



# Perfil del Turista que visita Ciudad de México, 2017

## Reporte Ejecutivo



**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO



Presentación	03
Vitrina Metodológica	05
<b>Resultados</b>	
Perfil prototípico del turista	09
1. ¿De dónde vienen?	15
2. ¿Cómo son?	19
3. ¿Qué hacen en su visita?	24
4. ¿Cómo viajan?	30
5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?	40
6. ¿Cómo perciben a la autoridad turística?	49

- Por sexto año consecutivo, la **Secretaría de Turismo de la CDMX** ha contado con la **Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional** para implementar un estudio cuantitativo sobre el “Perfil del turista que visita la Ciudad de México”.
- Este proceso indagatorio está realizado bajo rigurosos principios metodológicos y busca registrar de manera sistemática y confiable opiniones, percepciones, valoraciones y expectativas de parte de los visitantes a la Ciudad de México.
- Esta investigación pretende generar aprendizajes que permita establecer perfiles de turistas que visitan la Ciudad de México e identificar oportunidades estratégicas y generar insumos analíticos para el desarrollo de políticas y programas en materia turística; más robustas y mejor orientadas, que aporten en favor de una imagen positiva de la Ciudad de México.

- A continuación, la **Escuela Superior de Turismo** presenta un **reporte ejecutivo**, derivado del análisis agregado de los resultados obtenidos de las mediciones realizadas durante los meses de noviembre y diciembre del 2017, con base en las siguientes características metodológicas.



# Perfil del Turista que visita Ciudad de México, 2017

## Vitrina Metodológica



**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO



# Ficha Metodología

Ámbito	Local; Ciudad de México
Metodología	Cuantitativa
Técnica de recolección	Encuesta por muestreo en puntos de afluencia
Tipo de estudio	Longitudinal (mediciones mensuales)
Tipo de muestreo	Polietápico aleatorio, sistemático por conglomerados
Universo de Estudio	Visitantes (no residentes) nacionales o internacionales en estancia de la Ciudad de México, mayores de 18 años.
Unidad de Muestreo	Centros de afluencia de turistas en la Ciudad de México: <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Sitios turísticos</li> <li>ii. Centros de alojamiento y alimentación.</li> <li>iii. Puntos de salida (AICM y Centrales Camioneras)</li> </ol>
Instrumentos de medición	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario estructurado; diseñado por EST-IPN con base en objetivos del proyecto, y de manera conjunta con SECTUR-CDMX.</li> <li>• Duración promedio: 16 minutos.</li> <li>• Se contó con versiones en español e inglés de dicho instrumento, mismas que se aplicaron en el idioma correspondiente.</li> </ul>

# Ficha Metodología

## Trabajo de Campo

- La aplicación de las encuestas fue realizada por un grupo de estudiantes de la **Escuela Superior de Turismo**, principalmente de la especialidad en **Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico**.

## Aseguramiento de Calidad

- Se dispuso de una empresa privada (**SS Neurona S.C.**) para los trabajos de auditoría y aseguramiento de calidad para la adecuada ejecución de los diferentes procesos involucrados en este proyecto; desde la *logística de campo y aplicación de encuestas*, hasta la *captura, depuración y procesamiento estadístico* de los resultados de esta medición.

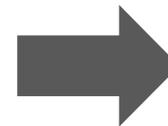
# Ficha Metodología

Tamaño de muestra	1,515 encuestas efectivas, distribuidas en dos mediciones.			
	Noviembre		Diciembre	
	750	±3.65%	765	±3.62

## Confiabilidad de los resultados

- El tamaño y distribución de la muestra permite tener un nivel de confianza del 95% en la tendencia de los resultados y un margen de error agregado a totales de no más del ±3.6% por medición y de ±2.57% acumulado.
- Cálculo hecho con un  $pq$  de 0.5, respectivamente.

Fórmula de Muestreo para calcular márgenes de error



$$e = \sqrt{\frac{(N - n)Z^2 pq}{n(N - 1)}}$$



## Reporte Ejecutivo

# Perfil prototípico del turista que visita CDMX



**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO



## *En general el turista que visita CDMX ...*

- ◆ Es un **adulto joven**; tanto hombres (49%), como mujeres (51%), con edad promedio de 38 años.
- ◆ Siete de cada diez visitantes, tienen menos de 45 años.
- ◆ Principalmente es de **origen nacional** (75%).
- ◆ Son gente que es **generadora de su ingreso**; cuenta con **estudios de nivel medio y superior**.
- ◆ Cuenta con **acceso, uso y apropiación de internet** (89%); lo utiliza prácticamente para todo, incluso para la consulta de información turística y la planeación de sus viajes.
- ◆ La gran mayoría pernoctar (82%).

## *En general el turista que visita CDMX ...*

- ◆ El principal lugar para hospedarse los turistas es **casa de familiares y amigos (54%)**;
  - ◆ Uno de cada cuatro viajeros se aloja en **hoteles (28%)**.
  - ◆ El hospedaje alternativo (alojamiento de particulares) es preferido por uno de cada diez visitantes que se alojan en la ciudad (9%), sobre todo por viajeros de origen internacional.
- ◆ El principal motivo para visitar CDMX es por **vacaciones (33%)**, seguido por **visitar a familiares y amigos (21%)**; en menor medida por **trabajo o negocios (13%)**.
- ◆ Lo que más gusta a los visitantes de la CDMX es su **Patrimonio Histórico y Cultural (36%)**, **su Arquitectura y Urbanismo (20%)**, **así como la Diversidad Turística (14%) y su Gastronomía (14%)**.

## *El turista nacional que visita CDMX ...*

- ◆ Al turista que viaja a CDMX le gusta pasear; declara que durante su estancia le apetece **Visitar Lugares Turísticos** (24%), **Conocer la Ciudad** (19%) y **Visitar Museos** (18%).
- ◆ La gran mayoría de los turistas nacionales declaran visitar regularmente la ciudad (87%); muchos de ellos pernoctan, principalmente con familiares y amigos (65%), registrando estancia promedio de 7 noches en la ciudad.
- ◆ Tres de cada cuatro viajeros de origen nacional arriba a la CDMX en Autobús (73%); y el principal medio de transporte interno es el STC (58%), seguido por el taxi (17%).
- ◆ El gasto promedio diario de los turistas es de \$788 MXN.

## *El turista internacional que visita CDMX ...*

- ◆ La mayoría de los turistas internacionales vienen del continente americano (78%). El país que genera más visitantes a CDMX es Estados Unidos (25%).
- ◆ Prácticamente todos los viajeros foráneos que llegan a CDMX pernoctan en la ciudad (98%), registrando una estancia promedio de once noches.
- ◆ Un 35% son viajeros que han visitado anteriormente CDMX .
- ◆ Nueve de cada diez arriba a la ciudad en avión, (92%) y se movilizan en transporte público ya sea en STC y Taxi o Uber.
- ◆ El gasto promedio diario de los viajeros foráneos es de \$2,058 MXN.





## Reporte Ejecutivo

### 1. ¿De dónde vienen?



**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO

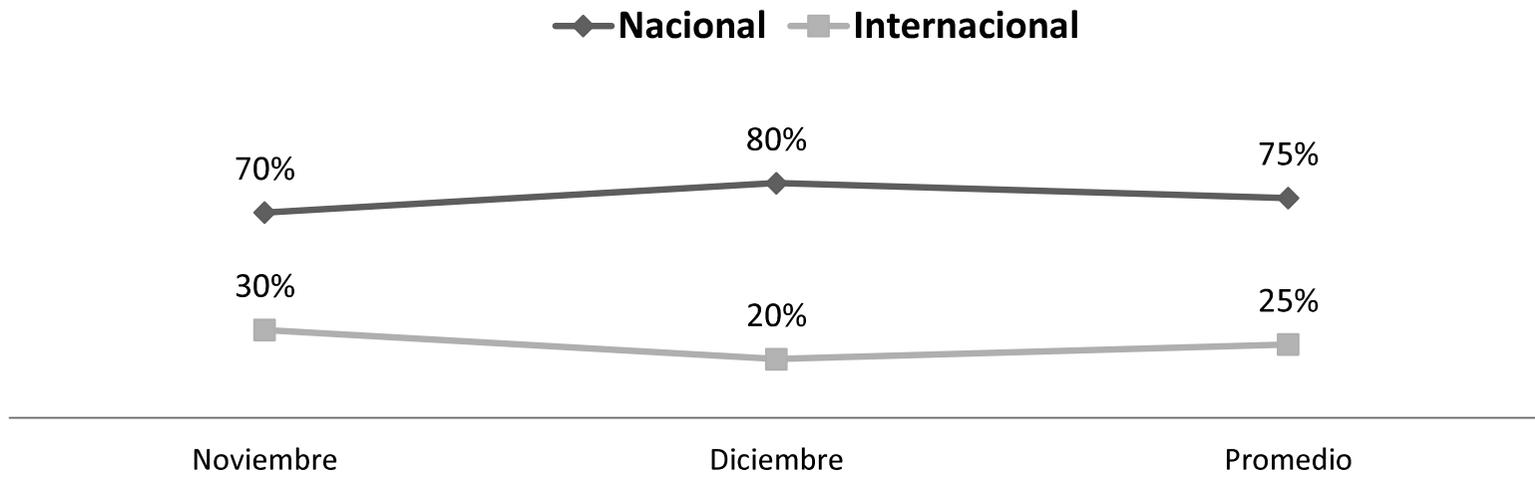


# 1. ¿De dónde vienen?

## Origen del Turista

¿De dónde vienen los turistas que visitan la ciudad?

- ✓ Siete de cada diez turistas que visitan la Ciudad de México son de origen nacional (75%).
- ✓ El mes de noviembre es en el que se registra mayor afluencia de visitantes internacionales.



# 1. ¿De dónde vienen?

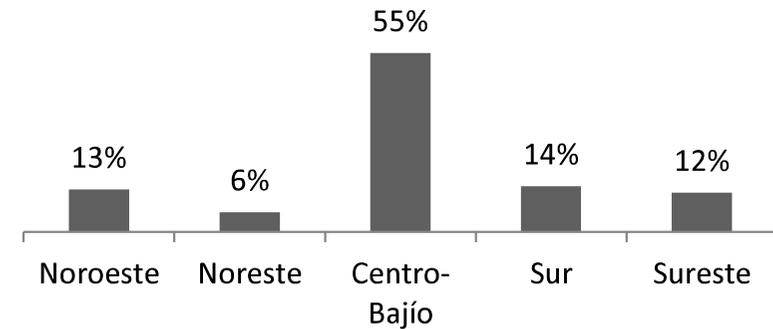
## Origen del Turista

Turista nacional

### ¿De dónde vienen los turistas que visitan la ciudad?

- Si bien llegaron turistas de todo el país, la región Centro-Bajío (55%) es la que registra mayor cantidad de visitantes nacionales.
- Cinco estados aportaron un 41% de los visitantes nacionales que arribaron durante el periodo de análisis.
- El EdoMex es la entidad que generó más visitantes seguido por Hidalgo, Puebla, Veracruz y Jalisco

Distribucion regional del visitante nacional



Top 5	Consolidado Nov – Dic.
Estado de México	10.1%
Hidalgo	8.4%
Puebla	8.1%
Veracruz	8.0%
Jalisco	6.5%

41%

# 1. ¿De dónde vienen?

## Origen del Turista

Turista internacional

¿De dónde vienen los turistas que visitan la ciudad?

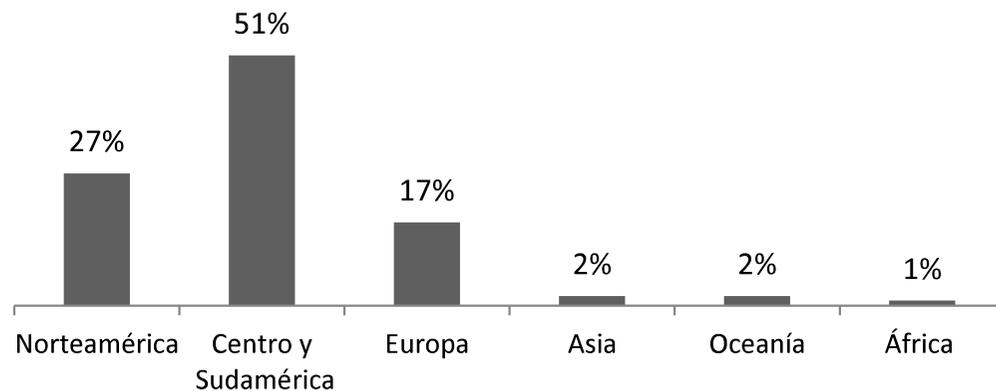
- Se registra la visita de turistas de 47 países. La mayoría son del **continente americano**.
- **Estados Unidos** genera el mayor flujo de turistas a CDMX.

Top 10	Consolidado Abril-Dic
Estados Unidos	24.6%
Colombia	16.0%
Argentina	6.1%
Brasil	5.3%
España	4.8%
Guatemala	4.0%
Perú	3.2%
Costa Rica	2.4%
Alemania	2.4%
Australia	2.4%

71.2%

- En cuanto a turistas europeos, destacan los provenientes de España; en menor medida Alemania.

Distribucion regional del visitante internacional





## Reporte Ejecutivo

### 2. ¿Cómo son?



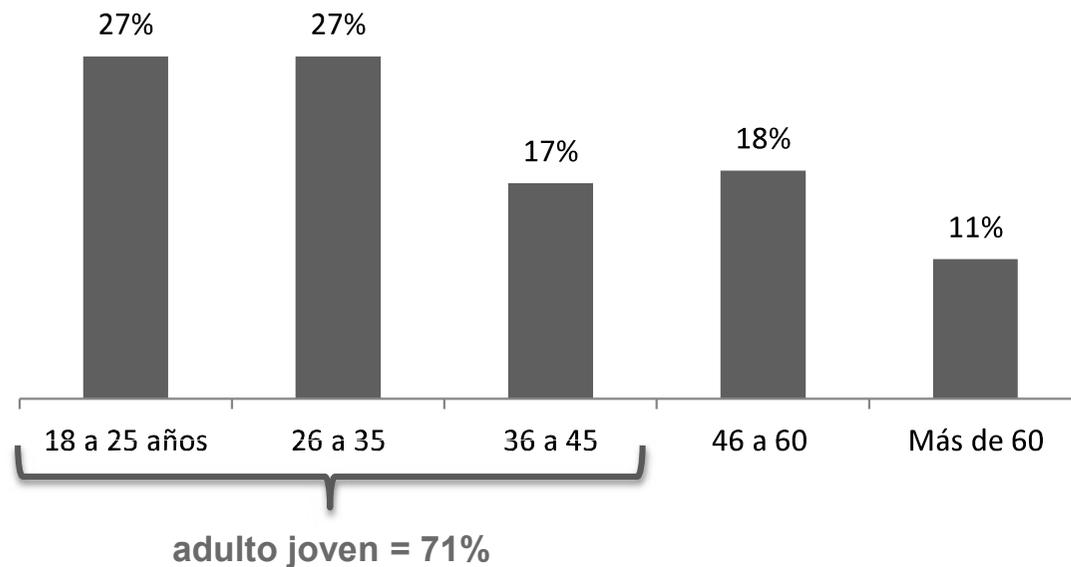
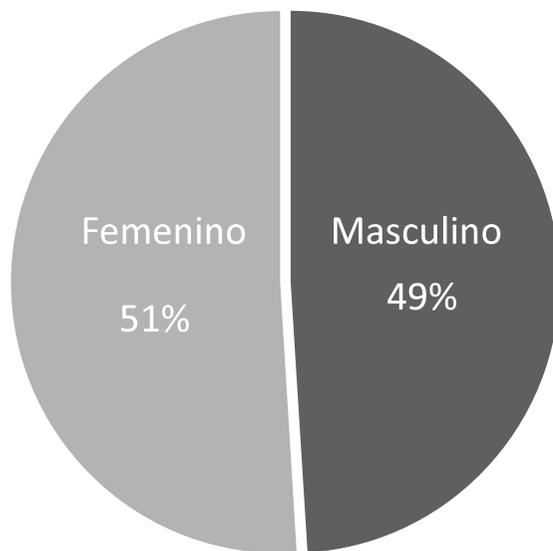
**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO



## 2. ¿Cómo son?

### Género y edad

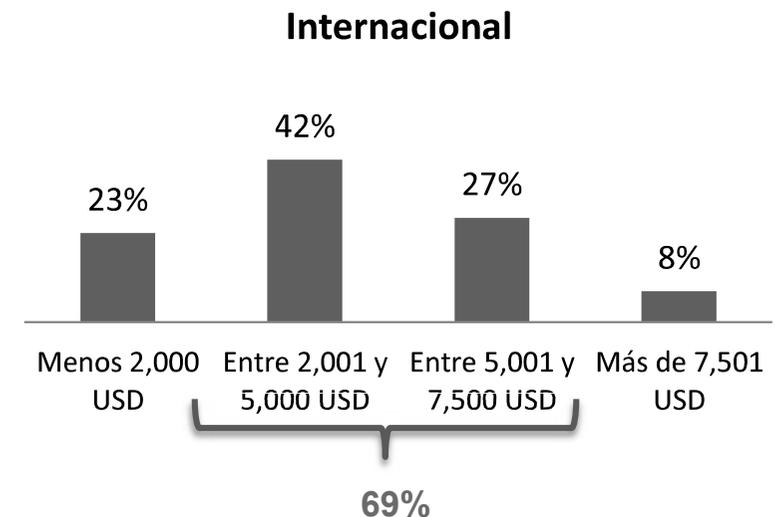
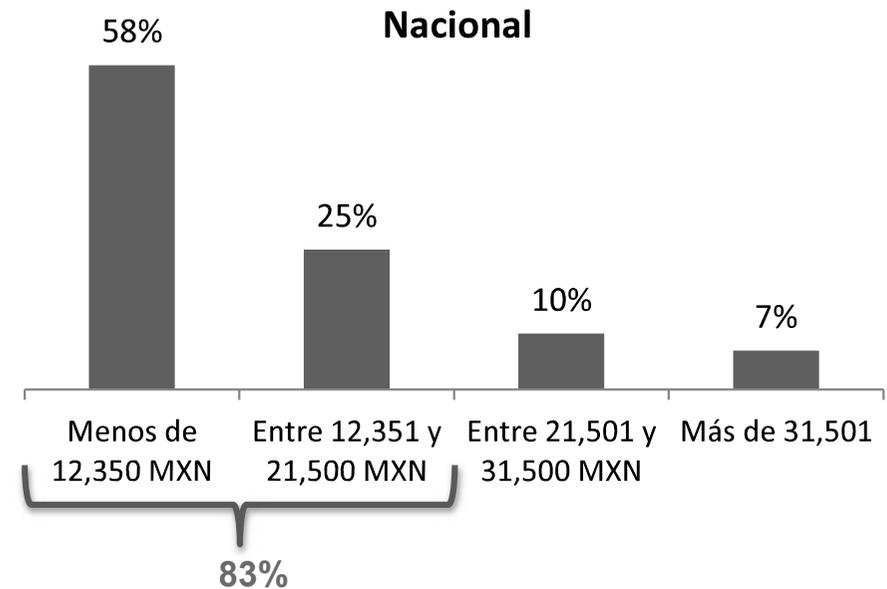
- ✓ En gran medida, la Ciudad de México es visitada por **adultos jóvenes** (71%); es decir, entre los 18 y 45 años de edad, sin distinción de género.
- ✓ El promedio de edad del visitante a la Ciudad de México es de 38 años.



## 2. ¿Cómo son?

### Ingreso

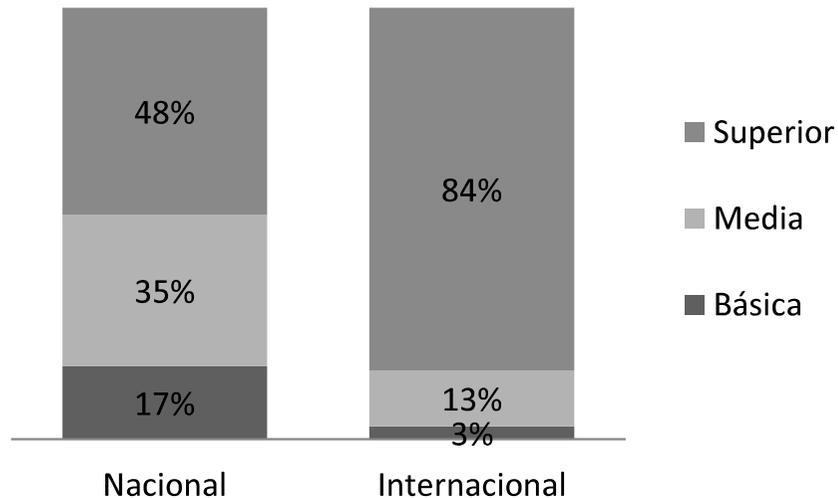
- ✓ Ocho de cada diez de los visitantes nacionales declaran tener ingresos no mayores a los 21,500 pesos.
- ✓ Siete de cada diez de los visitantes internacionales declaran tener ingresos no mayores a los 7,500 dólares americanos.



## Escolaridad y uso de Internet

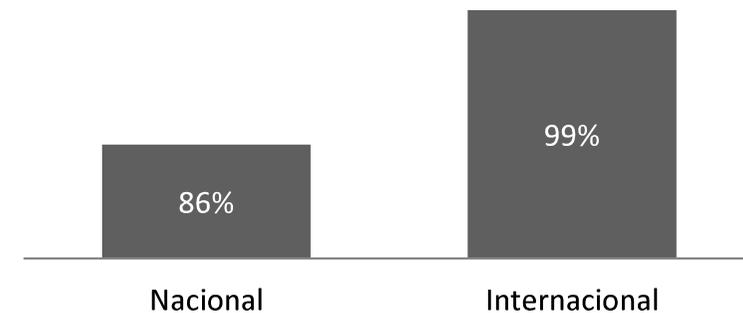
- ✓ La mayoría de los visitantes a la Ciudad de México cuentan con **estudios medios y superiores**.
- ✓ Los estudios superiores se incrementa en el caso de los turistas internacionales.

### Nivel de escolaridad



- ✓ En términos generales, son **usuarios regulares de internet**, tanto por frecuencia (*todo el tiempo*) como por actividades que realizan con esta tecnología (*hago de todo*).
- ✓ Esta tendencia es más consistente entre viajeros internacionales.

### Usuarios Internet

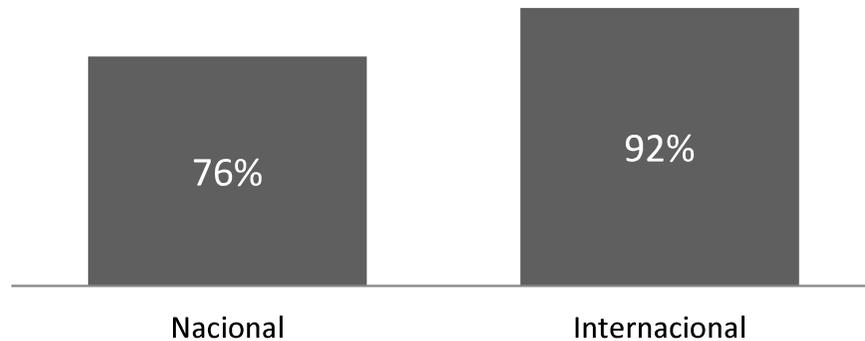


## 2. ¿Cómo son?

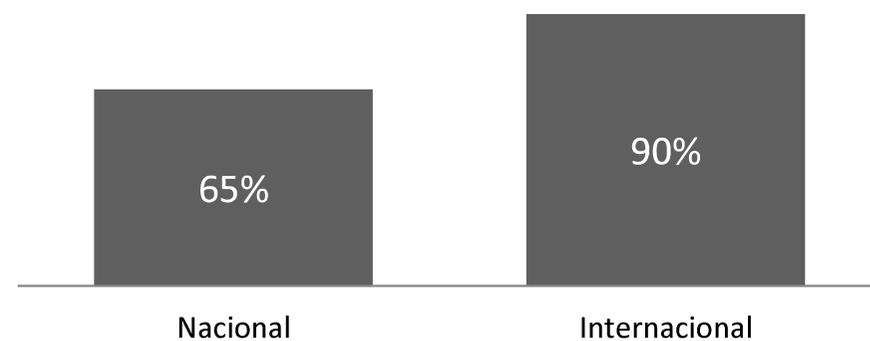
### Uso de Internet

- ✓ La apropiación de internet en la vida cotidiana es alta; incluso en lo referente a la práctica turística. Es decir, también se emplea el Internet para buscar información sobre viajes y destinos, así como para la planeación de los viajes.
- ✓ Este hábito es más común entre viajeros internacionales.

Consulta información en Internet sobre viajes y destinos  
(% SI)



Usa Internet para planear sus viajes  
(% SI)





## Reporte Ejecutivo

### 3. ¿Qué hacen en su visita?

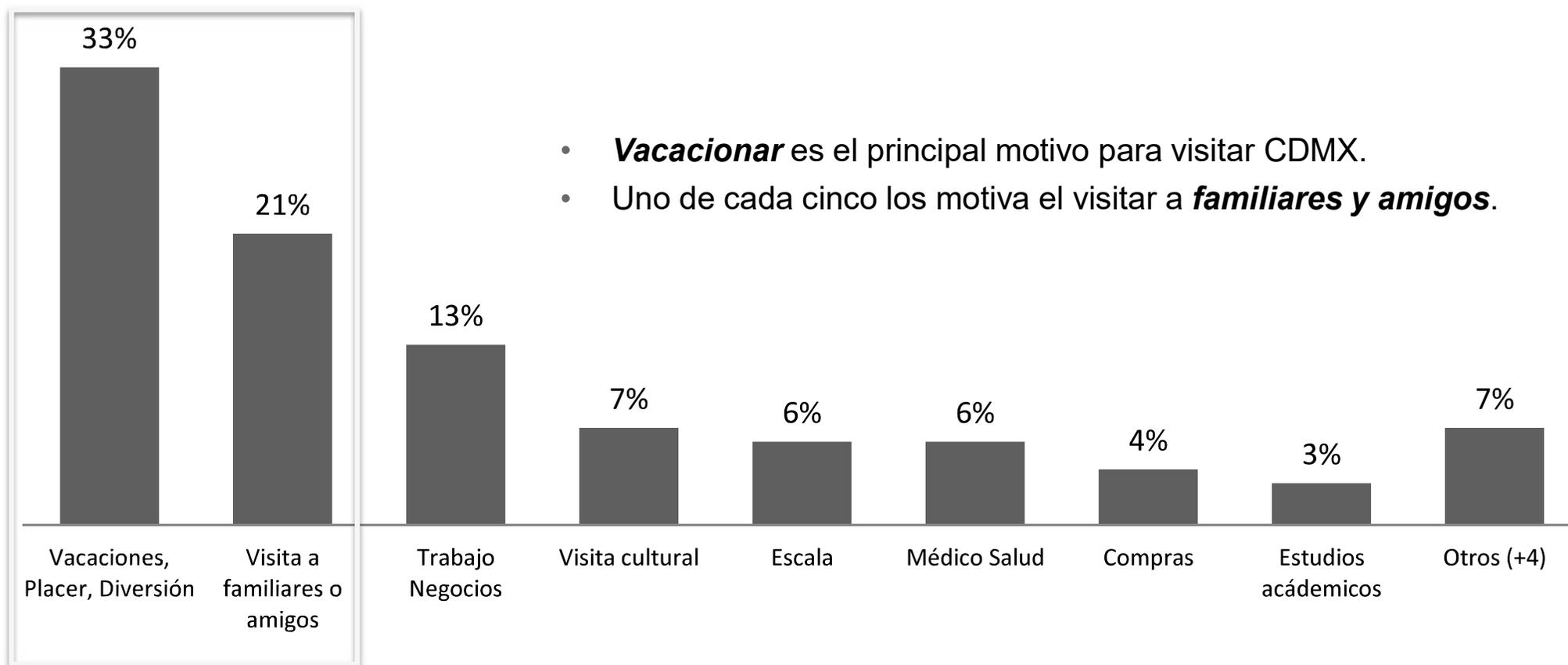


**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO



### 3. ¿Qué hacen en su visita?

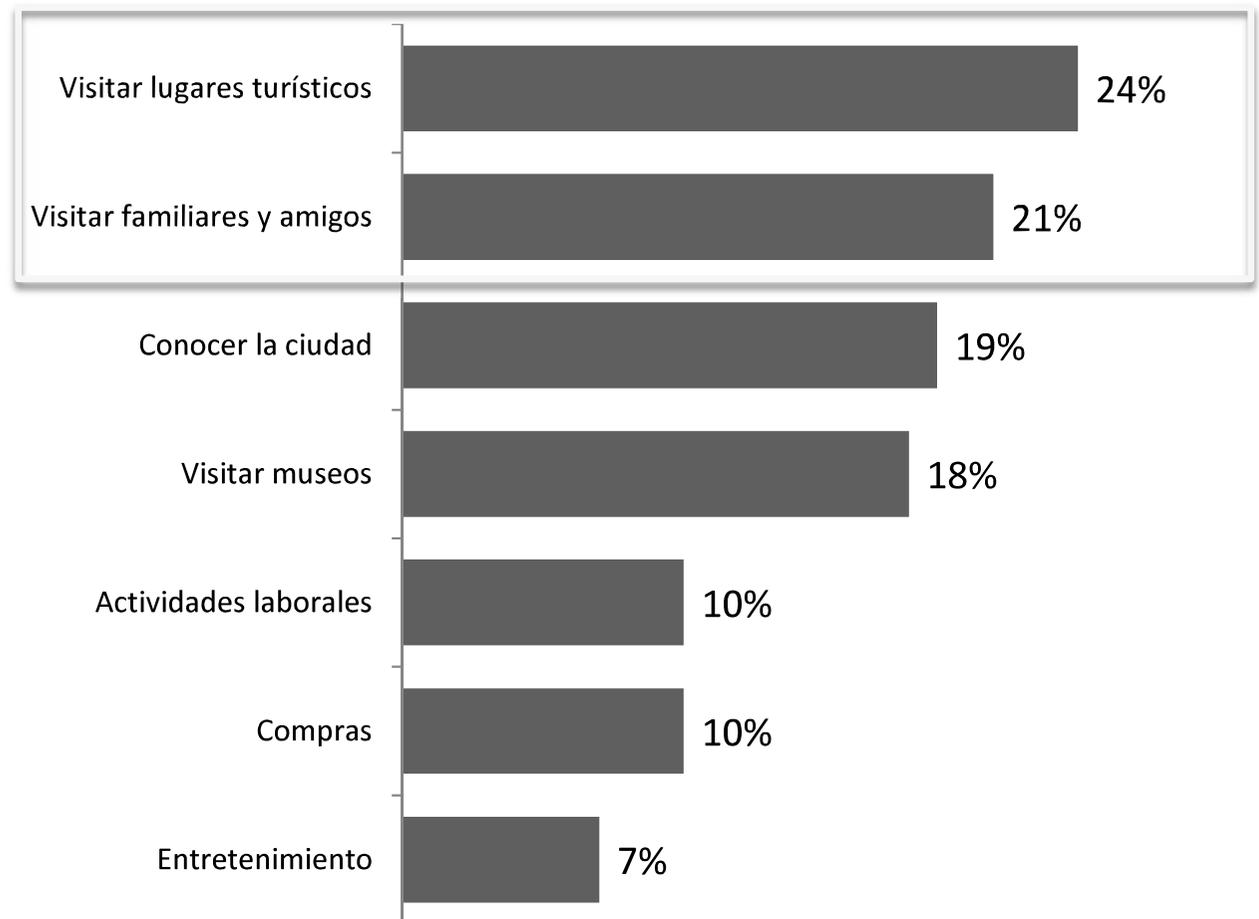
## Motivo de la visita



### 3. ¿Qué hacen en su visita?

## Principales actividades

¿Qué tipo de actividades realiza durante su estancia ...?



- A decir de las actividades que realizan los consultados, se puede asegurar que la Ciudad de México provoca a sus visitantes a salir a caminar sus calles; a conocerla; a visitar sus atractivos.

### 3. ¿Qué hacen en su visita?

## Movilidad interna

- Para la movilidad interna el medio de transporte más utilizado es el STC, sin distinción de su medio de transporte de arribo.
- El taxi es el segundo medio más utilizado; uno de cada cuatro visitantes lo utilizan.
- El transporte alternativo\* es utilizado, principalmente por quienes arriban en avión.

\* Transporte alternativo: son las aplicaciones de servicio de transporte privado, como por ejemplo Uber y Cabify.

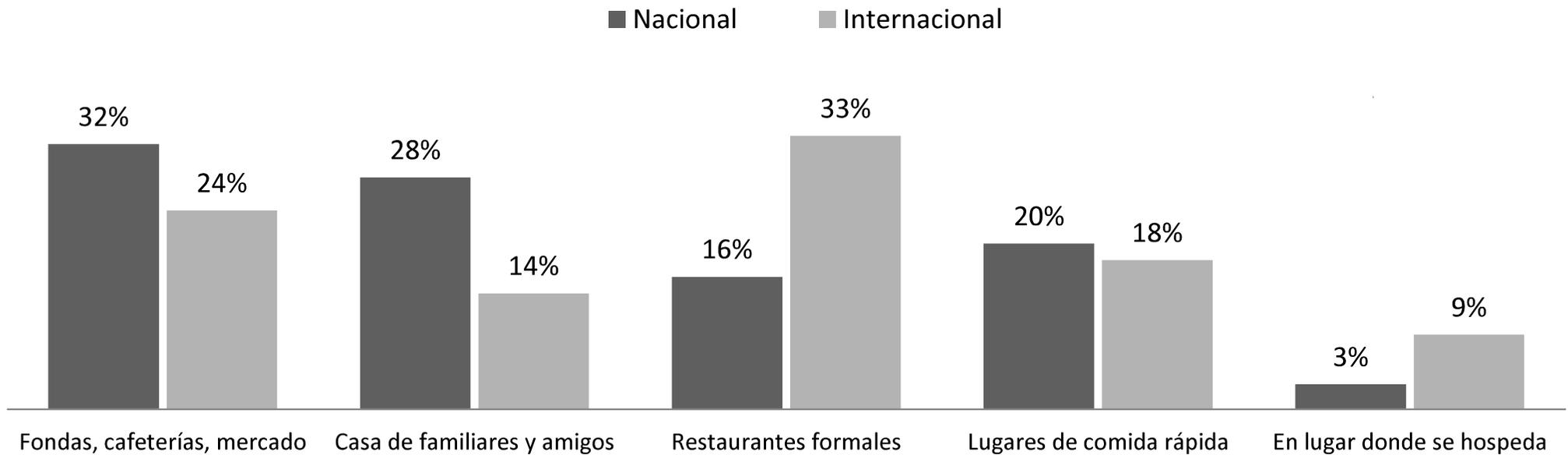
### Consolidado 2017

Medio Transporte	Arribó avión	Arribo en Autobús
STC	28%	39%
TAXI	24%	24%
Metrobús	10%	12%
Transporte alternativo*	27%	10%
Otros (+8)	11%	15%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### 3. ¿Qué hacen en su visita?

## Lugares para comer

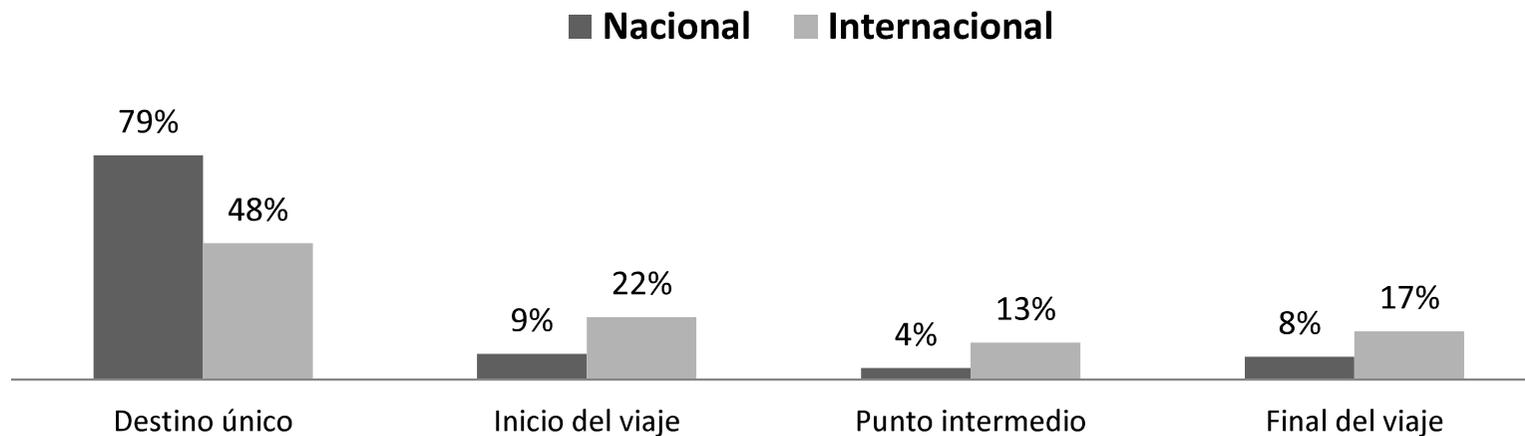
- El turista nacional acostumbra más a comer fuera del lugar de hospedaje.
- En cambio, el viajero internacional expresa mayor preferencia por los restaurante formales.



### 3. ¿Qué hacen en su visita?

## Ciudad de México, destino único

- Para una parte importante de los consultados, **la Ciudad de México es el único destino** de su viaje, sobre todo en el caso de los turistas de origen nacional.
- En cuanto a los turistas **internacionales**, la mitad viaja a otros destinos; aprovechan su estancia en el país y visitan otros lugares del país.





## Reporte Ejecutivo

### 4. ¿Cómo viajan?



**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO

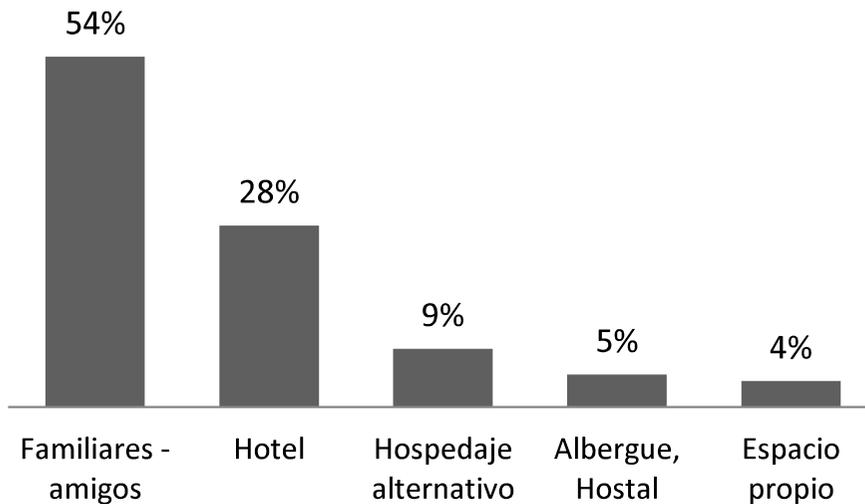


## 4. ¿Cómo viajan?

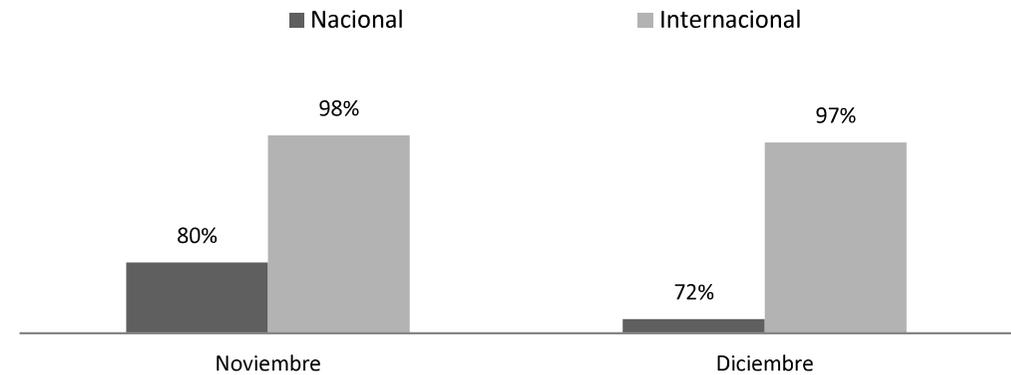
### Estancia y Alojamiento

- ✓ La mayoría de los turistas que visitan la Ciudad de México **pernoctan** en ella.
- ✓ Esta tendencia es mayor en el caso de los turistas internacionales.

¿En dónde se hospeda durante este viaje?



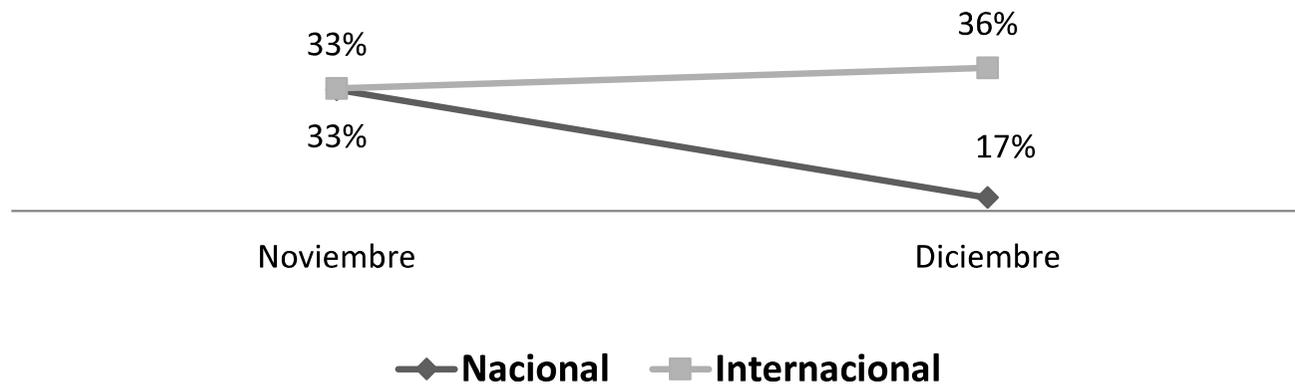
% Pernocta



- ✓ Cinco de cada diez decide alojarse **con Familiares o Amigos.**

## 4. ¿Cómo viajan?

### Alojamiento en Hotel



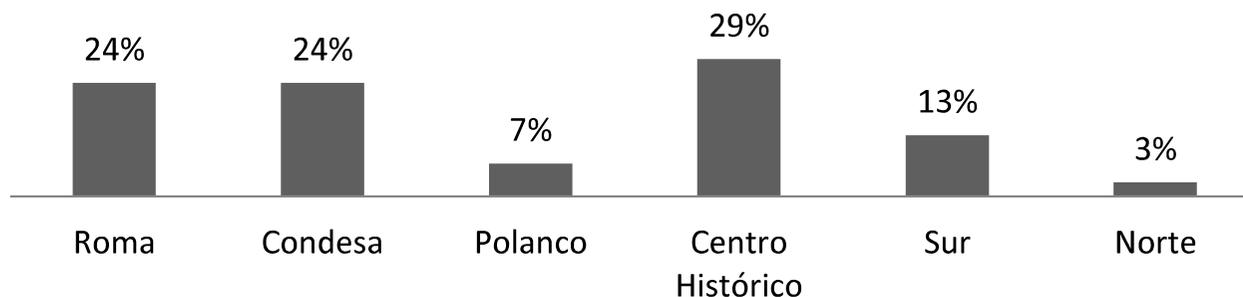
Razones elegir hotel	Consolidado
Ubicación	63%
Precios y promociones	23%
Servicios y prestaciones	7%
Recomendaciones	7%
Es donde siempre llega	6%

- ✓ Entre quienes se alojan en Hoteles, la principal razón para elegir dónde hospedarse es la **Ubicación**.

## Hospedaje Alternativo

- ✓ Más de la mitad de quienes utilizan alojamiento alternativo prefieren alquilar departamentos completos.
- ✓ La zona en la que más se renta hospedaje alternativo es en el Centro Histórico, seguido de las colonias Roma y Condesa.

Su renta fue de...	Consolidado
Departamento completo	54%
Habitación privada	40%
Estudio	4%
Casa completa	2%
Penthouse	1%



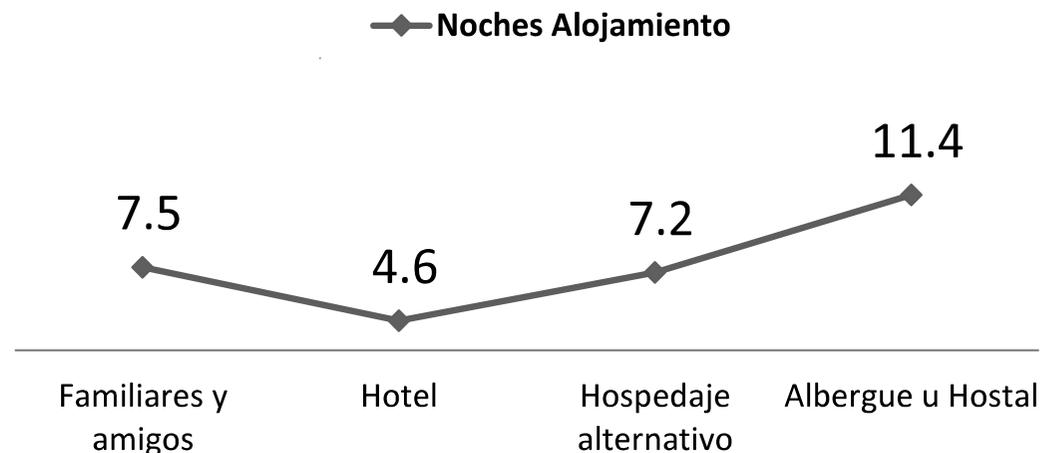
## Duración del viaje

✓ Es mayor la estancia del turista internacional en CDMX con respecto al nacional. Casi la relación es de 2:1.

✓ De igual forma, el tipo de alojamiento también es una variable que influye en el registro de las noches de estancia en la capital del país.

Noches (media)

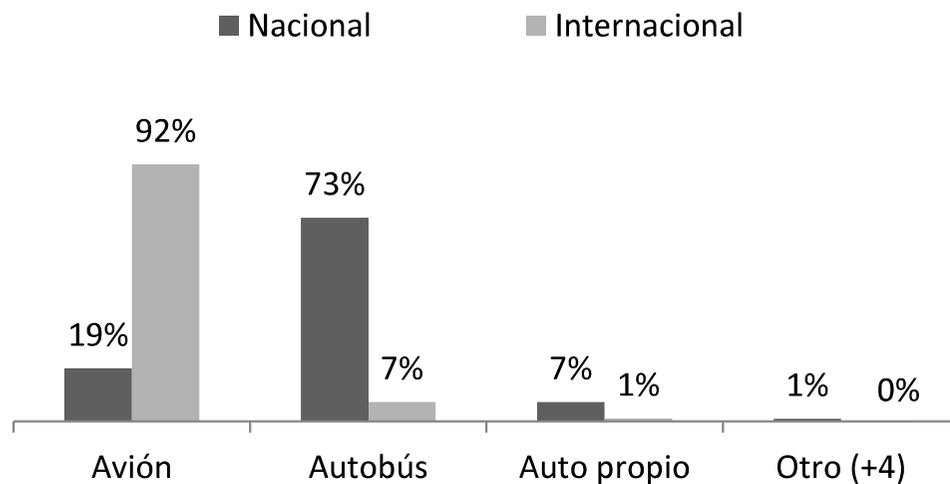
Noches	Totales	Nacional	Internacional
Media	7.9	6.7	10.4
Mediana	4.0	3.0	6.0
Moda	2	2	6



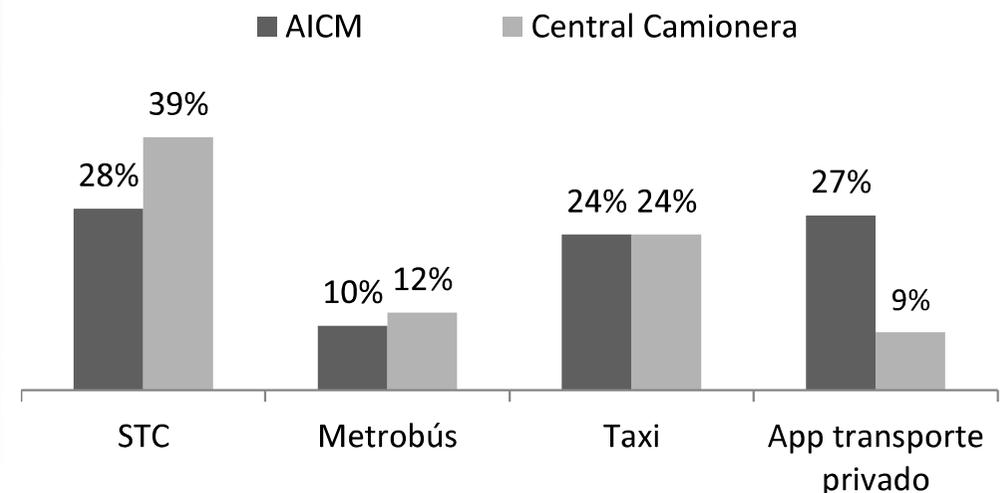
## 4. ¿Cómo viajan?

### Medio de Transporte

- ✓ La mayor parte del turista de origen internacional arriba a CDMX en avión.
- ✓ El principal medio de transporte utilizado por el turista nacional es el autobús.

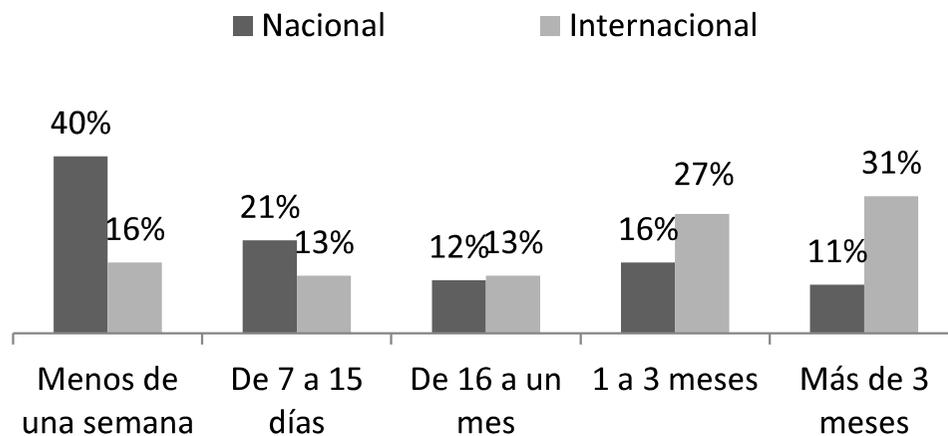


- ✓ En cuanto al transporte interno, quienes arriban en avión a la Ciudad de México (AICM) utilizan el **SCT** e incluso **aplicaciones de transporte privado**; en menor medida el **Taxi**.
- ✓ Quienes llegan en autobús (Centrales camioneras), utilizan principalmente el **STC**.



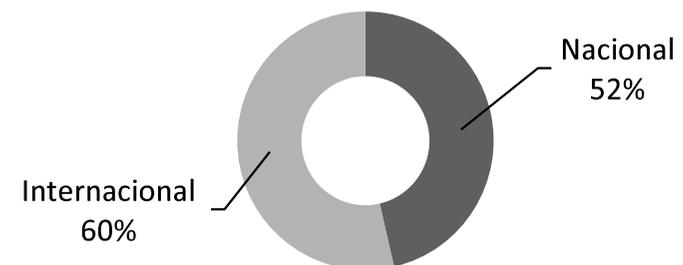
### Planeación del viaje

- ✓ La mayoría de los entrevistados declara haber participado en la **planeación** de su viaje, ya sea solo o con otras personas (75%).
- ✓ En cuanto al tiempo de planeación del viaje a la Ciudad de México, es más común que el turista internacional dedique de uno y hasta tres meses, en tanto que el viajero nacional suele hacerlo en una semana o menos.



- ✓ La mitad de los turistas que visitan CDMX declaran establecer algún **presupuesto** para su viaje. Esta práctica es más recurrente entre viajeros internacionales.
- ✓ La mayoría de estos viajeros señala, al momento de la consulta, haber gastado lo presupuestado.

#### ¿Estableció un presupuesto para el viaje?

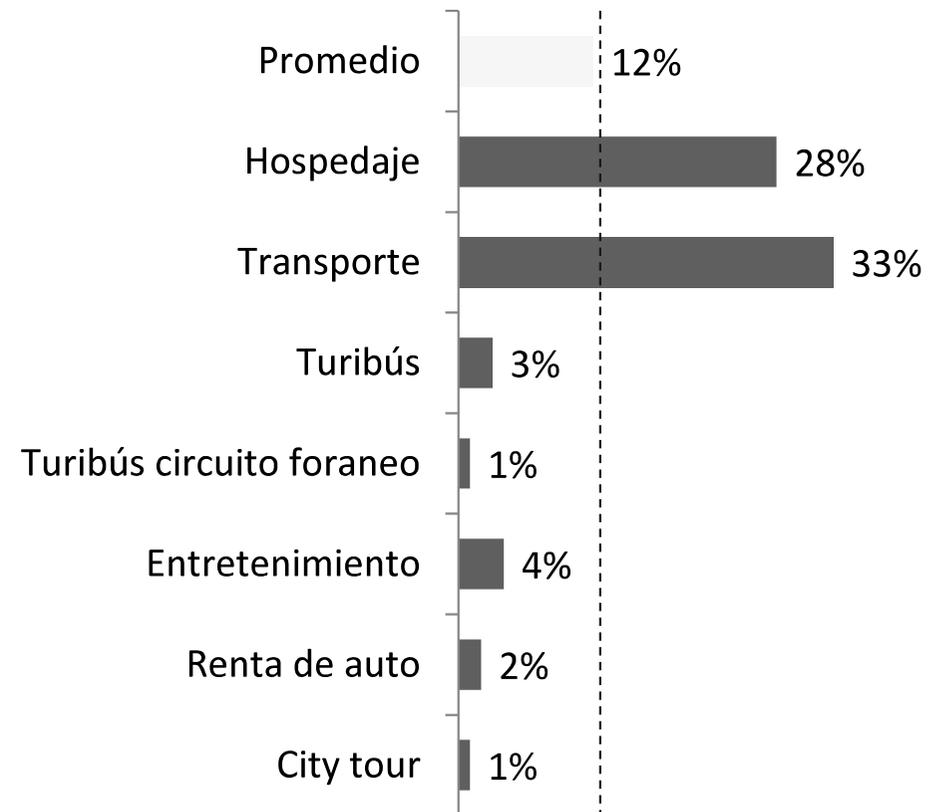


## 4. ¿Cómo viajan?

### Reserva servicios

- Resulta ser escaso el hábito de la reserva de servicios turísticos entre quienes visitan la CDMX (12%).
- Los servicios que más se reservan son transporte y hospedaje, que por cierto se hace directamente con el prestador del servicio a través de su página web.

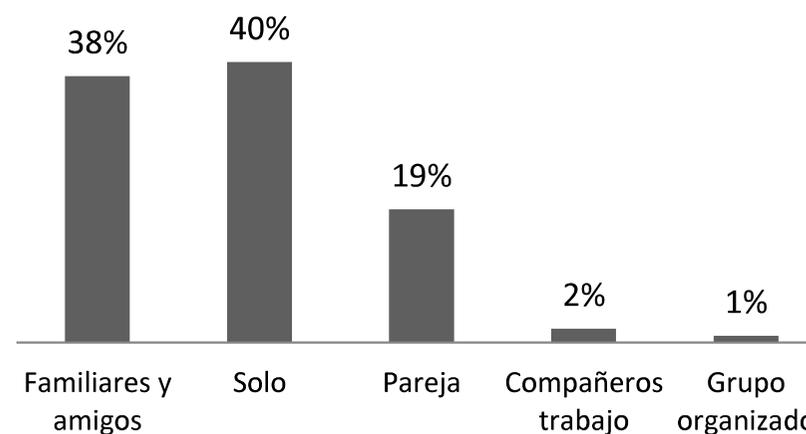
#### HÁBITO DE RESERVA



### Acompañantes

- ✓ En cuanto al acompañamiento, la principal forma de viajar a la Ciudad de México es con **familia o amigos**; en promedio, el tamaño de estos grupos de Familia o amigos oscila entre 3 y 4 miembros.
- ✓ Cuatro de cada diez turistas que viajan a la Ciudad de México, lo hacen solos.

¿Con quién realiza este viaje?



Tamaño del grupo (media)	Nacional	Internacional
Familiares y amigos	3.8	4.1
Compañeros de trabajo	4.9	7.8
Grupo organizado	19.3	45.0

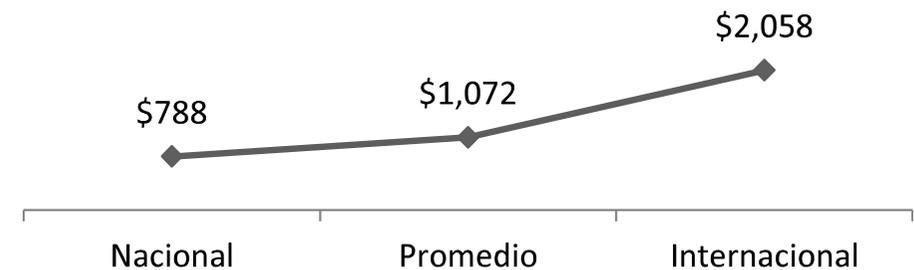
## 4. ¿Cómo viajan?

### Gasto diario

Para efectos de tener mayor claridad en alguna cifra que permita dimensionar una derrama, **se recalculó** el gasto diario por viajero: **gasto total declarado** entre el **número de miembros del grupo**, considerando los **días de estancia** en la Ciudad de México.

De esta manera, el gasto promedio por persona es de cercano a los \$1,072 pesos por día; este monto es significativamente mayor en el caso de turistas internacionales.

El origen del viajero, así como el motivo del viaje expresa diferencias en este monto estimado.





## Reporte Ejecutivo

# 5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?



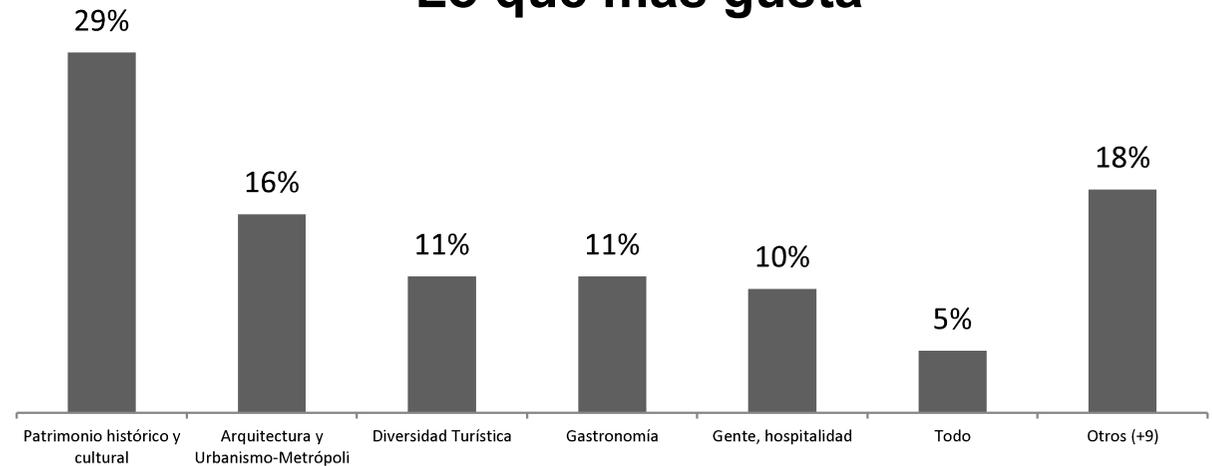
**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO



## 5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

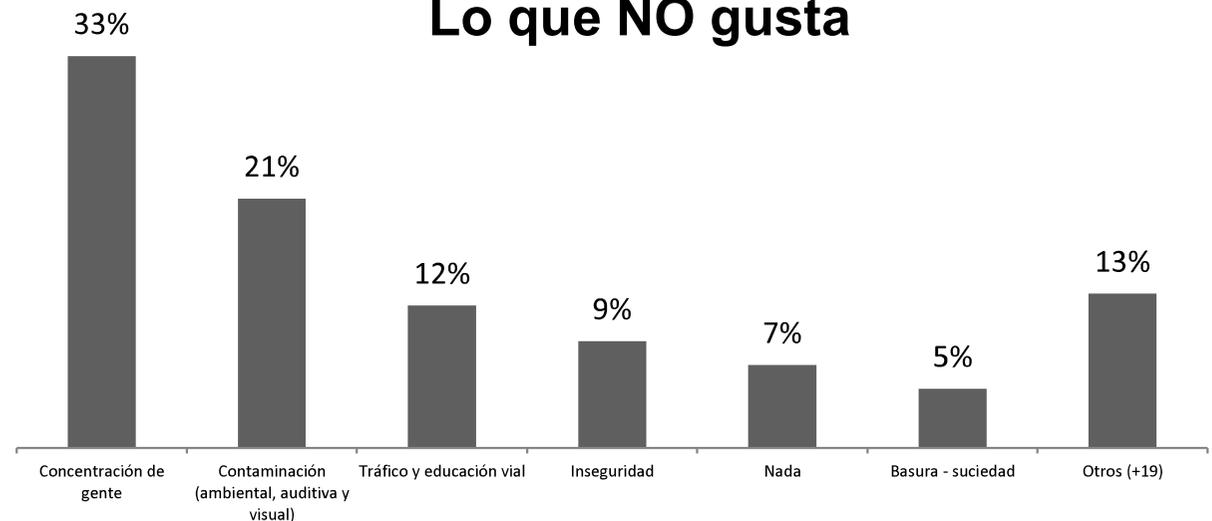
- ✓ El patrimonio cultural e **histórico** es, sin duda, el elemento que más agrada a los turistas que visitan la Ciudad de México.
- ✓ En menor medida se refiere al valor arquitectónico de la metrópoli.
- ✓ Destaca que uno de cada diez visitantes reconoce su aprecio hacia el residente de esta capital.

### Lo que más gusta



- ✓ En contraparte, la mayor crítica hacia la Ciudad de México se orienta hacia la alta concentración de gente.
- ✓ Así mismo, hay un importante rechazo hacia todo lo relacionado con el tema de la contaminación de la Ciudad de México; en menor medida el tráfico y la educación vial.

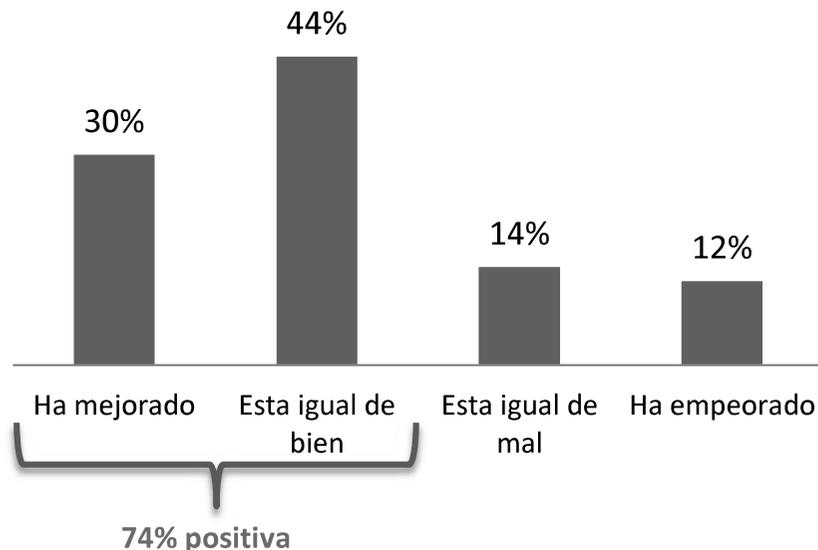
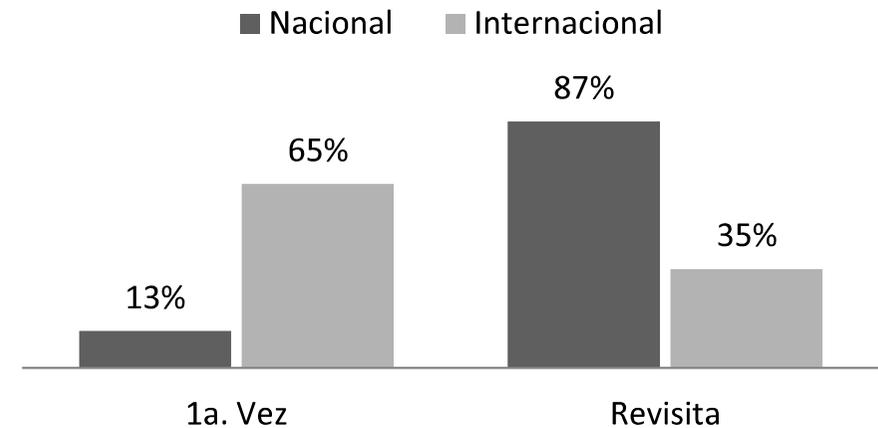
### Lo que NO gusta



## 5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

### Percepción comparativa

- ✓ A lo largo del periodo de evaluación, fue muy común encontrar turistas que han visitado la Ciudad de México con anterioridad, sobre todo si son viajeros de origen nacional.
- ✓ Poco más de seis de cada diez turistas foráneos visitan la ciudad por primera vez.

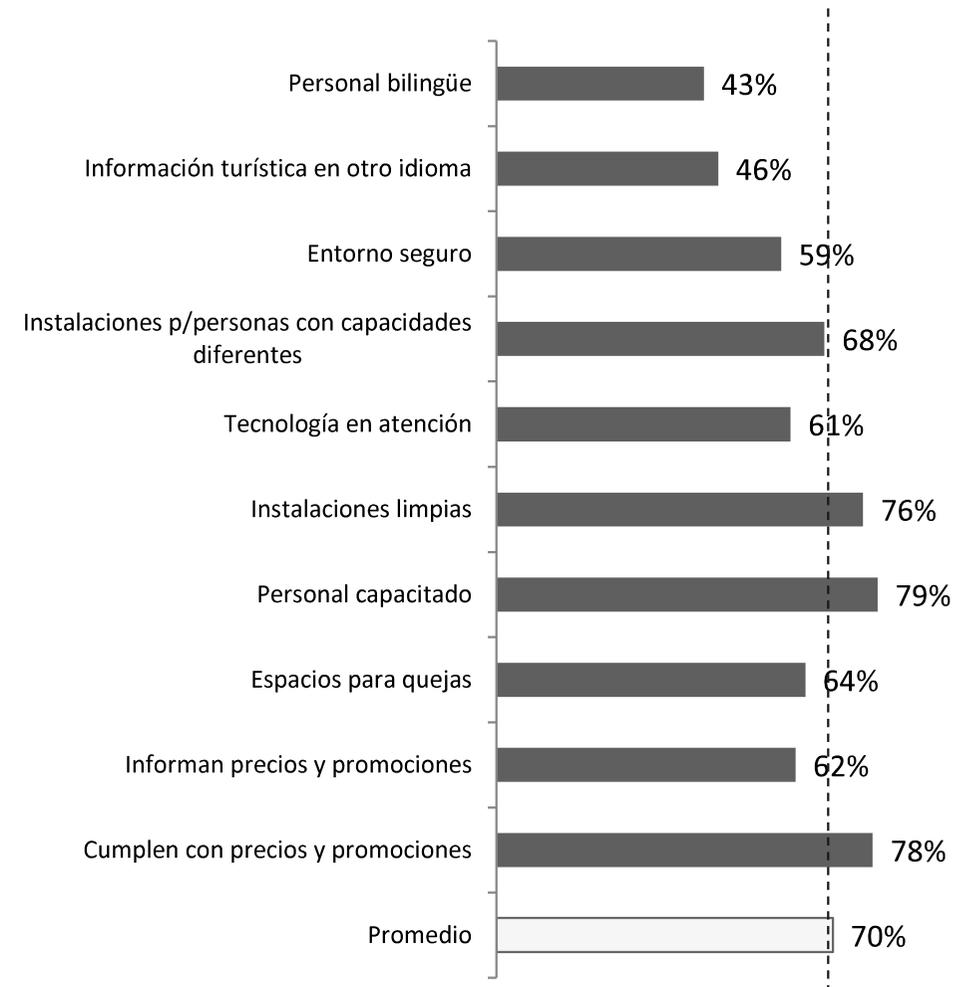


- ✓ A estos turistas que han estado anteriormente en la ciudad, se les solicitó su opinión sobre la ciudad, respecto a su visita anterior. Tres de cada cuatro de estos viajeros ofrecen una comparación positiva hacia la Ciudad de México.

## Prestadores de Servicios Turísticos

### Cumplimiento de obligaciones normativas

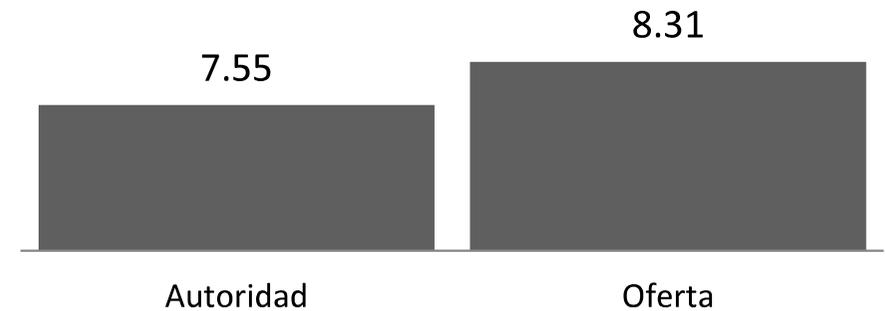
- Se evaluaron diez aspectos relacionados con el **marco regulatorio** para prestadores de servicios turísticos en la Ciudad de México.
- En términos generales, el nivel de cumplimiento percibido por los consultados es **aceptable** (70%).
- Temas relacionados a la atención en otro idioma registran las valoraciones más bajas, junto con la **seguridad** y el **uso de tecnología en procesos de atención a clientes**.



## Prestadores de Servicios Turísticos

Evaluación de la autoridad y la oferta turística

- Se evaluaron cinco aspectos relacionados con la **OFERTA** turística de la Ciudad de México y nueve relacionados con **AUTORIDAD**, es decir, vinculados con requisitos de un entorno turístico.
- En ambos casos, se registran valoraciones muy aceptables, aunque son mejor percibidos los componentes de la oferta, sobre todo lo relacionado con el patrimonio cultural e histórico de la Ciudad de México.
- En cuanto a componentes relacionados con la autoridad, lo mejor evaluado es la **accesibilidad para personas con capacidades diferentes** y la **infraestructura turística**.



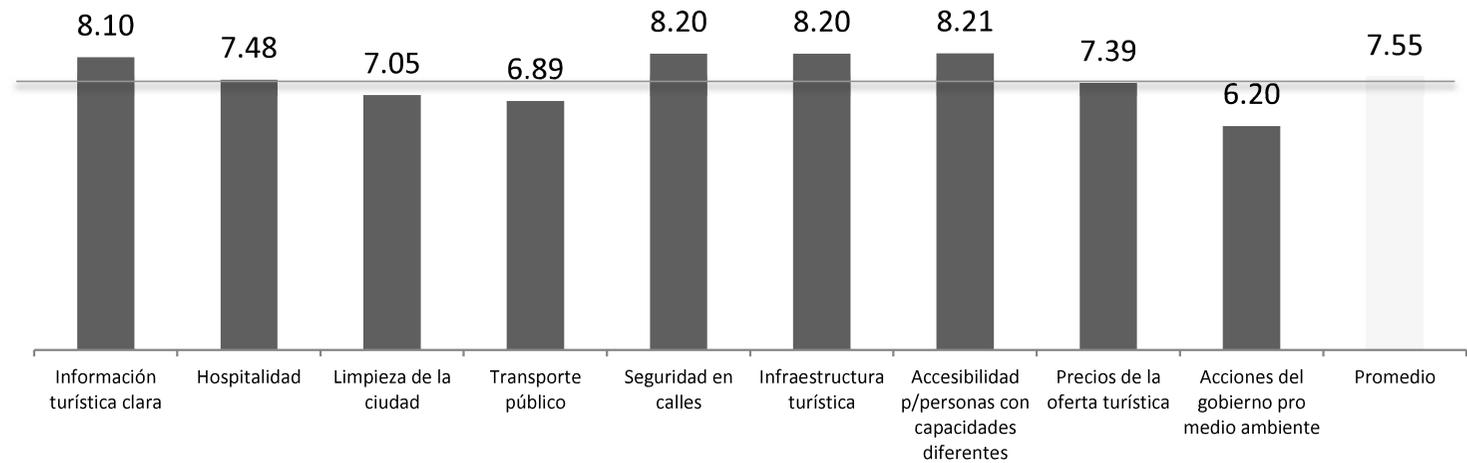
Autoridad	ÍNDICE
Media	7.55
Mediana	7.66
Moda	8

Oferta	ÍNDICE
Media	8.31
Mediana	8.60
Moda	10

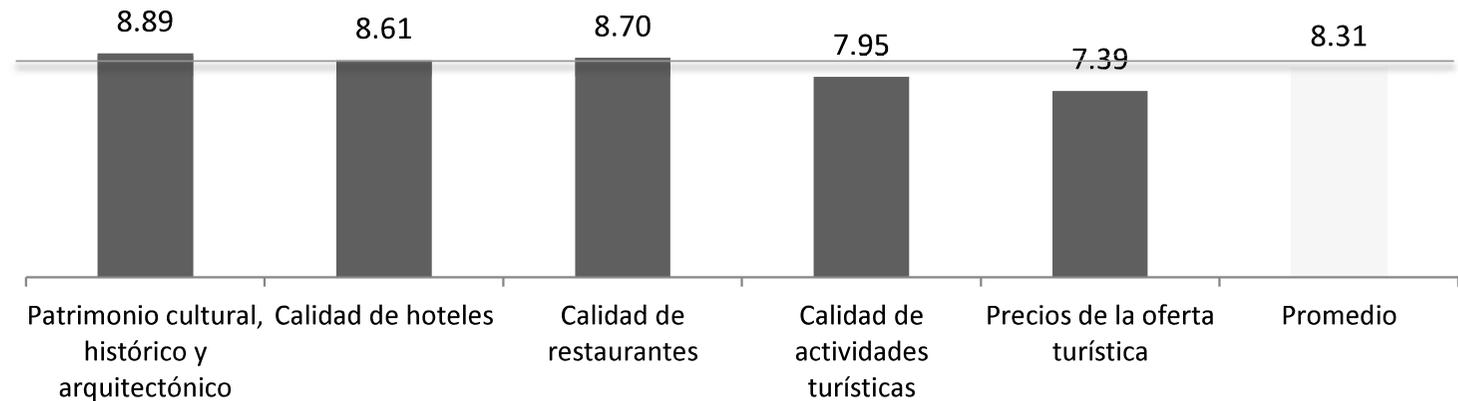
## Prestadores de Servicios Turísticos

Evaluación de la autoridad y la oferta turística

**Componentes de Autoridad**



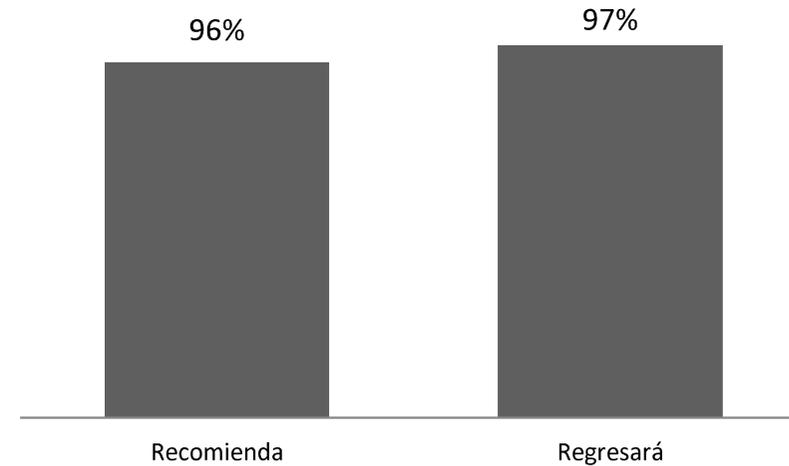
**Componentes de Oferta Turística**



## Experiencia turística

Para efectos de inferir un nivel de satisfacción de los turistas, se les cuestionó si recomendarían a otras personas que visiten la ciudad, y si estarían dispuestos a ellos mismos regresar.

El nivel de respuesta positiva fue muy alto.



Origen del turista		
Sí Recomienda	Nacional	96%
	Internacional	96%
	A totales	96%
Sí Regresaría	Nacional	96%
	Internacional	97%
	A totales	97%

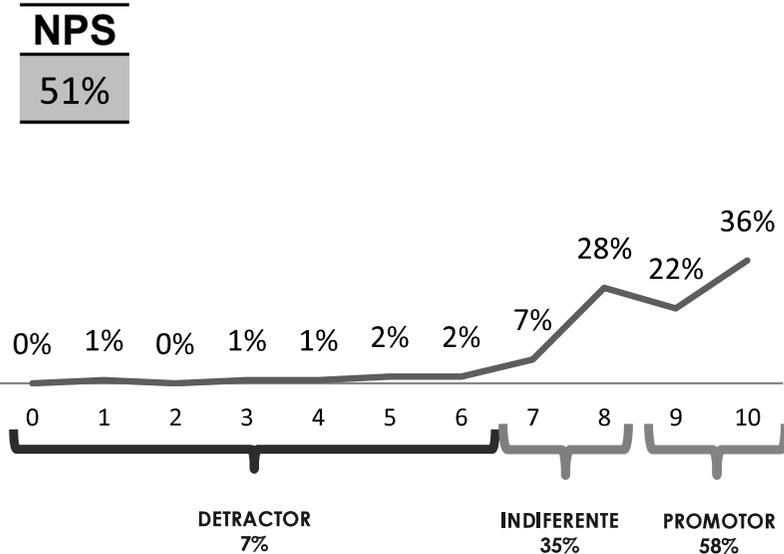
## 5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

### Experiencia turística NPS

Net Promotor Score o NPS mide la posibilidad real de que los turistas que viajaron a la Ciudad de México durante el periodo de evaluación promuevan a sus familiares o conocidos que visiten la ciudad

El NPS es del 51% lo cual es positivo en función de la promoción que la ciudad puede tener en publicidad de boca en boca.

En el mes de noviembre se registra una mejor valoración.



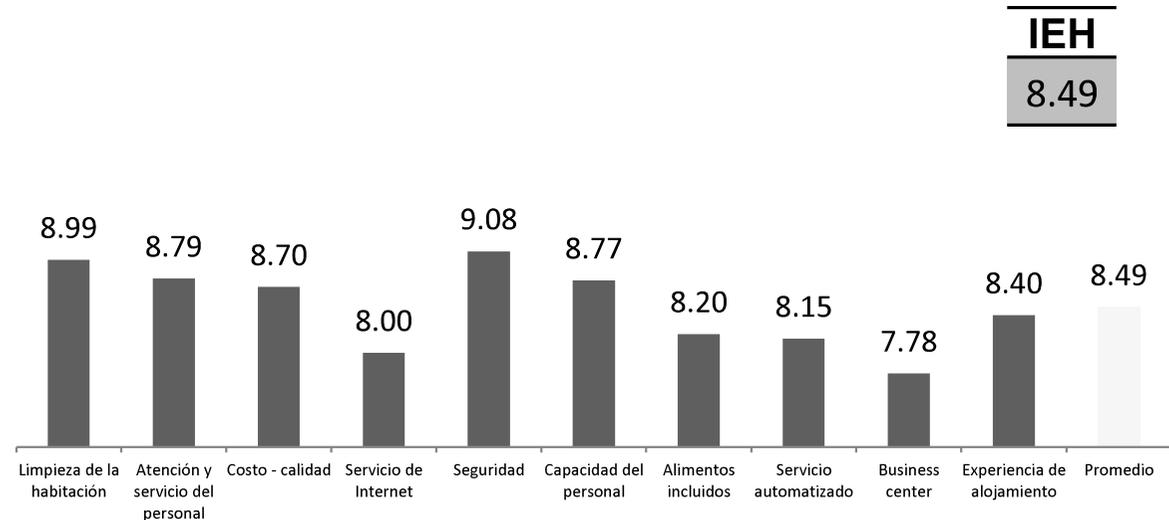
#### Origen del turista

Diciembre	Promotor	52%
	Detractor	7%
	<b>NPS</b>	45%
Noviembre	Promotor	65%
	Detractor	6%
	<b>NPS</b>	59%

## Prestadores de Servicios Turísticos

### Servicios de Hospedaje

Se diseñó un Índice de Evaluación del Servicio de Hospedaje (IEH) en la Ciudad de México, que se compone de diez elementos y fue aplicado exclusivamente a aquellos turistas que se alojaron en este tipo de ofertas.



En términos generales, se observa una calificación muy aceptable, donde además de los aspectos de **limpieza** y **seguridad**, se reconoce positivamente **la atención y servicio**, así como la **capacidad del personal**.

Por otra parte, la calificación más baja corresponde a la apreciación sobre los **servicios de Business center e Internet**.



## Reporte Ejecutivo

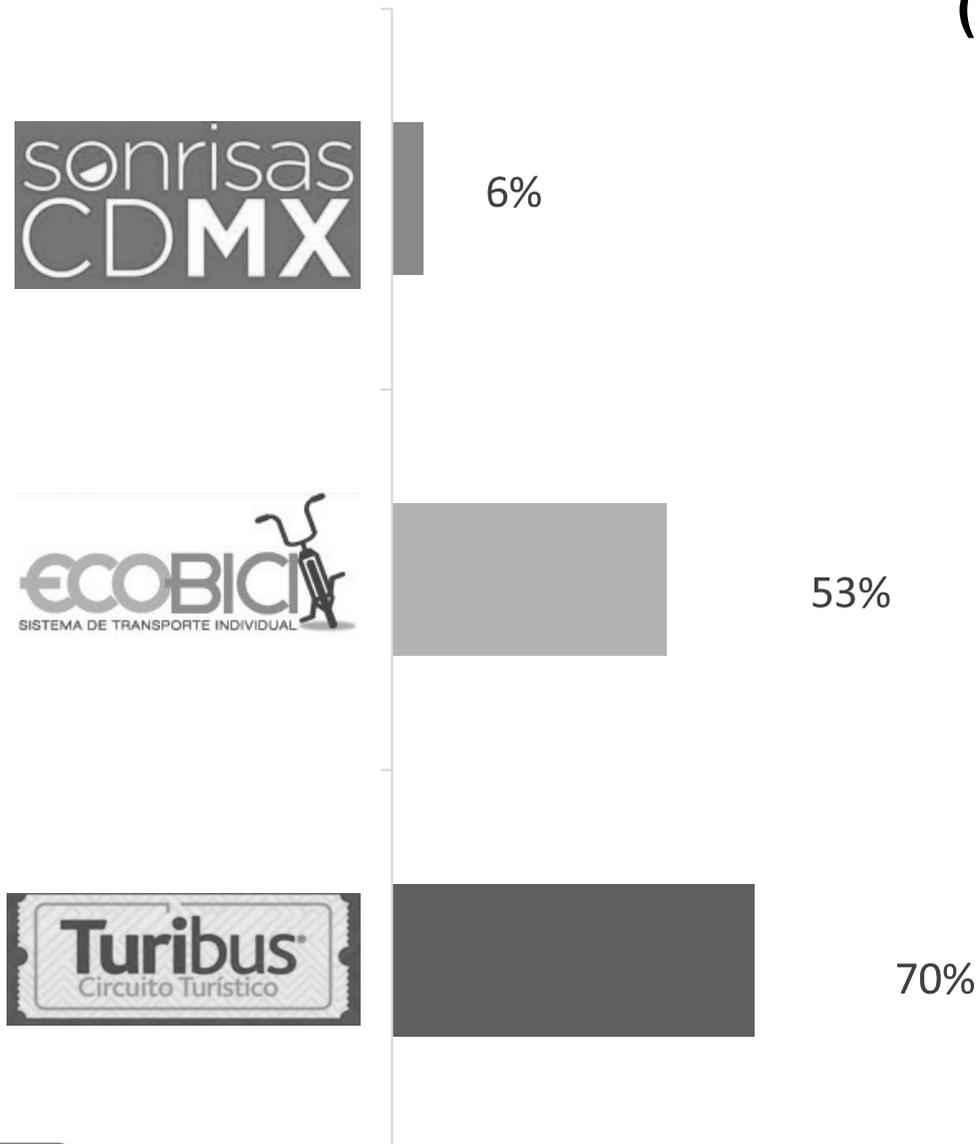
# 6. Percepción sobre la autoridad turística



**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO



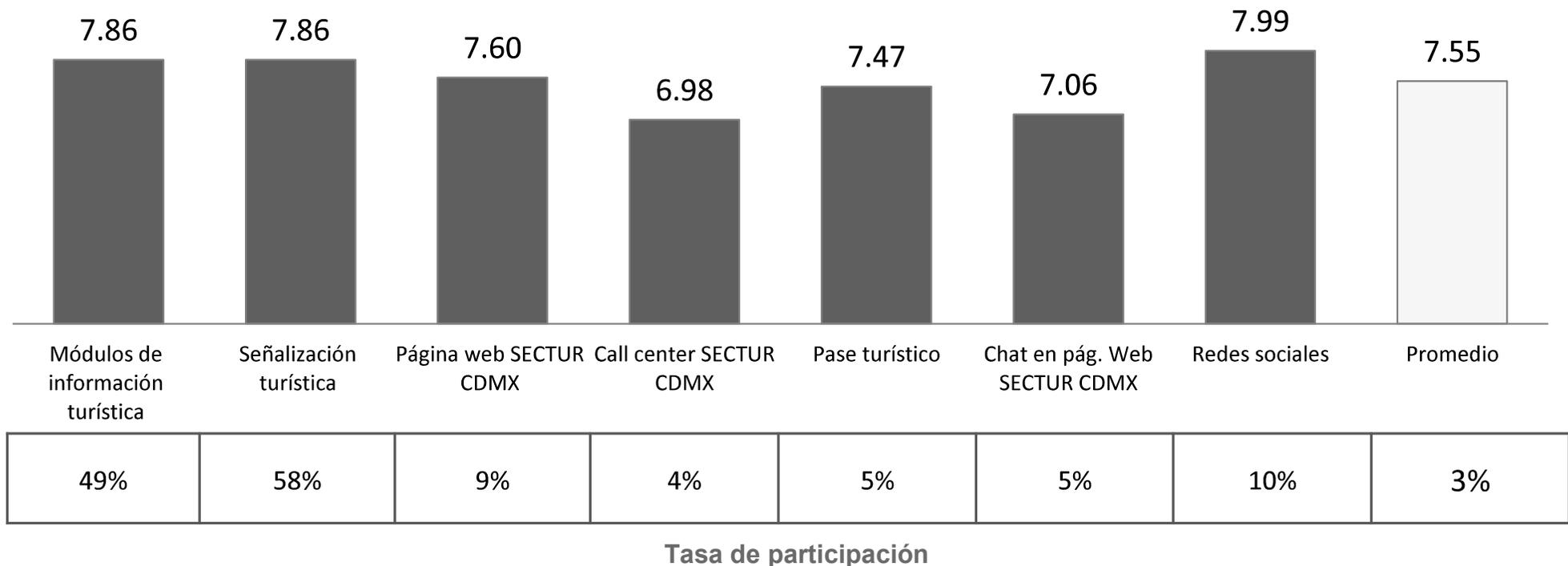
### Conocimiento de programas (% si)



- En términos generales, se registra un alto desconocimiento del programa **Sonrisas CDMX**.
- Por otra parte, está mejor posicionado **Ecobici** entre los turistas que visitan CDMX.
- **Turibús** es el programa más recordado por una parte importante de los viajeros consultados.

### Servicios de SECTUR CDMX

- Se evaluaron siete servicios que actualmente ofrece la Secretaría de Turismo del CDMX.
- En lo general, es muy bajo el nivel de recordación o conocimiento de parte de los consultados, con excepción, quizás de **Módulos de Información Turística** y **Señalización Turística**.
- Quienes conocen estos servicios otorgan calificaciones apenas aceptables.

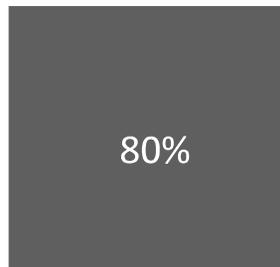
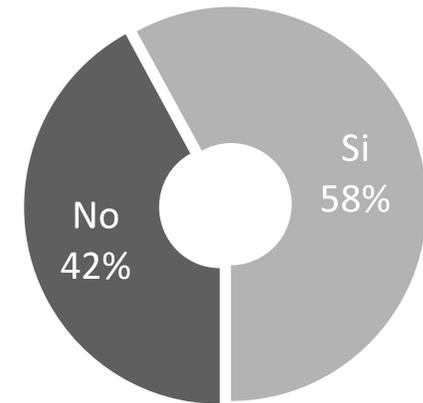


Tasa de participación

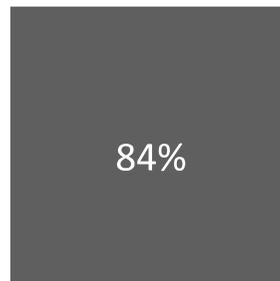
### Impacto publicitario

... ¿Recuerda haber visto publicidad sobre la Ciudad de México?

- Seis de cada diez de los consultados declara haber visto anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México en los últimos 12 meses.
- Los medios que mencionan a través de los cuales han visto estos anuncios son TV e Internet.



Comunican  
atractivos

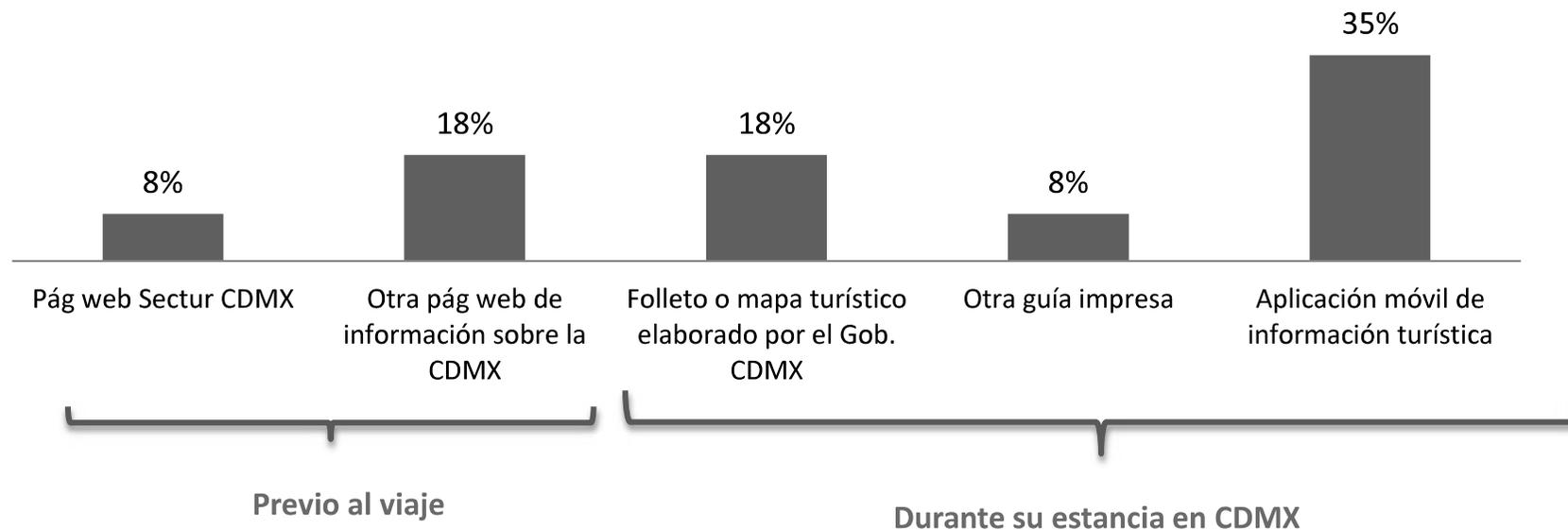


Animan a  
visitarla

- En cuanto a la efectividad, parte importante de quienes han visto estos anuncios declaran que dichos materiales logran *comunicar los atractivos de la ciudad*, así como *animan a visitarla*.

### Consumo de información turística

- Previo al viaje, sólo uno de cada diez turistas declaran haber consultado la página web de SECTUR CDMX.
- Dos de cada diez turistas consultaron alguna otra página web buscando información turística de la CDMX.
- Dos de cada diez viajeros dice haber consultado folletería turística (gobierno local) durante su estancia en la Ciudad de México.
- Por su parte, más de tres de cada diez viajeros dice haber utilizado aplicaciones móviles con información turística sobre la ciudad.





# Perfil del Turista que visita Ciudad de México, 2017

## Reporte Ejecutivo



**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO

