

# TOTAL Ciudades – Agregado

Resultados consolidados de encuestas realizadas del **17 de julio al 31 de agosto de 2025** en ciudades Patrimonio Mundial de México.

**2,909**

**Total de encuestas**

Realizadas en 11 ciudades de México

**11**

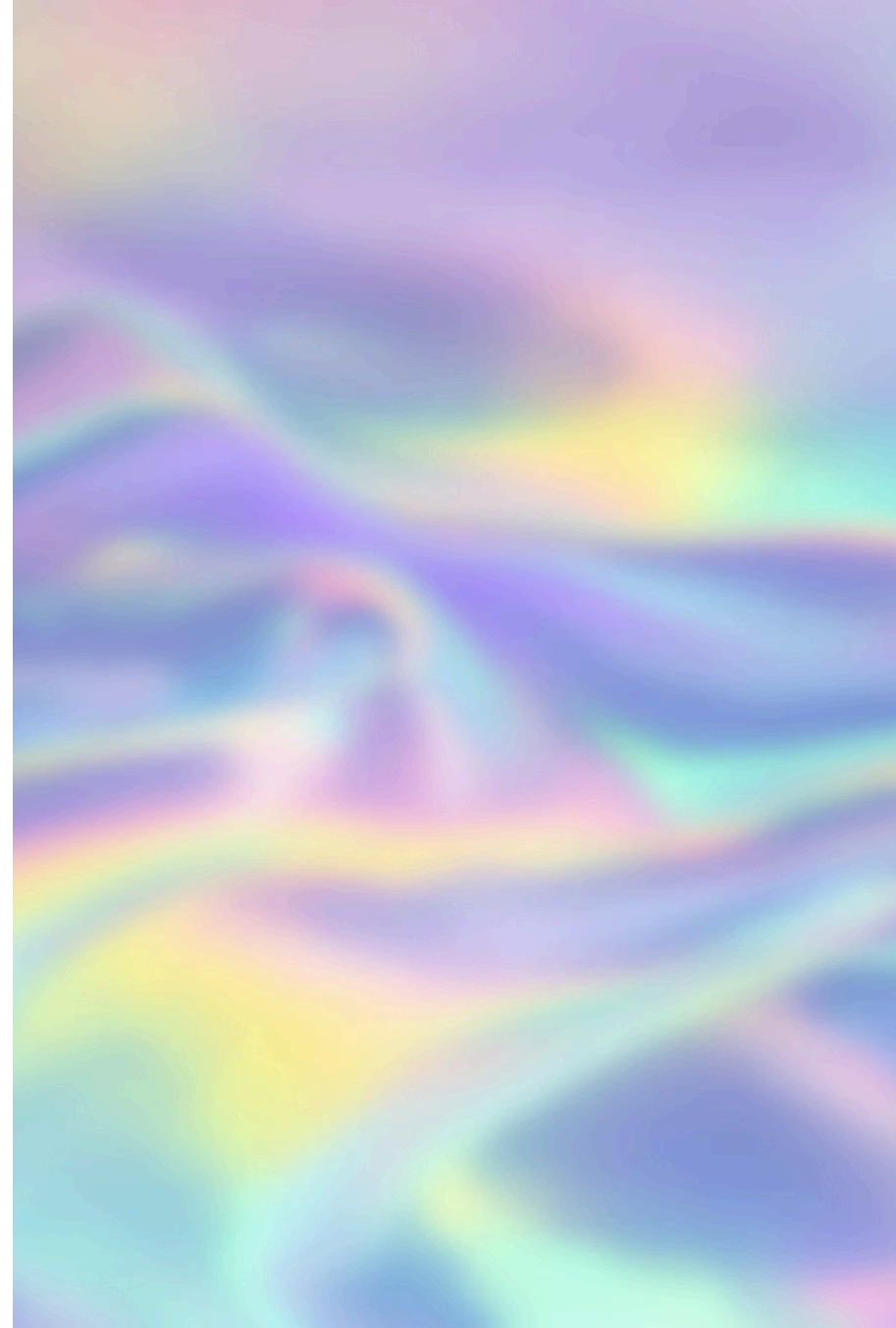
**Ciudades participantes**

Desde Zacatecas hasta Oaxaca

**45**

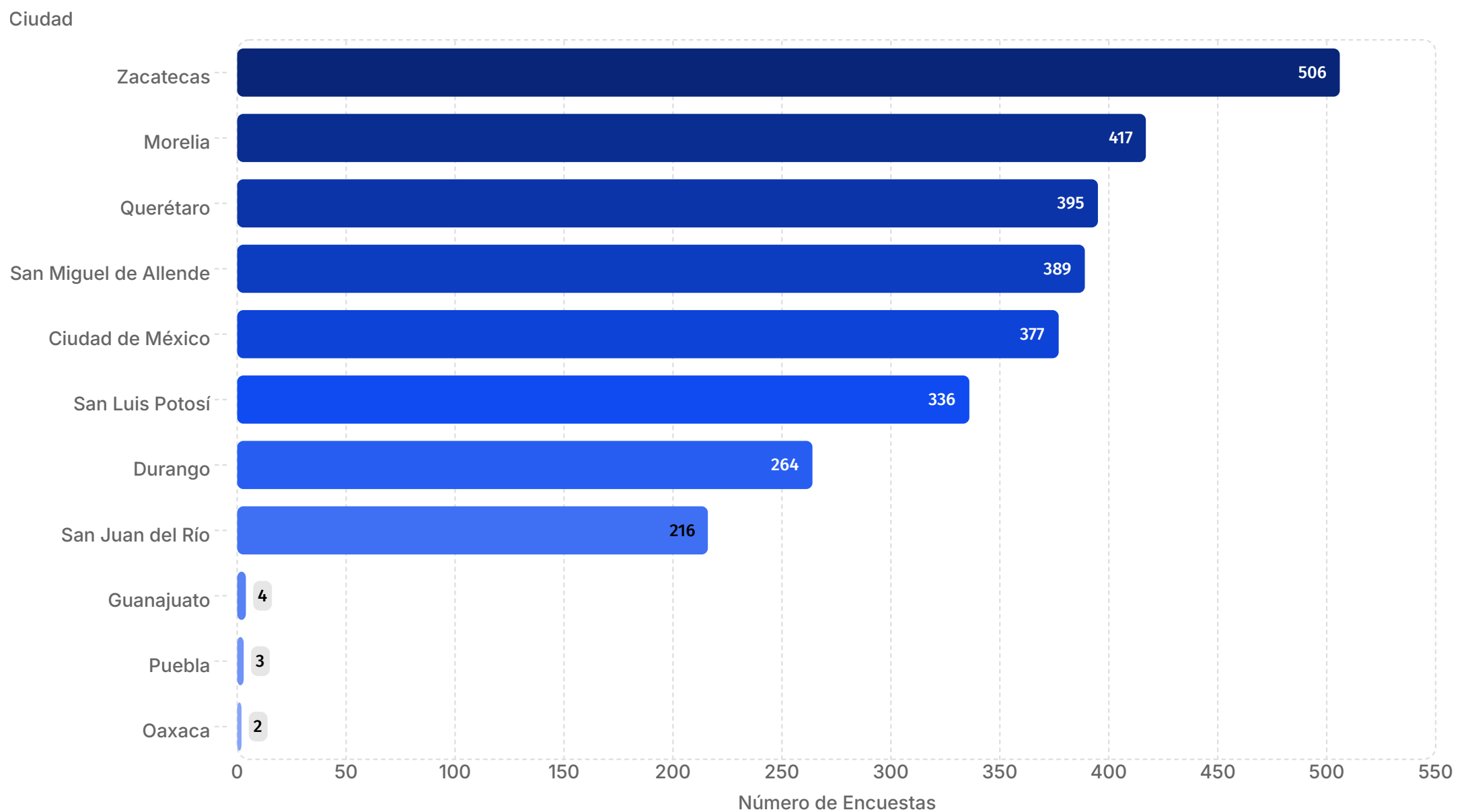
**Días de campo**

Julio y agosto de 2025



# Número de Encuestas por Ciudad

Zacatecas lideró la recolección con **506 encuestas**, seguida de Morelia (417) y Querétaro (395). Las ciudades con mayor volumen concentran la mayor parte de la muestra total.



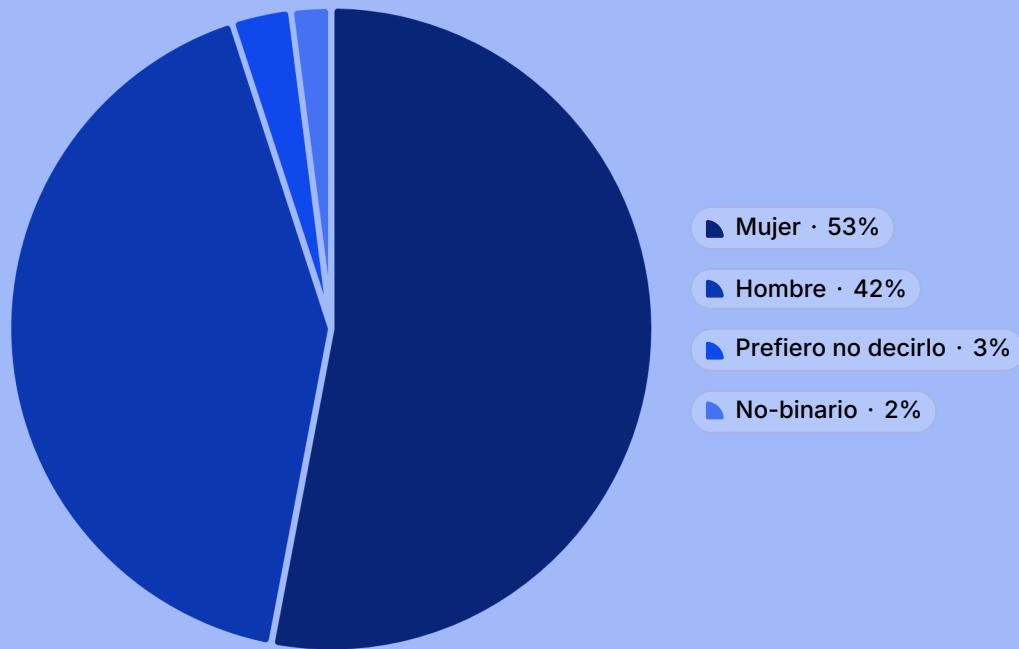
# Conocimiento de Otras Ciudades Patrimonio Mundial

El **96% de los encuestados** conoce al menos otra ciudad Patrimonio Mundial en México. Ciudad de México es la más reconocida (46%), seguida de Guanajuato (39%) y San Miguel de Allende (37%). Solo el 4% no conoce ninguna otra ciudad patrimonio.



# Perfil Demográfico: Sexo y Edad

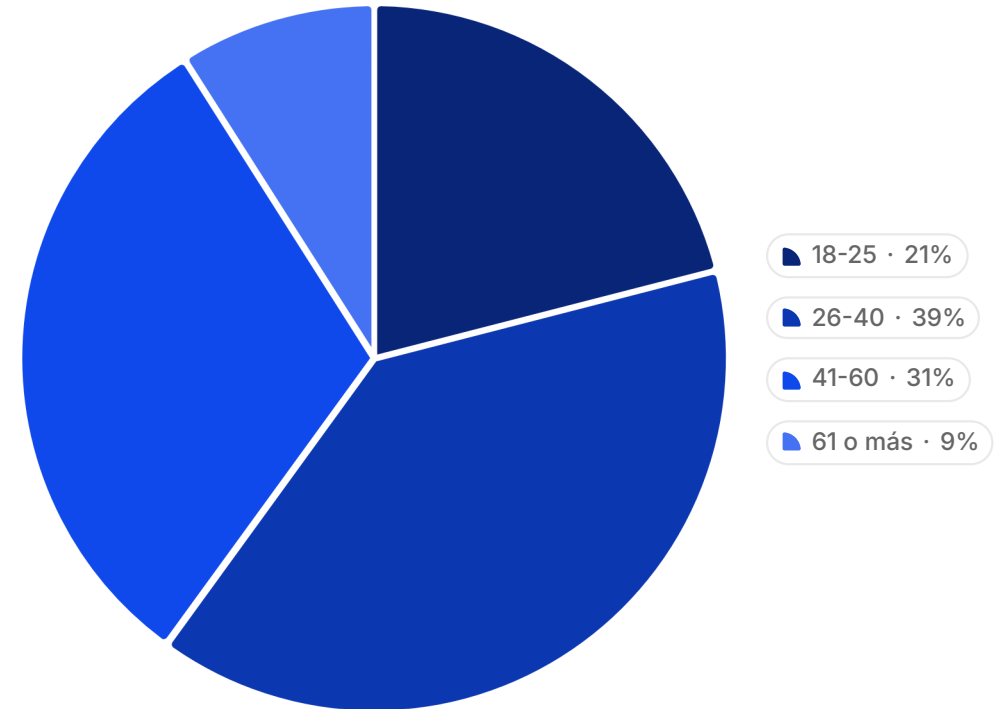
## Distribución por Sexo



**53% Mujeres**

Mayoría femenina entre los encuestados

## Distribución por Grupo de Edad



**39% de 26-40 años**

El grupo más numeroso, adultos jóvenes

**31% de 41-60 años**

Segundo grupo más representado

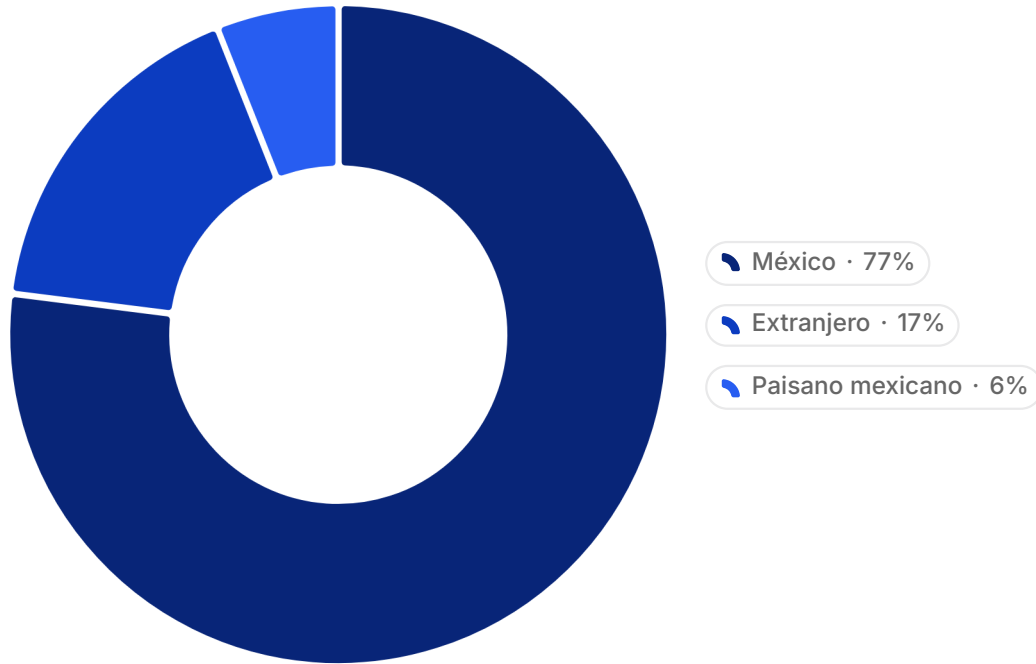
**21% de 18-25 años**

Turistas jóvenes con presencia significativa

# Lugar de Residencia

La gran mayoría de los visitantes encuestados reside en **México (77%)**, mientras que el 17% proviene del extranjero y el 6% son paisanos mexicanos residentes en el exterior.

## Lugar de Residencia General

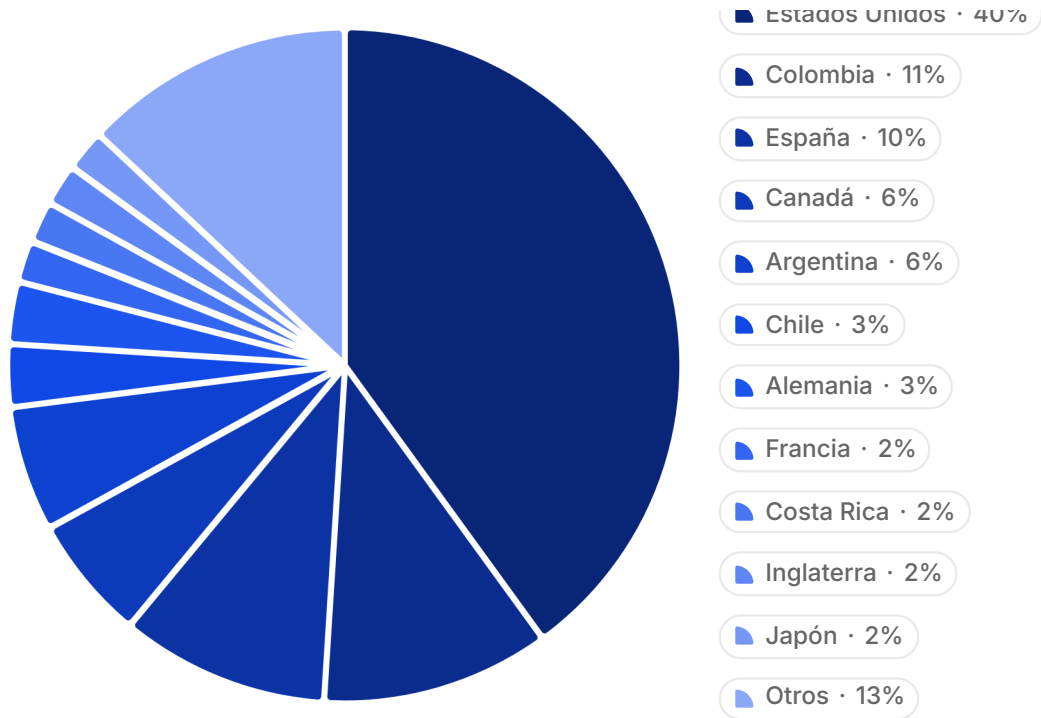


## Ciudad de Residencia (mexicanos)

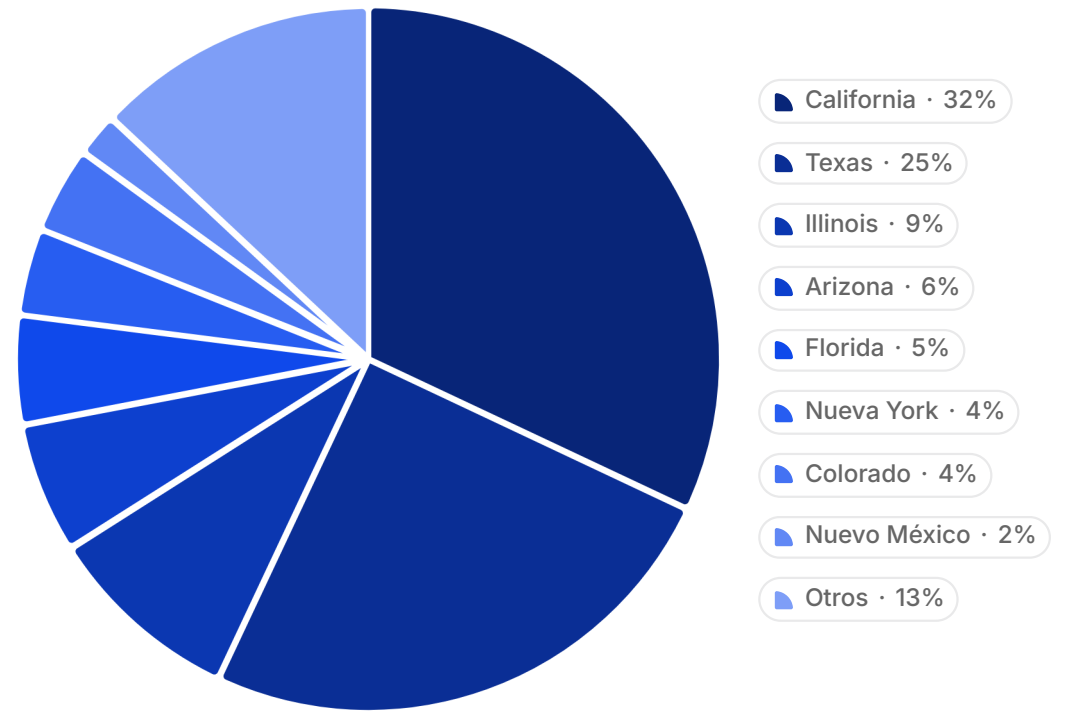
Guadalajara encabeza con el **32%**, seguida de Ciudad de México (19%) y Querétaro (12%).

# Visitantes Extranjeros: País y Estado de Origen

## País de Residencia (extranjeros)



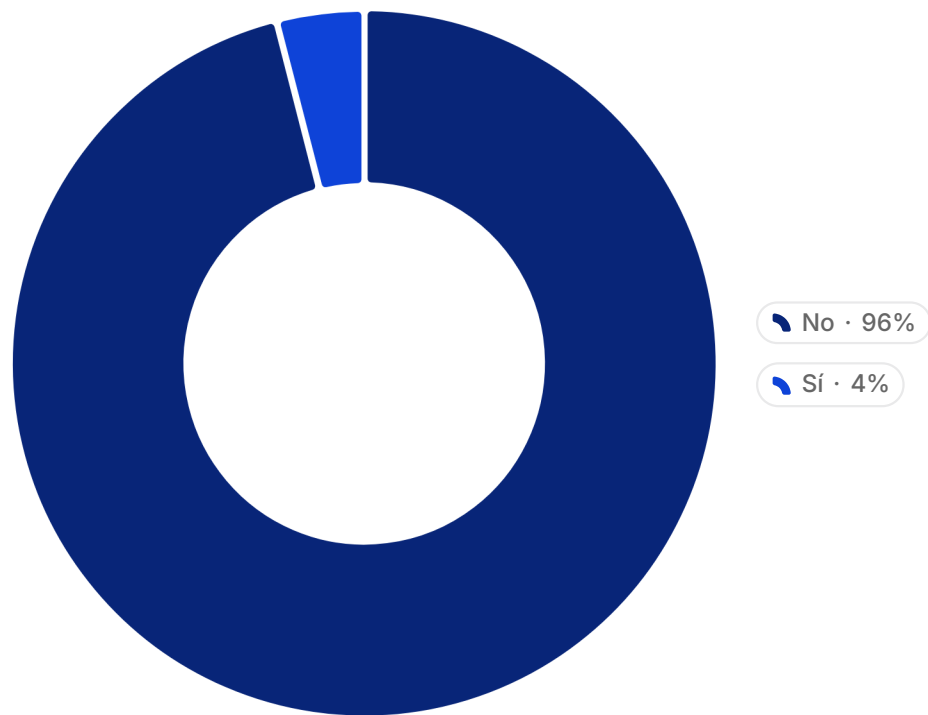
## Estado de Residencia (estadounidenses)



California (32%) y Texas (25%) concentran más de la mitad de los visitantes estadounidenses.

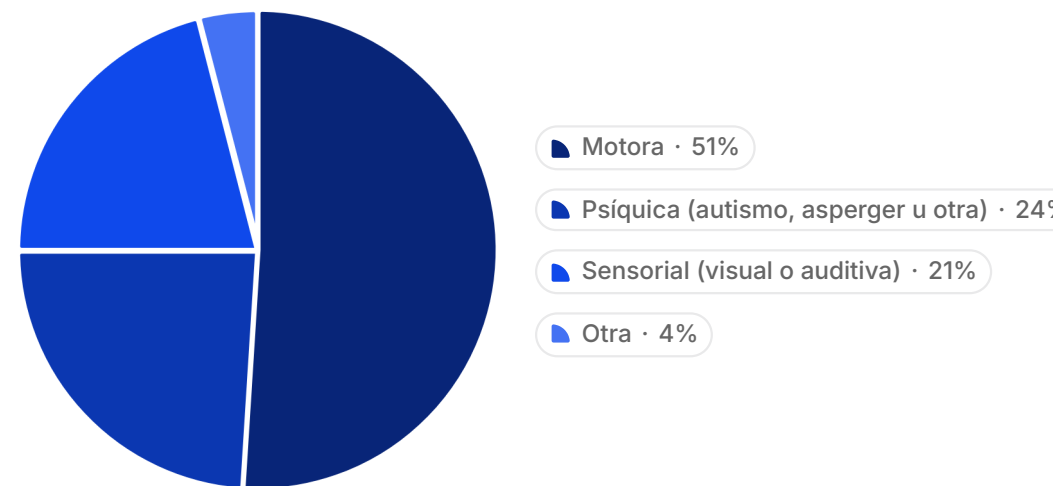
# Personas con Discapacidad

## Presencia de Discapacidad



El **4%** de los encuestados declaró tener algún tipo de discapacidad.

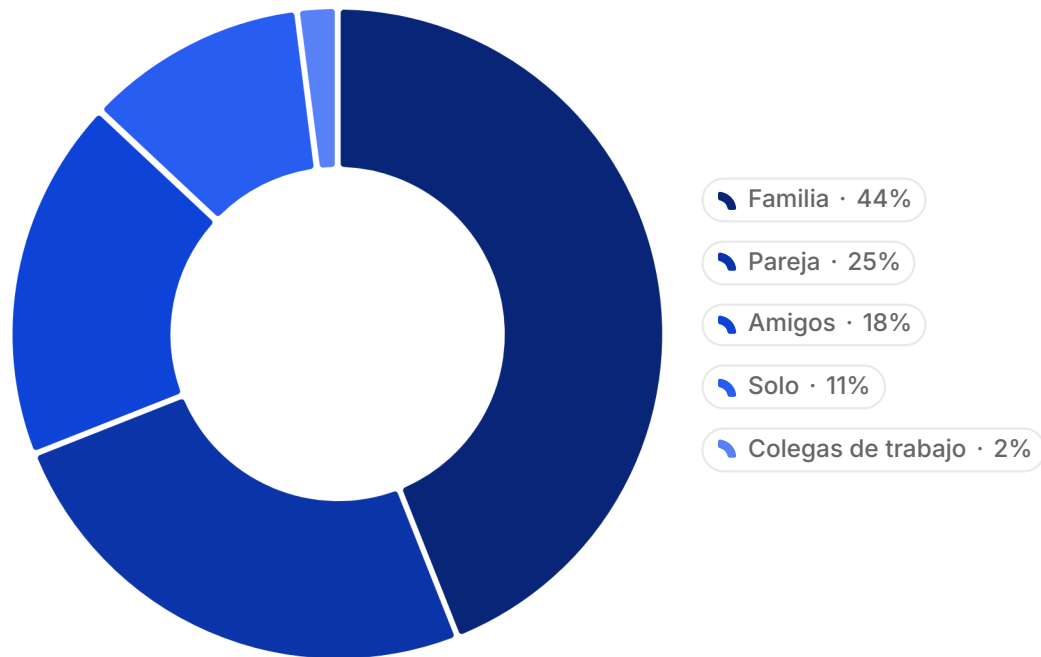
## Tipo de Discapacidad



La discapacidad **motora** es la más frecuente (51%), seguida de la psíquica (24%) y la sensorial (21%).

# Perfil del Viaje: Compañía y Motivo

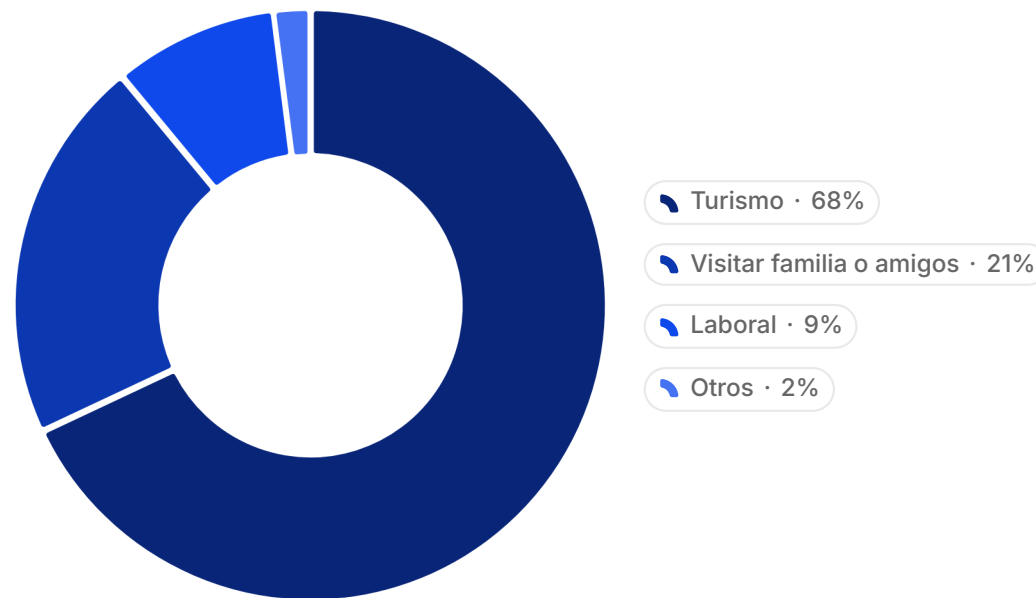
## Persona con Quién Viaja



### 44% en Familia

El viaje familiar es la modalidad más común

## Motivo del Viaje



### 68% por Turismo

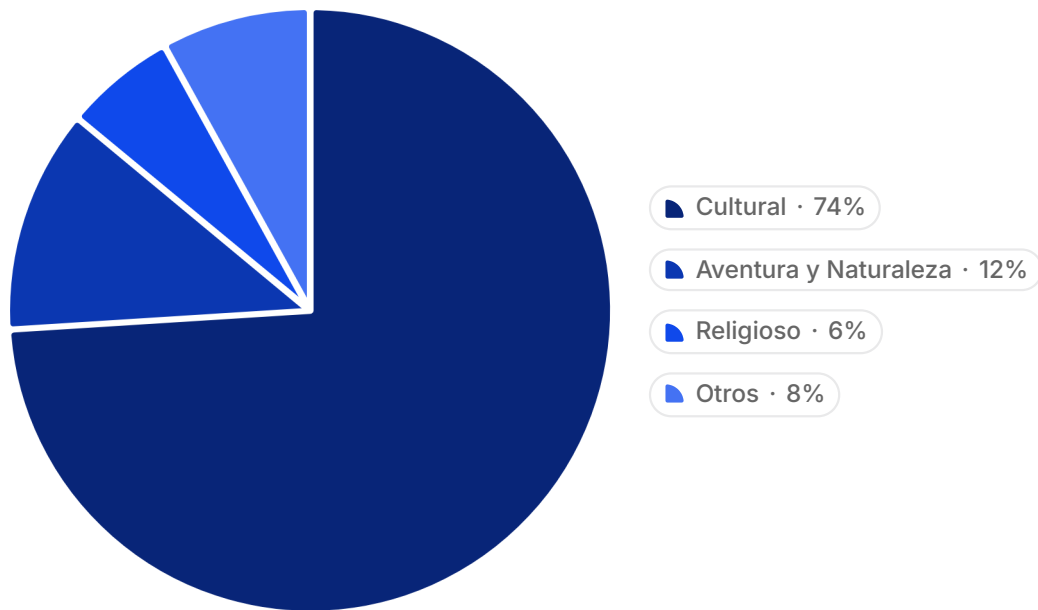
El turismo es el principal motivo de visita

### 25% en Pareja

Segunda modalidad de viaje más frecuente

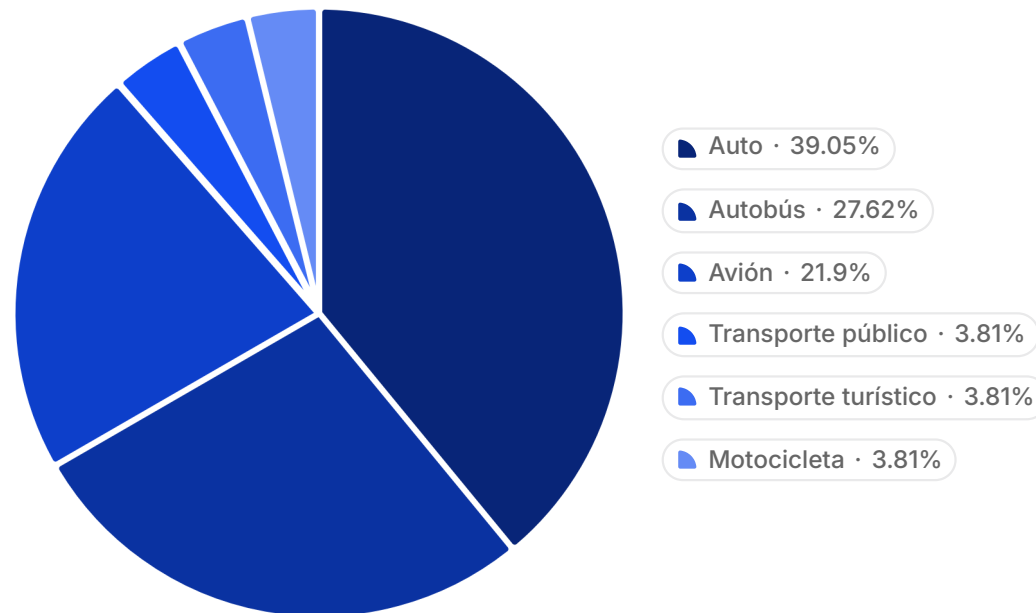
# Tipo de Turismo y Transporte

## Tipo de Turismo



El turismo **cultural domina ampliamente** con el 74% de las preferencias.

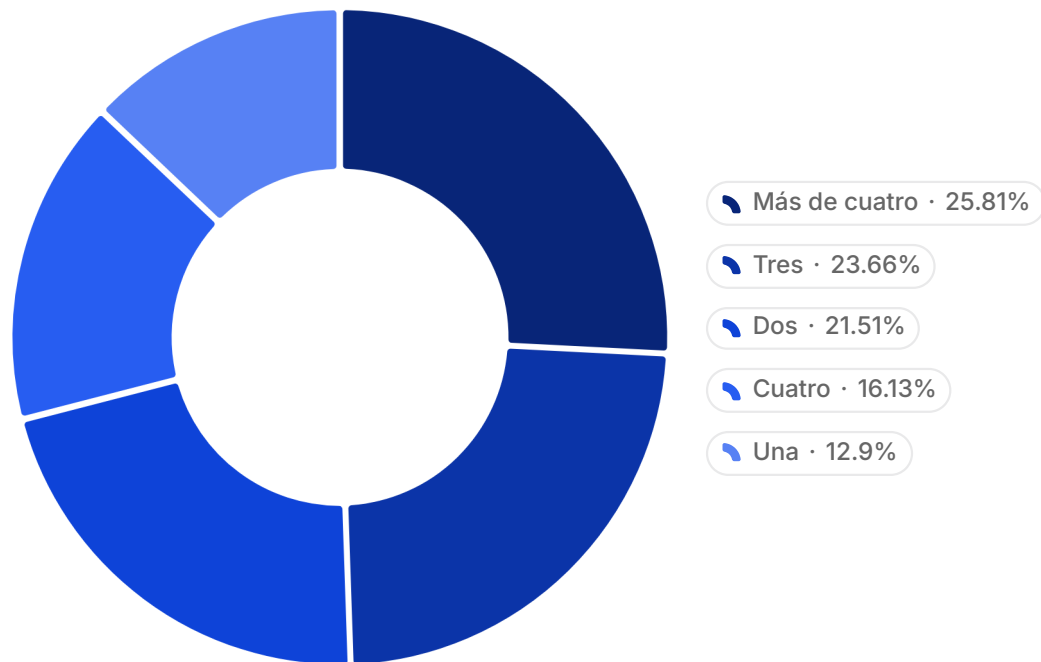
## Medio de Transporte al Destino



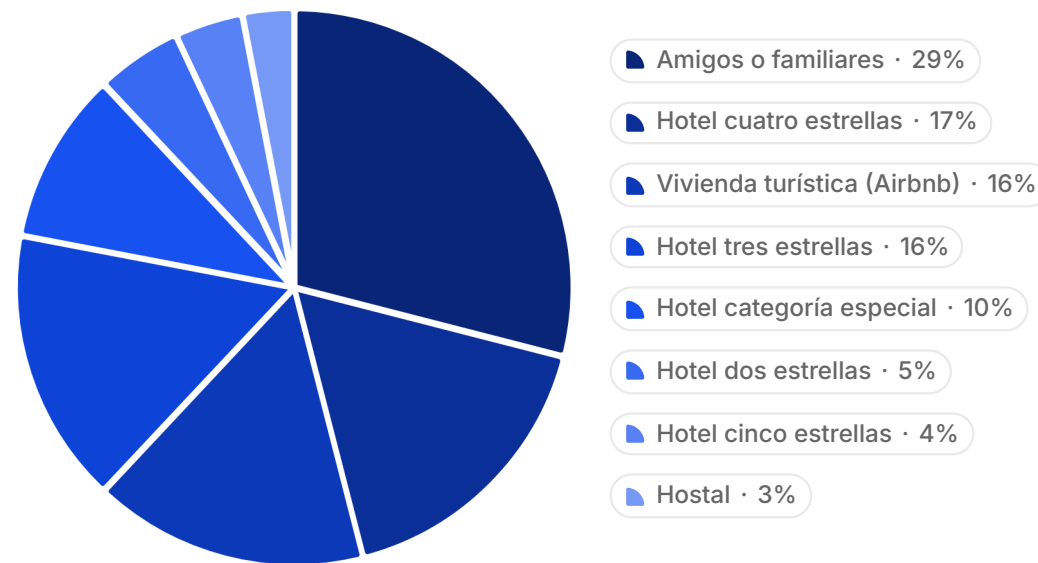
El **auto particular** es el medio más utilizado (41%), seguido del autobús (29%) y el avión (23%).

# Estancia y Alojamiento

## Número de Noches Pernoctadas



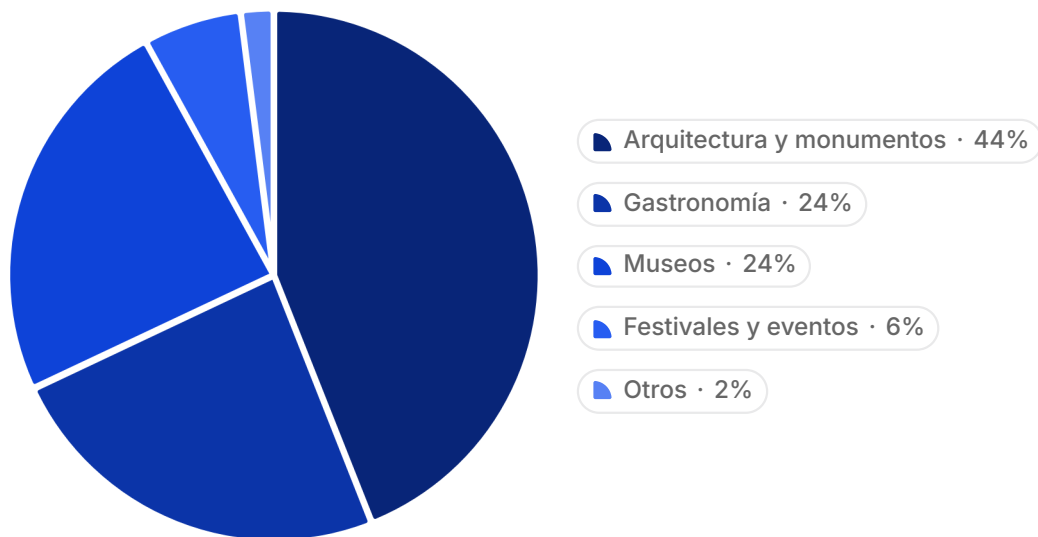
## Tipo de Alojamiento



**i** El **24% de los visitantes** se queda más de cuatro noches, lo que indica una estancia prolongada y mayor gasto potencial en las ciudades patrimonio.

# Mayores Atractivos de la Ciudad

La **arquitectura y los monumentos** son el principal atractivo para casi la mitad de los visitantes, seguidos de la gastronomía y los museos, que empatan en segundo lugar.



## 44% – Arquitectura y Monumentos

El patrimonio construido es el principal imán turístico de las ciudades históricas mexicanas.

## 24% – Gastronomía

La cocina local es un atractivo de primer orden, empatado con los museos.

## 24% – Museos

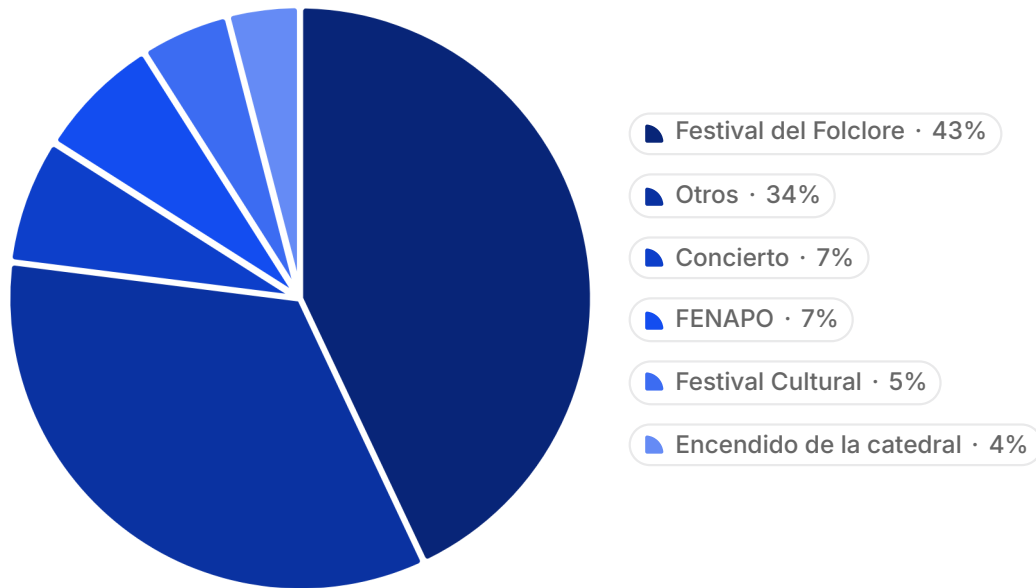
La oferta museística es valorada por una cuarta parte de los visitantes. Lo que se ha fortalecido con la Guía de Museos de Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial

## 6% – Festivales y Eventos

Los eventos culturales atraen a un segmento específico de turistas.

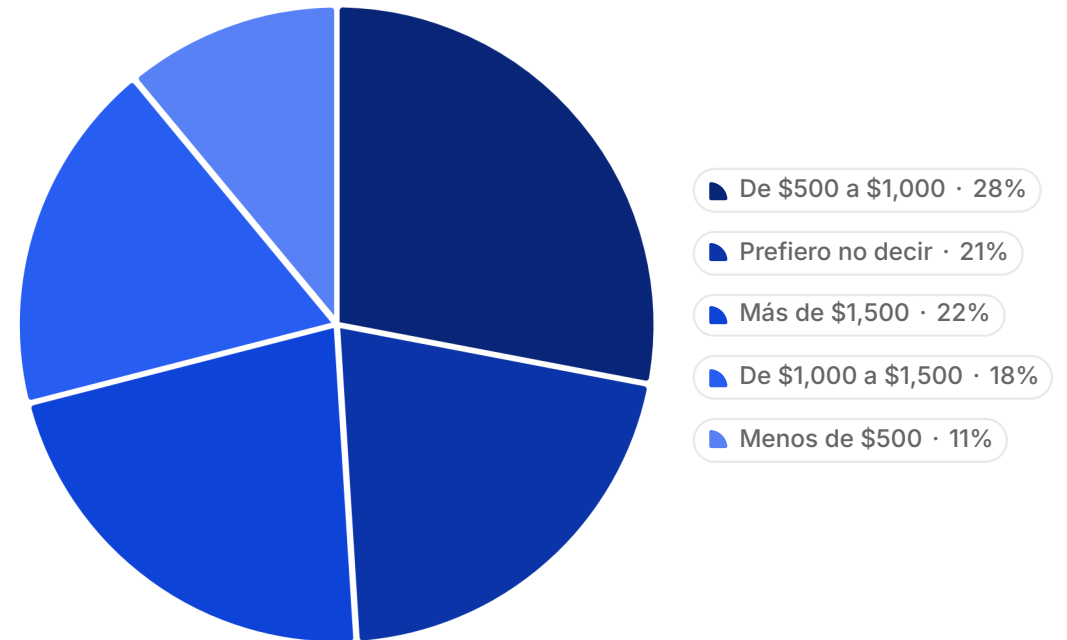
# Festivales Asistidos y Gasto Diario

## Festivales Asistidos



El **Festival del Folclore** concentra el 43% de la asistencia a festivales.

## Gasto Promedio Diario por Persona



El rango más común es **\$500–\$1,000 MXN diarios** (28%), y el 22% gasta más de \$1,500.

# Mejora de la Experiencia a Pie



Cuando se preguntó sobre el **principal elemento que podría mejorar la experiencia peatonal**, la seguridad (19%) y las calles peatonales (18%) encabezan las prioridades, seguidas de la oferta gastronómica (17%).



## Seguridad – 19%

Principal preocupación de los visitantes al caminar por la ciudad.



## Calles Peatonales – 18%

Mayor espacio exclusivo para peatones es muy demandado.



## Restaurantes/Cafeterías – 17%

Ampliar la oferta gastronómica mejoraría la experiencia.



## Oferta de Tiendas – 11%

Mayor variedad comercial es valorada por los visitantes.



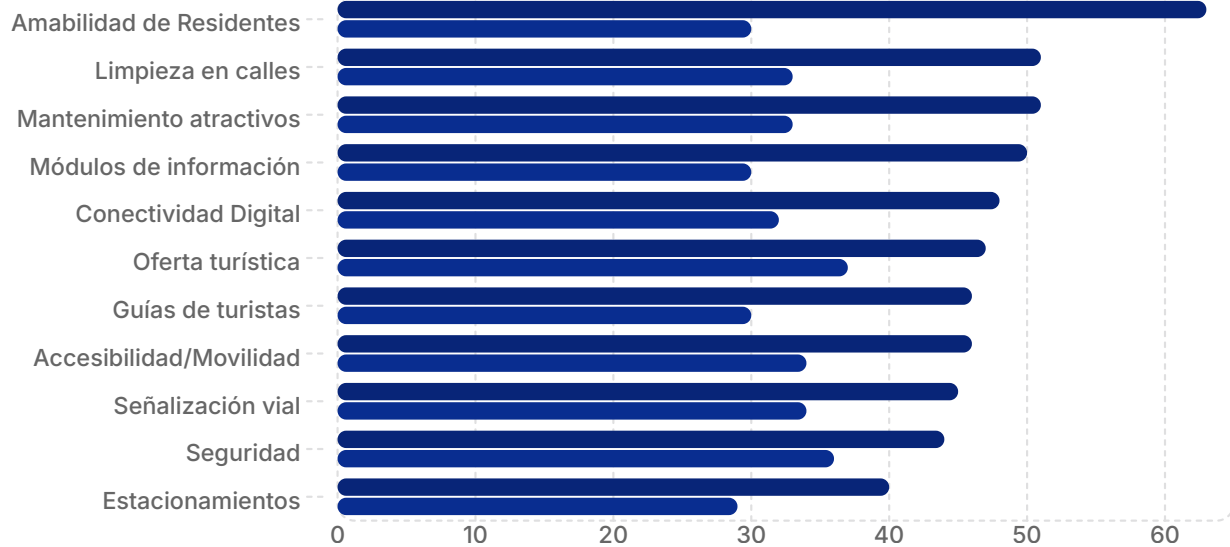
## Limpieza – 8%

La limpieza de espacios públicos también es un factor relevante.

# Calificaciones de Experiencia Turística

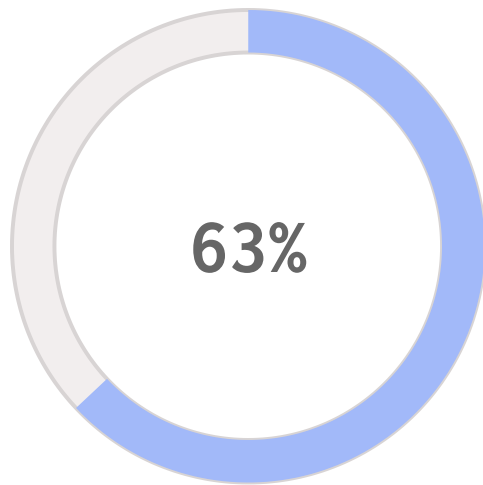
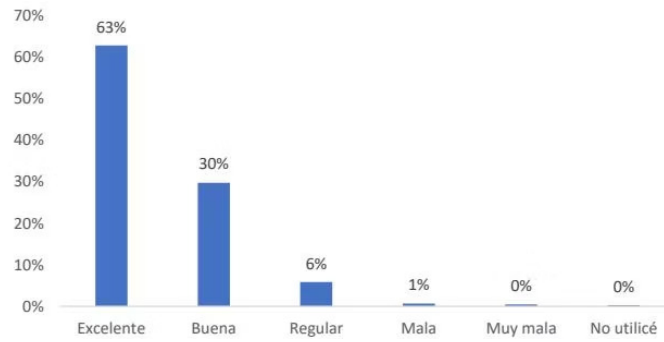
■ Excelente (%)   ■ Buena (%)

Categoría



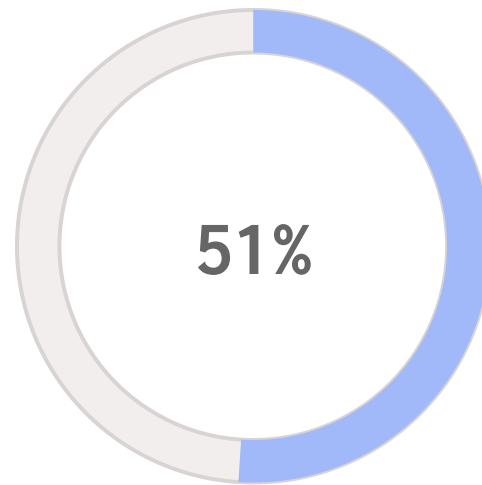
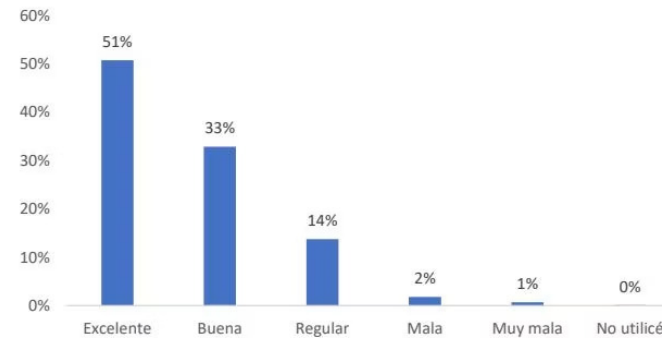
# Detalle de Calificaciones por Indicador

## Amabilidad de Residentes



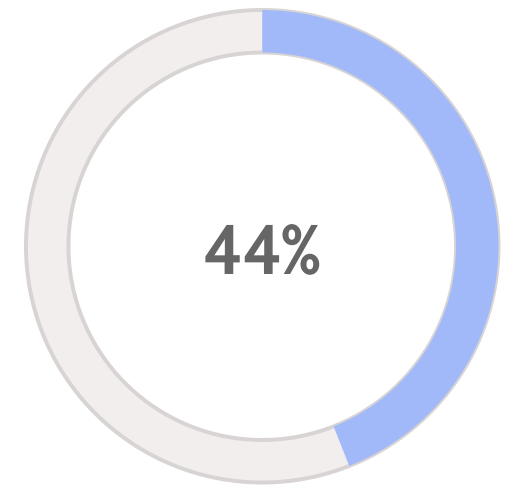
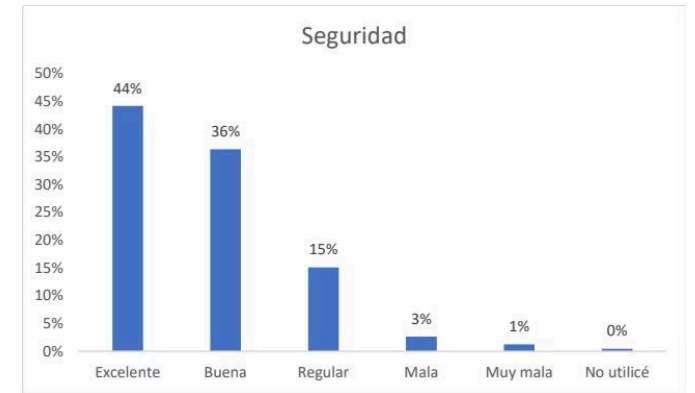
Excelente

## Limpieza en Calles y Espacios Públicos

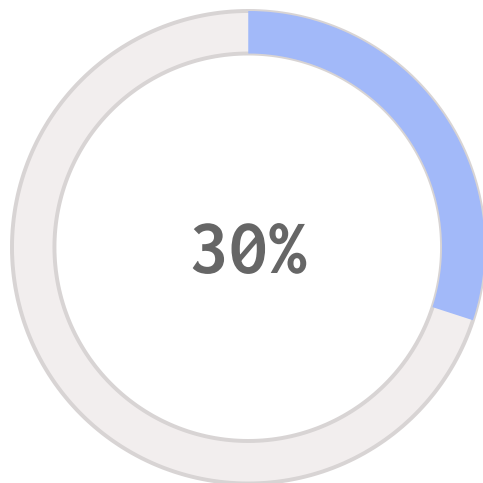


Excelente

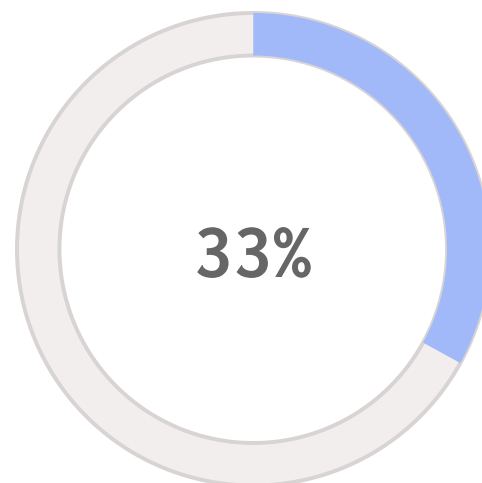
## Seguridad



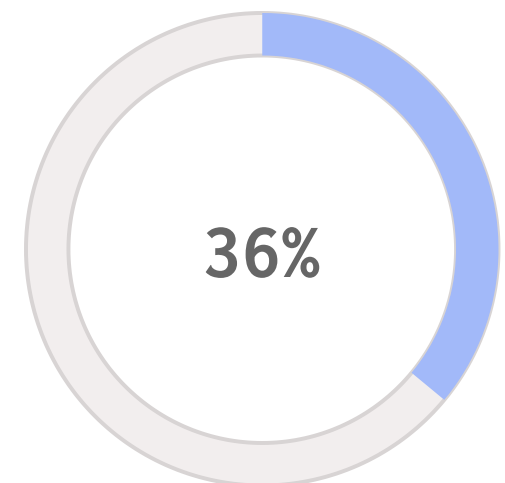
Excelente



Buena



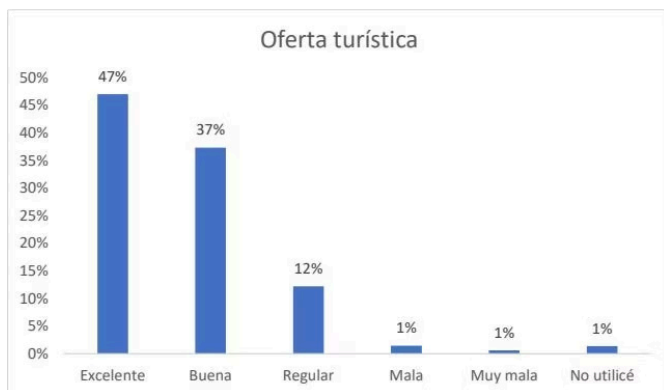
Buena



Buena

# Infraestructura y Servicios Turísticos

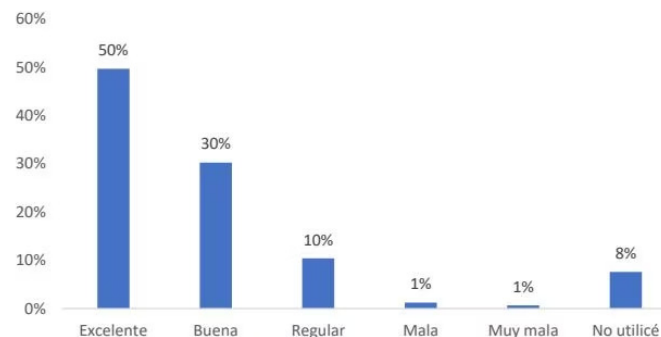
## Oferta Turística



### Oferta Turística

**47%** Excelente · **37%** Buena · **12%** Regular

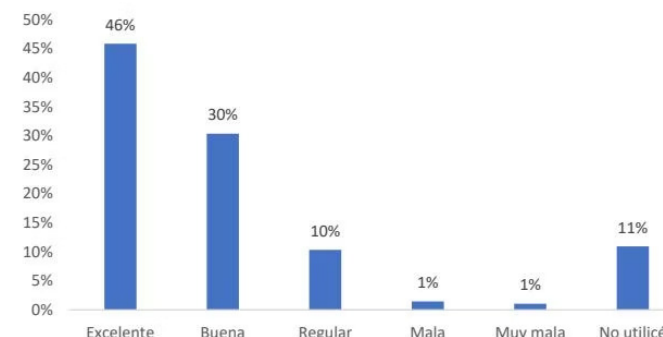
## Módulos de Información Turística



### Módulos de Información

**50%** Excelente · **30%** Buena · **10%** Regular

## Guías de Turistas

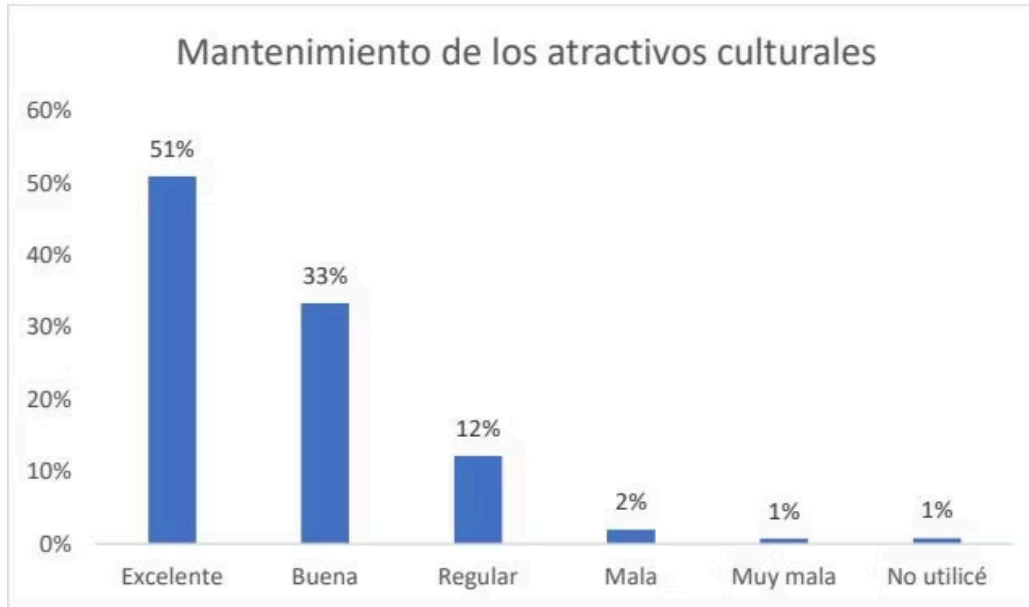


### Guías de Turistas

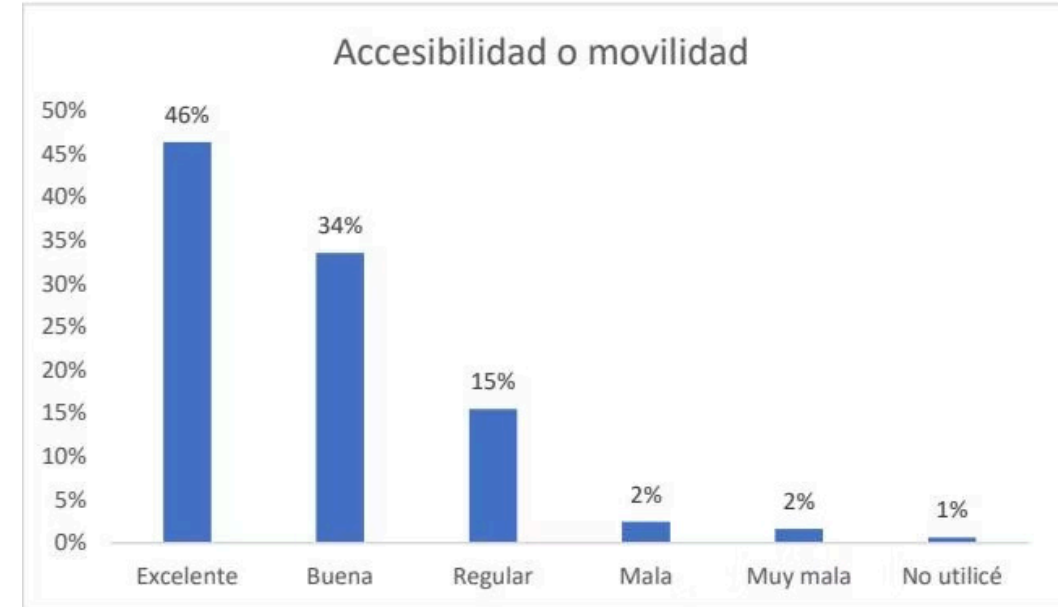
**46%** Excelente · **30%** Buena · **10%** Regular

# Movilidad, Conectividad y Estacionamientos

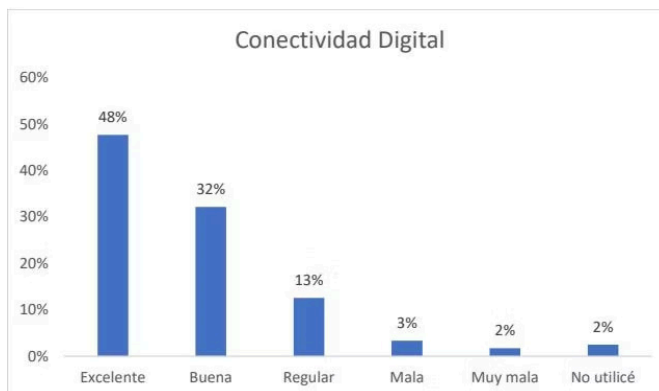
## Mantenimiento de Atractivos Culturales



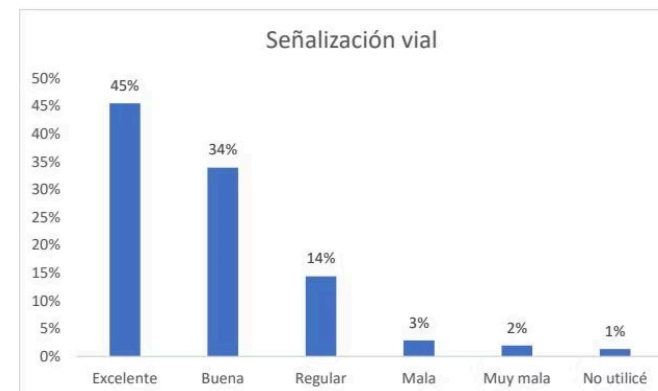
## Accesibilidad o Movilidad



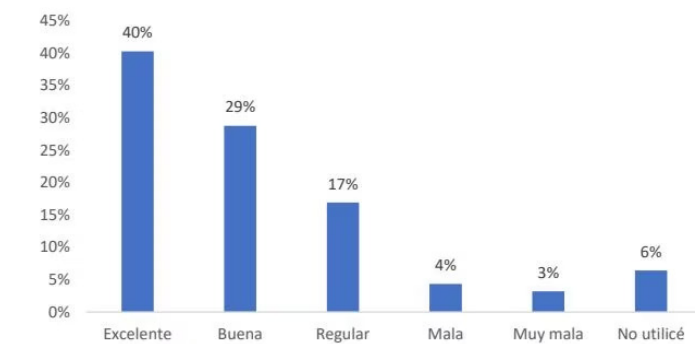
## Conectividad Digital



## Señalización Vial



## Estacionamientos



# Conclusiones Principales

El estudio de **2,909 encuestas** en 11 ciudades Patrimonio Mundial de México revela un panorama turístico muy positivo, con altos niveles de satisfacción y un perfil de visitante diverso y comprometido con el turismo cultural.



## Alta Satisfacción General

La amabilidad de los residentes lidera con un **63% de calificación Excelente**, reflejando la calidez de las comunidades anfitrionas.



## Turismo Familiar y Cultural

El **44% viaja en familia** y el **74% practica turismo cultural**, confirmando el valor del patrimonio como motor turístico.



## Visitante Predominantemente Nacional

El **77% reside en México**, con Guadalajara, CDMX y Querétaro como principales ciudades de origen.



## Áreas de Oportunidad

La **seguridad (19%)** y las **calles peatonales (18%)** son las mejoras más demandadas para enriquecer la experiencia a pie.

- ✓ El **93% de los visitantes** califica la amabilidad de los residentes como Excelente o Buena, y el **84%** valora positivamente la oferta turística — indicadores de una experiencia turística de alta calidad en las ciudades Patrimonio Mundial de México.