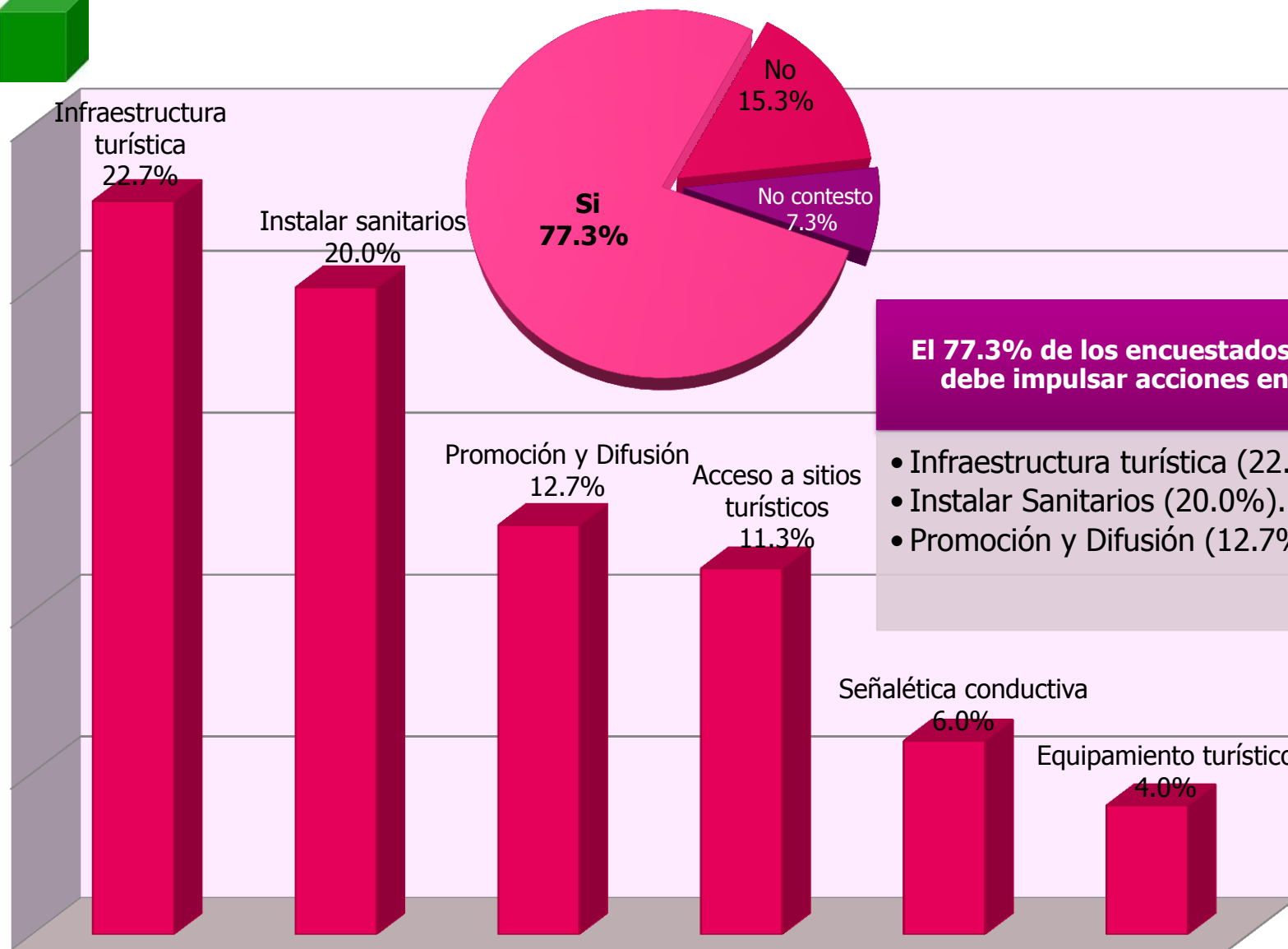
Lo que más disgustó a los visitantes fue:

- Falta de limpieza (7.0%)
- Tráfico (6.3%)
- Clima (4.0%)

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

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

Opinión para Impulsar Acciones de Mejora en la Región



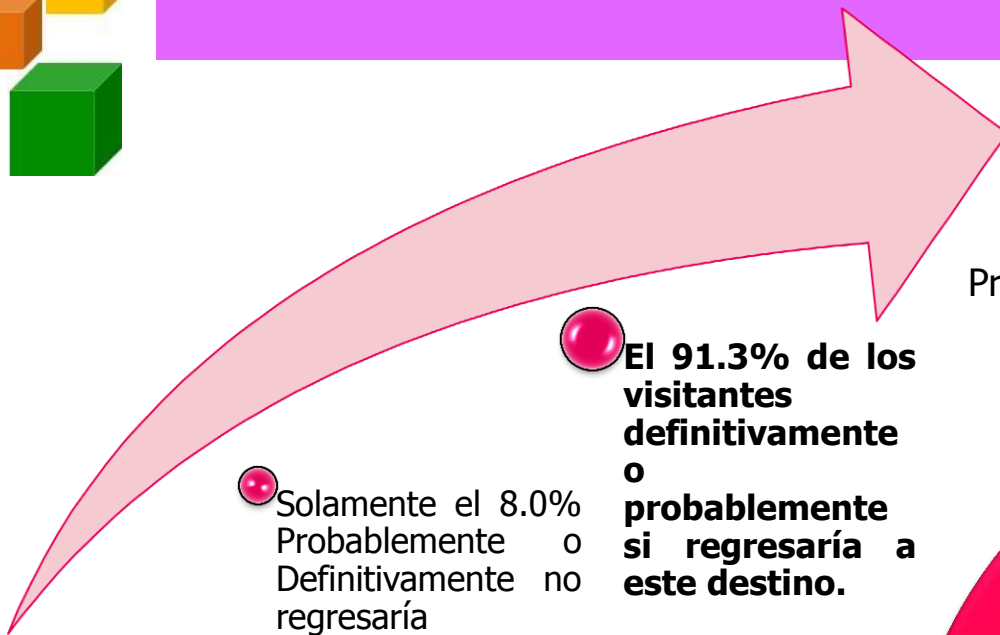
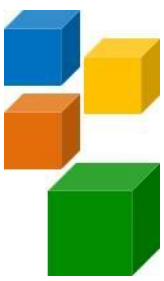
El 77.3% de los encuestados opina que se debe impulsar acciones en el destino:

- Infraestructura turística (22.7%).
- Instalar Sanitarios (20.0%).
- Promoción y Difusión (12.7%)

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

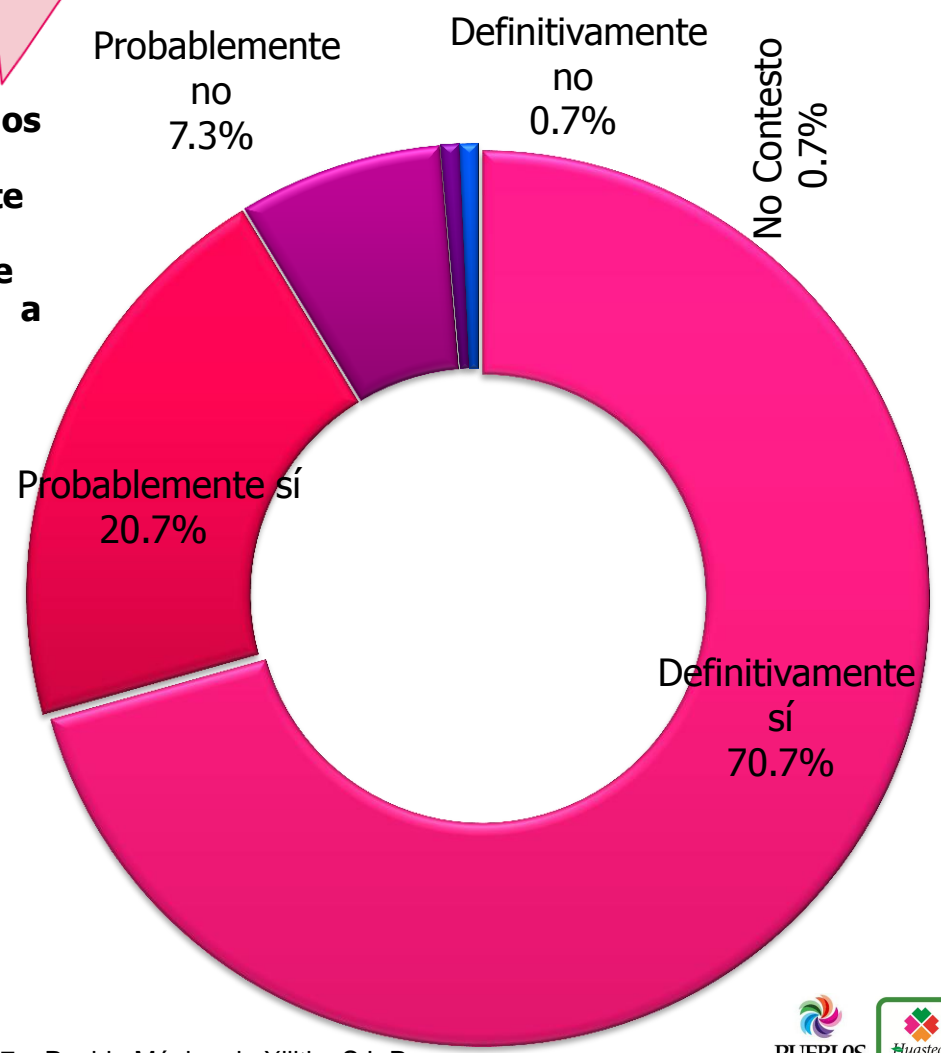
Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

Opinión de Regresar a San Luis Potosí

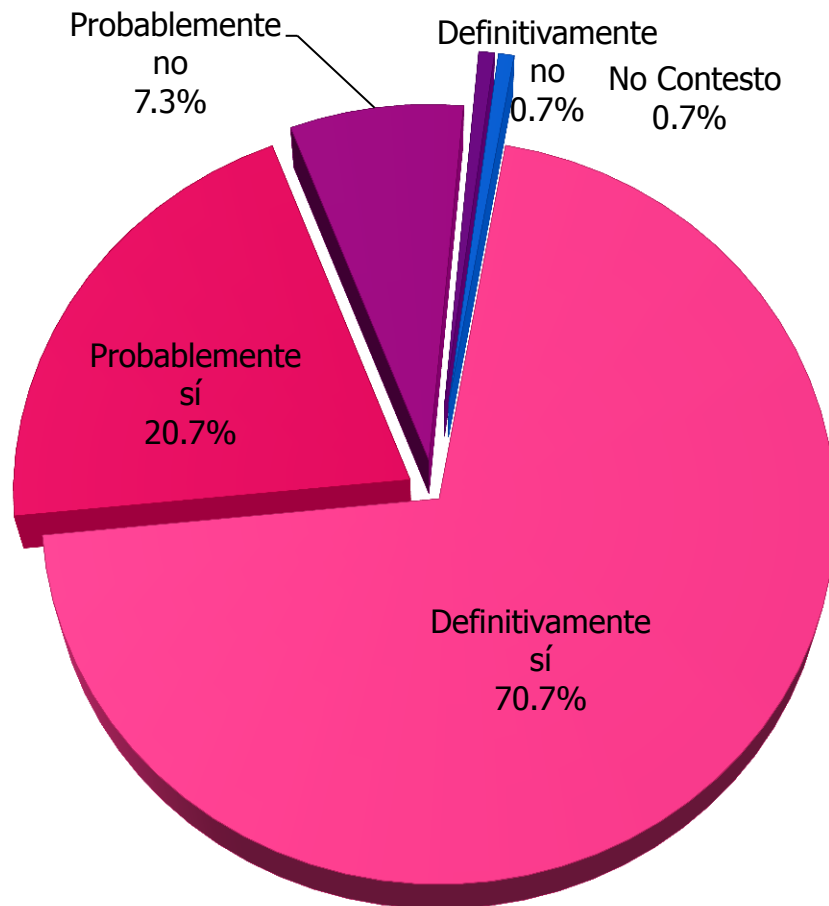


● Solamente el 8.0% Probablemente o Definitivamente no regresaría

● El 91.3% de los visitantes definitivamente o probablemente si regresaría a este destino.



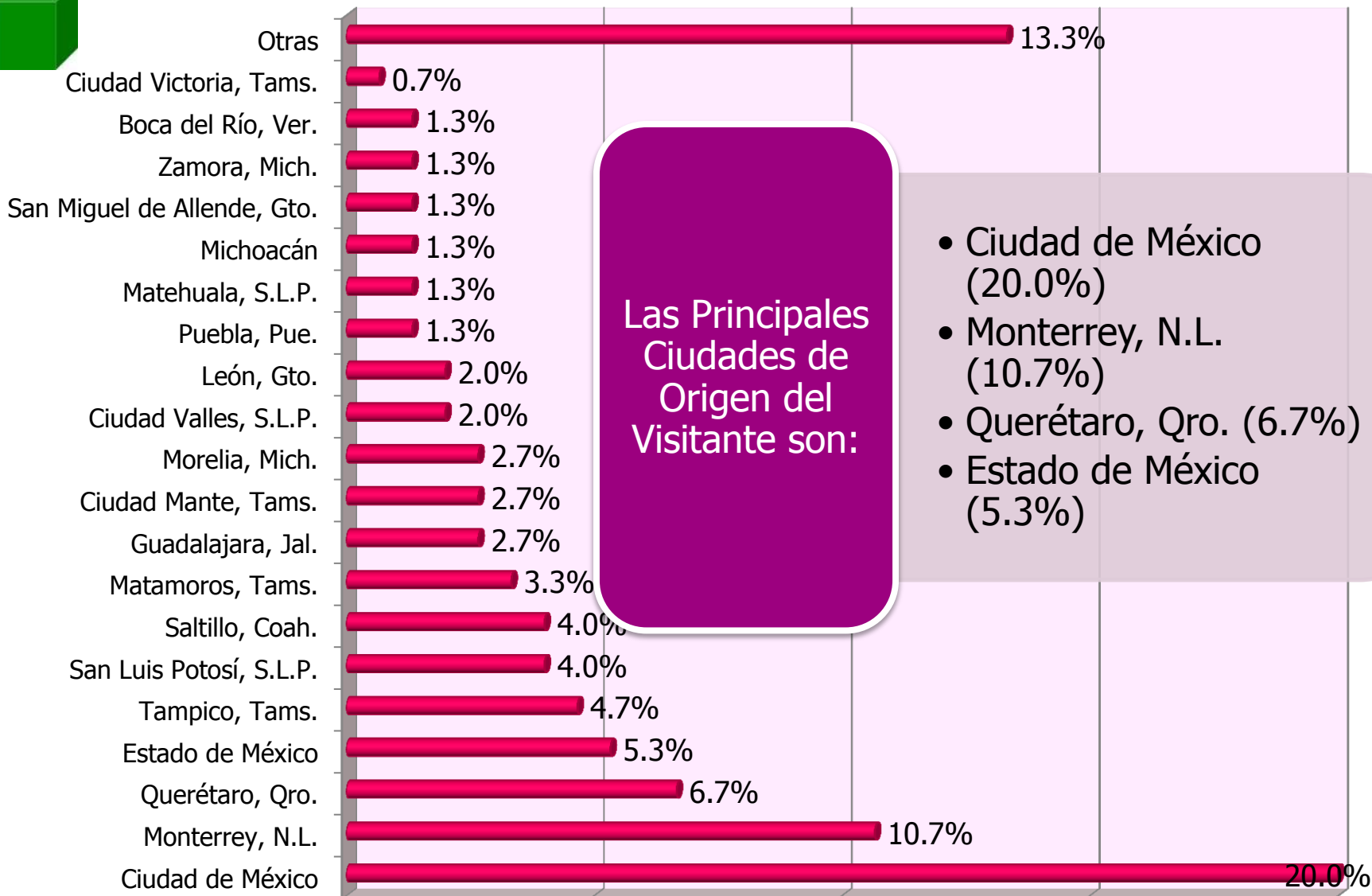
Opinión de Recomendar a San Luis Potosí



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

El 2.7% Probablemente o definitivamente no recomendaría el destino.

Principales Ciudades de Origen del Visitante



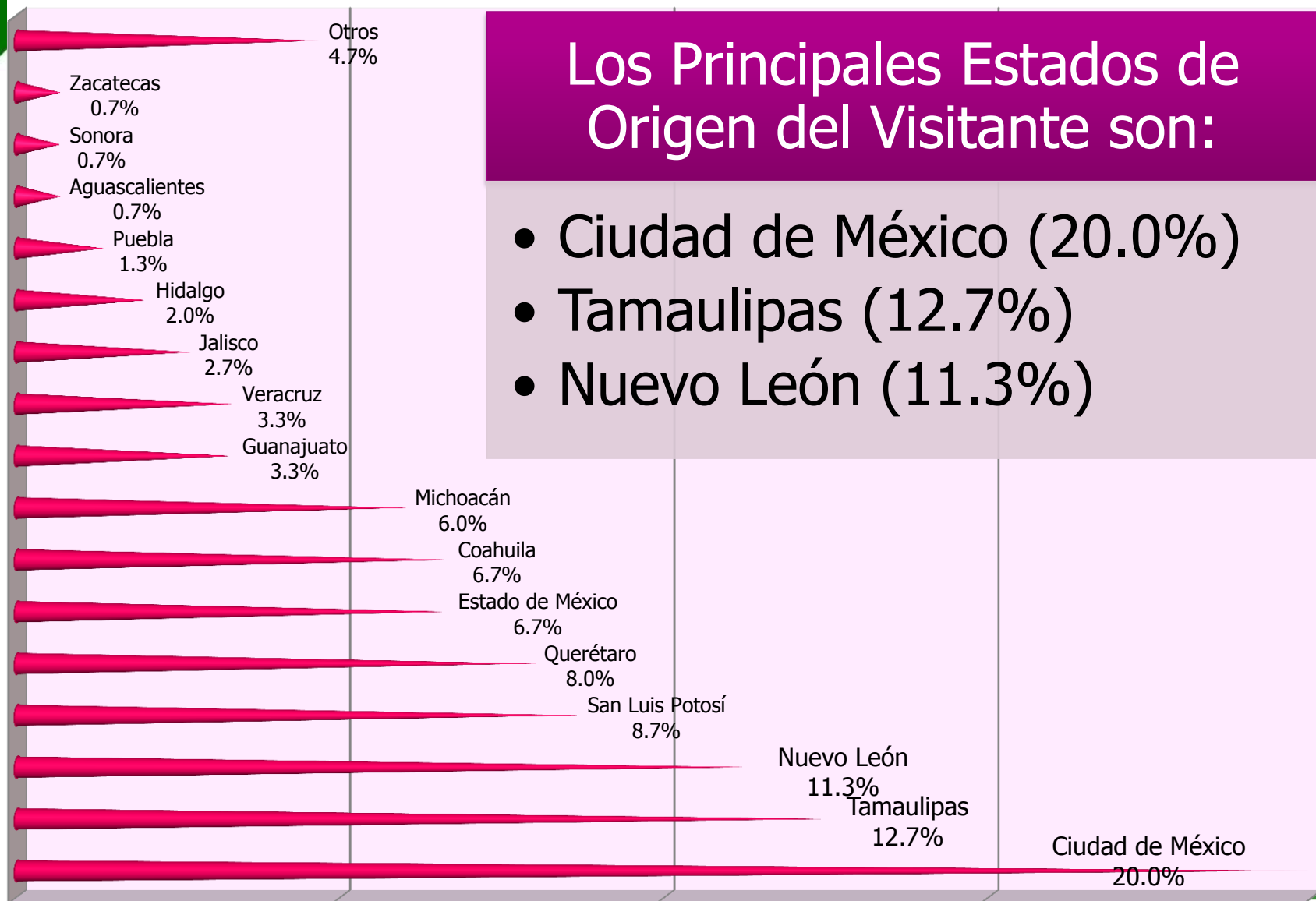
Las Principales Ciudades de Origen del Visitante son:

- Ciudad de México (20.0%)
- Monterrey, N.L. (10.7%)
- Querétaro, Qro. (6.7%)
- Estado de México (5.3%)

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

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

Principales Estados de Origen del Visitante



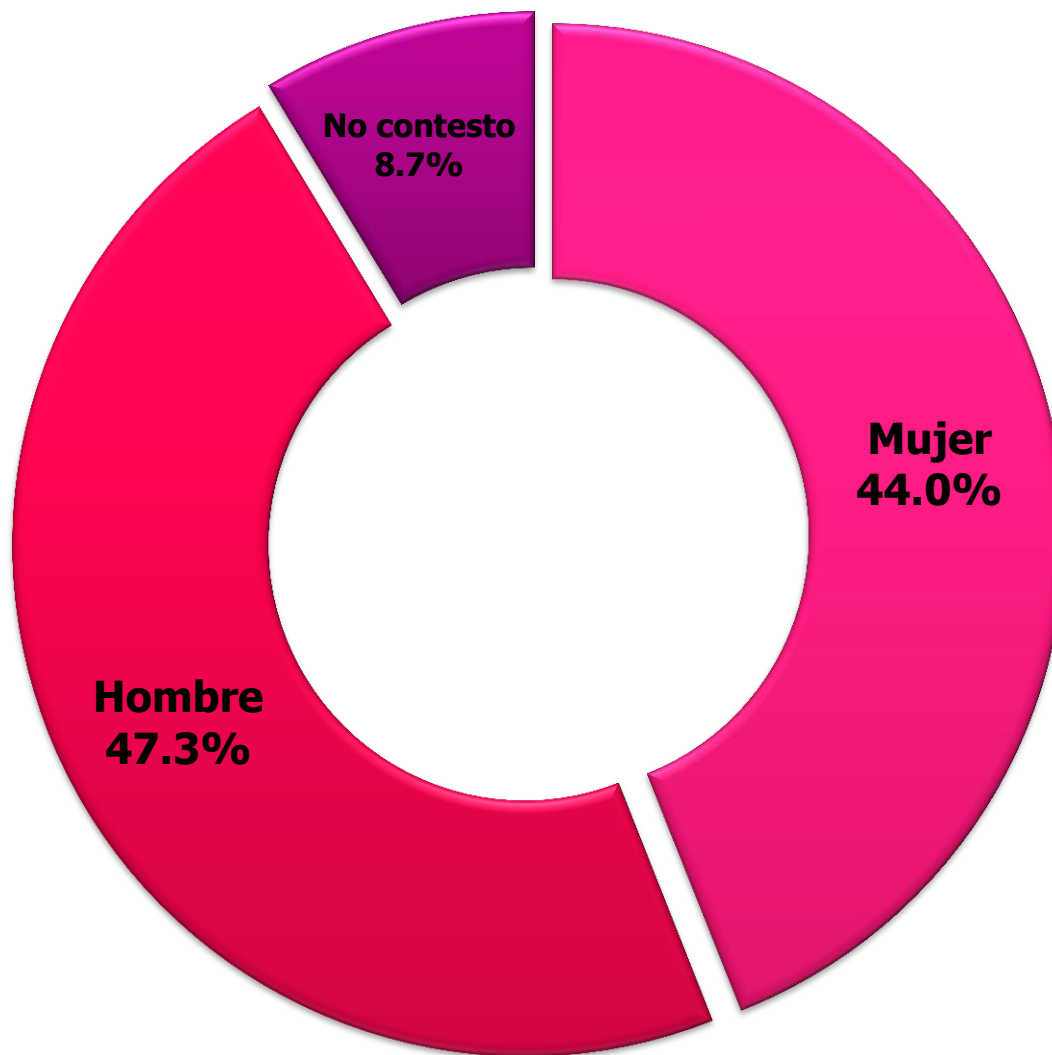
Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

- Ciudad de México (20.0%)
- Tamaulipas (12.7%)
- Nuevo León (11.3%)

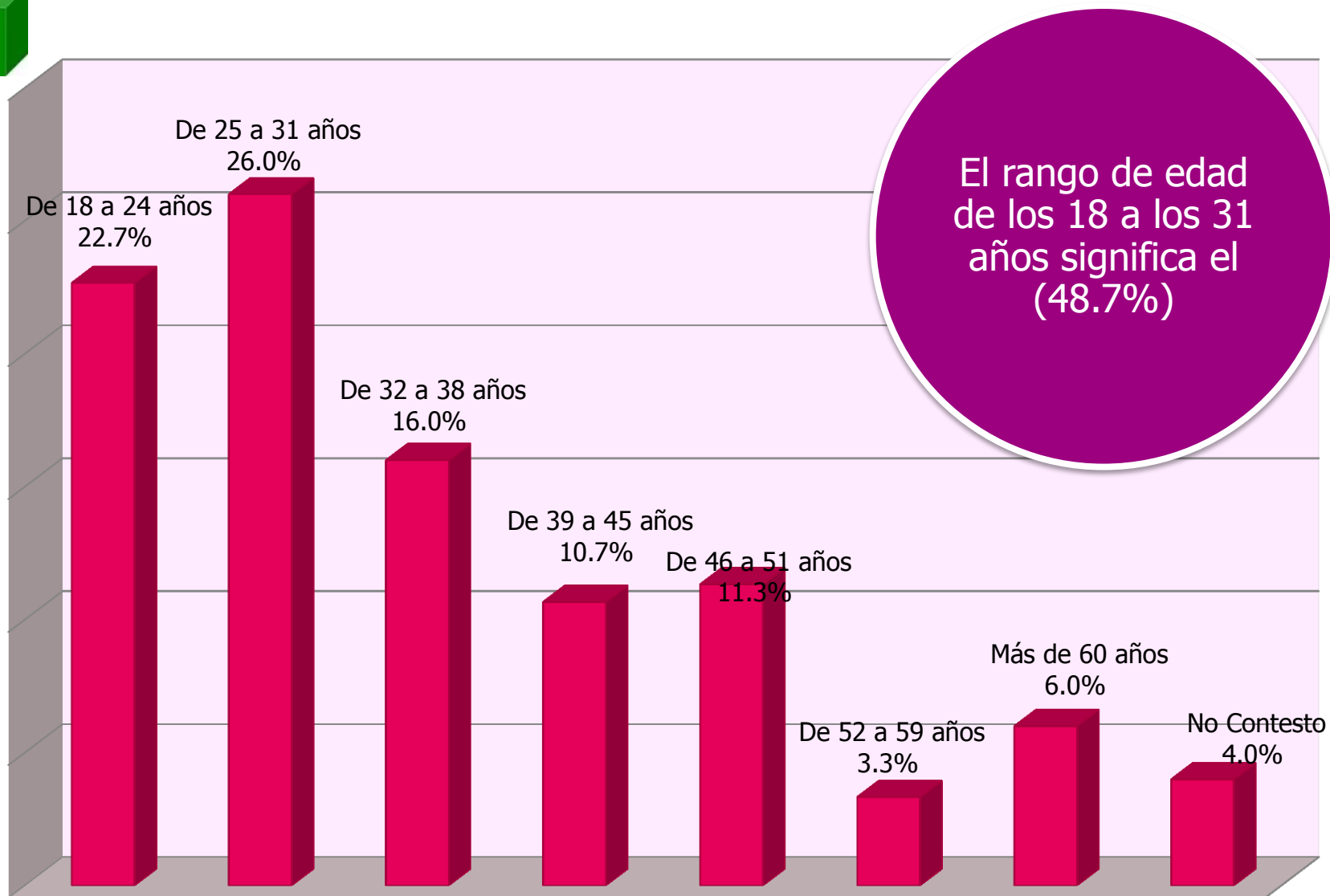
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

Perfil del Visitante Verano 2017 – Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

Sexo del Visitante a la Región



Rango de Edad de los Visitantes

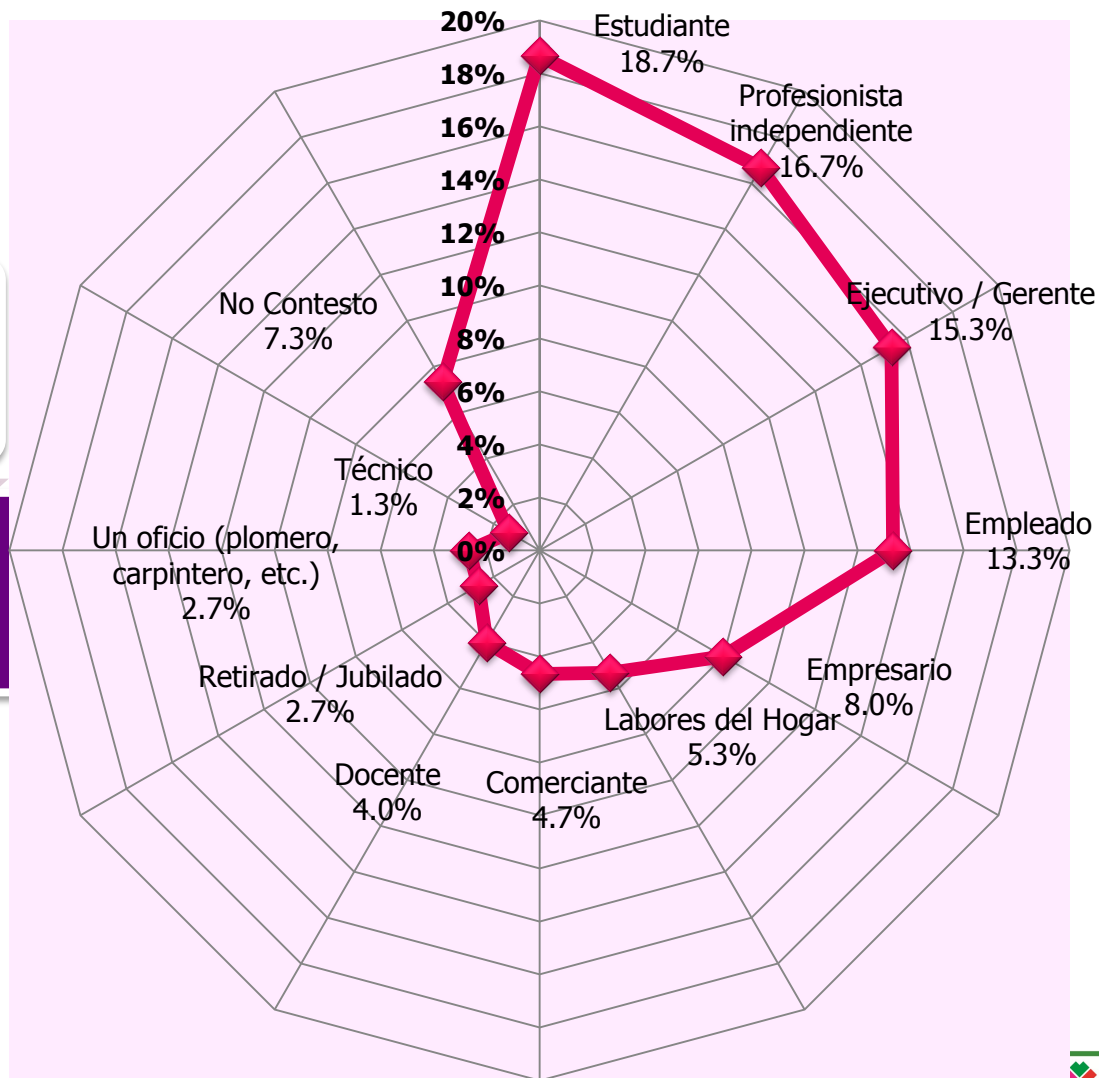


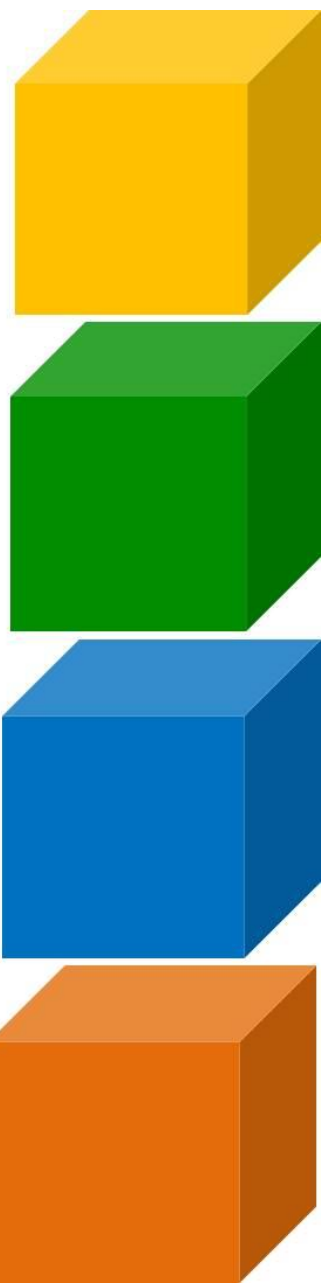
Ocupación del Visitante a San Luis Potosí

Una importante parte de los visitantes son estudiantes (18.7%)

Otro segmento importante (16.7%) son profesionistas independientes

El 15.3% Ejecutivo / Gerente





Perfil del Visitante Verano 2017

Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.
Resultados con Perspectiva de Género



Resultados con Perspectiva de Género

Frecuencia con que vista el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	30.0%	35.3%	5.3%	70.7%
Una vez al año	7.3%	6.7%	3.3%	17.3%
Dos veces al año	3.3%	2.7%	0.0%	6.0%
Tres o más veces al año	3.3%	2.7%	0.0%	6.0%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguna	8.7%	13.3%	2.7%	24.7%
Una noche	6.7%	6.0%	1.3%	14.0%
Dos noches	16.0%	12.7%	0.7%	29.3%
Tres noches	7.3%	7.3%	4.0%	18.7%
Cuatro noches	4.0%	2.7%	0.0%	6.7%
Cinco noches	1.3%	3.3%	0.0%	4.7%
Siete noches	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Catorce noches	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Veinte noches	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Lugar donde se esta hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	30.0%	22.0%	4.7%	56.7%
Familia / Amigos	6.0%	12.0%	1.3%	19.3%
Acampará	2.7%	5.3%	0.0%	8.0%
No contesto	5.3%	8.0%	2.7%	16.0%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Resultados con Perspectiva de Género

Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Aurora, Xilitla	2.7%	0.0%	0.0%	2.7%
Posada James Xilitla, Xilitla	0.7%	2.0%	0.0%	2.7%
Hotel Valles, Ciudad Valles	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Hotel Dolores, Xilitla	0.7%	0.7%	0.7%	2.0%
Hotel Quinta Mar, Ciudad Valles	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
Hotel Campestre Paraíso Encantado, Xilitla	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Hotel Ziyaquetzas, Xilitla	0.7%	0.7%	0.7%	2.0%
Hotel Spa Taninul, Tamuín	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Hotel Plaza Elite, Ciudad Valles	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Hotel Aldea Salto del Meco, El Naranjo	0.0%	1.3%	0.0%	1.3%
Hotel Misión Ciudad Valles, Ciudad Valles	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Hotel San Joaquín, Aquismón	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Hotel Melania Pizaño, Ciudad Valles	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Hotel San Fernando, Ciudad Valles	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Hostal de Café, Xilitla	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Hotel Tapasoli, Xilitla	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Hotel y Suites Puerta del Cielo, Xilitla	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Hotel Guzmán, Xilitla	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Hotel Tantalá, Aquismón	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Sierra Huasteca Inn, Ciudad Valles	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Hotel Vista Verde, Axtla de Terrazas	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Coy Parque Acuático Hotel, Ciudad Valles	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Hotel Camino Surreal, Xilitla	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Hotel-Hostal El Detalle, Ciudad Valles	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Hotel Axtla, Axtla de Terrazas	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Posada Doña Tere, Xilitla	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Posada Toñita, Xilitla	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
No contesto	28.0%	35.3%	6.0%	69.3%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Resultados con Perspectiva de Género

Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	27.3%	29.3%	7.3%	64.0%
Autobús de línea	8.0%	8.0%	0.0%	16.0%
Autobús rentado	7.3%	6.7%	1.3%	15.3%
No contestó	1.3%	3.3%	0.0%	4.7%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	1.3%	4.0%	0.0%	5.3%
Pareja	15.3%	14.7%	2.0%	32.0%
Familia	18.7%	14.7%	5.3%	38.7%
Amistades	4.7%	8.7%	0.7%	14.0%
Agrupación	3.3%	3.3%	0.7%	7.3%
No contesto	0.7%	2.0%	0.0%	2.7%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Uno	0.7%	2.0%	0.0%	2.7%
Dos	17.3%	14.7%	2.7%	34.7%
Tres	4.7%	6.0%	0.0%	10.7%
Cuatro	4.7%	6.0%	2.0%	12.7%
Cinco	3.3%	1.3%	2.0%	6.7%
Seis	1.3%	1.3%	0.7%	3.3%
Ocho	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Nueve	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Diez	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Trece	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Catorce	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Quince	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Veintidós	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Treinta y cinco	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Treinta y ocho	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Treinta y nueve	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Cuarenta y dos	0.0%	0.7%	0.7%	1.3%
Cuarenta y cuatro	1.3%	0.0%	0.0%	1.3%
Cuarenta y cinco	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Cuarenta y nueve	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Cincuenta y dos	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Cincuenta y cinco	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
No contesto	4.7%	8.0%	0.0%	12.7%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Resultados con Perspectiva de Género

Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
300 a 400 pesos	10.0%	10.0%	1.3%	21.3%
401 a 550 pesos	8.7%	3.3%	1.3%	13.3%
551 a 700 pesos	5.3%	6.0%	0.0%	11.3%
701 a 850 pesos	1.3%	1.3%	0.7%	3.3%
851 a 999 pesos	0.7%	3.3%	1.3%	5.3%
Más de 1,000 pesos	6.0%	6.7%	0.7%	13.3%
No contesto	12.0%	16.7%	3.3%	32.0%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	8.0%	9.3%	0.7%	18.0%
De 201 a 250 pesos	8.0%	4.0%	0.0%	12.0%
De 251 a 300 pesos	2.7%	4.7%	0.0%	7.3%
De 301 a 400 pesos	2.0%	3.3%	0.7%	6.0%
De 401 a 500 pesos	6.0%	3.3%	0.7%	10.0%
Más de 500 pesos	3.3%	0.7%	1.3%	5.3%
No contesto	14.0%	22.0%	5.3%	41.3%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	6.0%	7.3%	0.0%	13.3%
De 201 a 250 pesos	9.3%	6.0%	1.3%	16.7%
De 251 a 300 pesos	4.0%	6.0%	0.7%	10.7%
De 301 a 400 pesos	3.3%	2.0%	0.0%	5.3%
De 401 a 500 pesos	6.7%	3.3%	0.7%	10.7%
Más de 500 pesos	3.3%	1.3%	2.0%	6.7%
No contesto	11.3%	21.3%	4.0%	36.7%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	10.0%	10.0%	0.7%	20.7%
De 201 a 250 pesos	7.3%	3.3%	0.7%	11.3%
De 251 a 300 pesos	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
De 301 a 400 pesos	2.7%	2.0%	0.7%	5.3%
De 401 a 500 pesos	0.7%	0.7%	1.3%	2.7%
Más de 500 pesos	2.0%	0.0%	0.0%	2.0%
No contesto	20.0%	30.7%	5.3%	56.0%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	6.7%	8.0%	0.0%	14.7%
De 201 a 250 pesos	3.3%	1.3%	0.0%	4.7%
De 251 a 300 pesos	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
De 301 a 400 pesos	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
De 401 a 500 pesos	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
No contesto	31.3%	37.3%	8.7%	77.3%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	3.3%	3.3%	0.7%	7.3%
De 201 a 250 pesos	2.7%	1.3%	0.0%	4.0%
De 251 a 300 pesos	2.0%	5.3%	0.7%	8.0%
De 301 a 400 pesos	4.7%	2.7%	0.7%	8.0%
De 401 a 500 pesos	2.0%	0.7%	1.3%	4.0%
Más de 500 pesos	6.0%	4.0%	0.7%	10.7%
No contesto	23.3%	30.0%	4.7%	58.0%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Resultados con Perspectiva de Género

Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Vacaciones	7.1%	5.8%	2.0%	14.9%
Turismo de Aventura	4.7%	6.7%	0.7%	12.0%
Naturaleza	1.8%	4.0%	0.0%	5.8%
Cultural	2.0%	2.4%	0.2%	4.7%
Ecoturismo	2.0%	2.0%	0.7%	4.7%
Visita a familiares	2.0%	1.1%	0.2%	3.3%
Compra artesanías	0.0%	0.9%	0.2%	1.1%
Negocios	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Salud	0.0%	0.4%	0.2%	0.7%
Religioso	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Conocer	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
Deportivo	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Gastronómico	0.0%	0.2%	0.2%	0.4%
No Contesto	23.8%	22.4%	4.2%	50.4%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Resultados con Perspectiva de Género

Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tamasopo, S.L.P.	4.0%	2.3%	0.3%	6.7%
Veracruz	1.3%	1.3%	0.0%	2.7%
Chiapas	0.3%	0.3%	0.0%	0.7%
Oaxaca	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Hidalgo	0.3%	0.3%	0.0%	0.7%
Cuetzalan, Pue.	0.3%	0.3%	0.0%	0.7%
Michoacán	0.0%	0.3%	0.3%	0.7%
Cascadas de Micos, Ciudad Valles, S.L.P.	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Xilitla, S.L.P.	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%
Querétaro	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
El Meco, El Naranjo, S.L.P.	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Sierra Gorda	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Uruapan, Mich.	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Tabasco	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%
Axtla de Terrazas, S.L.P.	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
No Contesto	36.7%	40.7%	7.3%	84.7%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Razones de Comparación con la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Naturaleza	1.7%	1.7%	0.3%	3.7%
Vegetación	2.0%	0.7%	0.7%	3.3%
Ríos	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
Tradiciones y costumbres	0.3%	1.3%	0.0%	1.7%
Cascadas	0.3%	0.3%	0.0%	0.7%
Paisaje	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Clima	0.3%	0.0%	0.3%	0.7%
Ecosistema	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Pueblo Pequeño	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Las Pozas	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Pueblo Mágico	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
No contesto	37.3%	41.3%	7.3%	86.0%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Resultados con Perspectiva de Género

Actividades que podrían desarrollarse

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tirolesa	2.0%	1.7%	0.3%	4.0%
Caminata	1.3%	1.7%	0.0%	3.0%
Acampar	1.3%	1.0%	0.3%	2.7%
Ciclismo	0.7%	1.7%	0.0%	2.3%
Rappel	1.0%	1.0%	0.0%	2.0%
Paseo a caballo	1.3%	0.3%	0.0%	1.7%
Eventos culturales	0.3%	0.7%	0.0%	1.0%
Escalada	0.3%	0.7%	0.0%	1.0%
Deportes extremos / Aventura	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Nadar	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Turibus	0.3%	0.3%	0.0%	0.7%
Ecoturismo	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Paseo en cuatrimoto	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Buceo	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Excursiones	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Gastronomía	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Gotcha	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Safari fotográfico	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Paracaidismo	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
No contesto	33.3%	36.0%	8.0%	77.3%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Opinión para Mejorar la Actividad Turística

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Señalética	2.3%	1.7%	0.0%	4.0%
Caminos y carreteras	1.0%	2.7%	0.0%	3.7%
Infraestructura turística	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Más transporte	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
Más vendedores de alimentos	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Organización	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Promoción y difusión	0.0%	0.7%	0.3%	1.0%
Hoteles	0.7%	0.3%	0.0%	1.0%
Limpieza	0.3%	0.3%	0.0%	0.7%
Información turística	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Sanitarios	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Estacionamiento	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Cabañas	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
No contestó	35.3%	37.7%	8.3%	81.3%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Resultados con Perspectiva de Género

Medio por el que se enteró o conoce región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	8.0%	6.3%	1.3%	15.7%
Redes Sociales	6.7%	6.7%	1.3%	14.7%
Familiares o amigos	6.0%	7.0%	0.3%	13.3%
Revista	1.0%	3.0%	1.0%	5.0%
Folleto	1.3%	2.3%	1.0%	4.7%
Televisión	1.3%	2.7%	0.3%	4.3%
Agencias de Viajes	1.0%	2.3%	0.0%	3.3%
Periódico	1.0%	0.3%	0.0%	1.3%
Radio	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
Otro	1.0%	0.7%	0.0%	1.7%
No contesto	16.7%	15.7%	3.3%	35.7%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Viajo a través de algún Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	2.0%	6.0%	0.0%	8.0%
No	40.0%	38.7%	8.7%	87.3%
No contesto	2.0%	2.7%	0.0%	4.7%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Nombre del Agencia u Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Sharet	0.0%	2.7%	0.0%	2.7%
Huasteca.com	2.0%	3.3%	0.0%	5.3%
No contesto	42.0%	41.3%	8.7%	92.0%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Resultados con Perspectiva de Género

Recordación de Publicidad con Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	19.3%	24.0%	2.7%	46.0%
No	23.3%	22.0%	5.3%	50.7%
No contesto	1.3%	1.3%	0.7%	3.3%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Lugar de Recordación de la Publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	7.3%	7.3%	0.7%	15.3%
Revista	2.0%	6.7%	0.7%	9.3%
Folleto	3.3%	4.7%	1.3%	9.3%
Televisión	4.0%	4.7%	0.0%	8.7%
Espectaculares	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Redes Sociales	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Periódico	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
No contesto	24.7%	22.7%	6.0%	53.3%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Resultados con Perspectiva de Género

Lo que más le gustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Paisajes / Naturaleza	9.3%	11.0%	3.7%	24.0%
Flora y Fauna	11.0%	9.3%	2.7%	23.0%
Arquitectura	5.3%	5.7%	1.0%	12.0%
Hospitalidad de la Gente	1.3%	4.7%	0.7%	6.7%
Infraestructura Turística	2.0%	3.0%	0.0%	5.0%
Clima	0.7%	3.0%	0.3%	4.0%
Servicio en Restaurantes	2.0%	0.7%	0.0%	2.7%
Sitios Histórico Culturales	1.7%	0.7%	0.0%	2.3%
Artesanías	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Gastronomía	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Recorridos turísticos	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Limpieza de la Ciudad	0.3%	0.3%	0.0%	0.7%
Servicio en hoteles	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
No contesto	8.3%	6.7%	0.3%	15.3%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Lo que más le disgustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Falta de limpieza	3.3%	3.0%	0.7%	7.0%
Tráfico	2.7%	2.7%	1.0%	6.3%
Nada	1.3%	3.3%	0.7%	5.3%
Clima	2.0%	2.0%	0.0%	4.0%
Precios	1.3%	2.7%	0.0%	4.0%
Vendedores Ambulantes	1.3%	1.7%	1.0%	4.0%
Transporte público	1.3%	2.0%	0.0%	3.3%
Servicio en restaurantes	1.7%	0.7%	0.3%	2.7%
Servicio taxis	1.7%	0.3%	0.0%	2.0%
Contaminación	0.7%	1.0%	0.0%	1.7%
Inseguridad	0.0%	1.3%	0.0%	1.3%
Servicio en hoteles	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Hospitalidad residentes	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
No contesto	26.0%	26.0%	5.0%	57.0%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Resultados con Perspectiva de Género

Impulsar Acciones para renovar Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	32.0%	38.0%	7.3%	77.3%
No	8.7%	5.3%	1.3%	15.3%
No contesto	3.3%	4.0%	0.0%	7.3%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Acciones para Impulsar la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Infraestructura turística	8.7%	10.0%	4.0%	22.7%
Instalar sanitarios	10.0%	9.3%	0.7%	20.0%
Promoción y Difusión	5.3%	6.0%	1.3%	12.7%
Acceso a sitios turísticos	4.7%	6.7%	0.0%	11.3%
Señalética conductiva	2.0%	3.3%	0.7%	6.0%
Equipamiento turístico	1.3%	2.0%	0.7%	4.0%
No contesto	12.0%	10.0%	1.3%	23.3%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Resultados con Perspectiva de Género

Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	31.3%	32.7%	6.7%	70.7%
Probablemente sí	9.3%	9.3%	2.0%	20.7%
Probablemente no	2.0%	5.3%	0.0%	7.3%
Definitivamente no	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
No Contesto	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	36.0%	40.7%	7.3%	84.0%
Probablemente sí	4.7%	5.3%	1.3%	11.3%
Probablemente no	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Definitivamente no	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
No Contesto	1.3%	0.7%	0.0%	2.0%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Resultados con Perspectiva de Género

Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ciudad de México	11.3%	7.3%	1.3%	20.0%
Monterrey, N.L.	6.0%	4.0%	0.7%	10.7%
Querétaro, Qro.	2.7%	4.0%	0.0%	6.7%
Estado de México	2.0%	3.3%	0.0%	5.3%
Tampico, Tams.	2.0%	2.7%	0.0%	4.7%
San Luis Potosí, S.L.P.	1.3%	2.7%	0.0%	4.0%
Saltillo, Coah.	2.0%	1.3%	0.7%	4.0%
Matamoros, Tams.	1.3%	1.3%	0.7%	3.3%
Guadalajara, Jal.	2.0%	0.7%	0.0%	2.7%
Ciudad Mante, Tams.	2.0%	0.0%	0.7%	2.7%
Morelia, Mich.	2.0%	0.7%	0.0%	2.7%
Ciudad Valles, S.L.P.	0.7%	0.7%	0.7%	2.0%
León, Gto.	0.0%	1.3%	0.7%	2.0%
Puebla, Pue.	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Matehuala, S.L.P.	0.0%	0.0%	1.3%	1.3%
Michoacán	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
San Miguel de Allende, Gto.	0.0%	0.7%	0.7%	1.3%
Zamora, Mich.	0.0%	1.3%	0.0%	1.3%
Boca del Río, Ver.	1.3%	0.0%	0.0%	1.3%
Ciudad Victoria, Tams.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Reynosa, Tams.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%

Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Veracruz	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Aguascalientes, Ags.	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Pachuca, Hgo.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Hidalgo	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Zacatecas, Zac.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Tamazunchale, S.L.P.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Chihuahua, Chih.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Altamira, Tams.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Mérida, Yuc.	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Toluca, Edo. Méx.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Tamaulipas	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Poza Rica, Ver.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Ixmiquilpan, Hgo.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Ciudad Obregón, Son.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Texas, E.U.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Nueva Rosita, Coah.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Oaxaca	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Coatzacoalcos, Ver.	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Landa de Matamoros, Qro.	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
No Contesto	2.0%	5.3%	0.0%	7.3%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Resultados con Perspectiva de Género

Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ciudad de México	11.3%	7.3%	1.3%	20.0%
Tamaulipas	4.7%	6.7%	1.3%	12.7%
Nuevo León	6.7%	4.0%	0.7%	11.3%
San Luis Potosí	2.7%	4.0%	2.0%	8.7%
Querétaro	3.3%	4.7%	0.0%	8.0%
Estado de México	2.7%	4.0%	0.0%	6.7%
Coahuila	2.7%	3.3%	0.7%	6.7%
Michoacán	2.7%	3.3%	0.0%	6.0%
Guanajuato	0.0%	2.0%	1.3%	3.3%
Veracruz	2.0%	1.3%	0.0%	3.3%
Jalisco	2.0%	0.7%	0.0%	2.7%
Hidalgo	0.7%	1.3%	0.0%	2.0%
Puebla	0.7%	0.7%	0.0%	1.3%
Aguascalientes	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Sonora	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Zacatecas	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Chihuahua	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
España	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Texas	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Oaxaca	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Yucatán	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
Guerrero	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
Baja California Sur	0.0%	0.7%	0.0%	0.7%
No contesto	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

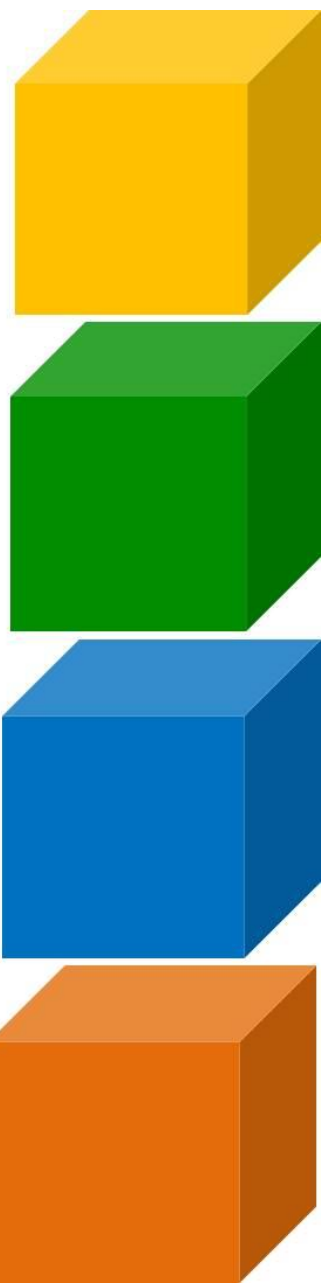
Resultados con Perspectiva de Género

Edad Promedio de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 18 a 24 años	12.0%	9.3%	1.3%	22.7%
De 25 a 31 años	11.3%	14.7%	0.0%	26.0%
De 32 a 38 años	6.0%	9.3%	0.7%	16.0%
De 39 a 45 años	2.7%	5.3%	2.7%	10.7%
De 46 a 51 años	5.3%	5.3%	0.7%	11.3%
De 52 a 59 años	2.0%	1.3%	0.0%	3.3%
Más de 60 años	3.3%	1.3%	1.3%	6.0%
No Contesto	1.3%	0.7%	2.0%	4.0%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%

Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Estudiante	9.3%	8.7%	0.7%	18.7%
Profesionista independiente	9.3%	6.0%	1.3%	16.7%
Ejecutivo / Gerente	6.0%	8.7%	0.7%	15.3%
Empleado	5.3%	6.7%	1.3%	13.3%
Empresario	1.3%	4.7%	2.0%	8.0%
Labores del Hogar	5.3%	0.0%	0.0%	5.3%
Comerciante	1.3%	3.3%	0.0%	4.7%
Docente	2.7%	1.3%	0.0%	4.0%
Retirado / Jubilado	1.3%	0.0%	1.3%	2.7%
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	0.7%	2.0%	0.0%	2.7%
Técnico	0.0%	1.3%	0.0%	1.3%
No Contesto	1.3%	4.7%	1.3%	7.3%
Total	44.0%	47.3%	8.7%	100.0%



Perfil del Visitante Verano 2017

Pueblo Mágico de Xilitla, S.L.P.

