

# Número de Encuestas por Ciudad



# Conocimiento de Otras Ciudades Patrimonio

Se preguntó a los encuestados qué otra ciudad patrimonio mundial en México conocen. **Ciudad de México** es la más reconocida (49%), seguida de **Guanajuato** (35%) y **Querétaro** (32%). Solo el 6% afirmó no conocer ninguna otra ciudad patrimonio.



## Ciudad de México

**49%** de los encuestados la mencionan como ciudad patrimonio conocida

## Guanajuato

**35%** de reconocimiento entre los visitantes encuestados

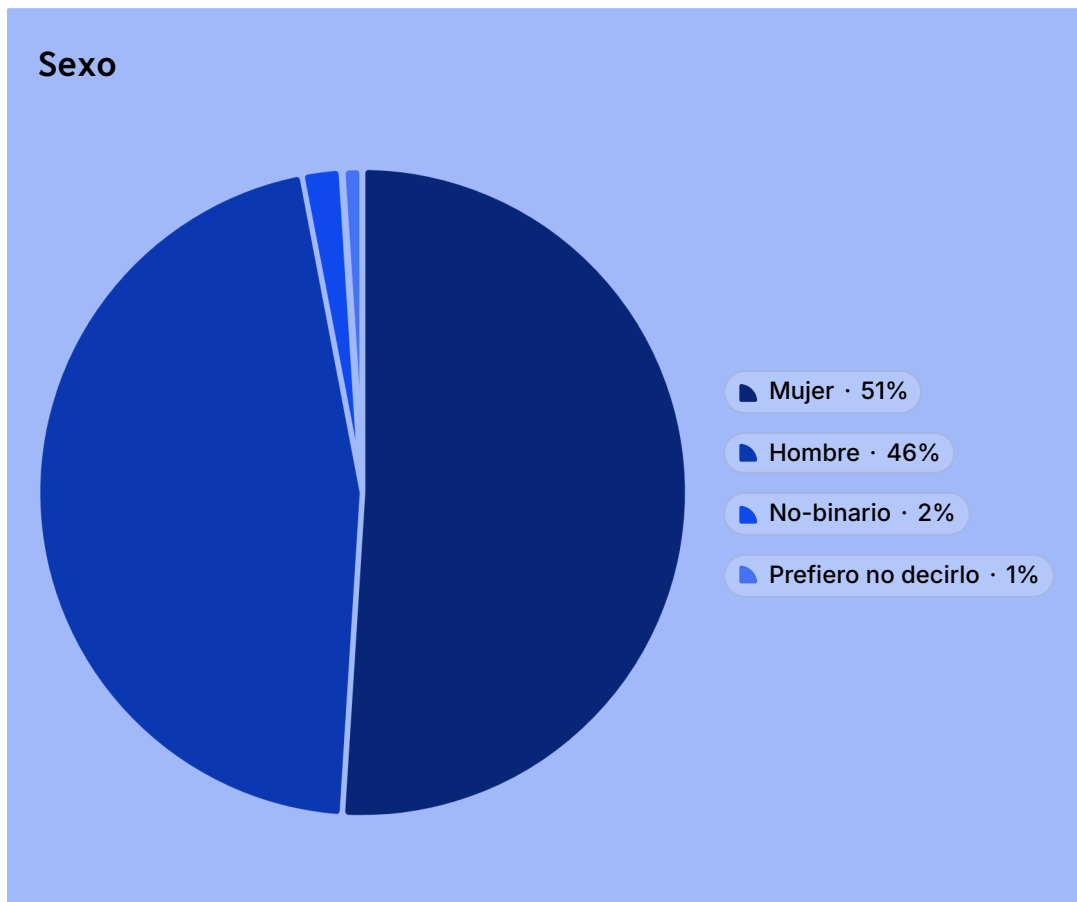
## Querétaro

**32%** de los encuestados la identifican como patrimonio

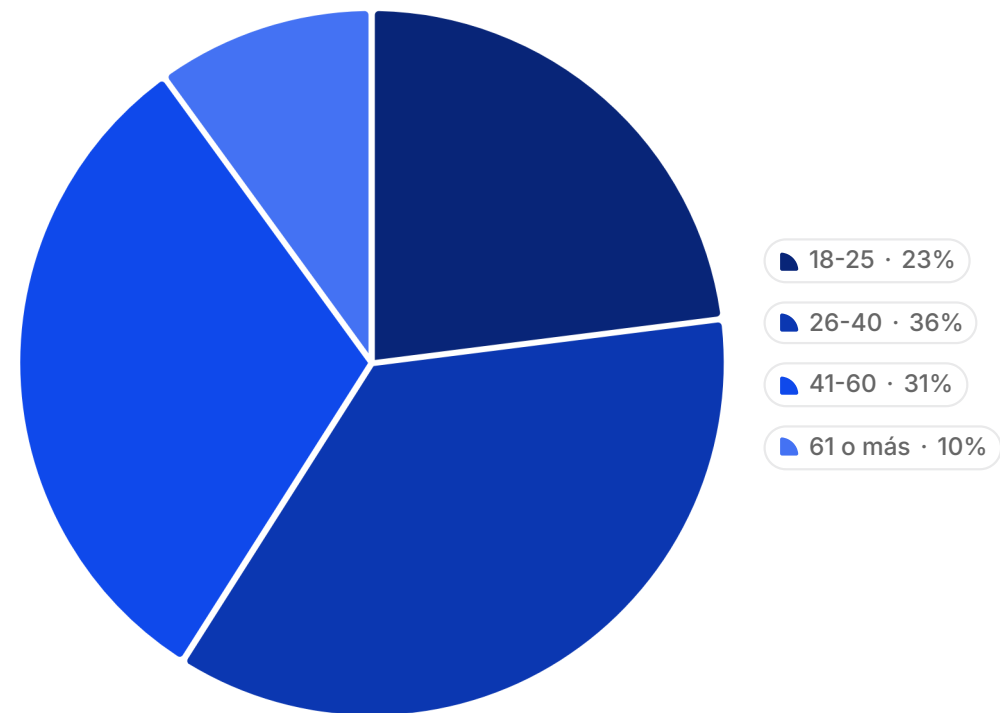
## Ninguna

Solo el **6%** no conoce otra ciudad patrimonio en México

# Perfil Demográfico de los Visitantes



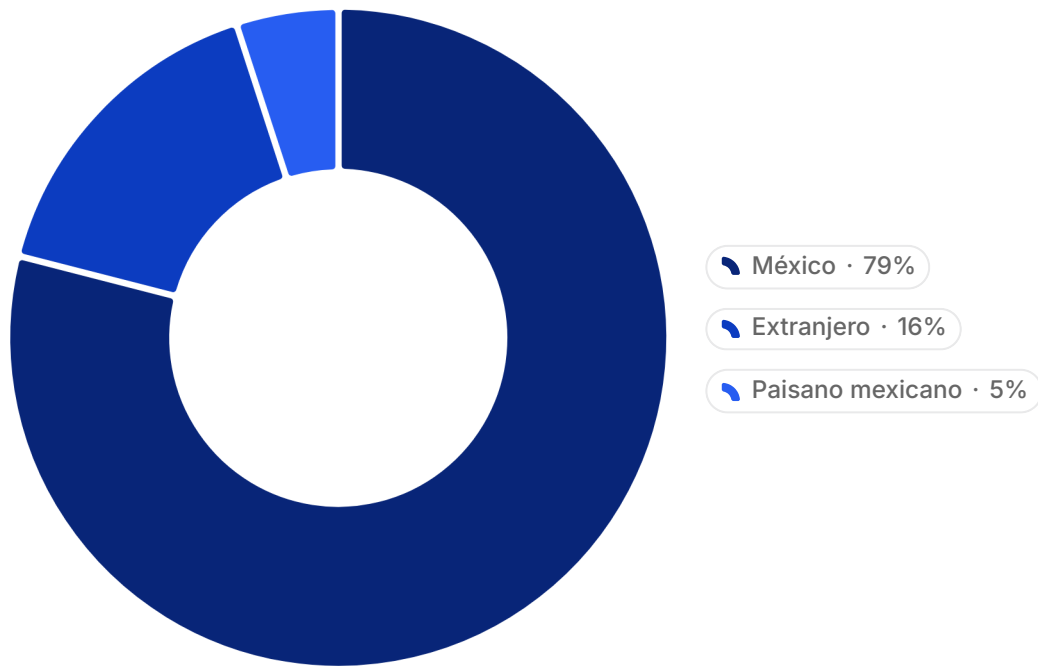
## Grupo de Edad



El perfil predominante es **mujer** (51%) en el rango de edad de **26 a 40 años** (36%), seguido del grupo de 41 a 60 años (31%). Los jóvenes de 18 a 25 años representan el 23% de los visitantes.

# Lugar y Ciudad de Residencia

## Lugar de Residencia



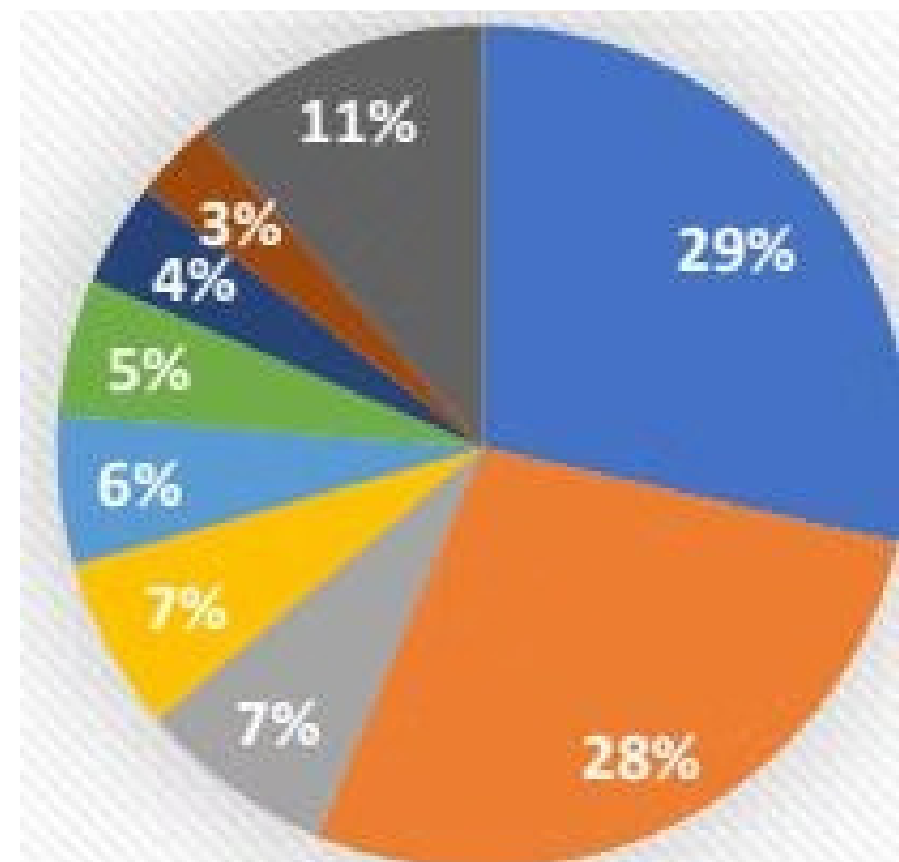
## País de Residencia (extranjeros)

## Ciudad de Residencia (mexicanos)



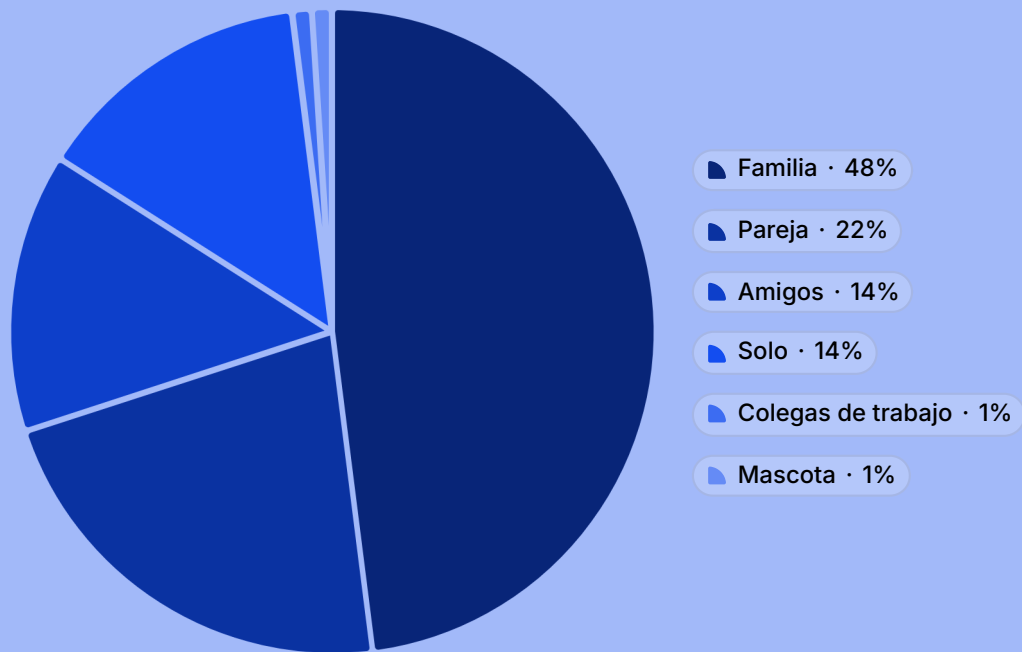
Entre los visitantes mexicanos, **Aguascalientes** (32%) y **Ciudad de México** (22%) son las principales ciudades de origen, seguidas de **Guadalajara** (9%) y **Querétaro** (6%).

Los visitantes extranjeros provienen principalmente de **Estados Unidos** (39%), **Colombia** (11%) y **Canadá** (9%). Entre los estadounidenses, los estados de **Texas** (29%) y **California** (28%) concentran la mayoría.

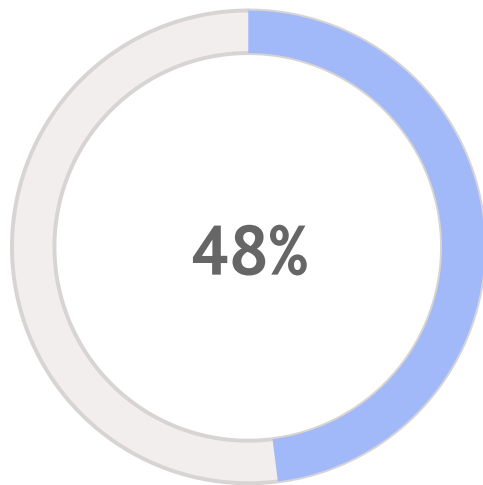
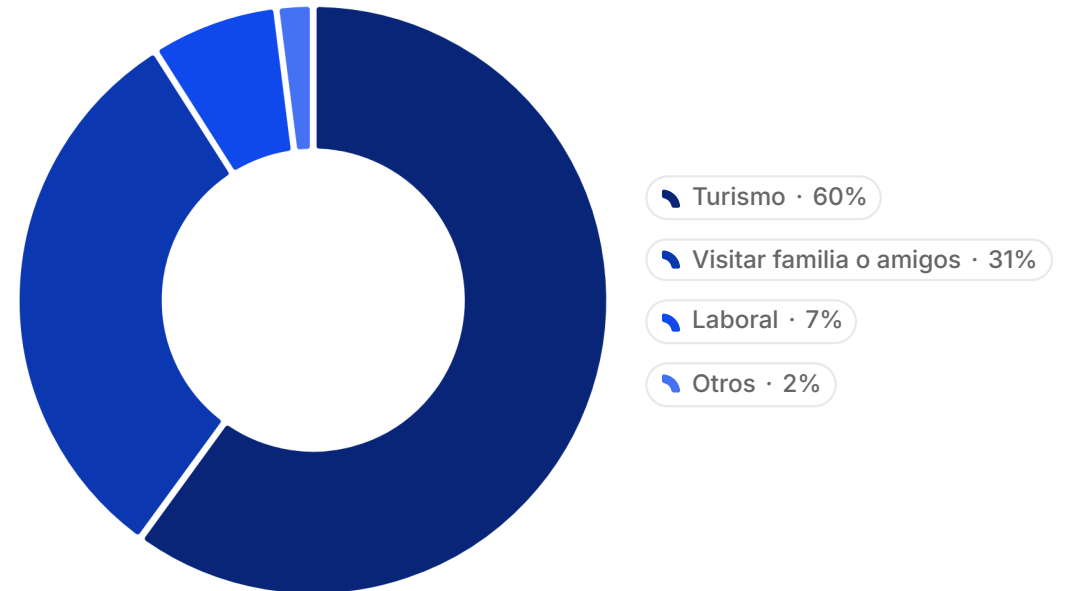


# Comportamiento del Viajero

## Compañía de Viaje

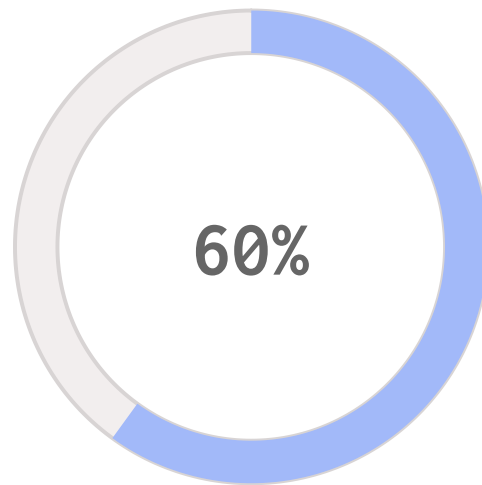


## Motivo del Viaje



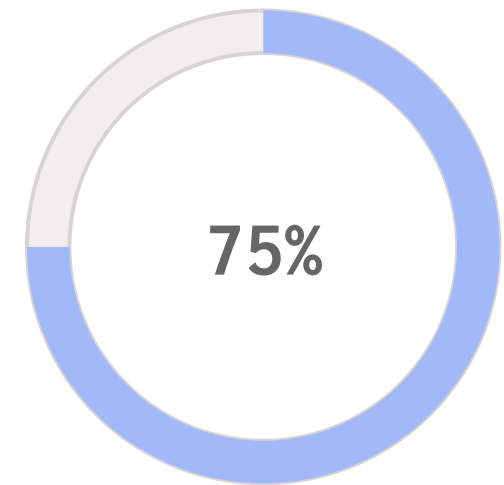
### Viaja en familia

El grupo familiar es el principal tipo de compañía de viaje



### Turismo

El motivo turístico domina ampliamente sobre otros motivos de visita

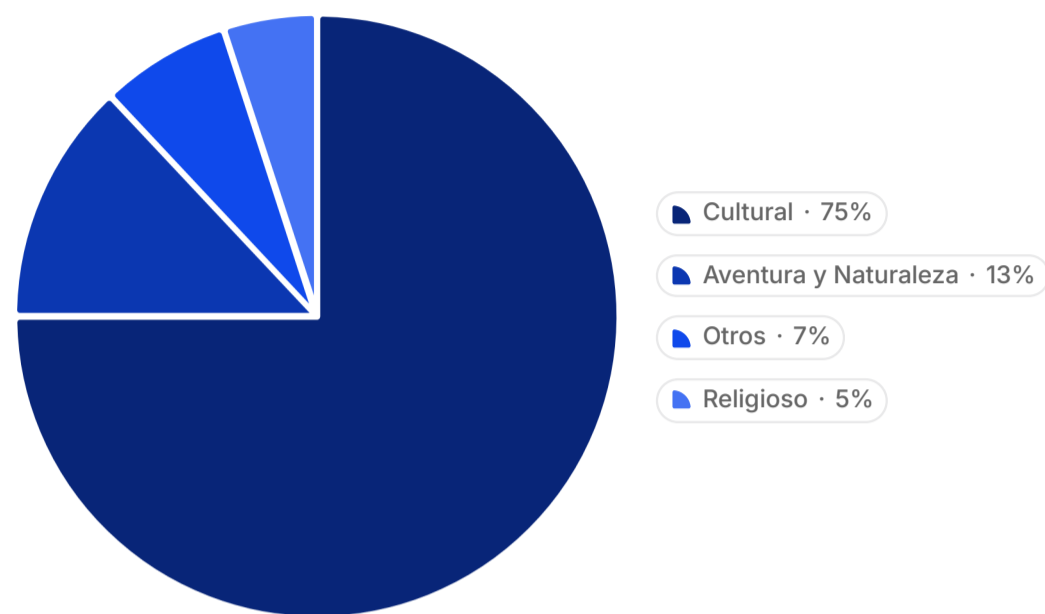


### Turismo cultural

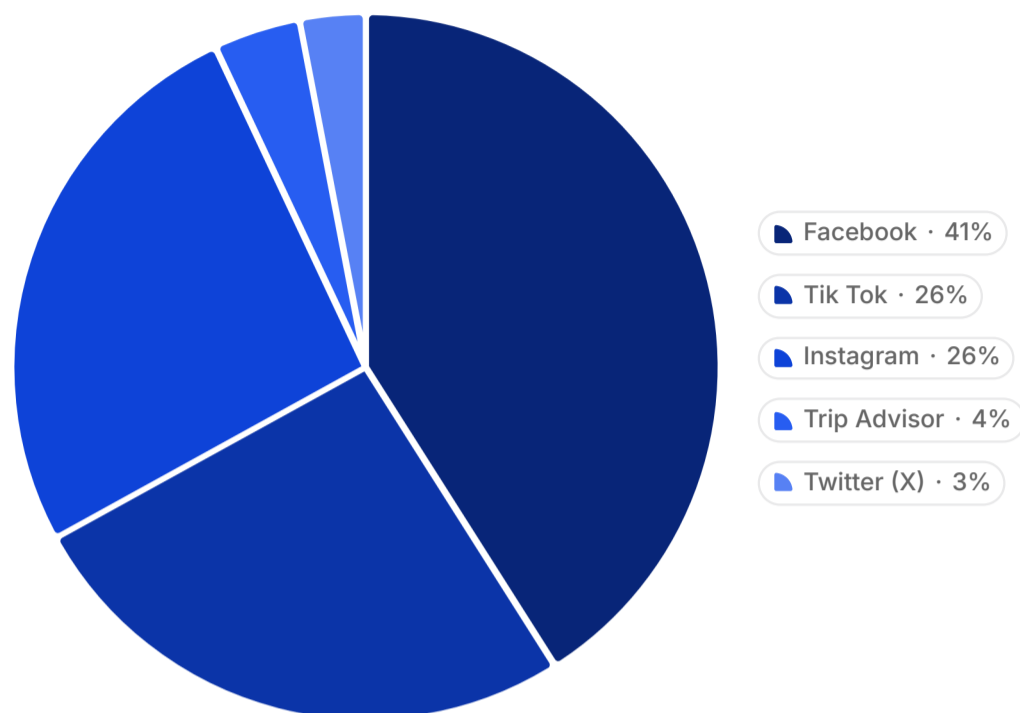
Tres de cada cuatro turistas eligen el turismo cultural como tipo principal

# Tipo de Turismo, Plataformas Digitales y Transporte

## Tipo de Turismo

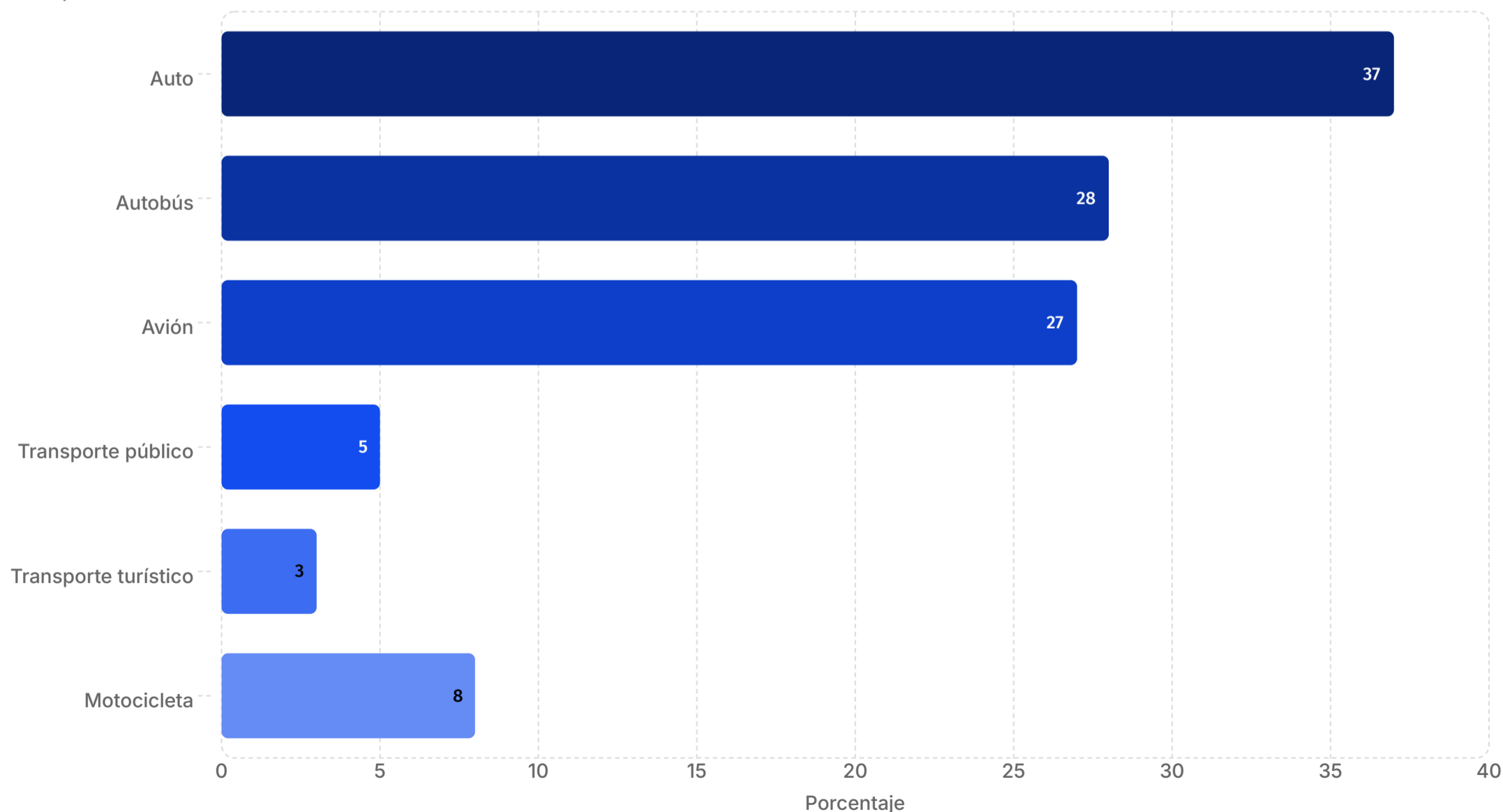


## Principal Plataforma Digital Consultada



## Medio de Transporte Utilizado

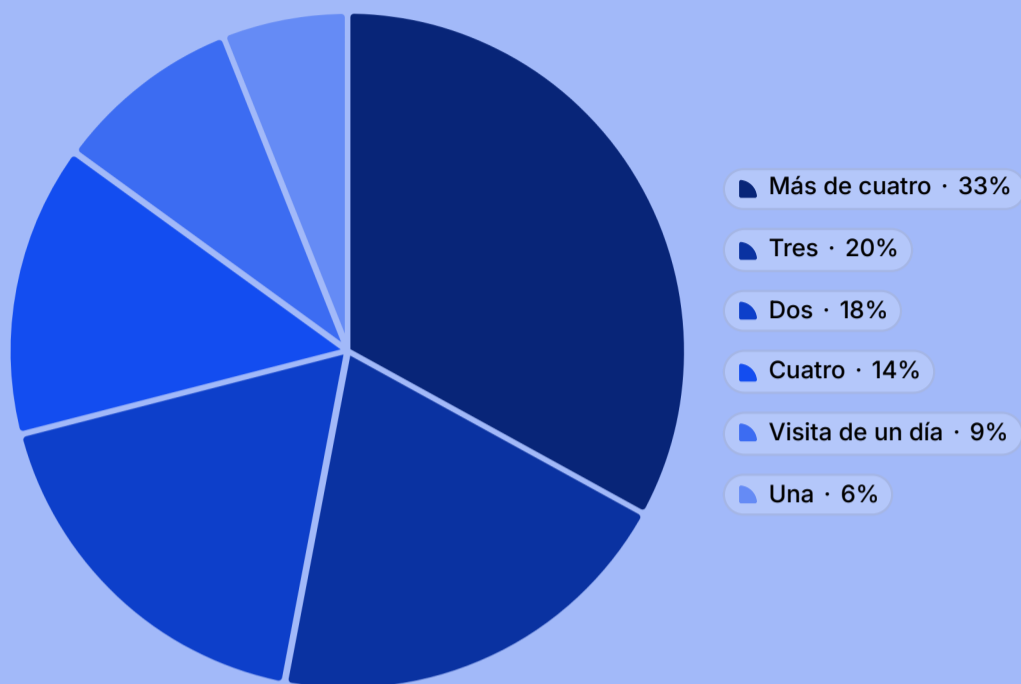
### Transporte



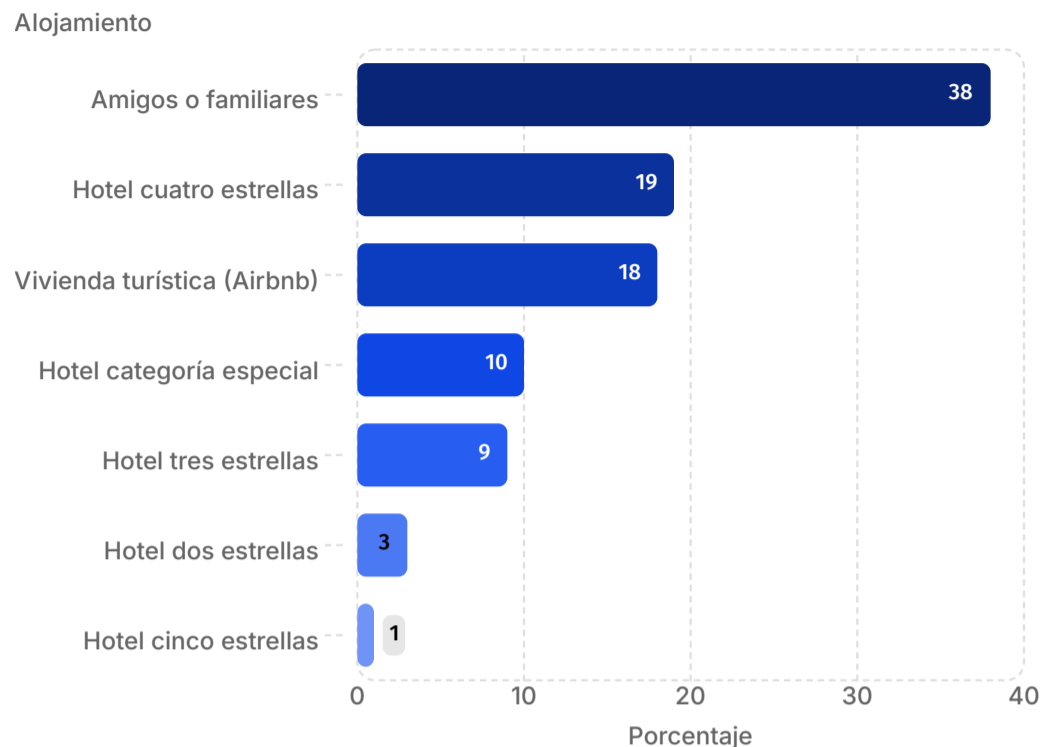
Facebook lidera como plataforma de consulta (41%), seguida de TikTok e Instagram (26% cada una). El auto es el medio de transporte más utilizado (37%), seguido del autobús (28%) y el avión (27%).

# Estancia, Alojamiento y Gasto

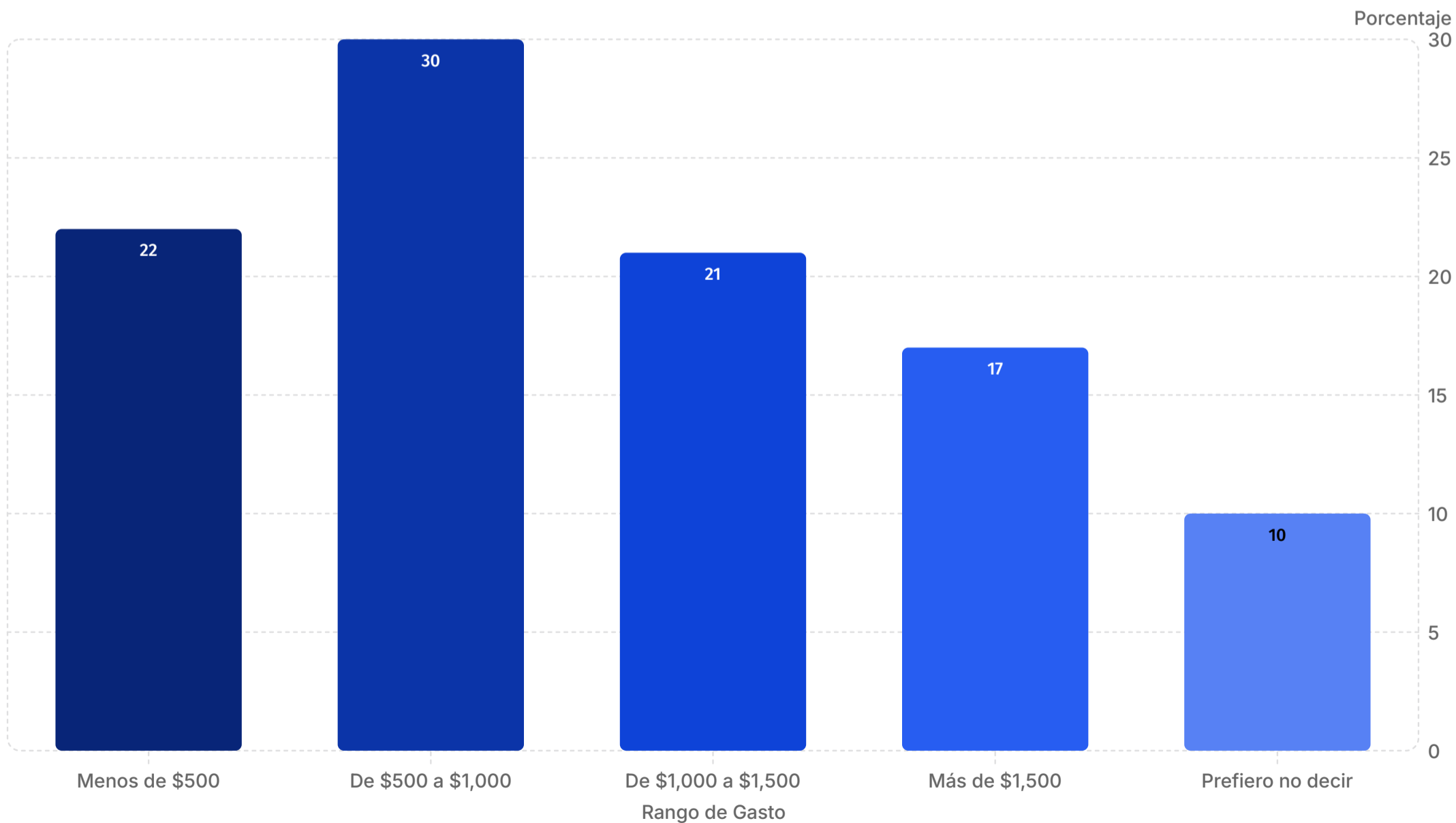
## Noches Pernoctadas



## Tipo de Alojamiento



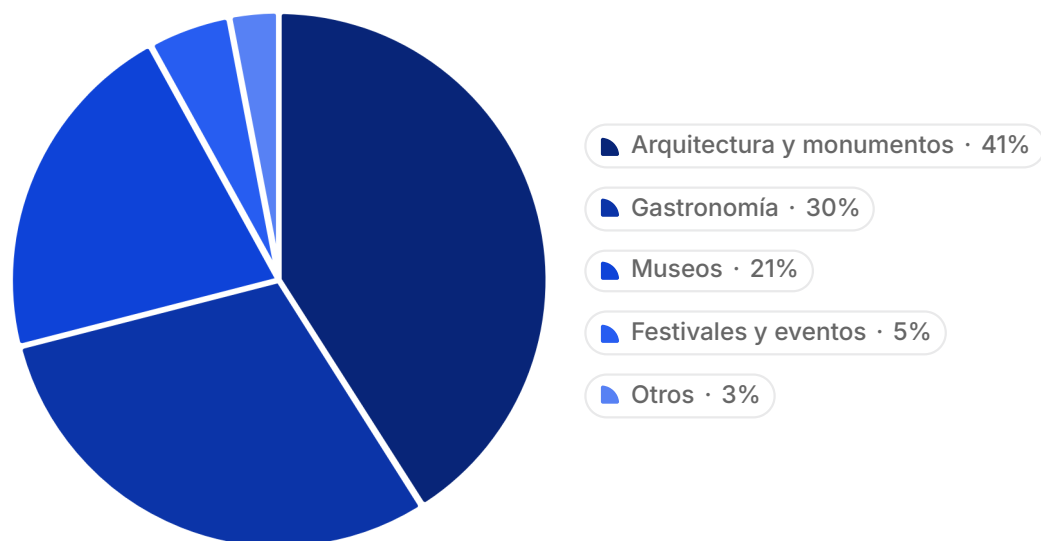
## Gasto Promedio Diario por Persona



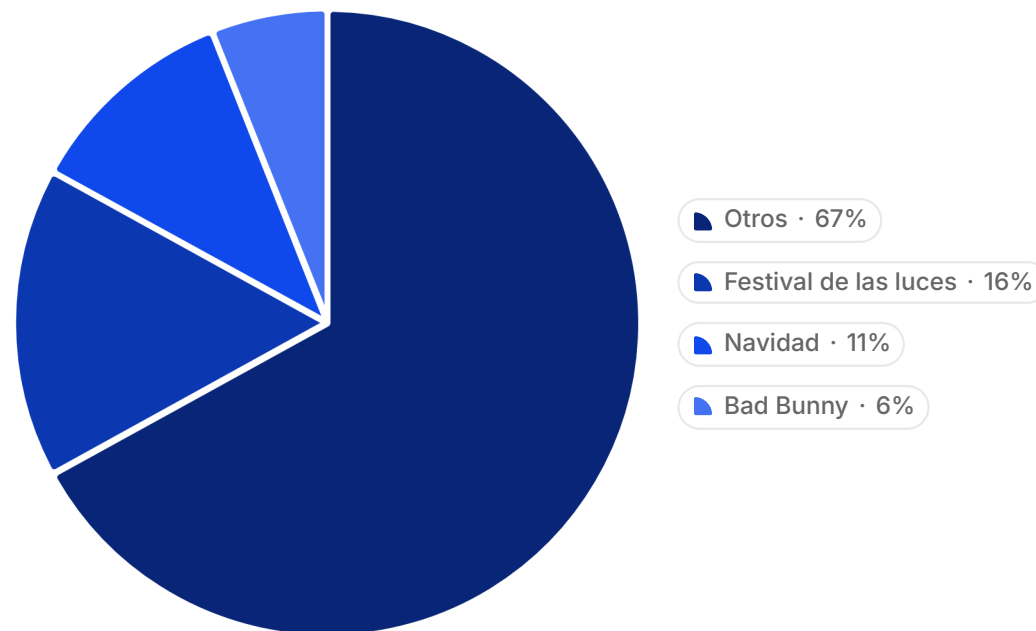
El 33% de los visitantes pernocta más de cuatro noches. El alojamiento más frecuente es en casa de amigos o familiares (38%), seguido de hoteles de cuatro estrellas (19%) y viviendas turísticas tipo Airbnb (18%). El rango de gasto más común es de \$500 a \$1,000 pesos diarios (30%).

# Atractivos, Festivales y Experiencia Peatonal

## Mayores Atractivos de la Ciudad



## Festivales Asistidos



## Elementos que Mejorarían la Experiencia a Pie

### Seguridad

21% lo señala como prioridad

### Banquetas más amplias

19% demanda mayor espacio peatonal

### Restaurantes y cafeterías

17% quiere más oferta gastronómica

### Calles peatonales

16% pide más zonas sin tráfico

### Oferta de tiendas

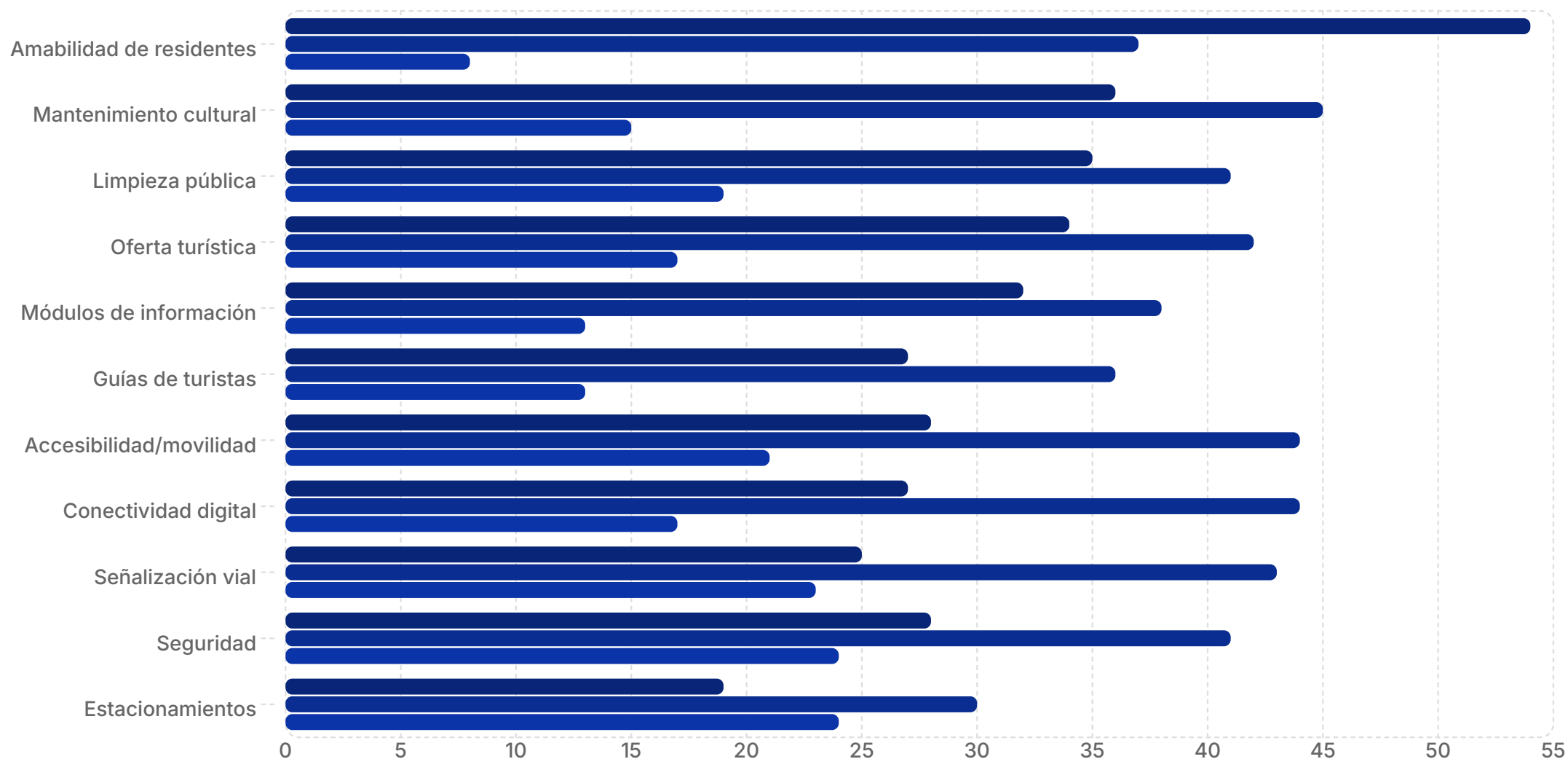
11% desea mayor variedad comercial

# Preguntas Calificativas – Satisfacción del Visitante

Se evaluaron distintos aspectos de la experiencia turística en una escala de Excelente a Muy mala. Los resultados muestran altos niveles de satisfacción en amabilidad de residentes y mantenimiento de atractivos culturales.

■ Excelente ■ Buena ■ Regular

Aspecto



✔ La **amabilidad de los residentes** obtiene la calificación más alta: 54% Excelente y 37% Buena, con prácticamente 0% de valoraciones negativas.

⚠ Los **estacionamientos** presentan el mayor margen de mejora: solo 19% Excelente y 8% de valoraciones negativas (Mala o Muy mala).

# Cruces de Información – Invierno 2025

Análisis cruzado de variables clave: edad de visitantes por ciudad, plataformas digitales por grupo de edad, gasto y alojamiento según perfil demográfico.

## Edad de Visitantes por Ciudad

Grupo de Edad	Ciudad de México	Durango	Morelia	Querétaro	San Luis Potosí	San Miguel de Allende
18-25	26%	7%	36%	15%	15%	3%
26-40	31%	50%	32%	38%	37%	27%
41-60	30%	36%	25%	32%	35%	64%
61 o más	14%	6%	7%	15%	13%	5%

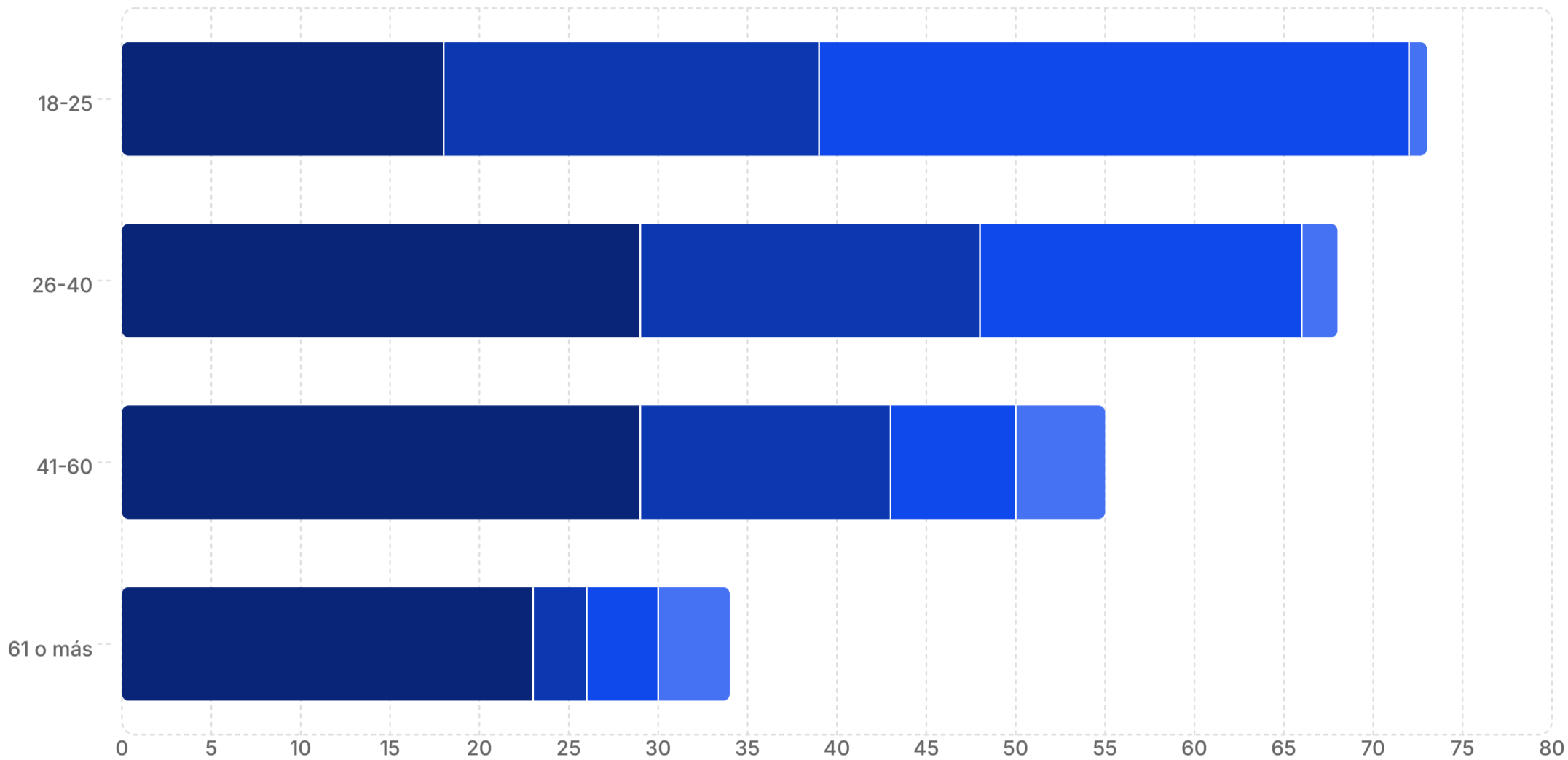
**i** San Miguel de Allende destaca por atraer principalmente visitantes de **41 a 60 años** (64%), mientras que Morelia concentra el mayor porcentaje de jóvenes de **18 a 25 años** (36%).

# Plataformas Digitales y Gasto por Edad

## Principal Plataforma Digital Consultada, por Grupo de Edad

Facebook Instagram Tik Tok Trip Advisor

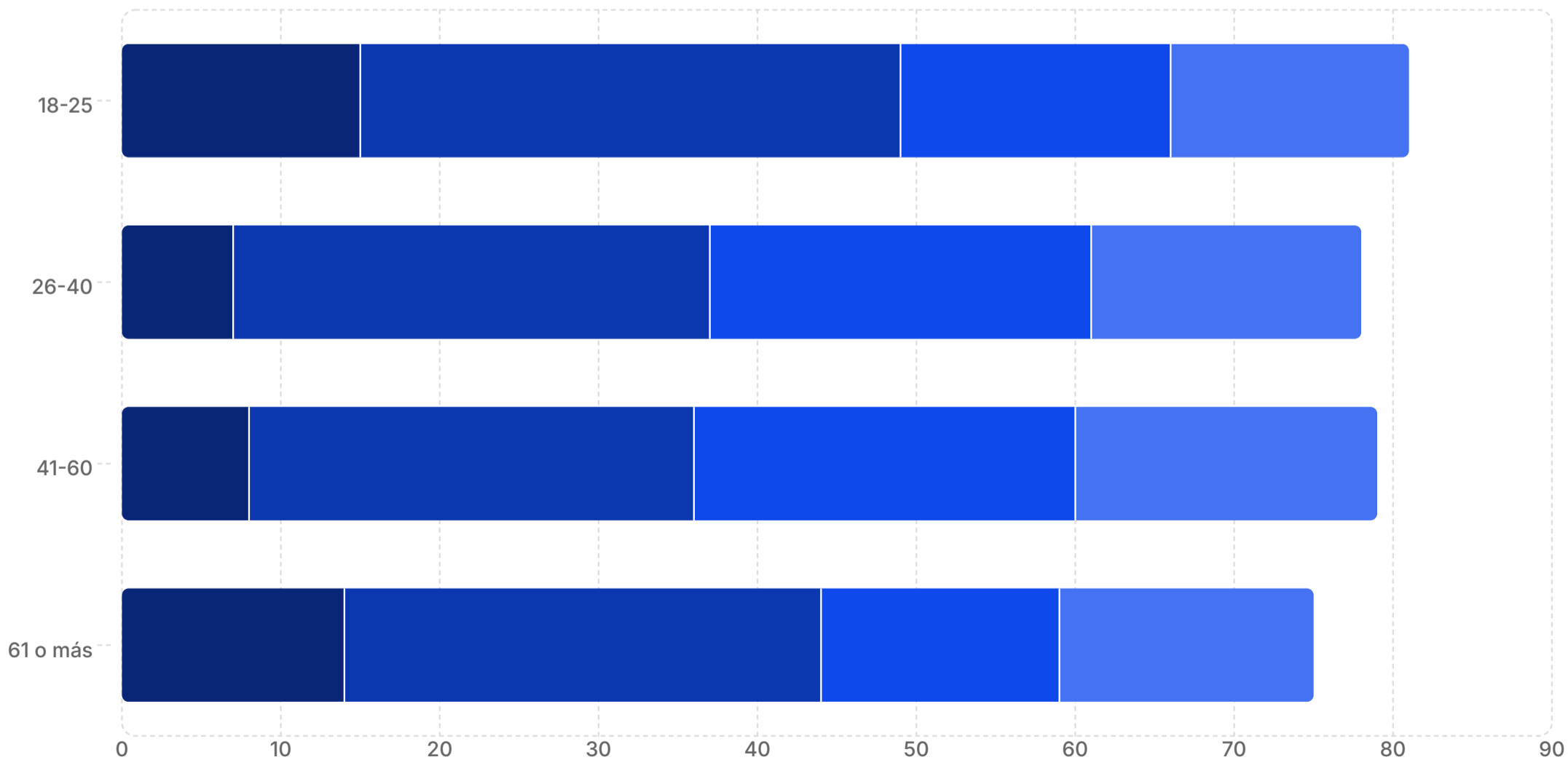
Grupo de Edad



## Gasto Promedio Diario por Grupo de Edad

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

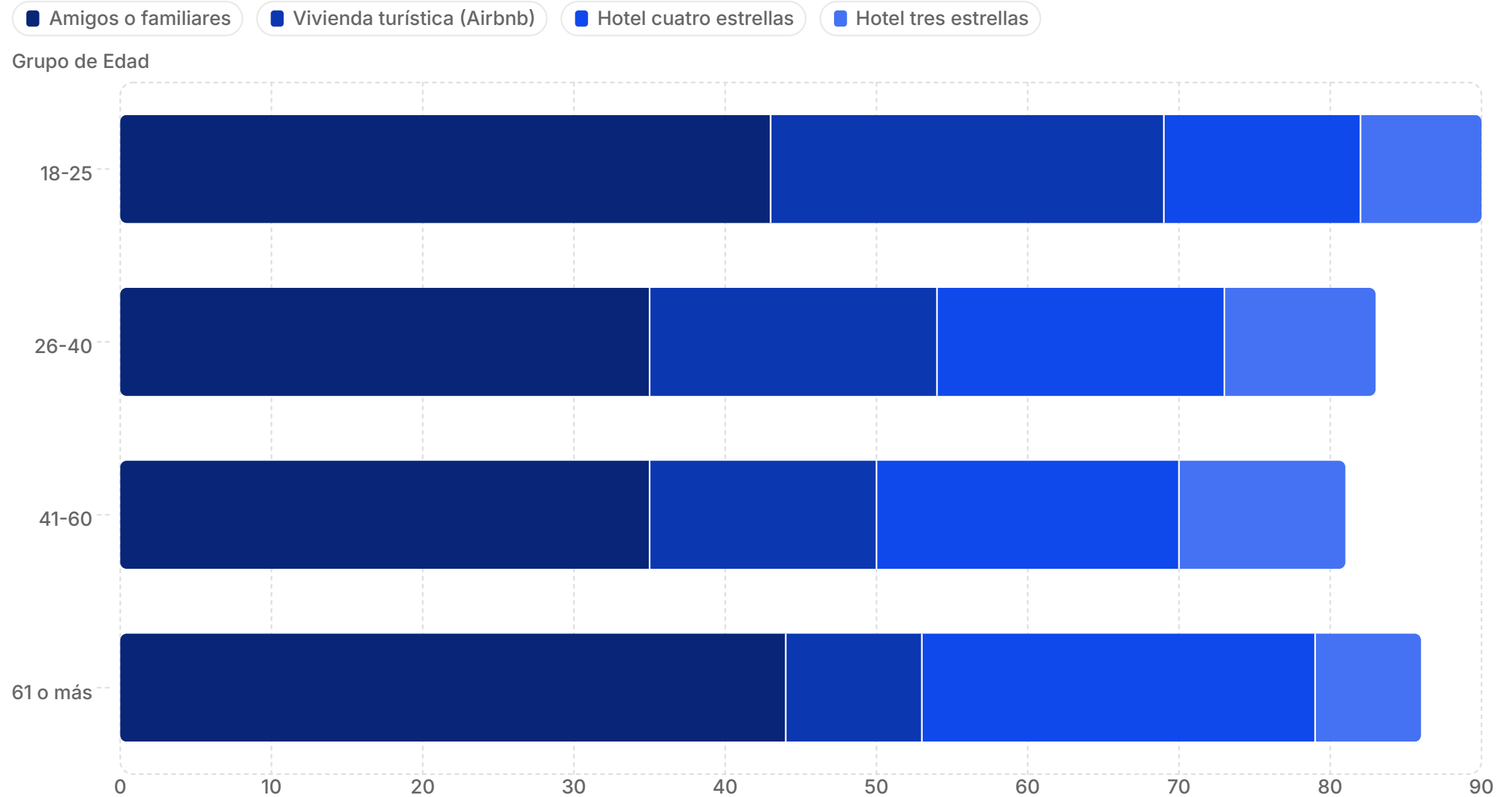
Grupo de Edad



TikTok domina entre los jóvenes de 18-25 años (33%), mientras que Facebook es la plataforma preferida por los grupos de mayor edad. En cuanto al gasto, los grupos de 26-40 y 41-60 años muestran mayor propensión a gastar entre \$1,000 y \$1,500 pesos diarios (24% en ambos casos).

# Alojamiento y Atractivos por Edad y Residencia

## Alojamiento por Grupo de Edad



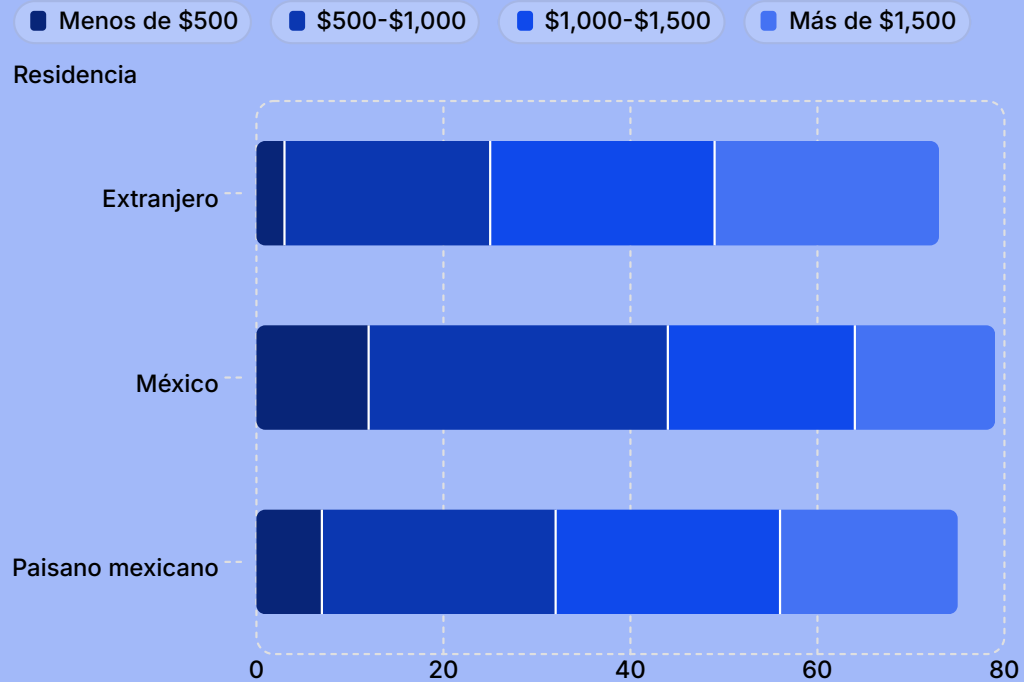
## Mayor Atractivo de la Ciudad por Lugar de Residencia

Residencia	Arquitectura y monumentos	Gastronomía	Museos	Festivales
Extranjero	41%	31%	23%	5%
México	43%	30%	22%	5%
Paisano mexicano	31%	43%	19%	7%

❑ Los **paisanos mexicanos** valoran la gastronomía como principal atractivo (43%), mientras que residentes en México y extranjeros priorizan la arquitectura y los monumentos.

# Gasto y Alojamiento por Lugar de Residencia

## Gasto por Lugar de Residencia

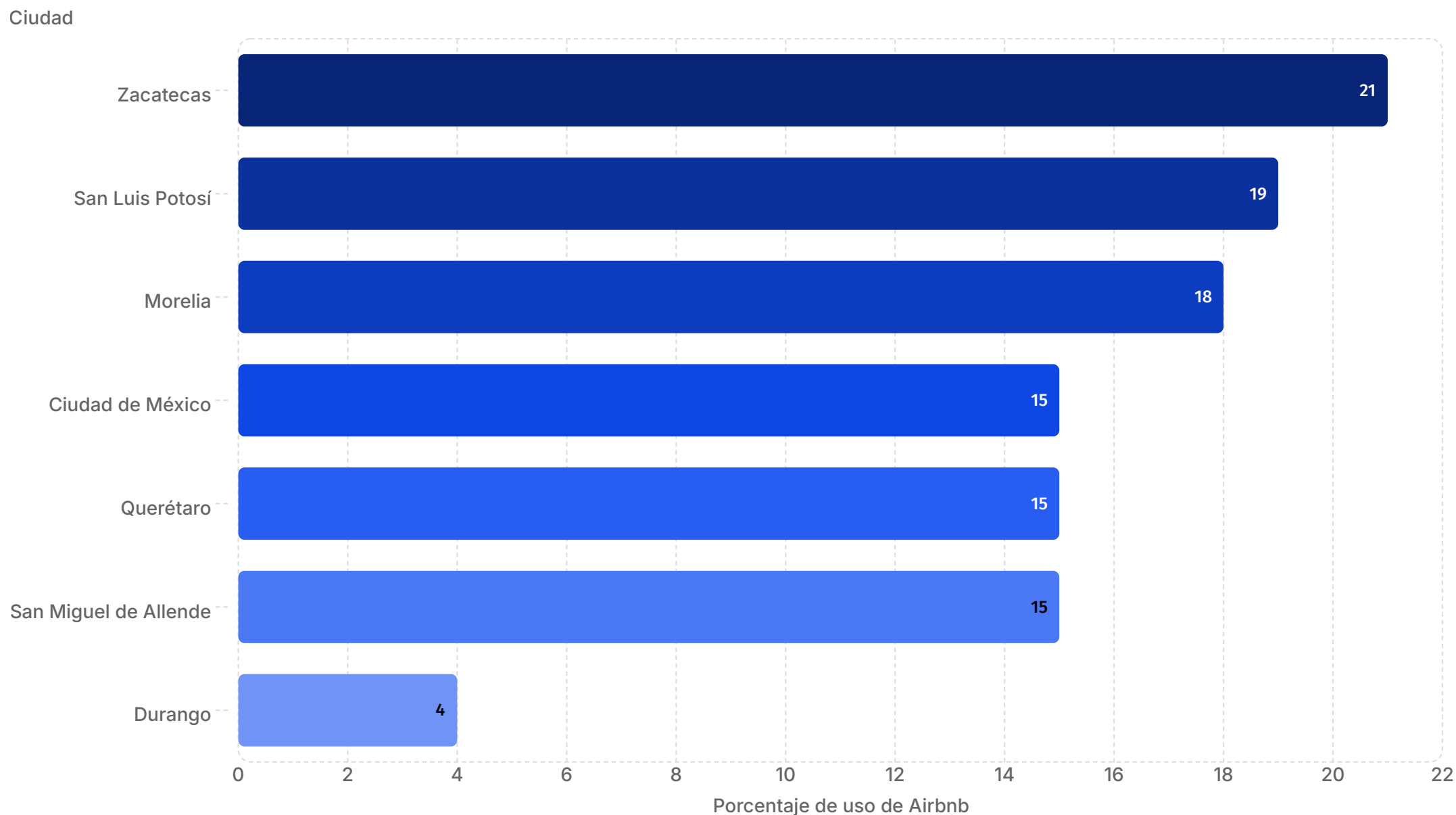


## Alojamiento por Lugar de Residencia

Alojamiento	Extranjero	México	Paisano
Amigos o familiares	24%	40%	56%
Vivienda turística	17%	19%	17%
Hotel cinco estrellas	19%	8%	7%
Hotel cuatro estrellas	19%	19%	6%

Los visitantes extranjeros tienen mayor propensión a gastar más de \$1,500 pesos diarios (24%) y a hospedarse en hoteles de cinco estrellas (19%), en contraste con los paisanos mexicanos que mayoritariamente se alojan con amigos o familiares (56%).

# Uso de Vivienda Turística (Airbnb) por Ciudad



**Zacatecas** lidera el uso de vivienda turística tipo Airbnb con un 21%, seguida de **San Luis Potosí** (19%) y **Morelia** (18%). Ciudad de México, Querétaro y San Miguel de Allende comparten un 15% de uso. Durango presenta el menor porcentaje con solo un 4%. Las ciudades de San Juan del Río, Puebla, Oaxaca y Guanajuato no cuentan con suficientes encuestas para establecer tendencias.

**i** El crecimiento de plataformas como Airbnb representa una oportunidad y un reto para la oferta hotelera tradicional en las ciudades Patrimonio Mundial de México.

# Conclusiones Generales

El estudio de invierno 2025–2026 con **2,001 encuestas** en ciudades Patrimonio Mundial de México revela un perfil de visitante predominantemente nacional, familiar y orientado al turismo cultural.



## Perfil del Visitante

Mujer (51%), de 26 a 40 años (36%), residente en México (79%), que viaja en familia (48%) por motivos turísticos (60%).



## Turismo Cultural Dominante

El 75% elige turismo cultural. Arquitectura y monumentos (41%) y gastronomía (30%) son los principales atractivos.



## Plataformas Digitales

Facebook lidera (41%) entre mayores, TikTok domina entre jóvenes (33% en 18-25 años). La consulta digital es clave en la planificación del viaje.



## Alta Satisfacción

La amabilidad de los residentes obtiene 91% entre Excelente y Buena. El mantenimiento cultural y la oferta turística también destacan positivamente.

- ✔ Las ciudades Patrimonio Mundial de México muestran una experiencia turística de alta calidad, con oportunidades de mejora en seguridad, señalización y estacionamientos para consolidar su posicionamiento internacional.