

# Perfil del Visitante

## Región Centro

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 263 encuestas.

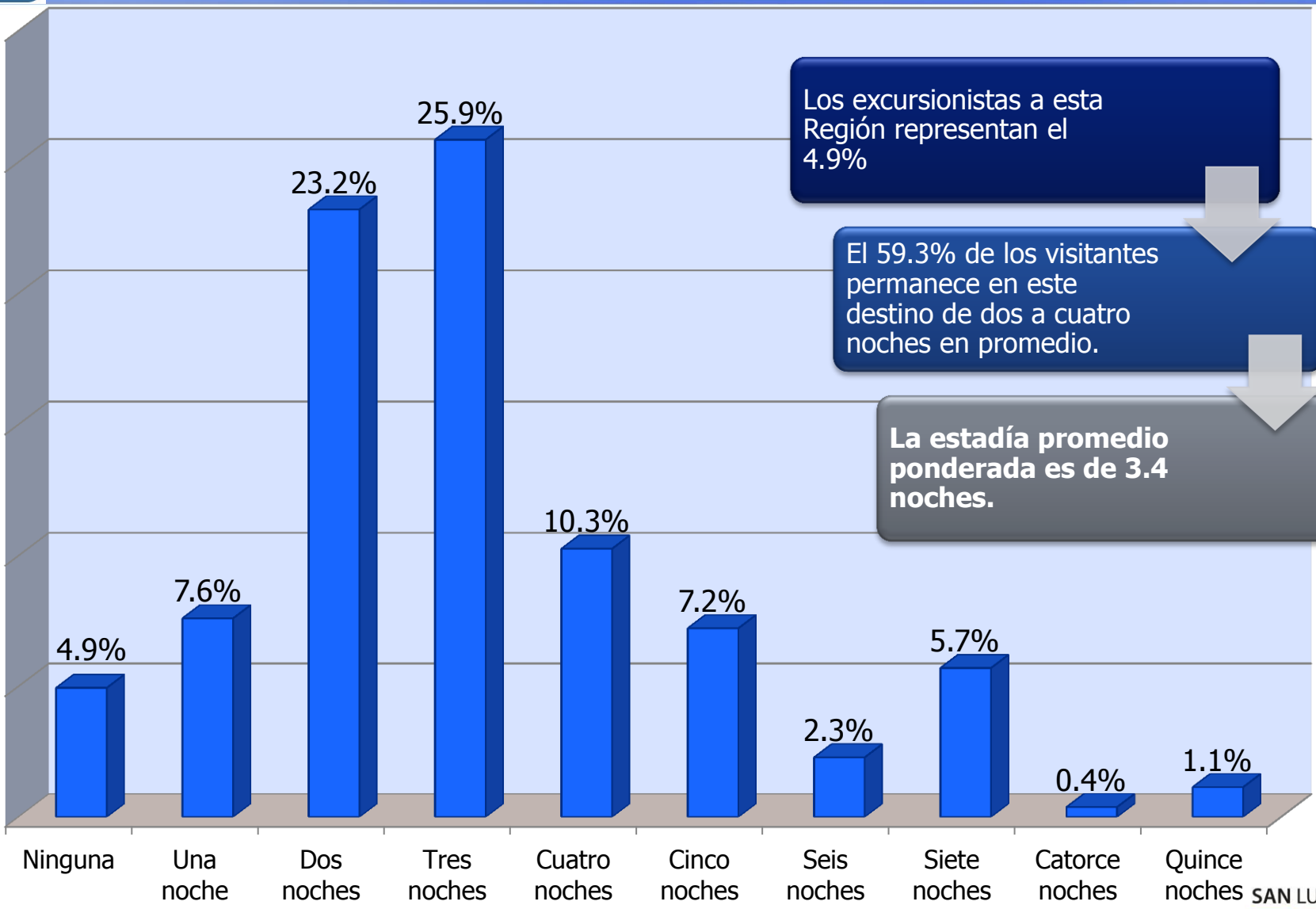
Las entrevistas se levantaron durante el mes de Julio y Agosto en los principales sitios turísticos de la región y fueron contestadas directamente por los visitantes.

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

Un alto porcentaje visita por primera vez la Región (38.4%)

El turismo repetitivo representa el 60.5%



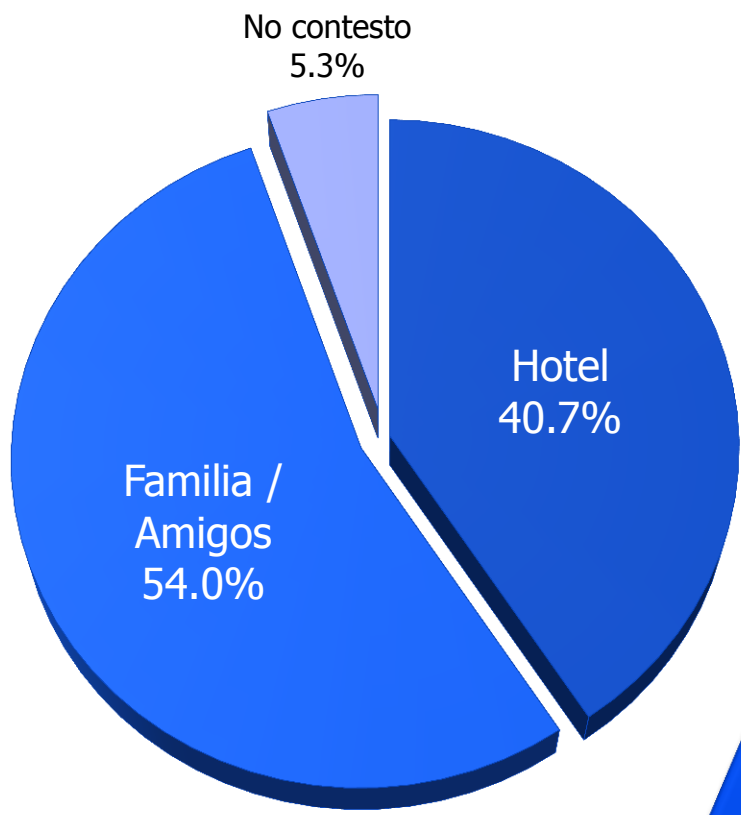


Los excursionistas a esta Región representan el 4.9%

El 59.3% de los visitantes permanece en este destino de dos a cuatro noches en promedio.

La estadía promedio ponderada es de 3.4 noches.

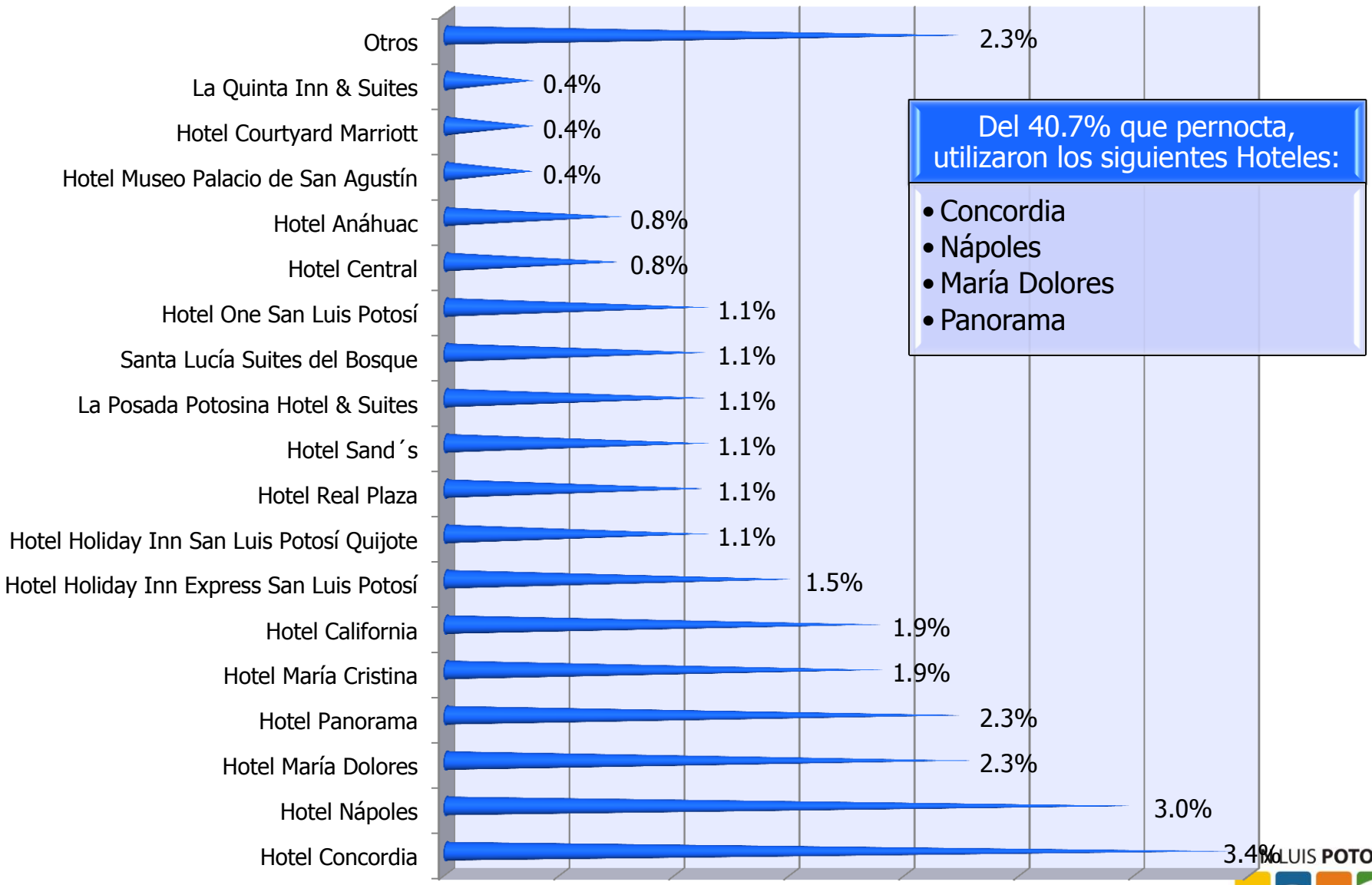
# Lugar de Hospedaje del Visitante

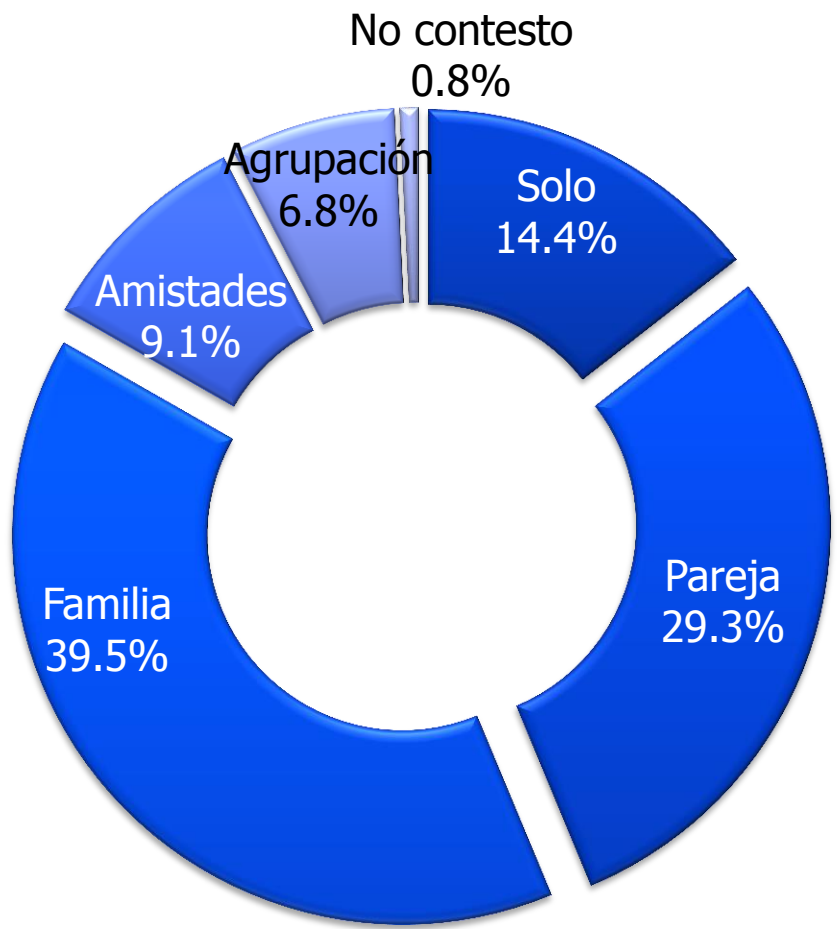


Una gran cantidad de los visitantes pernoctan en algún hotel de esta región (40.7%)

El 54.0% prefiere casas de Familiares y amigos

# Principales Hoteles de Pernocta del visitante



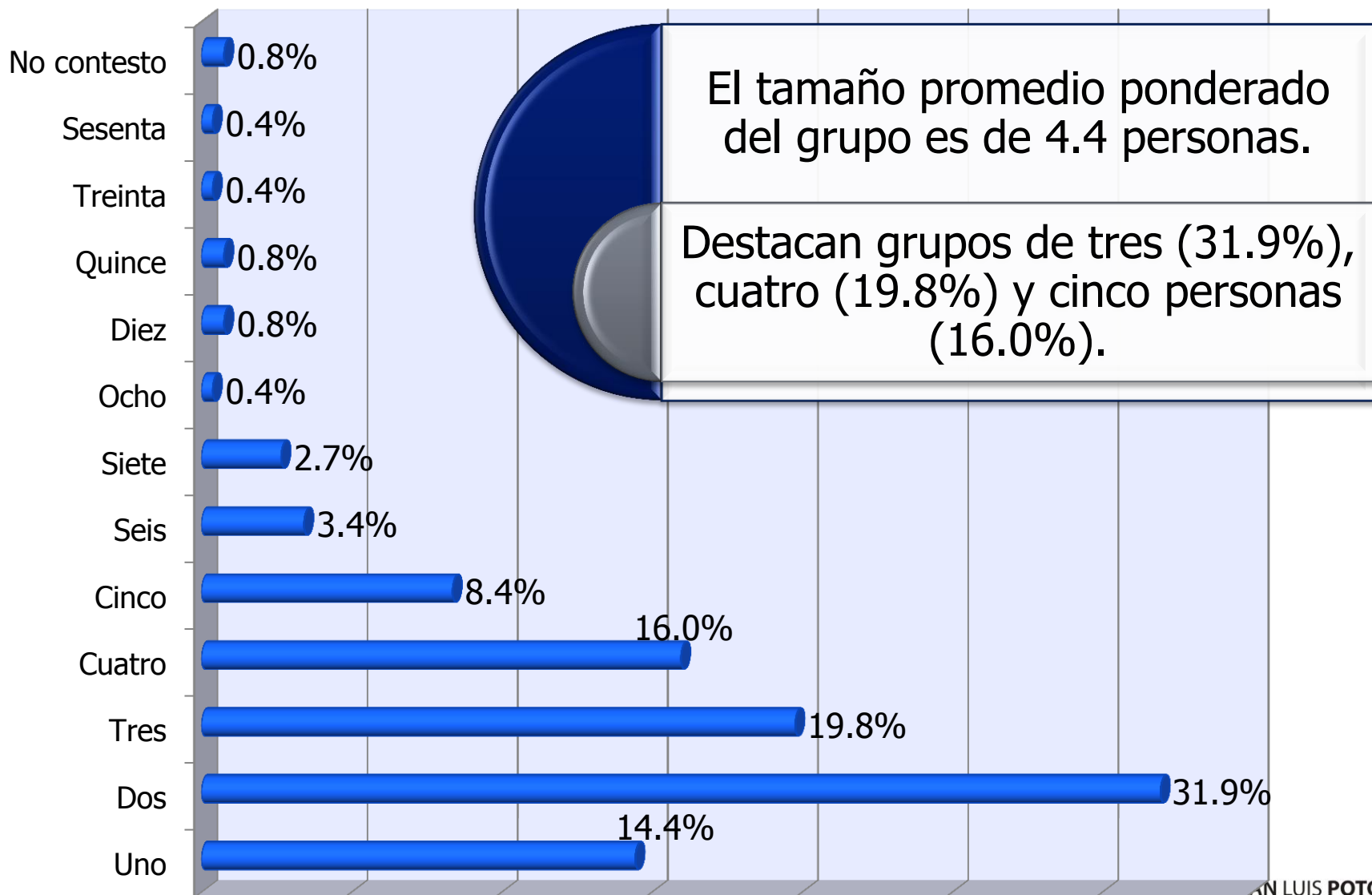


El 39.5% realiza este viaje con su familia.

El 29.3% viaja con su pareja

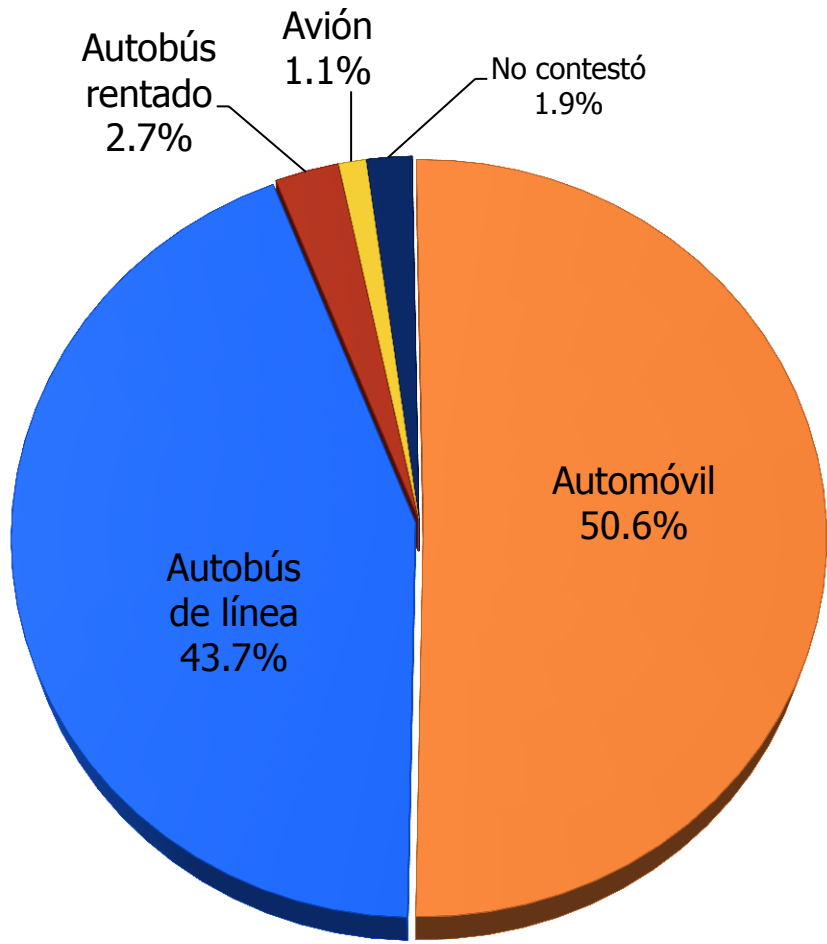
9.1% se acompañó con Amistades

# Número de Acompañantes en su Visita





# Medio de Transporte Utilizado por el Visitante



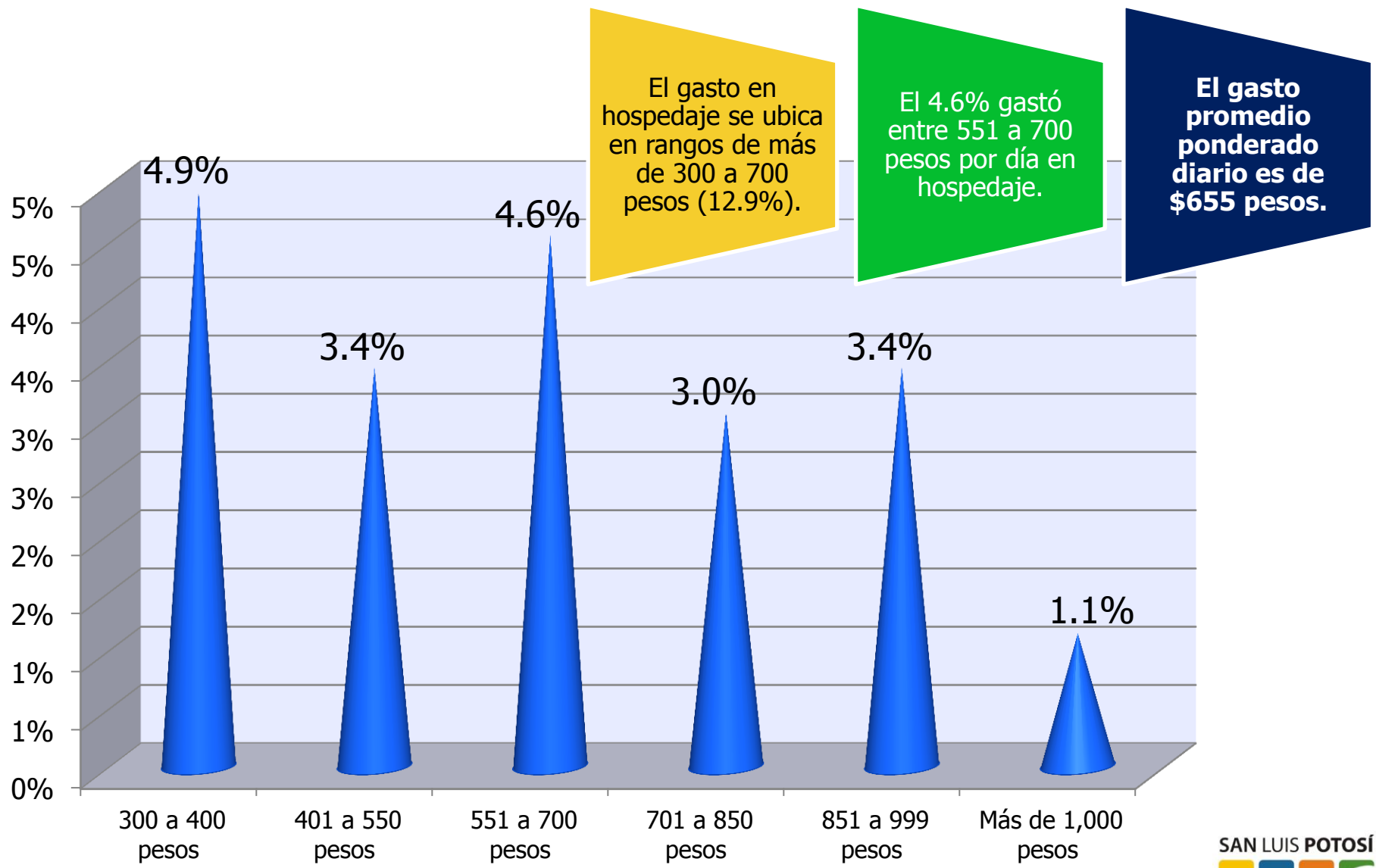
El 50.6% se desplaza a este destino en Automóvil

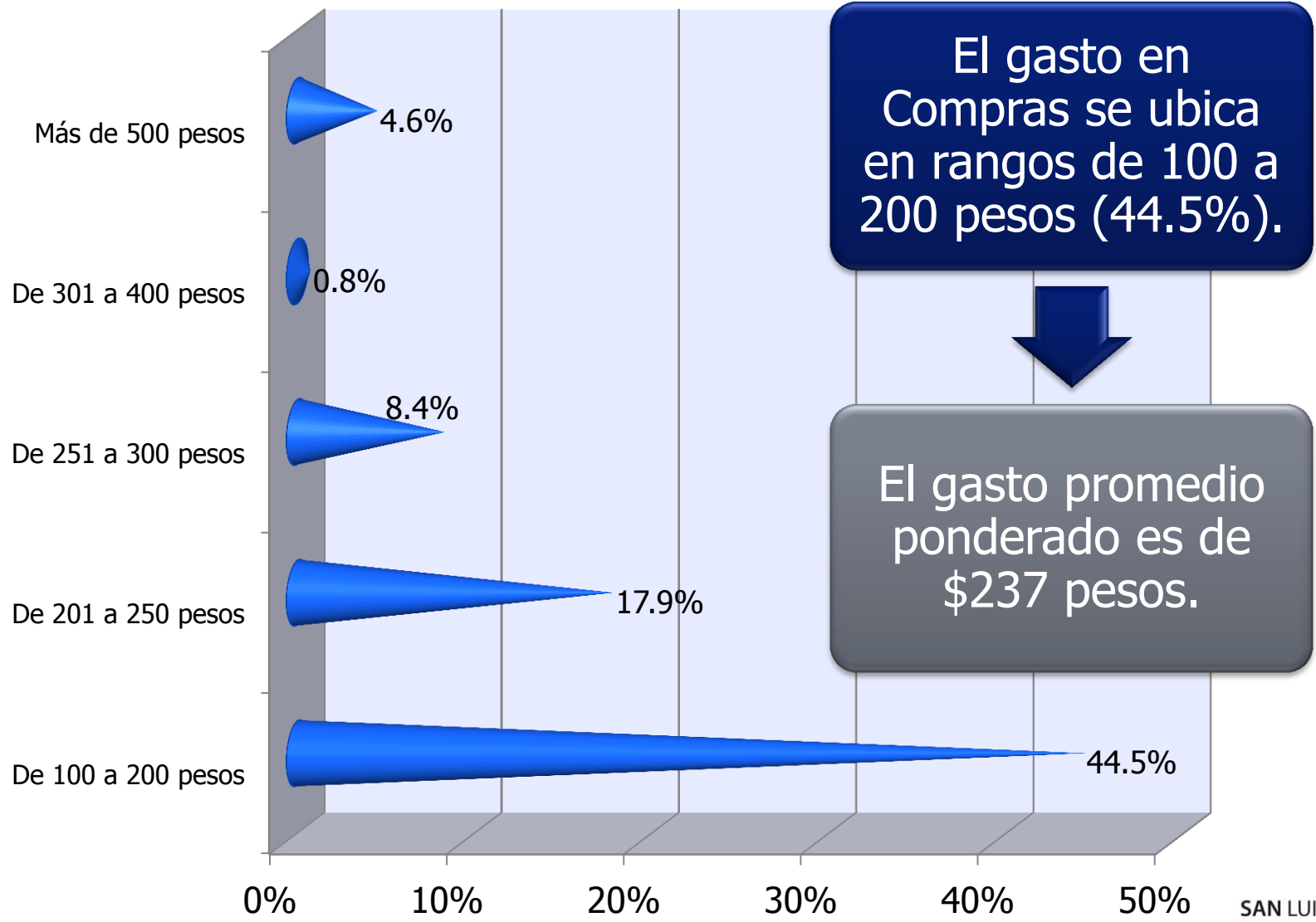
2.7% viajó en autobús rentado

El 43.7% en autobús de línea

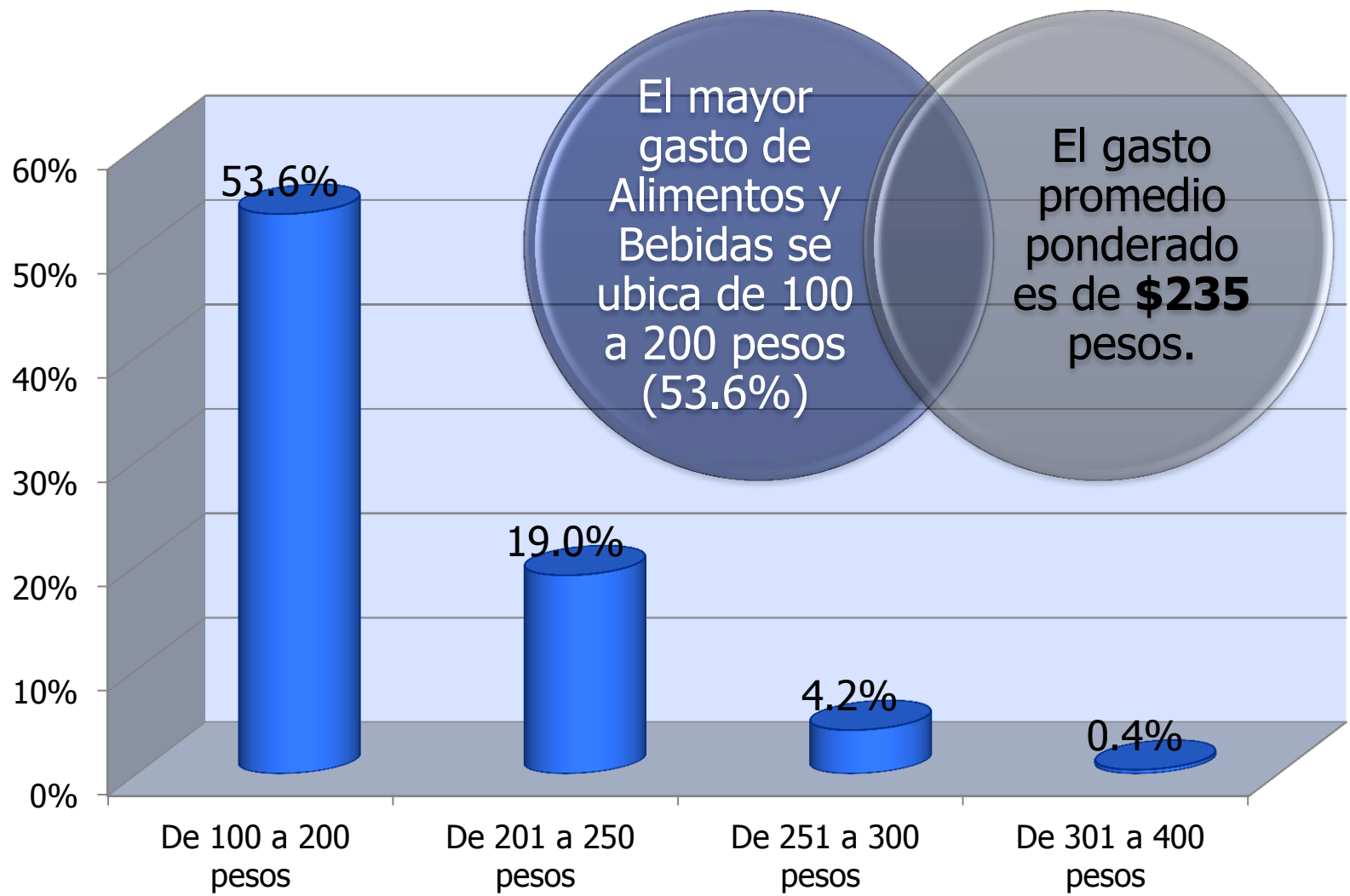


# Gasto Promedio - Hospedaje

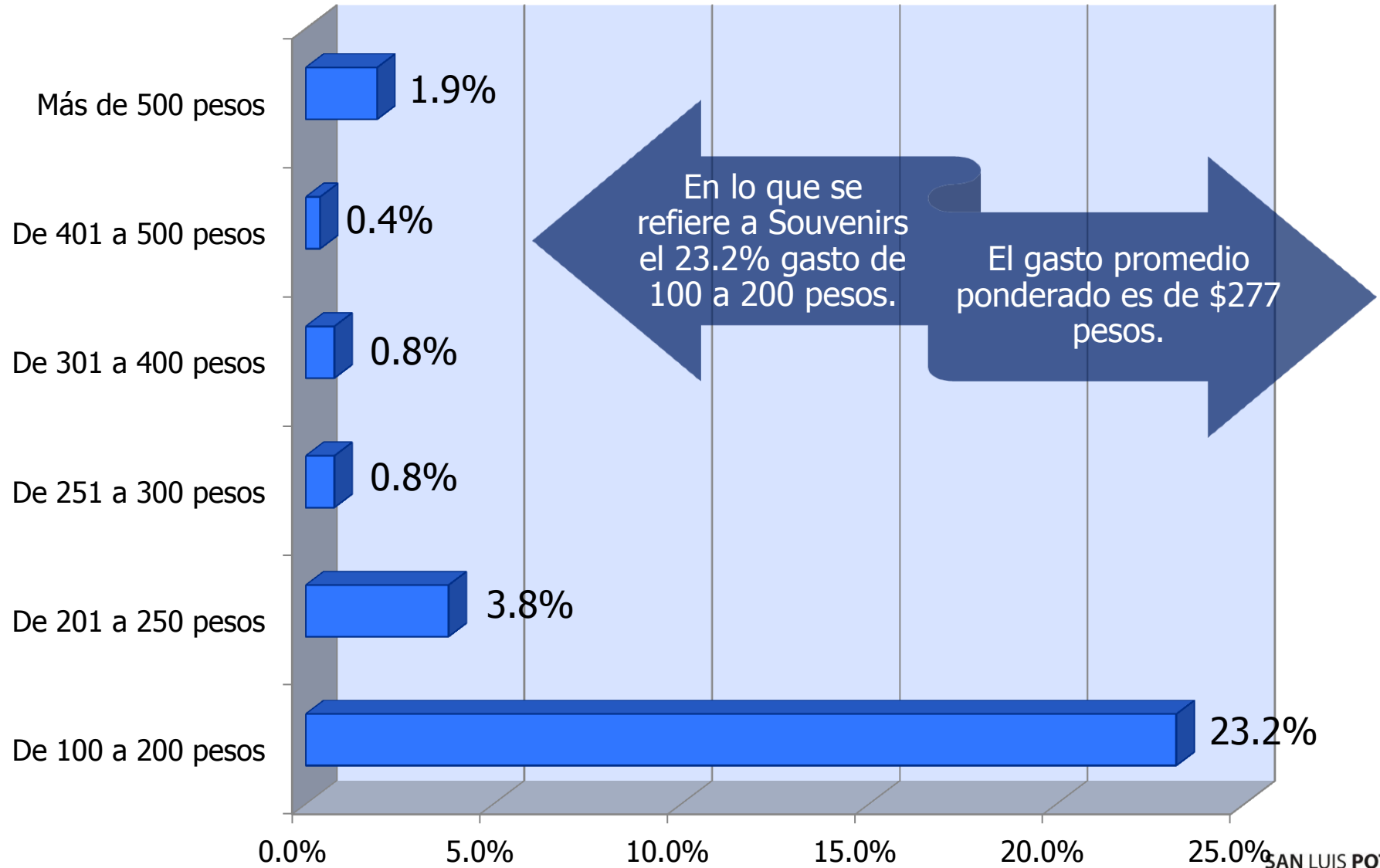




# Gasto Promedio – Alimentos y Bebidas

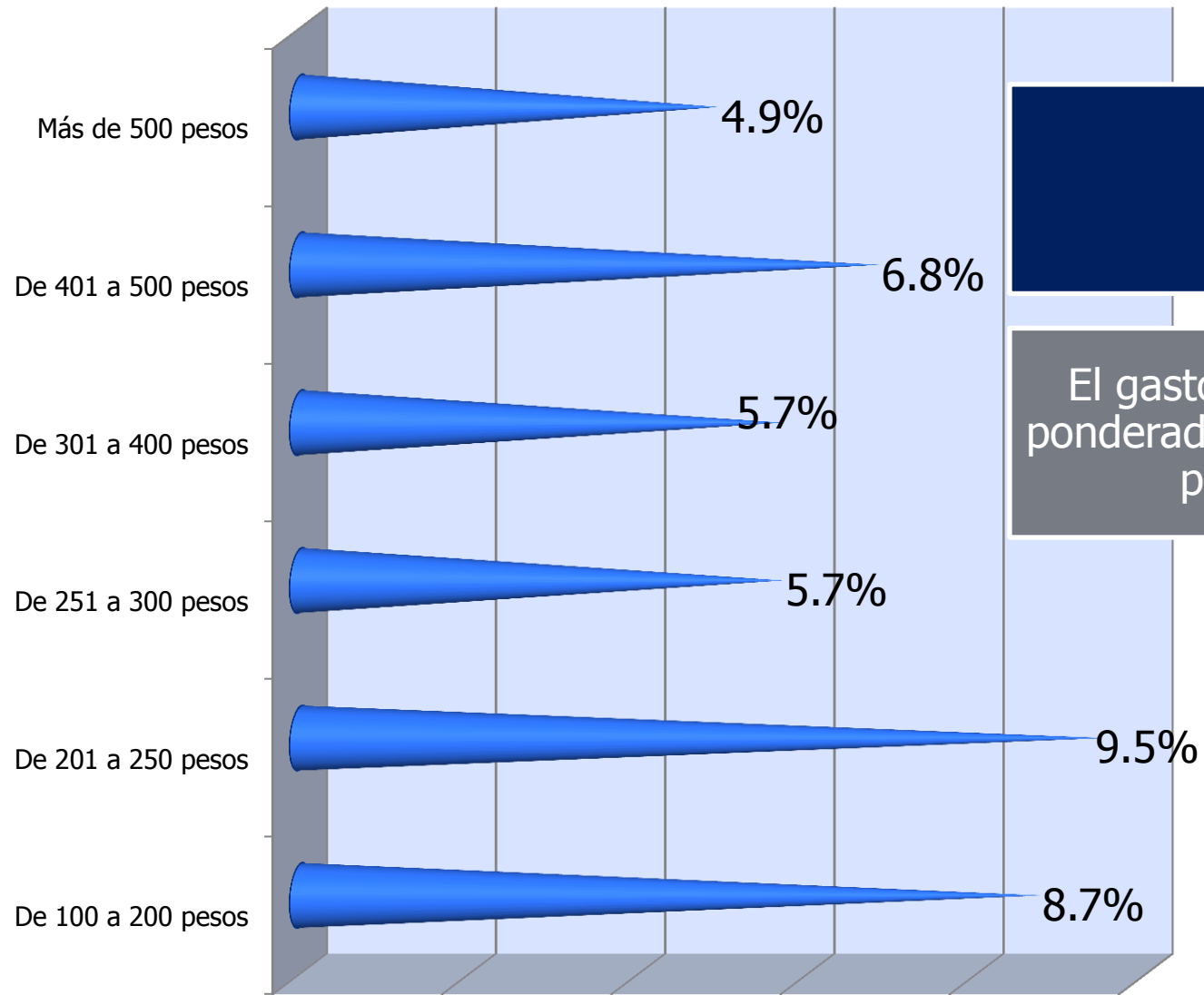


# Gasto Promedio - Souvenirs



# Gasto Promedio – Transportación Local

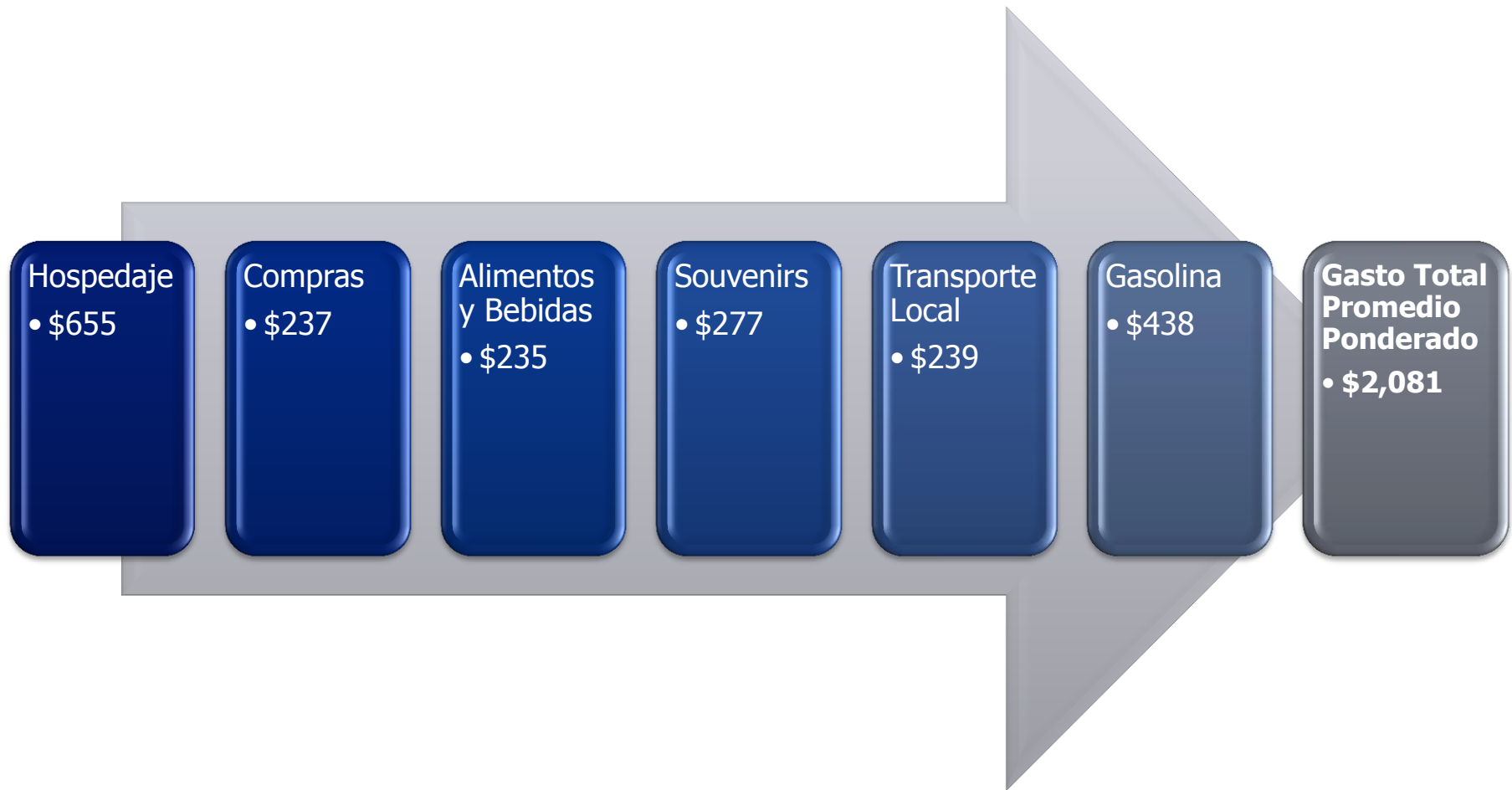




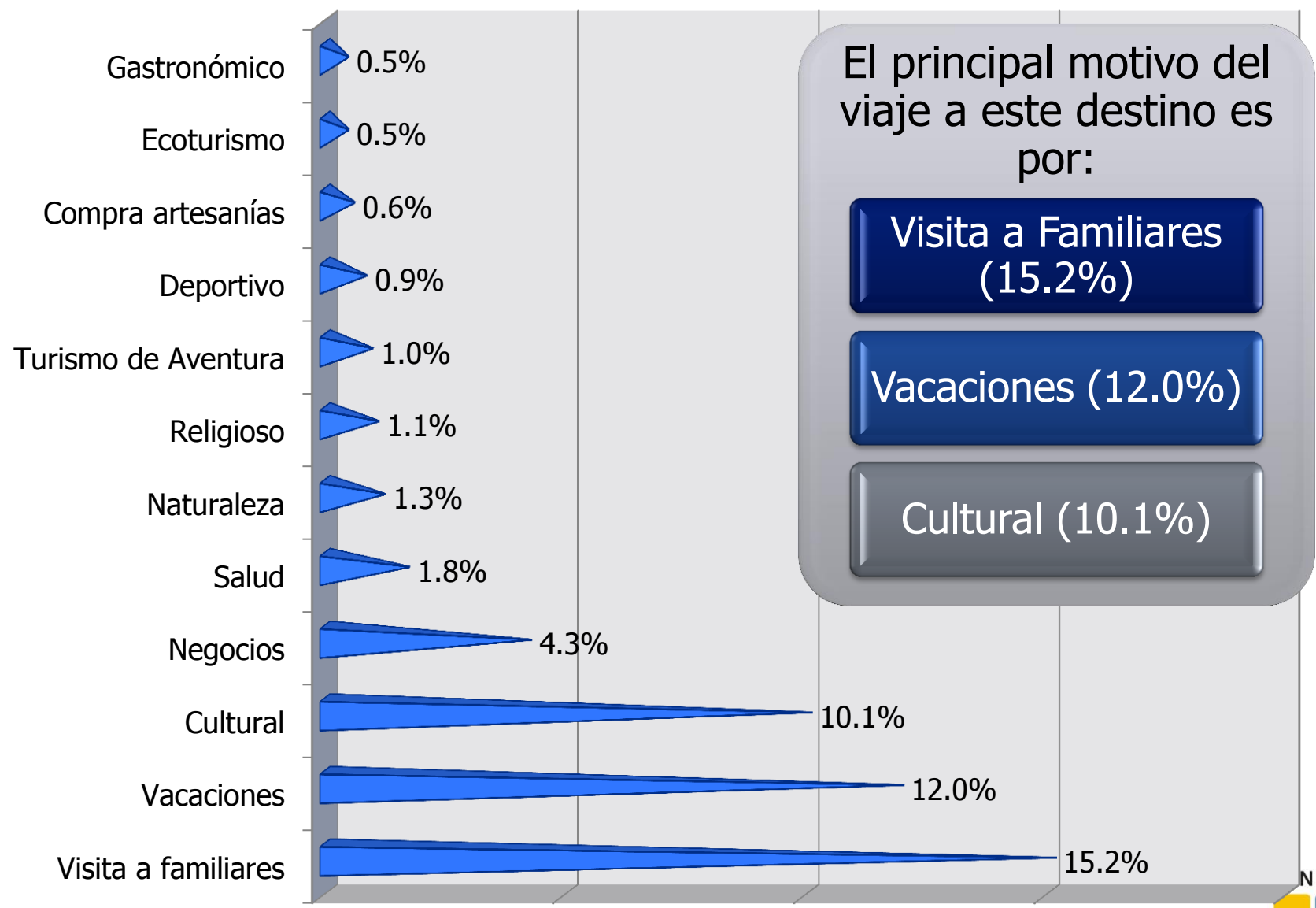
De los visitantes el 9.5% gastó entre 200 y 250 pesos en este concepto.

El gasto promedio ponderado es de \$438 pesos.

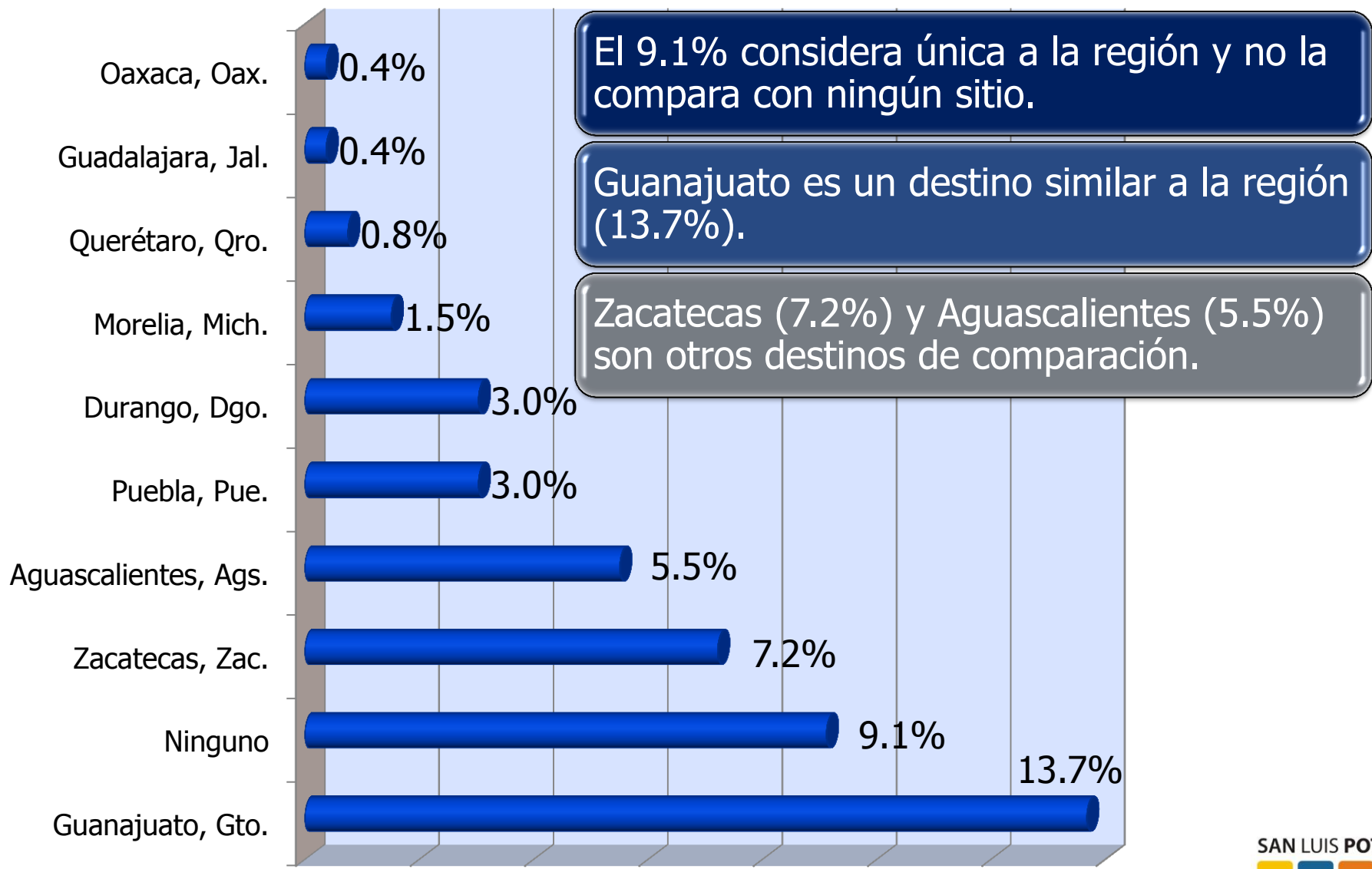
# Gasto Total Promedio Ponderado



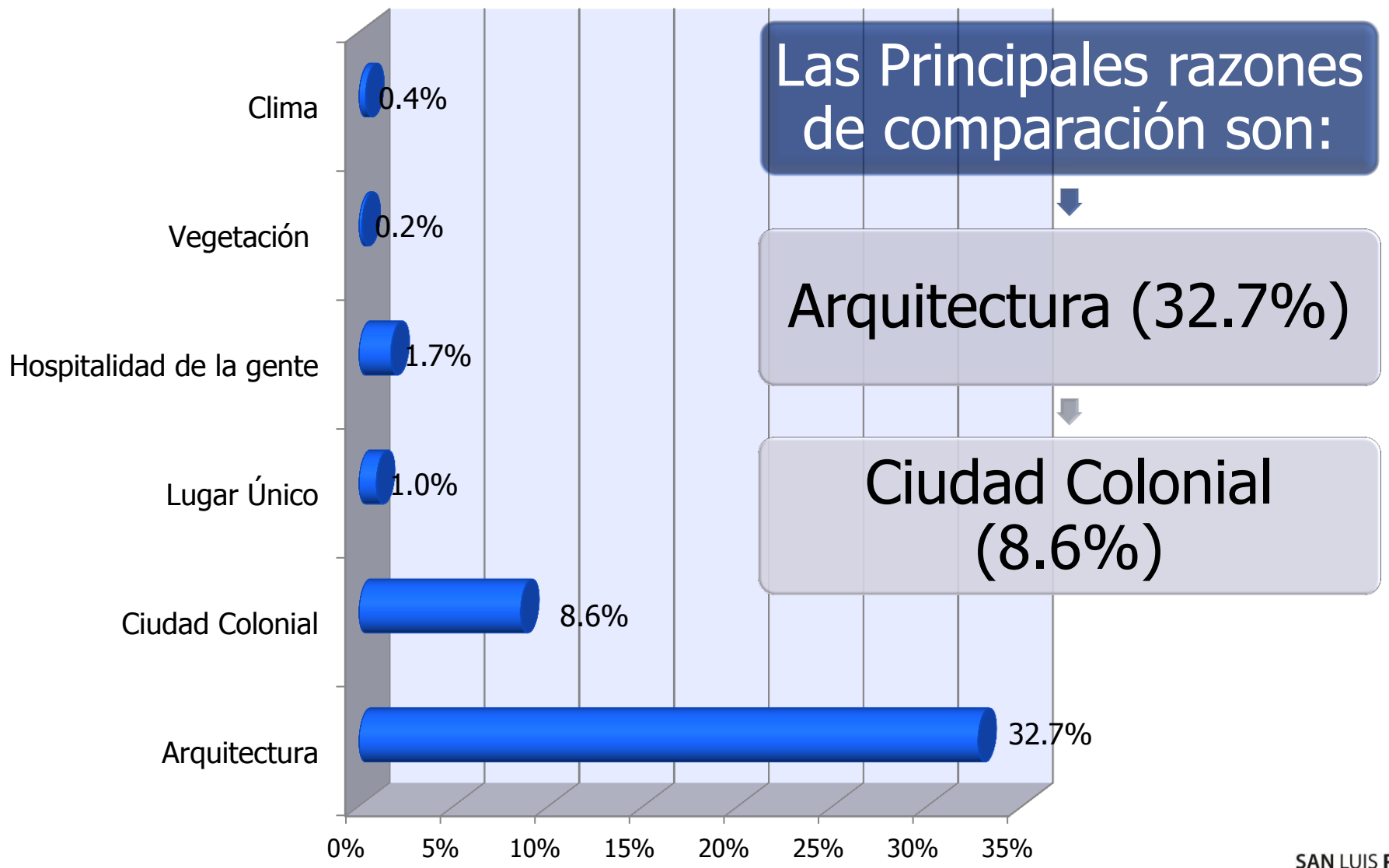




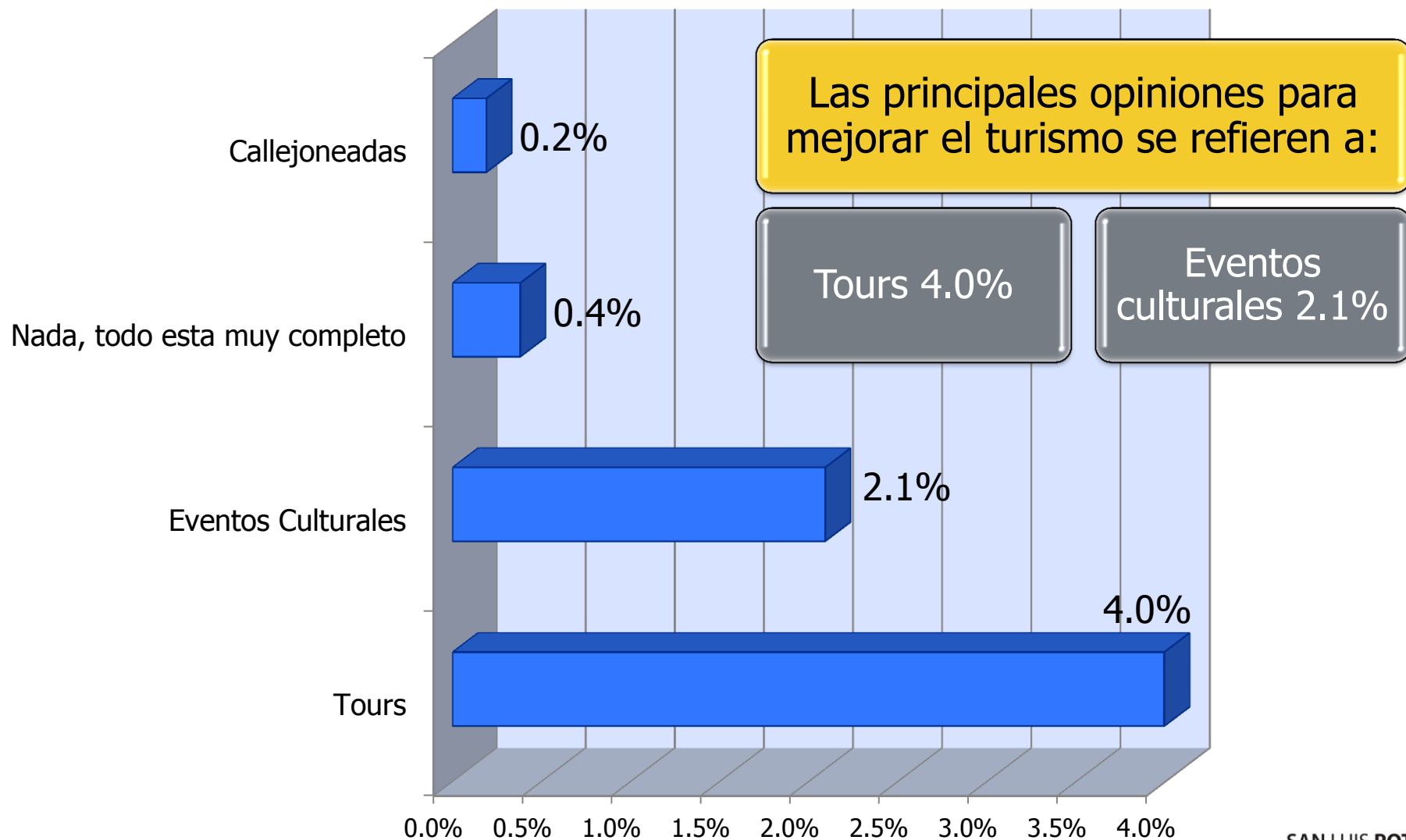
# Sitios con los que Comparan a la Región



# Razones de Comparación con Otro Destino

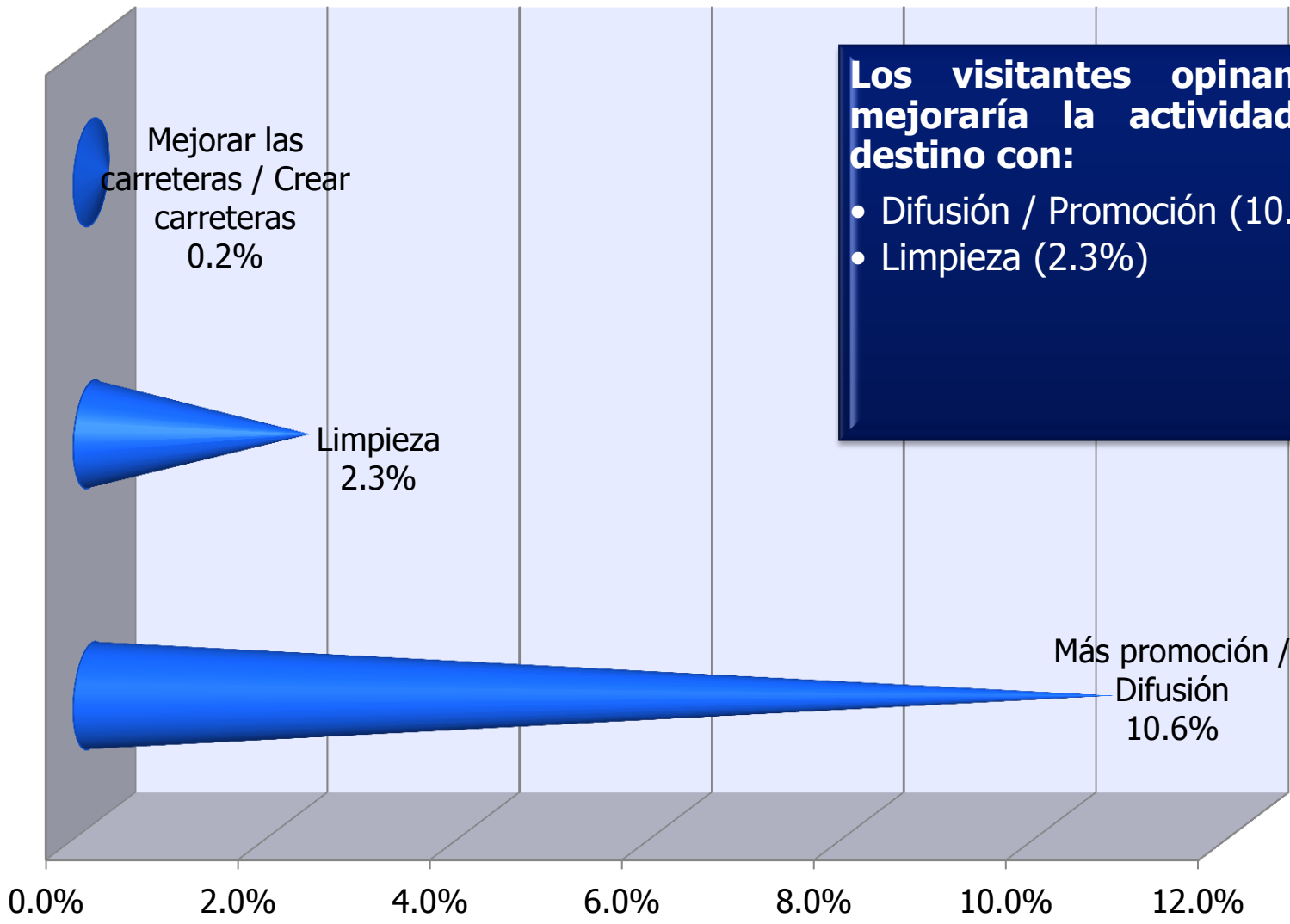


# Propuesta de Actividades que podrían desarrollarse



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

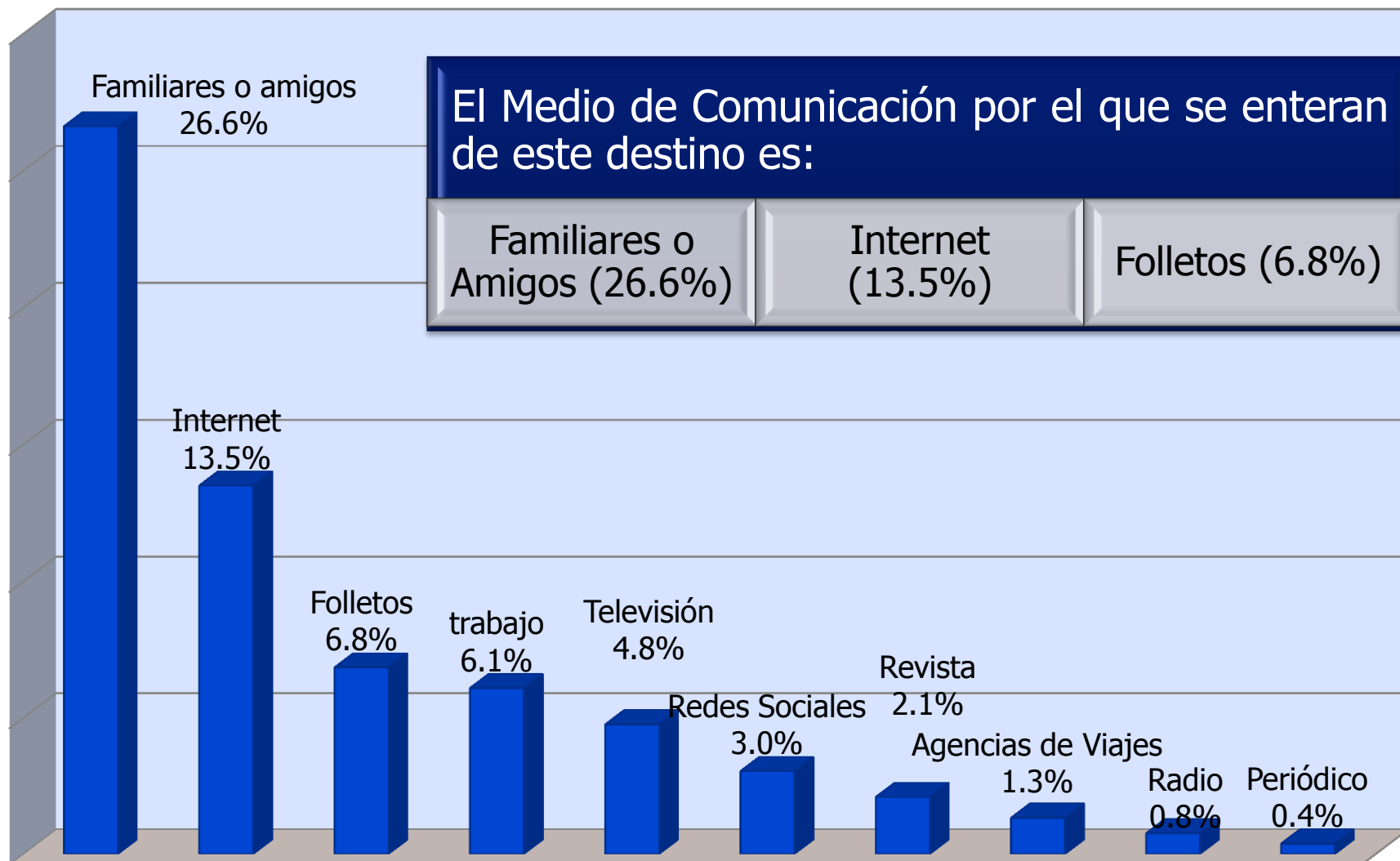
# Opinión para Mejorar Turísticamente la Región



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

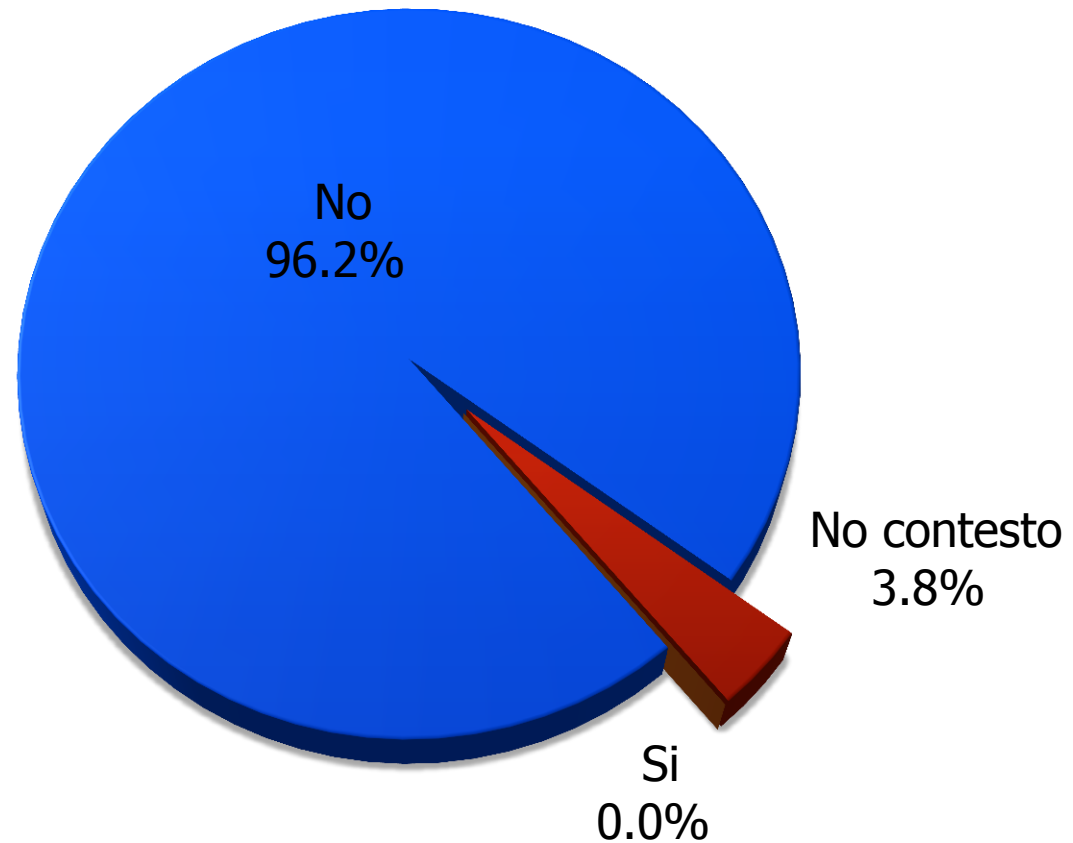
- Difusión / Promoción (10.6%)
- Limpieza (2.3%)

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



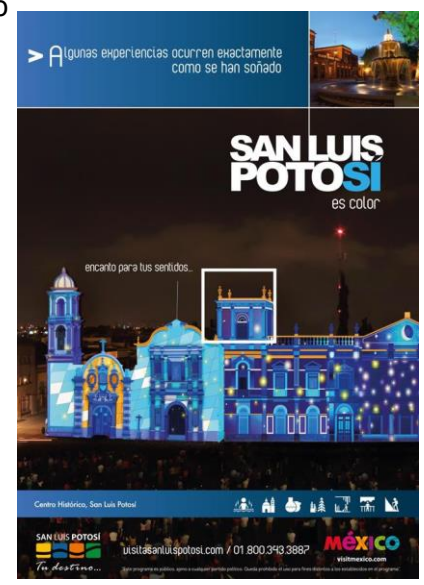
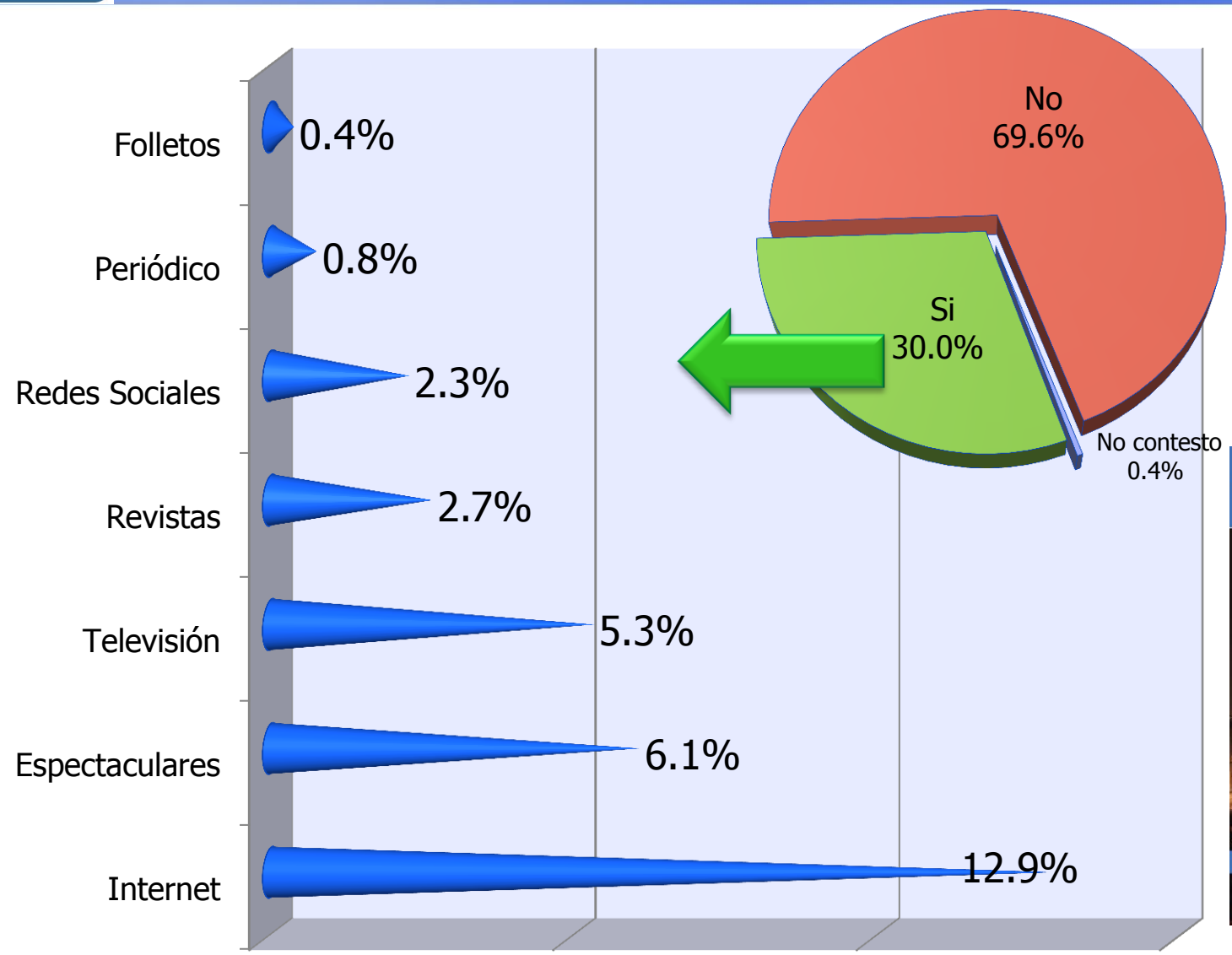
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Contratación de algún Operador durante su Visita



# Recordación de la Publicidad

“Algunas experiencias ocurren exactamente como se han soñado”

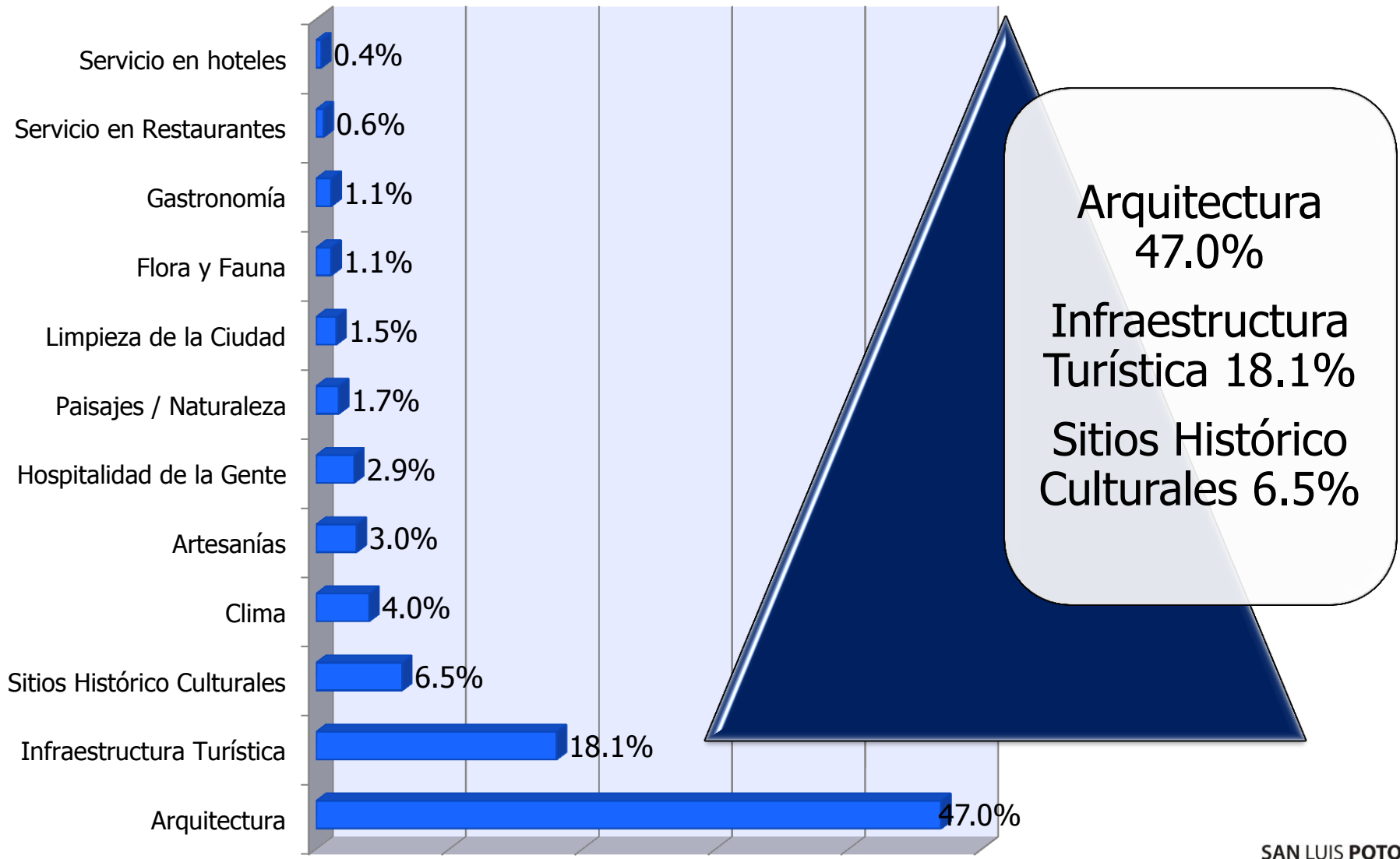




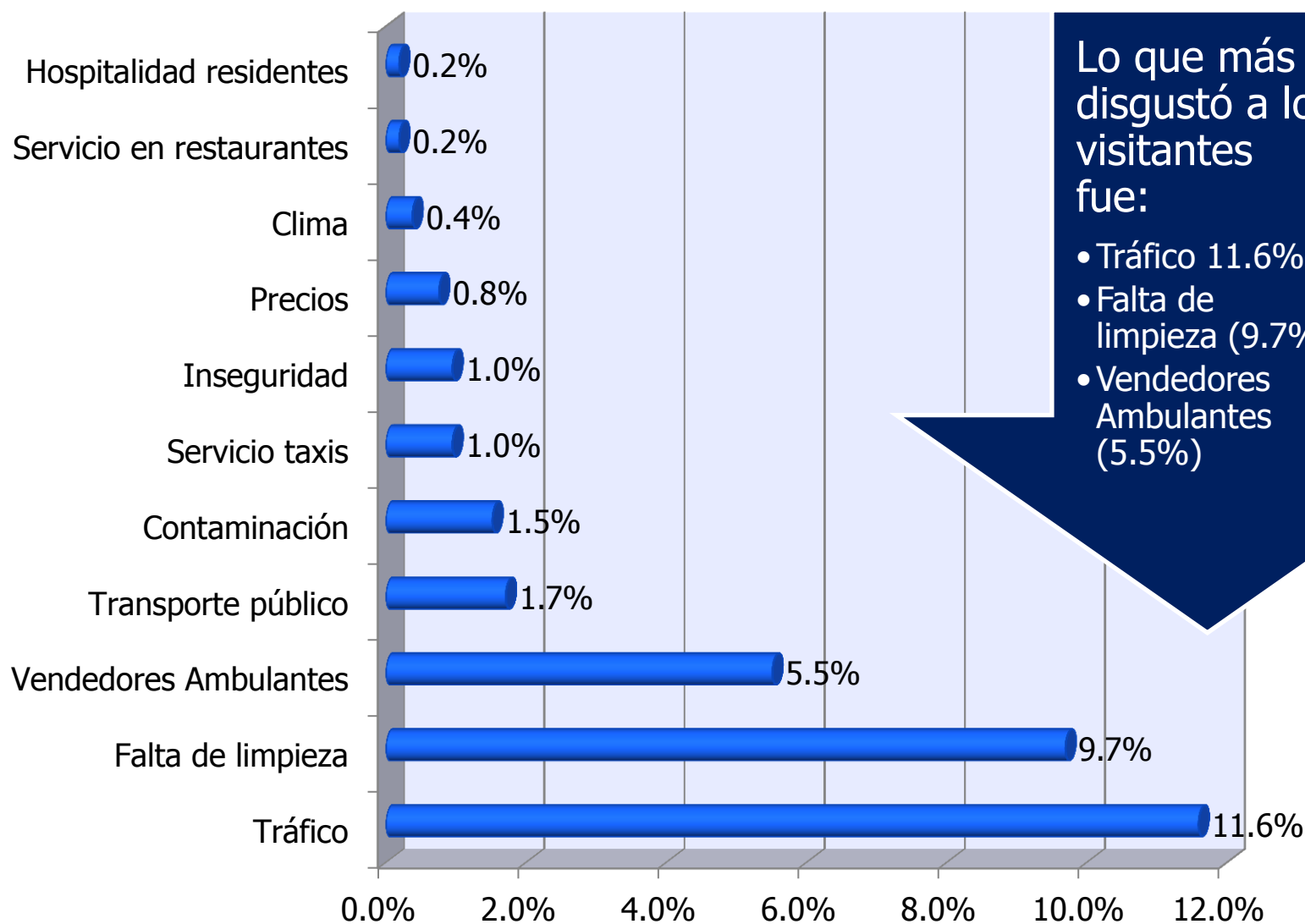
# Medio por el que se entero o Conoce de la Región por Lugar de Origen

Medio de Comunicación	Tamaulipas	Nuevo León	Jalisco	Zacatecas	Estado de México	Guanajuato	Distrito Federal	Sinaloa	Veracruz	Aguascalientes	Coahuila	Hidalgo	Puebla	Estados Unidos	Chihuahua	Durango	Otro	Total
Familiares o amigos	3.6%	1.5%	2.1%	2.5%	2.3%	1.7%	1.3%	1.0%	0.6%	1.3%	1.3%	0.6%	1.0%	1.0%	0.8%	0.2%	4.0%	↑ 26.6%
Internet	0.6%	1.3%	1.1%	0.4%	0.8%	0.2%	0.2%	1.0%	1.3%	0.2%	0.4%	0.6%	0.6%	0.6%	0.4%	0.8%	3.2%	→ 13.5%
Folletos	0.8%	0.4%	1.0%	0.2%	0.8%	0.6%	0.2%	0.4%	0.6%	0.2%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	1.3%	↘ 6.8%
trabajo	2.3%	1.5%	0.8%	0.4%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	↘ 6.1%
Televisión	0.4%	0.2%	0.6%	0.4%	0.6%	0.4%	0.4%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	0.4%	0.0%	0.8%	↓ 4.8%
Redes Sociales	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.4%	0.0%	0.2%	1.3%	↓ 3.0%
Revista	0.2%	0.2%	0.4%	0.2%	0.0%	0.4%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	↓ 2.1%
Agencias de Viajes	0.0%	0.2%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.6%	↓ 1.3%
Radio	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	↓ 0.8%
Periódico	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	↓ 0.4%
No contesto	6.8%	4.4%	2.9%	2.7%	1.7%	1.7%	1.9%	0.8%	0.8%	1.3%	1.1%	1.0%	1.0%	0.4%	0.8%	1.0%	4.6%	34.6%
<b>Total</b>	<b>14.8%</b>	<b>10.3%</b>	<b>9.1%</b>	<b>6.8%</b>	<b>6.1%</b>	<b>5.7%</b>	<b>4.6%</b>	<b>3.4%</b>	<b>3.4%</b>	<b>3.0%</b>	<b>3.0%</b>	<b>3.0%</b>	<b>2.7%</b>	<b>2.7%</b>	<b>2.3%</b>	<b>2.3%</b>	<b>16.7%</b>	<b>100.0%</b>

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



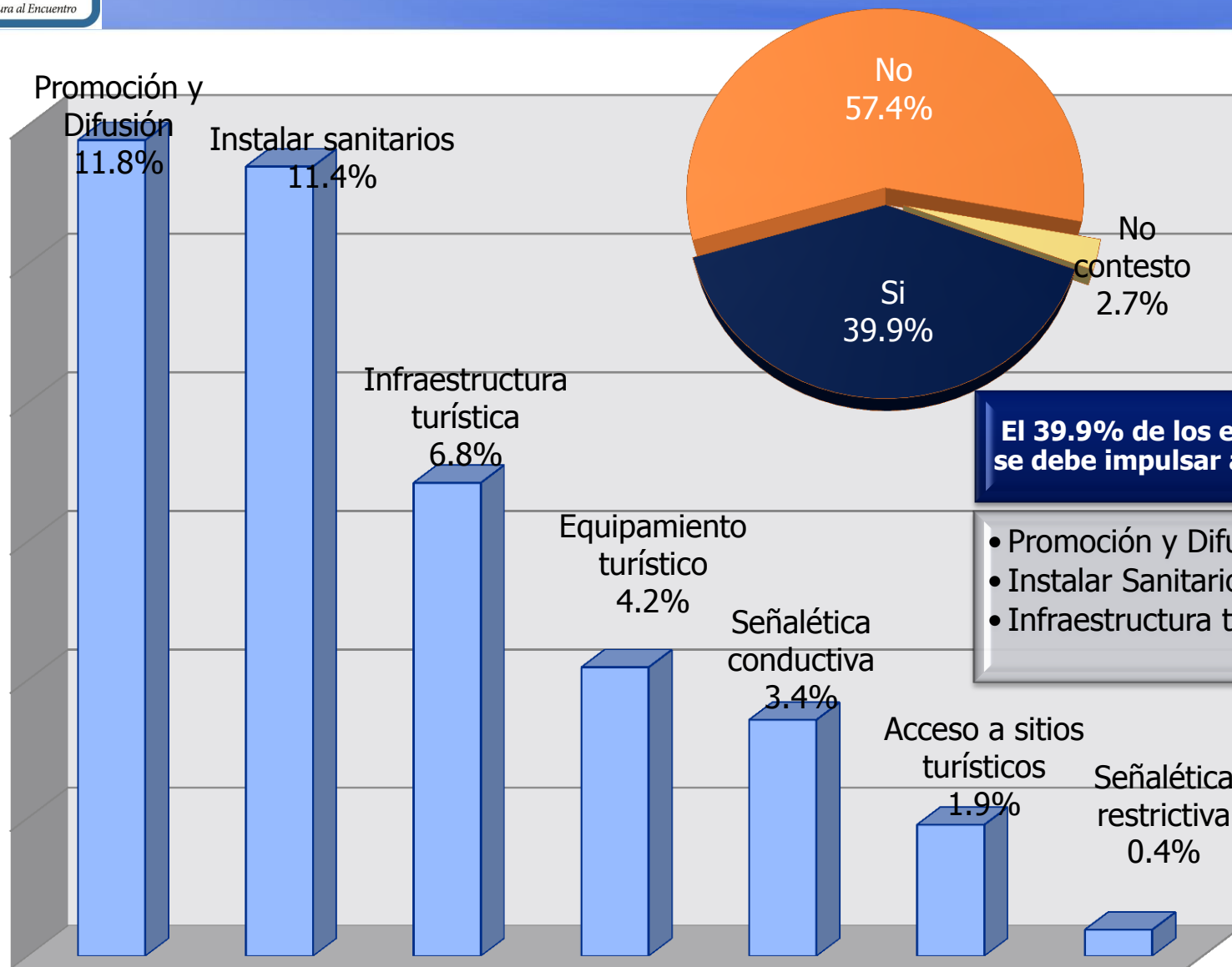
# Lo que más Disgustó a los Visitantes durante su visita a la Región



Lo que más disgustó a los visitantes fue:

- Tráfico 11.6%
- Falta de limpieza (9.7%)
- Vendedores Ambulantes (5.5%)

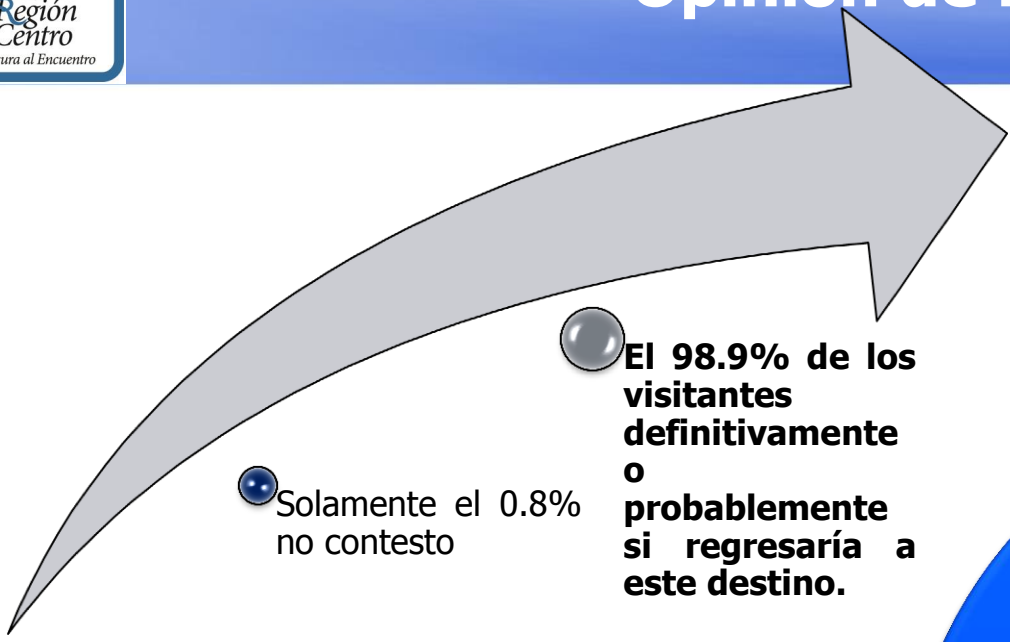
# Opinión para Impulsar Acciones de Mejora en la Región



**El 39.9% de los encuestados opina que se debe impulsar acciones en el destino:**

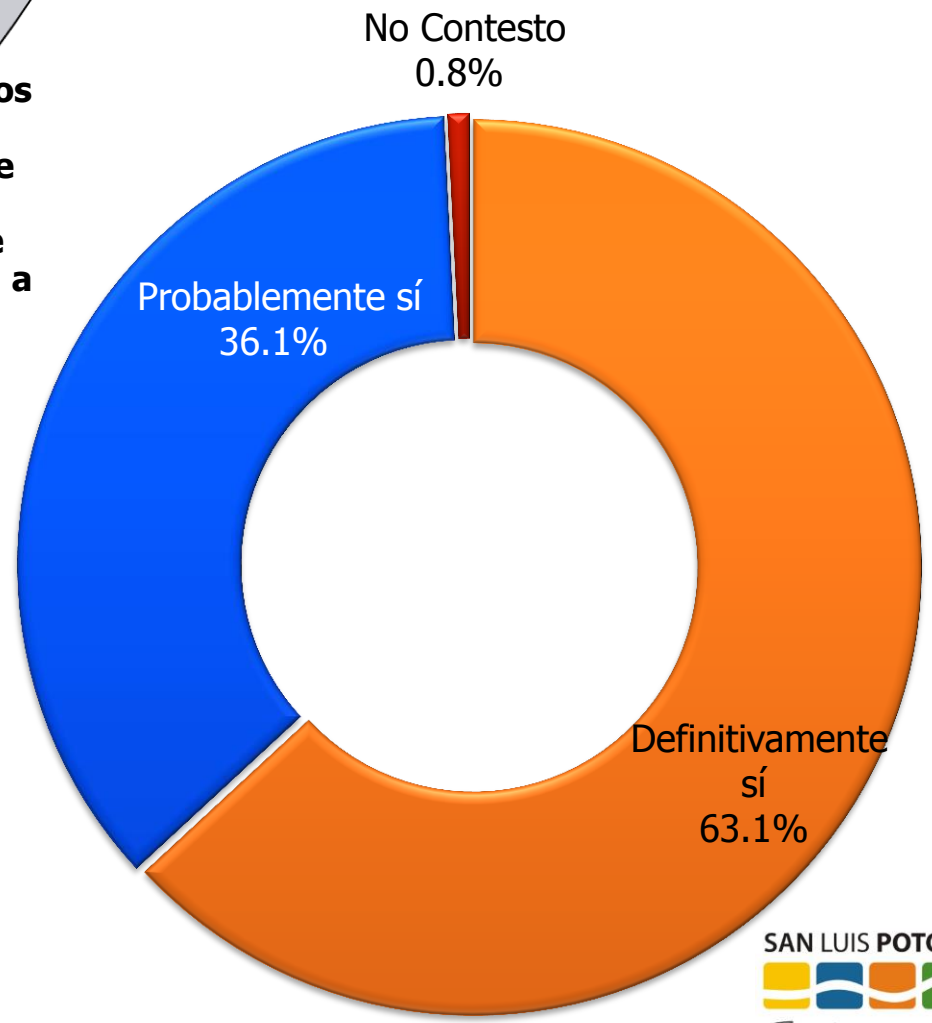
- Promoción y Difusión (11.8%).
- Instalar Sanitarios (11.4%).
- Infraestructura turística (6.8%).

# Opinión de Regresar a San Luis Potosí

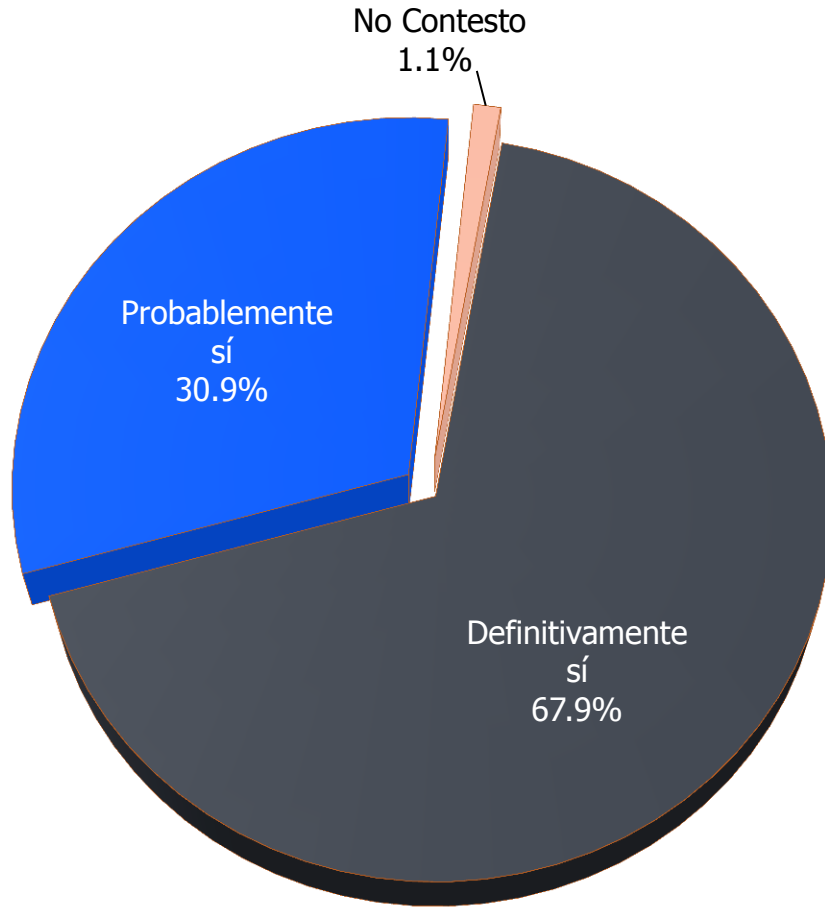


● Solamente el 0.8% no contestó

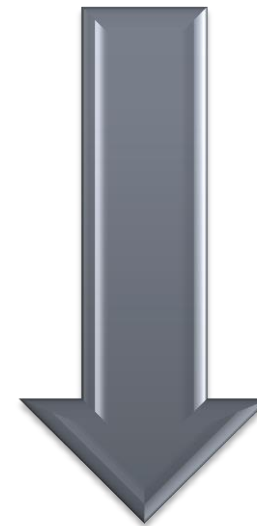
● El 98.9% de los visitantes definitivamente o probablemente si regresaría a este destino.



# Opinión de Recomendar a San Luis Potosí

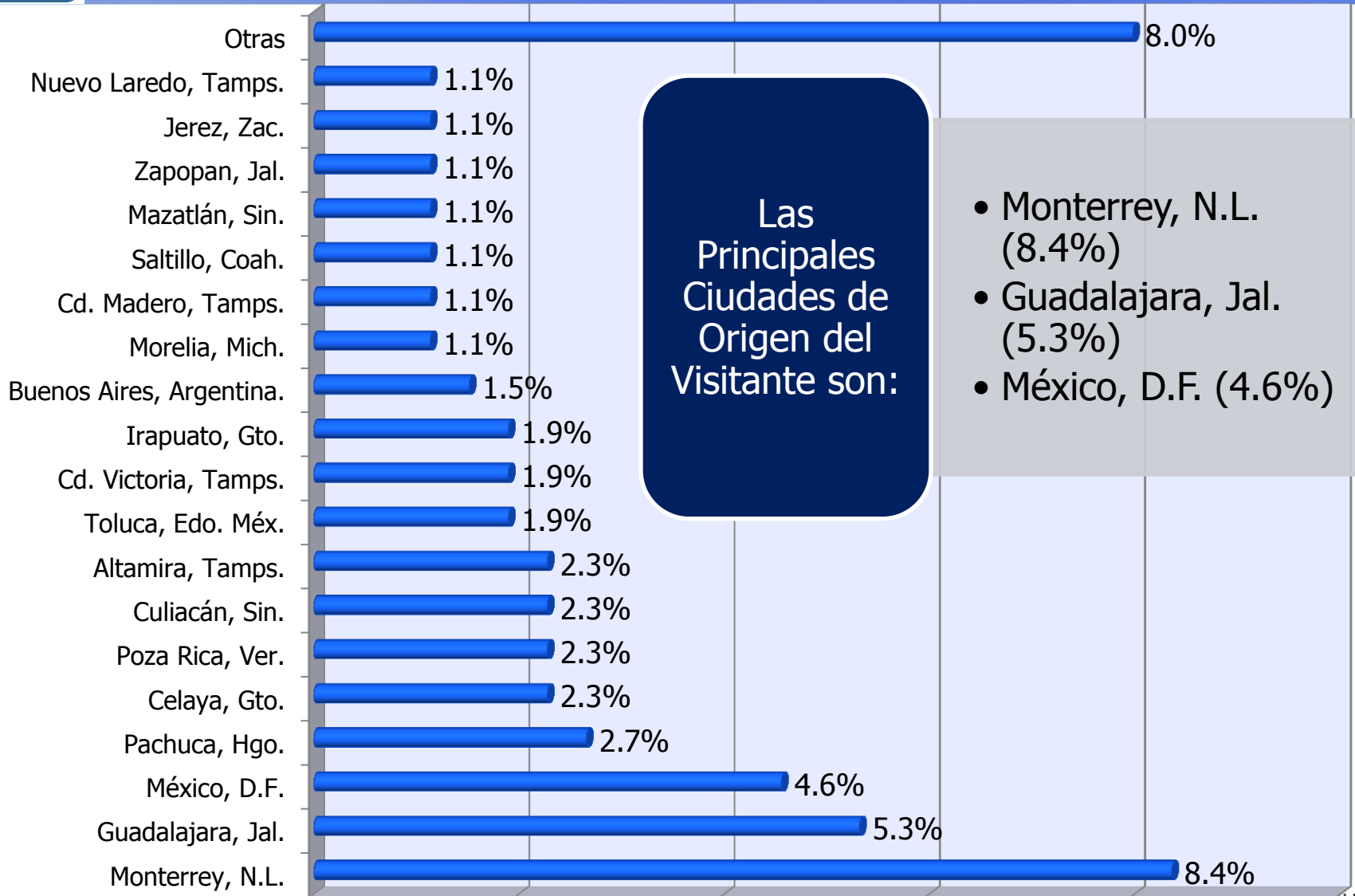


**El 98.9% de los visitantes definitivamente o probablemente sí Recomendaría el destino.**



Solamente el No  
1.1%  
contesto.

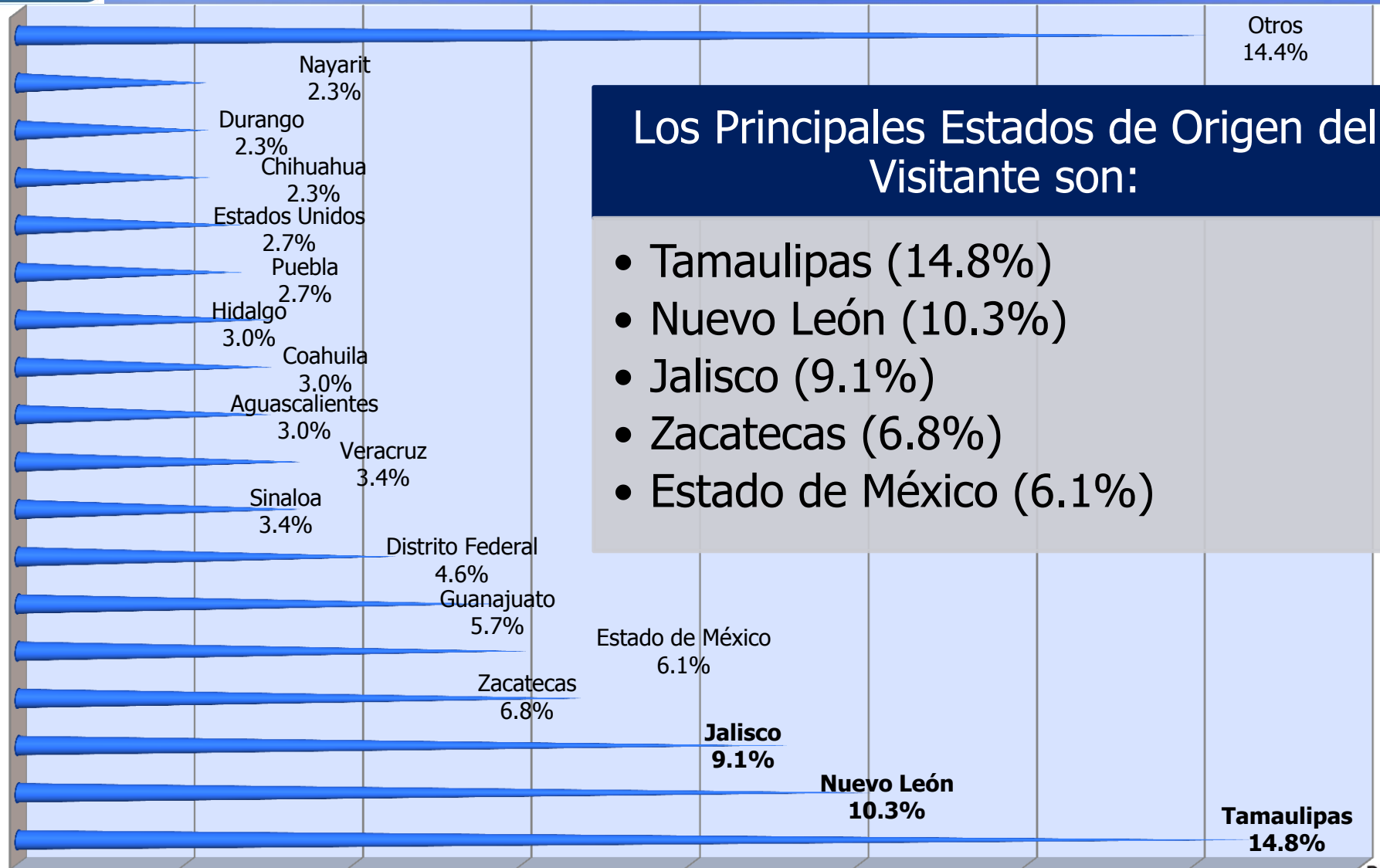
# Principales Ciudades de Origen del Visitante



Las Principales Ciudades de Origen del Visitante son:

- Monterrey, N.L. (8.4%)
- Guadalajara, Jal. (5.3%)
- México, D.F. (4.6%)

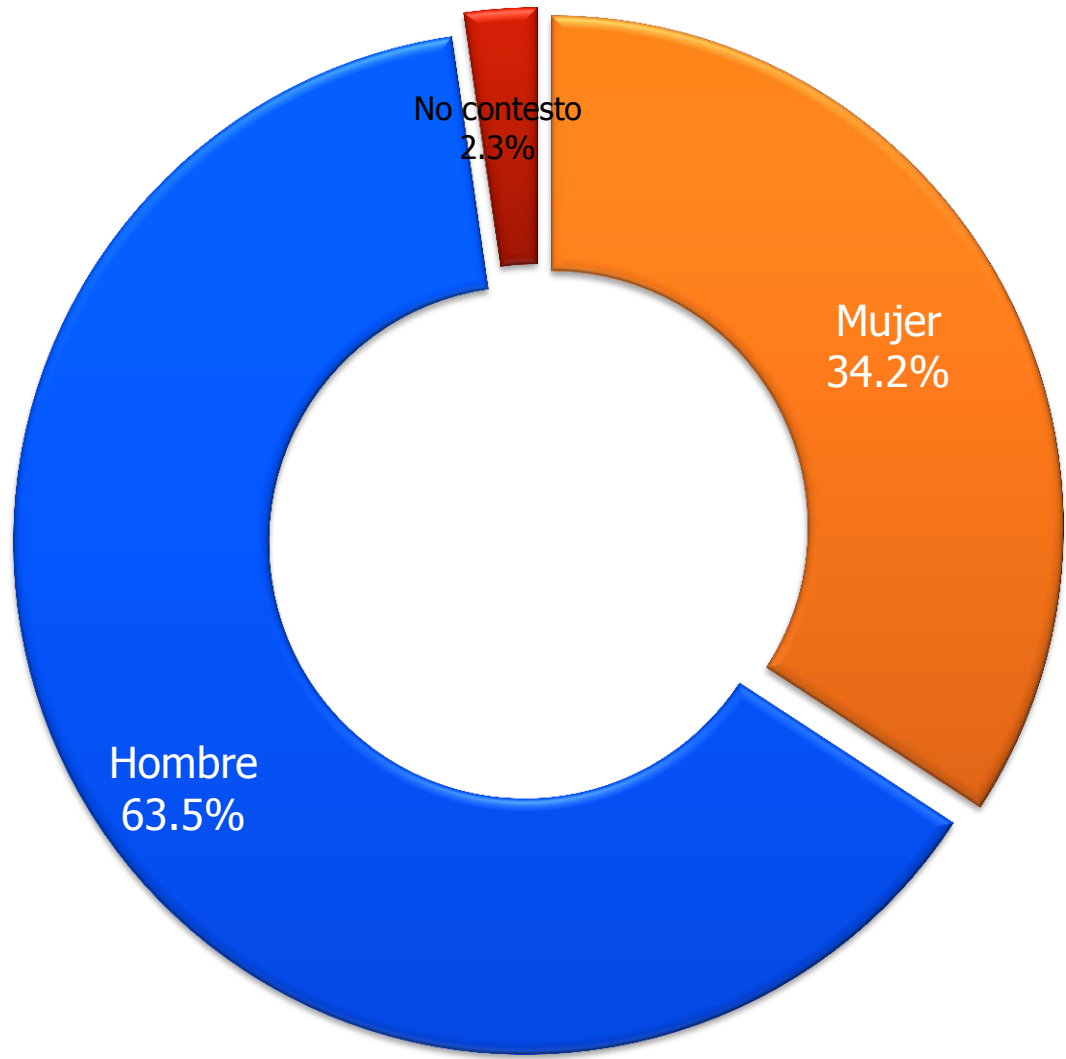
# Principales Estados de Origen del Visitante



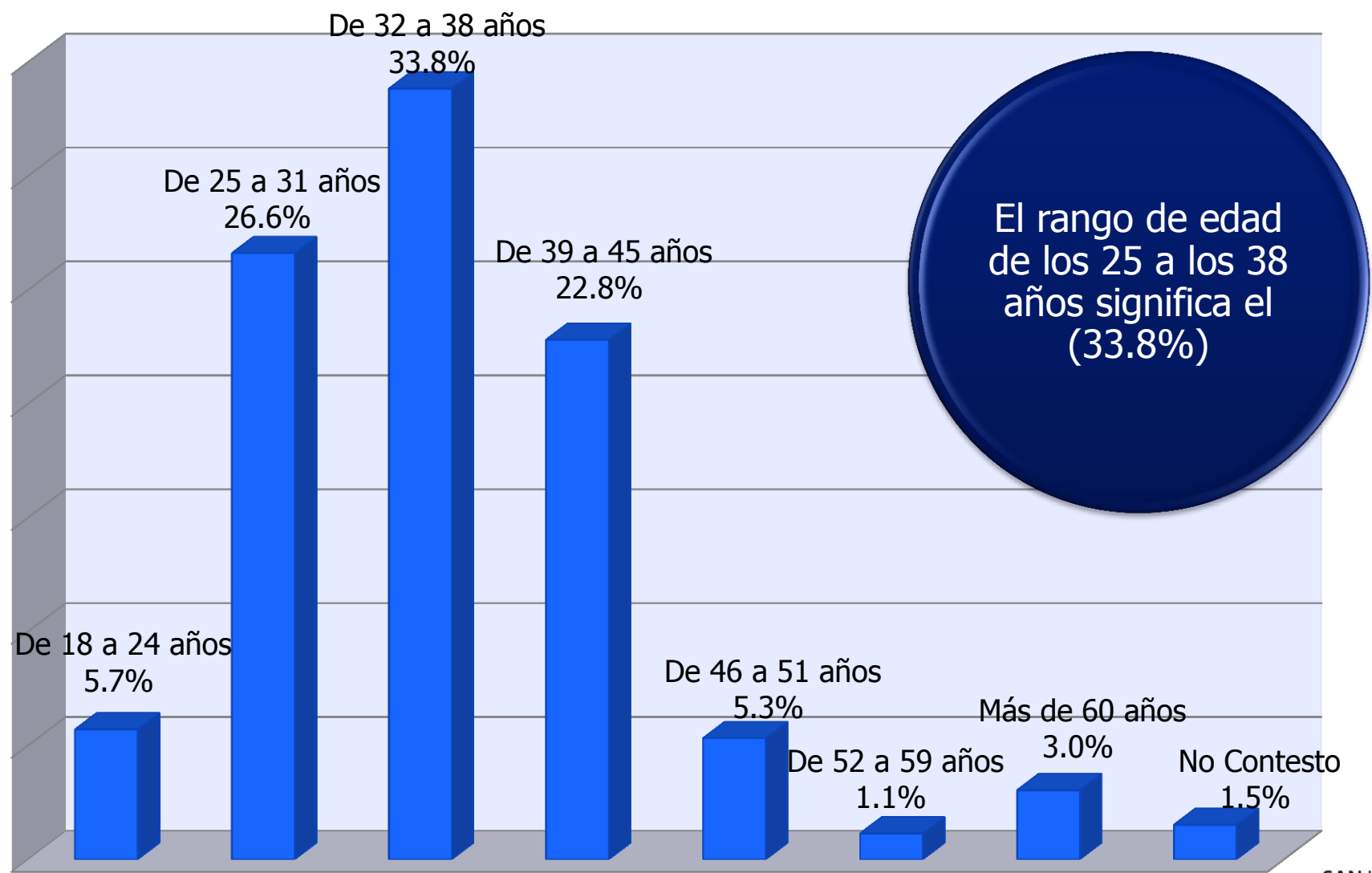
**Los Principales Estados de Origen del Visitante son:**

- Tamaulipas (14.8%)
- Nuevo León (10.3%)
- Jalisco (9.1%)
- Zacatecas (6.8%)
- Estado de México (6.1%)





# Rango de Edad de los Visitantes

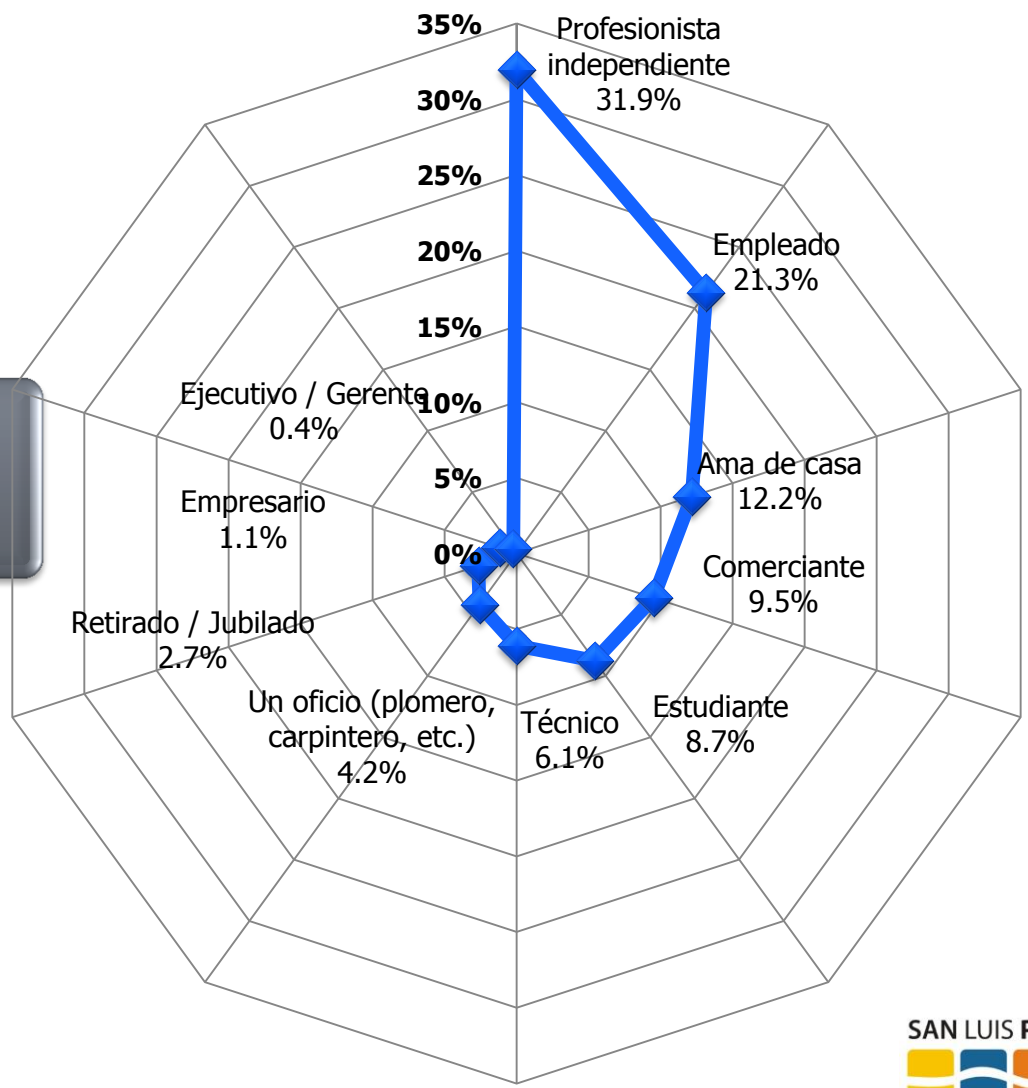


# Ocupación del Visitante a San Luis Potosí

Una importante parte de los visitantes son profesionistas (31.9%)

Otro segmento importante (21.3%) son empleados

El 12.2% amas de casa



# Perfil del Visitante Región Centro

Verano 2014



Resultados con Perspectiva  
de Género

## Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	11.0%	26.2%	1.1%	<b>38.4%</b>
Una vez al año	11.0%	15.6%	0.4%	<b>27.0%</b>
Dos veces al año	7.6%	12.5%	0.8%	<b>20.9%</b>
Tres o más veces al año	4.6%	8.0%	0.0%	<b>12.5%</b>
No contesto	0.0%	1.1%	0.0%	<b>1.1%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguna	0.8%	3.8%	0.4%	<b>4.9%</b>
Una noche	1.9%	5.7%	0.0%	<b>7.6%</b>
Dos noches	8.0%	14.8%	0.4%	<b>23.2%</b>
Tres noches	10.3%	15.2%	0.4%	<b>25.9%</b>
Cuatro noches	4.6%	5.7%	0.0%	<b>10.3%</b>
Cinco noches	3.0%	3.8%	0.4%	<b>7.2%</b>
Seis noches	0.4%	1.9%	0.0%	<b>2.3%</b>
Siete noches	1.5%	4.2%	0.0%	<b>5.7%</b>
Catorce noches	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Quince noches	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.1%</b>
No contesto	3.4%	7.2%	0.8%	<b>11.4%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Lugar donde se está hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	11.0%	28.5%	1.1%	<b>40.7%</b>
Familia / Amigos	22.1%	31.2%	0.8%	<b>54.0%</b>
No contesto	1.1%	3.8%	0.4%	<b>5.3%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Concordia	1.9%	1.1%	0.4%	<b>3.4%</b>
Hotel Nápoles	1.1%	1.9%	0.0%	<b>3.0%</b>
Hotel María Dolores	0.0%	2.3%	0.0%	<b>2.3%</b>
Hotel Panorama	1.5%	0.8%	0.0%	<b>2.3%</b>
Hotel María Cristina	0.4%	1.5%	0.0%	<b>1.9%</b>
Hotel California	0.4%	1.5%	0.0%	<b>1.9%</b>
Hotel Holiday Inn Express San Luis Potosí	0.4%	1.1%	0.0%	<b>1.5%</b>
Hotel Holiday Inn San Luis Potosí Quijote	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.1%</b>
Hotel Real Plaza	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.1%</b>
Hotel Sand´s	0.8%	0.4%	0.0%	<b>1.1%</b>
La Posada Potosina Hotel & Suites	0.0%	1.1%	0.0%	<b>1.1%</b>
Santa Lucía Suites del Bosque	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.1%</b>
Hotel One San Luis Potosí	0.4%	0.4%	0.4%	<b>1.1%</b>
Hotel Central	0.8%	0.0%	0.0%	<b>0.8%</b>
Hotel Anáhuac	0.0%	0.4%	0.4%	<b>0.8%</b>
Hotel Museo Palacio de San Agustín	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Courtyard Marriott	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
La Quinta Inn & Suites	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel 88 Inn	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Fiesta Inn Oriente	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Suites Altamira	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Guadalajara	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Progreso	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel San Luis	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
No contesto	24.7%	46.0%	1.1%	<b>71.9%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	3.8%	10.3%	0.4%	<b>14.4%</b>
Pareja	9.9%	18.3%	1.1%	<b>29.3%</b>
Familia	15.2%	24.0%	0.4%	<b>39.5%</b>
Amistades	3.8%	4.9%	0.4%	<b>9.1%</b>
Agrupación	1.1%	5.7%	0.0%	<b>6.8%</b>
No contesto	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Uno	3.8%	10.3%	0.4%	<b>14.4%</b>
Dos	11.8%	18.6%	1.5%	<b>31.9%</b>
Tres	8.7%	11.0%	0.0%	<b>19.8%</b>
Cuatro	5.7%	9.9%	0.4%	<b>16.0%</b>
Cinco	2.3%	6.1%	0.0%	<b>8.4%</b>
Seis	0.0%	3.4%	0.0%	<b>3.4%</b>
Siete	1.5%	1.1%	0.0%	<b>2.7%</b>
Ocho	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Diez	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Quince	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
Treinta	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Sesenta	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
No contesto	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	18.6%	30.4%	1.5%	<b>50.6%</b>
Autobús de línea	13.7%	29.3%	0.8%	<b>43.7%</b>
Autobús rentado	0.8%	1.9%	0.0%	<b>2.7%</b>
Avión	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.1%</b>
No contestó	0.8%	1.1%	0.0%	<b>1.9%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
300 a 400 pesos	1.9%	2.7%	0.4%	<b>4.9%</b>
401 a 550 pesos	1.5%	1.9%	0.0%	<b>3.4%</b>
551 a 700 pesos	1.5%	2.7%	0.4%	<b>4.6%</b>
701 a 850 pesos	1.9%	1.1%	0.0%	<b>3.0%</b>
851 a 999 pesos	0.4%	3.0%	0.0%	<b>3.4%</b>
Más de 1,000 pesos	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.1%</b>
No contesto	26.6%	51.3%	1.5%	<b>79.5%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	14.4%	29.3%	0.8%	<b>44.5%</b>
De 201 a 250 pesos	4.9%	12.5%	0.4%	<b>17.9%</b>
De 251 a 300 pesos	3.4%	4.2%	0.8%	<b>8.4%</b>
De 301 a 400 pesos	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
Más de 500 pesos	1.9%	2.3%	0.4%	<b>4.6%</b>
No contesto	9.1%	14.8%	0.0%	<b>24.0%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	17.5%	36.1%	0.0%	<b>53.6%</b>
De 201 a 250 pesos	6.8%	10.6%	1.5%	<b>19.0%</b>
De 251 a 300 pesos	0.8%	3.0%	0.4%	<b>4.2%</b>
De 301 a 400 pesos	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
No contesto	8.7%	13.7%	0.4%	<b>22.8%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	8.7%	13.7%	0.8%	<b>23.2%</b>
De 201 a 250 pesos	1.5%	1.5%	0.8%	<b>3.8%</b>
De 251 a 300 pesos	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
De 301 a 400 pesos	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
De 401 a 500 pesos	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Más de 500 pesos	1.1%	0.8%	0.0%	<b>1.9%</b>
No contesto	22.4%	46.0%	0.8%	<b>69.2%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	6.8%	10.3%	0.4%	<b>17.5%</b>
De 201 a 250 pesos	2.3%	4.6%	0.4%	<b>7.2%</b>
De 251 a 300 pesos	0.4%	1.5%	0.0%	<b>1.9%</b>
No contesto	24.7%	47.1%	1.5%	<b>73.4%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	3.4%	5.3%	0.0%	<b>8.7%</b>
De 201 a 250 pesos	3.8%	5.3%	0.4%	<b>9.5%</b>
De 251 a 300 pesos	0.8%	4.2%	0.8%	<b>5.7%</b>
De 301 a 400 pesos	1.5%	4.2%	0.0%	<b>5.7%</b>
De 401 a 500 pesos	1.9%	4.9%	0.0%	<b>6.8%</b>
Más de 500 pesos	1.1%	3.8%	0.0%	<b>4.9%</b>
No contesto	21.7%	35.7%	1.1%	<b>58.6%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>



## Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Visita a familiares	5.8%	9.1%	0.3%	<b>15.2%</b>
Vacaciones	4.1%	7.7%	0.3%	<b>12.0%</b>
Cultural	3.0%	6.8%	0.3%	<b>10.1%</b>
Negocios	0.8%	3.4%	0.1%	<b>4.3%</b>
Salud	0.9%	0.9%	0.0%	<b>1.8%</b>
Naturaleza	0.3%	1.0%	0.0%	<b>1.3%</b>
Religioso	0.3%	0.9%	0.0%	<b>1.1%</b>
Turismo de Aventura	0.6%	0.4%	0.0%	<b>1.0%</b>
Deportivo	0.4%	0.5%	0.0%	<b>0.9%</b>
Compra artesanías	0.4%	0.3%	0.0%	<b>0.6%</b>
Ecoturismo	0.5%	0.0%	0.0%	<b>0.5%</b>
Gastronómico	0.1%	0.4%	0.0%	<b>0.5%</b>
No Contesto	17.1%	32.1%	1.4%	<b>50.6%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Actividades que podrían desarrollarse

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tours	1.9%	6.1%	0.0%	<b>8.0%</b>
Eventos Culturales	1.9%	2.3%	0.0%	<b>4.2%</b>
Nada, todo esta muy completo	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Callejoneadas	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
No contesto	30.0%	54.8%	2.3%	<b>87.1%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Guanajuato, Gto.	3.6%	9.9%	0.2%	<b>13.7%</b>
Ninguno	2.3%	6.7%	0.2%	<b>9.1%</b>
Zacatecas, Zac.	1.7%	5.3%	0.2%	<b>7.2%</b>
Aguascalientes, Ags.	2.5%	3.0%	0.0%	<b>5.5%</b>
Puebla, Pue.	0.8%	2.3%	0.0%	<b>3.0%</b>
Durango, Dgo.	0.8%	2.3%	0.0%	<b>3.0%</b>
Morelia, Mich.	0.8%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
Querétaro, Qro.	0.2%	0.6%	0.0%	<b>0.8%</b>
Guadalajara, Jal.	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Oaxaca, Oax.	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
No Contesto	21.1%	32.5%	1.7%	<b>55.3%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Razones de Comparación con la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Arquitectura	9.9%	22.2%	0.6%	<b>32.7%</b>
Ciudad Colonial	2.3%	6.3%	0.0%	<b>8.6%</b>
Lugar Unico	0.6%	0.4%	0.0%	<b>1.0%</b>
Hospitalidad de la gente	0.2%	1.5%	0.0%	<b>1.7%</b>
Vegetación	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Clima	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
No contesto	20.9%	32.9%	1.7%	<b>55.5%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Opinión para Mejorar la Actividad Turística

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Más promoción / Difusión	3.6%	6.8%	0.2%	<b>10.6%</b>
Limpieza	0.8%	1.3%	0.2%	<b>2.3%</b>
Mejorar las carreteras / Crear ca	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
No contestó	29.8%	55.1%	1.9%	<b>86.9%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Recordación de Publicidad con Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	11.4%	17.9%	0.8%	<b>30.0%</b>
No	22.8%	45.2%	1.5%	<b>69.6%</b>
No contesto	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio por el que se enteró o conoce región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Familiares o amigos	10.3%	15.8%	0.6%	<b>26.6%</b>
Internet	4.8%	8.0%	0.8%	<b>13.5%</b>
Folleto	3.0%	3.8%	0.0%	<b>6.8%</b>
trabajo	0.8%	5.1%	0.2%	<b>6.1%</b>
Televisión	2.3%	2.5%	0.0%	<b>4.8%</b>
Redes Sociales	1.3%	1.7%	0.0%	<b>3.0%</b>
Revista	0.8%	1.3%	0.0%	<b>2.1%</b>
Agencias de Viajes	0.6%	0.8%	0.0%	<b>1.3%</b>
Radio	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
Periódico	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
No contesto	10.1%	23.8%	0.8%	<b>34.6%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Lugar de Recordación de la Publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	6.1%	6.8%	0.0%	<b>12.9%</b>
Espectaculares	3.4%	2.7%	0.0%	<b>6.1%</b>
Televisión	1.5%	3.8%	0.0%	<b>5.3%</b>
Revistas	0.8%	1.1%	0.8%	<b>2.7%</b>
Redes Sociales	0.0%	2.3%	0.0%	<b>2.3%</b>
Periódico	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Folleto	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
No contesto	22.4%	45.6%	1.5%	<b>69.6%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Viajo a través de algún Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
No	32.7%	61.6%	1.9%	<b>96.2%</b>
No contesto	1.5%	1.9%	0.4%	<b>3.8%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Lo que más le gustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Arquitectura	15.4%	30.6%	1.0%	<b>47.0%</b>
Infraestructura Turística	7.8%	10.3%	0.0%	<b>18.1%</b>
Sitios Histórico Culturales	2.9%	3.2%	0.4%	<b>6.5%</b>
Clima	1.5%	2.3%	0.2%	<b>4.0%</b>
Artesanías	1.0%	1.9%	0.2%	<b>3.0%</b>
Hospitalidad de la Gente	1.0%	1.9%	0.0%	<b>2.9%</b>
Paisajes / Naturaleza	0.4%	1.3%	0.0%	<b>1.7%</b>
Limpieza de la Ciudad	0.6%	1.0%	0.0%	<b>1.5%</b>
Flora y Fauna	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.1%</b>
Gastronomía	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.1%</b>
Servicio en Restaurantes	0.2%	0.4%	0.0%	<b>0.6%</b>
Servicio en hoteles	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
No contesto	2.7%	8.9%	0.6%	<b>12.2%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Lo que más le disgustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tráfico	3.8%	7.2%	0.6%	<b>11.6%</b>
Falta de limpieza	3.2%	6.5%	0.0%	<b>9.7%</b>
Vendedores Ambulantes	1.5%	4.0%	0.0%	<b>5.5%</b>
Transporte público	0.8%	1.0%	0.0%	<b>1.7%</b>
Contaminación	0.8%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
Servicio taxis	0.2%	0.8%	0.0%	<b>1.0%</b>
Inseguridad	0.8%	0.2%	0.0%	<b>1.0%</b>
Precios	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Clima	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Servicio en restaurantes	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hospitalidad residentes	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Servicio en hoteles	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
No contesto	23.2%	41.6%	1.7%	<b>66.5%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Impulsar Acciones para renovar Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	11.8%	27.4%	0.8%	<b>39.9%</b>
No	21.7%	34.6%	1.1%	<b>57.4%</b>
No contesto	0.8%	1.5%	0.4%	<b>2.7%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Acciones para Impulsar la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Promoción y Difusión	3.4%	8.4%	0.0%	<b>11.8%</b>
Instalar sanitarios	3.0%	8.4%	0.0%	<b>11.4%</b>
Infraestructura turística	1.5%	5.3%	0.0%	<b>6.8%</b>
Equipamiento turístico	1.1%	3.0%	0.0%	<b>4.2%</b>
Señalética conductiva	1.1%	1.9%	0.4%	<b>3.4%</b>
Acceso a sitios turísticos	1.5%	0.4%	0.0%	<b>1.9%</b>
Señalética restrictiva	0.0%	0.0%	0.4%	<b>0.4%</b>
No contesto	22.4%	36.1%	1.5%	<b>60.1%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	22.4%	38.8%	1.9%	<b>63.1%</b>
Probablemente sí	11.8%	24.3%	0.0%	<b>36.1%</b>
No Contesto	0.0%	0.4%	0.4%	<b>0.8%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	22.5%	44.3%	1.1%	<b>67.9%</b>
Probablemente sí	11.8%	18.3%	0.8%	<b>30.9%</b>
No Contesto	0.0%	0.8%	0.4%	<b>1.1%</b>
<b>Total</b>	<b>34.4%</b>	<b>63.4%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Monterrey, N.L.	2.7%	5.7%	0.0%	<b>8.4%</b>
Guadalajara, Jal.	1.9%	3.4%	0.0%	<b>5.3%</b>
México, D.F.	1.5%	2.7%	0.4%	<b>4.6%</b>
Pachuca, Hgo.	0.0%	2.7%	0.0%	<b>2.7%</b>
Celaya, Gto.	0.4%	1.9%	0.0%	<b>2.3%</b>
Poza Rica, Ver.	0.8%	1.5%	0.0%	<b>2.3%</b>
Culiacán, Sin.	0.8%	1.5%	0.0%	<b>2.3%</b>
Altamira, Tamps.	0.4%	1.9%	0.0%	<b>2.3%</b>
Toluca, Edo. Méx.	0.8%	1.1%	0.0%	<b>1.9%</b>
Cd. Victoria, Tamps.	0.4%	1.5%	0.0%	<b>1.9%</b>
Irapuato, Gto.	0.4%	1.5%	0.0%	<b>1.9%</b>
Buenos Aires, Argentina.	1.1%	0.4%	0.0%	<b>1.5%</b>
Morelia, Mich.	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.1%</b>
Cd. Madero, Tamps.	0.0%	1.1%	0.0%	<b>1.1%</b>
Saltillo, Coah.	0.8%	0.4%	0.0%	<b>1.1%</b>
Mazatlán, Sin.	0.0%	1.1%	0.0%	<b>1.1%</b>
Zapopan, Jal.	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.1%</b>
Jerez, Zac.	0.4%	0.4%	0.4%	<b>1.1%</b>
Nuevo Laredo, Tamps.	0.0%	1.1%	0.0%	<b>1.1%</b>
Torreón, Coah.	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
Monclova, Coah.	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
Tepic, Nay.	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
Texas, EUA	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Ciudad Mante, Tamps.	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Villa Hermosa, Tab.	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Hermosillo, Son.	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
Cholula, Pue.	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Tampico, Tams.	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Querétaro, Qro.	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Cd. Valles, S.L.P.	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
California, EUA	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Zacatecas, Zac.	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
No Contesto	19.4%	25.9%	1.5%	<b>46.8%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tamaulipas	3.4%	11.4%	0.0%	<b>14.8%</b>
Nuevo León	4.2%	6.1%	0.0%	<b>10.3%</b>
Jalisco	2.7%	6.5%	0.0%	<b>9.1%</b>
Zacatecas	1.9%	4.2%	0.8%	<b>6.8%</b>
Estado de México	2.7%	3.4%	0.0%	<b>6.1%</b>
Guanajuato	1.5%	4.2%	0.0%	<b>5.7%</b>
Distrito Federal	1.5%	2.7%	0.4%	<b>4.6%</b>
Sinaloa	0.8%	2.7%	0.0%	<b>3.4%</b>
Veracruz	1.1%	2.3%	0.0%	<b>3.4%</b>
Aguascalientes	1.1%	1.9%	0.0%	<b>3.0%</b>
Coahuila	1.9%	1.1%	0.0%	<b>3.0%</b>
Hidalgo	0.0%	3.0%	0.0%	<b>3.0%</b>
Puebla	1.1%	1.1%	0.4%	<b>2.7%</b>
Estados Unidos	0.8%	1.5%	0.4%	<b>2.7%</b>
Chihuahua	1.9%	0.4%	0.0%	<b>2.3%</b>
Durango	0.8%	1.5%	0.0%	<b>2.3%</b>
Nayarit	1.5%	0.8%	0.0%	<b>2.3%</b>
Colima	0.8%	1.1%	0.0%	<b>1.9%</b>
Guerrero	0.4%	1.1%	0.4%	<b>1.9%</b>
Michoacán	1.1%	0.8%	0.0%	<b>1.9%</b>
Oaxaca	0.0%	1.5%	0.0%	<b>1.5%</b>
Querétaro	0.8%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
Chiapas	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.1%</b>
Morelos	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
San Luis Potosí	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
Sonora	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
Tabasco	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Baja California	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Argentina	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Argentina	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Quintana Roo	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Edad Promedio de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 18 a 24 años	3.4%	2.3%	0.0%	<b>5.7%</b>
De 25 a 31 años	10.6%	15.2%	0.8%	<b>26.6%</b>
De 32 a 38 años	9.9%	24.0%	0.0%	<b>33.8%</b>
De 39 a 45 años	6.8%	15.6%	0.4%	<b>22.8%</b>
De 46 a 51 años	2.3%	3.0%	0.0%	<b>5.3%</b>
De 52 a 59 años	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.1%</b>
Más de 60 años	0.8%	2.3%	0.0%	<b>3.0%</b>
No Contesto	0.0%	0.4%	1.1%	<b>1.5%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

## Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Profesionista independiente	9.9%	21.3%	0.8%	<b>31.9%</b>
Empleado	5.3%	16.0%	0.0%	<b>21.3%</b>
Ama de casa	12.2%	0.0%	0.0%	<b>12.2%</b>
Comerciante	0.8%	8.4%	0.4%	<b>9.5%</b>
Estudiante	3.4%	5.3%	0.0%	<b>8.7%</b>
Técnico	0.4%	5.7%	0.0%	<b>6.1%</b>
Un oficio (plomero, carpintero, e	0.8%	3.4%	0.0%	<b>4.2%</b>
Retirado / Jubilado	0.4%	2.3%	0.0%	<b>2.7%</b>
Empresario	0.0%	0.8%	0.4%	<b>1.1%</b>
Ejecutivo / Gerente	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
No Contesto	1.1%	0.0%	0.8%	<b>1.9%</b>
<b>Total</b>	<b>34.2%</b>	<b>63.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>100.0%</b>

# Perfil del Visitante

## Región Centro

Verano 2014

