



TOTAL Ciudades – Agregado

Encuestas realizadas del **12 al 27 de abril de 2025** · Levantamiento Semana Santa

2,769

Total de encuestas

Realizadas en ciudades patrimonio de
México

13

Ciudades participantes

Desde Morelia hasta Xochimilco

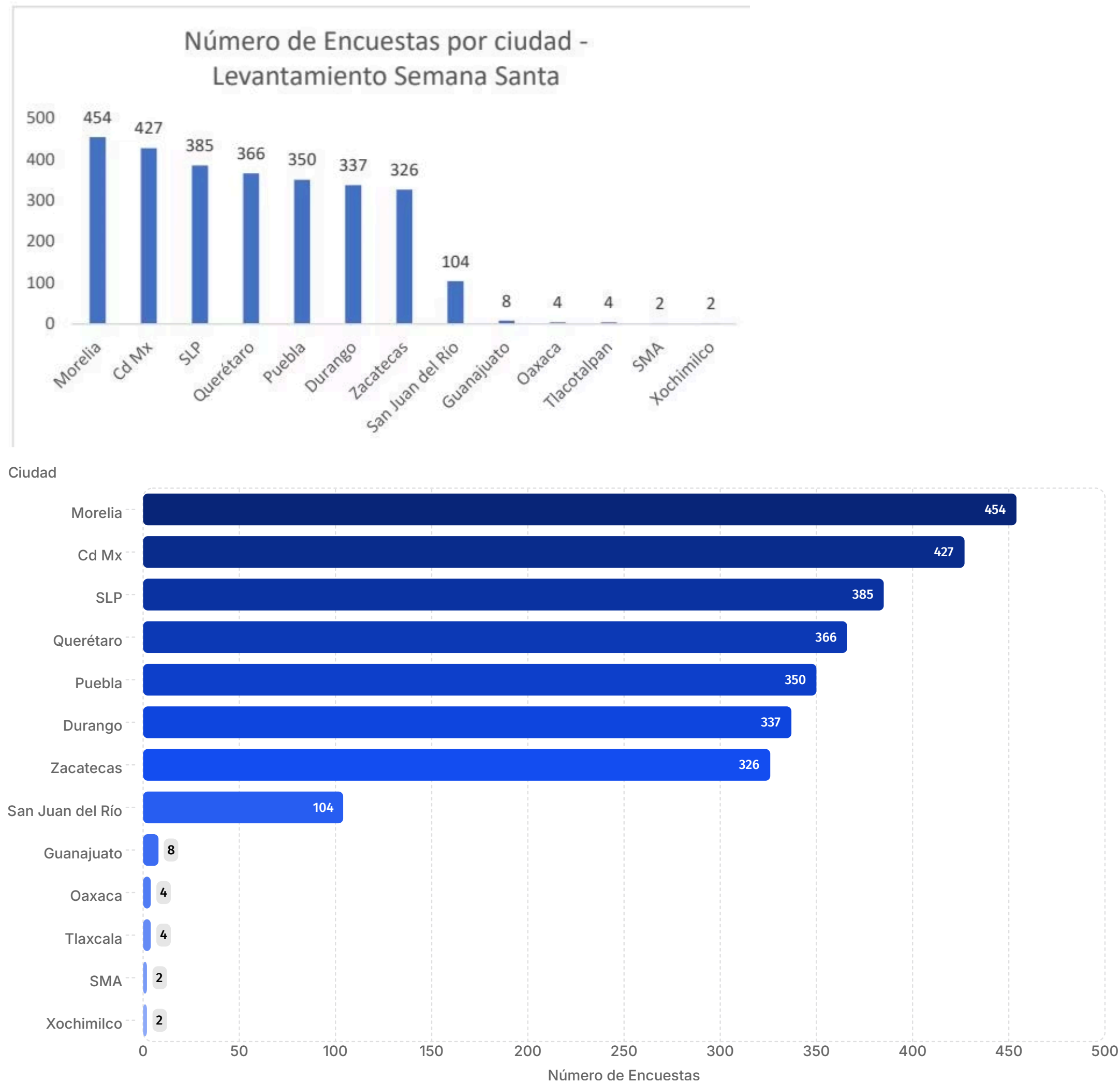
16

Días de levantamiento

Del 12 al 27 de abril de 2025

Número de Encuestas por Ciudad

Levantamiento Semana Santa — distribución por ciudad participante



Morelia encabeza el levantamiento con **454 encuestas**, seguida de Ciudad de México (427) y San Luis Potosí (385). Las ciudades con menor representación como Guanajuato, Oaxaca, Tlaxcala, SMA y Xochimilco no cuentan con suficientes encuestas para extraer tendencias estadísticas.

Otras Ciudades Patrimonio que Conocen los Respondientes

Ciudades patrimonio visitadas o conocidas por los encuestados, además de la ciudad donde fueron encuestados

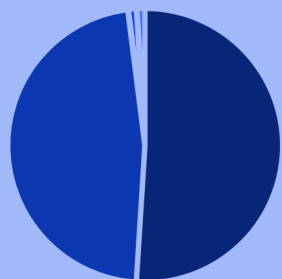


Ciudad de México es la ciudad patrimonio más conocida por los respondientes (1,550 personas), seguida de Guanajuato (1,150) y Puebla (1,050). Solo 150 personas indicaron no conocer ninguna otra ciudad patrimonio, lo que refleja un alto nivel de familiaridad con el patrimonio cultural mexicano entre los visitantes encuestados.

Perfil Demográfico de los Visitantes

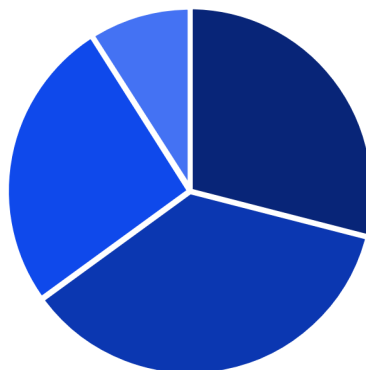
Caracterización de los encuestados por sexo, grupo de edad y lugar de residencia durante Semana Santa 2025

Sexo



- Hombre · 51%
- Mujer · 47%
- No-binario · 1%
- Prefiero no decirlo · 1%

Grupo de Edad



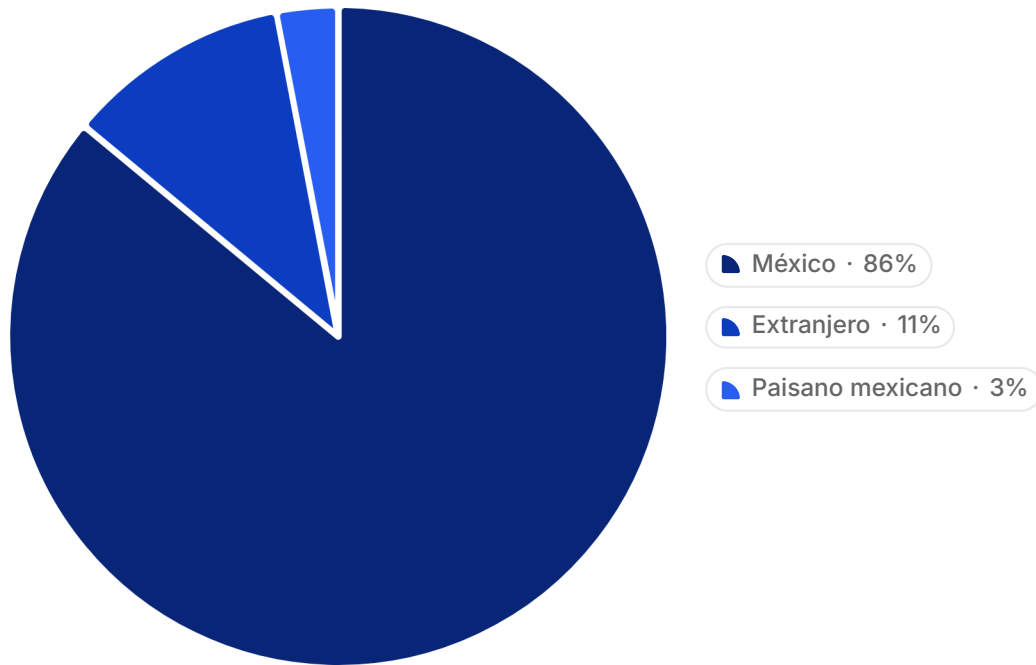
- 18-25 · 29%
- 26-40 · 36%
- 41-60 · 26%
- 61 o más · 9%

La distribución por sexo es prácticamente equitativa: **51% hombres** y **47% mujeres**. El grupo de edad predominante es el de **26 a 40 años (36%)**, seguido del grupo de 18 a 25 años (29%) y el de 41 a 60 años (26%). Los visitantes mayores de 61 años representan el 9% del total.



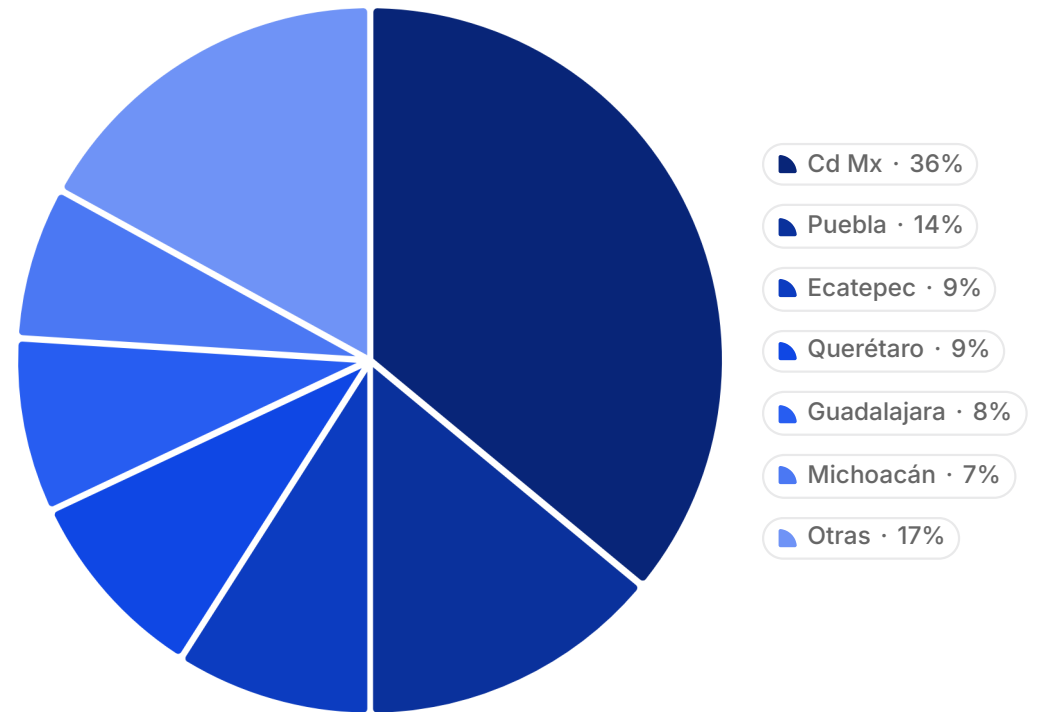
Lugar de Residencia de los Visitantes

Lugar de residencia general



El **86%** de los visitantes reside en México, el **11%** proviene del extranjero y el **3%** son paisanos mexicanos residentes en el exterior.

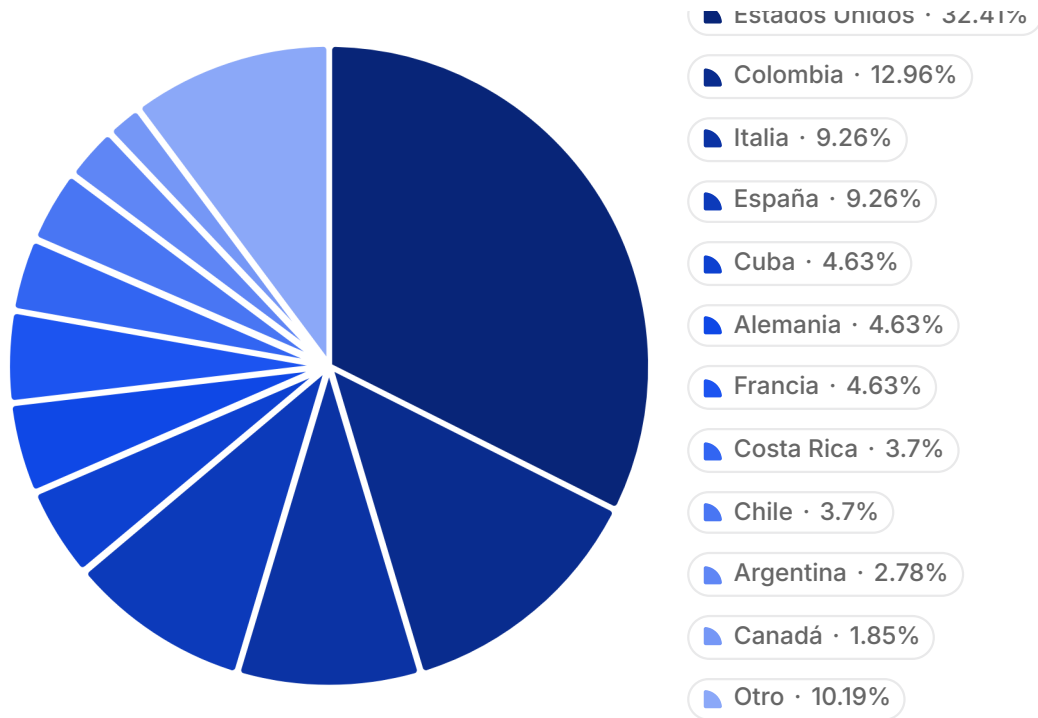
Ciudad de residencia en México (mexicanos)



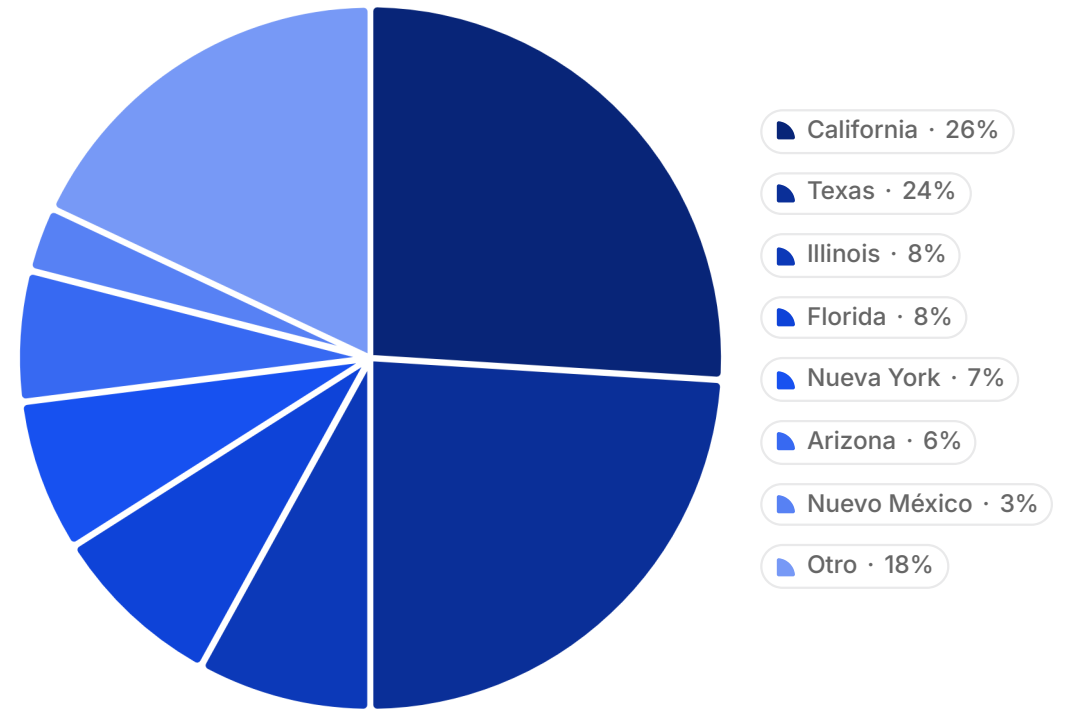
Entre los visitantes mexicanos, **Ciudad de México** es el principal origen (36%), seguida de Puebla (14%), Ecatepec y Querétaro (9% cada una).

Visitantes Extranjeros: País y Estado de Residencia

País de residencia (extranjeros)



Estado de residencia (estadounidenses)

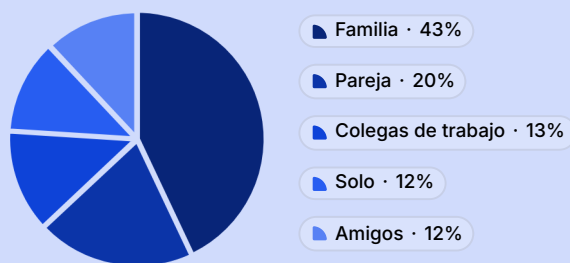


Los visitantes extranjeros provienen principalmente de **Estados Unidos (35%)**, seguidos de Colombia (14%), Italia y España (10% cada uno). Entre los estadounidenses, **California (26%)** y **Texas (24%)** son los estados de origen más frecuentes, lo que refleja la fuerte presencia de comunidades con vínculos con México.

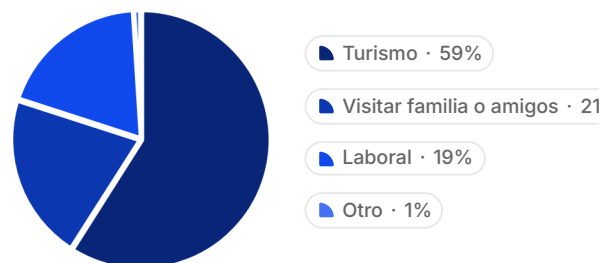
Características del Viaje

Acompañantes, motivo del viaje, tipo de turismo y plataformas digitales consultadas

Acompañante(s) en el viaje



Motivo del viaje



Turismo Cultural

68% de los visitantes realizó turismo cultural, la categoría dominante

Turismo Religioso

13% visitó con motivos religiosos, acorde con la temporada de Semana Santa

Aventura y Naturaleza

13% optó por actividades de aventura y contacto con la naturaleza

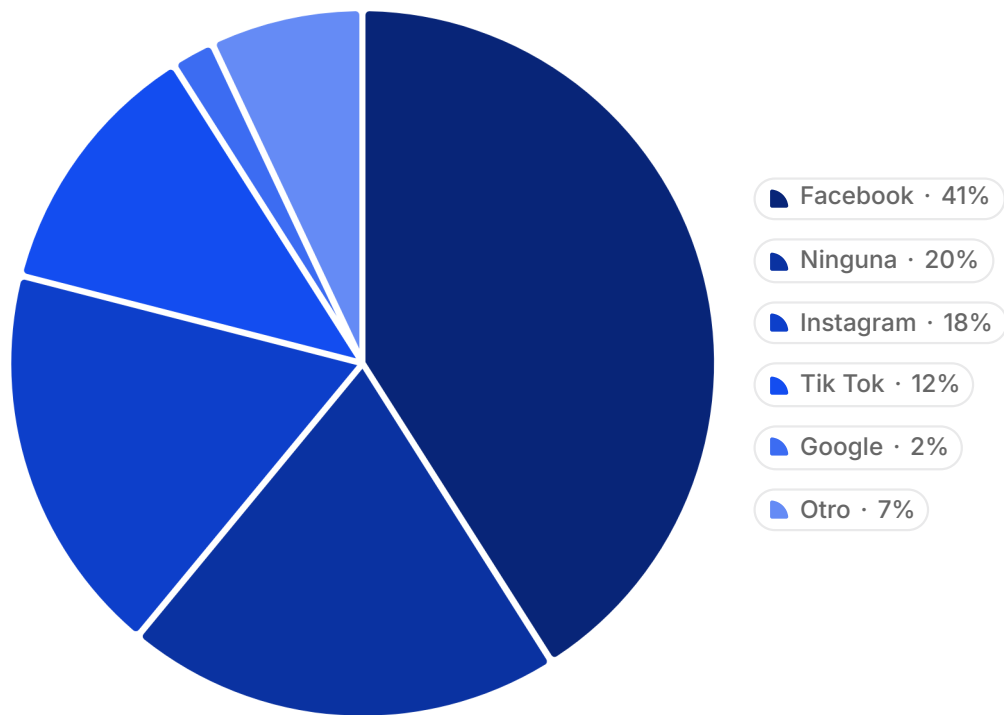
Deportivo

2% realizó turismo deportivo durante el periodo vacacional



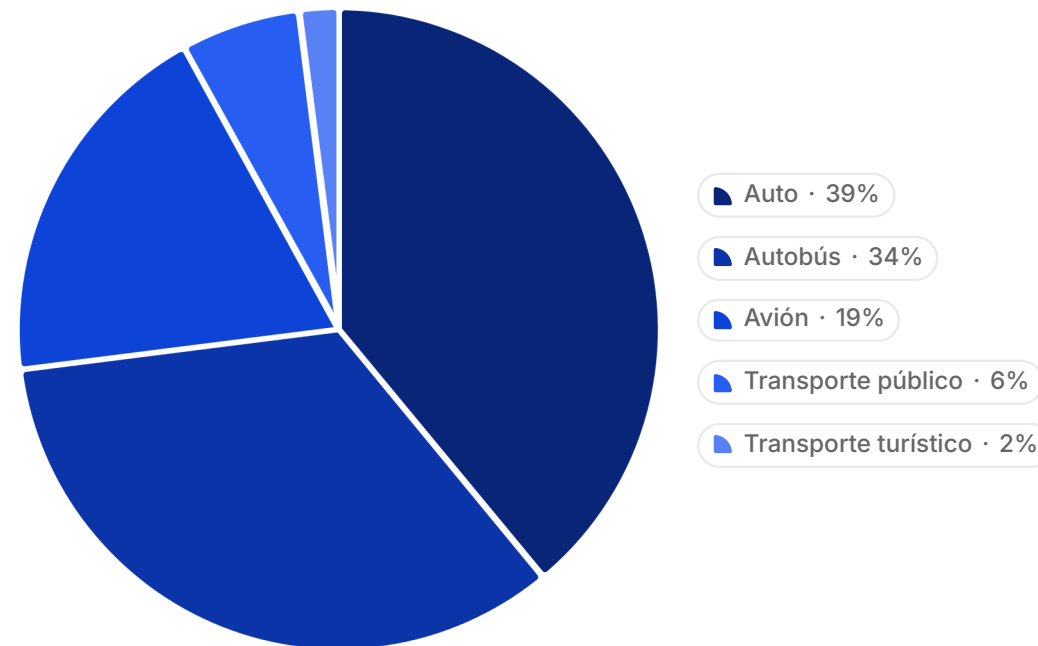
Plataformas Digitales, Transporte y Estancia

Principal plataforma digital consultada



Facebook (41%) lidera como fuente de información digital, seguido de Instagram (18%) y TikTok (12%). Un 20% no consultó ninguna plataforma.

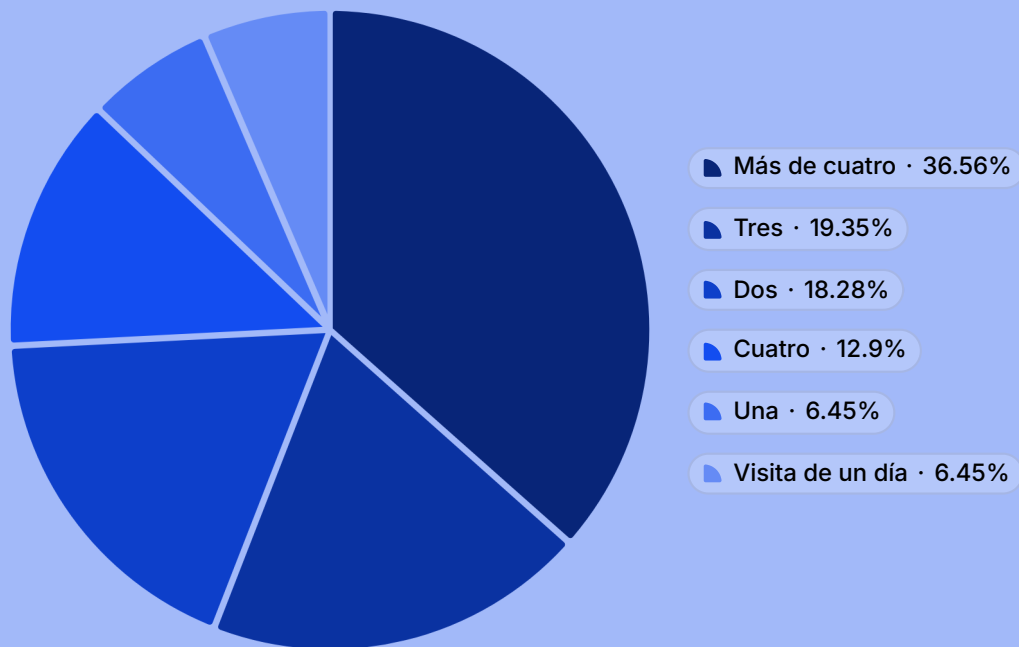
Medio de transporte utilizado



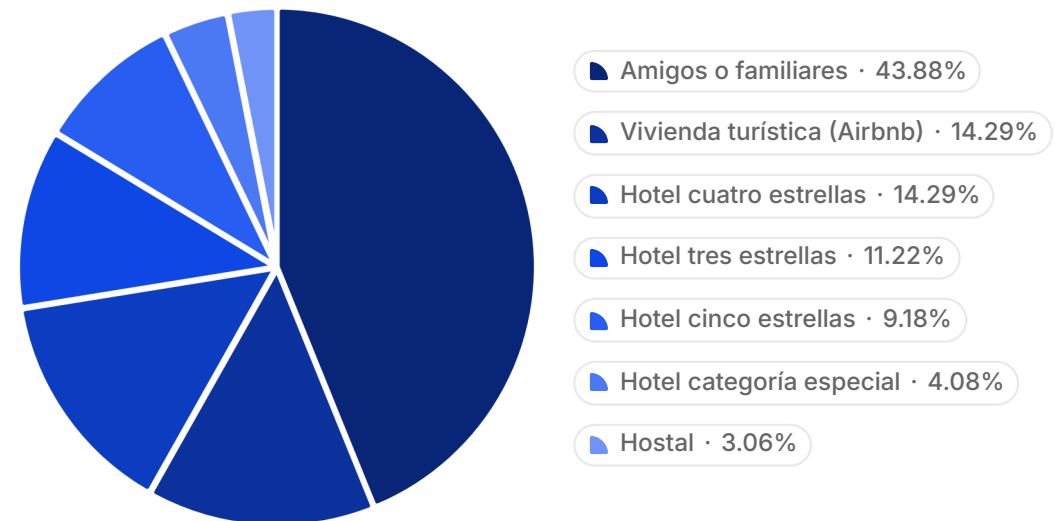
El **auto (39%)** y el **autobús (34%)** son los medios de transporte más utilizados. El avión representa el 19% de los desplazamientos.

Alojamiento y Duración de la Estancia

Número de noches pernoctadas



Tipo de alojamiento

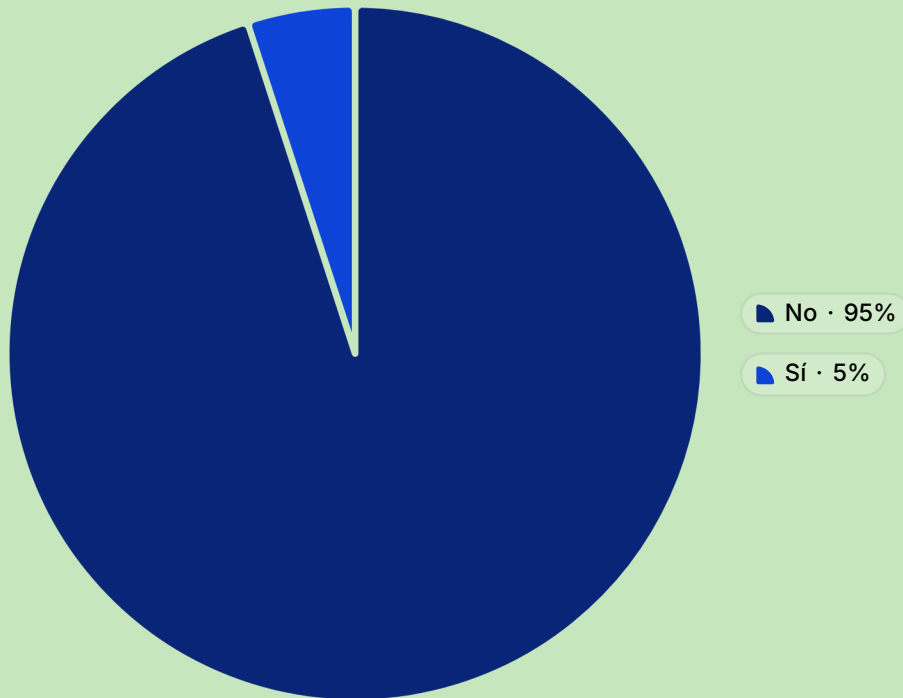


El **34% de los visitantes** pernoctó más de cuatro noches, lo que indica estancias prolongadas. El alojamiento más frecuente es en casa de **amigos o familiares (43%)**, seguido de vivienda turística tipo Airbnb y hoteles de cuatro estrellas (14% cada uno).

i El uso de vivienda turística (Airbnb) varía significativamente por ciudad: San Juan del Río (20%), Querétaro (19%) y Zacatecas (19%) lideran su adopción, mientras que Puebla registra solo el 1%.

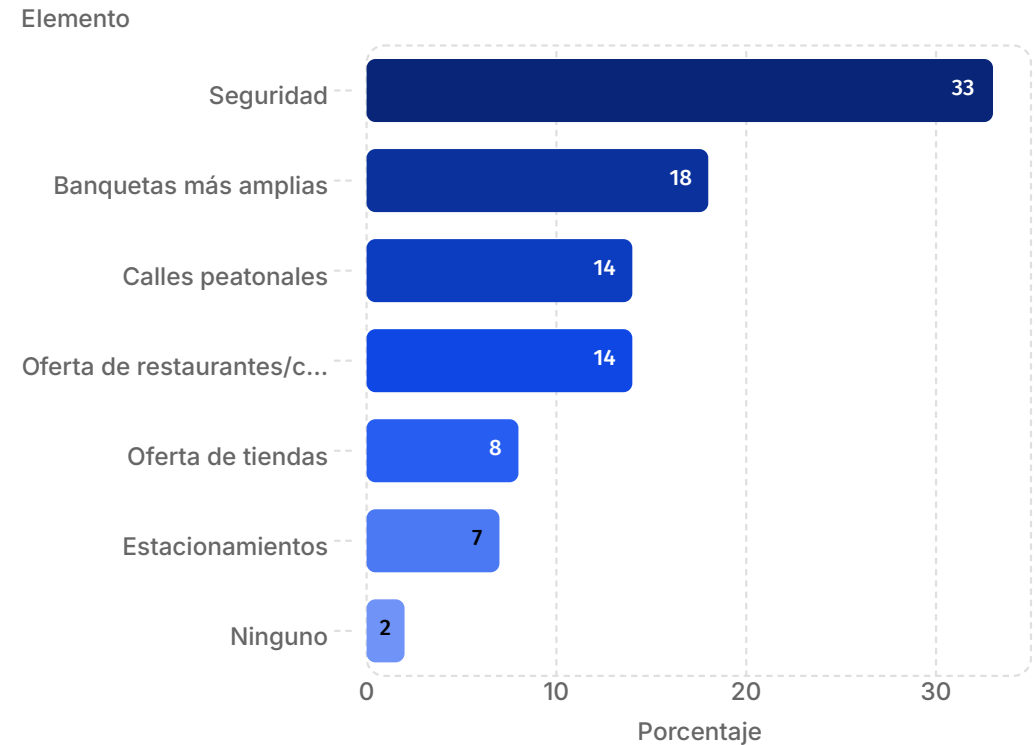
Accesibilidad y Mejora de la Experiencia Peatonal

Persona con discapacidad (o viaja con alguien con discapacidad)



El **5%** de los encuestados tiene discapacidad o viaja con alguien que la tiene. De estos, el **48%** presenta discapacidad motora, el 25% sensorial y el 23% psíquica.

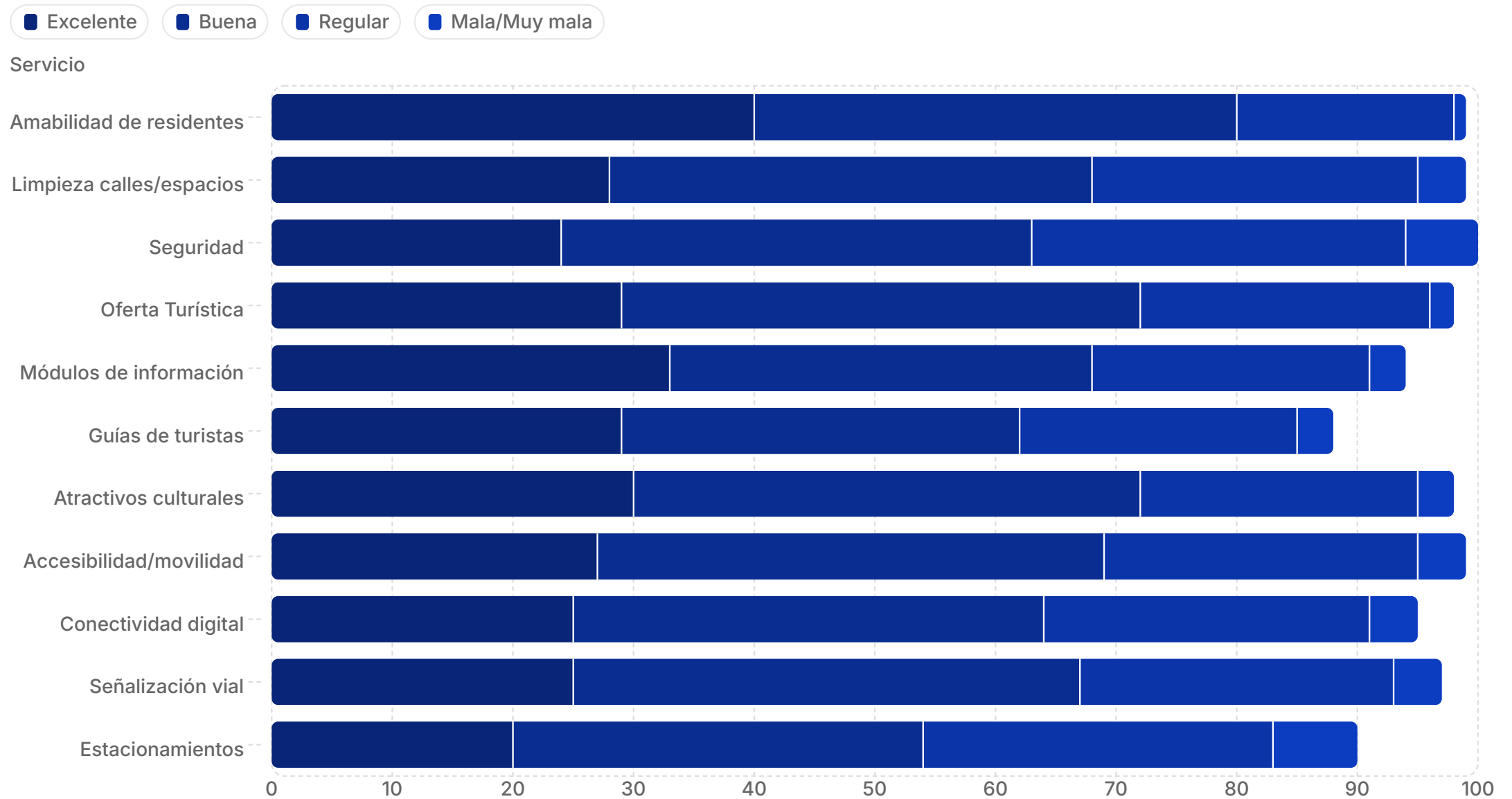
Elemento que podría mejorar la experiencia a pie



La **seguridad (33%)** es el principal elemento que los visitantes identifican como área de mejora para la experiencia peatonal, seguida de banquetas más amplias (18%) y la habilitación de calles peatonales (14%).

Calificación de Servicios Turísticos

Evaluación de los visitantes sobre distintos aspectos de la experiencia en las ciudades patrimonio — Semana Santa 2025



La **amabilidad de los residentes** obtiene la mejor calificación combinada (80% entre Excelente y Buena). Los **estacionamientos** presentan el mayor margen de mejora con solo 54% de valoraciones positivas y 7% de calificaciones negativas.

Detalle de Calificaciones por Servicio

Amabilidad de Residentes

Excelente: 40% · **Buena:** 40% · Regular: 18%
· Mala: 1%

El servicio mejor valorado. Los residentes de las ciudades patrimonio generan una experiencia acogedora para los visitantes.

Mantenimiento de Atractivos Culturales

Excelente: 30% · **Buena:** 42% · Regular: 23%
· Mala: 3%

Alta valoración positiva (72%), reflejo del cuidado del patrimonio histórico y cultural.

Oferta Turística

Excelente: 29% · **Buena:** 43% · Regular: 24%
· Mala: 2%

72% de valoraciones positivas. La diversidad de actividades y atractivos es bien percibida.

Seguridad

Excelente: 24% · **Buena:** 39% · Regular: 31%
· Mala: 6%

Área de oportunidad: el 31% califica la seguridad como regular y el 6% como mala o muy mala.

Estacionamientos

Excelente: 20% · **Buena:** 34% · Regular: 29%
· Mala: 7%

El servicio con menor satisfacción. El 9% indicó no haberlo utilizado, y el 7% lo calificó negativamente.

Cruces de Información: Edad y Comportamiento del Visitante

Análisis cruzado de plataformas digitales, gasto, alojamiento y atractivos según grupo de edad

Plataforma digital por edad

Edad	Facebook	Instagram	TikTok	Ninguna
18-25	59%	18%	15%	7%
26-40	34%	27%	13%	19%
41-60	40%	14%	10%	29%
61+	37%	3%	2%	48%

Mayor atractivo por edad

Edad	Arquitectura	Gastronomía	Museos
18-25	20%	57%	9%
26-40	36%	23%	23%
41-60	41%	20%	19%
61+	50%	19%	13%

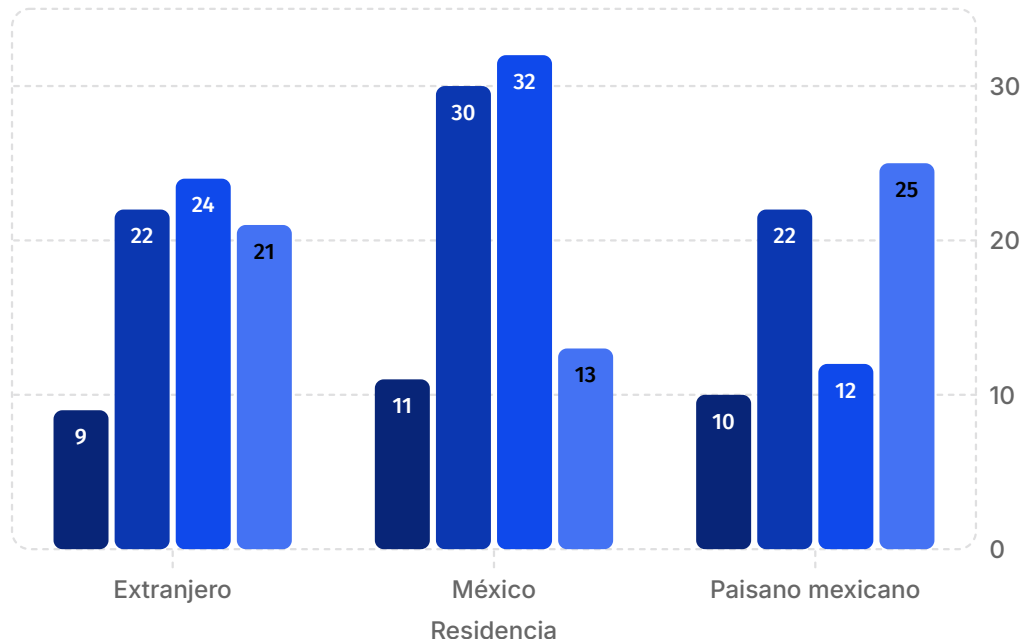
- Los jóvenes de 18-25 años priorizan la **gastronomía (57%)** como principal atractivo y usan **Facebook (59%)** como fuente de información. Los visitantes mayores de 61 años prefieren la **arquitectura y monumentos (50%)** y casi la mitad no consulta ninguna plataforma digital (48%).

Cruces de Información: Residencia, Gasto y Alojamiento

Comportamiento diferenciado según lugar de residencia del visitante

Gasto diario por lugar de residencia

Menos de \$500 \$500-\$1,000 \$1,000-\$1,500 Más de \$1,500



Mayor atractivo por residencia

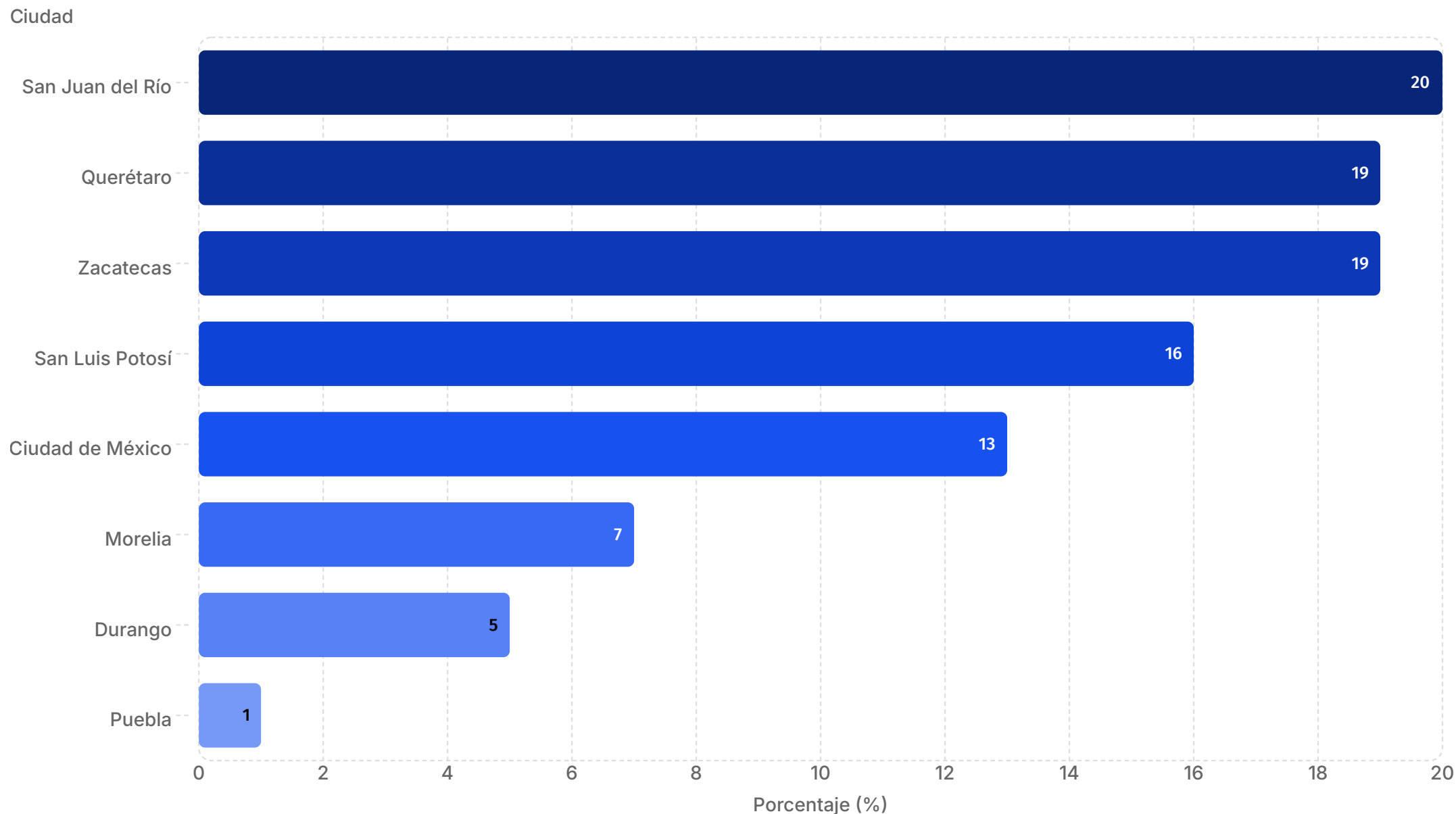
Residencia	Arquitectura	Gastronomía	Museos
Extranjero	45%	24%	18%
México	32%	33%	17%
Paisano mexicano	30%	33%	18%

Alojamiento por residencia

Residencia	Amigos/Familia	Airbnb	Hotel 4★
Extranjero	24%	18%	18%
México	46%	13%	14%
Paisano mexicano	59%	16%	7%

Los visitantes **extranjeros** tienen mayor propensión al gasto elevado (21% gasta más de \$1,500 diarios) y prefieren la arquitectura (45%). Los **paisanos mexicanos** se hospedan mayoritariamente con amigos o familiares (59%) y tienen el mayor porcentaje de gasto superior a \$1,500 (25%), posiblemente por tratarse de visitas de reencuentro con mayor duración.

Uso de Vivienda Turística (Airbnb) por Ciudad



San Juan del Río (20%), Querétaro y Zacatecas (19% cada una) lideran el uso de vivienda turística tipo Airbnb. En contraste, **Puebla registra solo el 1%**, lo que sugiere una mayor preferencia por el hospedaje tradicional o en casa de familiares en esa ciudad. Las ciudades de Guanajuato, Oaxaca, San Miguel de Allende, Tlacotalpan y Xochimilco no cuentan con suficientes encuestas para establecer tendencias.

Conclusiones y Hallazgos Clave

Principales insights del levantamiento Semana Santa 2025 en ciudades patrimonio de México

1 Perfil del visitante típico
Hombre o mujer de 26-40 años, residente en México (principalmente CDMX), que viaja en familia con motivo turístico-cultural y se hospeda con amigos o familiares.

2 Gastronomía y arquitectura, los grandes imanes
Juntas concentran el 66% de las atracciones principales. La gastronomía domina entre jóvenes (57% del grupo 18-25), mientras la arquitectura lidera entre mayores de 61 años (50%).

3 Facebook sigue siendo rey digital
Con el 41% de uso como fuente de información, Facebook supera ampliamente a Instagram (18%) y TikTok (12%). Un 20% no consulta ninguna plataforma.

4 Seguridad y estacionamientos: áreas de mejora
Son los servicios con menor satisfacción. La seguridad es también el principal elemento que mejoraría la experiencia peatonal (33% de menciones).

5 Estancias prolongadas y gasto moderado-alto
El 34% pernocta más de cuatro noches. El 60% gasta entre \$500 y \$1,500 pesos diarios, con los extranjeros y paisanos mostrando mayor propensión al gasto elevado.