

# Perfil del Visitante Verano 2017 Región Media



# Metodología Perfil del Visitante

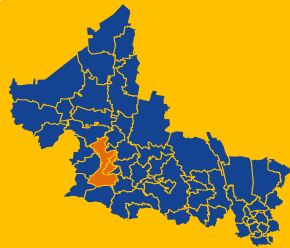
Con el objeto de determinar el Perfil del Visitante y conocer la experiencia durante se estancia en la Región Media, se llevó a cabo un levantamiento de 242 encuestas.

Las entrevistas se levantaron del 17 de Julio al 11 de Agosto en los principales sitios turísticos del municipio y fueron contestadas directamente por los visitantes.

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



**72.3%**  
Medio de  
Transporte



**Lugar de  
Aplicación**



**35.1%**  
Frecuencia de  
Visita

**5.1**

Tamaño de  
Grupo promedio



**22.2%**  
Medio de  
Comunicación



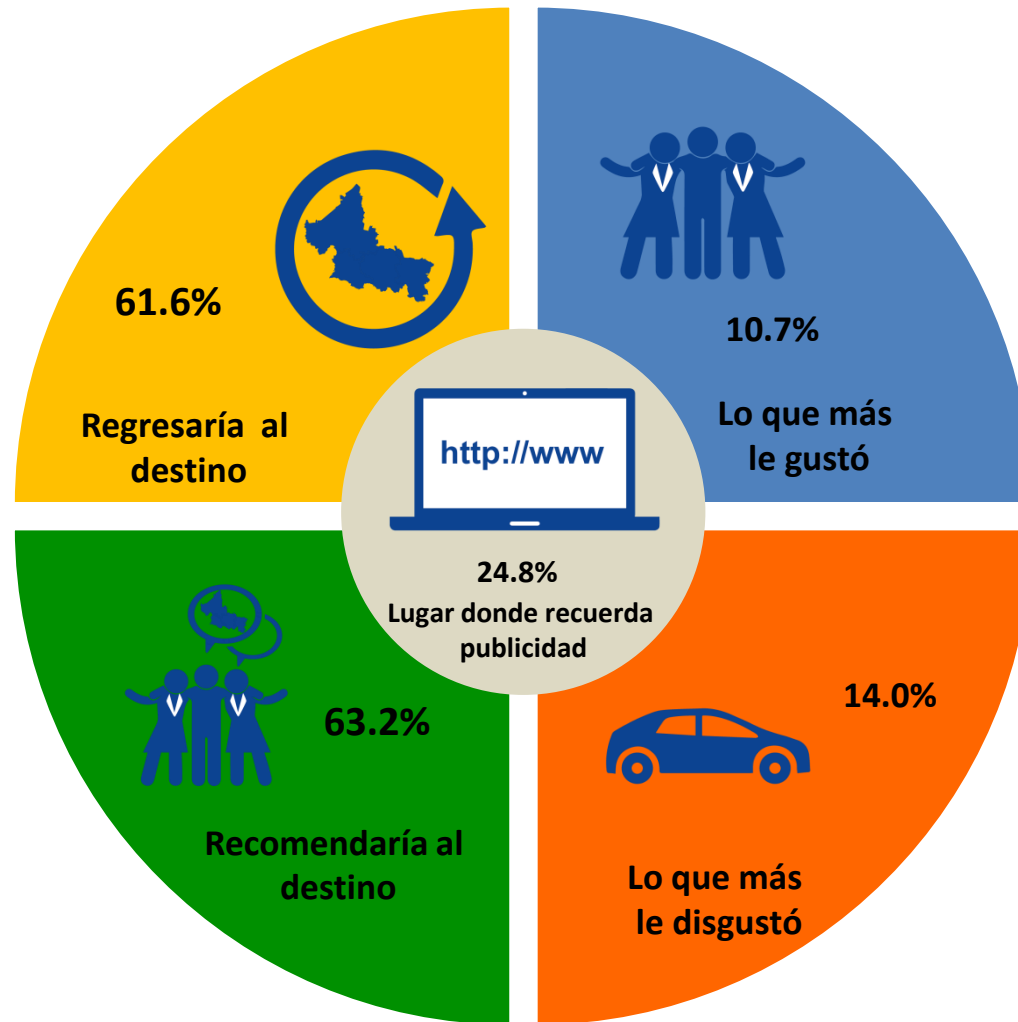
**68.2%**  
Lugar de  
Hospedaje



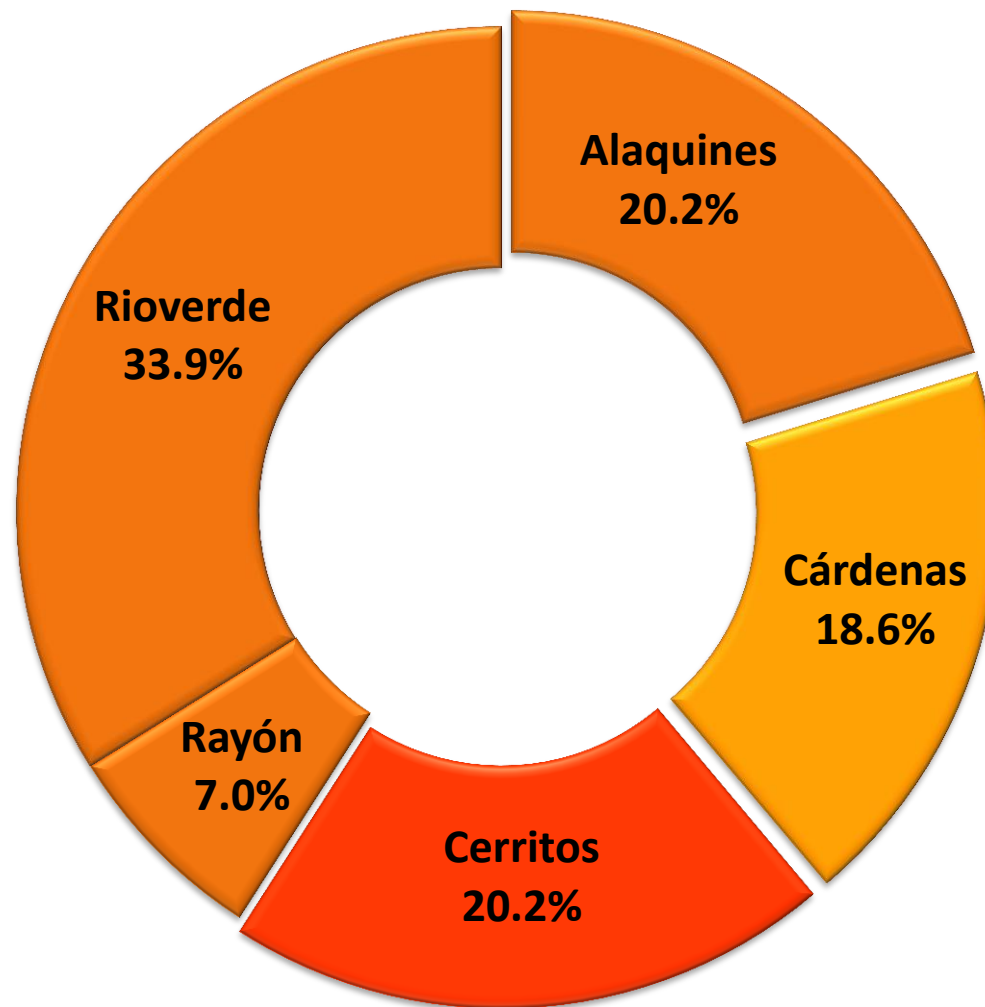
**50.0%**  
Forma de  
Viaje



**35**      **41**  
Edad Promedio  
(Años)



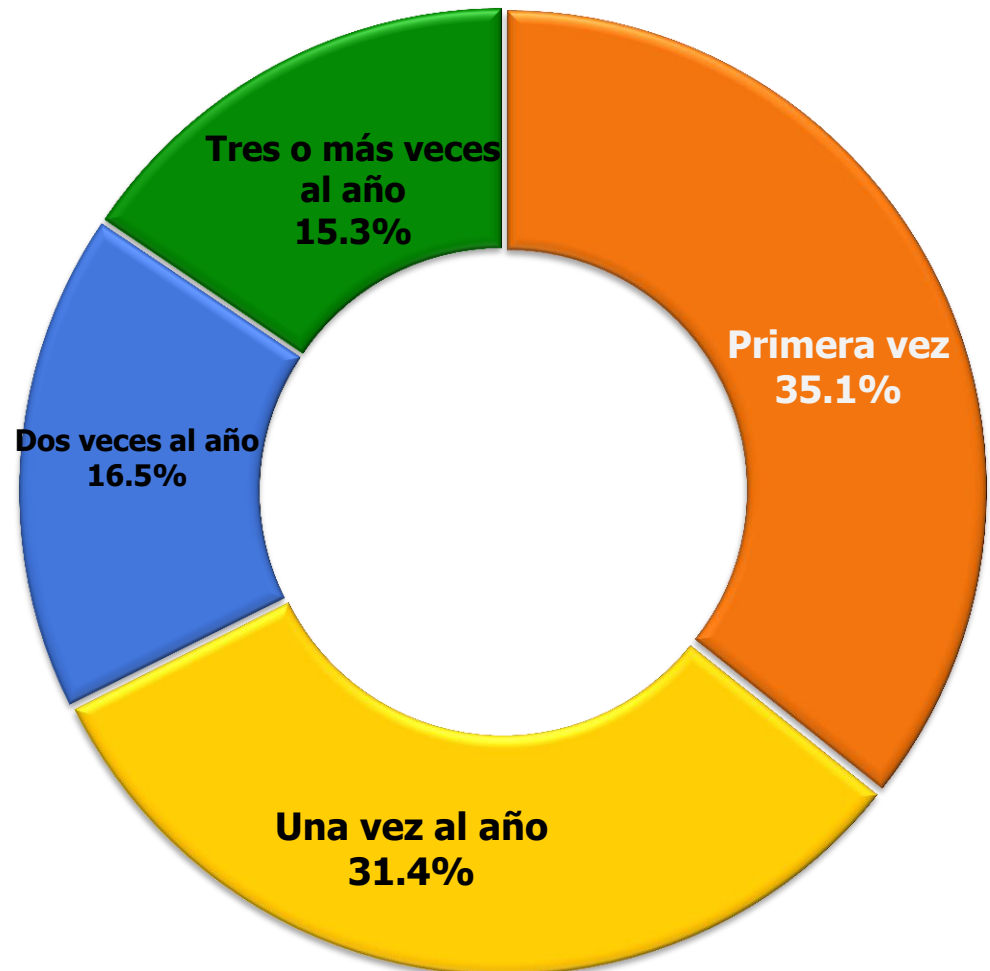
# Lugar de Levantamiento



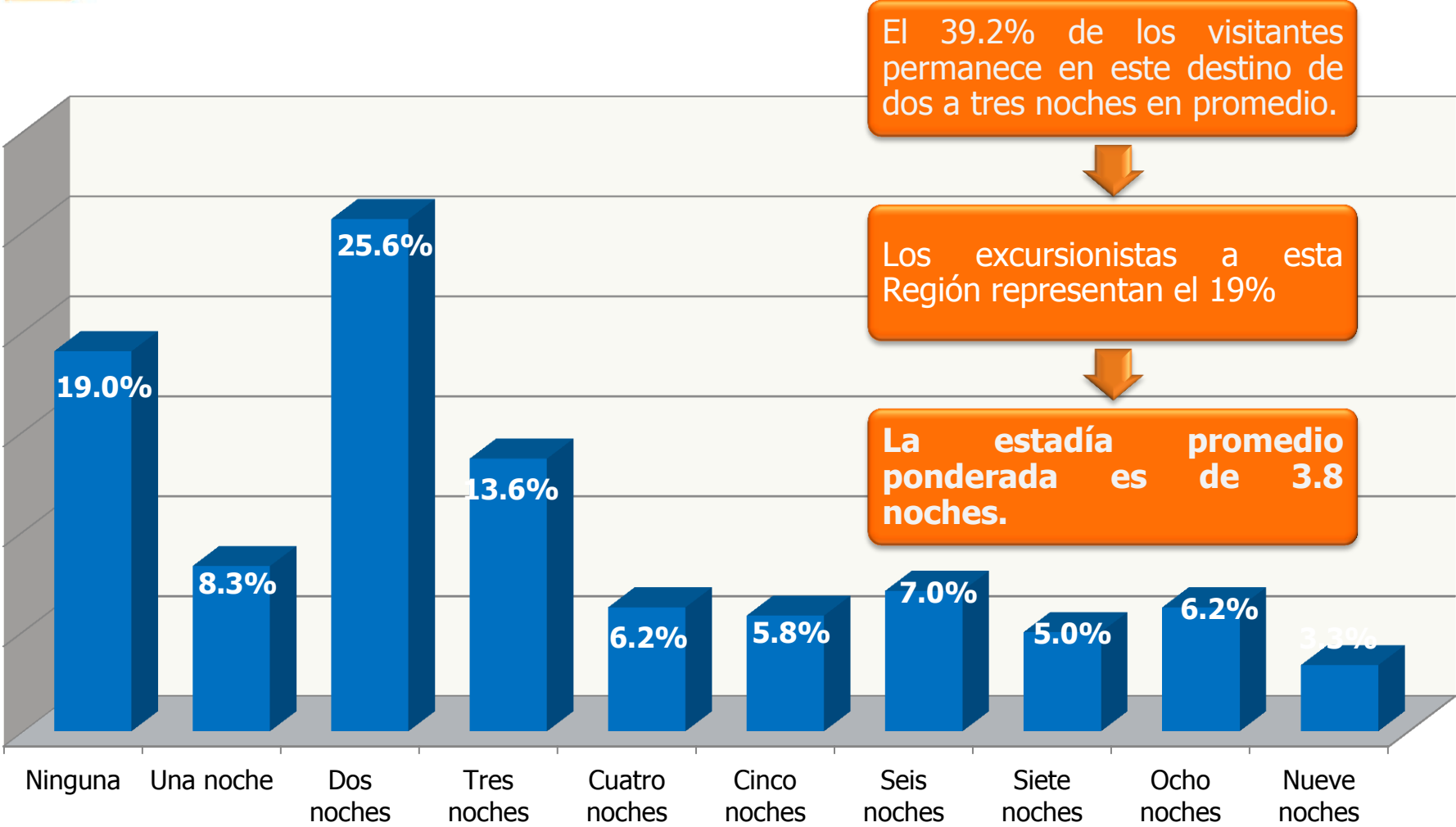
# Frecuencia de Visita a la Región

Un alto porcentaje visita el municipio por primera vez (35.1%)

El turismo repetitivo representa el 64.9%



# Noches de Estadía



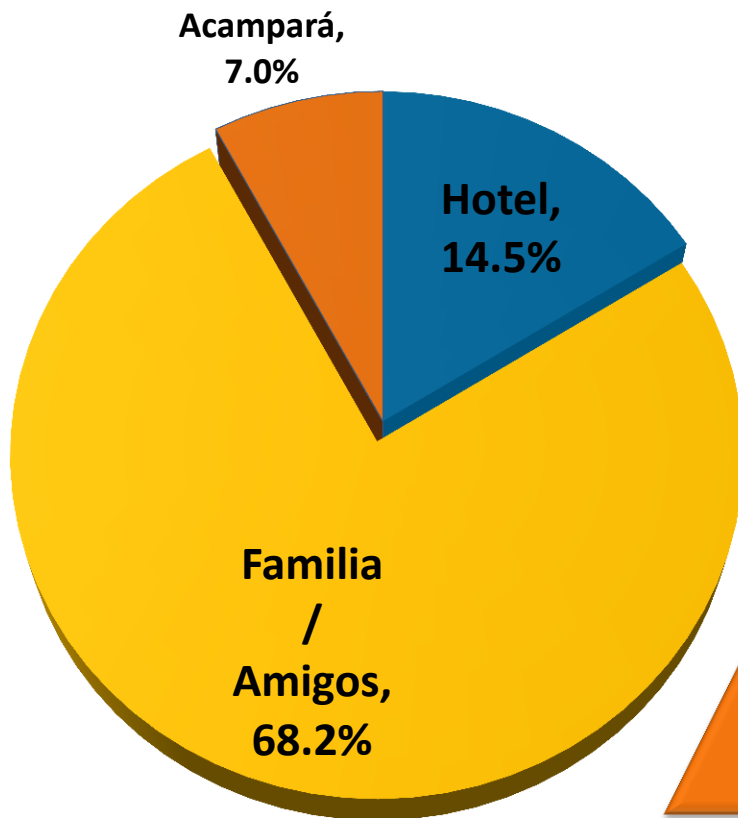
El 39.2% de los visitantes permanece en este destino de dos a tres noches en promedio.

Los excursionistas a esta Región representan el 19%

La estadía ponderada es de 3.8 noches.

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

# Lugar de Hospedaje del Visitante

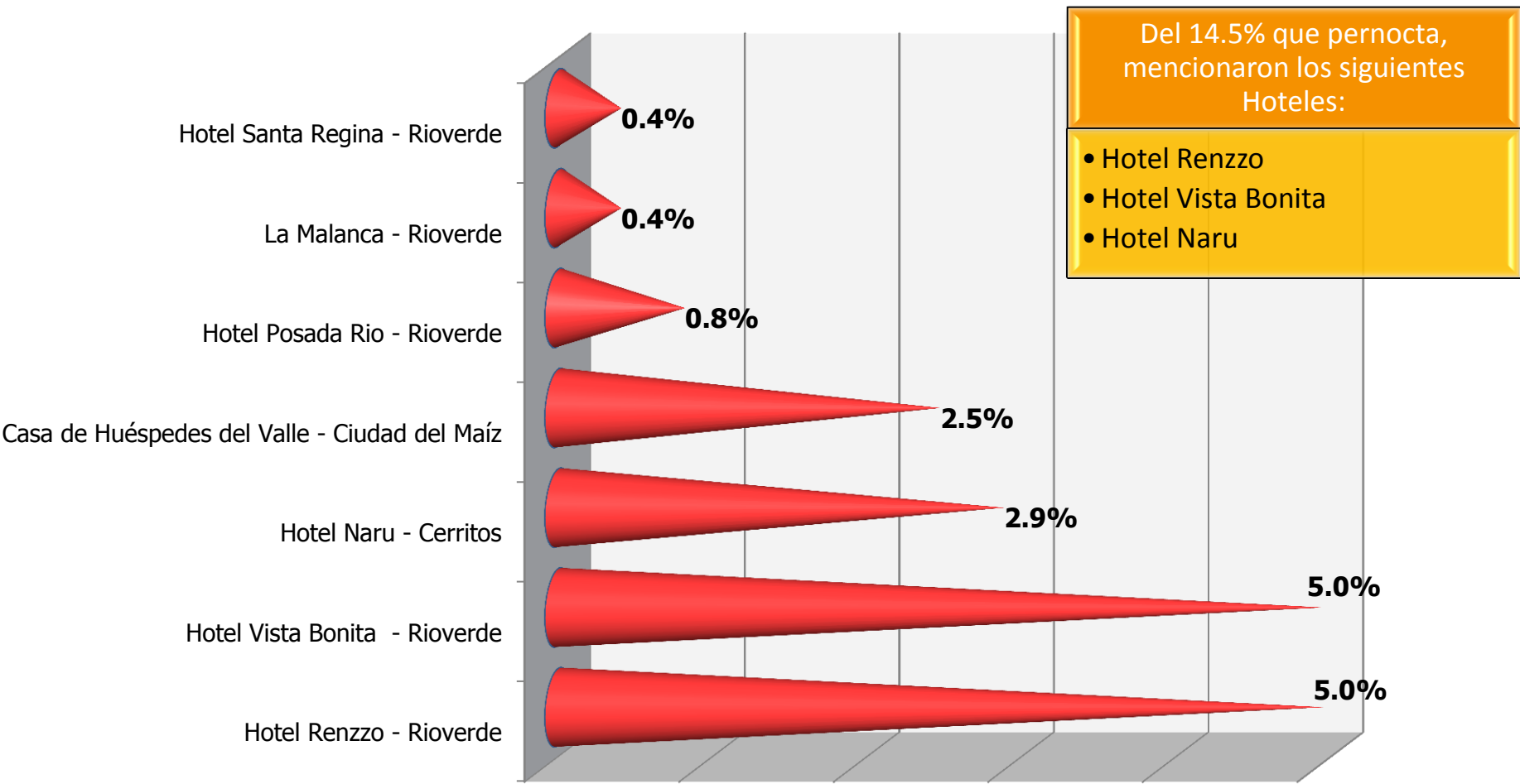
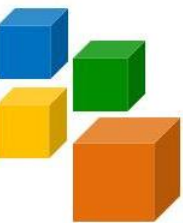


El 14.5% de los visitantes pernoctan en algún hotel de esta región

El 68.2% prefiere casas de Familiares y amigos.



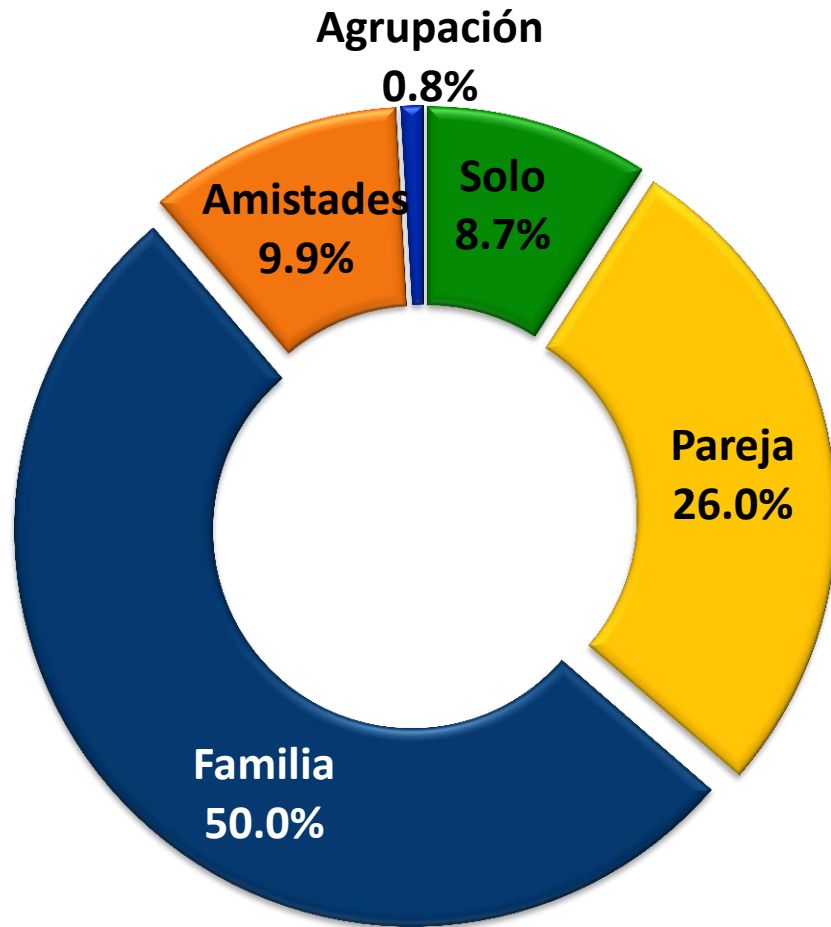
# Principales Hoteles de Pernocta del visitante



**Nota:** La diferencia para el 43.2% que se hospedaron en hotel corresponde al No Contesto.

**Dirección de Planeación, Información y Análisis**

# Forma de Viajar del Visitante

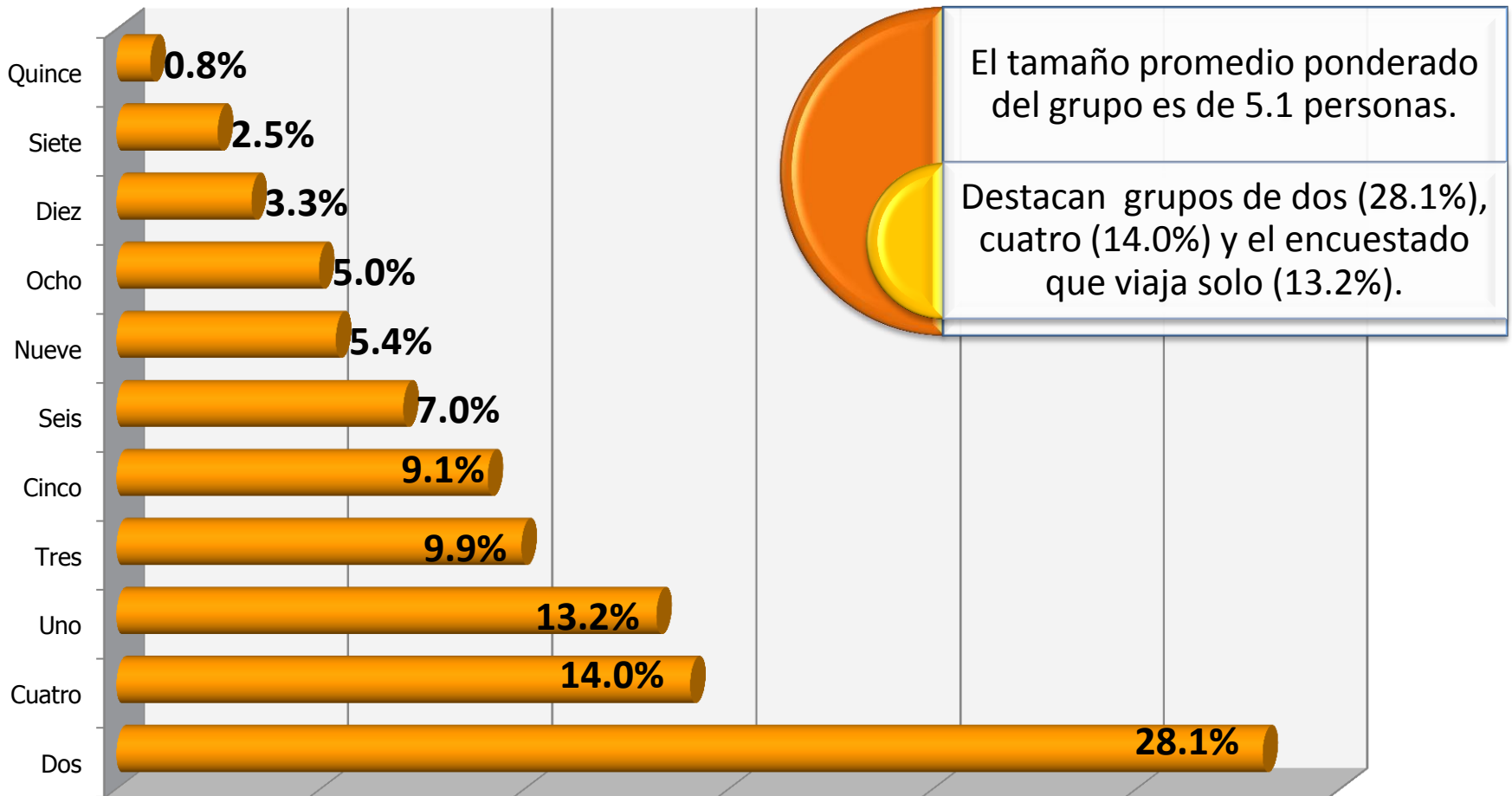


El 50% realiza este viaje con la familia.

El 26% viaja con su pareja.

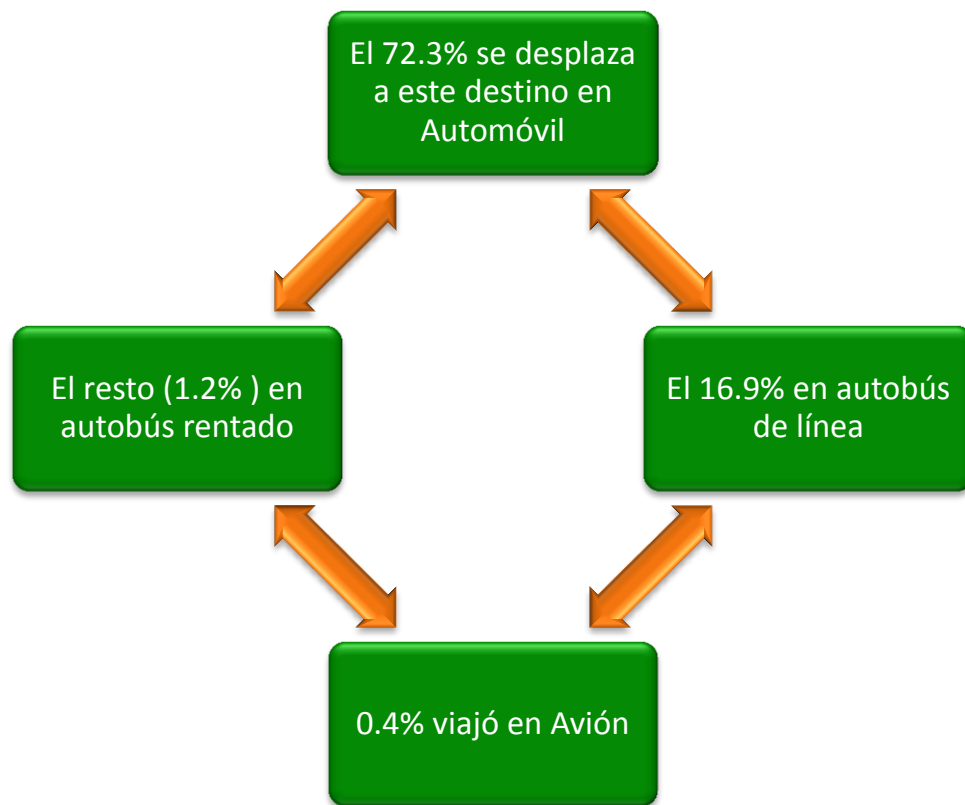
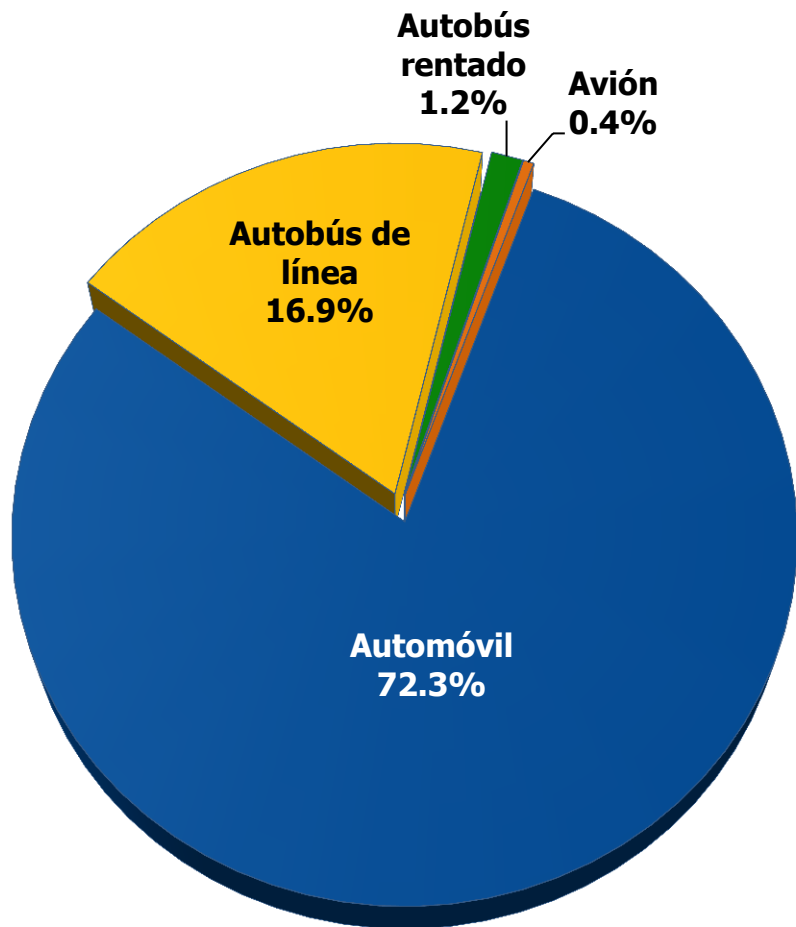
8.7% viajo solo y el 9.9% acompañado de amistades.

# Número de Acompañantes en su Visita



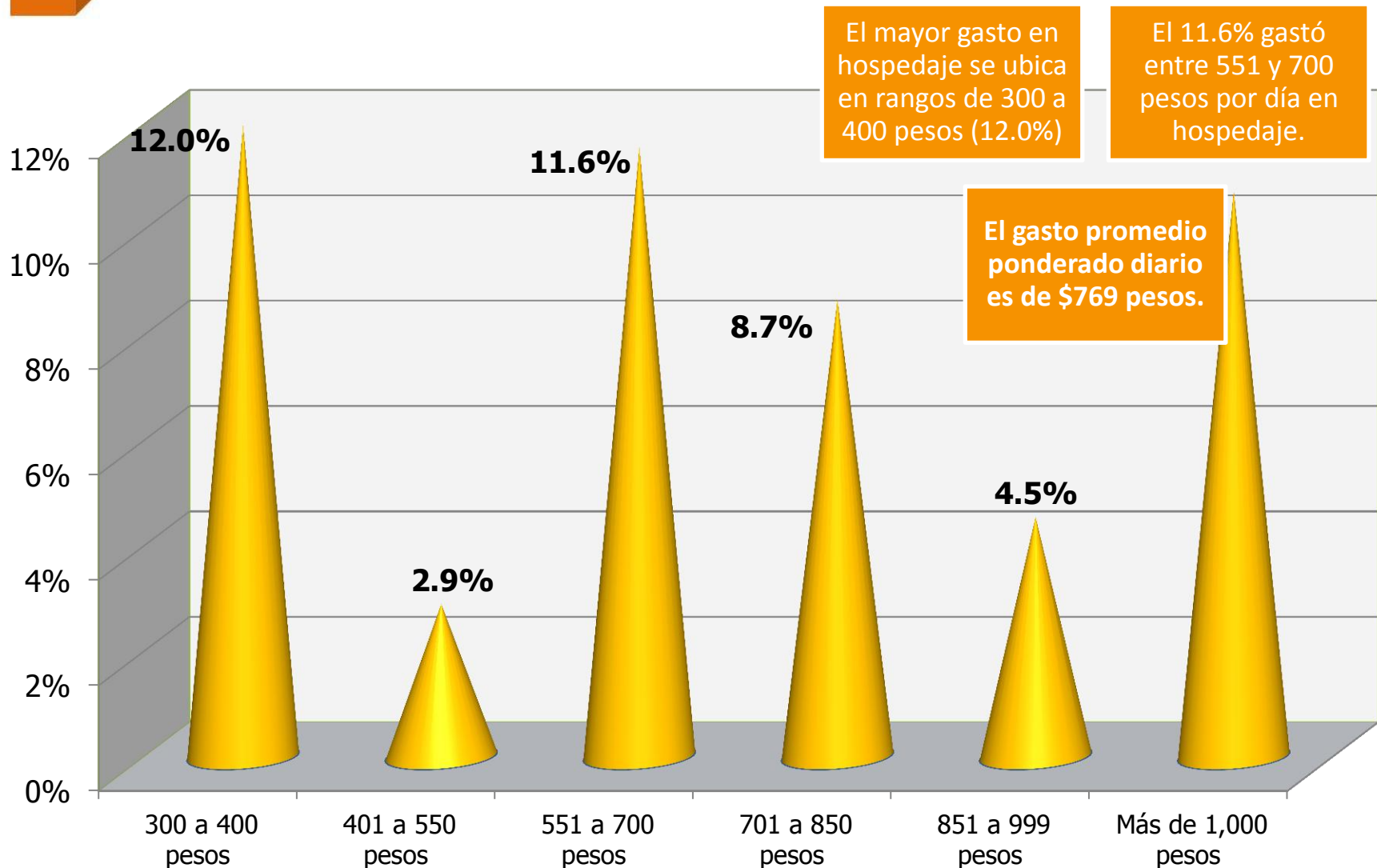
Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Medio de Transporte Utilizado por el Visitante



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

# Gasto Promedio - Hospedaje

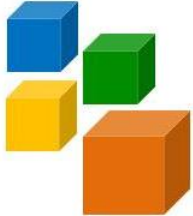


SAN LUIS POTOSÍ

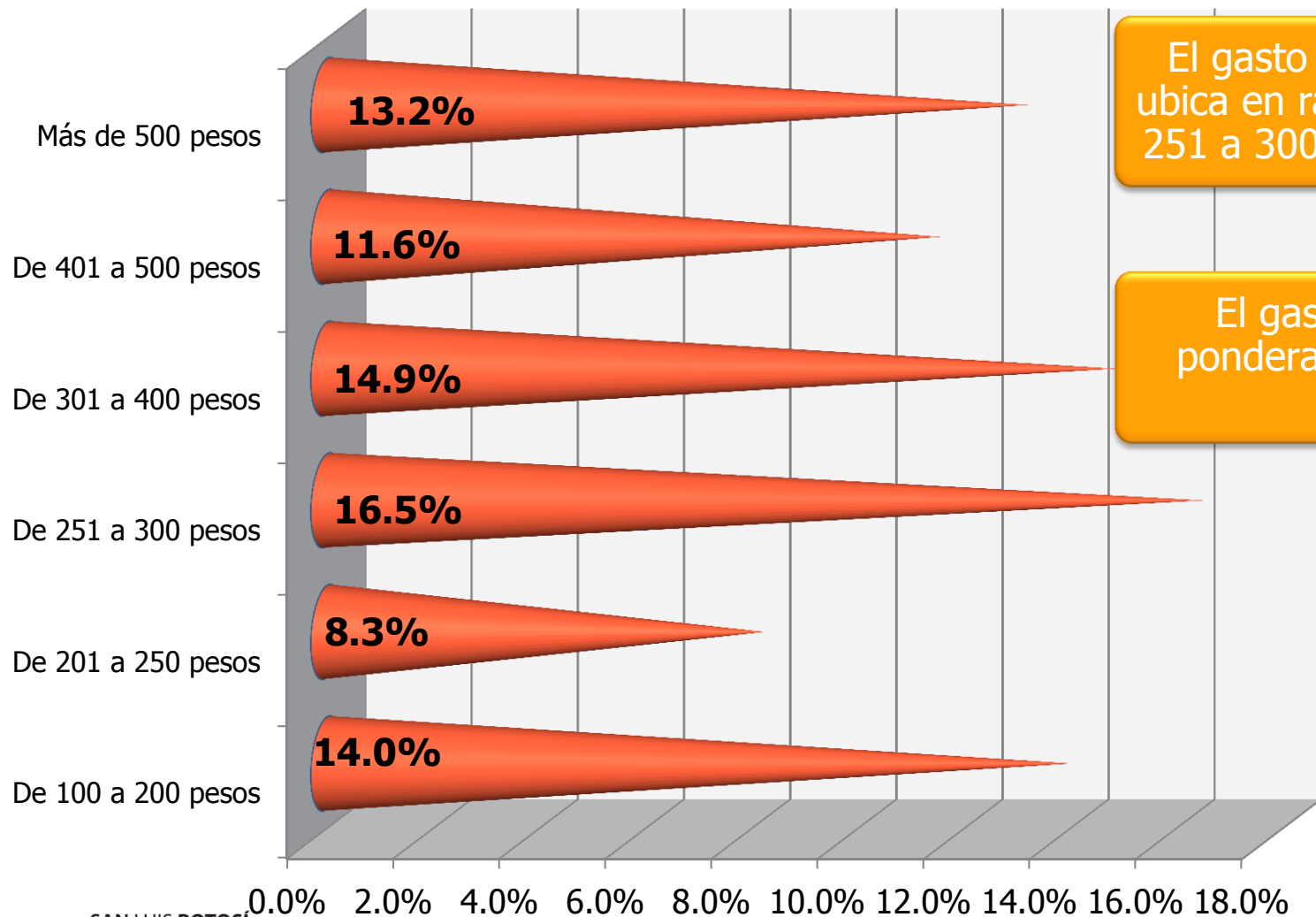


Tu destino...

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



# Gasto Promedio - Compras

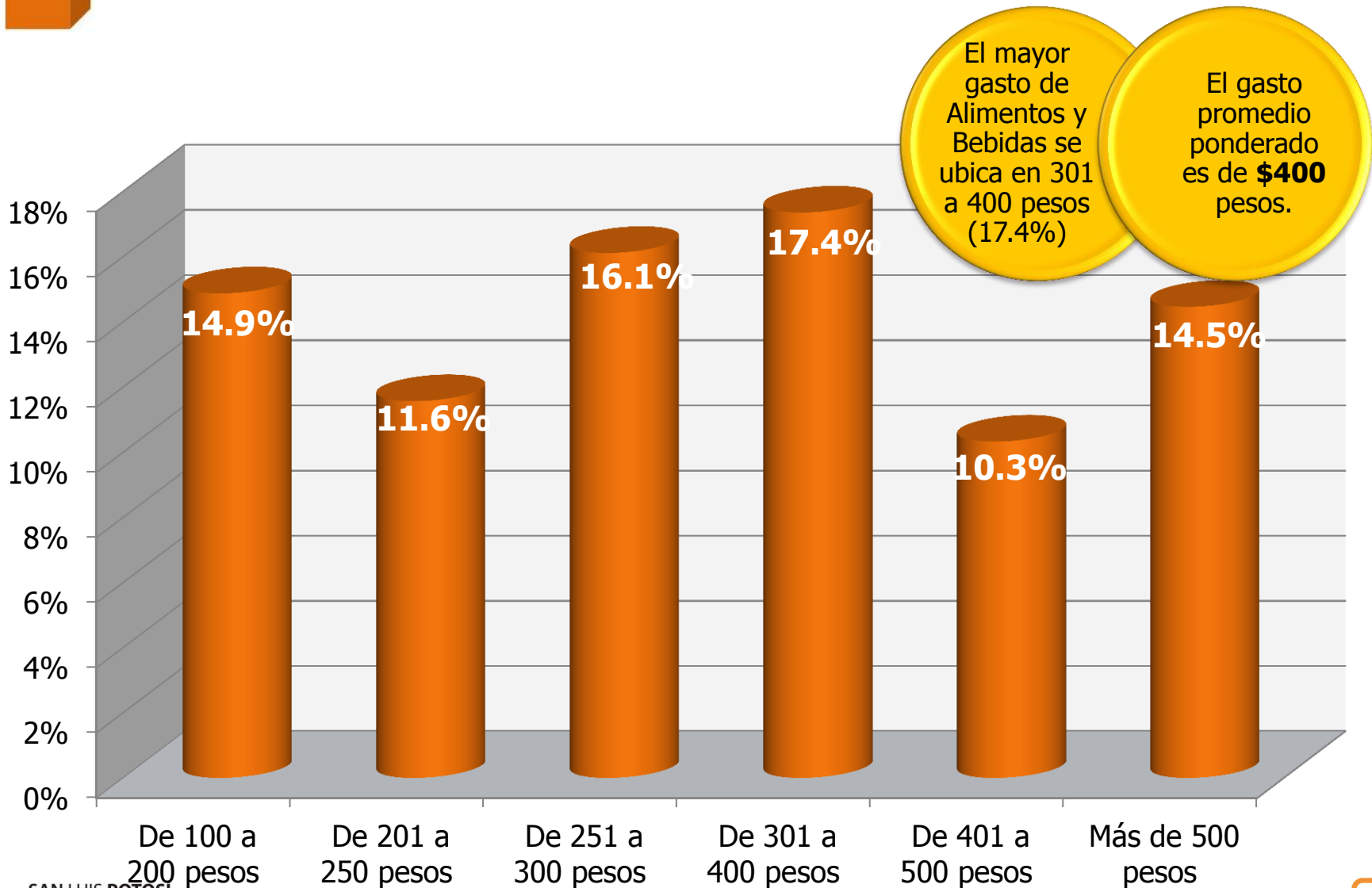


El gasto en Compras se ubica en rangos de más de 251 a 300 pesos (16.5%).

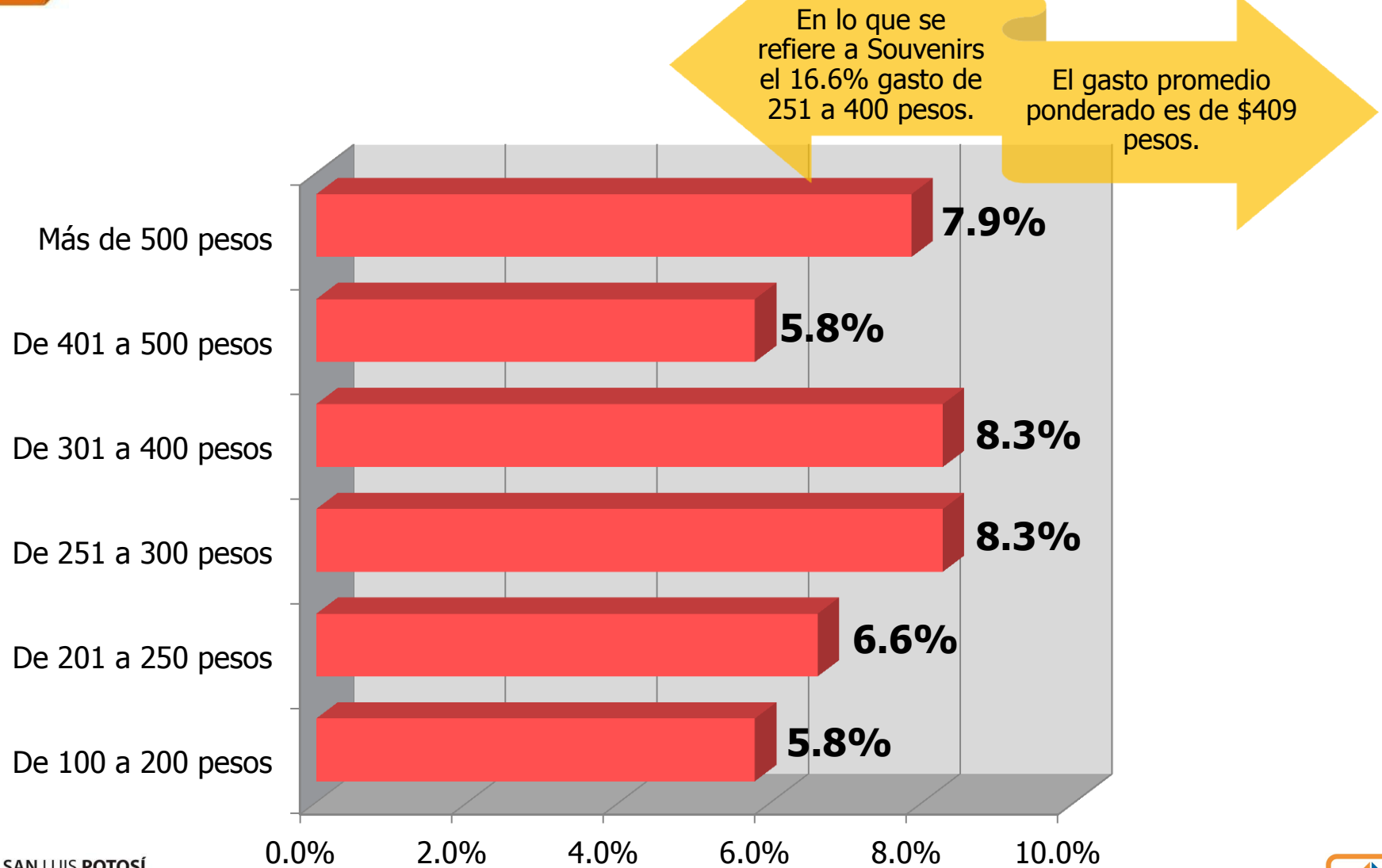


El gasto promedio ponderado es de \$325 pesos

# Gasto Promedio – Alimentos y Bebidas

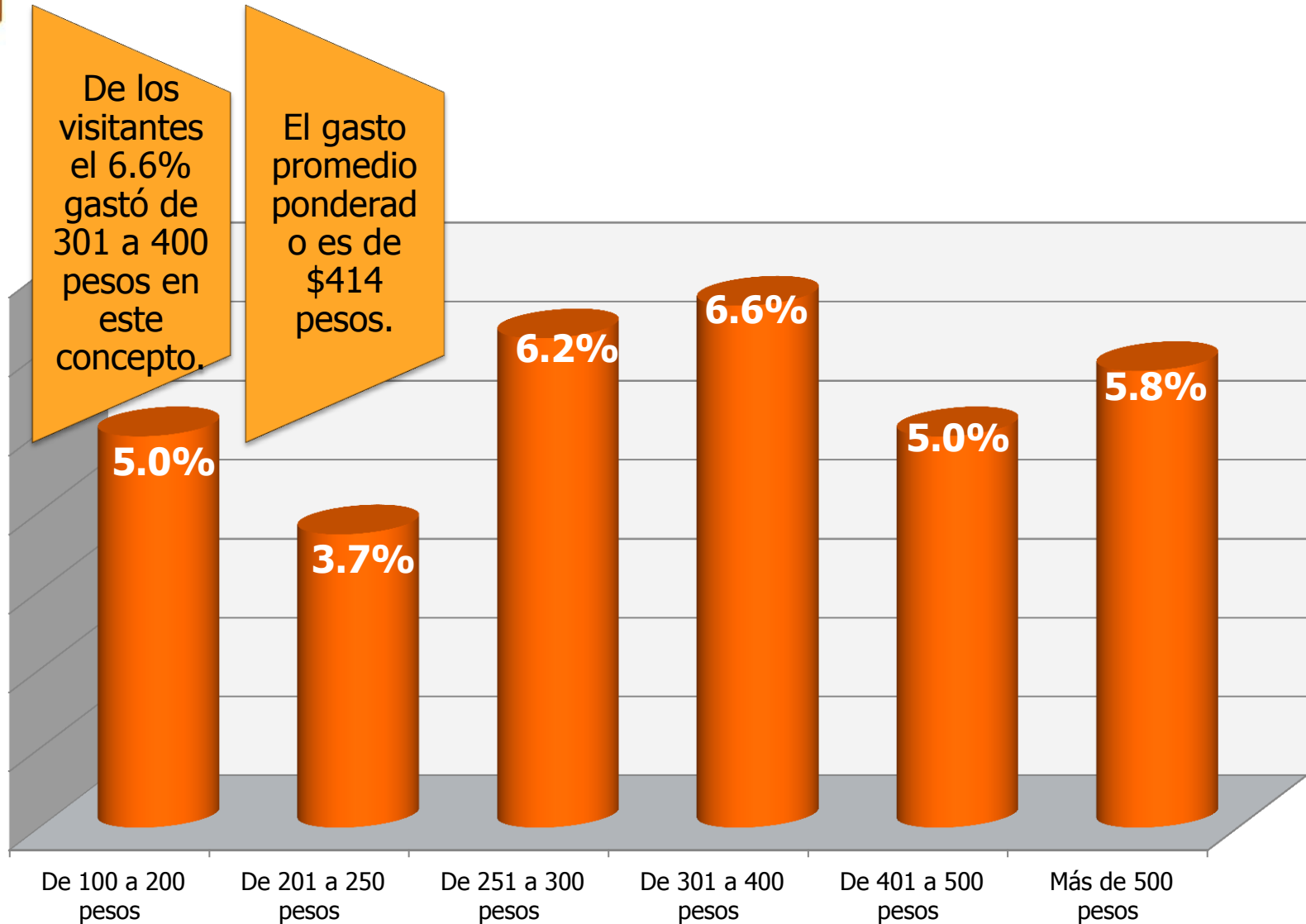


# Gasto Promedio - Souvenirs

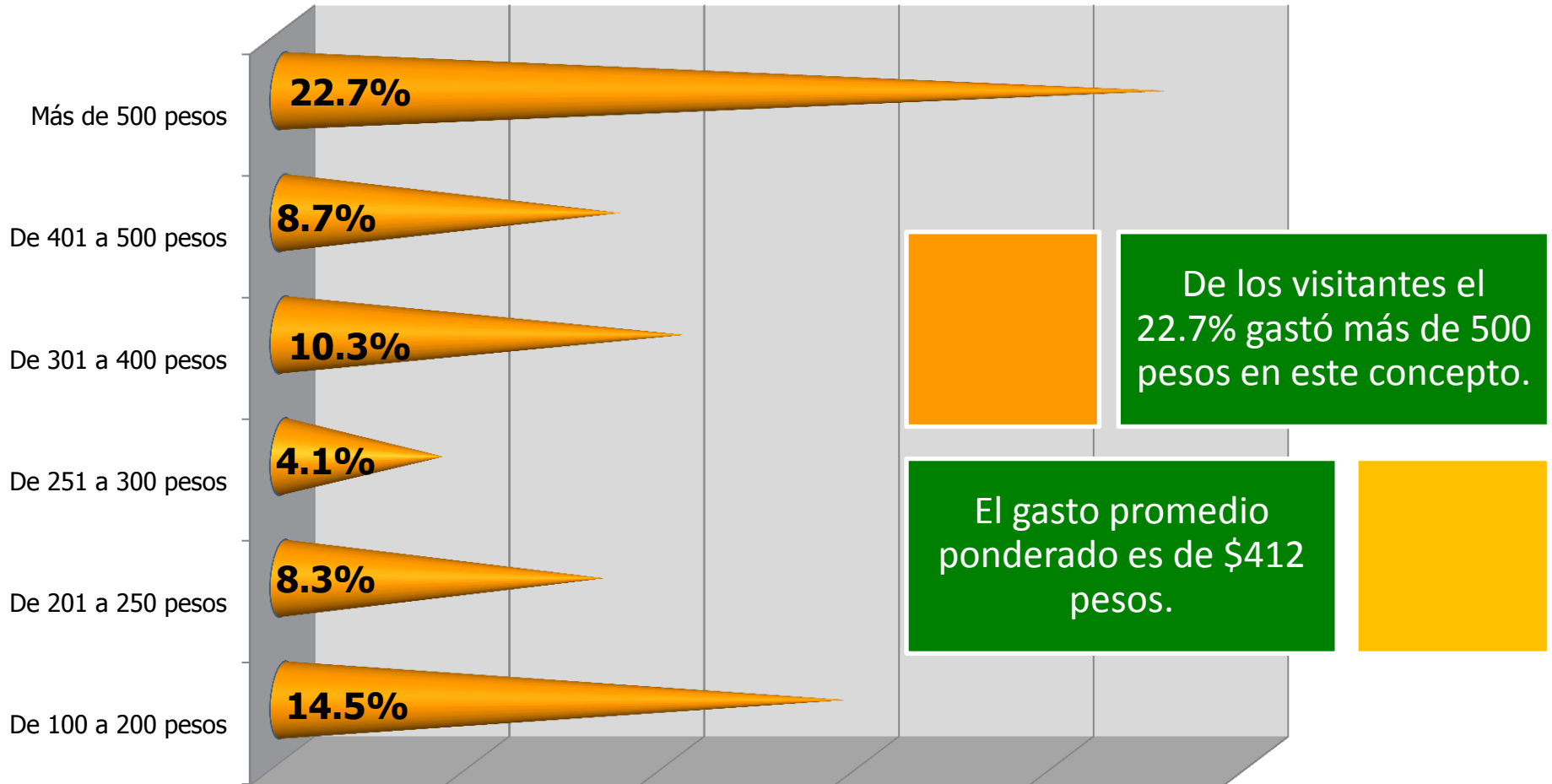




# Gasto Promedio – Transportación Local



# Gasto Promedio – Gasolina



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



# Gasto Total Promedio Ponderado

Hospedaje  
• \$769

Compras  
• \$325

Alimentos  
y Bebidas  
• \$400

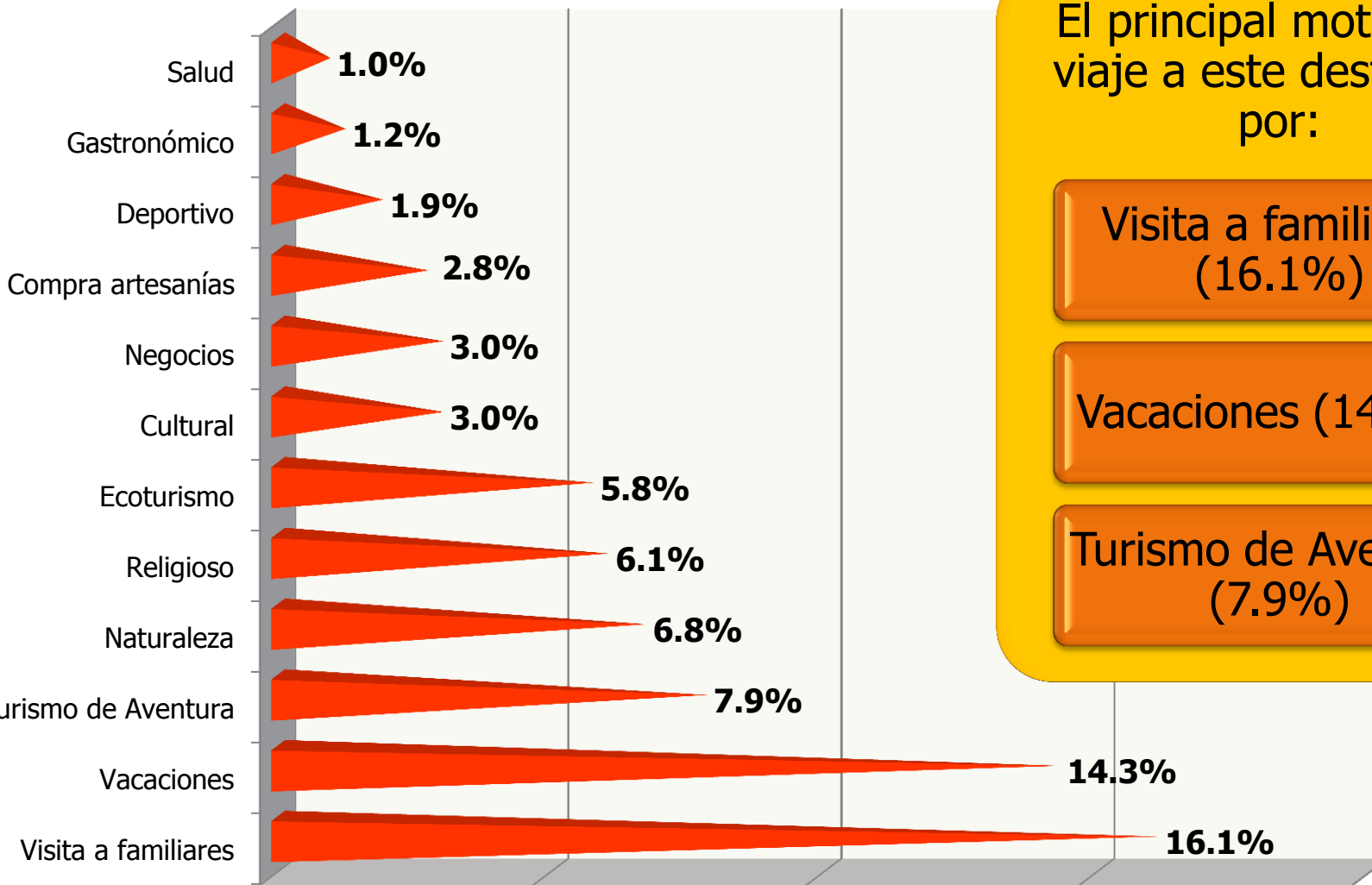
Souvenirs  
• \$409

Transporte  
Local  
• \$414

Gasolina  
• \$325

**Gasto  
Total  
Promedio  
Ponderado**  
• **\$2,642**

# Razón Principal de Viaje



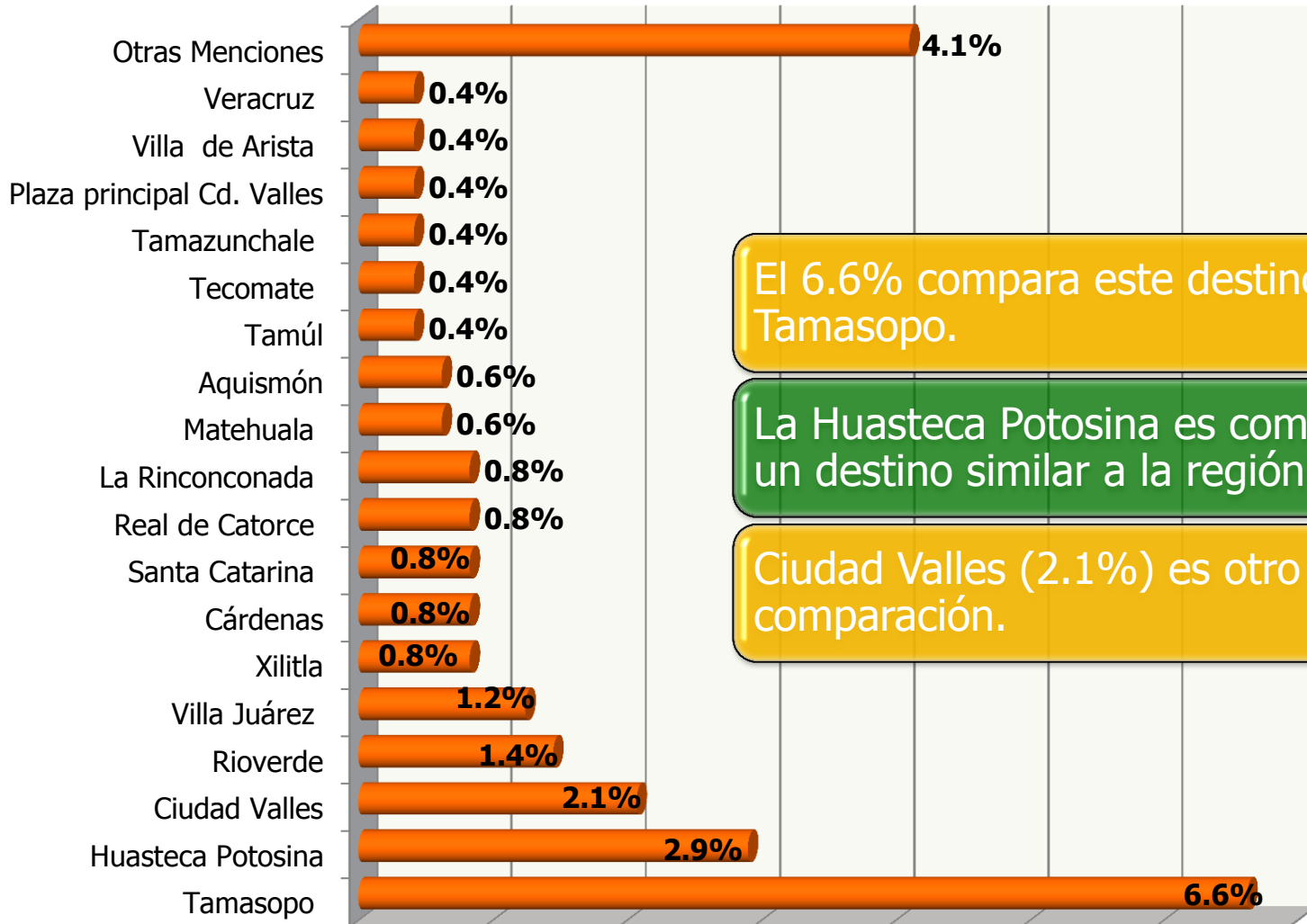
El principal motivo del viaje a este destino es por:

Visita a familiares  
(16.1%)

Vacaciones (14.3%)

Turismo de Aventura  
(7.9%)

# Sitios con los que Comparan a la Región

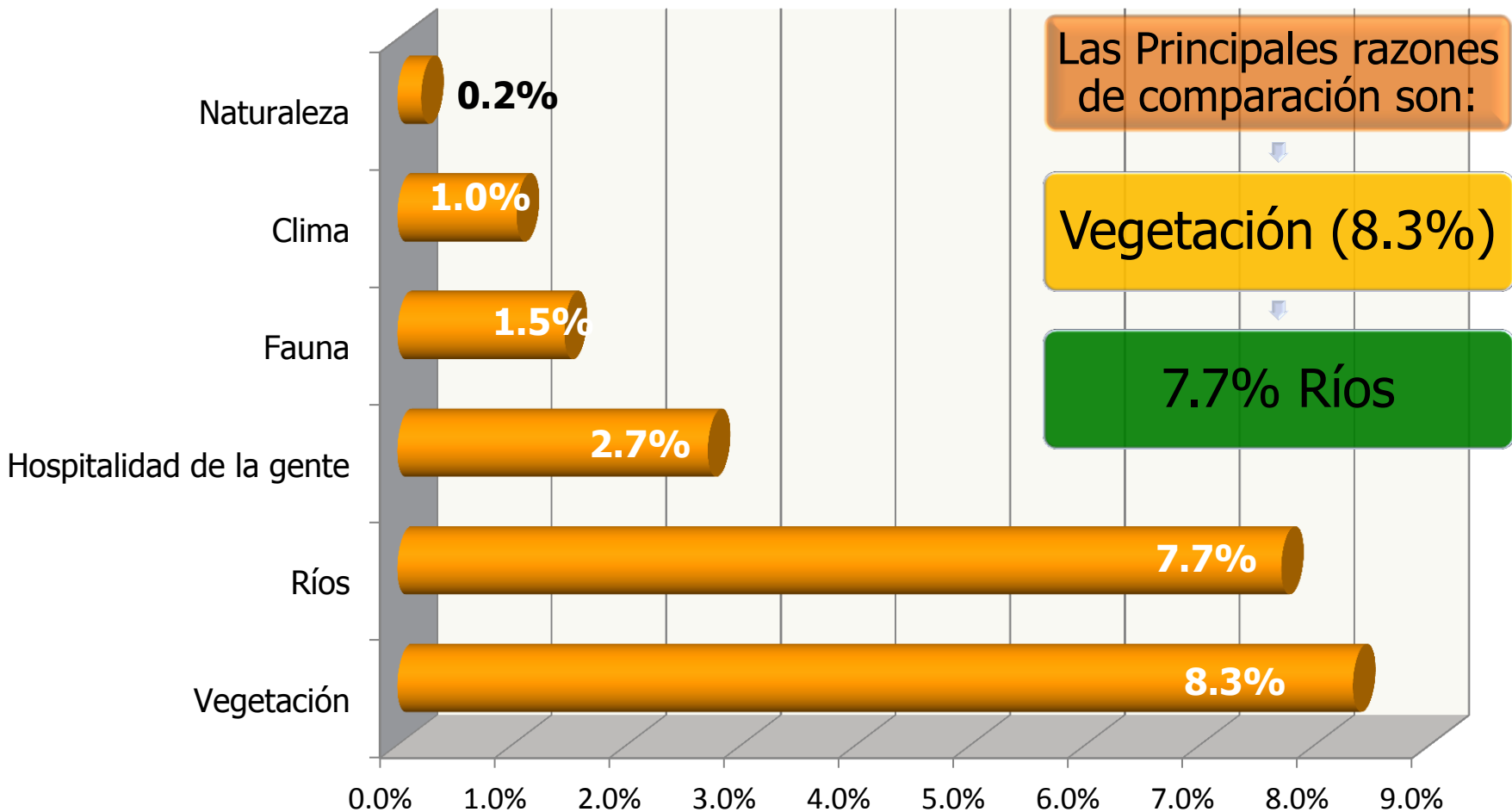


El 6.6% compara este destino con Tamasopo.

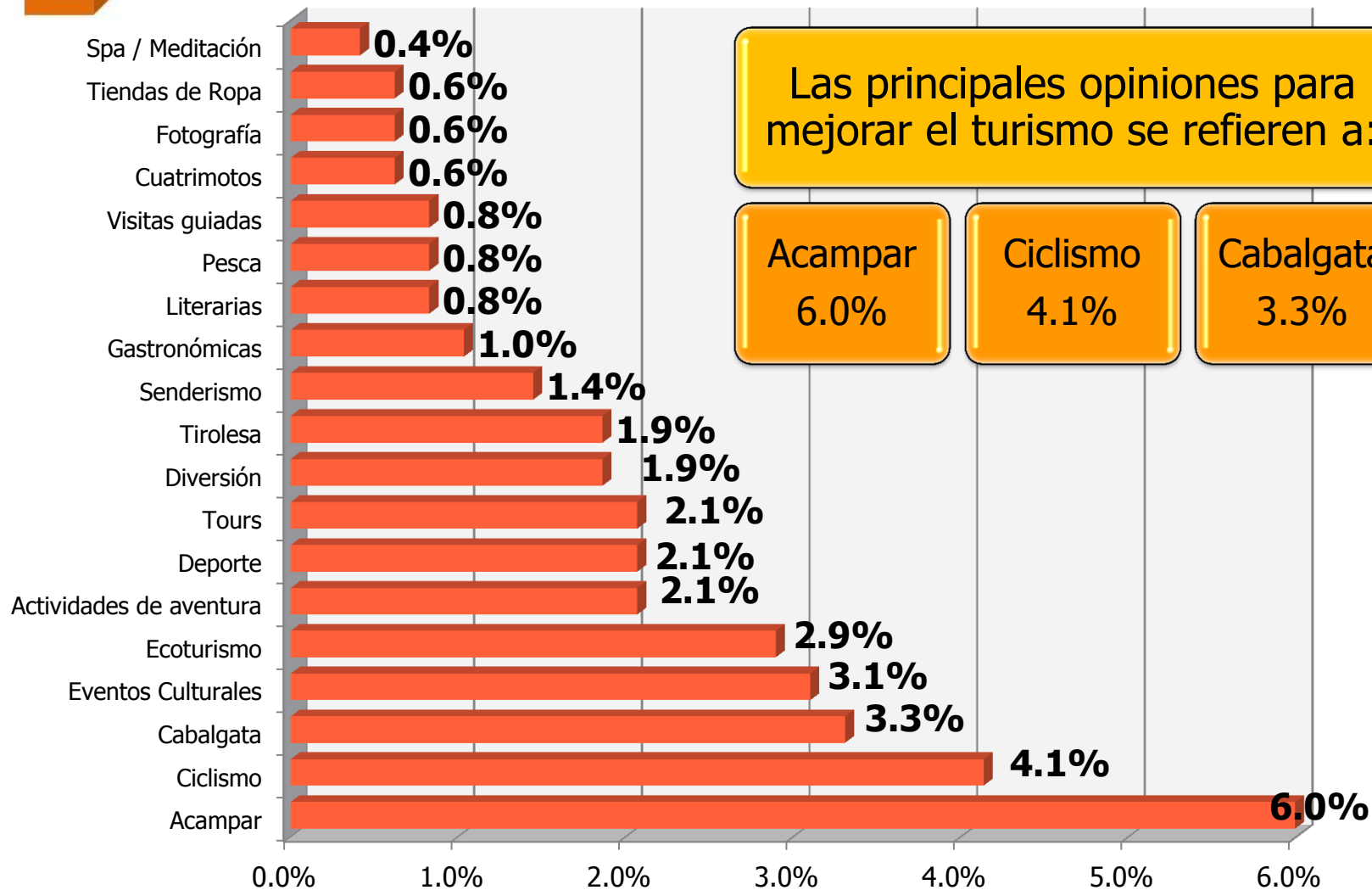
La Huasteca Potosina es comparado como un destino similar a la región (2.9%).

Ciudad Valles (2.1%) es otro destino de comparación.

# Razones de Comparación con Otro Destino

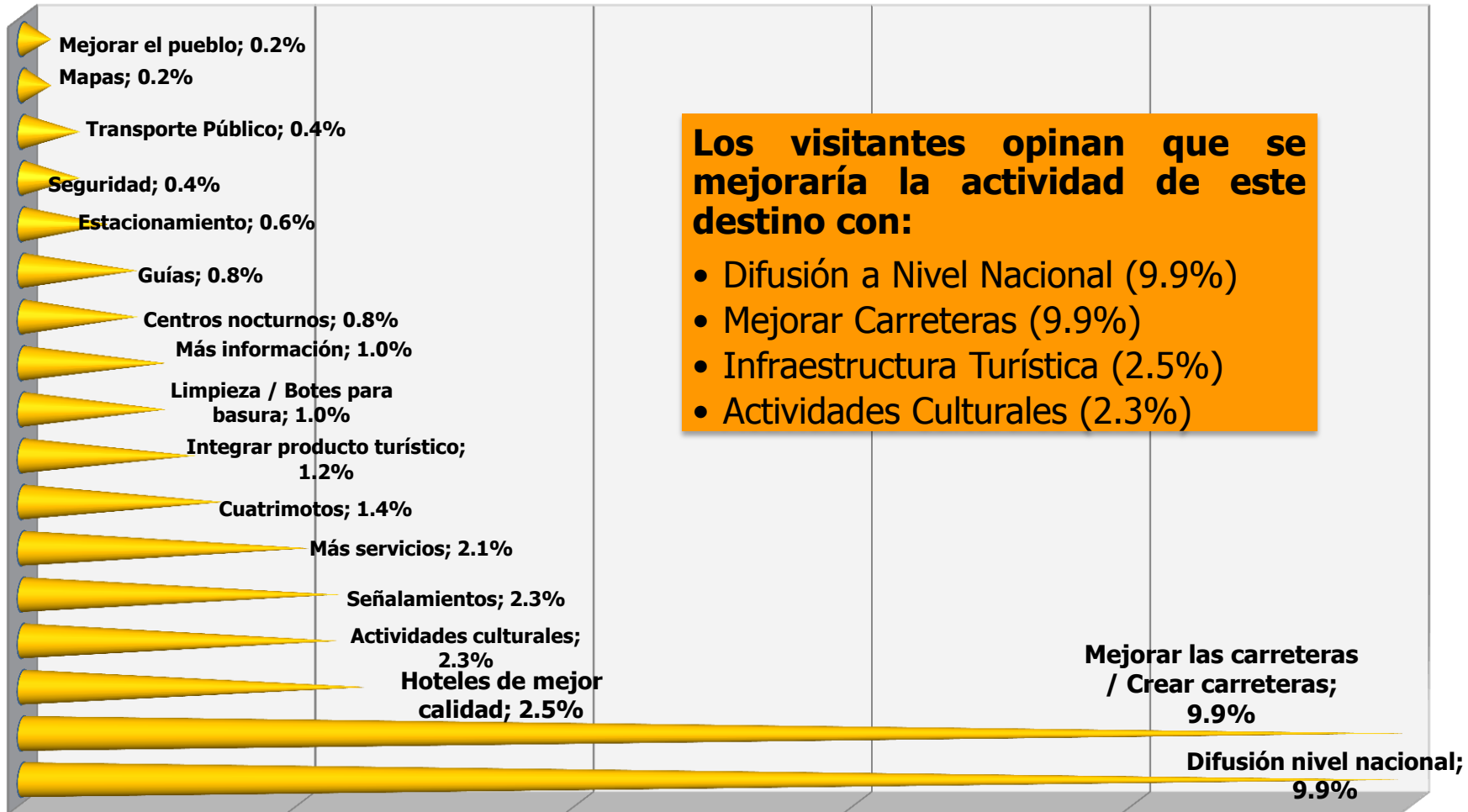


# Propuesta de Actividades que podrían desarrollarse



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

# Opinión para Mejorar Turísticamente la Región





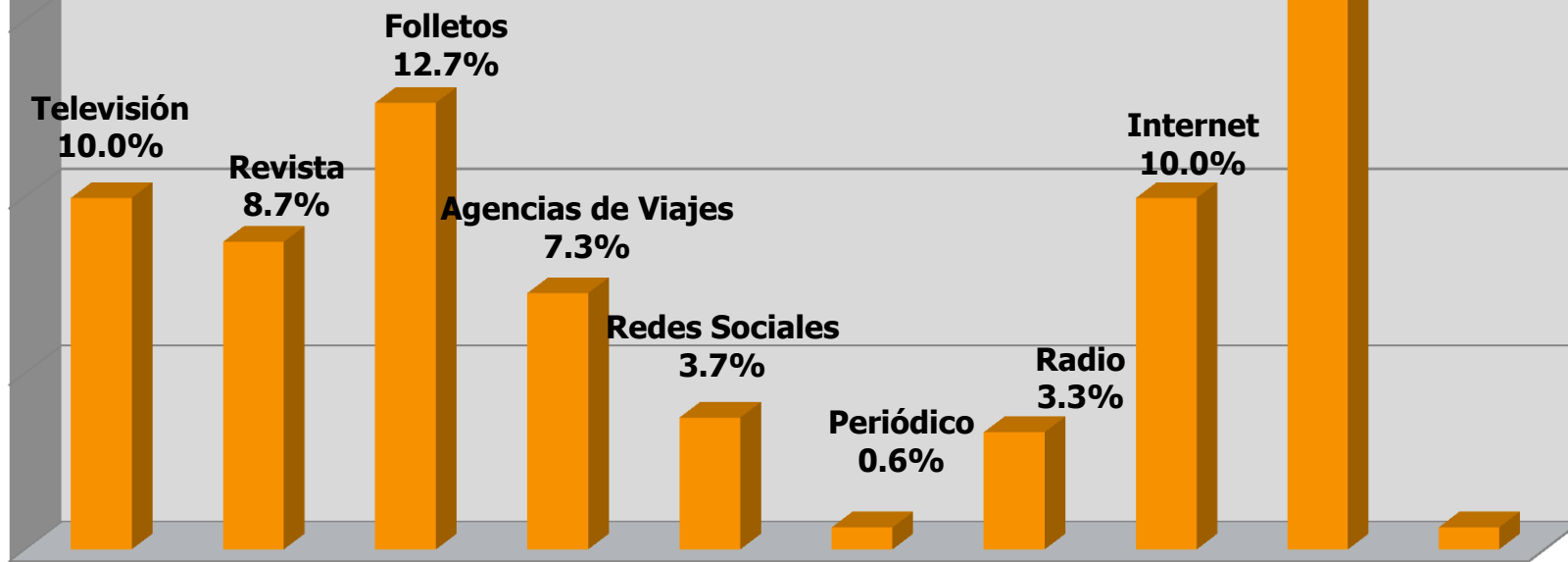
# Medio por el que se enteró o Conoce de la Región

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

Familiares o Amigos (22.2%)

Folletos (12.7%)

Internet (10.0%)

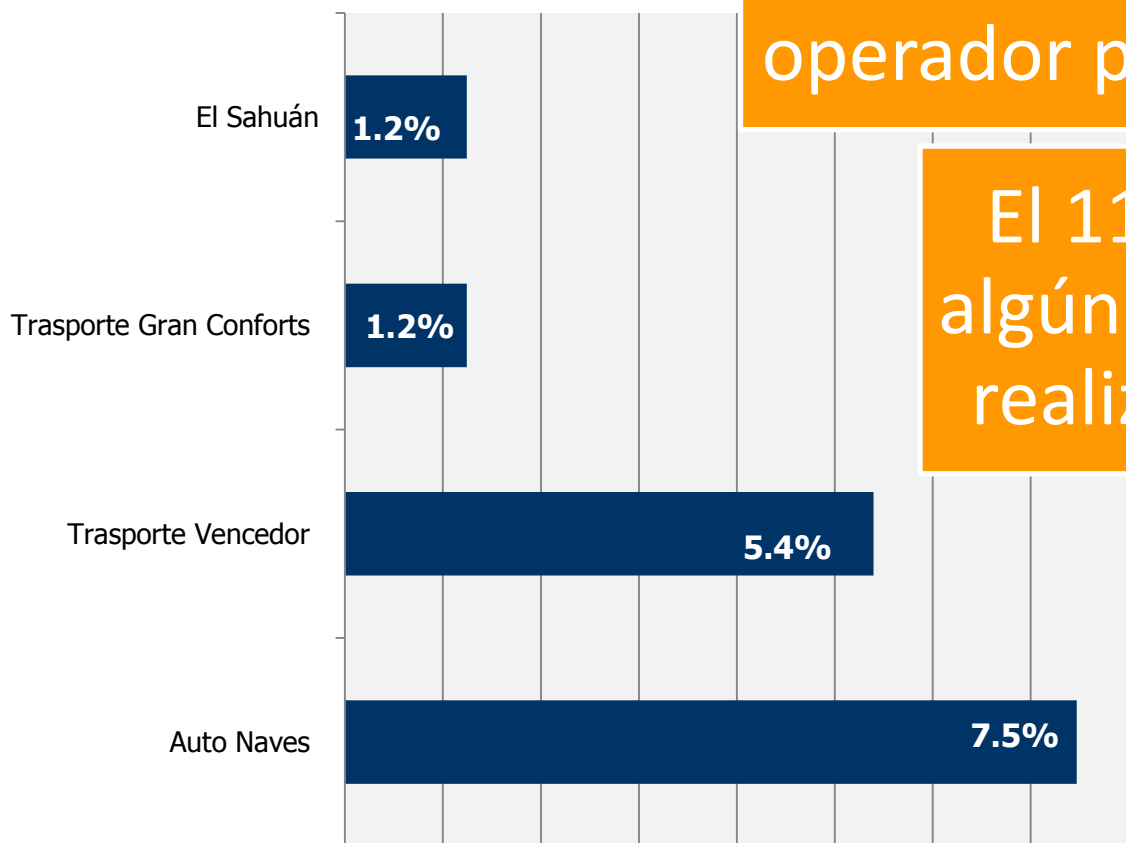


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Contratación de algún Operador durante su Visita

El 81.0% de los encuestados no contrataron a ningún operador para realizar su viaje.

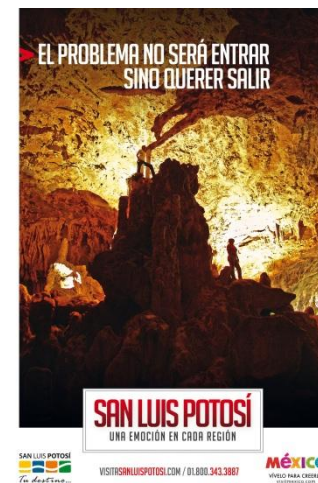
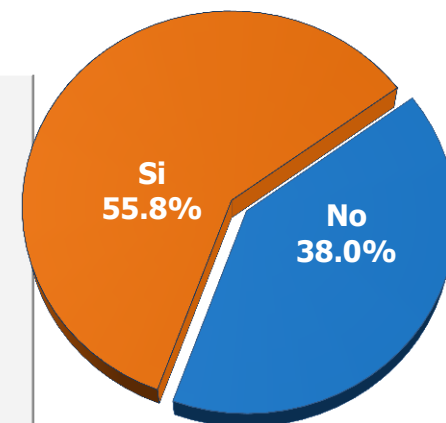
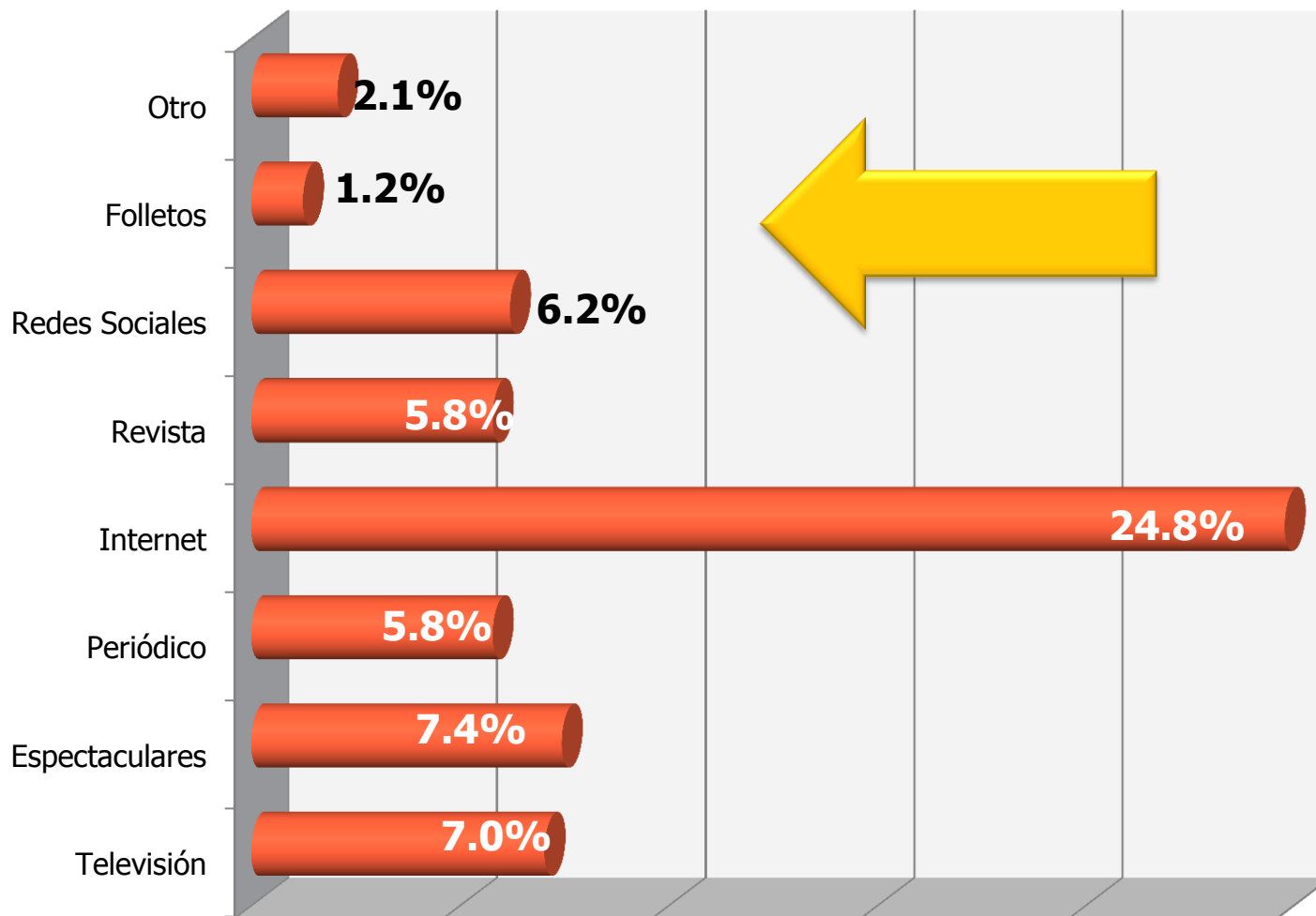
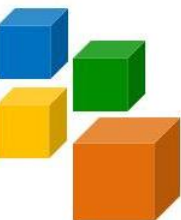
El 11.6% contrató algún operador para realizar esta visita.



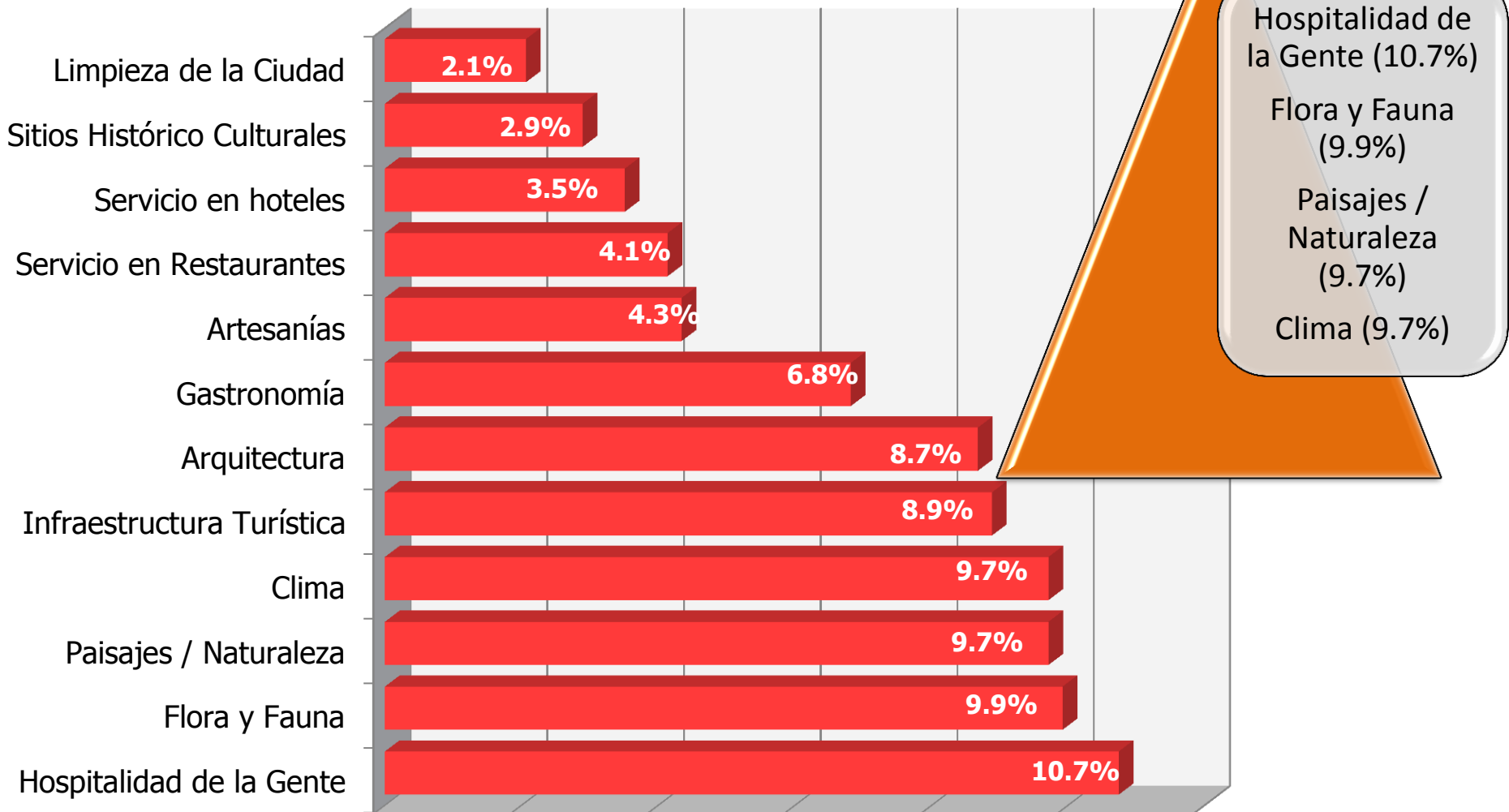
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Recordación de la Publicidad

“San Luis Potosí, tu destino por cultura”

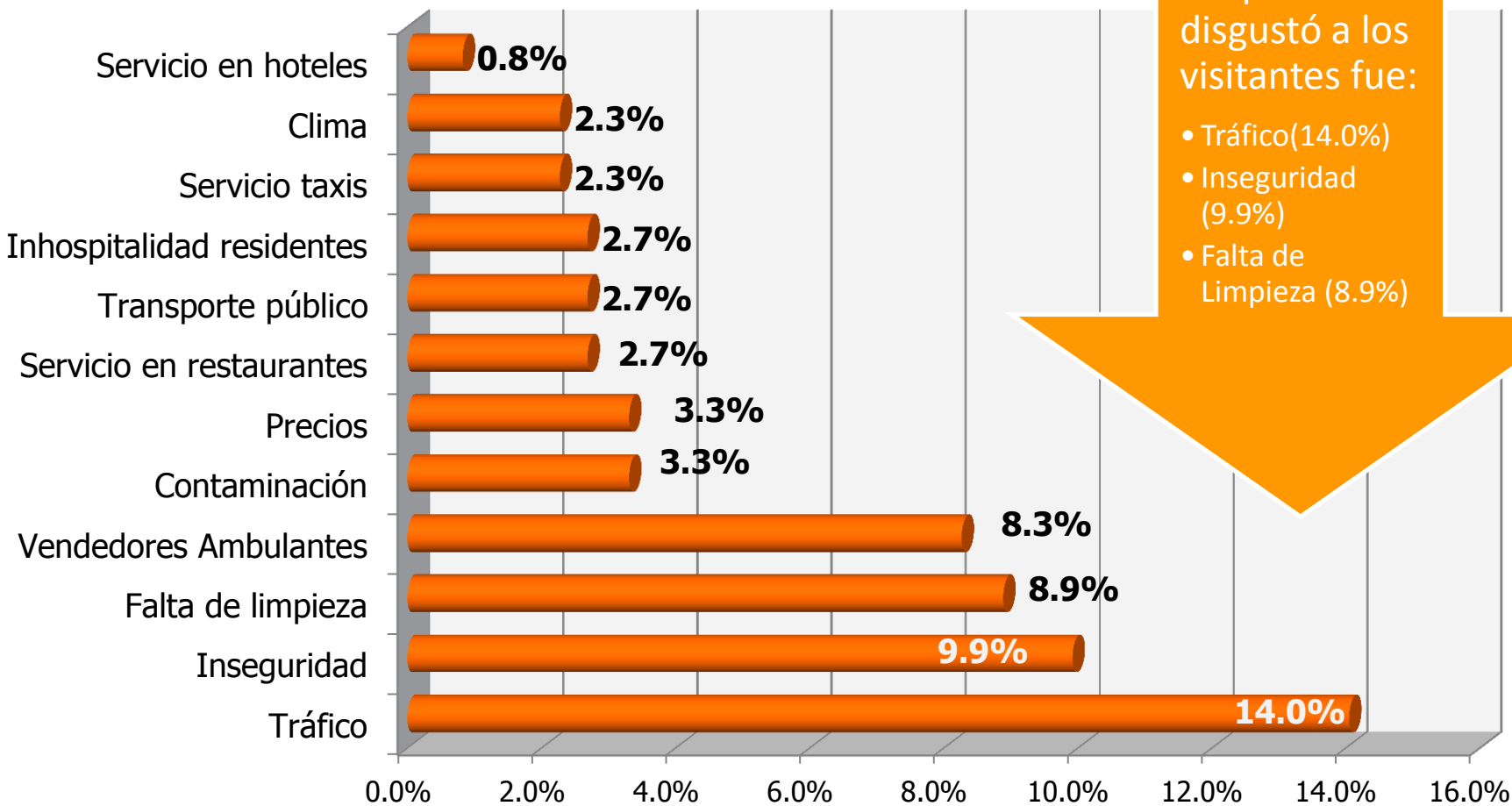


# Lo que más Gustó a los Visitantes durante su visita a la Región



Hospitalidad de la Gente (10.7%)  
Flora y Fauna (9.9%)  
Paisajes / Naturaleza (9.7%)  
Clima (9.7%)

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



Lo que más disgustó a los visitantes fue:

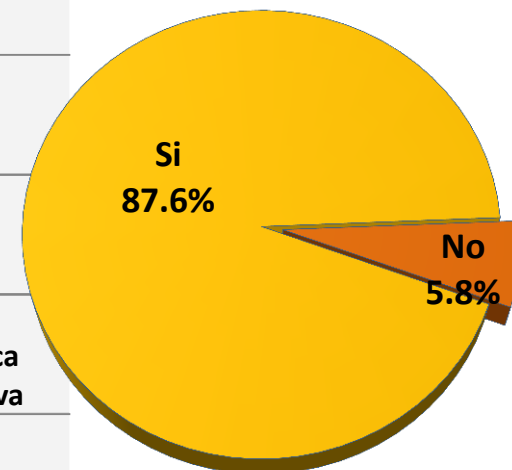
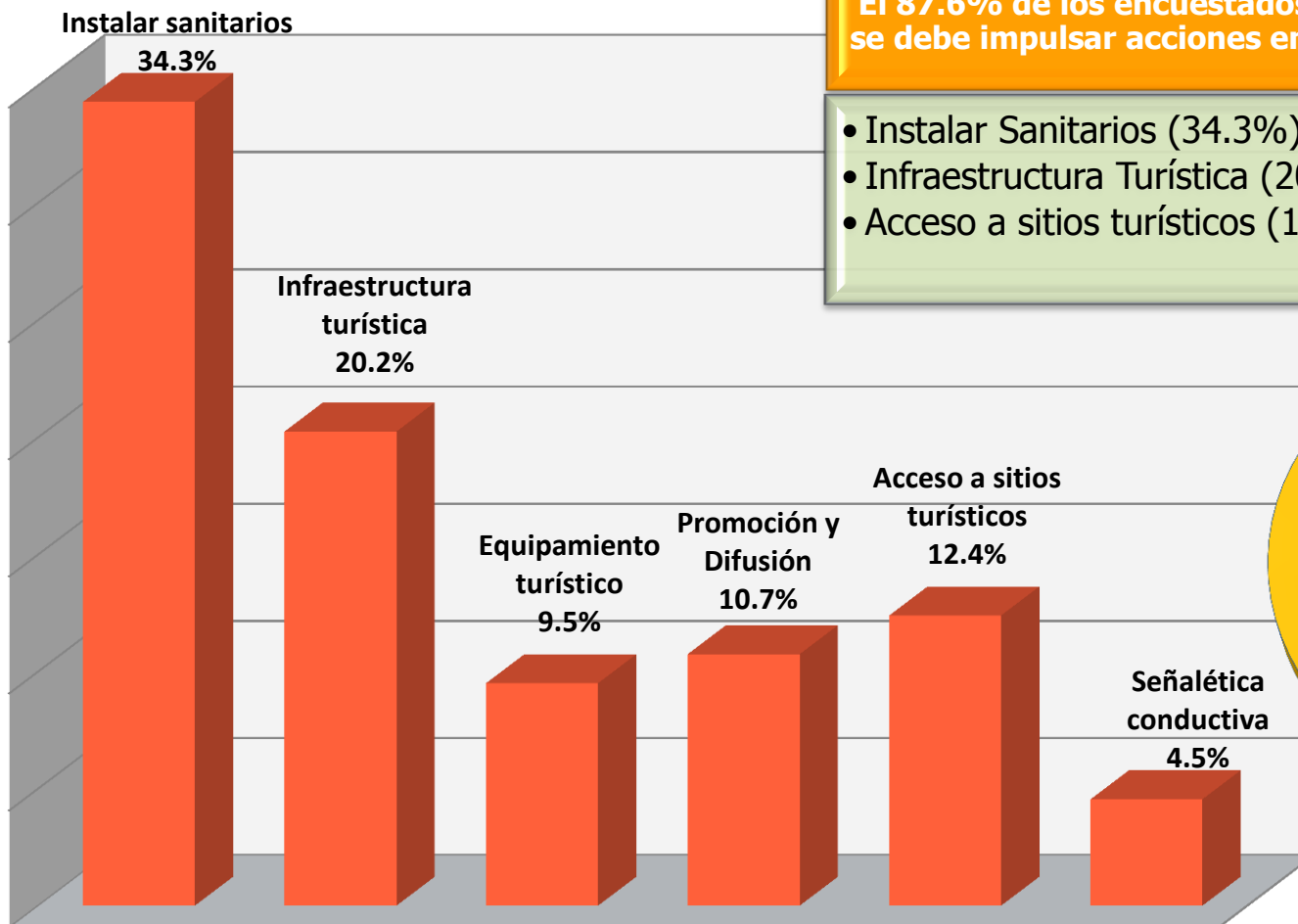
- Tráfico (14.0%)
- Inseguridad (9.9%)
- Falta de Limpieza (8.9%)

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

# Opinión para Impulsar Acciones de Mejora en la Región

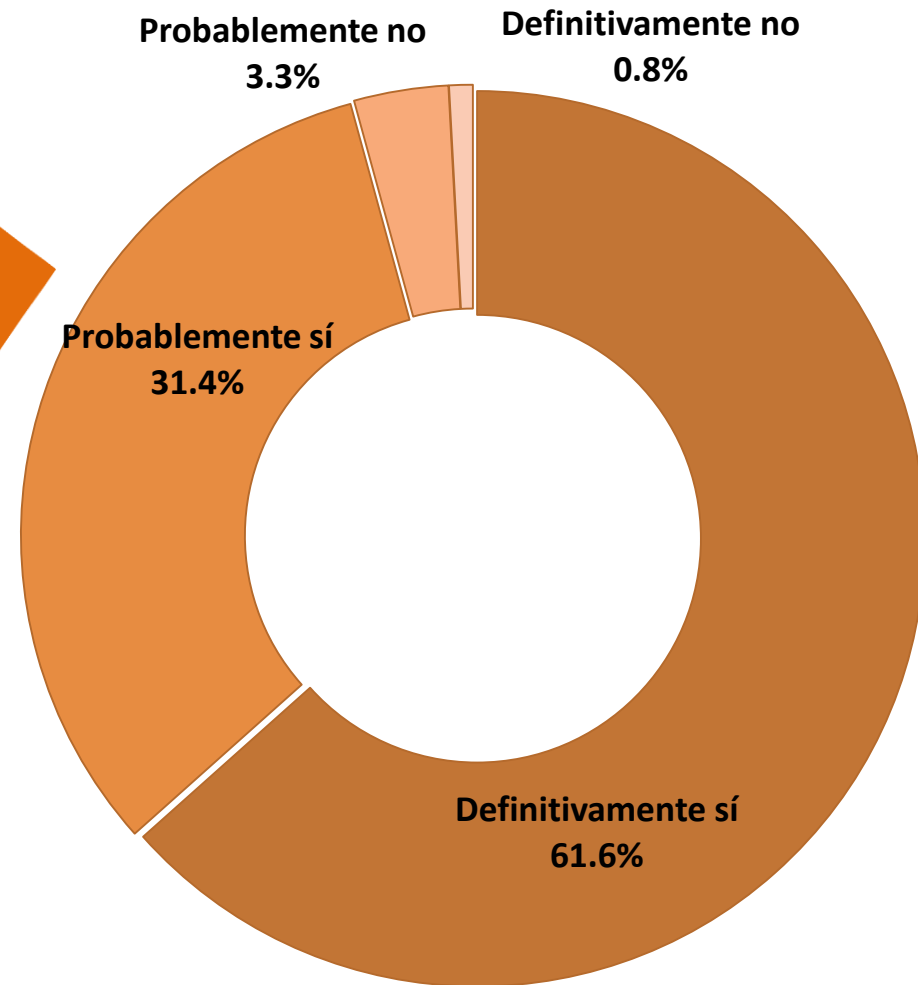
El 87.6% de los encuestados opina que se debe impulsar acciones en el destino:

- Instalar Sanitarios (34.3%).
- Infraestructura Turística (20.2%).
- Acceso a sitios turísticos (12.4%).



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

# Opinión de Regresar a este destino

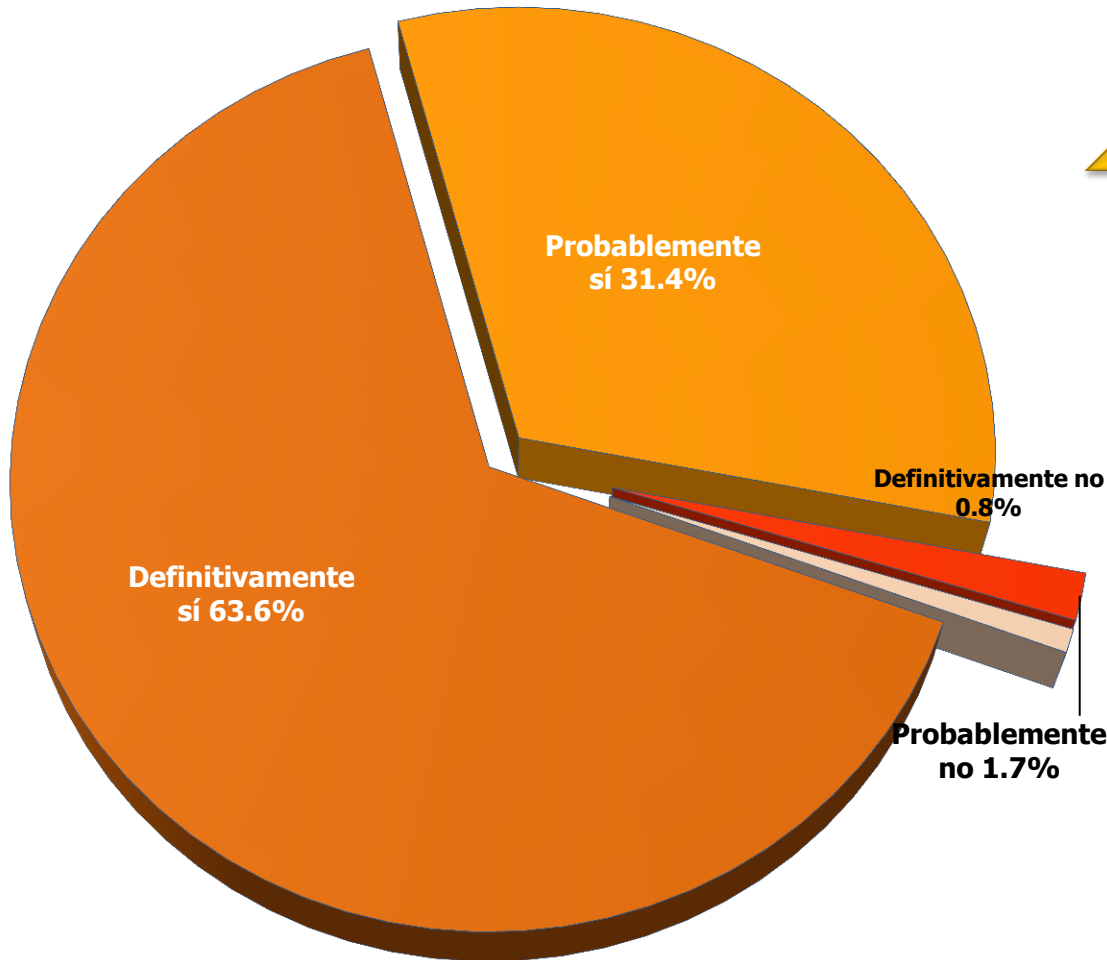


El 61.6% definitivamente sí regresaría.

El 31.4% de los visitantes probablemente regresaría a este destino.

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

# Opinión de Recomendar a este destino



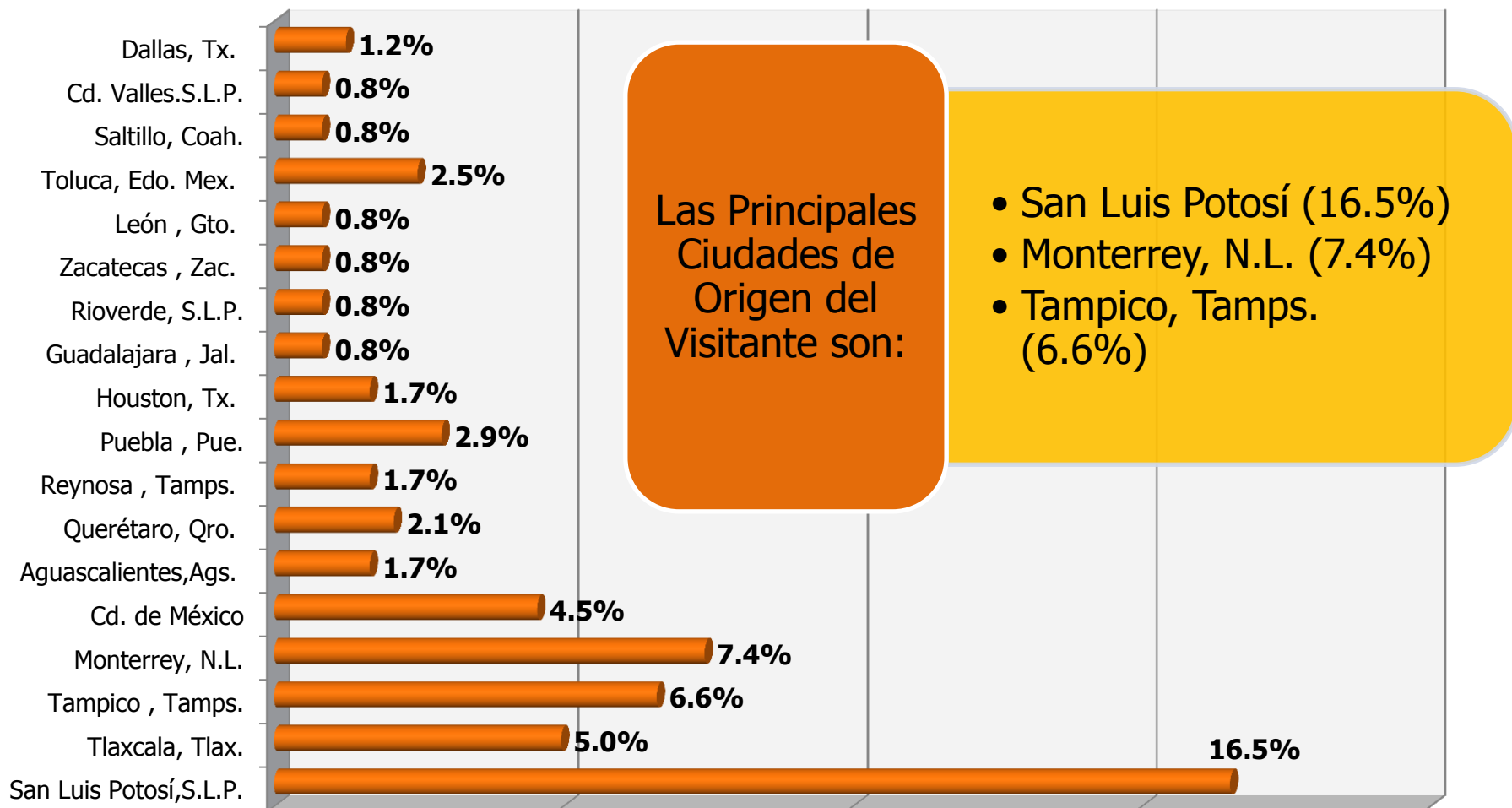
**El 63.6% de los visitantes definitivamente si recomendaría el destino.**

**El 31.4% probablemente recomendaría el destino.**

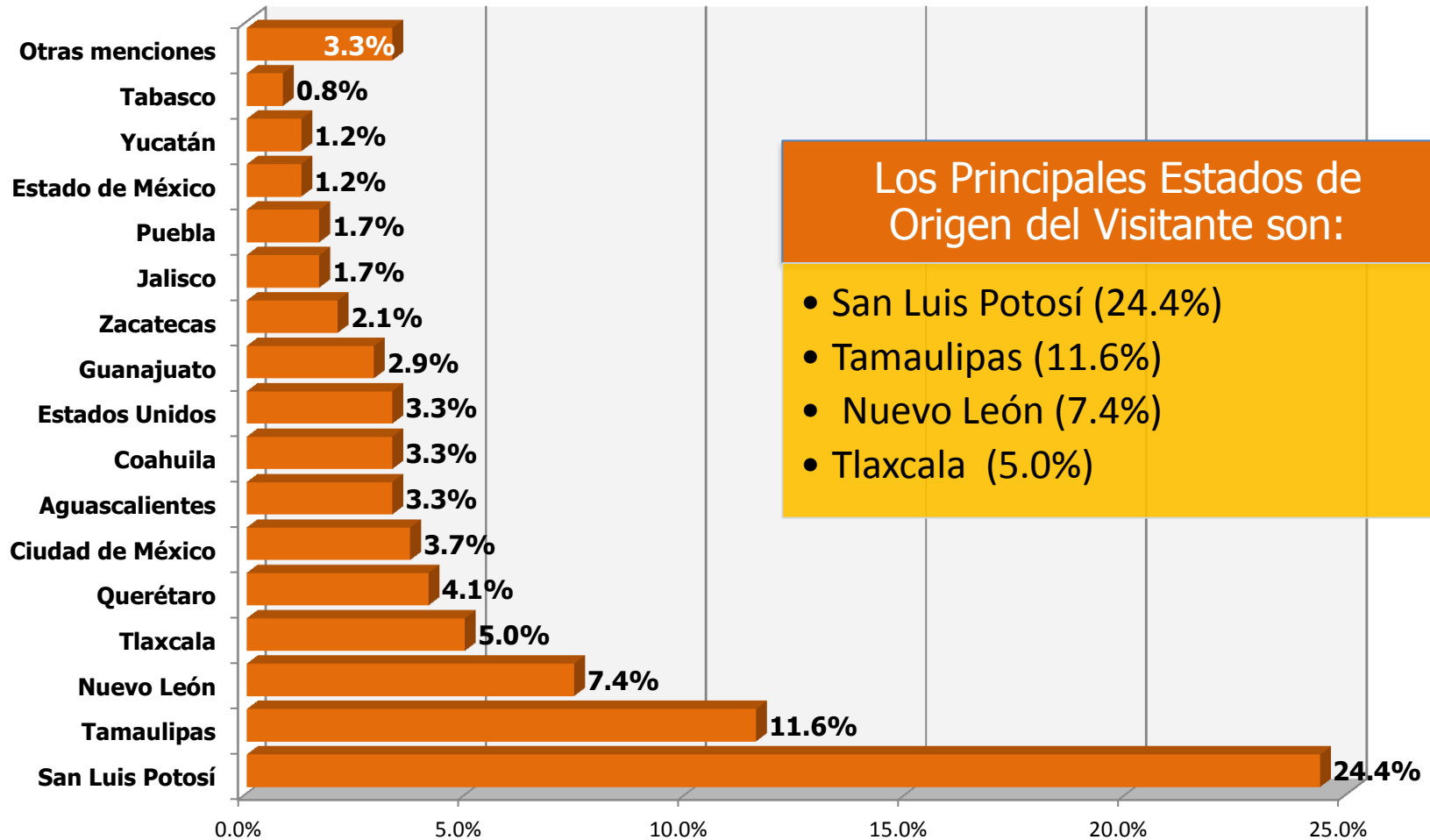
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



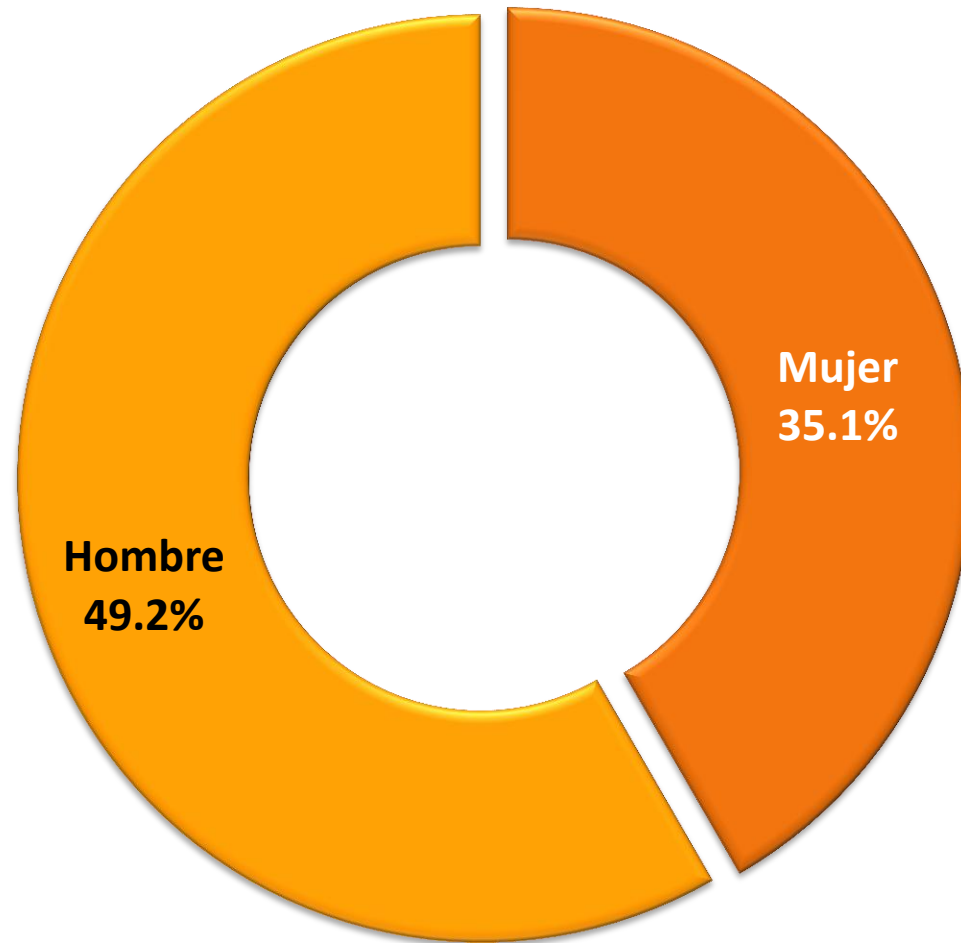
# Principales Ciudades de Origen del Visitante



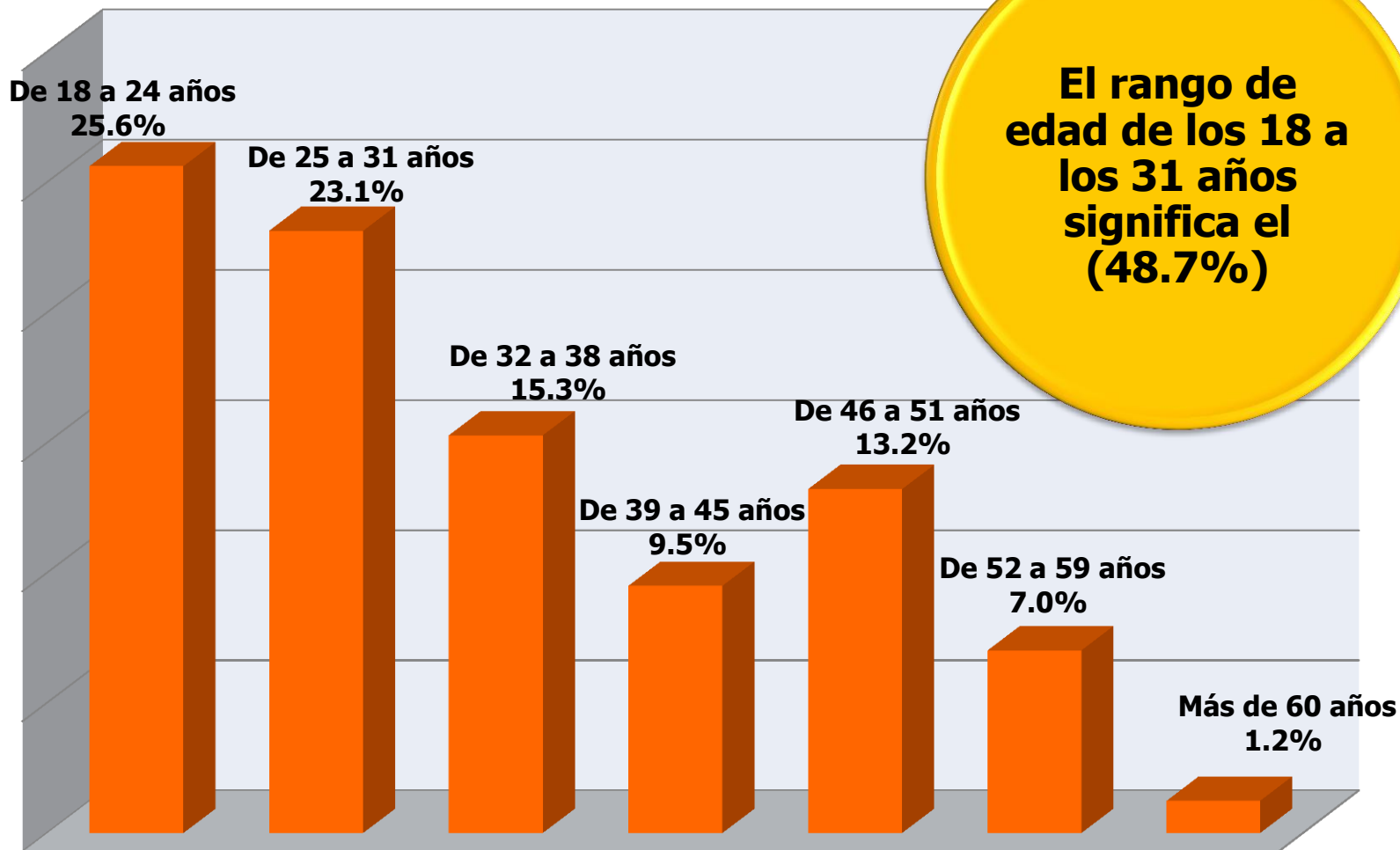
# Principales Estados de Origen del Visitante



# Sexo del Visitante a la Región



# Rango de Edad de los Visitantes

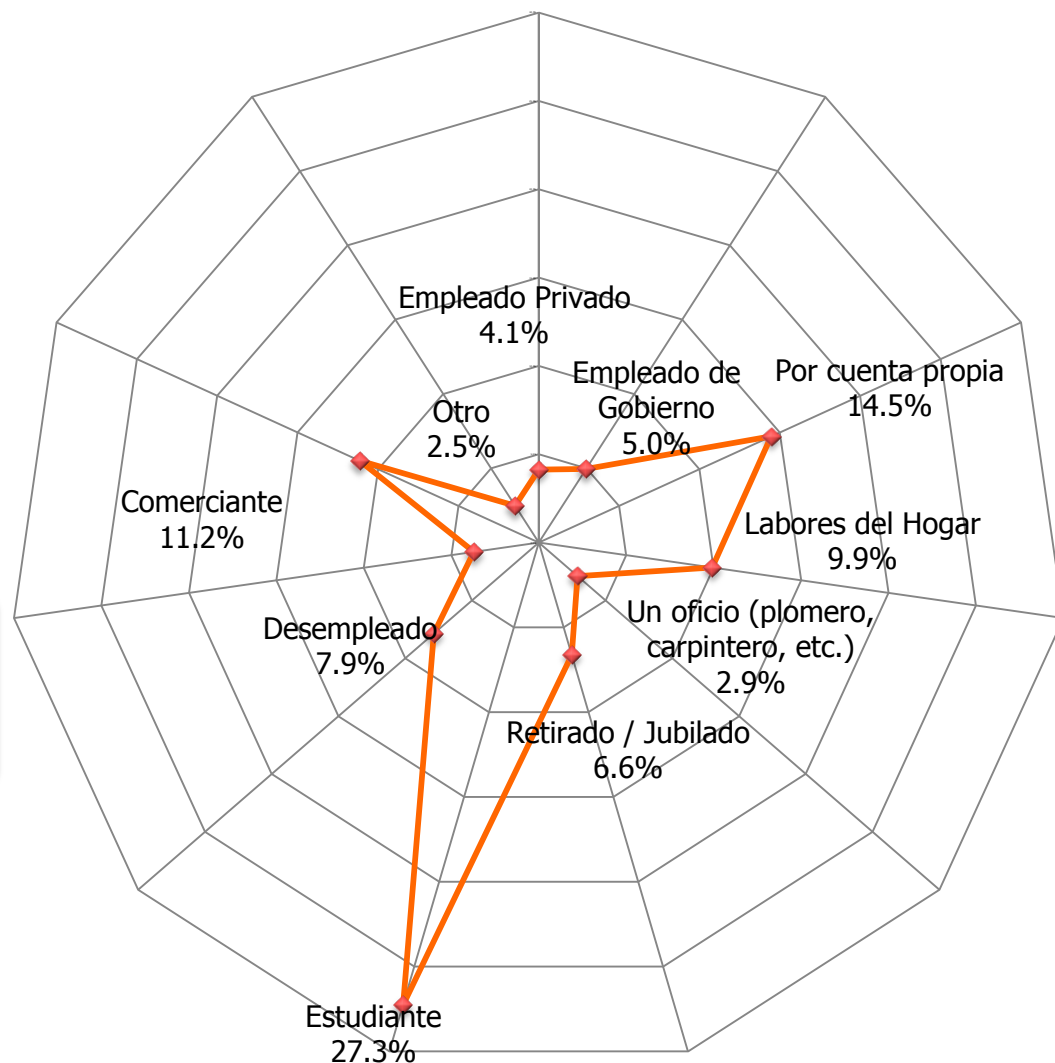


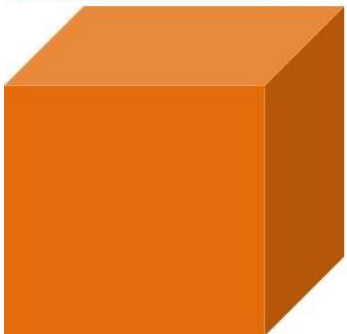
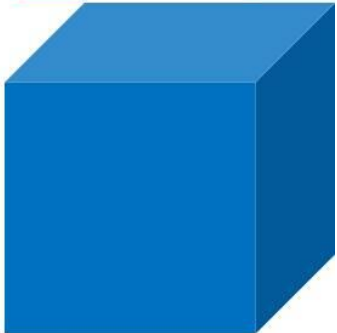
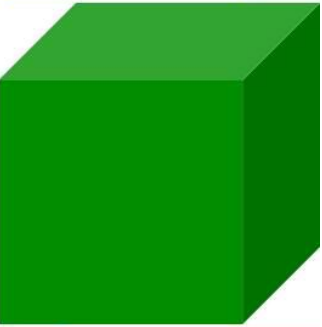
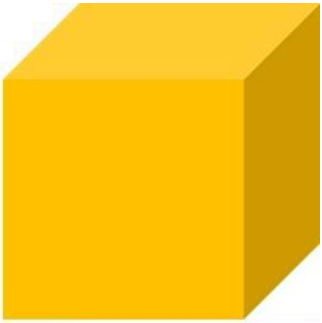
# Ocupación del Visitante a San Luis Potosí

Una importante parte de los visitantes son estudiantes (27.3%)

Otro segmento importante (14.5%) trabaja por cuenta propia y comerciantes (11.2%).

El 9.9% realizar labores del hogar.





# Resultados con perspectiva de género Verano 2017 Región Media

# Resultados con Perspectiva de Género

## Lugar de Encuesta

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Alaquines	8.7%	9.9%	1.7%	<b>20.2%</b>
Cárdenas	7.0%	5.8%	5.8%	<b>18.6%</b>
Cerritos	5.0%	8.7%	6.6%	<b>20.2%</b>
Rayón	2.1%	4.5%	0.4%	<b>7.0%</b>
Rioverde	12.4%	20.2%	1.2%	<b>33.9%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	12.4%	19.4%	3.3%	<b>35.1%</b>
Una vez al año	13.2%	12.8%	5.4%	<b>31.4%</b>
Dos veces al año	2.9%	9.5%	4.1%	<b>16.5%</b>
Tres o más veces al año	6.2%	6.6%	2.5%	<b>15.3%</b>
No contesto	0.4%	0.8%	0.4%	<b>1.7%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguna	5.4%	9.1%	4.5%	<b>19.0%</b>
Una noche	2.1%	4.5%	1.7%	<b>8.3%</b>
Dos noches	8.7%	12.4%	4.5%	<b>25.6%</b>
Tres noches	4.5%	7.9%	1.2%	<b>13.6%</b>
Cuatro noches	2.1%	3.7%	0.4%	<b>6.2%</b>
Cinco noches	3.3%	2.1%	0.4%	<b>5.8%</b>
Seis noches	3.7%	3.3%	0.0%	<b>7.0%</b>
Siete noches	2.1%	2.1%	0.8%	<b>5.0%</b>
Ocho noches	2.1%	2.5%	1.7%	<b>6.2%</b>
Nueve noches	1.2%	1.7%	0.4%	<b>3.3%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Lugar donde se esta hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	5.8%	6.6%	2.1%	<b>14.5%</b>
Familia / Amigos	22.7%	34.3%	11.2%	<b>68.2%</b>
Acampará	2.9%	3.3%	0.8%	<b>7.0%</b>
No contesto	3.7%	5.0%	1.7%	<b>10.3%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel María Dolores - Rioverde	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Renzzo - Rioverde	2.1%	2.5%	0.4%	<b>5.0%</b>
Hotel Vista Bonita - Rioverde	2.9%	1.7%	0.4%	<b>5.0%</b>
La Malanca - Rioverde	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Suites del Río - Rioverde	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Cabañas El Refugio del Sol -	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Santa Regina - Rioverde	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Plaza - Rioverde	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Motel del Rey - Rioverde	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Posada Rio - Rioverde	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Hotel Esperanza - Cárdenas	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Hotel Naru - Cerritos	1.7%	0.4%	0.8%	<b>2.9%</b>
Hotel San Antonio - Cerritos	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
Casa de Huéspedes del Valle	0.8%	0.4%	1.2%	<b>2.5%</b>
Hotel del Río - Ciudad del Maíz	0.0%	0.0%	0.4%	<b>0.4%</b>
Hotel Misión - Ciudad del Maíz	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
No contesto	25.6%	39.3%	12.4%	<b>77.3%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	1.7%	5.4%	1.7%	<b>8.7%</b>
Pareja	12.0%	10.7%	3.3%	<b>26.0%</b>
Familia	16.5%	25.2%	8.3%	<b>50.0%</b>
Amistades	2.9%	5.4%	1.7%	<b>9.9%</b>
Agrupación	0.0%	0.4%	0.4%	<b>0.8%</b>
No contesto	2.1%	2.1%	0.4%	<b>4.5%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Uno	4.5%	7.0%	1.7%	<b>13.2%</b>
Dos	12.4%	11.6%	4.1%	<b>28.1%</b>
Tres	3.3%	5.4%	1.2%	<b>9.9%</b>
Cuatro	5.4%	5.8%	2.9%	<b>14.0%</b>
Cinco	2.5%	5.0%	1.7%	<b>9.1%</b>
Seis	2.1%	4.1%	0.8%	<b>7.0%</b>
Siete	0.8%	1.7%	0.0%	<b>2.5%</b>
Ocho	1.2%	2.1%	1.7%	<b>5.0%</b>
Nueve	1.2%	3.3%	0.8%	<b>5.4%</b>
Diez	0.4%	2.5%	0.4%	<b>3.3%</b>
Once	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Quince	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
No contesto	0.4%	0.0%	0.4%	<b>0.8%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	24.8%	38.0%	9.5%	<b>72.3%</b>
Autobús de línea	5.8%	7.0%	4.1%	<b>16.9%</b>
Autobús rentado	0.8%	0.4%	0.0%	<b>1.2%</b>
Avión	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
No contestó	3.7%	3.3%	2.1%	<b>9.1%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
300 a 400 pesos	3.3%	5.0%	3.7%	<b>12.0%</b>
401 a 550 pesos	1.7%	0.4%	0.8%	<b>2.9%</b>
551 a 700 pesos	5.8%	5.0%	0.8%	<b>11.6%</b>
701 a 850 pesos	2.5%	4.5%	1.7%	<b>8.7%</b>
851 a 999 pesos	1.7%	2.9%	0.0%	<b>4.5%</b>
Más de 1,000 pesos	4.1%	6.2%	0.4%	<b>10.7%</b>
No contesto	16.1%	25.2%	8.3%	<b>49.6%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	2.9%	1.7%	1.2%	<b>5.8%</b>
De 201 a 250 pesos	2.5%	3.3%	0.8%	<b>6.6%</b>
De 251 a 300 pesos	2.9%	5.4%	0.0%	<b>8.3%</b>
De 301 a 400 pesos	3.3%	3.7%	1.2%	<b>8.3%</b>
De 401 a 500 pesos	2.5%	2.9%	0.4%	<b>5.8%</b>
Más de 500 pesos	3.3%	4.1%	0.4%	<b>7.9%</b>
No contesto	17.8%	28.1%	11.6%	<b>57.4%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	3.3%	9.1%	1.7%	<b>14.0%</b>
De 201 a 250 pesos	4.1%	2.5%	1.7%	<b>8.3%</b>
De 251 a 300 pesos	5.4%	9.5%	1.7%	<b>16.5%</b>
De 301 a 400 pesos	5.4%	5.4%	4.1%	<b>14.9%</b>
De 401 a 500 pesos	4.1%	6.6%	0.8%	<b>11.6%</b>
Más de 500 pesos	6.2%	6.6%	0.4%	<b>13.2%</b>
No contesto	6.6%	9.5%	5.4%	<b>21.5%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	1.2%	2.9%	0.8%	<b>5.0%</b>
De 201 a 250 pesos	1.2%	1.7%	0.8%	<b>3.7%</b>
De 251 a 300 pesos	1.7%	4.1%	0.4%	<b>6.2%</b>
De 301 a 400 pesos	2.9%	2.5%	1.2%	<b>6.6%</b>
De 401 a 500 pesos	2.5%	2.5%	0.0%	<b>5.0%</b>
Más de 500 pesos	3.3%	2.5%	0.0%	<b>5.8%</b>
No contesto	22.3%	33.1%	12.4%	<b>67.8%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	3.7%	5.8%	5.4%	<b>14.9%</b>
De 201 a 250 pesos	2.1%	7.0%	2.5%	<b>11.6%</b>
De 251 a 300 pesos	6.6%	7.9%	1.7%	<b>16.1%</b>
De 301 a 400 pesos	6.2%	8.7%	2.5%	<b>17.4%</b>
De 401 a 500 pesos	4.1%	5.4%	0.8%	<b>10.3%</b>
Más de 500 pesos	7.0%	6.6%	0.8%	<b>14.5%</b>
No contesto	5.4%	7.9%	2.1%	<b>15.3%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	3.3%	6.6%	4.5%	<b>14.5%</b>
De 201 a 250 pesos	2.5%	5.0%	0.8%	<b>8.3%</b>
De 251 a 300 pesos	0.4%	3.7%	0.0%	<b>4.1%</b>
De 301 a 400 pesos	2.9%	7.0%	0.4%	<b>10.3%</b>
De 401 a 500 pesos	3.3%	4.1%	1.2%	<b>8.7%</b>
Más de 500 pesos	9.1%	11.6%	2.1%	<b>22.7%</b>
No contesto	13.6%	11.2%	6.6%	<b>31.4%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</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	6.2%	6.5%	3.4%	<b>16.1%</b>
Vacaciones	5.7%	7.4%	1.2%	<b>14.3%</b>
Turismo de Aventura	2.5%	5.0%	0.4%	<b>7.9%</b>
Naturaleza	2.2%	3.9%	0.7%	<b>6.8%</b>
Religioso	1.5%	2.9%	1.7%	<b>6.1%</b>
Ecoturismo	2.3%	3.3%	0.1%	<b>5.8%</b>
Cultural	1.2%	1.5%	0.3%	<b>3.0%</b>
Negocios	0.7%	1.4%	1.0%	<b>3.0%</b>
Compra artesanías	1.5%	0.8%	0.4%	<b>2.8%</b>
Deportivo	0.8%	0.7%	0.4%	<b>1.9%</b>
Gastronómico	0.7%	0.6%	0.0%	<b>1.2%</b>
Salud	0.3%	0.7%	0.0%	<b>1.0%</b>
No Contesto	9.2%	14.5%	5.7%	<b>29.4%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.1%</b>

## Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tamasopo	2.3%	3.7%	0.6%	<b>6.6%</b>
Huasteca Potosina	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Rioverde	0.8%	0.4%	0.2%	<b>1.4%</b>
Xilitla	1.2%	1.7%	0.0%	<b>2.9%</b>
Cárdenas	0.6%	0.2%	0.0%	<b>0.8%</b>
Mathuala	0.2%	0.4%	0.0%	<b>0.6%</b>
Santa Catarina	0.2%	0.4%	0.2%	<b>0.8%</b>
Villa Juárez	0.2%	0.4%	0.6%	<b>1.2%</b>
Real de Catorce	0.0%	0.8%	0.0%	<b>0.8%</b>
Tamúl	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Tecomate	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Ciudad Valles	0.4%	1.4%	0.2%	<b>2.1%</b>
Aquismón	0.2%	0.4%	0.0%	<b>0.6%</b>
Media Luna	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Tamazunchale	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
San Luis Potosí	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
San Vicente	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Tampico	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
La Rinconada	0.4%	0.2%	0.2%	<b>0.8%</b>
Capilla de Nuestro Padre de Jesús	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Plaza principal Cd. Valles	0.0%	0.2%	0.2%	<b>0.4%</b>
Villa de Arista	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
Veracruz	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Totolongo	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Cascadas	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Rio Tambaque	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Puente de Dios	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Villa de Reyes	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Cascadas de Tamasopo	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Ojo caliente	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Cascadas Minas Viejas	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Chiapas	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Grutas Guadalcázar	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.4%</b>
San Sebastián	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Jalpan	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Hidalgo	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
Sotano de las Guaguas	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
No Contesto	26.1%	34.2%	13.5%	<b>73.7%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Razones de Comparación con la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Vegetación	3.8%	3.8%	0.8%	<b>8.3%</b>
Ríos	1.5%	5.6%	0.6%	<b>7.7%</b>
Hospitalidad de la gente	1.0%	1.5%	0.2%	<b>2.7%</b>
Fauna	0.6%	0.8%	0.0%	<b>1.5%</b>
Clima	0.4%	0.6%	0.0%	<b>1.0%</b>
Naturaleza	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
No contesto	26.5%	35.4%	13.5%	<b>75.4%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Actividades que podrían desarrollarse

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Acampar	2.1%	3.1%	0.8%	<b>6.0%</b>
Ciclismo	1.9%	2.1%	0.2%	<b>4.1%</b>
Cabalgata	1.0%	2.1%	0.2%	<b>3.3%</b>
Eventos Culturales	0.6%	1.0%	1.4%	<b>3.1%</b>
Ecoturismo	1.7%	1.0%	0.2%	<b>2.9%</b>
Actividades de aventura	1.0%	1.0%	0.0%	<b>2.1%</b>
Deporte	0.4%	1.0%	0.6%	<b>2.1%</b>
Tours	0.6%	1.2%	0.2%	<b>2.1%</b>
Diversión	0.8%	0.6%	0.4%	<b>1.9%</b>
Tirolesa	0.4%	1.4%	0.0%	<b>1.9%</b>
Senderismo	0.6%	0.8%	0.0%	<b>1.4%</b>
Gastronómicas	0.2%	0.4%	0.4%	<b>1.0%</b>
Literarias	0.2%	0.4%	0.2%	<b>0.8%</b>
Pesca	0.6%	0.2%	0.0%	<b>0.8%</b>
Visitas guiadas	0.2%	0.6%	0.0%	<b>0.8%</b>
Cuatrimotos	0.4%	0.2%	0.0%	<b>0.6%</b>
Fotografía	0.6%	0.0%	0.0%	<b>0.6%</b>
Tiendas de Ropa	0.2%	0.4%	0.0%	<b>0.6%</b>
Spa / Meditación	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
No contesto	15.7%	25.4%	9.7%	<b>50.8%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Opinión para Mejorar la Actividad Turística

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Difusión nivel nacional	3.9%	5.0%	1.0%	<b>9.9%</b>
Mejorar las carreteras / Crear carreteras	4.3%	4.3%	1.2%	<b>9.9%</b>
Hoteles de mejor calidad	1.4%	0.8%	0.2%	<b>2.5%</b>
Actividades culturales	0.6%	1.7%	0.0%	<b>2.3%</b>
Señalamientos	0.4%	1.4%	0.4%	<b>2.3%</b>
Más servicios	0.6%	0.8%	0.6%	<b>2.1%</b>
Cuattrimotos	0.6%	0.6%	0.2%	<b>1.4%</b>
Integrar producto turístico	1.0%	0.2%	0.0%	<b>1.2%</b>
Limpieza / Botes para basura	0.2%	0.8%	0.0%	<b>1.0%</b>
Más información	0.4%	0.6%	0.0%	<b>1.0%</b>
Centros nocturnos	0.4%	0.2%	0.2%	<b>0.8%</b>
Guías	0.4%	0.4%	0.0%	<b>0.8%</b>
Estacionamiento	0.2%	0.2%	0.2%	<b>0.6%</b>
Seguridad	0.4%	0.0%	0.0%	<b>0.4%</b>
Transporte Público	0.0%	0.4%	0.0%	<b>0.4%</b>
Mapas	0.2%	0.0%	0.0%	<b>0.2%</b>
Mejorar el pueblo	0.0%	0.0%	0.2%	<b>0.2%</b>
No contestó	15.3%	24.0%	9.3%	<b>48.7%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio por el que se enteró o conoce región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Televisión	5.8%	3.3%	0.8%	<b>10.0%</b>
Revista	3.3%	3.9%	1.5%	<b>8.7%</b>
Folletos	3.3%	7.5%	1.9%	<b>12.7%</b>
Agencias de Viajes	2.1%	4.6%	0.6%	<b>7.3%</b>
Redes Sociales	1.2%	2.1%	0.4%	<b>3.7%</b>
Periódico	0.2%	0.2%	0.2%	<b>0.6%</b>
Radio	1.0%	1.9%	0.4%	<b>3.3%</b>
Internet	3.1%	5.4%	1.5%	<b>10.0%</b>
Familiares o amigos	8.7%	9.3%	4.1%	<b>22.2%</b>
Otro	0.2%	0.4%	0.0%	<b>0.6%</b>
No contestó	6.0%	10.8%	4.1%	<b>21.0%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Viajo a través de algún Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	5.0%	3.7%	2.9%	<b>11.6%</b>
No	28.5%	42.1%	10.3%	<b>81.0%</b>
No contesto	1.7%	3.3%	2.5%	<b>7.4%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Nombre del Agencia u Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Auto Naves	3.7%	1.7%	2.1%	<b>7.5%</b>
Trasporte Vencedor	2.5%	1.7%	1.2%	<b>5.4%</b>
Trasporte Gran Conforts	0.0%	1.2%	0.0%	<b>1.2%</b>
El Sahuán	0.0%	0.4%	0.8%	<b>1.2%</b>
No contesto	29.0%	43.6%	11.6%	<b>84.2%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Recordación de Publicidad con Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	21.5%	26.4%	7.9%	<b>55.8%</b>
No	12.4%	20.2%	5.4%	<b>38.0%</b>
No contesto	1.2%	2.5%	2.5%	<b>6.2%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Lugar de Recordación de la Publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Televisión	2.9%	3.3%	0.8%	<b>7.0%</b>
Espectaculares	1.7%	4.5%	1.2%	<b>7.4%</b>
Periódico	2.5%	2.5%	0.8%	<b>5.8%</b>
Internet	9.9%	9.5%	5.4%	<b>24.8%</b>
Revista	2.1%	3.3%	0.4%	<b>5.8%</b>
Redes Sociales	2.1%	4.1%	0.0%	<b>6.2%</b>
Folletos	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.2%</b>
Otro	1.7%	0.4%	0.0%	<b>2.1%</b>
No contesto	12.0%	20.7%	7.0%	<b>39.7%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Lo que más le gustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hospitalidad de la Gente	4.5%	5.4%	0.8%	<b>10.7%</b>
Flora y Fauna	1.9%	7.2%	0.8%	<b>9.9%</b>
Paisajes / Naturaleza	2.9%	6.2%	0.6%	<b>9.7%</b>
Clima	4.3%	2.7%	2.7%	<b>9.7%</b>
Infraestructura Turística	3.7%	3.5%	1.7%	<b>8.9%</b>
Arquitectura	3.9%	4.5%	0.2%	<b>8.7%</b>
Gastronomía	2.9%	3.3%	0.6%	<b>6.8%</b>
Artesanías	1.2%	2.5%	0.6%	<b>4.3%</b>
Servicio en Restaurantes	1.2%	2.1%	0.8%	<b>4.1%</b>
Servicio en hoteles	1.0%	1.4%	1.0%	<b>3.5%</b>
Sitios Histórico Culturales	1.2%	1.7%	0.0%	<b>2.9%</b>
Limpieza de la Ciudad	1.0%	0.6%	0.4%	<b>2.1%</b>
No contesto	5.2%	8.1%	5.4%	<b>18.6%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Lo que más le disgustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Tráfico	5.2%	6.6%	2.3%	<b>14.0%</b>
Inseguridad	3.5%	4.1%	2.3%	<b>9.9%</b>
Falta de limpieza	1.7%	4.5%	2.7%	<b>8.9%</b>
Vendedores Ambulantes	2.7%	5.0%	0.6%	<b>8.3%</b>
Contaminación	1.0%	2.3%	0.0%	<b>3.3%</b>
Precios	1.0%	1.9%	0.4%	<b>3.3%</b>
Servicio en restaurantes	1.0%	1.4%	0.2%	<b>2.7%</b>
Transporte público	1.4%	0.8%	0.4%	<b>2.7%</b>
Inhospitalidad residentes	1.4%	1.2%	0.0%	<b>2.7%</b>
Servicio taxis	0.4%	1.7%	0.2%	<b>2.3%</b>
Clima	0.4%	1.4%	0.4%	<b>2.3%</b>
Servicio en hoteles	0.2%	0.4%	0.2%	<b>0.8%</b>
No contesto	15.1%	17.8%	6.0%	<b>38.8%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Impulsar Acciones para renovar Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	32.2%	42.6%	12.8%	<b>87.6%</b>
No	1.2%	4.1%	0.4%	<b>5.8%</b>
No contesto	1.7%	2.5%	2.5%	<b>6.6%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Acciones para Impulsar la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Instalar sanitarios	14.5%	12.8%	7.0%	<b>34.3%</b>
Infraestructura turística	6.6%	12.4%	1.2%	<b>20.2%</b>
Equipamiento turístico	4.5%	4.1%	0.8%	<b>9.5%</b>
Promoción y Difusión	3.3%	6.2%	1.2%	<b>10.7%</b>
Acceso a sitios turísticos	3.7%	6.2%	2.5%	<b>12.4%</b>
Señalética conductiva	1.2%	2.9%	0.4%	<b>4.5%</b>
No contesto	1.2%	4.5%	2.5%	<b>8.3%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	24.7%	34.5%	4.3%	<b>63.4%</b>
Probablemente sí	10.6%	13.6%	8.1%	<b>32.3%</b>
Probablemente no	0.4%	1.3%	1.7%	<b>3.4%</b>
Definitivamente no	0.0%	0.4%	0.4%	<b>0.9%</b>
No Contesto	0.4%	0.9%	1.7%	<b>3.0%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	26.1%	35.9%	3.8%	<b>65.8%</b>
Probablemente sí	9.0%	14.5%	9.0%	<b>32.5%</b>
Probablemente no	0.9%	0.0%	0.9%	<b>1.7%</b>
Definitivamente no	0.0%	0.0%	0.9%	<b>0.9%</b>
No Contesto	0.4%	0.4%	1.7%	<b>2.6%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
San Luis Potosí, S.L.P.	7.0%	8.3%	1.2%	16.5%
Tlaxcala, Tlax.	1.7%	2.5%	0.8%	5.0%
Tampico, Tamps.	1.7%	4.5%	0.4%	6.6%
Monterrey, N.L.	2.9%	3.7%	0.8%	7.4%
Cd. de México	1.7%	2.9%	0.0%	4.5%
Agascalientes, Ags.	0.8%	0.8%	0.0%	1.7%
Querétaro, Qro.	0.4%	1.2%	0.4%	2.1%
Reynosa, Tamps.	0.4%	1.2%	0.0%	1.7%
Puebla, Pue.	1.2%	1.7%	0.0%	2.9%
Houston, Tx.	0.4%	1.2%	0.0%	1.7%
Guadalajara, Jal.	0.4%	0.4%	0.0%	0.8%
Rioverde, S.L.P.	0.8%	0.0%	0.0%	0.8%
Zacatecas, Zac.	0.8%	0.0%	0.0%	0.8%
León, Gto.	0.0%	0.8%	0.0%	0.8%
Toluca, Edo. Mex.	0.8%	1.7%	0.0%	2.5%
Satillo, Coah.	0.4%	0.4%	0.0%	0.8%
Cd. Valles, S.L.P.	0.0%	0.4%	0.4%	0.8%
Dallas, Tx.	0.4%	0.4%	0.4%	1.2%
Sinaloa	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Matehuala, S.L.P.	0.8%	0.0%	0.0%	0.8%
Atlanta,	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Cd. Mante, Tamps.	0.8%	1.2%	0.0%	2.1%
Toluca, Edo. Mex.	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Morelos, Mor.	0.8%	0.8%	0.4%	2.1%
Chiapas, Chis.	0.4%	0.8%	0.4%	1.7%
Cárdenas, S.L.P.	0.0%	0.0%	0.4%	0.4%
Cd. Valles, S.L.P.	0.8%	0.4%	0.4%	1.7%
Chihuahua, Chih.	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Morelia, Mich.	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Estados Unidos	0.0%	0.0%	0.4%	0.4%
Cd. Victoria, Tamps.	1.2%	0.8%	0.0%	2.1%
Austin, Tx.	0.0%	0.8%	0.0%	0.8%
Jalpan, Qro.	0.0%	0.4%	0.4%	0.8%
Xalapa, Ver.	0.0%	0.8%	0.0%	0.8%
Tenesis,	0.4%	0.4%	0.0%	0.8%
New Gales,	0.4%	0.4%	0.4%	1.2%
Villa Hermosa, Tab.	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Mérida, Yuc.	0.0%	0.0%	0.4%	0.4%
Monclova, Coah.	1.2%	0.4%	0.0%	1.7%
San Diego, Cal.	0.4%	0.4%	0.4%	1.2%
Cadereyta, N.L.	0.4%	0.4%	0.0%	0.8%
Matamoros, Tamps.	0.0%	0.0%	0.4%	0.4%
Santa María Acapulco, S.L.P.	0.0%	0.0%	0.4%	0.4%
Naucalpan, Edo. Mex.	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Soledad de Graciano Sánchez, S.L.P.	0.0%	0.0%	0.8%	0.8%
Durango, Dgo.	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Arlington, Tx.	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Hidalgo, Tx.	1.2%	0.4%	0.0%	1.7%
San Antonio, Tx.	0.4%	0.0%	0.4%	0.8%
Mc. Allen, Tx.	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
El Paso, Tx.	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
No Contesto	2.1%	5.4%	5.4%	12.8%
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Agascalientes	1.2%	2.1%	0.0%	3.3%
Baja California	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Coahuila	1.7%	1.2%	0.4%	3.3%
Chiapas	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Chihuahua	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Ciudad de México	1.2%	2.5%	0.0%	3.7%
Durango	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Guanajuato	0.4%	2.5%	0.0%	2.9%
Hidalgo	0.0%	0.0%	0.4%	0.4%
Jalisco	0.8%	0.4%	0.4%	1.7%
Estado de México	0.4%	0.8%	0.0%	1.2%
Michoacán	0.4%	0.8%	0.4%	1.7%
Morelos	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%
Nuevo León	1.7%	5.4%	0.4%	7.4%
Puebla	0.0%	1.2%	0.4%	1.7%
Querétaro	1.7%	2.5%	0.0%	4.1%
San Luis Potosí	10.3%	11.6%	2.5%	24.4%
Sonora	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%
Tabasco	0.4%	0.0%	0.4%	0.8%
Tamaulipas	4.1%	5.8%	1.7%	11.6%
Tlaxcala	1.7%	2.5%	0.8%	5.0%
Veracruz	0.4%	0.4%	0.0%	0.8%
Yucatán	0.8%	0.4%	0.0%	1.2%
Zacatecas	0.8%	1.2%	0.0%	2.1%
Estados Unidos	1.2%	1.2%	0.8%	3.3%
No contesto	1.7%	2.5%	5.4%	9.5%
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

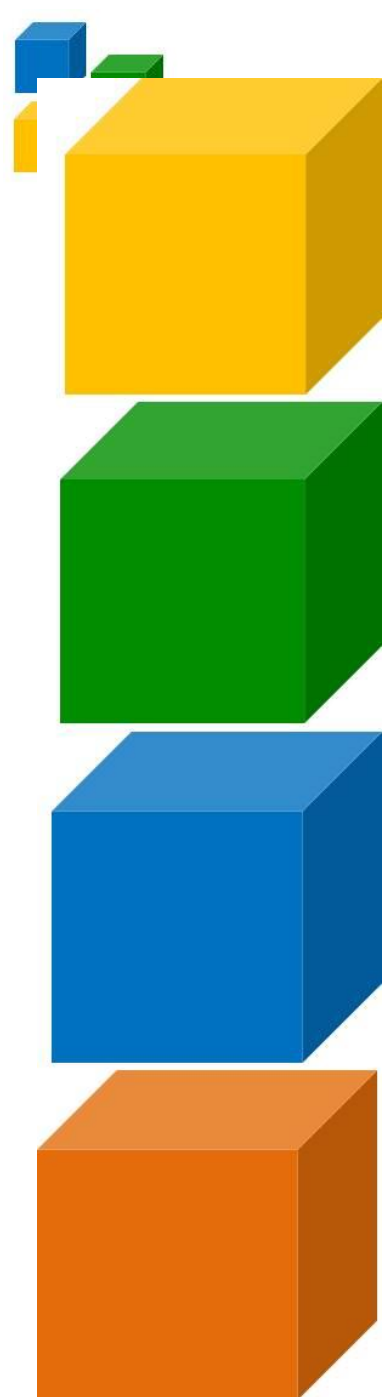
# Resultados con Perspectiva de Género

## Edad Promedio de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 18 a 24 años	11.6%	10.3%	3.7%	<b>25.6%</b>
De 25 a 31 años	7.4%	12.8%	2.9%	<b>23.1%</b>
De 32 a 38 años	5.4%	8.3%	1.7%	<b>15.3%</b>
De 39 a 45 años	3.7%	5.0%	0.8%	<b>9.5%</b>
De 46 a 51 años	5.4%	5.8%	2.1%	<b>13.2%</b>
De 52 a 59 años	1.2%	5.0%	0.8%	<b>7.0%</b>
Más de 60 años	0.4%	0.8%	0.0%	<b>1.2%</b>
No Contesto	0.0%	1.2%	3.7%	<b>5.0%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>

## Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Empleado Privado	1.2%	2.5%	0.4%	<b>4.1%</b>
Empleado de Gobierno	0.8%	2.9%	1.2%	<b>5.0%</b>
Por cuenta propia	4.1%	9.9%	0.4%	<b>14.5%</b>
Labores del Hogar	8.3%	0.4%	1.2%	<b>9.9%</b>
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	0.4%	1.7%	0.8%	<b>2.9%</b>
Retirado / Jubilado	2.5%	3.7%	0.4%	<b>6.6%</b>
Estudiante	10.3%	10.7%	6.2%	<b>27.3%</b>
Desempleado	2.9%	5.0%	0.0%	<b>7.9%</b>
Empresario	1.2%	2.1%	0.4%	<b>3.7%</b>
Comerciante	2.5%	7.4%	1.2%	<b>11.2%</b>
Otro	0.4%	1.2%	0.8%	<b>2.5%</b>
No Contesto	0.4%	1.7%	2.5%	<b>4.5%</b>
<b>Total</b>	<b>35.1%</b>	<b>49.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>100.0%</b>



# Perfil del Visitante Verano 2017 Región Media

Dirección de Planeación, Información y Análisis



*Tu destino...*