

Semana Santa



ANÁLISIS DE
RESULTADOS

OBSERVATORIO TURÍSTICO

31 de marzo 2023 - 17 de abril de 2023



Ciudades Mexicanas
PATRIMONIO MUNDIAL

INTRODUCCIÓN

Observatorio Turístico

En el periodo de Semana Santa del 31 de marzo al 17 de abril de 2023.

Durante estas fechas, las ciudades patrimonio del mundo en México reciben a miles de turistas nacionales e internacionales que buscan conocer y disfrutar de su historia, cultura, gastronomía y belleza arquitectónica.

En este observatorio se realizarán encuestas en las ciudades de Campeche, Ciudad de México, Guanajuato, Morelia, Oaxaca, Puebla, Querétaro, San Miguel de Allende, Tlacotalpan, Xochimilco, Zacatecas, San Luis Potosí, San Juan del Río y Durango, con el objetivo de obtener información relevante y actualizada sobre el comportamiento del turismo en estas ciudades durante el periodo de Semana Santa.

La información obtenida a través de estas encuestas nos permitirá conocer la percepción de los turistas sobre la oferta turística de estas ciudades patrimonio del mundo, su grado de satisfacción con los servicios turísticos que se ofrecen, los lugares de interés más visitados, la cantidad de días que los turistas permanecen en cada ciudad, el presupuesto que destinan para su viaje y otros aspectos importantes que permitirán a las autoridades y empresas turísticas mejorar la calidad de la oferta turística.

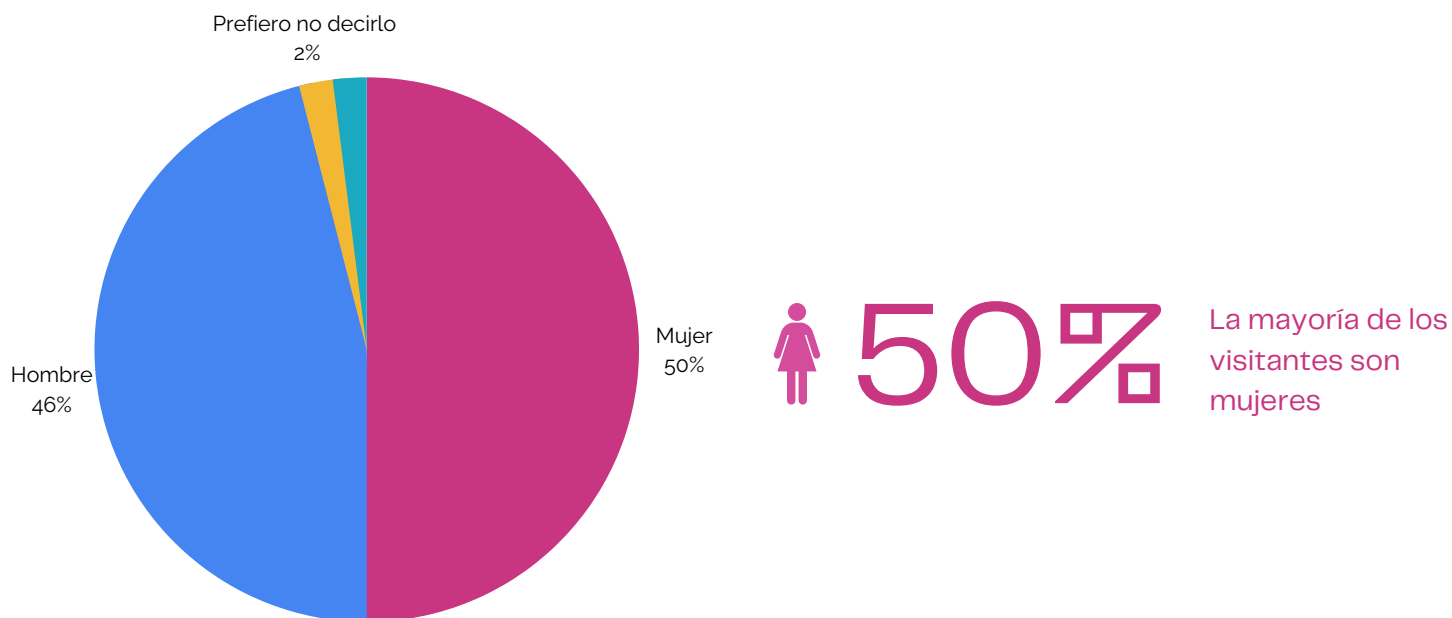
El Observatorio Turístico de la Asociación de Ciudades Mexicanas Patrimonio del Mundo es una herramienta valiosa para la toma de decisiones y la planificación estratégica del turismo en estas ciudades. Los resultados de estas encuestas serán compartidos con los actores involucrados en el sector turístico para mejorar la experiencia de los turistas y promover el turismo sostenible en México.





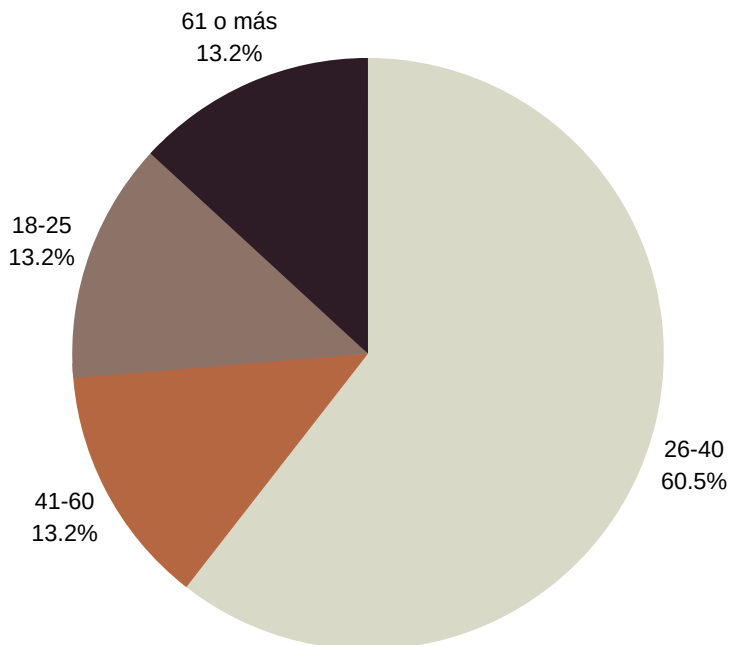
En este informe se presentarán los resultados del Observatorio Turístico de Semana Santa, el cual ha sido llevado a cabo con el objetivo de analizar el comportamiento de los turistas durante este importante periodo vacacional. Durante las últimas semanas, se ha realizado un estudio detallado del flujo de turistas en diferentes ciudades mexicanas patrimonio mundial. A continuación los principales resultados.

Sexo



Grupo de Edad

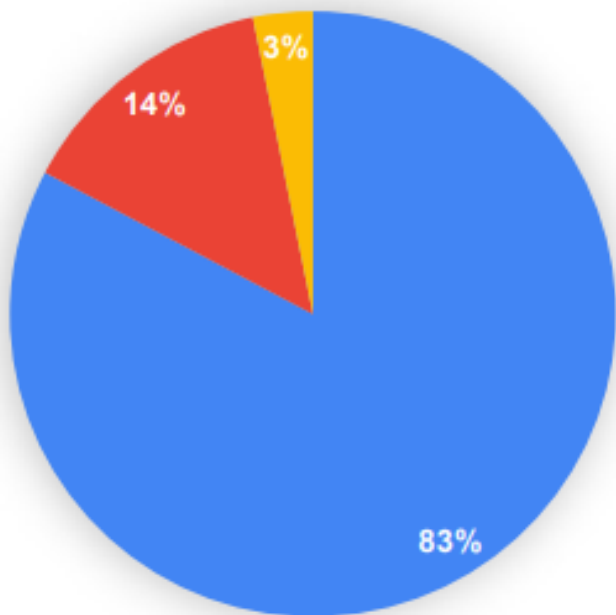
De los 4 grupos de edades, el grupo de edad que se encuentra entre 26 a 40 años, que corresponde a los **millenials**, resultó el más interesado en visitar a las ciudades mexicanas patrimonio mundial





Lugar de residencia

El turismo nacional representa la mayoría de los turistas en las ciudades mexicanas patrimonio mundial representando un entre un 83%



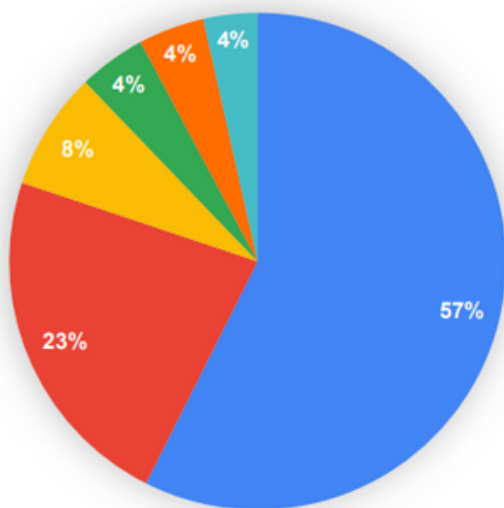
83%



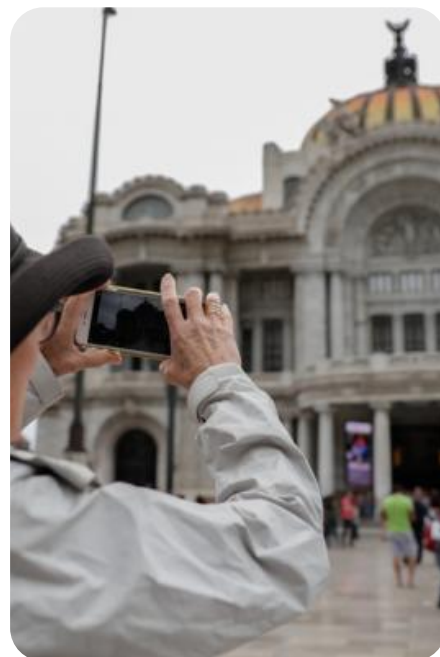
■ México ■ Extranjero ■ Paisano mexicano

Ciudad de Residencia (mexicanos)

El turismo nacional representa la mayoría de los turistas en las ciudades mexicanas patrimonio mundial siendo de la Cdmx el porcentaje mas alto con 23%



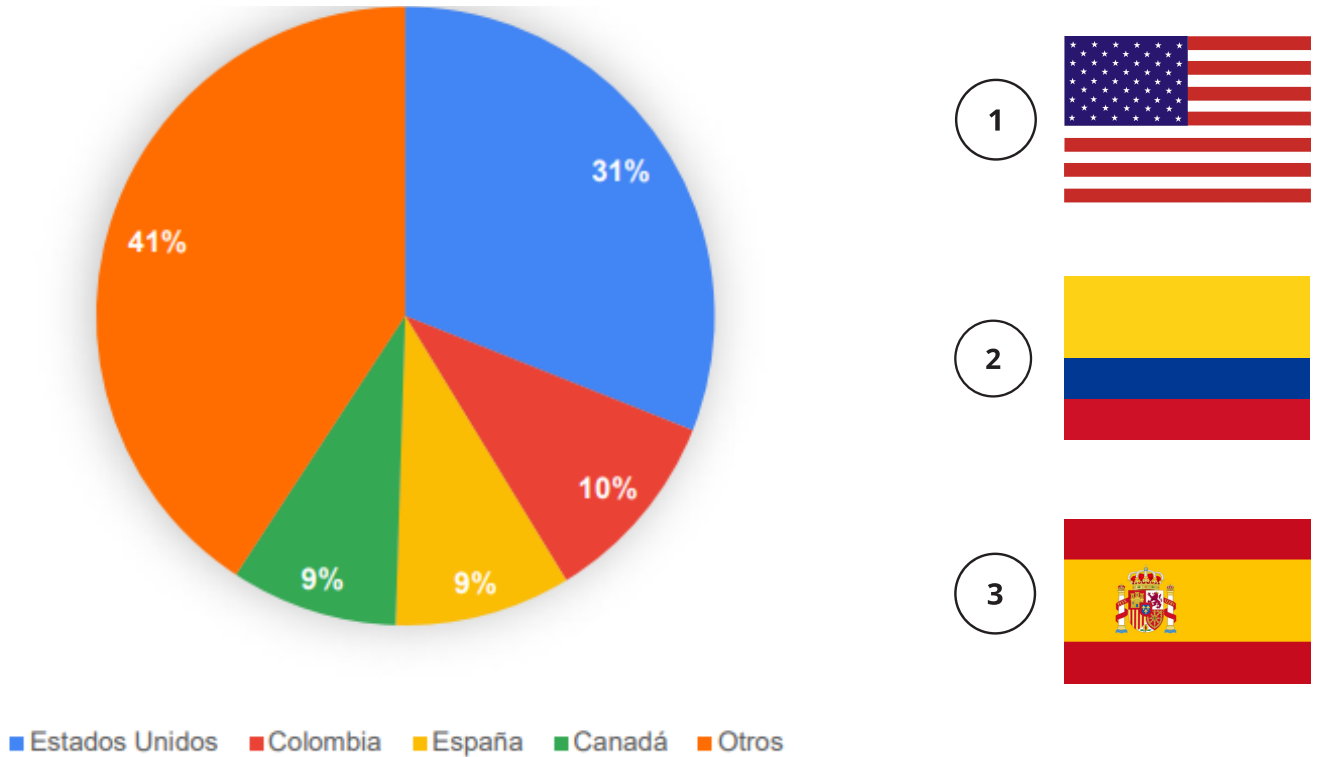
■ Otro ■ Ciudad de México ■ Guadalajara ■ Querétaro ■ Monterrey ■ Chihuahua





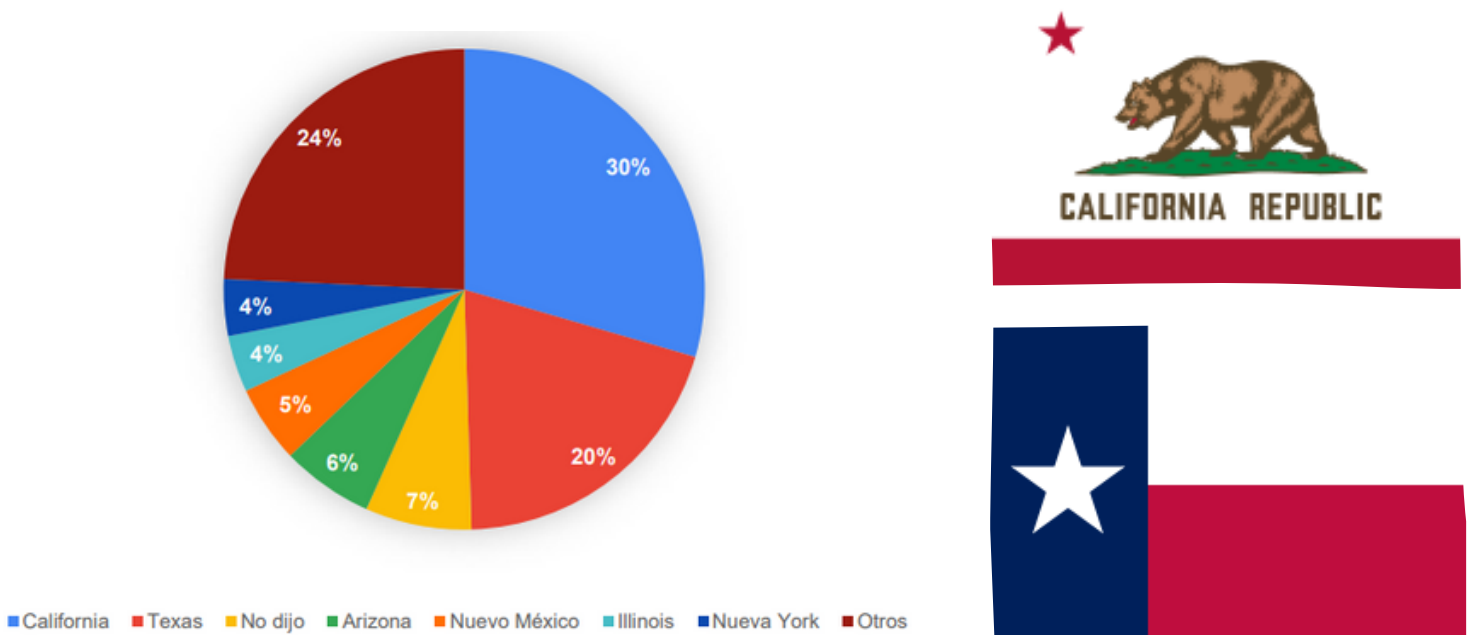
País de Residencia (extranjeros)

Comparando el periodo de semana santa del año pasado, con el del presente año, se identifica el mismo comportamiento referente a que Estados Unidos es el principal país emisor de turistas a las ciudades mexicanas patrimonio mundial, seguido de Colombia y en tercer lugar España



Estado de Residencia (estadounidenses)

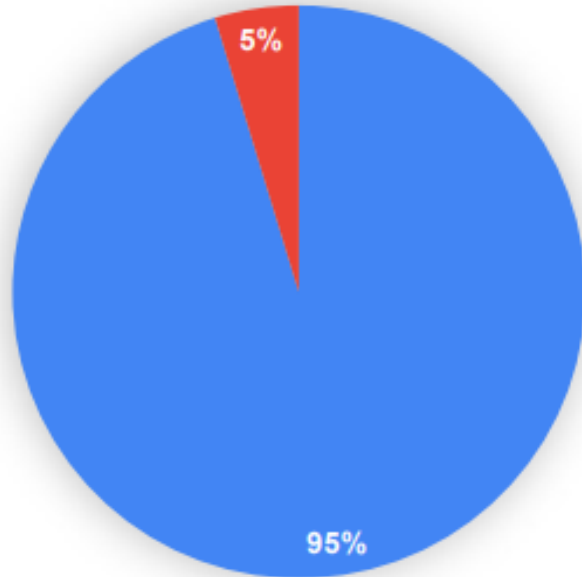
California y Texas son los principales estados de EUA emisores de turistas a CMPM respectivamente.



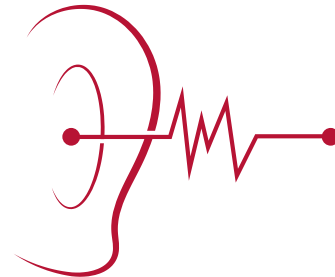


Persona con discapacidad

El 5% de los visitantes encuestados en promedio manifestó tener alguna discapacidad y la mayoría de ellos la definieron como una discapacidad sensorial .

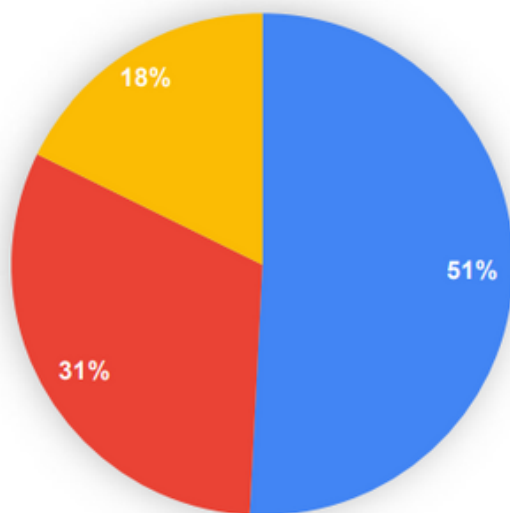


■ No ■ Si



Tipo de discapacidad

Existen diversas infraestructuras y servicios en el turismo que están diseñados para satisfacer las necesidades de las personas con discapacidades sensoriales, como la discapacidad visual o auditiva como por ejemplo: Sistemas de audio-guía, Subtítulos y lenguaje de signos, Accesibilidad arquitectónica, etc.



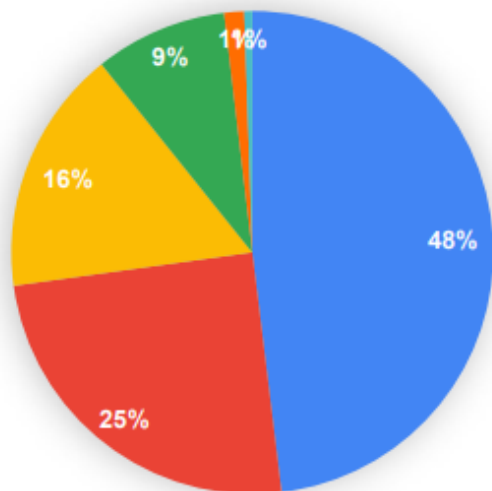
■ Sensorial (visual o auditiva) ■ Motora ■ Otros





Persona(s) con quién viaja

En los tres periodos en promedio el 48% de los turistas manifestaron viajar en compañía de familia, el 25% en pareja y 16% con amigos.

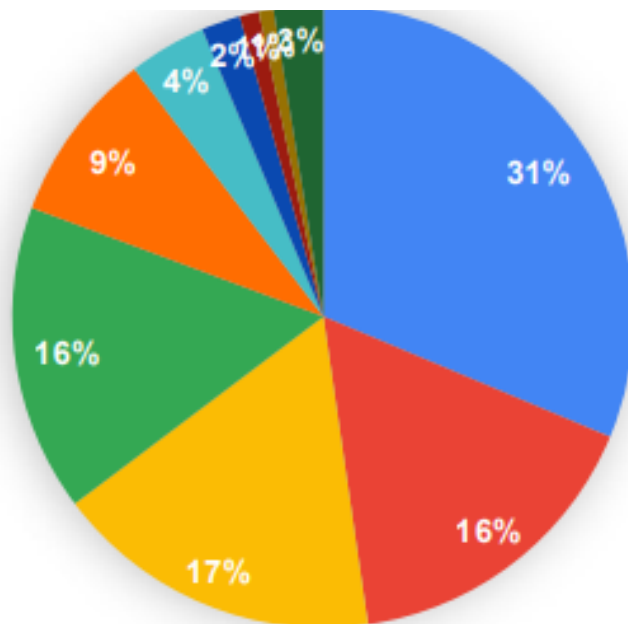


48%

Compañía de la familia

■ Familia ■ Pareja ■ Amigos ■ Solo ■ Colegas de trabajo ■ Mascota

Número de personas adicionales con las que viaja

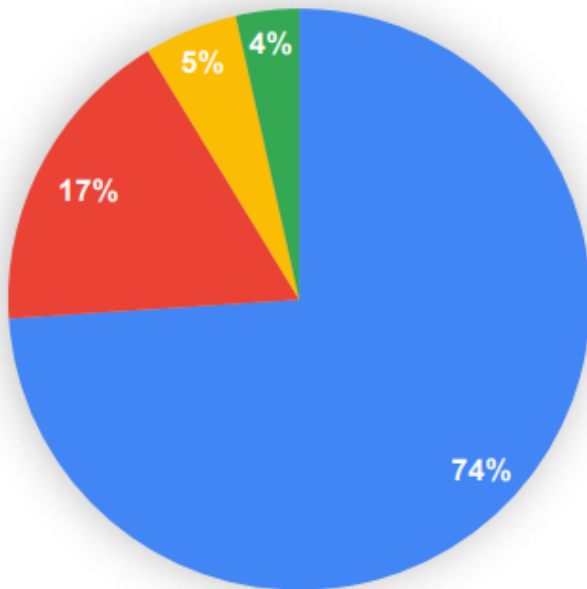


■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7 ■ 8 ■ 9 ■ 10 o más



Motivo del Viaje

El motivo del viaje de los encuestados fue en su mayoría turismo (74%).

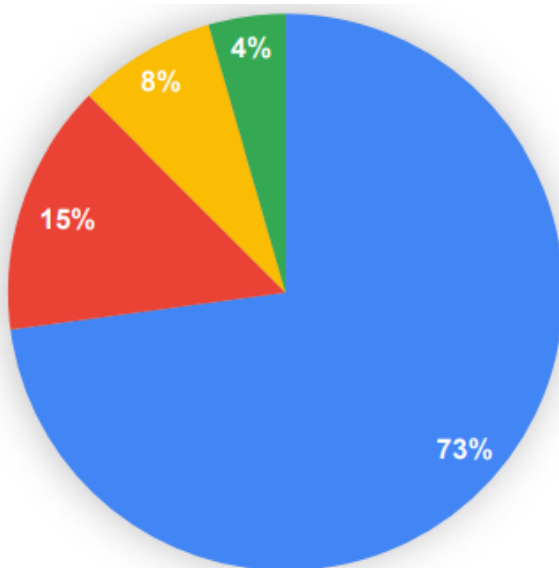


■ Turismo ■ Visitar familia o amigos ■ Laboral ■ Otros



Tipo de Turismo

Se resaltó que en la gran mayoría de los casos el turismo cultural (73%) (versus turismo deportivo, de aventura y naturaleza, médico, etc.), lo que comprueba que las personas que visitan las CPM están interesadas en las experiencias culturales que ofrecen estas ciudades.



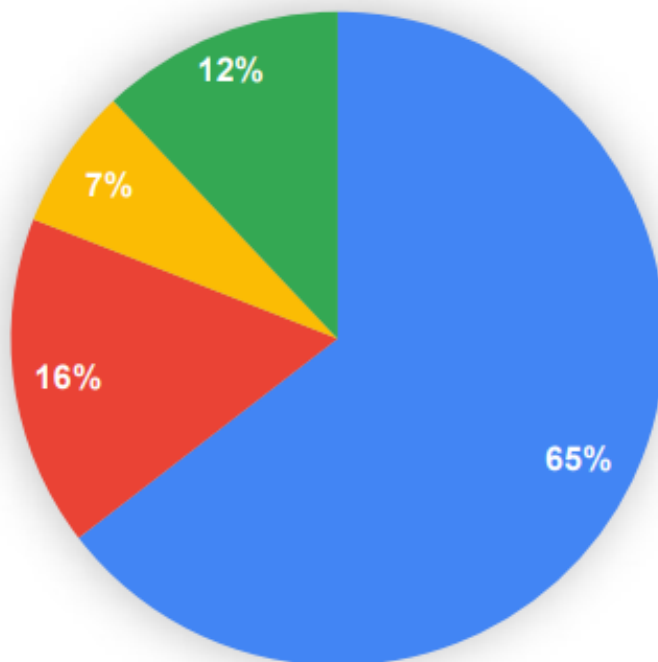
■ Cultural ■ Aventura y Naturaleza ■ Religioso ■ Otros





Medio por el cual se enteró del destino

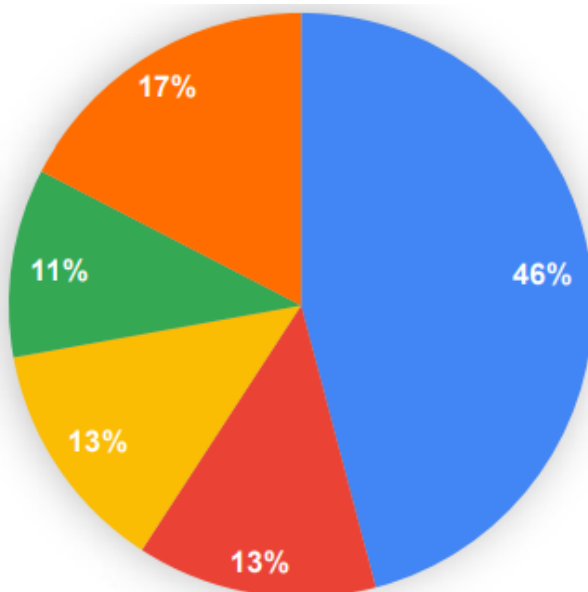
En promedio el 60% de los encuestados se enteró del destino por familiares y amigos y el 25% por medios digitales.



■ Amigos/familiares ■ Facebook ■ Instagram ■ Otros

Medios consultados en el destino

Dentro de estos medios, destaca en primer término Facebook, seguido por Instagram y TikTok.

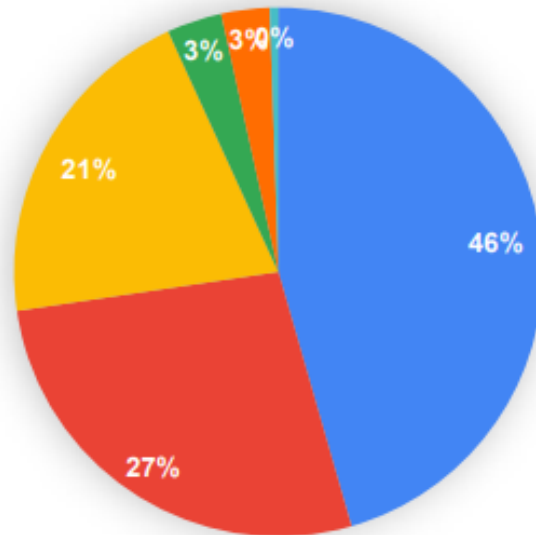


■ Centro de información turística ■ Ninguno
■ Centro de información turística y Redes Sociales ■ Facebook
■ Otro



Medio de transporte utilizado para llegar al destino

En cuanto a los medios de transporte más utilizado para llegar a las CMPM, el auto es el medio de transporte más utilizado.

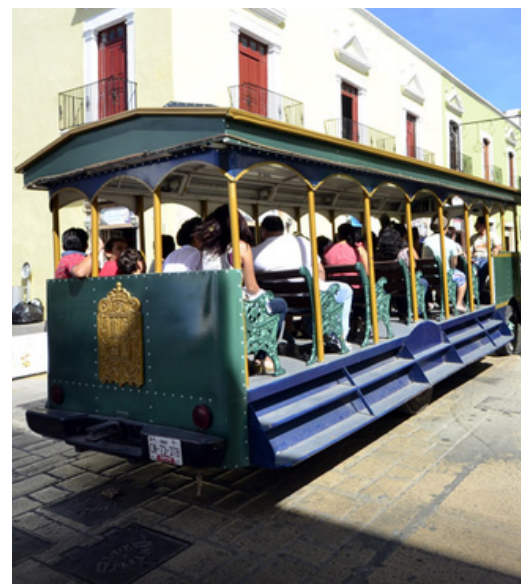
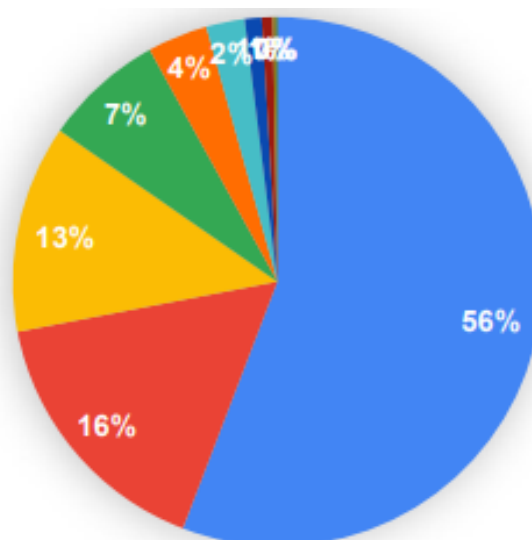


46%

■ Auto ■ Autobús ■ Avión ■ Transporte público ■ Transporte turístico ■ Motocicleta ■ (en blanco)

Medio de transporte ideal para recorrer el centro histórico

En promedio un 56% de los encuestados considera que la mejor manera de recorrer el centro histórico es a pie y en segundo lugar a través de turibus o tranvía turístico.

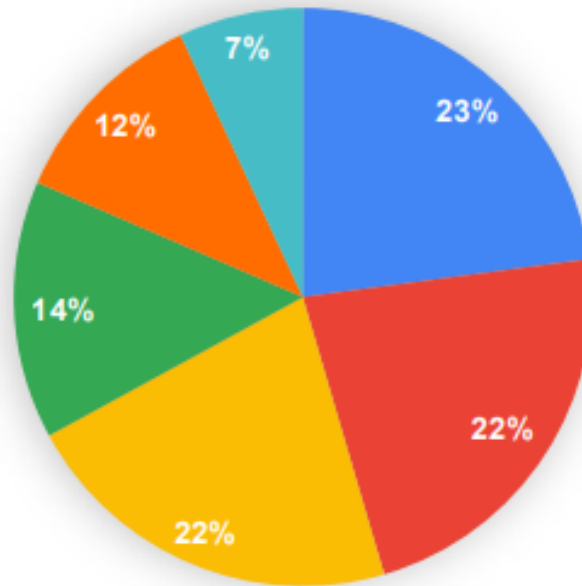


■ A pie ■ Turibus ■ Tranvía turístico ■ Auto ■ Bicicleta ■ Taxi de plataforma (ej. Uber) ■ Silla de ruedas ■ Bicitaxi ■ Diligencia (Solo QRO)



Número de noches pernoctadas

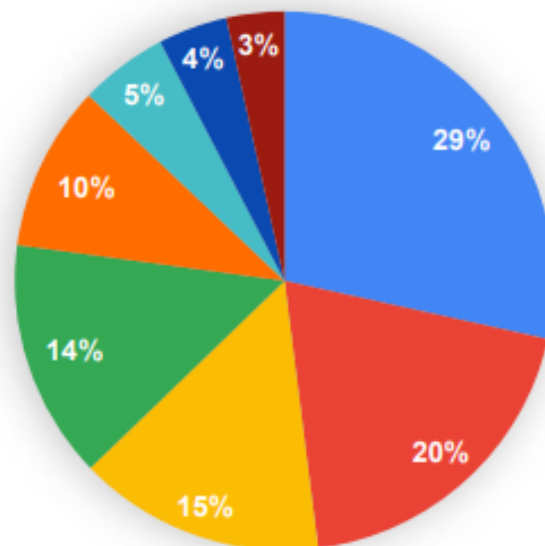
Respecto a las noches pernoctadas, se identifica que en el periodo de semana santa los días de estancia en su mayoría son de 2 noches, continuando con una media de 3 a más de 4 días.



■ Dos ■ Tres ■ Más de cuatro ■ Cuatro ■ Visita de un día ■ Una ■ (en blanco)

Tipo de Alojamiento

Los turistas más jóvenes y los mayores de 61, son quienes representaron el mayor porcentaje hospedado con amigos y familiares. El hospedaje en vivienda turística tiene un comportamiento similar en todos los grupos de edad al igual que los hoteles 4 estrellas; por otro lado, en los hoteles de categoría especial si se identifica que los mayores de 61 años son quienes reportaron mayor porcentaje

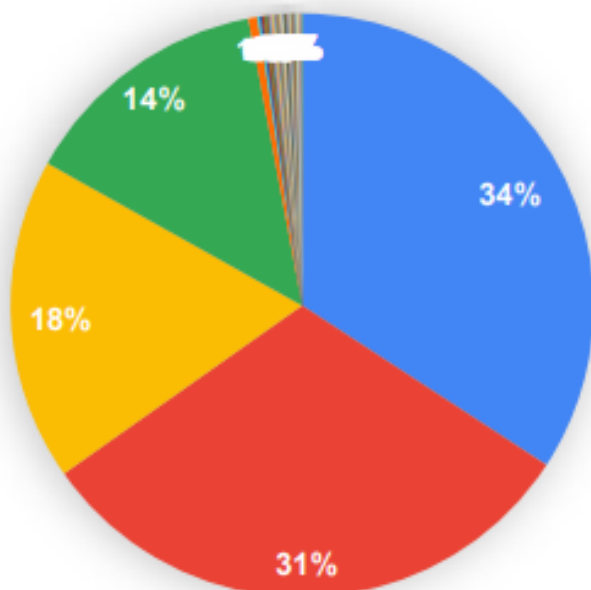


■ Amigos o familiares ■ Hotel tres estrellas ■ Hotel cinco estrellas ■ Hotel dos estrellas ■ Hotel cuatro estrellas ■ Vivienda turística (ej. Airbnb) ■ Hotel categoría especial ■ Hostal



Mayores atractivos de la ciudad

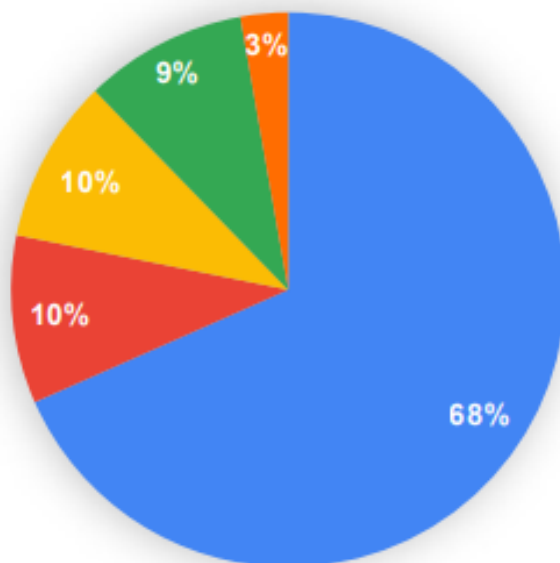
La gastronomía fue considerada en el periodo vacacional como el principal atractivo, así como el rubro de mayor gasto



- Gastronomía
- Arquitectura y monumentos
- Museos
- Festivales y eventos
- Todo

Rubro en el que más gasta

Entre extranjeros, mexicanos y paisanos mexicanos, este último grupo es el que gasta más en adquirir artesanías, aunque este grupo es el que menos gasta en gastronomía; probablemente porque en un porcentaje considerable (hasta 35% de los encuestados) se hospedan con familia, y seguramente comen en casa de los familiares o amigos)

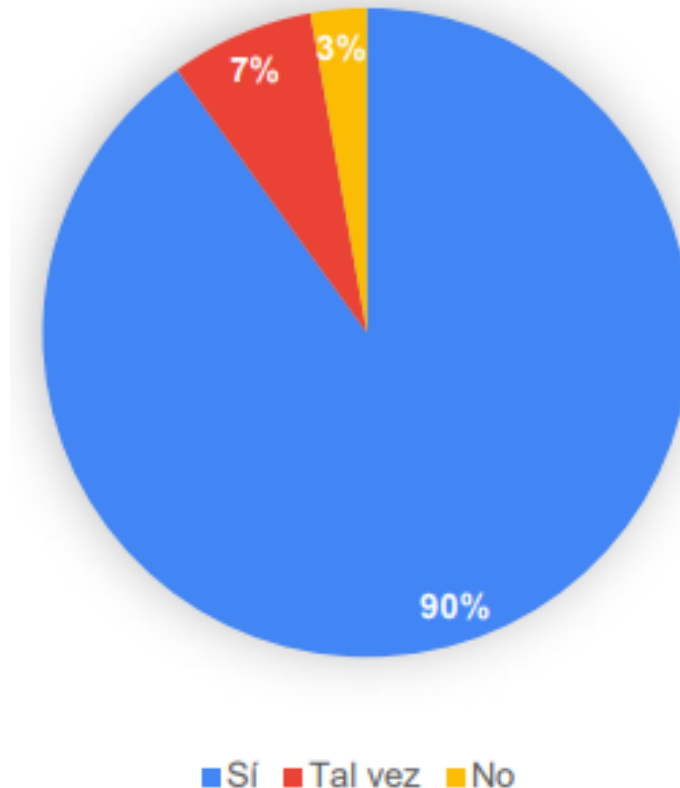


- Gastronomía
- Artesanías
- Transporte dentro de la ciudad
- Visitas organizadas y/o excursiones
- Evento: deportivo/cultural/artístico/eventos LGBT+



Regresaría a la ciudad

Se preguntó si las personas regresarían a la ciudad que estaban visitando y en los tres levantamientos la cifra de respondientes que contestaron que sí, superó el 90%.

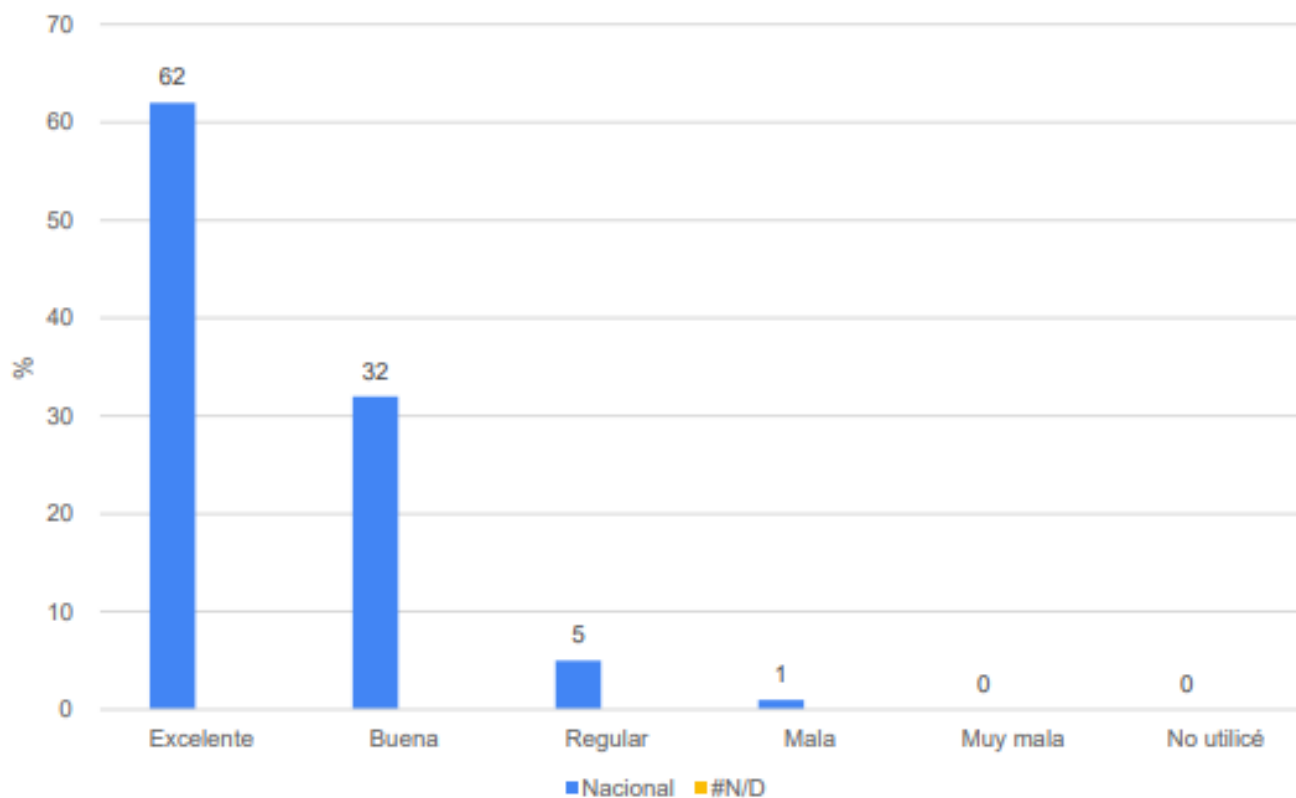


Preguntas Calificativas

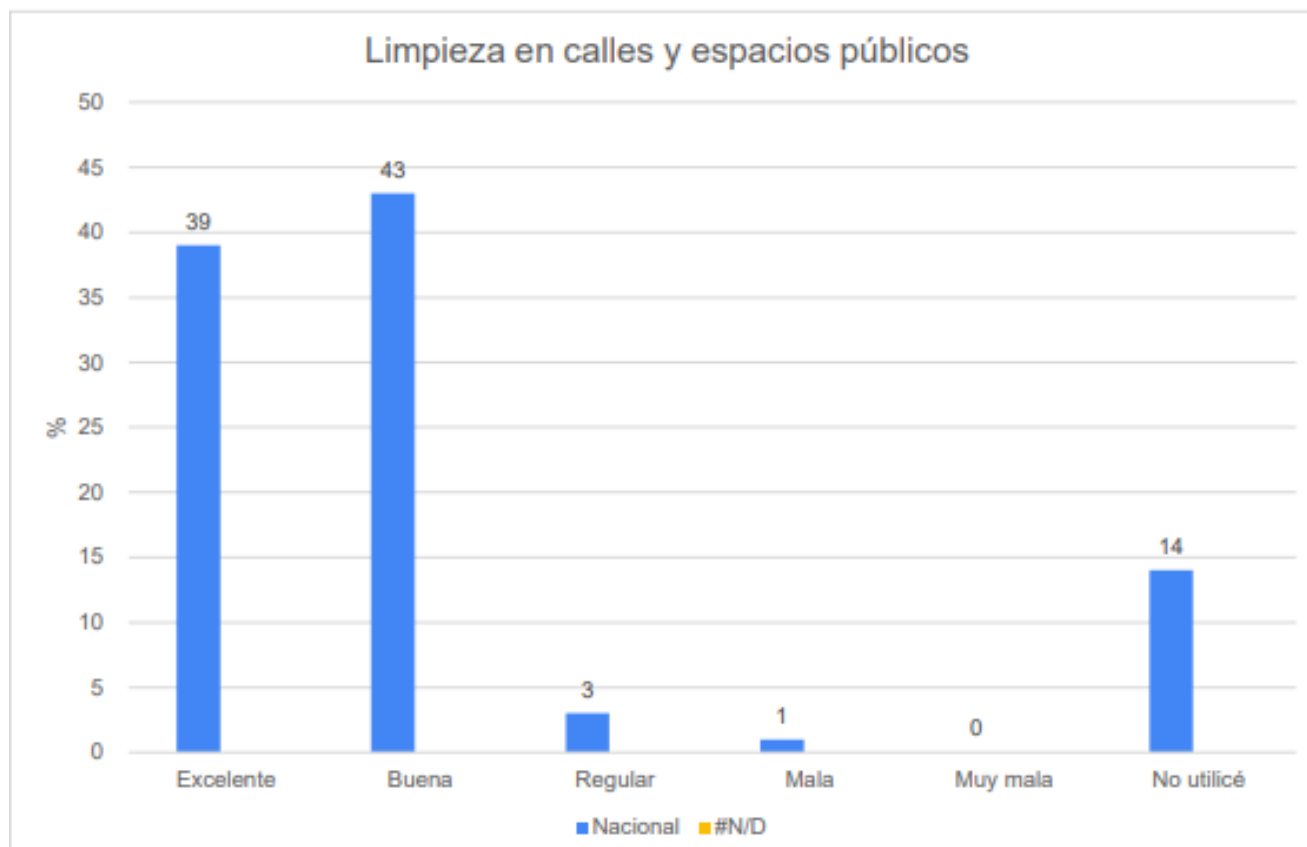
En el periodo la encuestas contaron con 13 preguntas calificativas de satisfacción – donde se pedía a los respondientes calificar las siguientes dimensiones: 1) Amabilidad de Residentes; 2) Limpieza en calles y espacios públicos; 3) Seguridad; 4) Diversidad de atractivos turísticos; 5) Servicio de los módulos de información turística; 6) Guías de turistas; 7) Mantenimiento de los atractivos culturales; 8) Accesibilidad o movilidad; 9) Conectividad Digital; 10) Señalización vial; 11) Estacionamientos; 12) Infraestructura urbana; . Las respuestas de estas preguntas se presentan en lo individual, contrastando con el promedio del resto de las CMPM, con la finalidad de que cada ciudad pueda identificar en que rubros se encuentra en niveles de satisfacción por debajo de la media del resto de las CMPM.



Amabilidad de Residentes

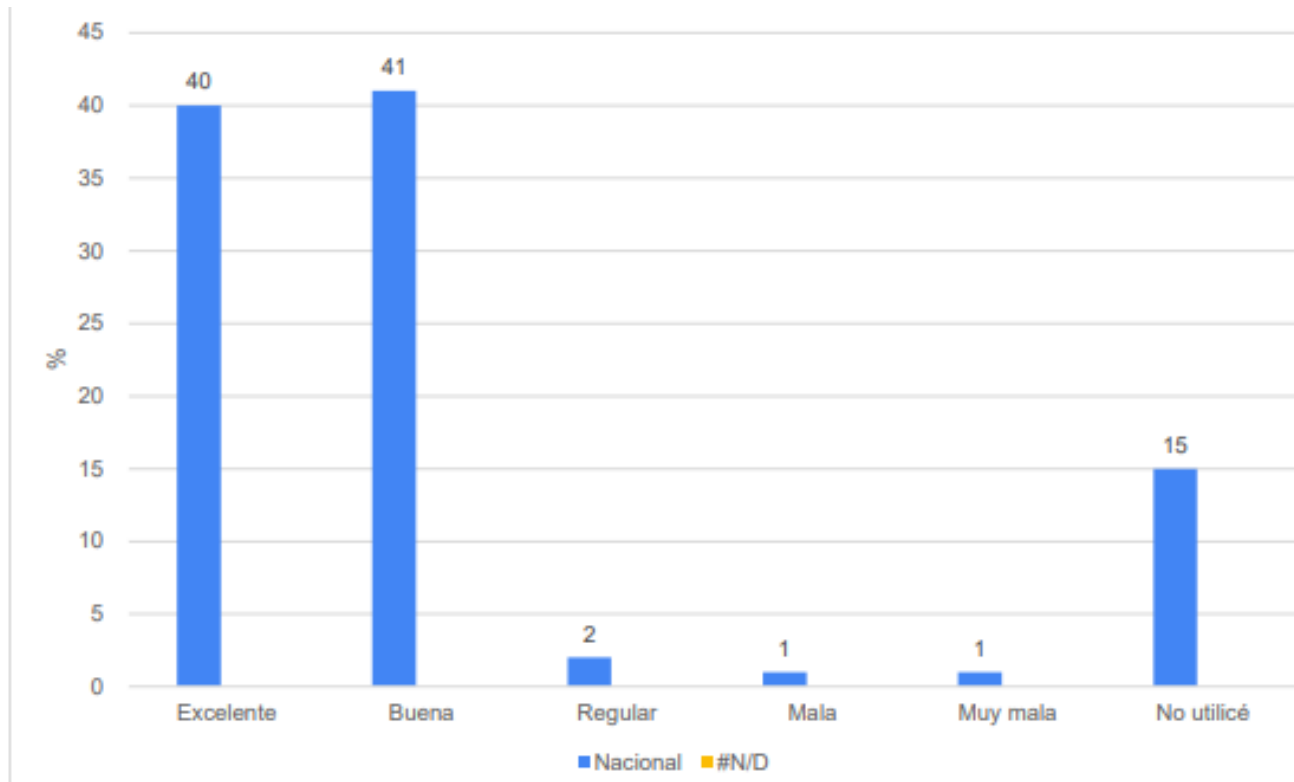


Limpieza en calles y espacios públicos

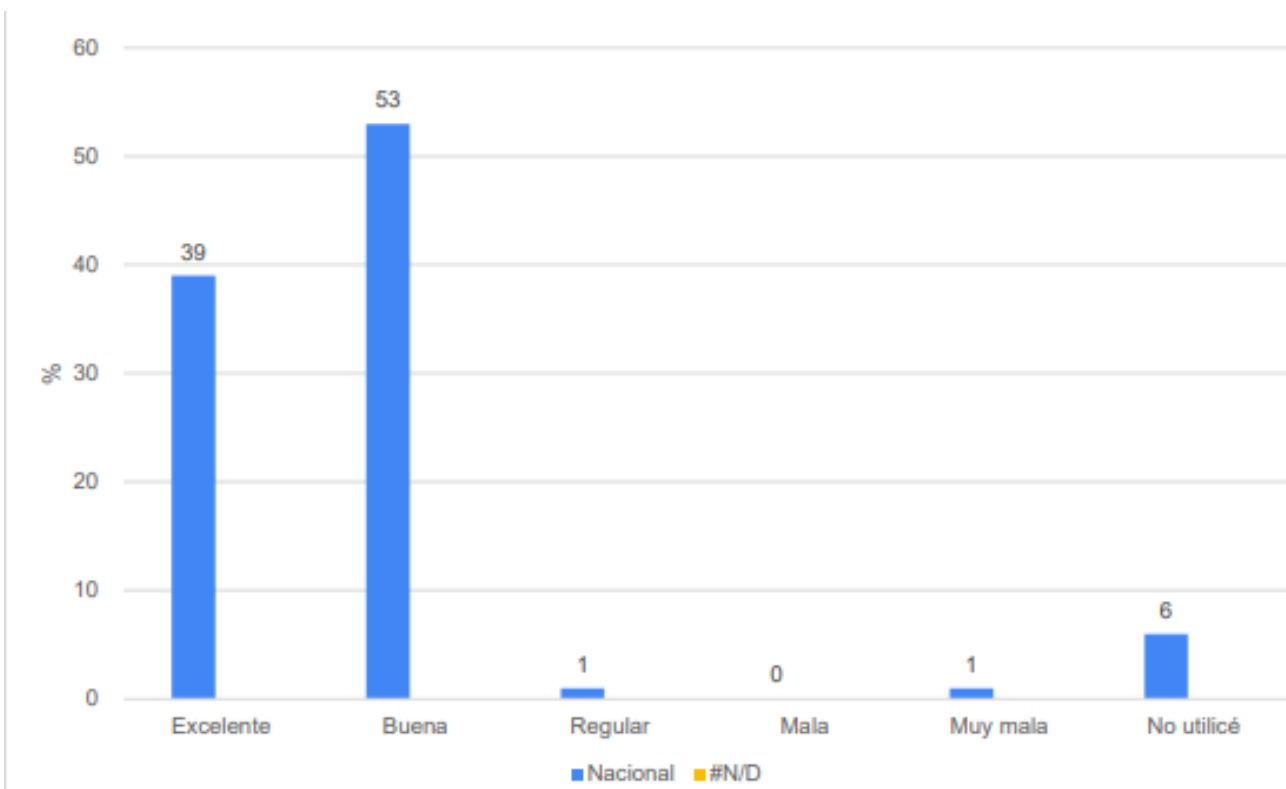




Seguridad

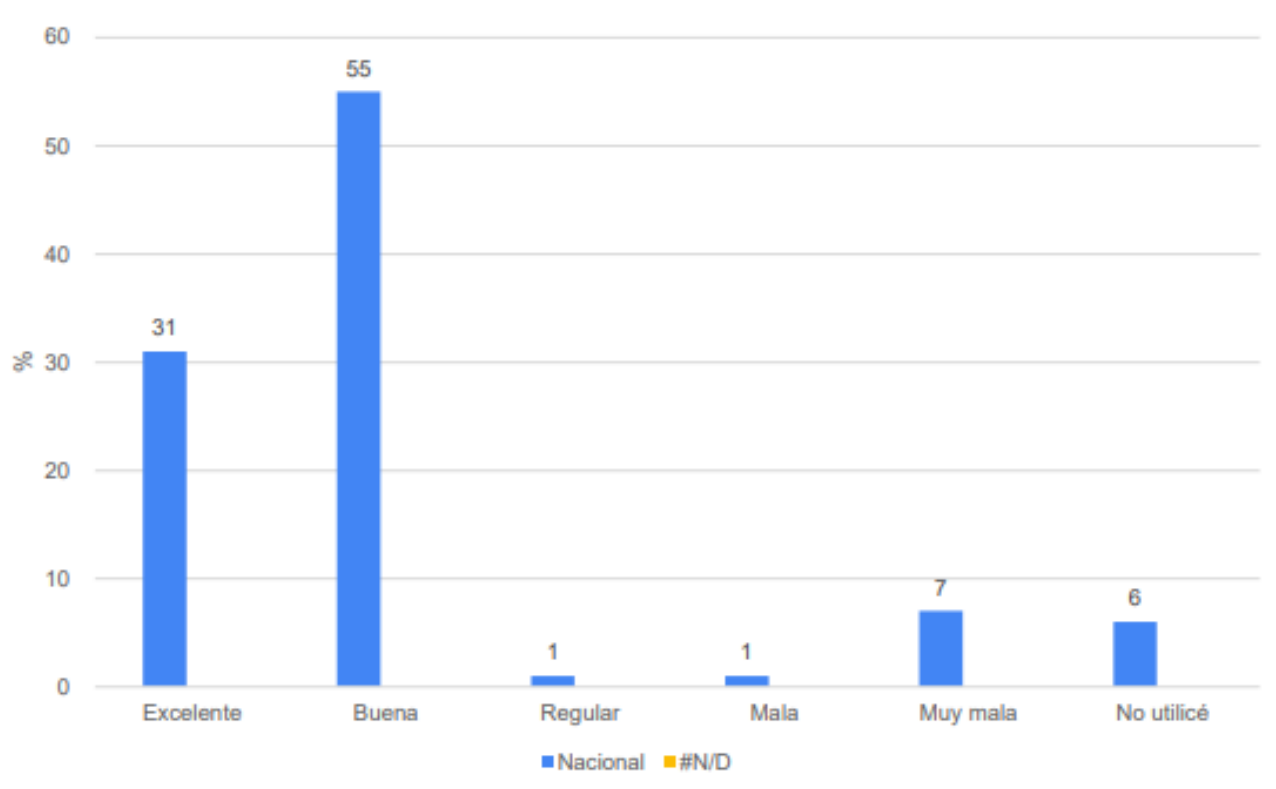


Diversidad de atractivos turísticos

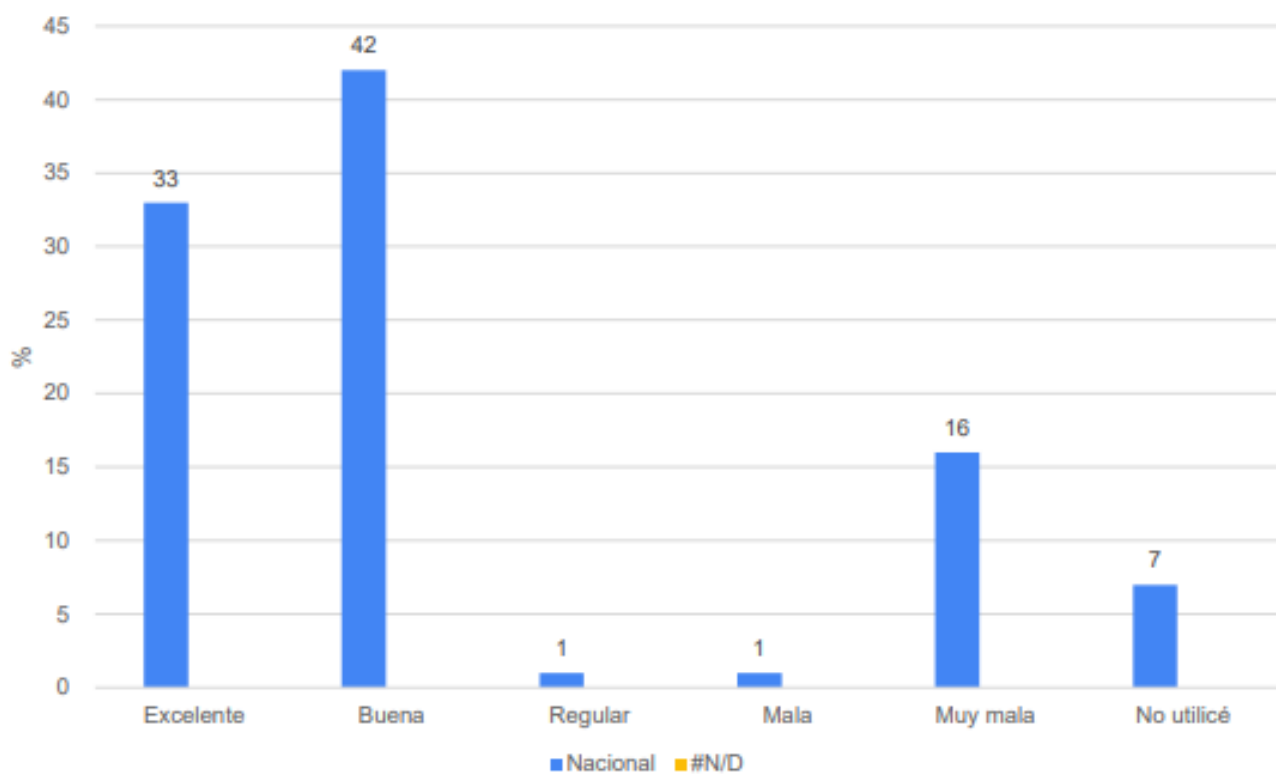




Servicios de los módulos de información turística

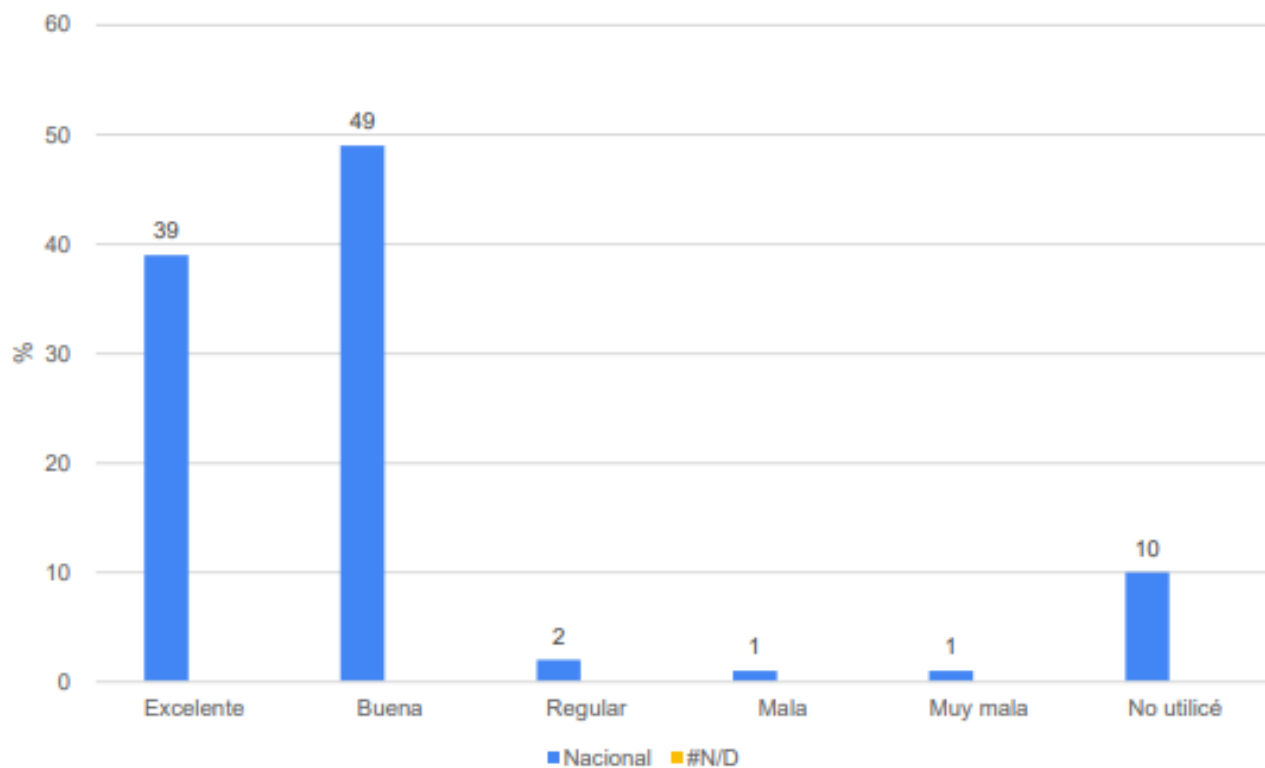


Guías de turistas

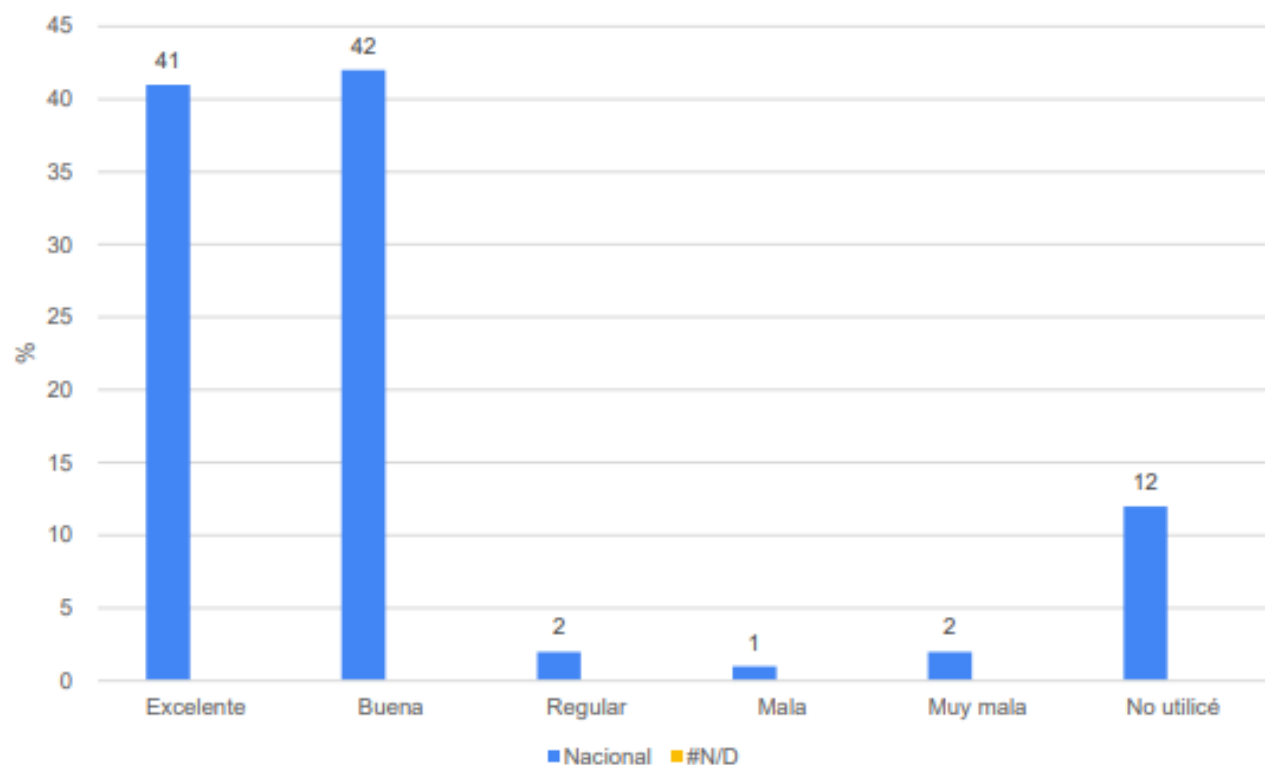




Mantenimiento de los atractivos culturales

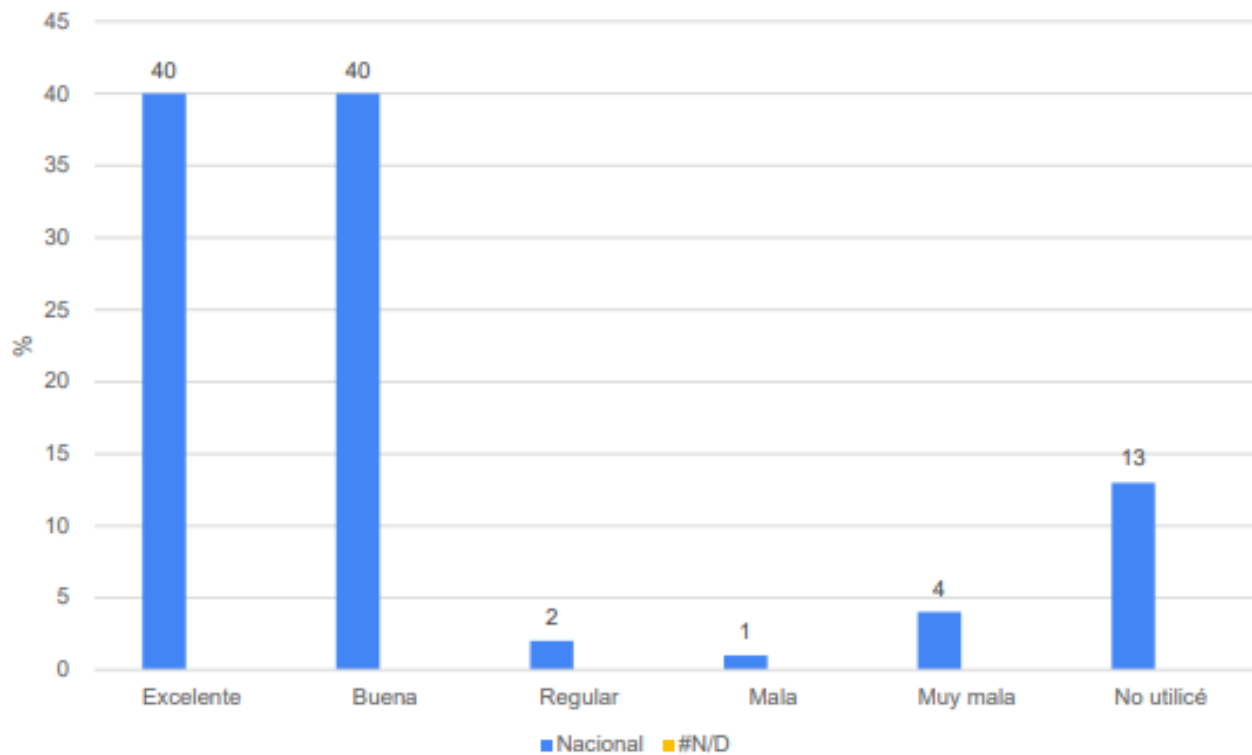


Accesibilidad o movilidad

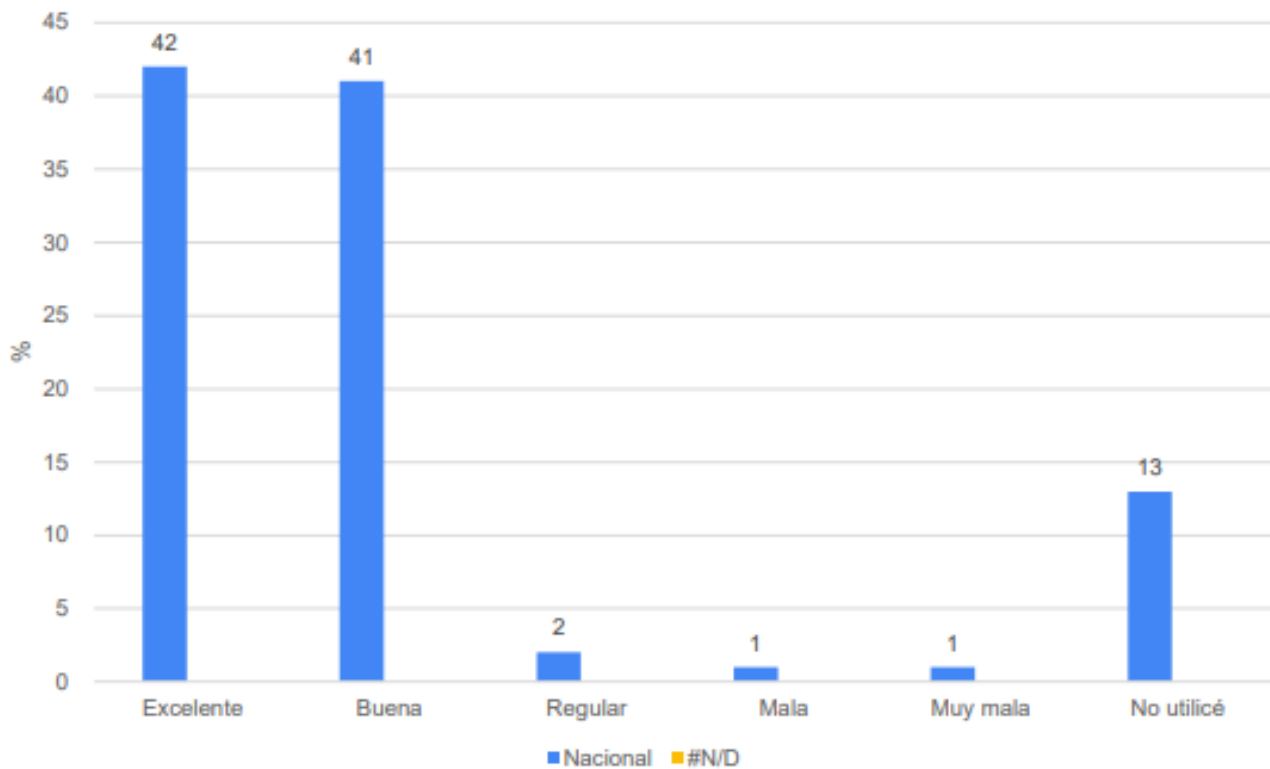




Conectividad Digital

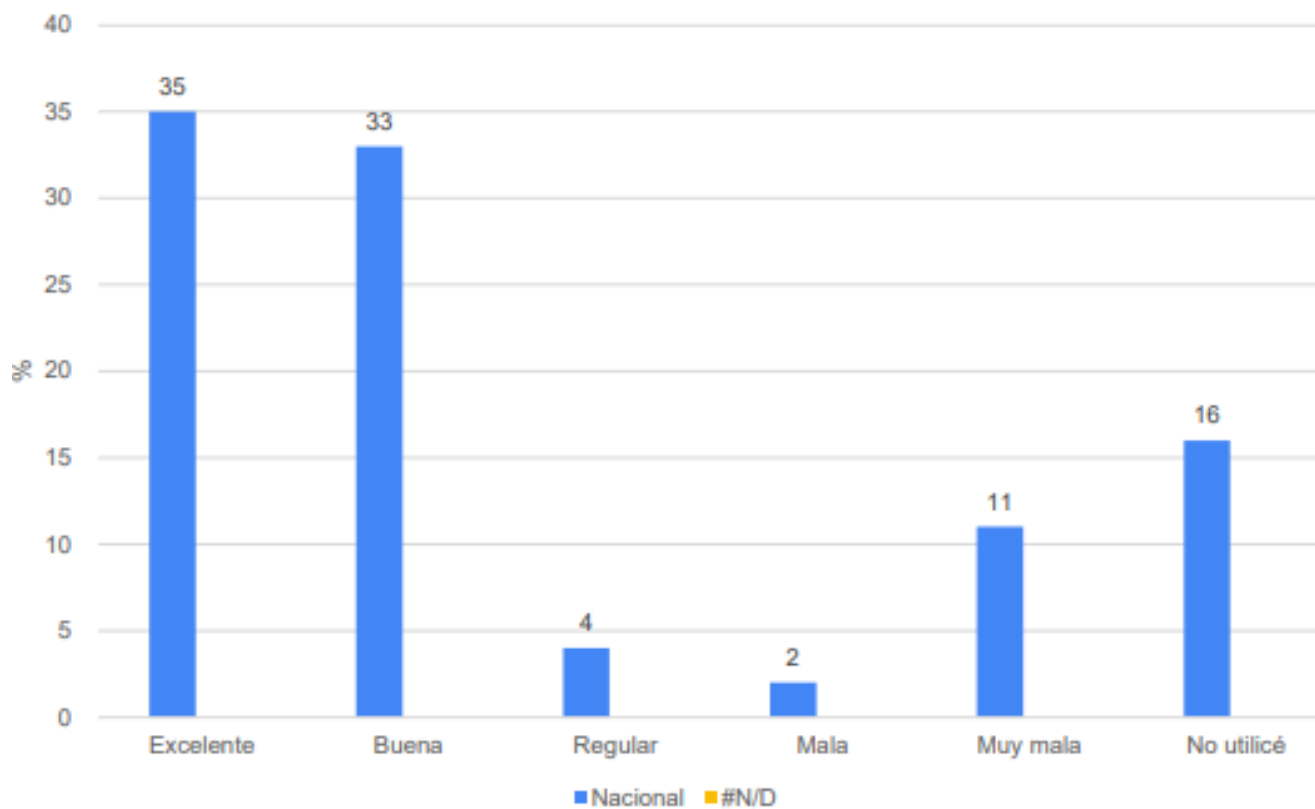


Señalización vial





Estacionamientos



Infraestructura urbana

