

EL TURISMO EN CDMX 2014- 2015

Delegación Cuajimalpa



CDMX

CIUDAD DE MÉXICO

SECRETARÍA DE TURISMO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

EL TURISMO EN LA CIUDAD DE MÉXICO. 2014-2015

Delegación Cuajimalpa de Morelos

PREÁMBULO. A MANERA DE PRESENTACIÓN

En México la CDMX es un destino turístico importante, todos lo sabemos, pero a pesar de concentrar un gran universo de atractivos y de la posición de privilegio que ocupa por ser la capital administrativa del país, presenta un gran potencial para mejorar su desempeño frente a otros destinos, principalmente aquellos que cuentan con sol y playa para ofrecer a sus visitantes. Es necesario revalorar la actividad turística de la Ciudad y ponerla en la dimensión que le corresponde. Ya las autoridades centrales, encabezadas por el Jefe de Gobierno definieron el turismo como una actividad prioritaria de las políticas de gobierno, la Secretaría de Turismo formuló el Programa Sectorial dentro del Sistema de Planeación de la CDMX, que marca los objetivos específicos, metas y líneas de acción que nos orientan en esta actividad. Ahora corresponde a los demás actores desempeñar su papel, para que el turismo llegue a ser el detonante de la prosperidad y el bienestar que todos esperamos.

Los efectos benéficos del turismo son conocidos, tanto para la economía de una sociedad como para la comunidad en su conjunto. Permite la obtención de ingresos, la creación de empleos y de empresas y, por medio del enfoque sustentable, contribuir particularmente a la creación de infraestructura que incide en el desarrollo socioeconómico, la conservación del medio ambiente y el mejoramiento y embellecimiento del entorno de la comunidad y de sus valores culturales. Para aprovechar plenamente estos efectos es necesario invertir en el mejoramiento de los espacios turísticos y en su expansión y diversificación. La llegada de turistas a los destinos es una fuente continua de oportunidades para la comunidad local, pero depende de la competitividad del destino el poder aprovecharlas y convertirlas en detonadores del progreso. Es en este punto donde la administración turística juega el papel decisivo de su actuación porque puede incidir en la consolidación de los atractivos o convertirse en cuello de botella que lastre su crecimiento y el de los prestadores de servicios turísticos, frustrando todas las expectativas.

El papel de las autoridades en la gestión turística debe concentrarse en facilitar la actividad del sector dentro del espacio que les toca administrar. Posiblemente todos sabemos esto, pero la pregunta que muchos se formulan tiene que ver con el cómo se debe actuar para lograrlo.

En los diagnósticos turísticos de las Delegaciones que integran la CDMX es frecuente encontrar afirmaciones relativas a diferentes carencias. Se menciona la falta de instrumentos de planeación, la insuficiencia de mecanismos de comercialización de los productos turísticos, la ausencia de mecanismos de promoción que exploten la tecnología digital para ponerse a la altura de las tendencias mundiales en la difusión de los atractivos, productos y servicios disponibles; la falta de continuidad y permanencia de los esfuerzos de mercadotecnia encaminados a posicionar a la Ciudad, y por ende a las Delegaciones, en las que forzosamente se ubican todos los atractivos con los que cuenta, como destino competitivo en el mediano y largo plazo; insuficiente información disponible para el turista nacional e internacional sobre la oferta turística de la ciudad; poca creatividad en la

estructuración y armado de productos turísticos y falta de innovación, ello asociado a la capacitación y profesionalización de los prestadores de servicios turísticos que se consideran inadecuadas o insuficientes, junto a la falta de motivación e iniciativa de la parte empresarial. También se señalan debilidades y desventajas, entre las que se destaca una alta sensibilidad de la actividad turística a la problemática urbana del transporte y la seguridad dentro de la ciudad, así como a la publicidad negativa que se hace en el exterior sobre estos factores, que innegablemente afectan la decisión de los turistas en el momento de escoger en dónde pasar sus vacaciones y cuáles destinos visitar, pues no hay que olvidar que el turismo está íntimamente ligado al disfrute del tiempo libre y la recreación y nadie quiere pasar sus vacaciones en lugares con problemas de esa índole.

Otros problemas que se mencionan tienen que ver con la naturaleza de la demanda de servicios, que en algunas Delegaciones se concentra entre semana, que en otras es más alta en los fines de semana; que el nivel de gasto promedio y la estancia son reducidos, etc. Todos ellos efectivamente pueden verse como problemas pero, al mismo tiempo, constituyen ventanas de oportunidad para los prestadores de servicios. Nos pueden estar mostrando qué clase de vocación se tiene en la localidad y en qué rubros se es más competitivo, ambos factores de éxito en los emprendimientos turísticos. En este punto es importante que la administración turística sea capaz de identificar las fortalezas con las que se cuenta. Para ello a nivel central se desarrolla una importante labor que tiene el propósito de proveer a la gestión turística con información sistematizada, monitoreo del perfil de los visitantes de la ciudad, sistemas de información basados en tecnología de punta y en plataformas disponibles para el turista y para el prestador de servicios en todo momento y lugar, material promocional en canales especializados y de gran impacto, apoyo a turoperadores para estructurar paquetes, coordinación con el sector académico para conectarlo con los demandantes de profesionistas y personal capacitado enfocado al turismo. En este esfuerzo se inscriben los programas de desarrollo turístico que desarrolla la Secretaría de Turismo del D. F. Sonrisas por tu Ciudad, enfocado al turismo social y con gran arraigo en las delegaciones; Disfruta Ciudad de México, orientado al turismo nacional con paquetes en asociación con hoteles, líneas aéreas y otros prestadores de servicios considerados socios estratégicos para promover la ciudad; Raíces, orientado a la población norteamericana de origen mexicano, en el que se invita al visitante potencial a reencontrarse con su historia personal; Operación Toca Puertas, pensada para abrir nuevos mercados; entre otros. Todos ellos con una visión política incluyente y sustentable, mandatos de la Ley de Turismo que nos rige y nos orienta.

El presente documento contiene un diagnóstico sobre el desempeño de la actividad turística de la ciudad y de cada una de las delegaciones, también contiene una importante base de datos de soporte, que puede ser útil en la planeación y diseño de programas de facilitación a nivel delegacional, pero es ante todo una invitación a las Delegaciones Políticas a incorporarse y participar en el esfuerzo turístico de la ciudad.

Miguel Torruco Marqués.

EL TURISMO EN LA CIUDAD DE MÉXICO. 2014-2015
Delegación Cuajimalpa de Morelos

ÍNDICE

PRIMERA PARTE. EL TURISMO EN LA CIUDAD DE MÉXICO	5
CAPÍTULO I. RESULTADOS TURÍSTICOS 2014-2015	5
CDMX Y EL ÁREA METROPOLITANA DEL VALLE DE MÉXICO	8
CDMX. UNA CIUDAD GLOBAL	10
MERCADO TURÍSTICO INTERNACIONAL DE LA CDMX	14
CONECTIVIDAD AÉREA NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA CDMX	15
LLEGADA DE VISITANTES INTERNACIONALES A LA CDMX EN 2014 Y 2015	17
LLEGADA DE VISITANTES NACIONALES A LA CDMX EN 2014 Y 2015	18
LLEGADA DE VISITANTES NACIONALES E INTERNACIONALES A LA CDMX	19
COMPARATIVO DE LA LLEGADA DE VISITANTES A CDMX CON REGISTROS ADMINISTRATIVOS	21
TAMAÑO DEL MERCADO TURÍSTICO DE CDMX	22
TURISMO EGRESIVO DE CDMX	27
SALDO TURÍSTICO DE CDMX	27
IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO EN CDMX	29
HOTELERÍA EN CDMX	30
PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA CIUDAD 2015	32
MOVILIDAD	37
CAPÍTULO II. LA CIUDAD DE MÉXICO Y SUS DELEGACIONES	38
ANTECEDENTES HISTÓRICOS	38
CREACIÓN DE LAS DELEGACIONES COMO ESPACIO POLÍTICO ADMINISTRATIVO	39
EXPANSIÓN DE LA CIUDAD. FORMACIÓN DE LA ZMVM	41
LAS DELEGACIONES COMO ESPACIO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA CIUDAD	42
POSICIÓN RELATIVA DE LAS DELEGACIONES	43
RESULTADOS TURÍSTICOS 2014 Y 2015 POR DELEGACIONES	47
ATRATIVOS TURÍSTICOS DE CDMX	50
ATRATIVOS POR SEGMENTO EN CADA UNA DE LAS DELEGACIONES POLÍTICAS	52
ZONAS TURÍSTICAS DE CDMX	60
CAPÍTULO III. ANÁLISIS FODA DEL TURISMO EN CDMX	63
FORTALEZAS	63

OPORTUNIDADES	65
DEBILIDADES	67
AMENAZAS	67
SEGUNDA PARTE. EL TURISMO EN LA DELEGACIÓN CUAJIMALPA DE MORELOS	69
RESULTADOS TURÍSTICOS 2014-2015	69
BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA DELEGACIÓN	69
LOCALIZACIÓN	70
LÍMITES	70
INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	72
HOTELERÍA	72
OCUPACIÓN HOTELERA	73
TURISMO RECEPTIVO	74
DERRAMA ECONÓMICA DEL TURISMO RECEPTIVO	76
TURISMO EGRESIVO	78
GASTO DEL TURISMO EGRESIVO	79
SALDO TURÍSTICO DE LA DELEGACIÓN CUAJIMALPA	79
FLUJOS DELEGACIONALES DE LA DELEGACIÓN CUAJIMALPA	80
ESTRUCTURA DEL GASTO DE LOS VISITANTES	82
INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS TURÍSTICOS	84
MOVILIDAD	85
EMPLEO EN RESTAURANTES Y HOTELES	87
PROYECCIÓN POBLACIONAL	87
ANÁLISIS FODA DEL TURISMO EN LA DELEGACIÓN CUAJIMALPA DE MORELOS	88
FORTALEZAS	88
OPORTUNIDADES	90
DEBILIDADES	91
AMENAZAS	92
GLOSARIO DE TÉRMINOS	93
ANEXO ESTADÍSTICO	101
DIRECTORIO	172

PRIMERA PARTE. EL TURISMO EN LA CIUDAD DE MÉXICO

CAPÍTULO I. RESULTADOS TURÍSTICOS 2014-2015

En una visión tradicional se percibía al turismo como una actividad ligada a los destinos de sol y playa en la que se ligaba el ocio, el reposo y la evasión de la vida cotidiana con el disfrute sibarítico de los atractivos naturales que constituían la riqueza, se decía, de las comunidades locales. Pero era una actividad en la que los pobladores locales no se involucraban. Todavía no hace mucho tiempo los promocionales turísticos repetían un lugar común, consistente en un bello atardecer con el sol metiéndose detrás de la línea de palmeras que, junto con el oleaje del mar, formaban el horizonte de una playa paradisíaca. El brillo del sol impedía ver otra realidad. Si bien los destinos de sol y playa son importantes como es el caso de Río de Janeiro y Cancún o, más recientemente Dubai, en el mundo los principales destinos turísticos son y han sido las ciudades cosmopolitas del orbe, Londres, Nueva York, París, Roma, y en América Latina México, Buenos Aires, Santiago, Sao Paulo y Bogotá, a las que acuden los visitantes para efectuar negocios, visitar los grandes museos que compendian la civilización humana y vivir experiencias asociadas a la historia y cultura urbana o cosmopolita que se encuentra en ellas.

El turista era visto como un personaje extraño que venía a los países exóticos, entre ellos desde luego aquellos denominados “en vías de desarrollo”, a disfrutar los atractivos sin hacer ninguna otra cosa además de gastar y con ello provocar una derrama económica en beneficio, se pensaba, de la comunidad local. Se hospedaba en grandes hoteles con servicios integrados, en los que a los pobladores locales no les quedaba otro papel para representar sino el de acercarle, al extraño, los servicios necesarios para llevar su disfrute al máximo. En el mejor de los casos eran partícipes exóticos, pasivos y serviciales, a los que no se veía nunca participar en el disfrute del que gozaba el visitante. La derrama económica importante se quedaba en los corporativos de los hoteles o de los transportistas internacionales y de los grandes prestadores de servicios.

Bajo esta perspectiva se crearon y crecieron los desarrollos turísticos de enclave, algunos de ellos modernos, con todos los servicios, por regla general situados alrededor de algún atractivo de gran interés, pero que con el paso del tiempo no lograban arrastrar a la comunidad local, que parecía resistirse a ser incorporada al desarrollo que prometía la modernidad, ni parecía interesada en el disfrute, quizás por carecer del recurso económico para gastar que este implicaba. La exclusión entre la comunidad y el visitante se reforzaba y reproducía. Esta perspectiva de la actividad turística de enclave resultó, en muchos casos, depredadora, tanto de las comunidades locales que terminaron perdiendo o alterando de manera irreversible su patrimonio cultural, como de los propios atractivos y recursos naturales, a los que terminó por deteriorar, sobreexplotar y muchas veces destruir.

Con el tiempo la percepción tradicional del turismo se ha ido modificando de manera radical. Las nuevas corrientes del turismo que prevalecen hoy en el mundo tienen una perspectiva distinta, que tiene que ver con la sustentabilidad y la inclusión de las comunidades receptoras en la actividad. Por una parte consideran que el visitante debe ser respetuoso de la cultura local y debe estar comprometido con la conservación de los atractivos y de los recursos naturales de la comunidad, su

explotación racional y su preservación para el disfrute de generaciones futuras. El turismo debe hacer partícipe a la comunidad de los beneficios económicos que acarrea y la comunidad, a su vez, debe participar en las actividades turísticas para superar el servilismo. Debe desaparecer el extraño que viene solamente a disfrutar en completo aislamiento del entorno. El visitante viene a disfrutar de los atractivos que la comunidad local le ofrece, pero debe hacerlo junto con la comunidad, en condiciones de igualdad y respeto hacia el patrimonio cultural de los anfitriones. La comunidad a su vez debe estar interesada en la conservación de los atractivos y del patrimonio que posee, porque la actividad turística le proporciona beneficios socioeconómicos, expresados en empleos, ingresos, servicios sociales e infraestructura urbana que de otra forma no obtendría. Desde esta perspectiva el turismo puede y debe ser una actividad en la que todos ganan.

El patrimonio cultural de la comunidad debe dejar de competir con la modernidad, porque ya no hay enclave moderno diametralmente distinto culturalmente a la comunidad tradicional, lo que hay es la propia comunidad, cada vez más capaz de proporcionar servicios al visitante y que, para poder hacerlo, debe conservar su autenticidad. El nuevo turista deja paulatinamente de consumir productos “para turistas” y este concepto deja de ser, poco a poco, sinónimo de falta de autenticidad, de productos chatarra y expresión de la mala calidad, en un espectro de actividades tan variadas como la gastronomía y las artesanías, pero también en cierto tipo de espectáculos denominados folclóricos.

La actividad turística es una actividad importante desde el punto de vista humano pero también lo es en el sentido social y económico. Es una actividad noble. Para uno de los grandes visionarios del turismo en México “...es una experiencia humanamente enriquecedora, de grandes alcances culturales, que merece ser vivida por gente cada vez más numerosa y mejor preparada.”¹. A nivel nacional es un importante generador de divisas, pues los ingresos generados por el gasto de los turistas internacionales se registran como exportaciones en la balanza comercial del país. En este sentido el turismo es para México el tercer concepto de exportación, superado únicamente por el petróleo y las remesas enviadas por trabajadores migrantes. Es también un importante generador de empleos, directos en los establecimientos de hospedaje, pero también en todos los negocios dedicados a proporcionar servicios turísticos: alimentos y bebidas, restaurantes, guías, transportistas, etcétera y, como podremos ver en detalle, en una multiplicidad de otros sectores que hacen una importante contribución para configurar el atractivo turístico de la localidad, ligados a la cultura y el esparcimiento: zonas arqueológicas, museos, galerías, teatros, cines, parques de diversiones, zoológicos, recintos feriales y de exposiciones, mercados, estadios deportivos, casinos, iglesias, centros comerciales.

Atendiendo consideraciones de esta naturaleza es que el turismo en la Ciudad de México se define, según la Ley de Turismo, como una actividad incluyente y sustentable. Incluyente porque los programas turísticos deben hacer partícipe a toda la sociedad y en especial a los grupos vulnerables dentro de esta, mismos que tradicionalmente han tenido un acceso limitado o de plano se han visto marginados de la actividad turística. Sustentable porque la actividad turística debe hacer un

¹Alemán Valdés, Miguel. Quince lecciones de Turismo, capítulo II; Biblioteca Mexicana de la Fundación Miguel Alemán, A.C. México, 2014

aprovechamiento óptimo de los recursos y ayudar a su preservación, ser respetuosa de la autenticidad social y cultural de las comunidades anfitrionas, comprometiéndose a conservar sus atractivos culturales, valores tradicionales y patrimonio, promoviendo actividades económicas viables que contribuyan a mejorar su nivel de vida. El Jefe de Gobierno, Dr. Miguel Ángel Mancera Espinosa desde el comienzo de su mandato declaró al turismo como una actividad prioritaria dentro de la política del Gobierno de la Ciudad de México y posteriormente, el Programa General de Desarrollo 2013-2018 al establecer las directrices para el desarrollo sustentable e incluyente de la Ciudad, marcó la pauta para enfocar la inclusión de los grupos sociales vulnerables como objetivo general del impulso al crecimiento económico y eje de todas las políticas públicas. Tales objetivos se recogen y desarrollan en líneas de acción y programas concretos en el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

En sus *Recomendaciones internacionales*, 2008², la Organización Mundial de Turismo invitaba a sus países miembros a tomar en consideración, al elaborar las estadísticas nacionales sobre turismo, la definición de la residencia habitual y las actividades habituales y no habituales de los viajeros como criterio diferenciador de la actividad turística respecto del resto de actividades de importancia económica de un país. En esta óptica, las estadísticas turísticas, pero en un marco más general deberíamos referirnos a la actividad turística en su conjunto, dejan de ser el simple recuento de los visitantes a una demarcación territorial y administrativa determinada y de los gastos efectuados durante su estancia, para convertirse en el registro del conjunto complejo de actividades económicas que realizan los visitantes del territorio en cuestión, pero también de todas aquellas que realizan los habitantes del territorio que están relacionadas con las actividades habituales y no habituales de los viajeros, sean estos hacia afuera del territorio, hacia adentro del territorio o, en ciertas circunstancias, dentro del mismo territorio. Podemos así hablar de visitantes o turismo receptivo, turismo egresivo y turismo interno. Estos conceptos generan toda una dimensión para evaluar la actividad turística.

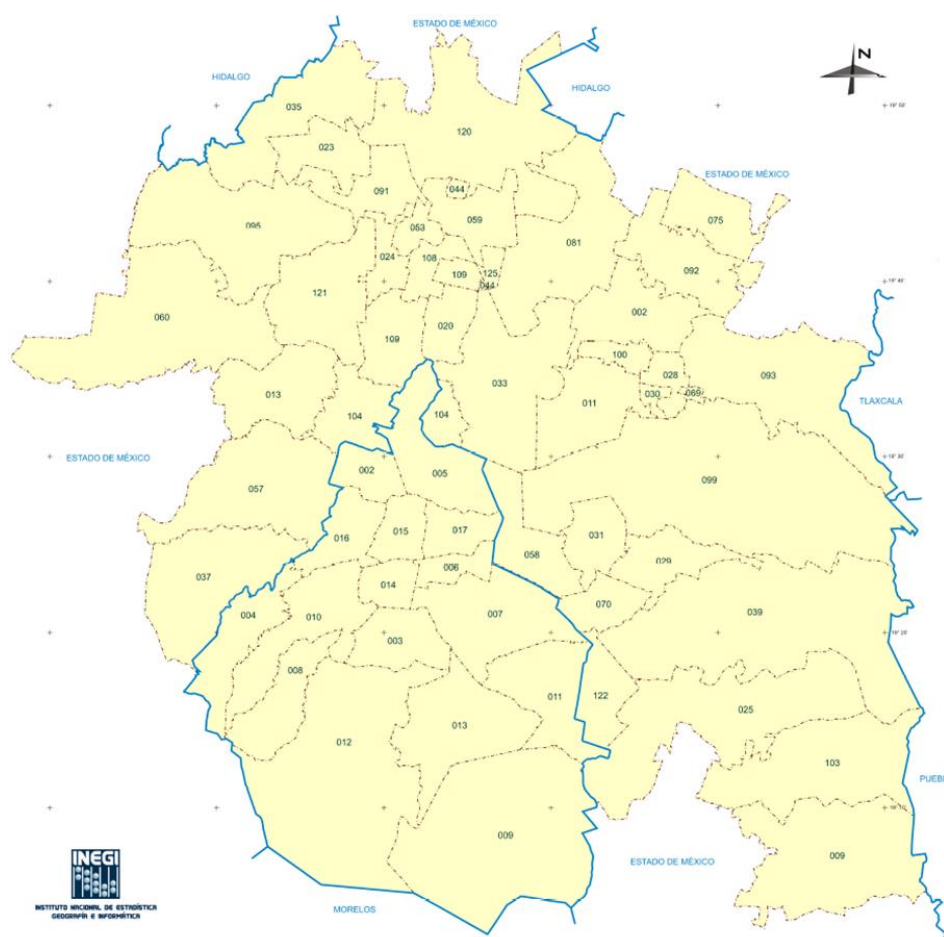
En el presente ejercicio se hace la aplicación de estos conceptos para presentar una perspectiva del turismo en la ciudad de México, incluyendo entre sus componentes el turismo receptivo, los agregados del turismo egresivo y los flujos internos que se presentan dentro de la urbe y entre ésta y el área conurbada, los municipios aledaños que forman parte de los estados de México y de Hidalgo y que en conjunto constituyen el gran conglomerado urbano de la Zona Metropolitana del Valle de México. En la segunda parte se extiende este análisis al nivel de las delegaciones políticas, tratando de mostrar los resultados para cada una de ellas.

² Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo, 2008; Organización Mundial de Turismo, ONU; Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, División de Estadística; Estudios de Métodos, Serie M No. 83/Rev.1. Madrid/Nueva York, 2010.

CDMX Y EL ÁREA METROPOLITANA DEL VALLE DE MÉXICO

La Ciudad de México, considerada en conjunto con el área metropolitana, es una de las más grandes del mundo, tanto por su extensión como por la cantidad de habitantes que alberga. De hecho, constituye una región urbana que comprende al antiguo Distrito Federal en su integridad, además de cincuenta y nueve municipios del Estado de México y uno del Estado de Hidalgo, todos ellos se encuentran conurbados, en el sentido de que la mancha urbana ocupa sus territorios respectivos sin perder continuidad. En esta mancha urbana habitan un poco más de 21 millones de habitantes, de los cuales 8.8 millones viven en la Ciudad de México en el territorio de la entidad hasta 2015 denominada Distrito Federal. Ahora bien, podemos preguntarnos ¿qué tan grande es la CDMX?

GRÁFICA 1. La Ciudad de México y el Área Metropolitana del Valle de México



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Desde el punto de vista económico, la Ciudad de México es sin duda una ciudad grande, no sólo en su contexto nacional, sino incluso en el contexto latinoamericano. Su aportación al Producto Interno Bruto del país en 2014 fue de 202,041 millones de dólares, esto representa el 17%. Esta magnitud es comparable a la economía total de Perú y significa casi tres cuartas partes de la economía chilena, la mitad de la colombiana y un tercio de la argentina. Duplica a las economías de Puerto Rico y Ecuador;

triplica las economías de Cuba y República Dominicana, cuadruplica las de Uruguay, Guatemala, Costa Rica y Panamá y sextuplica a Bolivia y Paraguay.

CUADRO 1. Comparativo del PIB de CDMX con economías latinoamericanas

Posición	País	Millones de dólares	Participación PIB DF (%)	Relación del PIB DF
1	Brasil	2,416,636	8.4%	0.08
2	México	1,294,690	15.6%	0.16
3	Argentina	537,660	37.7%	0.38
5	Venezuela	381,286	53.1%	0.53
4	Colombia	377,740	53.6%	0.54
6	Chile	258,062	78.5%	0.78
7	Perú	202,596	100.0%	1.00
	Ciudad de México	202,506	100.0%	1.00
8	Puerto Rico	103,135	196.4%	1.96
9	Ecuador	100,917	200.7%	2.01
10	Cuba	77,150	262.5%	2.62
11	República Dominicana	64,138	315.7%	3.16
13	Guatemala	58,827	344.2%	3.44
12	Uruguay	57,471	352.4%	3.52
14	Costa Rica	49,553	408.7%	4.09
15	Panamá	46,213	438.2%	4.38
16	Bolivia	32,996	613.7%	6.14
17	Paraguay	30,881	655.8%	6.56
18	El Salvador	25,164	804.8%	8.05
19	Honduras	19,385	1044.6%	10.45
20	Nicaragua	11,806	1715.3%	17.15
21	Belice	1,699	11918.0%	119.18

Fuente: World Development Indicators database, World Bank, 11 April 2016.

<http://data.worldbank.org/data-catalog/GDP-ranking-table>

Desde el punto de vista del tamaño de la ciudad y de la aportación al PIB la ciudad no puede compararse con las demás ciudades del país. Guadalajara y Monterrey son también ciudades grandes, pero no se acercan a las dimensiones de la Ciudad de México. Desde el punto de vista turístico, CDMX es la más importante en el contexto latinoamericano. En 2013 Recibió un total de 2.6 millones de turistas internacionales, con lo que supera a las más importantes ciudades de Sudamérica. Sao Paulo, la que le sigue en importancia recibió ese año 2.2 millones; la siguiente, Buenos Aires, capital de Argentina recibió 2 millones, con lo que se colocó en el tercer sitio tras ser superada por Sao Paulo; en el cuarto puesto se encuentra Lima, capital de Perú, con 1.8 millones de turistas internacionales, seguida de Santiago de Chile que recibió 1.4 millones y finalmente por Rio de Janeiro, ciudad que ese año recibió 1.2 millones de turistas.

CDMX. UNA CIUDAD GLOBAL

La Ciudad de México es una Ciudad Global. Según la Red de Investigación sobre Globalización y Ciudades del Mundo³ (GaWC), con sede en el departamento de Geografía de la Universidad de Loughborough, en el Reino Unido, la que realiza un estudio de monitoreo de ciudades globales en el que se cuantifica la posición de cada una de las ciudades del mundo y su conectividad como parte de las redes de empresas globales tales como bancos, compañías de seguros, firmas de consultoría, de tecnologías de la información, e inmobiliarias, entre otras grandes empresas. Con sus resultados genera un mapa de las ciudades del mundo en el que éstas están ligadas con otras ciudades que poseen niveles similares de conectividad. Las ciudades así vistas se clasifican en las categorías α (alfa) con cuatro subcategorías ($\alpha++$, $\alpha+$, α , $\alpha-$), $\alpha++$, β (beta) y γ (gamma) con tres subcategorías cada una ($\beta+$, β , $\beta-$, $\gamma+$, γ , $\gamma-$). La primera categoría alfa ($\alpha++$) está integrada únicamente por London y New York.

GRÁFICA 2. Las Ciudades Globales en 2010



Fuente: Globalization and World Cities Research Network <http://www.lboro.ac.uk/gawc/index.html>

Según la GaWC, Londres es la ciudad que encabeza la clasificación con un índice de conectividad global de 100, mismo que sirve como parámetro de comparación para las demás ciudades globales, New York, le sigue con un índice de 94.35. La segunda categoría de ciudades alfa ($\alpha+$) está integrada por 8 ciudades con índices que se ubican entre 60 y 73 puntos es encabezado por Hong Kong con

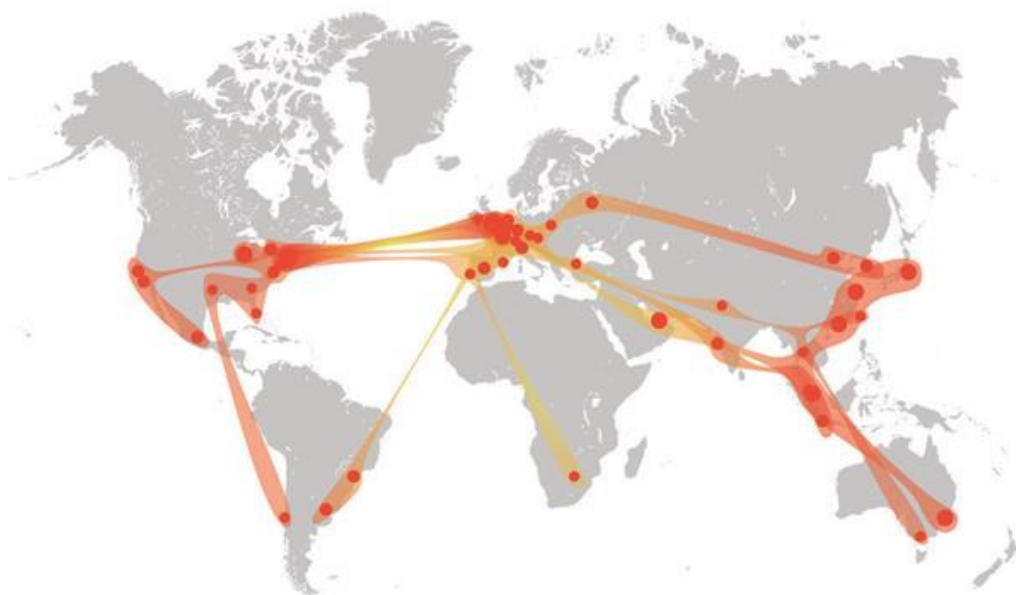
³ Esta Red de Investigación se enfoca en el estudio de las relaciones entre ciudades del mundo, analizando temas de interrelación tales como negocios internacionales, sustentabilidad, políticas urbanas y logística. Esta red, dedicada a producir y difundir conocimiento sobre la globalización de las ciudades, se considera actualmente líder en la investigación sobre el tema. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/index.html>.

72.96, París con 68.28, Singapur con 67.46, Tokio con 63.75, Shanghái con 62.7, Chicago con 61.6, Dubái con 61.36 y Sídney con 61.06.

La Ciudad de México con índice de 52.5 entra en la tercera categoría alfa (α) junto a 17 otras ciudades que tienen entre 48 y 59 puntos. Es la ciudad latinoamericana con mayor puntaje. La capital del país aparece con una alta conectividad hacia la Ciudad de Los Ángeles y, a través de ésta, con las ciudades de San Francisco y Washington en los Estados Unidos. Estas cuatro ciudades se consideran al mismo nivel de globalización que Toronto, en Canadá; Bruselas, Ámsterdam, Frankfurt, Madrid, Milán y Moscú, en Europa; Sao Paulo y Buenos Aires, en Sudamérica; Mumbai, Kuala Lumpur, Yakarta, Beijing y Seúl, en Asia.

En la cuarta categoría (α^-) se ubican 19 ciudades con puntajes entre 40 y 48 puntos. En este grupo aparecen ciudades como Miami, Atlanta, Lisboa, Barcelona, Dallas, Filadelfia, Boston, Nueva Delhi, Estambul, Dublin, Johannesburgo y Santiago de Chile, única latinoamericana del grupo.

GRÁFICA 3. Las Ciudades α en el mundo



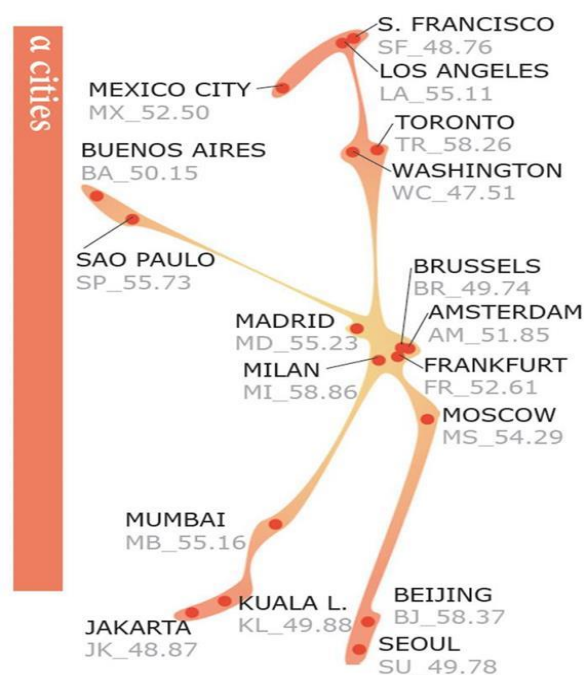
Fuente: Globalization and World Cities Research Network <http://www.lboro.ac.uk/gawc/index.html>

El siguiente nivel de clasificación de las ciudades del mundo es el β . Las tres subcategorías van desde los 25 hasta los 40 puntos. En la categoría β^+ se ubican 16 ciudades, entre las que destacan Houston, Vancouver, Montreal, Hamburgo, Copenhague, Berlín, Roma, Cairo y Tel Aviv y entre las que aparece Bogotá; en la categoría β hay 18 ciudades, entre las que destacan Seattle, Manchester, Oslo, Budapest, Beirut y Bucarest y entre las que aparecen las latinoamericanas Lima, Caracas y Montevideo. En la categoría β^- aparecen 29 ciudades, entre las que se cuenta Denver, Detroit, Colonia, Stuttgart, Osaka, Sofía, Bratislava y Geneva, entre las que aparecen las latinoamericanas San Juan, Rio de Janeiro, Panamá, Guatemala y Monterrey, la segunda ciudad mexicana que aparece en la clasificación.

Por último, las ciudades γ son aquellas que se ubican entre 18 y 25 puntos en el índice. En γ - encontramos 23 ciudades, entre las que se ubica la latinoamericana San José, Costa Rica. El grupo γ está formado por 18 ciudades, entre las que se localizan las latinoamericanas San Salvador, Quito, Santo Domingo y entre ellas Guadalajara, tercera ciudad del país que aparece en la clasificación global. En el grupo γ - se encuentran 25 ciudades, entre las que se ubican las latinoamericanas Tegucigalpa, Guayaquil, Curitiba y Porto Alegre.

Esta clasificación nos da una idea de la ubicación de la Ciudad de México respecto de otras grandes ciudades del mundo y en particular respecto de otras ciudades latinoamericanas que podrían considerarse sus competidoras en el ámbito turístico latinoamericano y nacional.

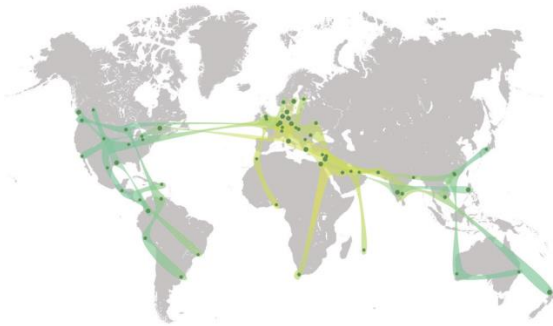
GRÁFICA 4. Interconectividad Global de la Ciudad de México



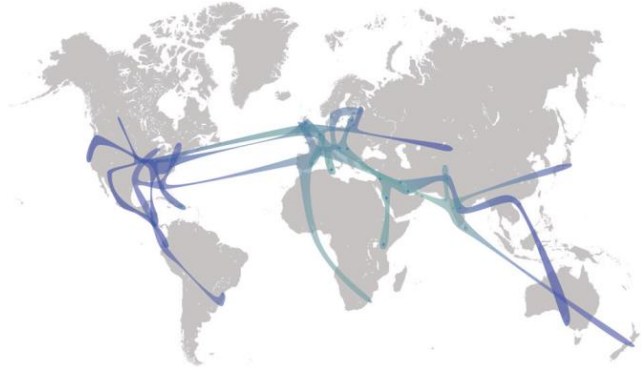
Fuente: Globalization and World Cities Research Network <http://www.lboro.ac.uk/gawc/index.html>

En esta clasificación, las Ciudades de México, Buenos Aires, Sao Paulo y Santiago son las únicas latinoamericanas que aparecen. Las tres primeras en la tercera categoría y Santiago en la cuarta. Las ciudades mexicanas de Monterrey y Guadalajara se ubican en rangos completamente distintos a los de CDMX confirmando que entre ellas no hay muchas posibilidades de comparación. Para la Ciudad de México, esta clasificación se corresponde, a manera de constatación, con la conectividad aérea que tiene la ciudad de México como destino turístico, pues en este concepto, el primer lugar lo ocupa la ruta Los Ángeles-México.

GRÁFICA 5. Las ciudades β en el Mundo

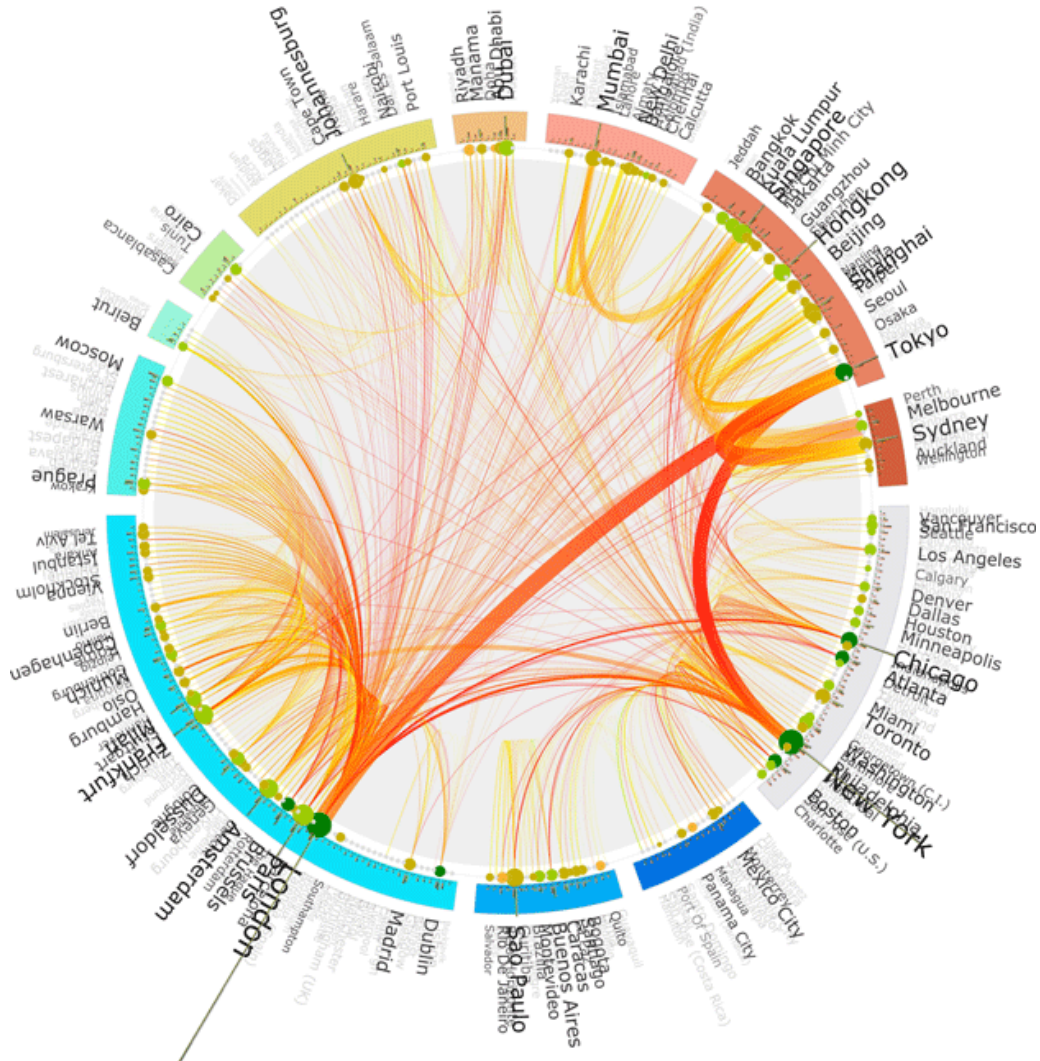


GRÁFICA 6. Las Ciudades γ en el Mundo



Fuente: Globalization and World Cities Research Network <http://www.lboro.ac.uk/gawc/index.html>

GRÁFICA 7. Conectividad Entre Ciudades del Mismo Nivel Global



Fuente: Globalization and World Cities Research Network <http://www.lboro.ac.uk/gawc/index.html>

MERCADO TURÍSTICO INTERNACIONAL DE LA CDMX

Durante el cuatrienio 2010-2013 la Ciudad de México recibió un promedio anual de 2 millones 350 mil turistas extranjeros por vía aérea. En el 2014 esta cifra se incrementó hasta los 2 millones 918 mil turistas, para un incremento del 10% respecto de 2013. En 2015 se alcanzó la cifra de 3 millones 353 mil, es decir, un crecimiento de 435 mil turistas, que expresado en porcentaje representó un importante crecimiento de 15% respecto de 2014. Los turistas internacionales que visitan la Ciudad provienen de los Estados Unidos en un 35.4% y de Canadá en 3.3%, países que en conjunto representan su mayor mercado turístico. De Centro y Sudamérica y el Caribe proviene el 34.9%, de Europa el 20.3% y de África, Asia y Oceanía el 6.1% restante. Al mirar más de cerca estas cifras podemos ver que no obstante que el mayor mercado es el norteamericano, tomados en conjunto Centro y Sudamérica y el Caribe junto con Europa representan el 55.2%, lo que significa que la ciudad tiene mercados diversificados, con grandes posibilidades de crecimiento, las cuales por el momento se encuentran limitadas por la capacidad actual del aeropuerto. La población total de las ciudades del extranjero con las que se conecta la ciudad conforma un mercado de 447 millones de personas. Desde esas ciudades se realizan 53,921 vuelos que llegan a la Ciudad de México, los cuales tienen una disponibilidad anual de 8.7 millones de asientos, un número 40% mayor al número efectivo de pasajeros de 2015, que fue de 6.2 millones. Esta última cifra no se compone exclusivamente de turistas, puesto que en los vuelos que llegan a la ciudad además de turistas (recordemos que en la definición de la OMT el turista es aquel visitante que pernocta al menos una noche en el lugar) llegaron viajeros nacionales que regresan al país de alguna estancia en el extranjero y llegaron también visitantes en tránsito que no se quedaron en la ciudad. El número de turistas internacionales que recibió la ciudad en 2015 fue en realidad de 2.9 millones, incluyendo 160 mil turistas que arribaron al aeropuerto en tránsito hacia otros destinos nacionales.

CUADRO 2. Dimensión del Mercado Internacional Turístico de la CDMX

Concepto	Total	Norteamérica	Sudamérica, Centroamérica y Caribe	Europa	Asia, África y Oceanía
Población (millones)	447	172	98	51	125
Vuelos 2015	53,921	33,679	16,171	3,863	208
Pasajeros 2015	6,169,298	3,447,591	1,776,084	902,280	43,343
Disponibilidad de Vuelos 2016	56,913	36,056	16,875	3,739	243
Disponibilidad de Asientos 2016	8,763,568	5,032,746	2,484,367	1,187,406	59,049

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

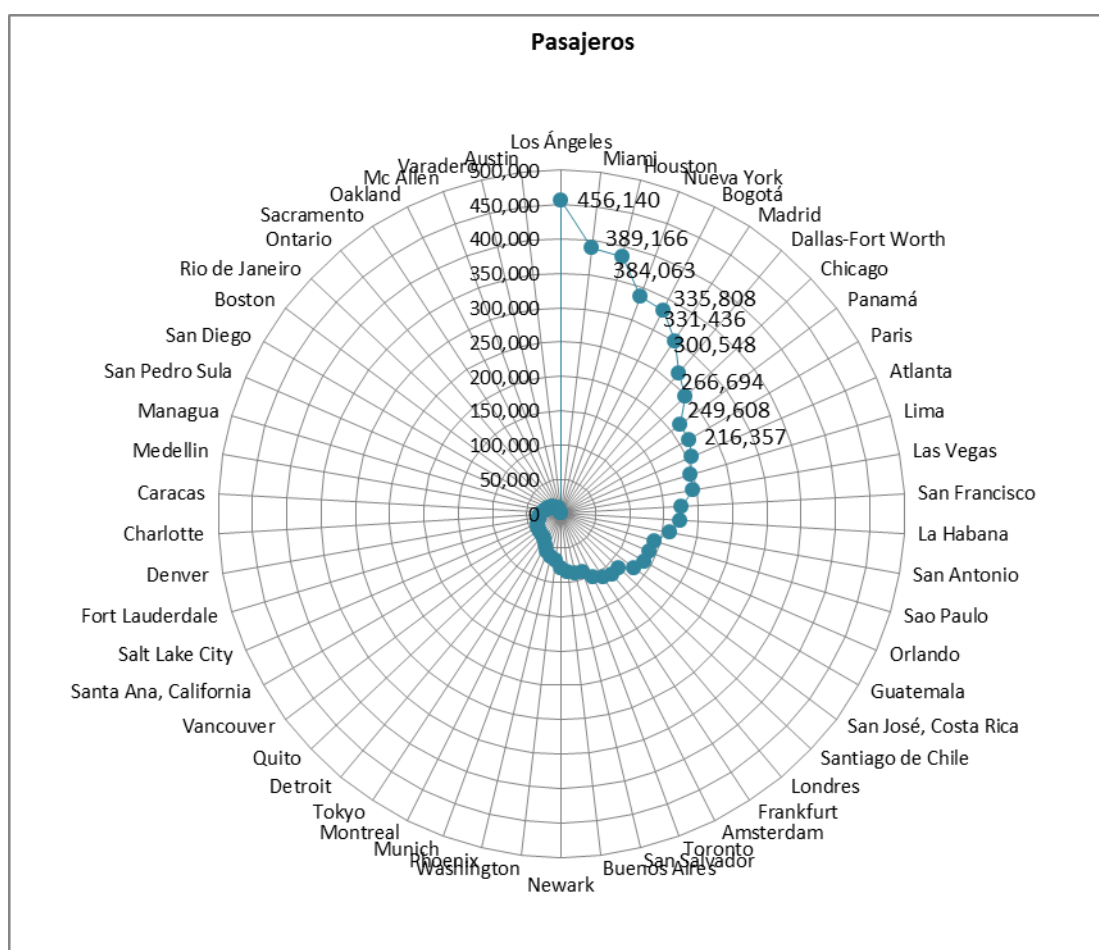
Para Población, <http://www.citypopulation.de/>; para vuelos y pasajeros, Dirección General de Aeronáutica Civil; para disponibilidad de vuelos y asientos, SIIMT.

Los turistas internacionales que visitaron la ciudad provinieron de 208 países. Tomando en cuenta únicamente las 50 nacionalidades más importantes se observa que el número de turistas de todas ellas creció respecto del año anterior, con la única excepción de los turistas procedentes de Argentina.

CONECTIVIDAD AÉREA NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA CDMX

La Ciudad de México se conecta por vía aérea con el mundo por medio de 49 rutas que parten de otras tantas ciudades con destino a la Ciudad de México y tienen como complemento otras tantas rutas que salen de México hacia aquellas ciudades. Las rutas más importantes, por el número de turistas que viajaron en 2015 son Los Ángeles, Miami, Houston, Nueva York, Bogotá, Madrid, Dallas, Chicago, , Panamá, Paris, Atlanta, Lima Las Vegas, San Francisco, La Habana, San Antonio y Sao Paulo, mismas que en conjunto concentran el 64% de los pasajeros transportados, cuyo total en 2015 ascendió a los 6.2 millones antes mencionados. Las 38 rutas restantes se reparten el 36% complementario.

GRÁFICA 8. Conectividad aérea internacional del Aeropuerto Internacional de la CDMX



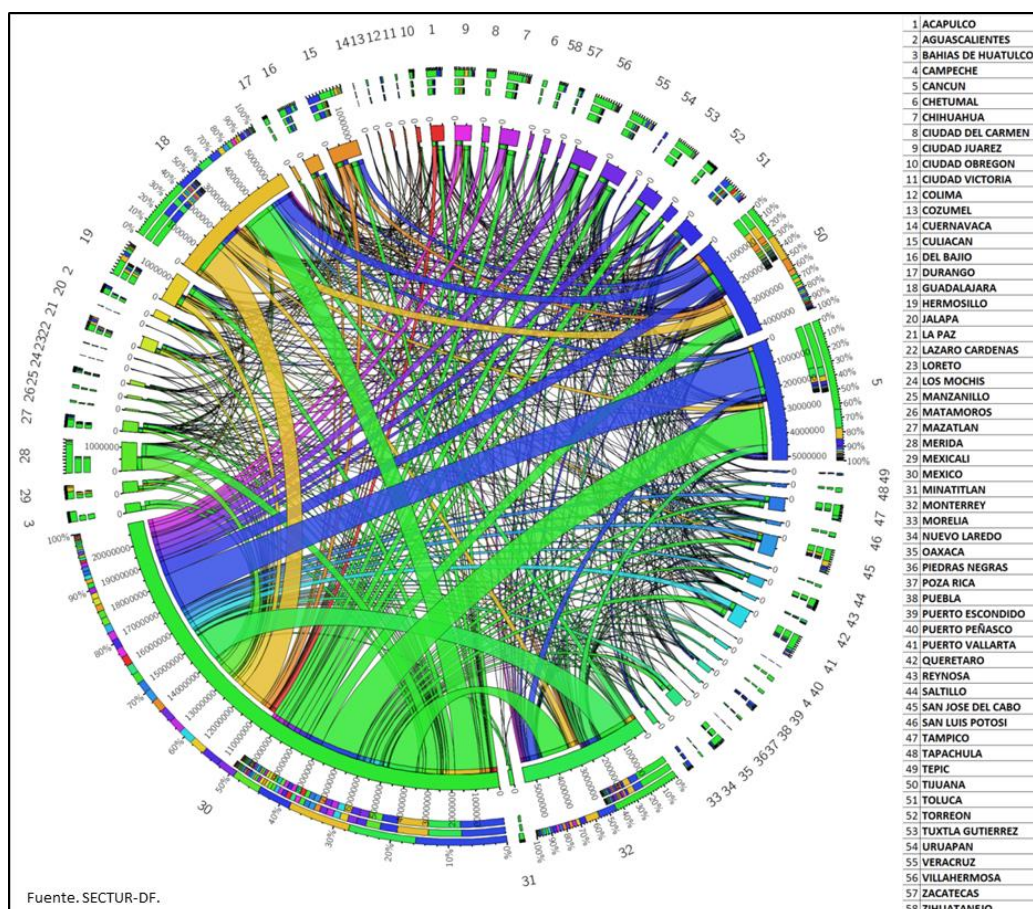
Fuente: Sector DF con datos del Sistema Integral de Operación Migratoria (SIOM), UPM, SEGOB.

Las rutas más importantes, según el número de pasajeros transportados por los vuelos que las integran, son las provenientes de los Estados Unidos. Los Ángeles en primer lugar con 456 mil pasajeros, seguida de Nueva York, Houston y Miami, las cuales trasladan anualmente a más de trescientos cincuenta mil pasajeros a la Ciudad de México cada una. Les siguen en importancia las ciudades de Bogotá y Madrid, que junto a las norteamericanas de Dallas, Chicago y Atlanta, Paris y

Panamá trasladan anualmente a más de doscientos mil pasajeros cada una. Con demanda superior a los cien mil pasajeros anuales se ubican Lima, Las Vegas, San Francisco, Sao Paulo, San Antonio, , La Habana, San José Costa Rica, Guatemala, Frankfurt, Orlando, Santiago de Chile y Ámsterdam. Las rutas restantes trasladan anualmente a menos de cien mil pasajeros. Por otro lado, debe tomarse en cuenta que por el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) regresa al país aproximadamente el 70% de los turistas mexicanos que viajan al extranjero, para 2014 este porcentaje significó un total de 3 millones de pasajeros

Para conectarse con las principales ciudades del país, el AICM cuenta con 52 rutas nacionales, mismas que en 2014 trasladaron a cerca de 11.4 millones de pasajeros. Los vuelos que cubren estas rutas representan el 50% del total de vuelos nacionales que se realizan en el país. El número de pasajeros que llegaron a la ciudad en 2014, por las rutas principales fueron: Cancún, con 1.8 millones; Monterrey, con 1.4 millones; Guadalajara, con 1.2 millones; Tijuana, con 605 mil pasajeros; Mérida, con 560 mil; Villa Hermosa con 392 mil; Tuxtla Gutiérrez, con 356 mil; Puerto Vallarta, con 304 mil; Hermosillo, con 280 mil; Veracruz, con 279 mil; Chihuahua con 277 mil; y Culiacán, con 235 mil; por mencionar solamente aquellas que en conjunto concentran el 66.6% del total de pasajeros trasladados en viajes nacionales.

GRÁFICA 9. Conectividad aérea nacional de CDMX



En resumen, con toda la conectividad aérea y terrestre con la que cuenta, la CDMX es el corazón metropolitano distribuidor del turismo del país.

LLEGADA DE VISITANTES INTERNACIONALES A LA CDMX EN 2014 Y 2015

Durante 2014 se registró una llegada de turistas internacionales a hoteles de 2.6 millones, cifra que representa un incremento respecto del año anterior de 8.8%. Adicionalmente llegaron a la ciudad un total de 165 mil excursionistas internacionales. Para 2015 la cifra de turistas aumenta en un 3.8% para alcanzar los 2.7 millones. La llegada de excursionistas en el 2015 se mantuvo en el mismo nivel que en 2014, en 164.4 mil. En la categoría de excursionistas internacionales se considera a los visitantes extranjeros que no pernoctaron en la ciudad, principalmente se trata de turistas que llegaron al AICM y por tal motivo forman parte del registro administrativo correspondiente, pero que por encontrarse en tránsito hacia otro destino nacional no se quedaron a pernoctar en la ciudad, utilizando para ello la gran conectividad que ofrece el AICM. Los turistas internacionales efectuaron en 2014 gastos en la ciudad por 2,200.8 millones de dólares cifra 19% mayor al gasto efectuado por los turistas que visitaron la ciudad durante 2013. En 2015 el gasto total efectuado por los turistas internacionales se redujo en 1% registrando la cifra de 2,179 millones de dólares. Esta leve reducción en el gasto que se presenta aun cuando el número de turistas aumentó tiene su explicación en el movimiento del tipo de cambio del peso contra el dólar que pasó de 13.007 en diciembre de 2013 a 17.067 en diciembre de 2015. El movimiento de la paridad ocasiona un abaratamiento de los bienes y servicios que compran los extranjeros durante su estancia en el país. Por tal motivo el gasto promedio por turista extranjero que de 2013 a 2014 pasó de 778.4 a 850.2 dólares, para 2015 se reduce a 804.3 dólares.

En los registros administrativos de llegada de turistas internacionales al AICM para 2014 se tienen 2 millones 918 mil pasajeros, de éstos un total de 2 millones 588 mil se hospedaron en hoteles, adicionalmente se estima que un total de 165 mil fueron pasajeros en tránsito hacia otros destinos en el país. Los 164 mil pasajeros restantes fueron turistas internacionales que sí pernoctaron en la ciudad, pero no lo hicieron en los hoteles registrados, utilizaron formas de hospedaje alternativo o fueron recibidos en casa de familiares y amigos. Para 2015 llegaron al AICM en total 3 millones 353 mil turistas extranjeros. La cifra de hospedados en hoteles ascendió a 2 millones 708 mil turistas; los excursionistas en tránsito fueron 164.4 mil, los restantes 480.8 mil turistas fueron hospedados en casas de familiares y amigos o en hospedaje alternativo. Esta cifra tuvo un crecimiento importante de casi 300%.

En 2014 la cifra de visitantes internacionales que arribaron por el AICM constituyó el 10% de los 29.1 millones de turistas que visitaron el país, esta última cifra incluye tanto a 13.2 millones de turistas transfronterizos –los cuales con frecuencia visitan el país como excursionistas, sin pernoctar en el territorio nacional- como a 15.9 millones de turistas de internación –aquellos que efectivamente visitan al menos un destino dentro del país y pernoctan en él una noche como mínimo. Los turistas extranjeros que visitaron la Ciudad de México y pernoctaron en ella representaron el 16.3% del turismo de internación. La derrama económica que arrojó el turismo de internación al país fue de

13,580 millones de dólares, la parte de esta derrama que correspondió a la Ciudad de México fue de 2,200.8 millones de dólares, cifra que representa el 16.2% del total nacional. Para 2015 el turismo de internación al país fue de 18.3 millones de turistas con una derrama económica de 14,736 millones de dólares, en este año la participación de la ciudad en el total fue del 15% en el número de turistas y del 11.9% en la derrama económica.

LLEGADA DE VISITANTES NACIONALES A LA CDMX EN 2014 Y 2015

La llegada de turistas nacionales a la ciudad tiene varios componentes. En primer lugar tenemos los turistas hospedados en hoteles, en este rubro se alcanzó en 2014 la cifra de 10.5 millones, para un incremento del 2% respecto del año anterior. Este tipo de visitantes realizó gastos en 2014 por un total de 2,638 millones de dólares, para un gasto promedio por turista de 251 dólares. A estas cifras deben sumarse los turistas nacionales que se hospedaron en otras formas no comerciales de alojamiento. En este rubro se incluyen los visitantes que llegan con familiares y amigos y aquellos que se hospedan en casa propia, además de otras formas no registradas, como pueden ser albergues y casas o departamentos que se rentan por estancia. El primer concepto sumó 13.9 millones de personas, con un gasto estimado de 1,288 millones de dólares; el segundo 943 mil turistas, con un gasto de 87.6 millones de dólares; el tercero 1 millón de turistas con un gasto de 97.3 millones de dólares. De este modo se arroja un gran total de turistas nacionales con y sin pernocta de 26.3 millones de turistas con un gasto total estimado de 4,111 millones de dólares. De manera que el gasto medio por turista nacional resulta de 156.3 dólares. Las cifras correspondientes a 2015 para los mismos conceptos son 10.4 millones de turistas hospedados en hoteles con un gasto total de 2,210 millones de dólares; 15.8 millones de turistas alojados en alguna de las tres categorías de hospedaje no registradas con un gasto de 3,443 millones de dólares con un gasto medio por turista de 131.41 dólares. Esta disminución en el gasto no es del todo explicada por el leve descenso del número de turistas para 2015, pues mientras éste desciende en 0.4%, el gasto lo hace en 16% marcando una notable desproporción. El factor explicativo es, también en este caso, la variación del tipo de cambio durante el periodo. La expresión en dólares de estas cantidades tiene utilidad para hacer comparaciones internacionales, pero al tratarse de gastos realizados por nacionales dentro del territorio nacional, en este caso resulta

Debe considerarse adicionalmente que a la ciudad llegaron visitantes, principalmente de estados y municipios ubicados en un radio de hasta tres horas de viaje, que no se quedaron a pernoctar en la ciudad, a quienes por este motivo se les considera excursionistas conforme a las definiciones de la OMT. En este concepto entran aquellos provenientes de los municipios conurbados y aquellos que vienen de otros estados. En el primer concepto, para 2014 se tiene un total de 53.1 millones de personas, con un gasto de 202.8 millones de dólares; mientras que en el segundo 20.7 millones de excursionistas, con un gasto de 1,015.8 millones de dólares. El gasto medio por excursionista fue de 16.51 dólares. Para 2015 se estima que el número de excursionistas visitantes provenientes de los municipios conurbados aumento en cerca de trescientos mil, para alcanzar la cifra de 53.4 millones con un gasto de 172.5 millones de dólares. El número de excursionistas provenientes de otros

lugares del país fue de 20.6 millones con un gasto 855 millones de dólares, para un gasto medio por excursionista de 13.88. En este resultado también se nota el efecto del tipo de cambio.

LLEGADA DE VISITANTES NACIONALES E INTERNACIONALES A LA CDMX

Considerados en su totalidad los visitantes nacionales e internacionales con y sin pernocta, es decir incluyendo tanto a turistas como a excursionistas, en el 2014 se alcanza la cifra de 105 millones de visitantes que arrojaron un gasto total estimado de 7,895 millones de dólares, para un gasto promedio por visitante 75.16 dólares.

CUADRO 3. Llegada de visitantes a CDMX y derrama económica

Concepto	Llegada de Visitantes (millones de personas)				Gasto (Millones de dólares)				Gasto Promedio (Dólares)		
	2013	2014	2015	Var. 15/14	2013	2014	2015	Var. 15/14	2013	2014	2015
Llegada Total de Visitantes Nacionales e Internacionales (Con y Sin Pernocta)	103.1	105.0	105.1	0%	7,342.4	7,895.0	6,958.0	-12%	71.2	75.2	66.2
Total de Llegadas de Turistas Nacionales e Internacionales (Con pernocta)	28.0	28.9	28.7	-1%	5,822.0	6,311.8	5,623.0	-11%	207.5	218.0	194.9
Total de llegada de turistas (Nacionales + Internacionales) a Hoteles	12.7	13.1	13.1	0%	4,408.9	4,838.8	4,388.8	-9%	347.8	369.5	334.4
Llegada de Turistas Nacionales a Hoteles	10.3	10.5	10.4	-1%	2,557.4	2,638.0	2,210.3	-16%	248.3	251.1	212.2
Llegada de Turistas Internacionales a Hoteles	2.4	2.6	2.7	4%	1,851.5	2,200.8	2,178.5	-1%	778.4	850.2	804.4
Llegada de Turistas Nacionales a Otra Forma de Alojamiento	15.3	15.8	15.6	-1%	1,413.1	1,473.0	1,234.2	-16%	91.9	92.9	78.5
Con Familiares y Amigos	13.4	13.9	13.7	-1%	1,233.8	1,288.1	1,079.2	-16%	91.9	92.9	78.5
Casa o residencia propia	0.9	0.9	0.9	0%	84.9	87.6	73.4	-16%	91.9	92.9	78.5
Otros	1	1	1	0%	94.4	97.3	81.6	-16%	91.9	92.9	78.5
Total de la Llegada de Excursionistas Nacionales e Internacionales (Sin Pernocta)	73.1	74.0	74.2	0%	1,181.1	1,228.8	1,336.5	9%	16.2	16.6	14.0
Excursionistas Nacionales del Interior (Sin Pernocta)	20.1	20.7	20.6	0%	972.1	1,015.8	855.4	-16%	48.4	49.1	41.4
Excursionistas de la ZMVM (Sin Pernocta)	52.8	53.1	53.4	1%	199.3	202.8	172.5	-15%	3.8	3.8	3.2
Excursionistas Internacionales en Tránsito (Sin Pernocta)	0.16	0.16	0.16	0%	9.8	10.2	8.6	-16%	61.1	61.8	52.3
Ambos Viajes: Turistas y Excursionistas (Con y Sin Pernocta)	2.0	2.1	2.0	-5%	339.2	354.5	298.5	-16%	169	171.1	144.6

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Estas cifras se comparan favorablemente con las correspondientes al 2013. En ese año el total de visitantes fue de 103.2 millones, con un gasto total de 7,342.4 millones de dólares, para un gasto promedio por visitante de 71.18 dólares. Es decir un incremento de 1.8% en personas, de 7.5% en recursos monetarios y de 5.6 en el gasto promedio. Para 2015 la cifra total de visitantes se mantuvo similar a la de 2014, pero el gasto total disminuyó en 929 millones de dólares y el gasto medio paso

de 75.20 a 66.30. Este resultado es explicado por la conversión a dólares del gasto en pesos de los visitantes nacionales, misma que en este trabajo se hace para efectos ilustrativos y de comparación internacional; sin embargo debe tomarse en cuenta que el gasto turístico correspondiente a los conceptos de gasto que se realizan en el territorio nacional, por efecto de la Ley Monetaria vigente; pero efectivamente los turistas extranjeros realizan parte de sus gastos en su moneda de origen o en divisas, cuando realizan desde el exterior reservaciones de hotel o de pasajes internacionales. Los conceptos monetarios del cuadro anterior en pesos corrientes son:

CUADRO 3a. Gasto Total y Gasto Promedio de la llegada de visitantes 2013-2015

Concepto	Gasto (Millones de Pesos)				Gasto Promedio (Pesos)		
	2013	2014	2015	Var. 15/14	2013	2014	2015
Gasto de Visitantes Nacionales e Internacionales (Con y Sin Pernocta)	93,800.6	105,118.7	110,308.1	4.9%	909.3	1,000.7	1,049.3
Gasto de Turistas Nacionales e Internacionales (Con pernocta)	74,384.3	84,048.2	89,128.6	6.0%	2,650.8	2,902.7	3,089.5
Gasto turistas (Nacionales + Internacionales) hospedados en Hoteles	56,337.8	64,446.6	69,544.5	7.9%	4,444.0	4,921.4	5,298.6
Turistas Nacionales hospedados en Hoteles	32,660.4	35,104.2	35,072.9	-0.1%	3,171.4	3,341.1	3,367.0
Turistas Internacionales hospedados en Hoteles	23,677.4	29,342.4	34,471.6	17.5%	9,954.0	11,335.9	12,727.7
Llegada de Turistas Nacionales a Otra Forma de Alojamiento	18,046.5	19,601.5	19,584.1	-0.1%	1,173.1	1,235.9	1,245.5
Con Familiares y Amigos	15,756.8	17,140.5	17,125.2	-0.1%	1,173.1	1,235.9	1,245.5
Casa o residencia propia	1,084.6	1,165.8	1,164.7	-0.1%	1,173.1	1,235.9	1,245.5
Otros	1,205.1	1,295.3	1,294.1	-0.1%	1,173.1	1,235.9	1,245.5
Gasto de Excursionistas Nacionales e Internacionales (Sin Pernocta)	15,083.8	16,352.6	16,442.9	0.6%	206.4	220.9	221.6
Gasto de excursionistas nacionales del Interior (Sin Pernocta)	12,415.0	13,519.6	13,573.0	0.4%	618.3	652.5	657.5
Gasto de excursionistas nacionales de la ZMVM (Sin Pernocta)	2,544.1	2,697.2	2,733.5	1.3%	48.1	50.8	51.2
Internacionales en Tránsito (Sin Pernocta)	124.7	135.8	136.4	0.4%	780.0	823.1	829.4
Ambos Viajes: Turistas y Excursionistas (Con y Sin Pernocta)	4,332.5	4,717.9	4,736.6	0.4%	2,157.8	2,277.2	2,294.6

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

De acuerdo con estas cifras el gasto turístico aumenta un 5% de 2014 a 2015, aun cuando el número total de visitantes se mantuvo prácticamente constante, impulsado principalmente por el incremento en la llegada de turistas internacionales del 4% y especialmente por el incremento del 17% en el gasto total que éstos efectuaron durante 2015.

Los conceptos principales en los que gastan los visitantes de la ciudad, divididos en bienes y servicios alcanzan un gran total de 105,118.7 millones de pesos en 2014, para 2015 este gran total aumenta a 110,308.1 millones de pesos. Entre los conceptos de gasto

CUADRO 4. Gasto Total de los Visitantes Nacionales e Internacionales a CDMX

Concepto	2014	2015
Servicios	Millones de Pesos	Millones de Pesos
Hotel	14,621.7	15,768.2
Transporte al lugar de Origen	15,902.6	15,925.0
Restaurantes y Bares	14,328.4	15,130.7
Alimentos y Bebidas	15,273.9	15,994.5
Alojamiento (distinto a hoteles)	5,321.1	5,708.8
Actividades de Esparcimiento	7,755.5	8,296.7
Transporte en el lugar de Origen	4,292.5	4,558.2
Actividades Culturales	3,070.1	3,296.1
Actividades Deportivas	2,356.5	2,540.0
Servicios Personales (Salón de Belleza, masajes, etc.)	2,503.3	2,692.1
Servicios de Salud	1,875.3	1,978.9
Paquetes de Viaje (Plan Europeo o Todo Incluido)	339.7	341.1
Ecoturismo	45.9	46.0
Subtotal servicios	87,686.5	92,276.3
Bienes		
Artesanías	3,492.2	3,676.0
Recuerdos del Viaje (Suvenir)	3,231.4	3,406.4
Ropa y Calzado	4,082.2	4,138.3
Compra de juguetes, artículos deportivos, musicales, etc.	3,120.9	3,158.4
Compra de Servicios de Aseo y limpieza	464.1	478.4
Guías Turísticas	237.6	255.4
Libros, Periódicos y Revistas	414.2	426.5
Medicamentos	817.4	833.4
Otros Bienes	1,572.3	1,659.0
Subtotal Bienes	17,432.2	18,031.8
Total	105,118.7	110,308.1

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

COMPARATIVO DE LA LLEGADA DE VISITANTES A CDMX CON REGISTROS ADMINISTRATIVOS

En los registros administrativos disponibles en instituciones como el Sistema Integral de Operación Migratoria, de la Unidad de Política Migratoria de la Secretaría de Gobernación, Caminos y Puentes Federales de Ingresos, Centrales Camioneras (Norte, Sur, TAPO y Poniente) sobre llegada de visitantes a la ciudad, entre los que se incluye el regreso de paseantes que salieron de la ciudad en el año, por las vías aérea y terrestre por carreteras de cuota o en autobuses del Servicio Público Federal, se tiene para 2014 lo siguiente:

Por vuelos nacionales llegaron 11.3 millones de pasajeros, por vuelos internacionales 5.7 millones de pasajeros. Ambos conceptos suman 17 millones. Si se agregan los pasajeros que salieron de la ciudad por vía aérea esta cantidad se eleva a 34.3 millones de pasajeros. Por los autobuses que llegan a las terminales centrales de la ciudad llegaron 37.9 millones de pasajeros. Por las autopistas de cuota que llegan a la CDMX arribaron 61.9 millones de vehículos particulares. En este rubro se estima que si en

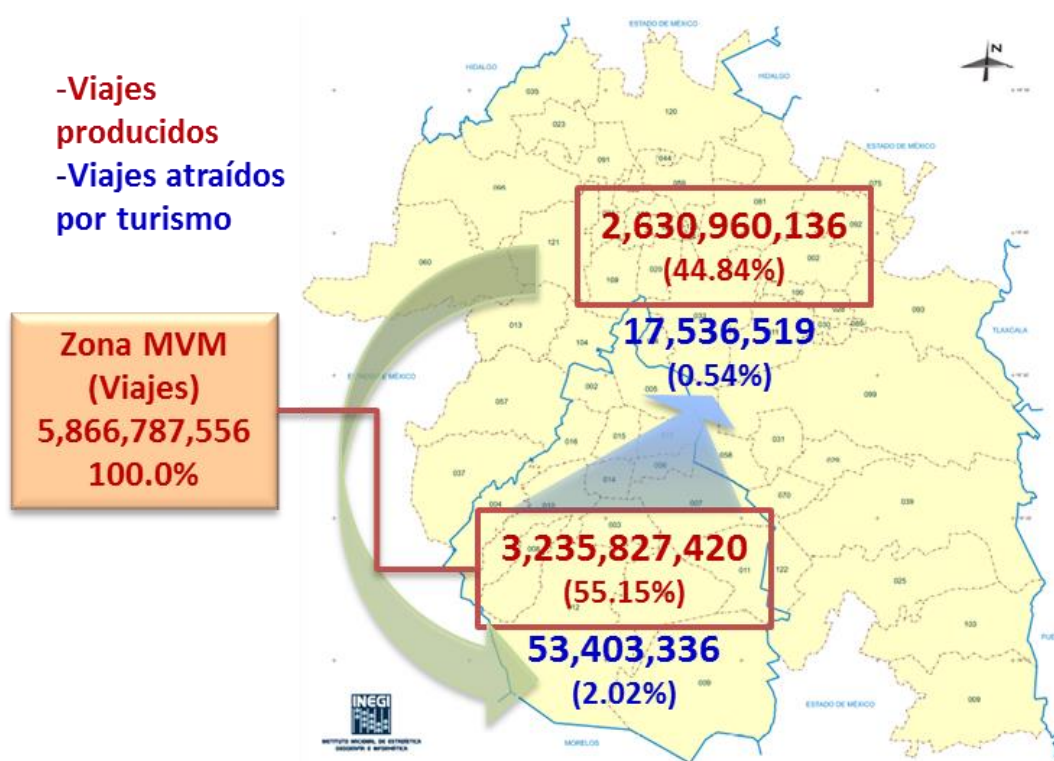
promedio cada vehículo transporta a dos pasajeros, el total de personas transportadas asciende a 123.8 millones

Se obtiene un gran total de 178.8 millones de pasajeros que arribaron a la ciudad en 2014. La diferencia de 73.8 millones entre esta cifra y el total de turistas y excursionistas antes señalado de 105 millones, está compuesto por residentes de la ciudad que regresaron a su hogar.

TAMAÑO DEL MERCADO TURÍSTICO DE CDMX

La ciudad recibe adicionalmente un número considerable de visitantes provenientes del área metropolitana de la Ciudad de México, es decir, de los 60 municipios conurbados del Estado de México e Hidalgo. Analizando datos de las encuestas⁴ de Origen y Destino y de Gasto de los Hogares, se estima que en 2015 en la ZMVM se produjeron en total 5,866 millones de viajes con origen y destino en la propia ZMVM; 55.2% con origen en la ciudad, una parte de ellos con destino dentro de la propia ciudad y la otra hacia los municipios conurbados. El 44.8% se originó en los municipios conurbados. Este gran número de viajes se realizó con los más diversos propósitos, entre ellos los de tipo turístico.

GRÁFICA 10. VIAJES TOTALES PRODUCIDOS Y ATRAÍDOS EN LA ZMVM 2015

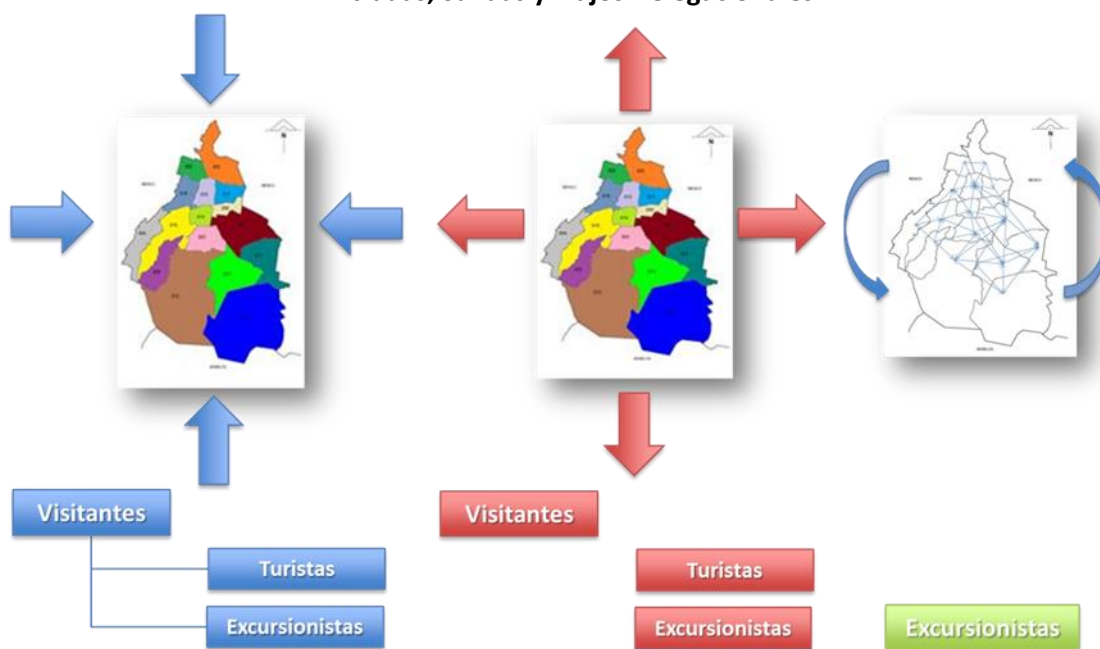


Fuente:Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

⁴ Se trata de la Encuesta Origen y Destino 2007, realizada por la Secretaría de Transporte y Vialidad del Gobierno del Distrito Federal (SETRAVI), para estimar la cantidad y los motivos de los viajes que se realizan en la Zona Metropolitana del Valle de México y la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares (ENIGH) del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) de varios años.

Los viajes producidos durante 2015 en la ZMVM fueron 2,630.9 millones, de ellos los atraídos por motivos turísticos por la Ciudad de México fueron 53.4 millones que representan el 2.024% del total. Por su parte, de los 3,235.8 millones de viajes producidos en la Ciudad de México, únicamente 17.5 millones, el 0.54%, fueron atraídos por motivos turísticos por la ZMVM. Existe una diferencia 35.8 millones de viajes turísticos entre ambos sentidos del flujo. Por cada residente de la CDMX que visita los municipios de la zona conurbada, cuatro residentes de estos municipios visitan la capital. Esta relación se explica de manera natural por la gran infraestructura turística de la Ciudad de México. Los gastos que efectúan las personas que realizan estos viajes producen un balance económico favorable a la capital en el concepto de excursionismo.

GRÁFICA 11. SISTEMA TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
Entradas, Salidas y Flujos Delegacionales



Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Para tener un panorama completo del mercado turístico de CDMX es necesario incluir otro tipo de transacciones de importancia turística: el flujo de visitantes que reciben los lugares de atractivo turístico de la ciudad provenientes de la misma ciudad. Se trata de aquellas personas que se trasladan dentro de la misma ciudad para visitar museos, teatros, centros comerciales, parques y centros de diversión, casinos, etc. y que para hacerlo deben salir de su espacio habitual de actividades cotidianas, que en este trabajo consideramos es la demarcación política en la que residen. Durante 2014 se realizaron entre las Delegaciones un total de 3,246 millones de viajes producidos por todos los conceptos declarados en las encuestas. Esta cifra se corresponde aproximadamente con los 3,251 millones de viajes atraídos entre las mismas Delegaciones. De este

gran total se segregan los traslados con motivos turísticos, que en ese año representaron 247.6 millones de viajes producidos o 281.8 millones de viajes atraídos, es decir se toman en cuenta únicamente el 8% del gran total. De estos viajes el 57% son efectuados para realizar compras, el 34% para visitas social y diversión y el 9% restante para comer. Para 2015 esta cifra es similar y se ubica en 281.14 millones de viajes.

A este movimiento de personas que forman parte del turismo interno de la ciudad se le denomina, en este documento, flujos delegacionales, porque para calcularlo se toma como base el traslado de una a otra de las demarcaciones territoriales en las que está dividida políticamente la Ciudad de México. El símil de este concepto serían los traslados entre municipios de las demás entidades del país. En este caso no se toman en cuenta todos los traslados que se realizan entre las demarcaciones, pues de acuerdo con las recomendaciones de la OMT antes mencionadas, deben considerarse únicamente aquellos de relevancia turística, para lo cual deben eliminarse una gran parte de los traslados que resultan ser parte de las actividades habituales de los residentes en cada demarcación, es decir aquellos que se efectúan al lugar de trabajo, de estudio, de comercio cotidiano, etc. Se toman en cuenta únicamente aquellos que se realizan, según las encuestas de origen y destino de la movilidad de la ciudad, para efectos de compras no habituales, visita social o para diversión y para realizar comidas en restaurantes y otros establecimientos de alimentos y bebidas, que pueden ser considerados de relevancia turística. Las cifras para el 2015 son similares, aunque con una ligera disminución inferior al 1%, como puede apreciarse en el cuadro siguiente:

CUADRO 5. Viajes totales atraídos por cada una de las Delegaciones Políticas
(Millones)

Delegación	2014	2015	Variación 15/14	Participación 2015
Álvaro Obregón	16.32	16.30	-0.12%	5.80%
Azcapotzalco	11.24	11.19	-0.51%	3.98%
Benito Juárez	23.32	23.30	-0.09%	8.29%
Coyoacán	22.20	22.10	-0.44%	7.86%
Cuajimalpa de Morelos	6.35	6.36	0.21%	2.26%
Cuauhtémoc	63.66	63.50	-0.25%	22.59%
Gustavo A. Madero	26.55	26.45	-0.40%	9.41%
Iztacalco	6.39	6.36	-0.50%	2.26%
Iztapalapa	35.96	35.88	-0.24%	12.76%
La Magdalena Contreras	3.16	3.16	-0.07%	1.12%
Miguel Hidalgo	17.97	17.96	-0.10%	6.39%
Milpa Alta	1.54	1.55	0.40%	0.55%
Tláhuac	3.36	3.36	0.04%	1.19%
Tlalpan	15.69	15.70	0.08%	5.59%
Venustiano Carranza	20.25	20.14	-0.55%	7.16%
Xochimilco	7.84	7.83	-0.12%	2.79%
Todas las delegaciones	281.83	281.14	-0.25%	100.00%

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Seis de las dieciséis delegaciones que integran la Ciudad de México concentran el 68% de los viajes atraídos, estas son Cuauhtémoc, por su actividad económica general; Iztapalapa y Gustavo A. Madero, por su población; Benito Juárez, Coyoacán y Venustiano Carranza y Miguel Hidalgo, por su actividad comercial y actividades recreativas. Por su parte las Delegaciones con fuerte presencia rural, Xochimilco, Cuajimalpa de Morelos, Tláhuac, La Magdalena Contreras y Milpa Alta se ubican hacia el final de la tabla y concentran en conjunto únicamente el 7.9% de los viajes atraídos.

Las Delegaciones Álvaro Obregón, Tlalpan, Azcapotzalco e Iztacalco se ubican en la parte media de la tabla. Las dos primeras, aunque tienen una extensa parte rural, cuentan con importantes áreas urbanas que son las que contribuyen a atraer viajes. Azcapotzalco e Iztacalco tienen superficies relativamente pequeñas y cuentan con recursos turísticos comparativamente menores a los de las Delegaciones que encabezan la tabla.

CUADRO 6. Viajes atraídos por conceptos turísticos por cada Delegación
(Millones)

Delegación	Compras	Social y Diversión	Comidas	Total	Variación 15/14	Participación 2015
Álvaro Obregón	8.4	6.4	1.5	16.3	-0.1%	5.8%
Azcapotzalco	5.9	4.0	1.3	11.2	-0.5%	4.0%
Benito Juárez	11.9	9.4	2.1	23.3	-0.1%	8.3%
Coyoacán	10.5	9.4	2.2	22.1	-0.4%	7.9%
Cuajimalpa de Morelos	4.0	1.8	0.5	6.4	0.2%	2.3%
Cuauhtémoc	48.4	11.7	3.4	63.5	-0.3%	22.6%
Gustavo A. Madero	12.1	11.5	2.8	26.4	-0.4%	9.4%
Iztacalco	3.0	2.8	0.6	6.4	-0.5%	2.3%
Iztapalapa	22.7	10.4	2.7	35.9	-0.2%	12.8%
La Magdalena Contreras	1.3	1.6	0.3	3.2	-0.1%	1.1%
Miguel Hidalgo	8.0	8.0	2.0	18.0	-0.1%	6.4%
Milpa Alta	1.0	0.4	0.1	1.5	0.4%	0.6%
Tláhuac	1.8	1.2	0.4	3.4	0.0%	1.2%
Tlalpan	7.8	6.5	1.4	15.7	0.1%	5.6%
Venustiano Carranza	15.2	4.0	0.9	20.1	-0.6%	7.2%
Xochimilco	4.5	2.8	0.6	7.8	-0.1%	2.8%
Todas las delegaciones	166.5	91.9	22.7	281.1	-0.2%	100.0%

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Este movimiento de personas dentro de la ciudad también genera una derrama económica. En esta entran no sólo los gastos de traslado, sino también los gastos implícitos en la realización del objeto del viaje, es decir de las compras, del acceso a los lugares de esparcimiento y las comidas en establecimientos comerciales.

La derrama económica generada por los 281.1 millones de viajes atraídos entre delegaciones con los fines turísticos antes señalados resulta del orden de los 14,364 millones de pesos en 2015.

CUADRO 7. Derrama económica generada por los conceptos de turismo interior en CDMX 2015
(Millones de pesos)

Delegación	Compras	Social y Diversión	Comidas	Total
Cuauhtémoc	2,472	597	175	3,244
Iztapalapa	1,161	533	139	1,833
Gustavo A. Madero	621	585	146	1,351
Benito Juárez	606	479	106	1,191
Coyoacán	538	480	111	1,129
Venustiano Carranza	775	206	48	1,029
Miguel Hidalgo	406	411	100	917
Álvaro Obregón	431	327	75	833
Tlalpan	399	334	69	802
Azcapotzalco	303	204	64	572
Xochimilco	228	141	31	400
Cuajimalpa de Morelos	206	94	24	325
Iztacalco	152	142	30	325
Tláhuac	91	62	19	172
La Magdalena Contreras	66	80	15	162
Milpa Alta	54	20	6	79
Todas las delegaciones	8,509	4,696	1,159	14,364

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Con base en todos los conceptos descritos hasta ahora, es decir de los visitantes de las categorías turísticas, nacionales e internacionales, hospedados tanto en hoteles como en otras formas no comerciales de hospedaje; de la de excursionistas, del interior, de la Zona Metropolitana del Valle de México y la de origen internacional en tránsito; así como de los flujos de turismo interno de la ciudad, se tiene un gran mercado turístico receptivo de la ciudad del orden de 124,672 millones de pesos para 2015 o, si se quiere expresar en divisas, significan 7,304 millones de dólares al tipo de cambio aplicable.

Ahora bien, para determinar el tamaño del mercado turístico de CDMX debe también considerarse el turismo egresivo, es decir el de los residentes que salen de la ciudad para visitar lugares externos a ella, esta porción del mercado está formada, naturalmente, por turistas y excursionistas que salen a visitar otros países, otros estados dentro del país en viajes con o sin pernocta, e incluso lugares dentro de la ZMVM en viajes de excursionismo. Esta parte del mercado se analiza a detalle en el siguiente apartado, pero aquí puede adelantarse que su valor se estima para 2015 en 50, 311.3 millones de pesos. De este modo el valor total del mercado turístico de la ciudad asciende a 174,983 millones de pesos o 10,253 millones de dólares. En 2014 este mercado turístico total alcanzó un valor de 168,729 millones de pesos, lo que nos da un crecimiento de 3.7% en el año. Como la inflación, medida por el Índice Nacional de Precios al Consumidor, fue del 2.7%, el mercado turístico tuvo un

crecimiento real del 1% en 2015. El cual, aunque modesto no deja de ser un resultado favorable que demuestra la bondad económica del turismo en la capital.

TURISMO EGRESIVO DE CDMX

Los turistas y excursionistas residentes en CDMX que salieron de la ciudad a visitar otros lugares en 2014 se estiman en un total de 49.9 millones con un gasto total de 49,303.8 millones de pesos, cifras que se integran de la manera siguiente: Salida de 17.5 millones turistas de la Ciudad de México con pernocta, con gasto de 36,396 millones de pesos, para un gasto medio de 2,079 pesos. Salida de la Ciudad de 31.1 millones de excursionistas sin pernocta al exterior de la ciudad, con gasto de 9,797 millones de pesos, con un gasto medio de 315 pesos. Salida de 1.4 millones de otros viajantes que declararon viajes con y sin pernocta, con gasto medio de 2,275 pesos. Para 2015, el número de turistas aumenta 2.07% y el gasto medio 0.87% para un gasto total 37,148 millones de pesos. El número de excursionistas crece 1.9% y el gasto medio de éstos 1.14% para un gasto total de 9,989 millones de pesos. En total la salida de residentes de la CDMX que visitaron otros lugares fue de 50.4 millones de personas que realizaron gastos totales por 50,311.3 millones de pesos, para un gasto promedio de 997 pesos. Estas cifras se muestran en el cuadro siguiente:

CUADRO 8. Salida de turistas y excursionistas de la CDMX 2014-2015

Concepto	Salidas (Personas)		Participación 2015	Gasto (Millones de Pesos)		Participación 2015
	2014	2015		2014	2015	
Salida de Turistas y Excursionistas Nacionales e Internacionales con y sin Pernocta	49,987,472	50,463,800	100.00%	49,303.8	50,311.3	100.00%
Turistas del CDMX con pernocta (Salidas)	17,506,615	17,714,889	35.10%	36,396.5	37,148.1	73.84%
Turistas hospedados en hoteles	7,020,153	7,103,671	14.08%	23,443.0	23,927.1	47.56%
Turistas en otras formas de alojamiento	10,486,462	10,611,218	21.03%	12,953.5	13,221.0	26.28%
Con Familiares y Amigos	9,173,464	9,282,600	18.39%	11,331.6	11,565.6	22.99%
Casa o residencia propia	612,733	620,022	1.23%	756.9	772.5	1.54%
Otros	700,265	708,596	1.40%	865.0	882.9	1.75%
Excursionistas sin pernocta(Salidas)	31,114,173	31,365,965	62.16%	9,797.3	9,989.5	19.86%
Excursionistas al Interior	13,666,873	13,829,465	27.40%	8,911.5	9,091.7	18.07%
Excursionistas a la ZMVM	17,447,300	17,536,500	34.75%	885.7	897.8	1.78%
Ambos Viajes: Turistas y Excursionistas (Con y Sin Pernocta)	1,366,688	1,382,946	2.74%	3,110.1	3,173.7	6.31%

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

SALDO TURÍSTICO DE CDMX

Con los datos anteriormente analizados, ya es posible determinar el saldo turístico de la ciudad. Este concepto se define como los ingresos de origen turístico receptivo que se obtuvieron en un periodo

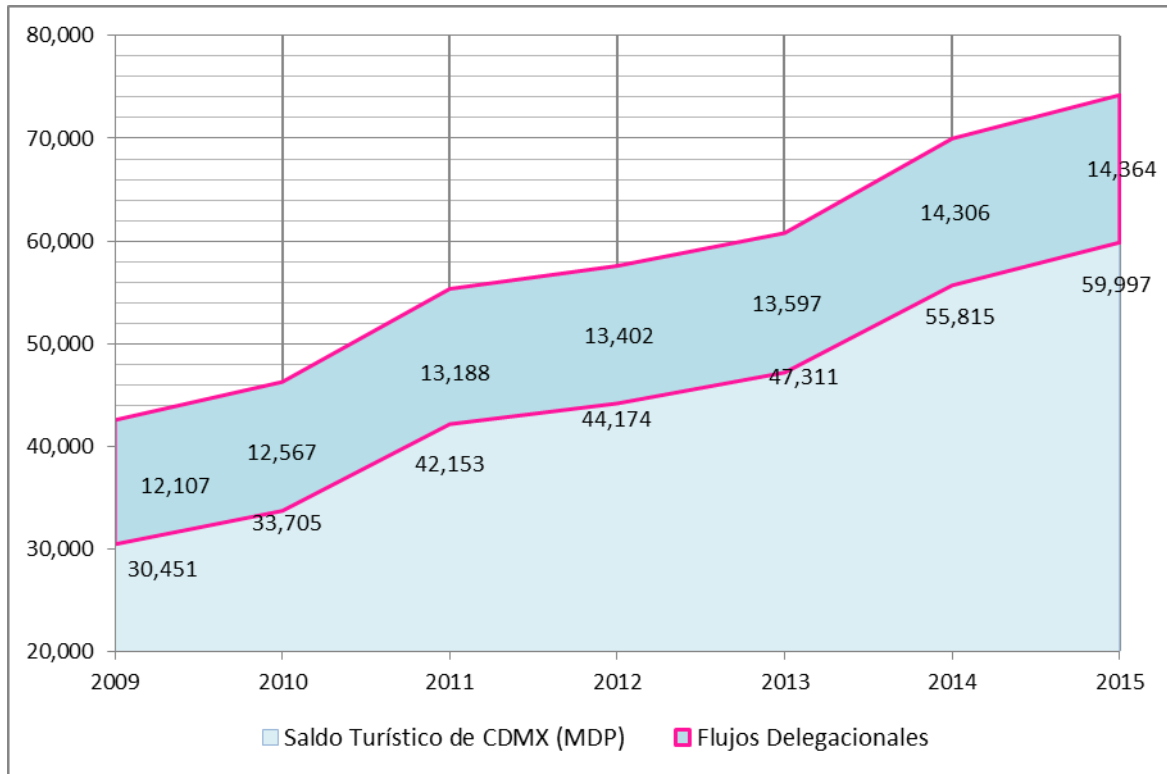
determinado, menos los gastos realizados por los turistas egresivos en el mismo lapso. El saldo turístico de CDMX para 2014, formado por los gastos de los visitantes de la ciudad, que en ese año alcanzó la cifra de 105,119 millones de pesos, menos los gastos de los residentes de la ciudad que salieron a visitar otros lugares, los cuales arrojan 49,304 millones de pesos, resulta favorable para la ciudad en 55,815 millones de pesos. Al sumar a esta cantidad el importe del turismo interno de la ciudad, resultado de los flujos delegacionales, calculado en 14,306 millones de pesos, tenemos que la aportación del turismo a los ingresos de los habitantes de la ciudad es del orden de 70,122 millones de pesos. Esta cantidad expresada en dólares asciende a los 5,272 millones. Para el 2015 el saldo turístico aumenta 7.5% hasta alcanzar 59,997 millones de pesos, adicionando el saldo por turismo interno que para 2015 fue de 14,364 millones de pesos, obtiene la ciudad un aporte a su ingreso por 74,361 millones de pesos, que significan 4,686 millones de dólares. Llamaremos a este concepto Ingreso Turístico Neto de la Ciudad.

CUADRO 9. Cálculo del Ingreso Turístico Neto de CDMX 2009-2015

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Llegada de Turistas y Excursionistas (Millones de personas)	91	96	102	101	103	105	105
Gasto Visitantes (MDP)	67,666	73,956	85,676	89,133	93,801	105,119	110,308
Salida de Turistas y Excursionistas (Millones de personas)	46	48	49	49	50	50	50
Gasto (MDP)	37,216	40,250	43,523	44,959	46,490	49,304	50,311
Saldo Turístico de CDMX (MDP)	30,451	33,705	42,153	44,174	47,311	55,815	59,997
Flujos Delegacionales (Millones de personas)	282	283	283	283	282	282	281
Derrama Económica Flujos Delegacionales (MDP)	12,107	12,567	13,188	13,402	13,597	14,306	14,364
Ingreso Neto Turístico CDMX	42,558	46,272	55,341	57,576	60,908	70,122	74,361

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

GRÁFICA 12. SALDO TURÍSTICO E INGRESO TURÍSTICO NETO DE CDMX



IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO EN CDMX

En 2014 el gasto turístico total de los visitantes de la ciudad, incluyendo turistas y excursionistas, así como los flujos delegacionales alcanza la suma de 8,970.8 millones de dólares. Recordemos que la expresión en dólares desciende por el movimiento del tipo de cambio. En el año el saldo turístico de la ciudad creció 6%; es decir, 3.3 puntos porcentuales por encima de la inflación del año.

Esta cifra representa el 4.44 del Producto Interno Bruto (PIB) de la Ciudad de México. También representa el 5% de las actividades económicas terciarias, también llamadas de servicios y el 25.3% de toda la actividad comercial de la entidad federativa.

CUADRO 10. Importancia económica del turismo en el la CD MX

Concepto	2013	2014	Participación del PIB 2013 (%)	Participación del PIB 2014 (%)	Participación del Consumo turístico 2014 (%)
PIB Ciudad de México	202,171,466,816	202,505,753,066	100.00	100.00	4.43
Actividades terciarias	179,156,784,079	179,350,095,899	88.6	88.6	5.0
Comercio DF	35,334,286,466	34,900,890,377	17.5	17.2	25.7
Consumo turístico*	8,407,377,433	8,970,804,396	4.2	4.4	100.0

Fuente: INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales, Cuenta Satélite de Turismo y Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

*/ Visitantes y Flujos delegacionales.

HOTELERÍA EN CDMX

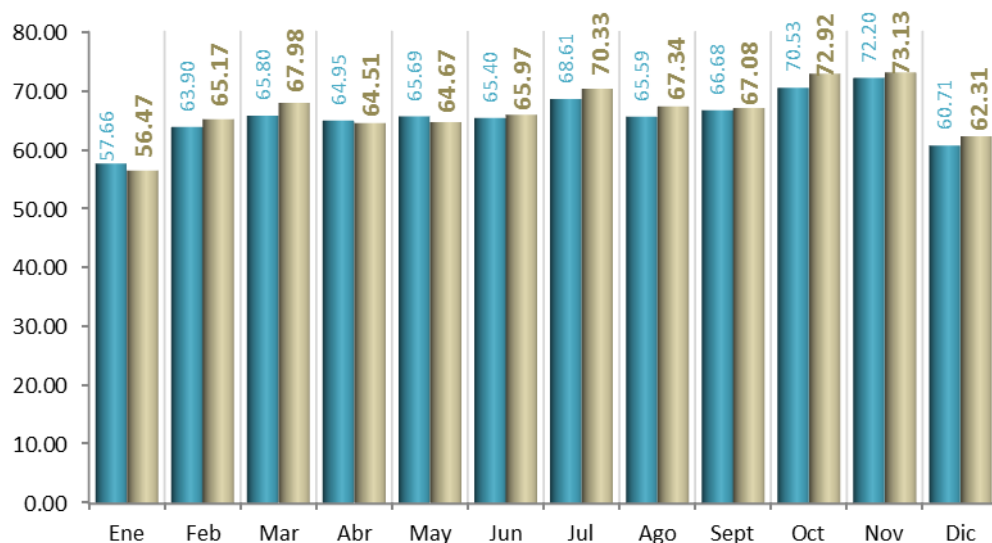
La infraestructura hotelera de la Ciudad de México está integrada por un conjunto de 613 establecimientos que en 214 contaron con 50,190 cuartos de hotel. En 2015 el número de hoteles se incrementa a 626, con 51,192 cuartos. Los hoteles en cuestión cubren toda la gama de categorías en las que se clasifica este servicio turístico. La categoría de Gran Turismo está integrada por 26 hoteles con 5,373 cuartos. La de cinco estrellas cuenta con 71 hoteles con un total de 11,250 cuartos. La categoría de cuatro estrellas está formada por 124 hoteles con 12,465 cuartos. La de tres estrellas posee 152 hoteles con 10,543 cuartos. La de dos estrellas por 100 hoteles con 5,804 cuartos. En la de una estrella se ubican 91 hoteles con 4,007 cuartos. Los hoteles sin clasificar son un total de 54 con 1,750 cuartos.

CUADRO 11. Capacidad de Alojamiento por categoría en CDMX

Categoría	Hoteles		Part. % 2015	Cuartos		Part. % 2015
	2014	2015		2014	2015	
Gran Turismo	25	26	4.2	5,344	5,373	10.5
5 Estrellas	69	71	11.3	10,944	11,250	22.0
4 Estrellas	123	124	19.8	12,366	12,465	24.3
3 Estrellas	151	152	24.3	10,263	10,543	20.6
2 Estrellas	100	108	17.3	5,484	5,804	11.3
1 Estrella	91	91	14.5	4,014	4,007	7.8
Sin Clasificar	54	54	8.6	1,775	1,750	3.4
Total	613	626	100.0	50,190	51,192	100.0

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

GRÁFICA 13. Porcentaje de ocupación mensual de los hoteles de CDMX



Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México. ■ 2014 ■ 2015

El porcentaje de ocupación promedio durante 2014 fue de 65.7%. Para 2015 se incrementa a 66.5%. Los meses de mayor afluencia de turistas a los hoteles de la ciudad son julio-agosto durante la temporada de verano y octubre-noviembre, los datos correspondientes se aprecian en la gráfica anterior. En este indicador, en el bienio, destacan las categorías altas (de 3, 4, 5 estrellas y Gran Turismo) cuyo porcentaje superó al promedio de la ciudad.

**CUADRO 12. Porcentaje de Ocupación de los Hoteles de CDMX por Categoría
2007-2015**

Categoría	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gran Turismo	62.70	62.76	45.59	57.49	64.14	65.75	64.37	65.90	64.51
5 Estrellas	60.57	60.53	49.61	58.41	63.76	67.44	69.93	69.05	70.02
4 Estrellas	58.89	60.24	49.11	55.38	60.53	67.43	70.20	70.00	73.81
3 Estrellas	49.90	49.46	39.66	46.58	50.72	55.30	58.82	67.16	68.78
2 Estrellas	58.66	60.05	52.50	53.61	58.01	60.24	59.15	48.53	58.20
1 Estrella	47.90	42.98	37.17	40.84	45.88	53.94	61.41	48.53	46.88
Sin Clasificar	58.34	51.23	42.96	51.58	47.34	53.63	61.22	62.76	57.59
Promedio	56.45	55.84	45.60	52.28	56.88	62.25	64.79	65.65	66.50

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Ciudad de México.

Por lo que respecta a los días de la semana en los que se presenta la ocupación, tomando una muestra de hoteles dentro de las categorías alta y media (3, 4, 5 estrellas y Gran Turismo) y obteniendo los promedios anuales para cada día de la semana tenemos:

CUADRO 13. Promedios de ocupación por día de la semana en hoteles de CDMX

Día de Ocupación	2012	2013	2014	2015	Var. 15/12
Lunes	64.0	67.0	69.4	70.82	10.7
Martes	71.3	75.1	78.5	79.84	12.0
Miércoles	75.8	79.6	81.6	83.43	10.1
Jueves	72.2	76.8	78.9	79.77	10.5
Viernes	56.9	61.3	63.2	65.88	15.8
Sábado	50.8	55.0	56.1	59.68	17.5
Domingo	48.8	53.2	54.0	55.62	14.0
Promedio Domingo-Jueves	66.4	70.4	72.5	73.90	11.3
Promedio Viernes-Sábado	53.8	58.2	59.6	62.78	16.7

Fuente: SECTURCDMX, Con datos proporcionados por los hoteles participantes en el levantamiento semanal de la ocupación.

La ciudad de México tradicionalmente ha sido vista como un destino turístico con preponderancia del motivo de viaje de negocios, por ser el centro administrativo más importante del país; porque en ella se concentran los poderes federales; los de la ciudad misma, que no pueden soslayarse dada la magnitud y complejidad administrativa de la Ciudad de México, y los corporativos de muchas grandes empresas del sector privado en áreas comerciales, financieras y de seguros, industriales, de comunicación, de tecnologías de la información, inmobiliarias, etc. Por tal motivo, en la ocupación diaria de los hoteles predominan los días de entre semana respecto de la correspondiente a la de los fines de semana. Los días laborables sobre los días de asueto.

El promedio anual de ocupación por día de la semana ha aumentado paulatinamente para todos los días desde 2010 (aunque el cuadro solo muestra los datos 2012-2015) también se observa que el promedio del fin de semana, viernes-sábado, comienza a aumentar respecto de algunos días de entre semana. Es mayor que el aumento de los días domingo-lunes y similar al aumento del miércoles. Este resultado puede ser indicativo de un incipiente cambio en las motivaciones de la visita a la ciudad. De convertirse en tendencia y sostenerse podría cambiar en el futuro próximo la percepción de la ciudad como destino principalmente de negocios para transitar hacia una preponderancia ligada al disfrute recreativo de los atractivos de la ciudad.

PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA CIUDAD 2015

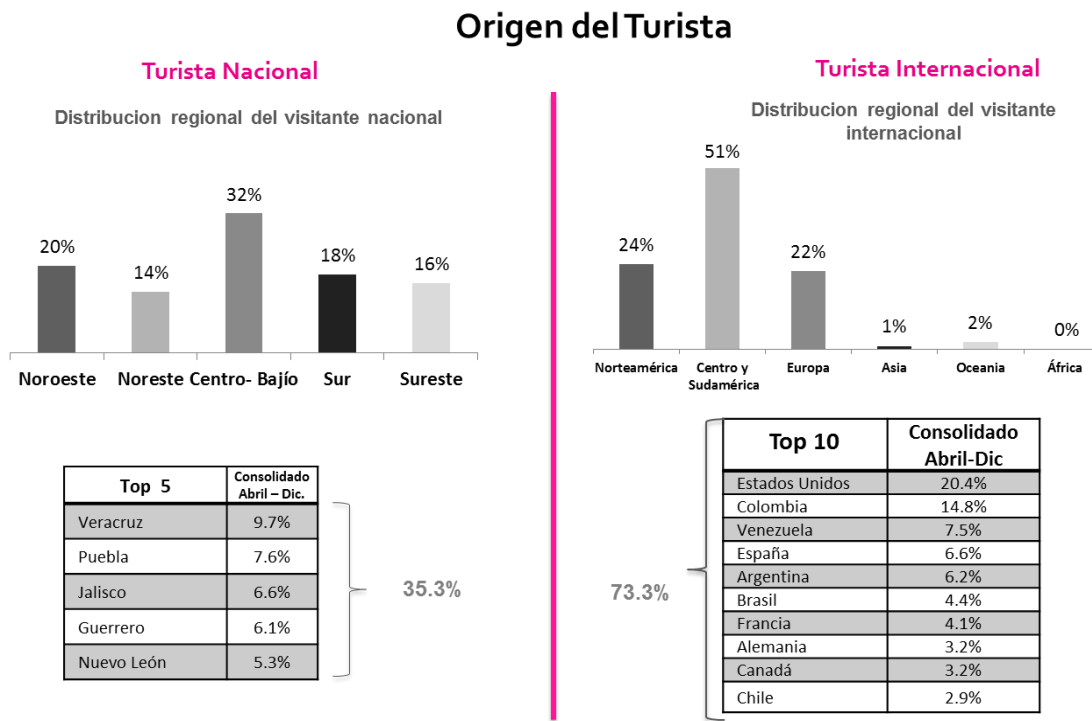
Con el fin de recabar información de primera mano sobre las características del turismo que visita la Ciudad de México, la Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México realiza cada año una encuesta sobre el perfil del turista⁵. Se aplica de abril a diciembre en los principales sitios de afluencia turística de la ciudad, restaurantes y hoteles, así como en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, mediante un cuestionario a visitantes mayores de 18 años.

⁵ La encuesta de "Perfil del Turista que Visita la Ciudad de México 2015" es levantada desde el año 2012 por la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional para la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

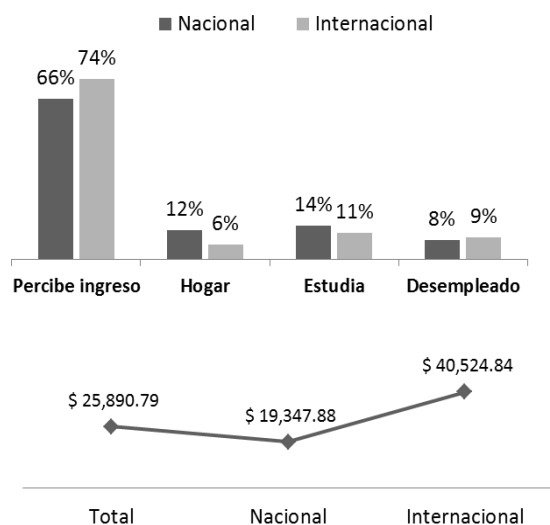
De acuerdo con los resultados de la encuesta el turista prototipo que visita CDMX es un adulto joven, de 33 años en promedio, principalmente nacional aunque también puede ser de otras partes del mundo, principalmente Norteamérica. No es la primera vez que visita la ciudad y tiene una visión positiva de ésta, derivada de sus experiencias previas. Genera su propio ingreso, realizó estudios de nivel medio o superior y tiene acceso a internet, herramienta que utiliza de manera cotidiana y en la planeación de sus viajes. Tiene acceso a información turística que le permite comparar con otros destinos. Viene a la ciudad a vacacionar a visitar parientes y amigos o por negocios. Usualmente pernocta en la ciudad excepto cuando la visita por algún negocio o para realizar trámites en oficinas públicas. Cuando se queda, usualmente de tres a cinco días, lo hace preferentemente en casa de familiares o amigos, si es nacional o en hoteles, si es extranjero, en cuyo caso permanece más de cinco días en promedio y luego se traslada a otros lugares del país. Lo que más le gusta es el patrimonio histórico y cultural de la ciudad así como la arquitectura y hospitalidad de los capitalinos. Le gusta salir a la calle. No le gusta el tráfico y las aglomeraciones y la contaminación.

Los principales resultados para 2015, expuestos de manera gráfica son los siguientes:

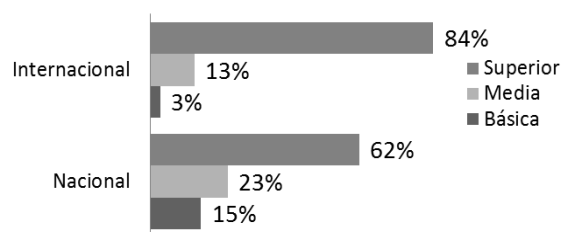
GRÁFICAS 14-19. Perfil del Turista 2015



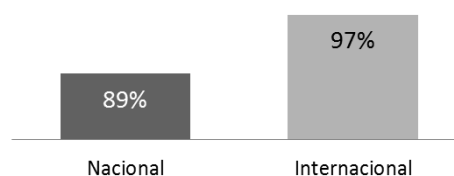
Ocupación e Ingreso



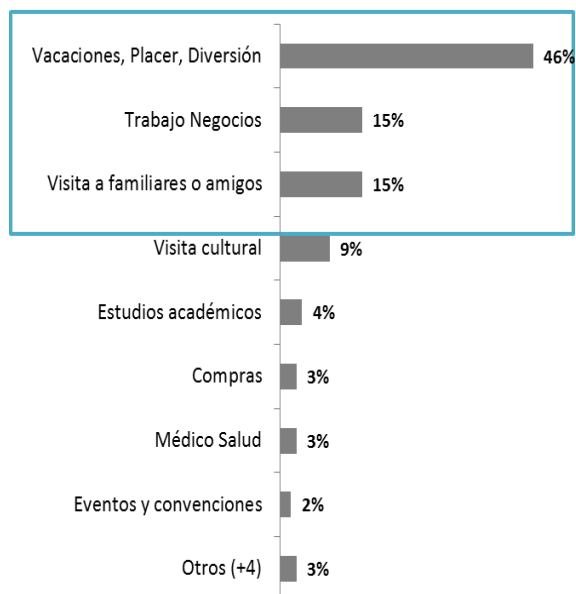
Escolaridad y Uso de Internet



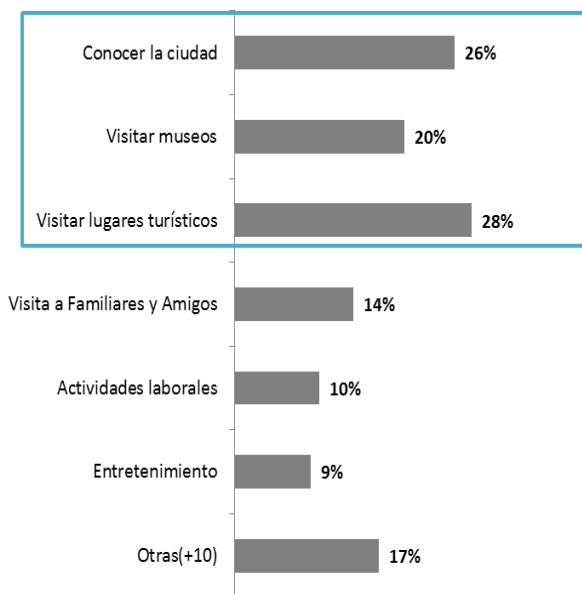
Usuarios Internet



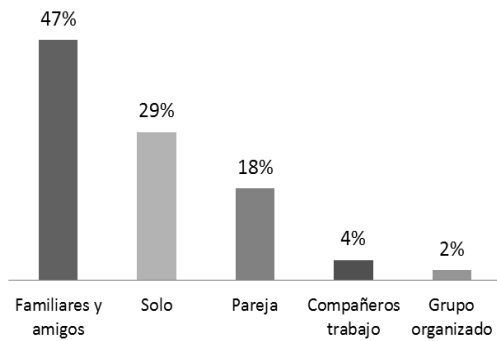
Principal Motivo de Visita



Principales Actividades



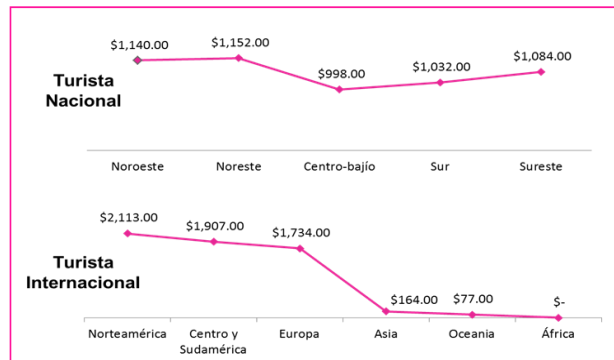
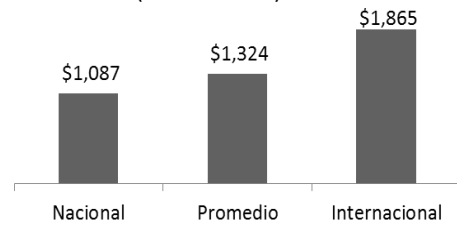
Acompañantes



Tamaño del grupo (media)	Nacional	Internacional
Familiares y amigos	4.1	3.6
Compañeros de trabajo	9.4	5.6
Grupo organizado	38.8	26.6

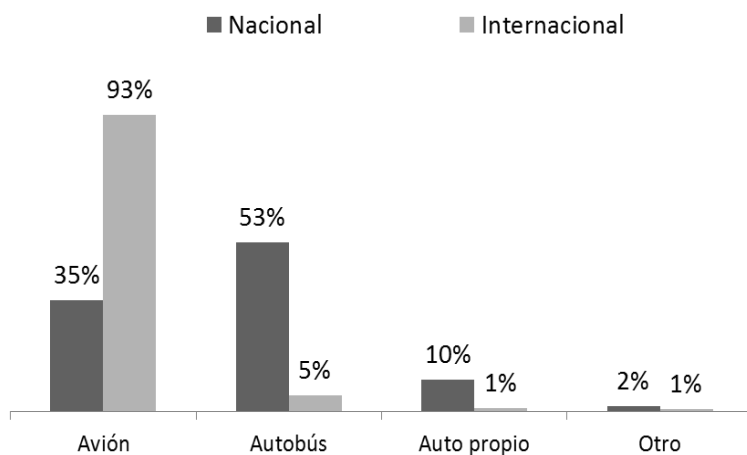
Gasto Diario

Origen del turista
(Pesos mexicanos)



Medio de Transporte

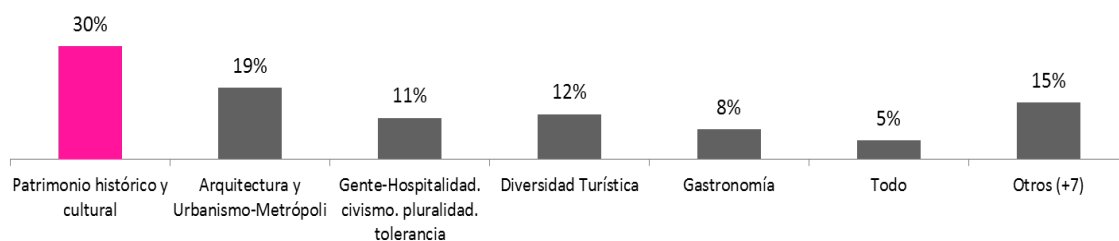
Para llegar a la Ciudad de México



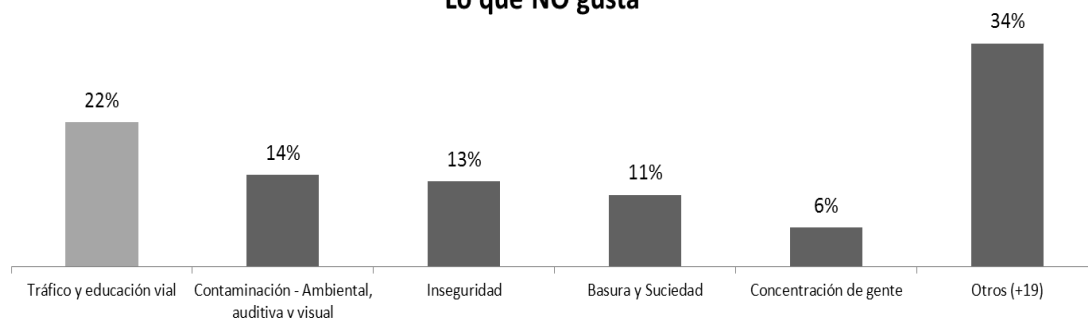
Movilidad Interna

Consolidado	
STC	48%
TAXI	27%
Metrobús	7%
Otros (+5)	18%
Total	100%

Lo que más gusta



Lo que NO gusta



Adicionalmente, la encuesta recaba datos sobre otros aspectos importantes para la administración general de la ciudad y para la administración turística en particular incluye temas sobre el Sistema Turístico de la ciudad, la percepción del turista respecto de las autoridades y los prestadores de los servicios turísticos que consume durante su estancia, en dónde come, de qué manera planeó su viaje y la medida en la que se satisfacen sus expectativas. Se le inquiriere sobre el nivel de los precios y la calidad que recibe por su dinero en hoteles y de parte de otros prestadores de servicios. Se recoge la evaluación sobre el marco regulatorio del turismo en la ciudad y cuál es su percepción sobre el cumplimiento del mismo por parte de los prestadores de servicios y sobre las acciones de las autoridades en relación con el medioambiente, seguridad, transporte público accesibilidad para discapacitados, disponibilidad y accesibilidad de la información turística, señalización y facilidad para acceder a los lugares de interés y sobre la eficacia de la labor promocional de la ciudad como destino por medio del impacto publicitario de las campañas.

Respecto a los prestadores de servicios, los encuestados refieren que el cumplimiento del marco regulatorio por parte de los proveedores de bienes y servicios es aceptable. Destacan las valoraciones sobre la percepción de cumplimiento de precios y promociones, limpieza en las instalaciones, seguridad en el entorno para turistas, disponibilidad de información y capacitación de empleados; con valoraciones bajas destaca el aprovechamiento de tecnologías en la atención, la disponibilidad de instalaciones y ayudas para discapacitados y la presencia de sistemas de quejas.

El nivel de satisfacción con respecto a la experiencia visita a la CDMX resulta consistentemente muy alto a lo largo del año. La casi totalidad de los encuestados manifestaron que sí regresarían a visitarla

y estar dispuestos a recomendar el destino entre sus familiares y amigos. En los casos en que el entrevistado no visitaba la ciudad por primera vez, la opinión resulta favorable y la comparación con los viajes anteriores resulta positiva. De manera que revela un cierto mejoramiento de la experiencia en el tiempo.

La percepción de las autoridades turísticas es buena en general y se califican bien los programas tales como Módulos de Información, Señalización Turística, *Call Center*, Pase Turístico, así como la página web de SECTUR CDMX, la comunicación por redes sociales y el contacto vía e-mail. La mayoría de los entrevistados manifestó haber visto anuncios publicitarios sobre la Ciudad en medios como TV e Internet, considerándolos buenos y mostrando un buen nivel de recordación

MOVILIDAD

Los viajes del excursionismo y del turismo interno de la ciudad, anteriormente analizados, se encuentran asociados al parque vehicular de la urbe. De acuerdo con datos del INEGI⁶ para 2014 la Ciudad de México tenía un parque vehicular de 4.8 millones de vehículos, entre automóviles particulares, camiones para pasajeros, camiones y camionetas de carga y motocicletas.

CUADRO 14. Parque vehicular de la Ciudad de México

	2012	2013	2014
Automóviles particulares	4,455,914	4,593,710	4,421,797
Camiones para pasajeros	31,342	31,047	31,186
Camiones y camionetas de carga	68,890	71,106	74,746
Motocicletas	59,130	91,324	210,020
Total	4,615,276	4,787,187	4,737,749

Fuente: INEGI

⁶ Estos datos se pueden consultar en la página de internet:
http://www.inegi.org.mx/lib/olap/consulta/general_ver4/MDXQueryDatos.asp?c=13158

CAPÍTULO II. LA CIUDAD DE MÉXICO Y SUS DELEGACIONES

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La Ciudad de México fue fundada –se cree– en 1325 por el pueblo originario denominado mexica, en un islote en el centro de la zona lacustre del Valle de México, lugar al que dieron el nombre de México-Tenochtitlan y que estaba formada por un gran valle con cinco lagos en su interior, Texcoco, Xochimilco, Chalco, Xaltocan y Zumpango. No obstante que en esa época en el valle existían otras ciudades y asentamientos que le precedían en importancia y antigüedad, como Texcoco, Tlacopan, Culhuacán, Coyoacán, Copilco y Azcapotzalco, la ciudad mexica se convertiría en la capital del gran imperio azteca, con dominio sobre unos trescientos mil km² de la zona central de Mesoamérica y con extensiones hasta la zona central de Oaxaca, Guerrero, Tabasco y la costa del Golfo de México, convirtiéndose en la ciudad más importante de toda la región que los conquistadores españoles en alianza con diversos pueblos originarios conquistarían en 1521.

Los conquistadores españoles encabezados por Hernán Cortés con el título de Capitán General, decidieron establecer la capital de los territorios conquistados a los que dieron el nombre de la Nueva España en México-Tenochtitlan, por lo que se dieron a la tarea de reconstruir la ciudad en la que se estableció el virreinato de la Nueva España. La ciudad se dividió en barrios que se asentaron sobre la estructura de los *calpulli* mexicas. Durante la época colonial los barrios del centro de la ciudad se poblaron de suntuosas construcciones destinadas al culto religioso, a la administración o a residencia de las élites criolla y peninsular, mientras que en barrios de la periferia, en los pueblos ribereños y en las montañas que rodean el valle se asentaron los pueblos originarios, muchas veces en condiciones de miseria. Con el tiempo la ciudad se convertiría en el centro político, financiero y administrativo del imperio español, el cual se extendería hasta Centroamérica y Asia, pero terminaría a sus 300 años con la entrada a la ciudad del Ejército Trigarante en 1821. Este acontecimiento marcó el fin del virreinato. Poco después se proclamó el imperio mexicano de Iturbide y, a la caída de éste, la república independiente.

Entre las obras urbanas realizadas durante la época colonial destaca la decisión de desecar la cuenca lacustre del Valle, por medio de la construcción de un canal de desagüe y del tajo de Nochistongo, diseñados ambos para aliviar la salida de las aguas del Valle y conducir las hacia río Tula. Estas obras pusieron fin a una larga historia de inundaciones de diversa magnitud. Tales obras continuarían en diversos proyectos hasta 1910, cuando se terminó de construir el Gran Canal de Desagüe.

En la naciente república, la Ciudad de México pasó a ser la capital del nuevo estado del mismo nombre. El Distrito Federal se creó en 1824, para albergar los poderes federales. Se le asignó originalmente el territorio formado por un círculo con radio de 8.3 kilómetros y centro en el zócalo, con el que se ocuparía la mancha urbana existente en ese momento y el territorio de los municipios de Tacuba, Tacubaya, Azcapotzalco y Mixcoac. En 1857, en la constitución liberal, se le identificó como Ciudad de México con el mismo territorio asignado en 1824. Posteriormente, durante la intervención francesa y bajo el régimen monárquico de Maximiliano que trajo consigo, se reensayó

un régimen centralista en el que el Distrito Federal dejó de existir por espacio de tres años, periodo en el que la Ciudad de México y su ayuntamiento se integraron en el Departamento del Valle de México, uno de los cincuenta en los que se dividió el país, al menos en papel, debido al decreto imperial del 3 de marzo de 1865. Bajo ese ordenamiento, cada Departamento se dividía en distritos y éstos a su vez en municipios, cuyo número y demarcación se determinarían con posterioridad, cosa que nunca ocurrió debido a la derrota de los intervencionistas. A partir de 1853 al Distrito Federal se le asignaron nuevos límites, pero con una extensión creciente que se oficializó hasta 1898 durante el gobierno de Porfirio Díaz. Permaneció así durante el periodo revolucionario.

CREACIÓN DE LAS DELEGACIONES COMO ESPACIO POLÍTICO ADMINISTRATIVO

Terminada la guerra revolucionaria y una vez pacificado el país, la ciudad capital ocupaba el territorio de trece municipios, seguía siendo el asiento de los poderes federales y por tanto el centro político y administrativo del país. Para 1928 se suprimió el régimen municipal en el territorio de la ciudad y se establecieron las delegaciones, así como el Departamento del Distrito Federal. En la primera distribución geográfica delegacional, la entidad estaba integrada por el Departamento Central y la Zona Exterior. El primero estaba formado a su vez por las ciudades de México y la de Tacubaya, además de las villas de Tacuba y de Mixcoac. La Zona Exterior, por su parte, estaba formada por trece delegaciones: Guadalupe Hidalgo, Azcapotzalco, Iztacalco, Coyoacán, General Anaya, San Ángel, La Magdalena Contreras, Cuajimalpa, Tlalpan, Iztapalapa, Xochimilco, Milpa Alta y Tláhuac. En 1929 la Delegación de San Ángel cambió el nombre por el de Álvaro Obregón, en homenaje al militar y político sonorense. En 1941 se elimina la denominación del Departamento Central y se sustituye por la de Ciudad de México, se elimina la Delegación General Anaya cuyo territorio pasa a formar parte de la Zona Interior y se delimitan las doce delegaciones restantes. En 1956 se establecen el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México y la carretera federal a Puebla como límites entre la Ciudad y el Estado de México en la zona nororiente, para distribuir los terrenos obtenidos mediante la total desecación del Lago de Texcoco.

En 1970 se reforma nuevamente la Ley Orgánica para igualar las denominaciones Distrito Federal y Ciudad de México. Desaparece el Departamento Central y en su territorio se crean cuatro nuevas delegaciones, a las que se les asignan los nombres de otros tantos próceres de los grandes hitos de la historia nacional: Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo, Benito Juárez y Venustiano Carranza, además se cambia la denominación de Villa Hidalgo por la de Gustavo A. Madero y se modifican los límites de las Delegaciones Cuajimalpa y Álvaro Obregón para abarcar territorio adicional, anteriormente del Estado de México. Se mueven los demás límites entre delegaciones para hacerlos coincidir con ejes de carreteras, calles y avenidas en la zona urbana o accidentes geográficos como lechos de corrientes de agua y cerros en la zona rural. La demarcación resultante es la actualmente vigente.

En la actualidad, las delegaciones políticas constituyen el espacio político-administrativo de la ciudad. El entorno físico en el que suceden los acontecimientos de la urbe y, por lo tanto, en el que se realiza el turismo.

La ciudad de México primero y posteriormente transformada ya en Distrito Federal, sufrió una evolución histórica de casi 700 años, en la que se dieron múltiples cambios administrativos y territoriales. El Distrito Federal nacido al comienzo de la época independiente absorbió para la ciudad territorio cedido de facto por el estado de México a la federación, para ser usado como residencia de los poderes federales. Se pensaba evitar así conflictos de soberanía con los estados integrantes de la federación y, al mismo tiempo, dar libertad de acción los poderes centrales para organizar el gobierno y la administración. Con ese fin se le reservó el manejo de las fuerzas armadas y entre ellas las policiales, pero se restringieron a la entidad otros derechos de los que gozaban los estados integrantes de la federación. Entre ellos el derecho a elegir a los gobernantes de la ciudad y a sus legisladores. Este estado de cosas no cambiaría sino hasta 1997, año en que por vez primera se eligieron los titulares del gobierno del Distrito Federal y los de cada una de las delegaciones. Además de constituirse la Asamblea de Representantes, que posteriormente se convertiría en Asamblea Legislativa, con facultades plenas para legislar en casi todas las materias del fuero local. En 2015 el Distrito Federal pasó a denominarse Ciudad de México y en 2016 se inició el proceso para dotarla de Constitución, por lo que su organización política y la conformación de las demarcaciones pueden llegar a ser modificadas en el proceso.

GRÁFICA 20. Las 16 delegaciones de la Ciudad de México



EXPANSIÓN DE LA CIUDAD. FORMACIÓN DE LA ZMVM

Gracias a un incontenible proceso de crecimiento y centralización que se extendería prácticamente sin freno hasta la década de los 80's del siglo XX, años en los que el gobierno federal comenzó a instrumentar políticas de desconcentración, aunque con resultados poco significativos, la urbe, además de ser el centro político, se convirtió también en el polo industrial, financiero y comercial del país. A lo largo de la segunda mitad de ese siglo la ciudad creció en población y se extendió hacia un gran número de municipios del Estado de México e incluso hacia el Estado de Hidalgo. Este proceso continuo de crecimiento la llevó a ocupar, en la actualidad, uno de los primeros lugares entre las urbes más pobladas del mundo, por lo que alcanzó el carácter de megalópolis. Si bien la población asentada en el Distrito Federal dejó de crecer, se estancó y comenzó a decrecer en la primera década del siglo XXI al llegar a los casi 9 millones de habitantes, la población total de la metrópoli siguió creciendo en áreas cada vez más numerosas del Estado de México, hasta conformar un área conurbada que alberga cerca de 13 millones de habitantes asentados en 59 municipios del Estado de México y uno de Hidalgo.

GRÁFICA 21. La Ciudad de México y los municipios conurbados



Los habitantes de los municipios conurbados forman una población flotante que supera en casi cuatro millones de personas a la población domiciliada en el territorio estricto del antiguo Distrito

Federal y que gravita en mayor o menor medida sobre éste. Esta población realiza actividades productivas en la ciudad y para ello debe trasladarse cotidianamente de su domicilio a los centros de trabajo, dando lugar al fenómeno de las ciudades dormitorio⁷ que rodean a la capital y que le impactan con una demanda de servicios masiva y creciente.

El crecimiento de la ciudad trajo consigo grandes problemas. Las autoridades político-administrativas de la ciudad debían crear la infraestructura urbana necesaria para proveer servicios urbanos y de movilidad no solamente a la población que por estar domiciliada en la Ciudad de México paga sus impuestos y contribuciones en la ciudad, sino también para toda la población que llega diariamente a la ciudad a trabajar, estudiar, etc. pero que tributa para los Estados de México o de Hidalgo, entidades en las que tienen registrado el domicilio. Por este motivo el abasto de servicios en la ciudad aparece siempre como insuficiente y saturado, no obstante que se presente un declive incipiente, pero real en el número de habitantes de la entidad.

LAS DELEGACIONES COMO ESPACIO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA CIUDAD

En el Distrito Federal el crecimiento ha sido desigual y la dotación de servicios urbanos no es homogénea. Al igual que en el periodo colonial, en la urbe subsisten zonas de gran desarrollo económico junto a extensas áreas deprimidas. Existen corredores en los que se asientan modernos desarrollos inmobiliarios con grandes edificios que albergan oficinas corporativas de los sectores comercial, financiero e industrial, los cuales cuentan con acceso a servicios urbanos comparables a los disponibles en los países más adelantados del orbe, pero también existen grandes aglomeraciones con crecimiento desordenado y a veces explosivo en las que los servicios resultan insuficientes, ambas conviviendo con extensas áreas rurales que constituyen cerca de la mitad del territorio de la entidad. Por este motivo las delegaciones son distintas, con grados de crecimiento y urbanización diferentes, con problemas a veces comunes pero en gran medida propios y únicos. Al interior de cada delegación las cosas no son distintas. Aunque algunas pueden considerarse más o menos homogéneas en su grado de urbanización, en términos generales las delegaciones presentan en su interior marcadas desigualdades y contrastes que le dan a cada una de ellas su fisonomía particular.

La historia nos heredó la llamada ciudad central, la urbe prehispánica y colonial cuyos límites se identifican en cierta medida con el Sector Central del periodo posrevolucionario. De ella se crearon en 1970 las delegaciones Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo, Benito Juárez y Venustiano Carranza, cuatro delegaciones en las que se concentra gran parte de la vida económica de la urbe y gran parte de su ingreso. También tenemos las delegaciones de fisonomía habitacional, Iztapalapa, Iztacalco, Gustavo A. Madero, Coyoacán, Azcapotzalco, y una parte de Álvaro Obregón y Tlalpan, que tienen en común haber crecido a partir de núcleos poblacionales prehispánicos, entre ellas se cuentan las más pobladas. Por último tenemos las delegaciones en las que la ciudad convive con la fisonomía rural,

⁷ La denominación no es estrictamente descriptiva porque en las casas permanece la familia o parte de sus miembros, quienes también demandan servicios de los municipios en los que se asientan.

Tláhuac, Milpa Alta, Xochimilco, Magdalena Contreras, Cuajimalpa, parte de Álvaro Obregón y la gran extensión rural del sur de Tlalpan.

En este contexto se desarrolla la actividad turística de la Ciudad de México. En las delegaciones se asienta la infraestructura hotelera y los atractivos turísticos, los corredores comerciales y de servicios y los polos de desarrollo inmobiliario, los edificios históricos sean de restos prehispánicos, o de arquitectura colonial y de la época independiente, los mercados tradicionales y las modernas plazas comerciales, los museos y recintos culturales, los deportivos y estadios, las ferias y centros de diversión; reliquias culturales como la zona de chinampas y los centros de culto religioso, todos ellos atraen visitantes, por eso es la Delegación Política, la unidad administrativa del gobierno local, la llamada a cumplir un importante rol en el desempeño turístico de la ciudad. De las funciones administrativas que desempeña depende en gran parte que los atractivos tengan éxito, que su ambiente se mantenga en condiciones aceptables de limpieza y ordenación, que no proliferen en su entorno el comercio irregular, el deterioro ambiental, la falta de higiene, la inseguridad y los abusos contra los visitantes. La delegación, con su gestión, puede propiciar que se mejore el transporte público y las vialidades por los que llega el turismo. El turismo es una actividad atractiva de la que todos pueden ganar. El turista, desde luego, pero también la comunidad local que recibe ingresos y puede disfrutar también de los atractivos y los servicios.

El turismo para ser realmente una actividad sustentable debe ser ante todo incluyente, en la que participe el conjunto de la comunidad de la ciudad, no solamente como proveedora de los servicios para el turista, sino sobre todo, en el disfrute de los recursos turísticos de la capital.

POSICIÓN RELATIVA DE LAS DELEGACIONES

Cada una de las delegaciones tiene su propia fisonomía y su dotación de recursos característica, la historia de las demarcaciones ha impreso cada una de ellas su posición distintiva en el concierto turístico de la ciudad.

Un factor importante de su fisonomía es el grado de urbanización de las delegaciones. El crecimiento de la mancha urbana no cubrió todavía en su totalidad la superficie de la entidad. Prevalecen delegaciones con un componente rural importante, cuya extensión territorial se considera área de conservación. La infraestructura y los servicios turísticos tienden a concentrarse en la zona urbana o en la parte urbana de las delegaciones con extensiones rurales. Con el crecimiento de las opciones turísticas alternativas y de aventura, las áreas rurales han comenzado a tener emprendimientos turísticos, aunque éstos se encuentran en etapas incipientes de desarrollo

La posición relativa que ocupa cada una de las delegaciones respecto de las principales variables de la actividad turística se muestra en los cuadros siguientes.

CUADRO 15. Superficie y Población de las Delegaciones Políticas de la CDMX

Delegación	Población (2010)	Población %	Superficie (km ²)	Superficie %	Densidad (hab/km ²)
Iztapalapa	1,815,786	20.5	117.0	7.9	15,520
Gustavo A. Madero	1,185,772	13.4	94.1	6.4	12,605
Álvaro Obregón	727,034	8.2	96.2	6.5	7,560
Tlalpan	650,567	7.4	340.1	23.0	1,913
Coyoacán	620,416	7.0	54.4	3.7	11,405
Cuauhtémoc	531,831	6.0	32.4	2.2	16,415
Venustiano Carranza	430,978	4.9	33.4	2.3	12,904
Xochimilco	415,007	4.7	118.0	8.0	3,517
Azcapotzalco	414,711	4.7	33.7	2.3	12,321
Benito Juárez	385,439	4.4	26.2	1.8	14,695
Iztacalco	384,326	4.3	23.3	1.6	16,495
Miguel Hidalgo	372,889	4.2	47.0	3.2	7,935
Tláhuac	360,265	4.1	85.3	5.8	4,222
Magdalena Contreras	239,086	2.7	74.6	5.0	3,206
Cuajimalpa	186,391	2.1	74.6	5.0	2,499
Milpa Alta	130,582	1.5	228.4	15.4	572
Ciudad de México	8,851,080	100.0	1,478.6	100.0	5,986

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México con datos de INEGI.

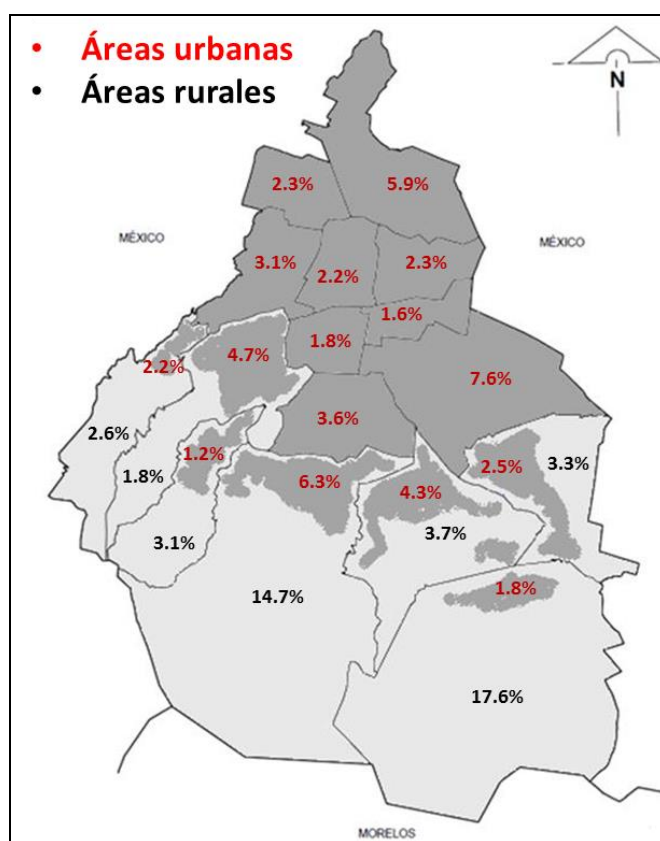
El 53% de la superficie de la entidad corresponde al área urbana, ésta se concentra en las delegaciones ubicadas al Norte de la ciudad e incluye a las cuatro delegaciones que formaban la ciudad central además de Azcapotzalco, Gustavo A. Madero, Iztacalco, Iztapalapa y Coyoacán. Siete delegaciones poseen áreas rurales, éstas se ubican, por orden de importancia, en las demarcaciones de Milpa Alta, Tlalpan, Xochimilco, Tláhuac, Magdalena Contreras, Cuajimalpa y Álvaro Obregón – todas ellas con una importante área urbana en sus lados norte, con excepción de Tláhuac cuya zona urbana se localiza en su lado poniente debido a la orografía de su territorio- se localizan al sur de la ciudad, estas son las delegaciones que poseen las áreas de conservación más importantes de la capital; sin embargo, el crecimiento más acelerado de la mancha urbana se dio históricamente hacia las delegaciones del norte y el oriente y hacia el Estado de México, en donde se localizan las zonas más pobladas de la ZMVM.

Desde el punto de vista económico, la delegación más grande es la Cuauhtémoc que por sí sola concentra el 27% del valor de la producción bruta⁸, seguida por las delegaciones Miguel Hidalgo, Álvaro Obregón y Benito Juárez. Estas cuatro demarcaciones concentran el 73% de la producción

⁸ Para hacer comparaciones económicas entre delegaciones utilizamos el Concepto Valor Bruto de la Producción (VBP), ya que no se dispone de la cuantificación del Producto Interno Bruto (PIB) a nivel Delegacional. El indicador utilizado constituye una aproximación a la magnitud económica de las demarcaciones

bruta de la Ciudad de México y el 32% de sus unidades económicas censales, las cuales concentran a su vez el 55% del empleo formal. Estos resultados pueden explicarse por el proceso de tercerización de la ciudad, el cual consiste en la reconversión de las actividades económicas de los sectores primarios e industriales hacia el de servicios, como son los financieros, comerciales, educativos, etc. y turísticos. Las actividades del sector terciario generan comparativamente mayor valor agregado, en establecimientos con mayor número de empleados. Así, mientras que el promedio de empleados por unidad económica de la ciudad es del orden de 8.7, las cuatro delegaciones mencionadas tienen un promedio de 14.7.

GRÁFICA 22. Superficie Urbana y rural de la Ciudad de México



Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México con datos de INEGI.

Es importante notar que las dos delegaciones de mayor peso económico, Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo, generan conjuntamente empleo para cerca de 1.5 veces la población total (incluyendo aquella que no forma parte de la Población Económicamente Activa o PEA) que vive en ambas demarcaciones.

Los números anteriores contrastan con los correspondientes a las delegaciones con fuerte fisonomía rural, Milpa Alta, Magdalena Contreras, Tláhuac y Xochimilco, las que de manera conjunta aportan el 1.4% del VBP de la ciudad, con el 10.72% de las unidades económicas y el 3.58% del empleo formal.

El número de empleados por unidad económica es muy inferior al promedio de la ciudad, pues se ubica 3 veces por debajo de éste, con un promedio de 3 empleados por establecimiento.

CUADRO 16. Dimensión Económica de las Delegaciones de la Ciudad de México

Delegación/Año	2014			2004-2014
	Unidades económicas	Personal ocupado	Producción bruta (millones de pesos)	TMCA Producción Bruta
Cuauhtémoc	66,587	733,557	792,319	3.90%
Miguel Hidalgo	23,724	556,130	657,792	6.14%
Álvaro Obregón	20,170	319,302	348,205	4.57%
Benito Juárez	24,293	365,565	336,141	6.46%
Azcapotzalco	16,928	383,735	171,224	6.45%
Iztapalapa	73,321	320,196	143,917	6.68%
Cuajimalpa de Morelos	6,491	94,894	135,364	13.79%
Tlalpan	23,581	153,223	88,944	2.64%
Coyoacán	22,142	141,805	73,428	1.75%
Gustavo A. Madero	46,007	178,537	60,465	3.53%
Venustiano Carranza	30,763	142,270	52,646	2.60%
Iztacalco	16,955	85,182	42,150	-0.43%
Xochimilco	17,687	53,040	23,602	2.82%
Tláhuac	14,810	41,615	10,235	6.16%
La Magdalena Contreras	6,094	22,589	5,964	-2.37%
Milpa Alta	5,928	11,932	1,387	7.50%
Total	415,481	3,603,572	2,943,783	4.98%

TMCA: Tasa Media de Cambio Anual 2004-2014. Calculada a precios Constantes, Índice de Precios al Productor. Sector Servicios. Fuente: INEGI, Censos Económicos 2004-2014.

Las 8 delegaciones restantes aportan el 26 de la producción de la ciudad, con el 57 % de las unidades económicas que generan el 42% del empleo. Entre ellas destaca por su dinamismo Milpa Alta, delegación que muestra una tasa de crecimiento del VBP promedio para la década 2004-2014 del 13.8%, a precios constantes. Se ubica muy por encima del promedio de la ciudad, que alcanza una tasa del 4.9%. Este resultado se explica por el notable desarrollo y crecimiento urbano de Santa Fe, mismo que también ocupa una parte, aunque menos significativa de la delegación Álvaro Obregón. Otras delegaciones que destacan por su crecimiento superior a la media de la ciudad son Miguel Hidalgo, Benito Juárez, Azcapotzalco, Iztapalapa, Tláhuac y Milpa Alta. Las delegaciones Iztacalco y Magdalena Contreras por su parte son las únicas que muestran tasas negativas de crecimiento a lo largo de la década.

RESULTADOS TURÍSTICOS 2014 Y 2015 POR DELEGACIONES

Por lo que respecta a la infraestructura turística está concentrada en las áreas urbanas de las delegaciones, especialmente en la zona de la antigua ciudad central. La delegación Cuauhtémoc, por sí sola concentra poco más de la mitad de los hoteles (52%) y de los cuartos disponibles (57%), seguida por Miguel Hidalgo, con el 13% de los hoteles y el 10% de los cuartos; Benito Juárez posee el 8% de los hoteles y de los cuartos; Venustiano Carranza el 6% de hoteles y el 4.6% de cuartos. En conjunto la antigua ciudad central concentra el 80% de los hoteles y los cuartos disponibles. En contraste, las delegaciones con fisonomía rural, Cuajimalpa, Xochimilco, Magdalena Contreras y Tláhuac en conjunto apenas concentran 2.5% de los hoteles y los cuartos disponibles de la ciudad; en tanto que Milpa Alta no cuenta con hoteles registrados. En la parte media de la tabla se ubican por orden de importancia Gustavo A. Madero, con el 6% de los hoteles y el 4.6% de los cuartos; Iztapalapa, con 4.2% y 5.4% respectivamente; Álvaro Obregón con 3% de los hoteles y cuartos; Coyoacán con 2.4%; Tlalpan e Iztacalco con 1.7% cada una; Azcapotzalco con 1.4% de hoteles y 1.8 de cuartos; e Iztacalco con 1.7 y 1.3 respectivamente. Estas cifras se presentan en el cuadro siguiente.

CUADRO 17. CDMX. RESULTADOS TURÍSTICOS 2014-2015 POR DELEGACIONES (Parte 1)

Delegación	Hoteles		Cuartos	
	2014	2015	2014	2015
Total Ciudad de México	613	626	50,190	51,192
Cuauhtémoc	348	350	26,159	26241
Miguel Hidalgo	59	59	6,479	6600
Benito Juárez	51	50	4,035	4047
Gustavo A. Madero	33	34	2,109	2152
Venustiano Carranza	28	28	3,067	3064
Iztapalapa	18	22	1,448	1609
Tlalpan	14	16	1,227	1422
Álvaro Obregón	14	15	2,010	2105
Iztacalco	10	13	690	800
Azcapotzalco	11	11	572	571
Coyoacán	10	11	843	987
Cuajimalpa de Morelos	8	8	878	878
Xochimilco	6	6	346	346
La Magdalena Contreras	2	2	243	286
Tláhuac	1	1	84	84
Milpa Alta	0	0	0	0

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

CUADRO 18. CDMX. RESULTADOS TURÍSTICOS 2015 POR DELEGACIONES (Parte 2)

Delegación	Llegada de turistas (Miles)				Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta) ^{1/}		Total de Visitantes ^{1/} (Miles)		Derrama Económica Total (Millones de pesos) ^{2/}	
	Nacionales + Internacionales a Hoteles		Otra forma de alojamiento no comercial		Miles					
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Total Ciudad de México	13,095	13,125	15,860	15,724	75,921	76,110	104,876	104,959	104,983	110,172
Cuauhtémoc	7,008	7,013	1,126	1,108	28,284	28,359	36,418	36,480	42,972	45,653
Miguel Hidalgo	1,508	1,415	784	812	9,461	9,486	11,753	11,714	11,783	12,094
Benito Juárez	1,046	1,058	924	968	5,470	5,485	7,439	7,510	7,940	8,506
Venustiano Carranza	812	802	791	757	2,377	2,384	3,980	4,443	5,726	5,977
Gustavo A. Madero	656	654	2,067	2,004	5,609	5,624	8,333	8,283	6,917	6,987
Álvaro Obregón	469	459	1,282	1,283	1,531	1,535	3,282	3,277	4,724	4,848
Iztapalapa	334	423	2,964	2,907	9,454	9,479	12,752	12,809	7,941	8,470
Tlalpan	299	308	1,150	1,156	2,813	2,821	4,263	3,739	3,765	3,903
Coyoacán	209	226	1,164	1,137	4,232	4,244	5,605	5,607	3,738	3,859
Cuajimalpa de Morelos	194	209	313	326	2,221	2,227	2,728	2,762	2,096	2,281
Iztacalco	210	208	668	643	748	750	1,627	1,601	2,017	2,086
Azcapotzalco	181	174	752	729	851	853	1,784	1,756	1,937	1,956
Xochimilco	96	98	664	664	432	433	1,192	1,222	1,395	1,446
La Magdalena Contreras	55	54	410	412	208	208	672	674	893	917
Tláhuac	20	22	592	598	104	104	715	726	865	899
Milpa Alta	0	0	209	222	52	52	261	291	273	291
Ajuste					2,072	2,064				

1.- El Ajuste incluye Excursionistas que manifestaron haber realizado ambos tipos de viaje (con pernocta y sin pernocta).

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

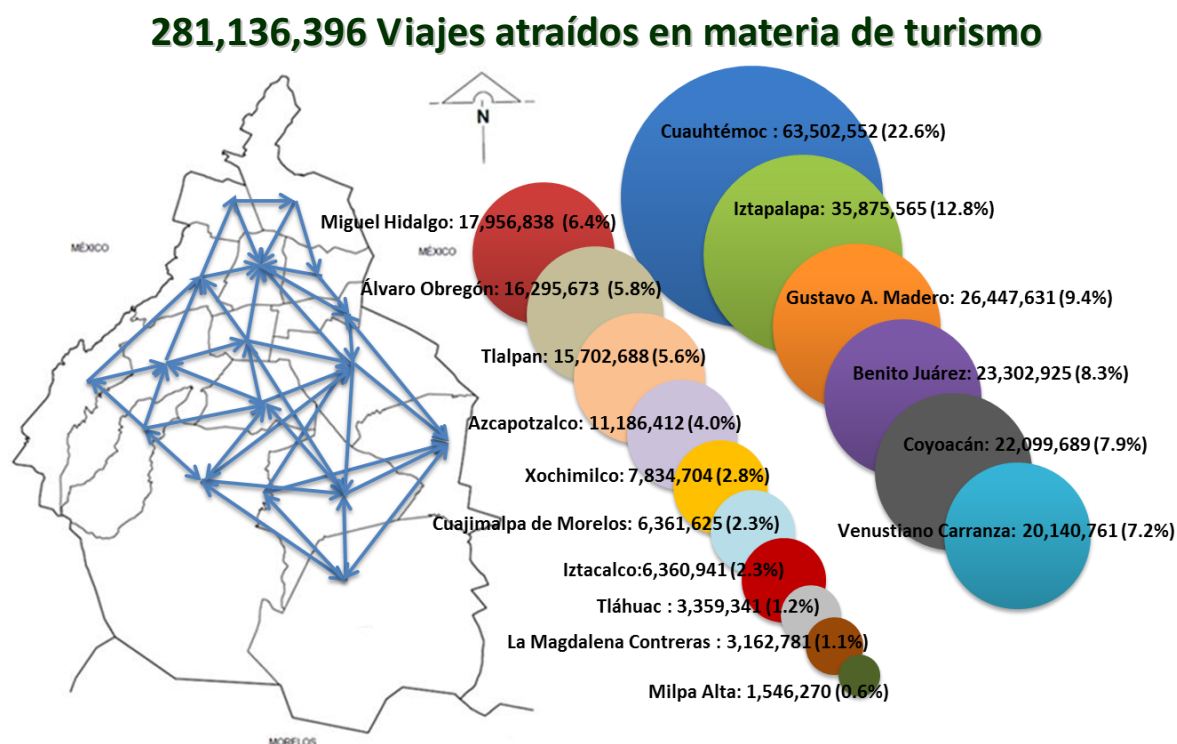
En el rubro de excursionistas no se incluyen los internacionales que llegan al AICM en tránsito hacia otros destinos nacionales e internacionales.

Como es de esperarse, las delegaciones con mayor infraestructura hotelera y disponibilidad de cuartos reciben al mayor número de turistas y concentran la mayor parte de la derrama económica producida por su visita; sin embargo la relación no es directamente proporcional en todos los casos. Mientras que las cuatro delegaciones de la antigua ciudad central reciben al 77% de los turistas hospedados en hoteles y concentran el 63.4% de la derrama económica de los visitantes de la ciudad, las cinco delegaciones con fisonomía rural que reciben solamente al 2.6% de los turistas hospedados en hoteles, se quedan con casi el 6% de la derrama económica y, las delegaciones de la parte media de la tabla, que reciben conjuntamente al 20% de los turistas hospedados en hoteles, concentran el 31% de la derrama económica. La disparidad en las proporciones se explica por los turistas que no se hospedan en hoteles que son recibidos por familiares o amigos en cada una de las delegaciones, así como por los excursionistas que las visitan que, aunque presentan gastos medios inferiores a los de los hospedados en hoteles, por su volumen pueden alcanzar relevancia económica. Esta relación se

refuerza en algunos casos, dependiendo de la dotación de atractivos y recursos turísticos con los que cuenta cada demarcación, cuando en el impacto económico del turismo se incluye el efecto causado por los flujos turísticos delegacionales, mismos que se analizan para cada delegación en la segunda parte de este trabajo.

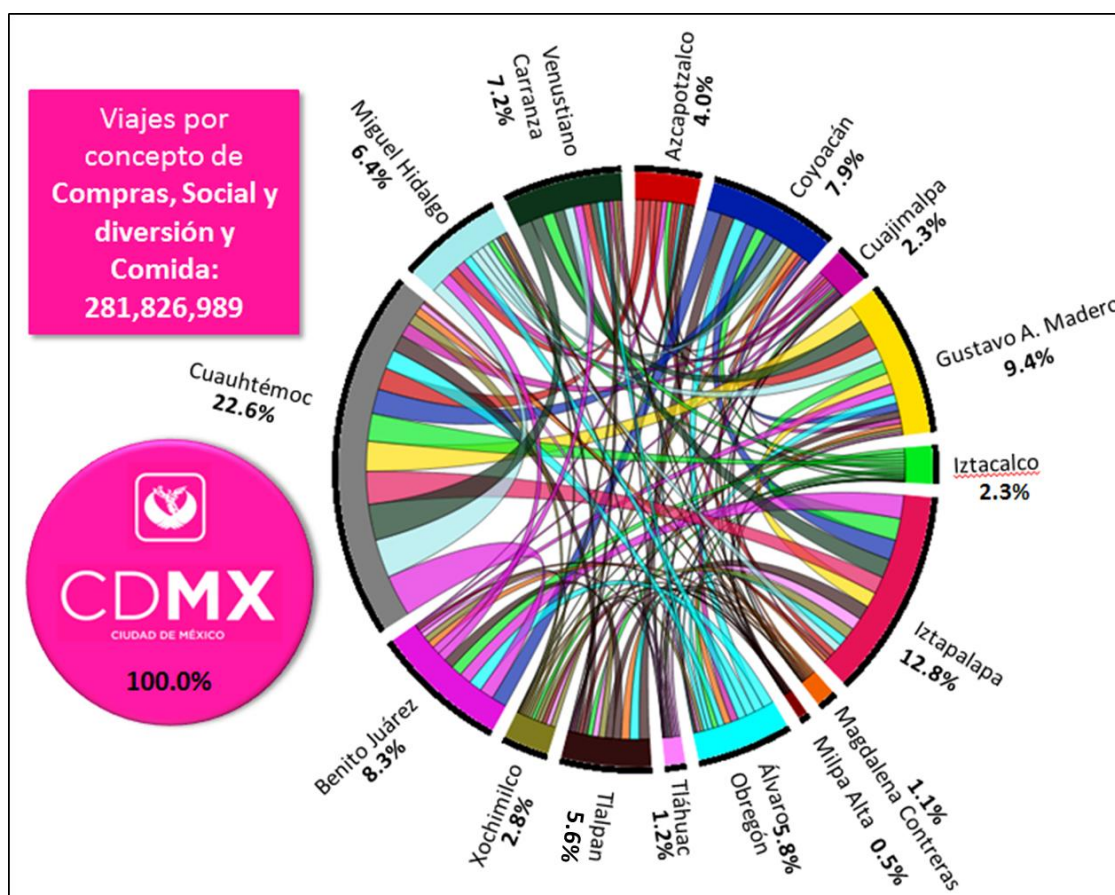
En la gráfica siguiente se presenta la proporción de viajes atraídos por cada delegación para tener una idea de la importancia que tiene el turismo interno de la ciudad para cada una de ellas. En este caso, como ya se indicó con anterioridad se toman en cuenta los viajes relevantes desde el punto de vista turístico; es decir los realizados para realizar compras fuera del ámbito cotidiano de las personas, para realizar actividades sociales o de esparcimiento, o bien para comer fuera de casa. Destacan las delegaciones que concentran las actividades comerciales de la ciudad, aquellas que cuentan con mayor población y las que poseen un número importante de atractivos.

GRÁFICA 23. Flujos Delegacionales. Viajes atraídos por delegación en 2015



Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

GRÁFICA 24. Distribución de los viajes turísticos entre las delegaciones de CDMX
Intercambio de visitantes entre las delegaciones

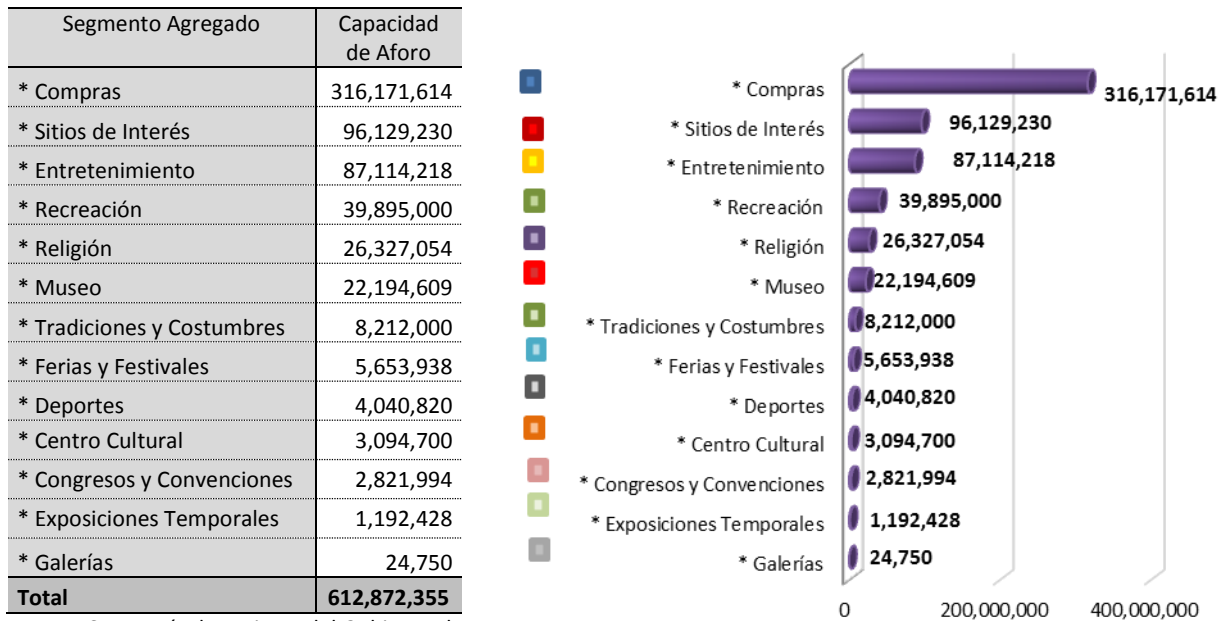


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE CDMX

Los atractivos turísticos con los que cuenta la ciudad, muchos y muy variados en todos los órdenes, constituyen en gran medida los motivos de los viajes que se generan a cada una de las delegaciones. La ciudad posee centros comerciales, tiendas y almacenes para efectuar compras, sitios de interés turístico por su valor histórico, arquitectónico, paisajístico, visual, etc.; centros de entretenimiento y recreación, templos y lugares para el ejercicio del culto religioso, museos y galerías de arte; plazas, atrios y parques en los que se festejan las tradiciones y costumbres locales y/o nacionales por medio de ferias, festivales y celebraciones que con frecuencia rebasan el ámbito del pueblo o la colonia y que despiertan el interés de los capitalinos; centros culturales y deportivos, recintos para la realización de ferias, congresos y convenciones. Los diferentes tipos de atractivo responden a los distintos segmentos del mercado turístico. Se calcula que la ciudad cuenta con atractivos que de manera conjunta pueden dar servicio anualmente a 612.9 millones de personas.

GRÁFICA 25. CDMX Aforo agregado por segmento 2015

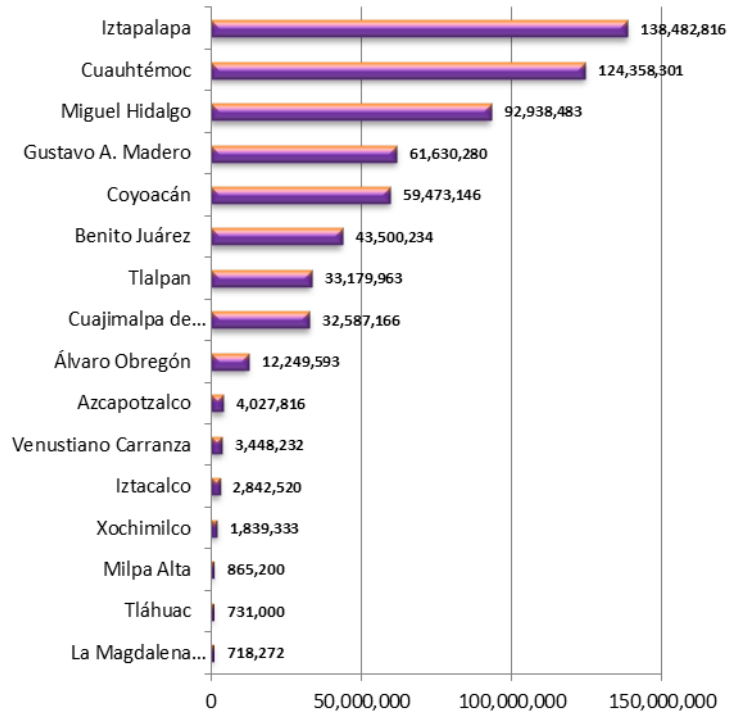


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

La distribución de los lugares de atractivo entre las delegaciones es sumamente heterogénea, una vez clasificados por la capacidad para recibir visitantes, se obtiene el aforo turístico para cada delegación. La Cuauhtémoc encabeza la lista por la gran concentración en su territorio de atractivos de toda índole y para todos los segmentos. Le sigue la Gustavo A. Madero, con un sesgo importante hacia el segmento religioso. En tercer lugar se ubica Coyoacán en donde predomina la oferta para los segmentos compras, cultural y deportivo. Le sigue Miguel Hidalgo, con fuerte presencia de compras, museos y galerías. Benito Juárez tiene una fuerte vocación comercial, que le permite destacar en este segmento así como en el deportivo. Tlalpan combina la oferta comercial con la presencia cultural. Iztapalapa descuella en el segmento comercial y en la celebración de costumbres y tradiciones. Cuajimalpa lo hace en recreación, sitios de interés, comercial y tradiciones y costumbres. Las delegaciones rurales Xochimilco, Tláhuac, Magdalena Contreras y Milpa Alta, tienen presencia en el segmento religioso, en sitios de interés y en el de ferias y festivales. Álvaro Obregón tiene presencia en museos, congresos y convenciones y en recreación. Iztacalco domina en el segmento deportivo. Azcapotzalco tiene presencia en museos, entretenimiento y sitios de interés, sin descollar en ninguno de ellos, al igual que Venustiano Carranza.

GRÁFICA 26. Aforos turísticos agregados por delegación política

Delegación	Capacidad de Aforo
Iztapalapa	138,482,816
Cuauhtémoc	124,358,301
Miguel Hidalgo	92,938,483
Gustavo A. Madero	61,630,280
Coyoacán	59,473,146
Benito Juárez	43,500,234
Tlalpan	33,179,963
Cuajimalpa de Morelos	32,587,166
Álvaro Obregón	12,249,593
Azcapotzalco	4,027,816
Venustiano Carranza	3,448,232
Iztacalco	2,842,520
Xochimilco	1,839,333
Milpa Alta	865,200
Tláhuac	731,000
La Magdalena Contreras	718,272
Total	612,872,355



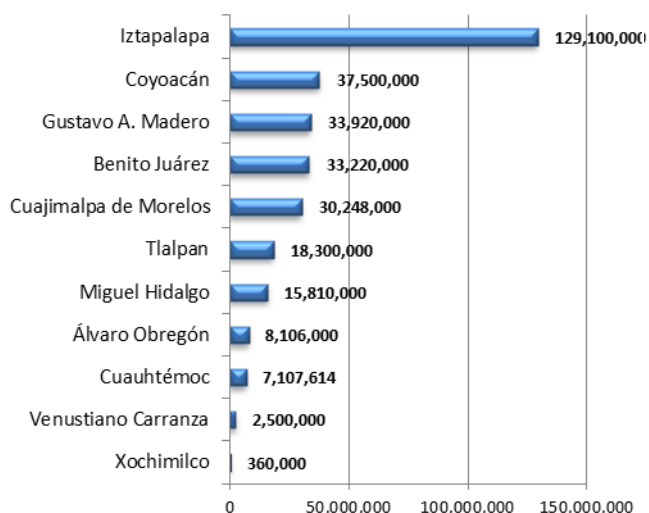
Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

ATRATIVOS POR SEGMENTO EN CADA UNA DE LAS DELEGACIONES POLÍTICAS

COMPRAS. Para la realización de compras destacan las delegaciones con las mayores plazas comerciales de la ciudad, entre las que destacan Perisur y Gran Sur, en Coyoacán; Parque Lindavista y Plaza Tepeyac en Gustavo A. Madero; las plazas Universidad y Parque Delta en la Benito Juárez; las plazas Cuicuilco y Galerías Coapa en Tlalpan; La Central de Abasto y parque Tezontle, en Iztapalapa; Pabellón Polanco y las plazas Antara y Galerías en Miguel Hidalgo; los mercados de víveres, artesanías y productos varios del centro de la ciudad, así como las plazas de la Rosa, Pabellón Cuauhtémoc y 20 de Noviembre de la Cuauhtémoc; las plazas Santa Fe, Pabellón Bosques y Lilas en Cuajimalpa, las plazas Loreto, Altavista y Plaza Inn de la Álvaro Obregón y los grandes mercados de la Merced, Jamaica y Sonora de la delegación Venustiano Carranza.

GRÁFICA 27. Aforos de los lugares para la realización de compras

Delegación	Capacidad de Aforo	Participación (%)
Iztapalapa	129,100,000	40.8
Coyoacán	37,500,000	11.9
Gustavo A. Madero	33,920,000	10.7
Benito Juárez	33,220,000	10.5
Cuajimalpa de Morelos	30,248,000	9.6
Tlalpan	18,300,000	5.8
Miguel Hidalgo	15,810,000	5.0
Álvaro Obregón	8,106,000	2.6
Cuauhtémoc	7,107,614	2.2
Venustiano Carranza	2,500,000	0.8
Xochimilco	360,000	0.1
Total	316,171,614	100.0

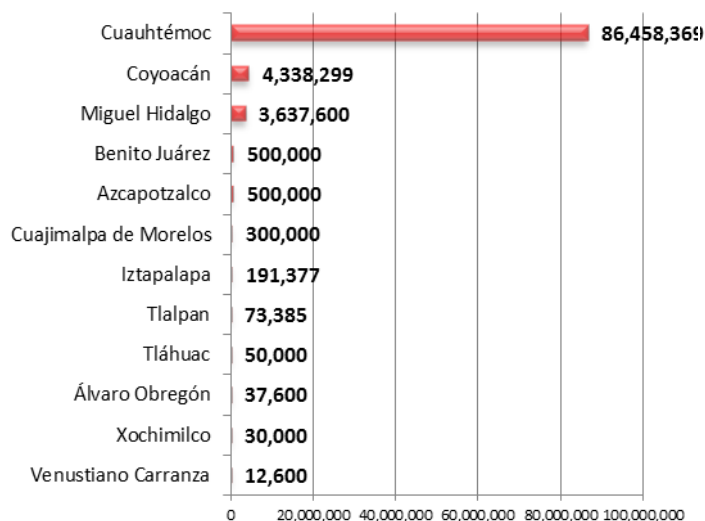


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

INTERÉS TURÍSTICO. Respecto de los sitios de interés turístico por su valor histórico, arquitectónico, destaca el centro histórico de la ciudad con su gran densidad de edificios coloniales en sus alrededores, el zócalo y los corredores peatonales. Entre los sitios más relevantes destacan los palacios de Bellas Artes, Minería, Nacional y del Ayuntamiento junto con los parques de la Alameda, Santa María la Ribera, México y España, las plazas Garibaldi y de las Tres Culturas, la zona arqueológica de Tlatelolco y la Torre Latinoamericana, todo ello en la Cuauhtémoc; los Viveros de Coyoacán, la plaza del Centenario y los parques de los Venados y Jardín Hidalgo, la Ciudad Universitaria y la Sala Nezahualcóyotl, en Coyoacán; el Castillo de Chapultepec con el Monumento a los Niños Héroes y los parques América y Lincoln, en la Miguel Hidalgo; el parque Hundido, en la Benito Juárez; el Centro Comunitario de Culhuacán y la zona arqueológica del Cerro de la Estrella, ambos en Iztapalapa; la zona arqueológica de Cuicuilco, en Tlalpan; el lago de los Reyes Aztecas, en Tláhuac; el parque Tezozómoc, en Azcapotzalco; los viveros y mercados de flores de Xochimilco, entre una infinidad de sitios y lugares que atraen a turistas y excursionistas a la ciudad.

GRÁFICA 28. Aforos de los sitios de interés turístico

Delegación	Capacidad de Aforo	Participación (%)
Cuauhtémoc	86,458,369	89.9
Coyoacán	4,338,299	4.5
Miguel Hidalgo	3,637,600	3.8
Azcapotzalco	500,000	0.5
Benito Juárez	500,000	0.5
Cuajimalpa de Morelos	300,000	0.3
Iztapalapa	191,377	0.2
Tlalpan	73,385	0.1
Tláhuac	50,000	0.1
Álvaro Obregón	37,600	0.0
Xochimilco	30,000	0.0
Venustiano Carranza	12,600	0.0
Total	96,129,230	100.0

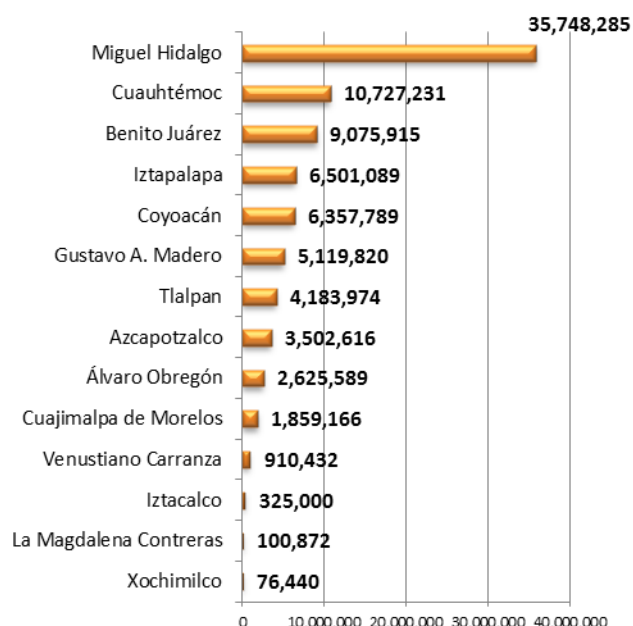


Fuente: Secretaría de Turismo CDMX

ENTRETENIMIENTO Y DIVERSIONES. Los lugares de entretenimiento y diversiones, entre los que se cuentan cines, teatros y espectáculos, están repartidos por casi toda la ciudad, pero entre las delegaciones destaca la antigua ciudad central –con excepción de Venustiano Carranza- seguida por las delegaciones Iztapalapa, Coyoacán Gustavo A. Madero, Tlalpan y Azcapotzalco, entre las que registran las mayores afluencias.

GRÁFICA 29. Aforo de sitios de entretenimiento

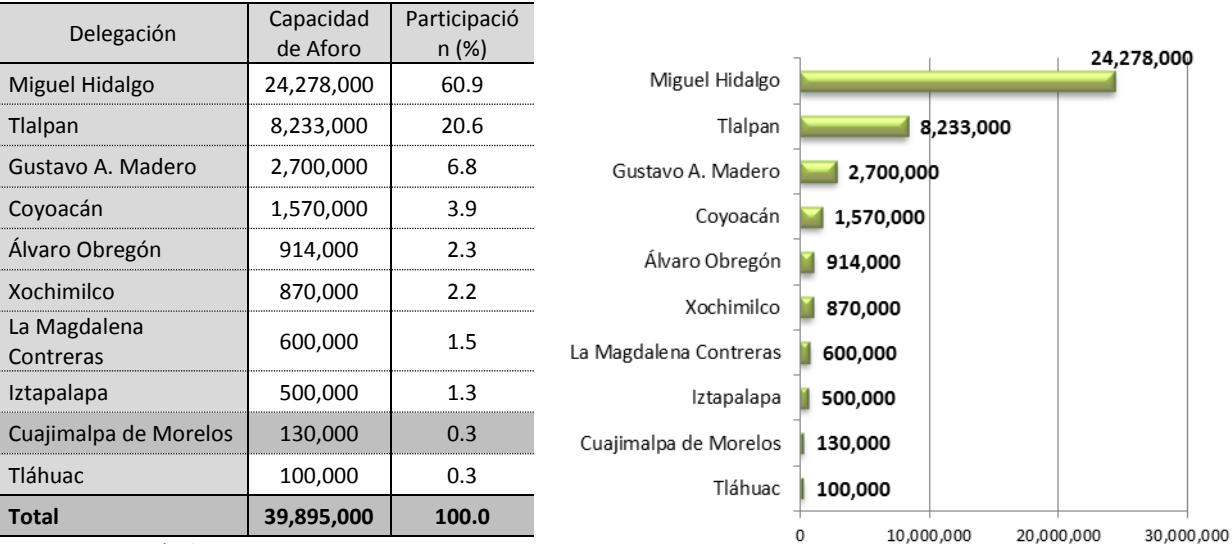
Delegación	Capacidad de Aforo	Participación (%)
Miguel Hidalgo	35,748,285	41.0
Cuauhtémoc	10,727,231	12.3
Benito Juárez	9,075,915	10.4
Iztapalapa	6,501,089	7.5
Coyoacán	6,357,789	7.3
Gustavo A. Madero	5,119,820	5.9
Tlalpan	4,183,974	4.8
Azcapotzalco	3,502,616	4.0
Álvaro Obregón	2,625,589	3.0
Cuajimalpa de Morelos	1,859,166	2.1
Venustiano Carranza	910,432	1.0
Iztacalco	325,000	0.4
La Magdalena Contreras	100,872	0.1
Xochimilco	76,440	0.1
Total	87,114,218	100.0



Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

RECREACIÓN. Entre los parques recreativos destacan los grandes parques, encabezados por Chapultepec, el Bosque de Tlalpan y el Bosque de Aragón, seguidos por el parque-zoológico de los Coyotes de Coyoacán y el lago, los canales y embarcaderos de Xochimilco.

GRÁFICA 30. Aforo de los parques recreativos



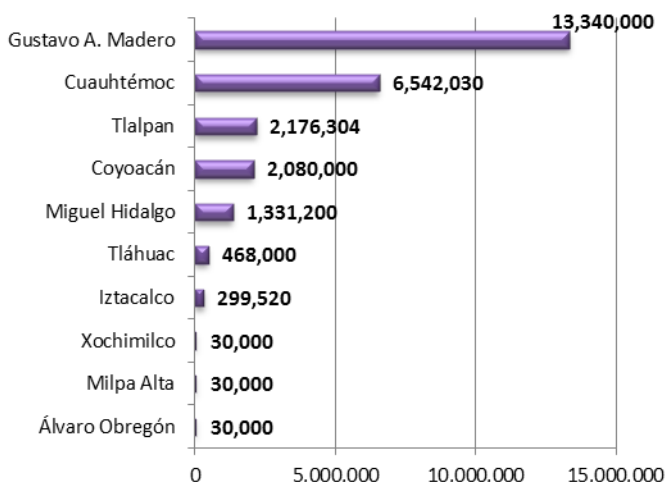
Fuente: Secretaría de Turismo CDMX.

TEMPLOS Y CENTROS DE CULTO. Entre los principales templos y centros de culto de la ciudad destaca la Villa de Guadalupe con sus basílicas antigua y nueva, en la delegación Gustavo A. Madero, en las que se registra la mayor afluencia de visitantes a un lugar de este tipo, no sólo del país, sino también de Latinoamérica; en las delegaciones Cuauhtémoc, Tlalpan, Coyoacán, Miguel Hidalgo y Milpa Alta se ubican gran número de templos de la época de evangelización que procedió a la conquista y del periodo colonial, por su afluencia destacan también la Catedral Metropolitana y la iglesia de San Hipólito en el Centro Histórico; la iglesia de San Juan Bautista, de Coyoacán; la Iglesia de San Agustín, en Polanco; la de San Agustín de las Cuevas en Tlalpan, junto con las de San Pedro Mártir, Santo Tomás y San Miguel, en el Ajusco; la de San Andrés Mixquic en Tláhuac, entre muchas otras distribuidas en toda el área urbana.

GRÁFICA 31. Aforo de templos y centros de culto religioso

Delegación	Capacidad de Aforo	Participación (%)
Gustavo A. Madero	13,340,000	50.7
Cuauhtémoc	6,542,030	24.8
Tlalpan	2,176,304	8.3
Coyoacán	2,080,000	7.9
Miguel Hidalgo	1,331,200	5.1
Tláhuac	468,000	1.8
Iztacalco	299,520	1.1
Álvaro Obregón	30,000	0.1
Milpa Alta	30,000	0.1
Xochimilco	30,000	0.1
Total	26,327,054	100.0

Fuente: Secretaría de Turismo CDMX



MUSEOS. La riqueza museística de la ciudad le permite destacar a nivel mundial entre las urbes con mayor riqueza cultural de este tipo. Todas las delegaciones cuentan con museos, la mayor concentración se localiza en el centro de la ciudad, en las delegaciones Cuauhtémoc, con 83 de los más variados museos y Miguel Hidalgo con 21, entre los que se cuentan los más importantes de Historia y Antropología.

GRÁFICA 32. Aforo de museos

Delegación	Capacidad de Aforo	Participación (%)
Miguel Hidalgo	9,337,556	42.1
Cuauhtémoc	8,747,273	39.4
Coyoacán	2,646,823	11.9
Gustavo A. Madero	537,860	2.4
Xochimilco	295,893	1.3
Álvaro Obregón	167,404	0.8
Iztapalapa	135,600	0.6
Benito Juárez	81,200	0.4
Tláhuac	63,000	0.3
Cuajimalpa de Morelos	50,000	0.2
Tlalpan	43,800	0.2
Azcapotzalco	25,200	0.1
Milpa Alta	25,200	0.1
Venustiano Carranza	25,200	0.1
La Magdalena Contreras	12,600	0.1
Total	22,194,609	100.0

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

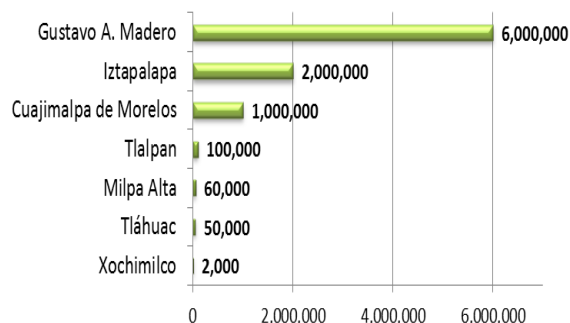


TRADICIONES Y COSTUMBRES. Un segmento en el que tienen presencia las delegaciones con fisonomía rural es el de lugares de celebración de tradiciones y costumbres, sin embargo, son las delegaciones Gustavo A. Madero, por las celebraciones de la Virgen de Guadalupe en la Basílica e Iztapalapa y Cuajimalpa, por la representación de la Pasión durante la semana santa, las que dominan el segmento.

GRÁFICA 33. Aforo de la celebración de tradiciones y costumbres

Delegación	Capacidad de Aforo	Participación (%)
Gustavo A. Madero	6,000,000	65.1
Iztapalapa	2,000,000	21.7
uajimalpa de Morelos	1,000,000	10.9
Tlalpan	100,000	1.1
Milpa Alta	60,000	0.7
Tláhuac	50,000	0.5
Xochimilco	2,000	0.0
Total	9,212,000	100.0

Fuente: Secretaría de Turismo CDMX.

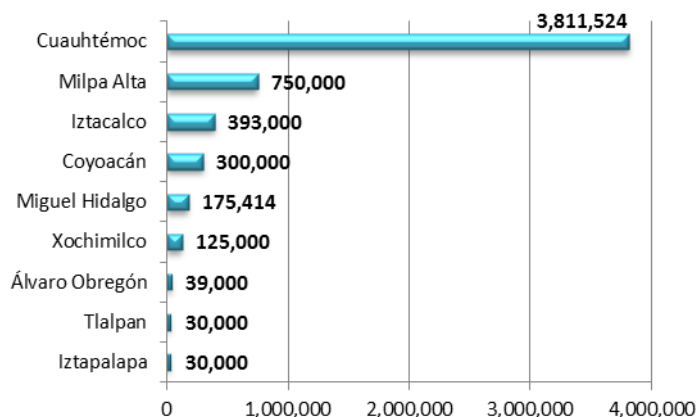


FERIAS Y FESTIVALES. En cuanto a la realización de ferias y festivales predomina la Delegación Cuauhtémoc por las ferias del libro, los festivales de cine y del Centro Histórico y la feria de las Culturas Amigas, la que registra la mayor afluencia de visitantes. Tienen además una presencia importante de la Delegación Milpa Alta por las ferias del mole y el nopal, de Iztacalco con sus festivales musicales del Foro Sol, de Coyoacán, con sus ferias del libro infantil y juvenil y, de Xochimilco por su certamen de la Flor más Bella del Ejido.

GRÁFICA 34. Aforo en ferias y festivales

Delegación	Capacidad de Aforo	Participación (%)
Cuauhtémoc	3,811,524	67.4
Milpa Alta	750,000	13.3
Iztacalco	393,000	7.0
Coyoacán	300,000	5.3
Miguel Hidalgo	175,414	3.1
Xochimilco	125,000	2.2
Álvaro Obregón	39,000	0.7
Iztapalapa	30,000	0.5
Tlalpan	30,000	0.5
Total	5,653,938	100.0

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

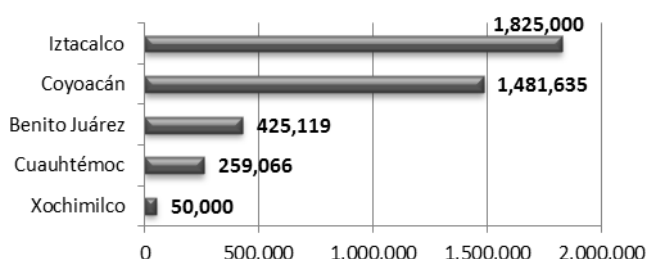


DEPORTES. En el segmento deportivo las delegaciones con predominio son Iztacalco, por la presencia del Autódromo, el Foro Sol y la Ciudad Deportiva con su Palacio de los Deportes, su sala de Esgrima y el Estadio de Béisbol, todos ellos formando un al que acude gran número de capitalinos no sólo a presenciar espectáculos sino a practicar sus deportes preferidos por sus innumerables canchas de fútbol, basquetbol, voleibol, etc.; en Coyoacán se localizan los estadios Azteca y Olímpico Universitario, que son sede, junto con el Estadio Azul en la Benito Juárez, de importantes equipos de la liga de primera división de fútbol; Benito Juárez además posee el complejo deportivo de la Alberca Olímpica, con el Gimnasio Juan de la Barrera y varias canchas de tenis; en la Cuauhtémoc se localizan las arenas México y Coliseo y; en Xochimilco la Pista Olímpica de Remo y Canotaje

GRÁFICA 35. Aforo en estadios y centros deportivos

Delegación	Capacidad de Aforo	Participación (%)
Iztacalco	1,825,000	45.2
Coyoacán	1,481,635	36.7
Benito Juárez	425,119	10.5
Cuauhtémoc	259,066	6.4
Xochimilco	50,000	1.2
Total	4,040,820	100.0

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

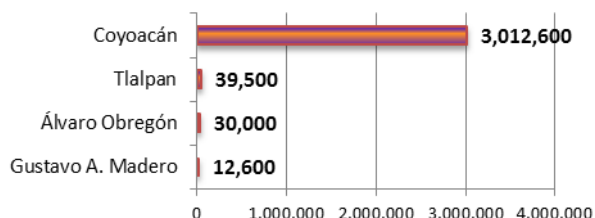


CENTROS CULTURALES. En este segmento el predominio indisputado lo ejerce la Delegación Coyoacán por la presencia en su territorio de los más importantes complejos culturales multidisciplinarios de la ciudad, el Centro Cultural Universitario, dentro de la Ciudad Universitaria y el Centro Nacional de las Artes, los que registran los mayores aforos para eventos de esta naturaleza. En la Delegación Cuauhtémoc se ubica el Palacio de Bellas Artes al lado del parque de la alameda y el Centro Cultural Universitario Tlatelolco. Miguel Hidalgo cuenta con los centros culturales del Bosque y de la Casa del Lago; Tlalpan con el centro cultural Ollin Yoliztli y las casas de cultura Frissac y la delegacional. En Álvaro Obregón se ubica el Centro Cultural San Ángel y en la Gustavo A. Madero el Centro Jaime Torres Bodet.

GRÁFICA 36. Aforo de centros culturales

Delegación	Capacidad de Aforo	Participación (%)
Coyoacán	3,012,600	97.3
Tlalpan	39,500	1.3
Álvaro Obregón	30,000	1.0
Gustavo A. Madero	12,600	0.4
Total	3,094,700	100.0

Fuente: Secretaría de Turismo CDMX



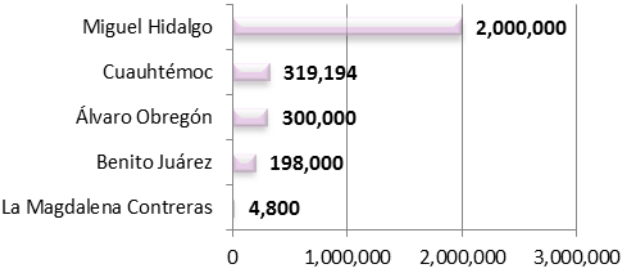
CONGRESOS Y CONVENCIONES. Este segmento se distribuye entre cuatro delegaciones, en Miguel Hidalgo se ubica el Centro Banamex, en la Cuauhtémoc se ubican el Centro Expo Reforma y la Unidad de Congresos del Centro Médico Nacional; en Álvaro Obregón la Expo Bancomer Santa Fe; en Benito

Juárez el *World Trade Center* y en la Magdalena Contreras el *International Conference Center*. Todos estos centros constituyen la infraestructura con la que se da respuesta a la demanda del segmento turístico de reuniones y convenciones.

GRÁFICA 37. Aforo de centros de congresos y convenciones

Delegación	Capacidad de Aforo	Participación (%)
Miguel Hidalgo	2,000,000	70.9
Cuauhtémoc	319,194	11.3
Álvaro Obregón	300,000	10.6
Benito Juárez	198,000	7.0
La Magdalena Contreras	4,800	0.2
Total	2,821,994	100.0

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

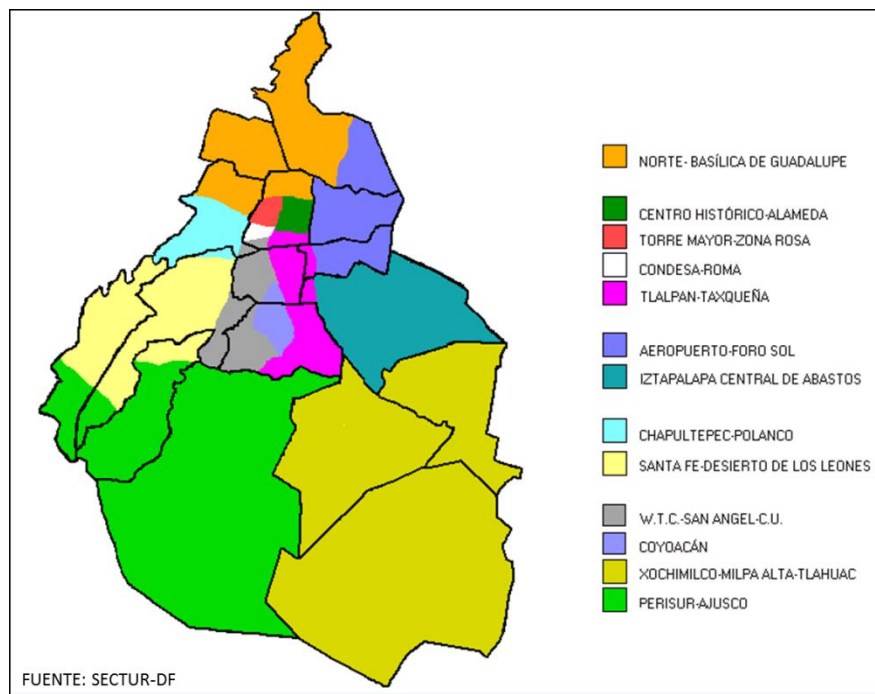


GALERÍAS DE ARTE. La casi totalidad de las galerías de arte registradas de la ciudad se ubican en las Delegaciones Miguel Hidalgo y Cuauhtémoc, con algunas excepciones como la galería de la Universidad Autónoma Metropolitana ubicada en Iztapalapa.

ZONAS TURÍSTICAS DE CDMX

Los atractivos y la infraestructura turística de la ciudad pueden ser agrupados en zonas con cierto grado de homogeneidad y en corredores turísticos que constituyen zonas contiguas con algún grado de concentración de las actividades de carácter turístico (clusters).

GRÁFICA 38. Delimitación de zonas turísticas en CDMX



Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Las zonas y corredores turísticos definidos para CDMX, son aquellas áreas geográficas que poseen recursos y atractivos turísticos, sean éstos de tipo natural, cultural o ambos, que además cuentan, dentro de un espacio relativamente uniforme, con servicios, infraestructura y afluencia de visitantes y con algún factor o factores de unidad o de identidad, que les permite diferenciarse entre sí. Tales factores son distintos en cada caso y sufren cambios en el tiempo y con el grado de desarrollo que han alcanzado en un momento determinado. Estas características hacen a las zonas elementos dinámicos. De manera que podemos encontrar zonas con desarrollo incipiente cuyo valor turístico es mayormente potencial, así como zonas maduras, cuya característica principal consiste en conjuntar todos los elementos señalados, lo que las hace ampliamente conocidas para los habitantes locales como accesibles a los visitantes.

La delimitación de las 13 zonas turísticas es la siguiente:

ZONAS TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Región	Zonas	Límites		
Norte	Norte -Basílica de Guadalupe	Poniente: Naucalpan, Edo. Mex.	Norte: Coacalco, Estado de México	Oriente: Eje 3 Ote. Eduardo Molina
			Sur: Ejército Nal. y Eje 1 Nte. Antonio Alzate	
Centro	Centro Histórico - Alameda	Poniente: Balderas	Norte: Eje 1 Nte. Héroes de Granaditas	Oriente: Anillo de Circunvalación
			Sur: Avenida Fray Servando	
Centro	TORRE MAYOR - ZONA ROSA	Poniente: Circuito Interior M. Ocampo	Norte: Eje 1 Nte. Antonio Alzate	Oriente: Balderas
			Sur: Avenida. Chapultepec	
Centro	Condesa - Roma	Poniente: José Vasconcelos	Norte: Av. Chapultepec	Oriente: Cuauhtémoc
			Sur: Avenida Baja California	
Centro	Tlalpan - Taxqueña	Poniente: Cuauhtémoc - Div. del Nte. - Av. Aztecas	Norte: Avenida Fray Servando	Oriente: Calzada La Viga
			Sur: Periférico	
Oriente	Aeropuerto - Foro Sol	Poniente: Anillo de Circunvalación – La Viga	Norte: Ecatepec, Estado de México	Oriente: Nezahualcóyotl, Estado de México
			Sur: Delegación Iztapalapa	
Oriente	Iztapalapa - Central de Abasto	Poniente: Delegación Coyoacán	Norte: Delegación Iztacalco	Oriente: Nezahualcóyotl, Estado de México
			Sur: Delegaciones Tlalpan y Xochimilco	
Poniente	Chapultepec - Polanco	Poniente: Naucalpan, Estado de México.	Norte: Río San Joaquín	Oriente: Circuito Interior Melchor Ocampo
			Sur: Constituyentes - Acueducto	
Poniente	Santa Fe - Desierto de los Leones	Poniente: Huixquilucan, Estado de México	Norte: Constituyentes - Acueducto	Oriente: Periférico
			Sur: Límite del Desierto de los Leones	
Sur	WTC – San Ángel - C.U.	Poniente: Periférico	Norte: Avenida Baja California	Oriente: Avenida Universidad
			Sur: Periférico	
Sur	Coyoacán	Poniente: Avenida. Universidad – Delfín Madrigal	Norte: Ángel Urraza	Oriente: Div. del Norte – Av. Aztecas
			Sur: Avenida. del Imán	
Sur	Xochimilco– Milpa Alta - Tláhuac	Poniente: Delegación Tlalpan	Norte: Delegación Iztapalapa	Oriente: Chalco, Estado de México
			Sur: Estado de Morelos	
Sur	Perisur - Ajusco	Poniente: Huixquilucan, Estado de México	Norte: Periférico – Luis Cabrera	Oriente: Delegación Xochimilco
			Sur: Estado de Morelos	

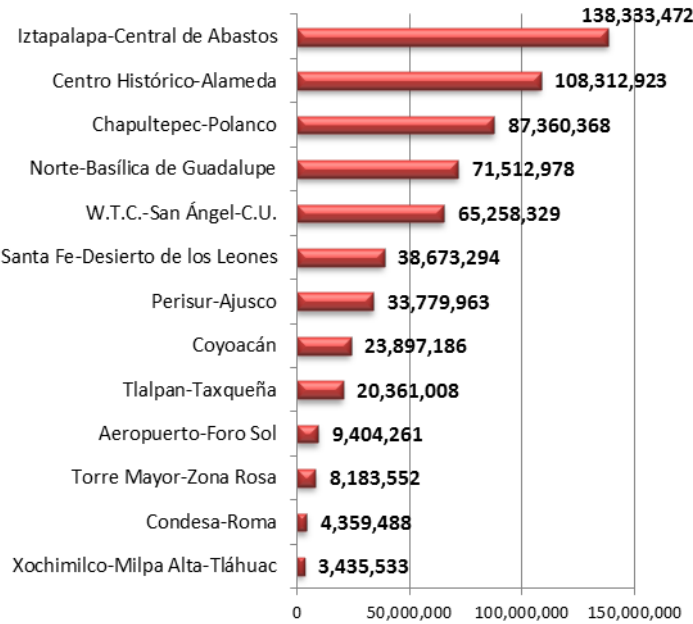
Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Clasificadas por el aforo de sus atractivos, el orden de las zonas turísticas es el siguiente:

GRÁFICA 39. Capacidad de Aforo de las zonas turísticas

Zona Turística	Aforo
Iztapalapa-Central de Abastos	138,333,472
Centro Histórico-Alameda	108,312,923
Chapultepec-Polanco	87,360,368
Norte-Basílica de Guadalupe	71,512,978
W.T.C.-San Ángel-C.U.	65,258,329
Santa Fe-Desierto de los Leones	38,673,294
Perisur-Ajusco	33,779,963
Coyoacán	23,897,186
Tlalpan-Taxqueña	20,361,008
Aeropuerto-Foro Sol	9,404,261
Torre Mayor-Zona Rosa	8,183,552
Condesa-Roma	4,359,488
Xochimilco-Milpa Alta-Tláhuac	3,435,533
Total	612,872,355

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.



CAPÍTULO III. ANÁLISIS FODA DEL TURISMO EN CDMX

FORTALEZAS

- Entre los destinos turísticos del país, la **CDMX** cuenta con el más extenso y variado catálogo de atractivos turísticos, los cuales permiten ofrecer al visitante el más amplio abanico de experiencias de disfrute en todos los rubros de la actividad.
- La ciudad posee la más importante plantilla museística del país y una de las más importantes a nivel mundial, con una oferta que puede satisfacer el más variado espectro de intereses culturales.
- La oferta de espectáculos en la ciudad es permanente a lo largo del año y diversa en cuanto a gustos y orientación e incluye todas las manifestaciones de la escena artística como teatro, música, danza, ópera, ballet, etc.
- El catálogo de monumentos, plazas y edificios de valor arquitectónico es único por la variedad de estilos, épocas históricas que abarca, así como por su número y accesibilidad además de estar disperso prácticamente por toda la ciudad.
- Dentro de la ciudad se localiza el más importante santuario de culto religioso de Latinoamérica y uno de los que atraen el mayor número de visitantes en el mundo.
- A distancias relativamente cortas, no mayores a tres horas de viaje, se encuentran diversos atractivos de interés mundial tales como Teotihuacán, Cacaxtla, Malinalco, Xochicalco, etc. además de pueblos y ciudades con cartel turístico, tales como Puebla, Cuernavaca, Tlaxcala, Querétaro, Taxco, etc., todas ellas enlazadas a la **CDMX** con servicios turísticos de transporte y guías, por lo que la ciudad funge como punto de partida de visitas cortas.
- En la ciudad se encuentran cuatro sitios catalogados por la UNESCO como parte del Patrimonio Cultural de la Humanidad, el Centro Histórico de la Ciudad, la Ciudad Universitaria, los canales y chinampas de Xochimilco y la Casa-Museo del arquitecto Luis Barragán.
- El deporte más popular del país, el fútbol, cuenta en la ciudad con tres estadios de clase mundial, casas de otros tantos equipos de primera división que atraen espectadores de todo el país y, en eventos internacionales específicos, de otros países.
- La ciudad cuenta con tres grandes parques de atracciones sin comparación en el país, además de un número considerable de parques temáticos entre los que destacan los infantiles.
- La oferta comercial es la más extensa del país con opciones a lo largo de toda la ciudad para realizar compras en plazas y centros comerciales especializados y de amplio espectro.
- La extrema centralización político-administrativa del país y la concentración de las actividades económicas, financieras, comerciales e industriales, favorecen el florecimiento del turismo de negocios en la ciudad, además de otros segmentos también importantes como el turismo de salud, impulsado por la ubicación de grandes hospitales y de los

institutos nacionales de investigación médica en grandes clústeres ciudadanos; el turismo de reuniones y convenciones, el turismo gastronómico y el de espectáculos.

- La ciudad concentra una muy amplia gama de expresiones artísticas y culturales que se expresan en calles, plazas y espacios públicos y que por su diversidad constituyen atractivos.
- La **CDMX** es la urbe más cosmopolita del país, por lo que constituye un foco de atracción de visitantes del interior del país que buscan experimentar y convivir con la diversidad humana y sus expresiones multiculturales.
- En materia social, de equidad de géneros y de inclusión de la diversidad sexual, la **CDMX** se ubica a la vanguardia del país y constituye un atractivo para segmentos especializados de turismo.
- En materia de conectividad aérea la **CDMX** ocupa un lugar privilegiado con la más amplia oferta de rutas nacionales e internacionales, posición que le permite recibir visitantes directos a la ciudad y además desempeñar un rol importante como centro de distribución hacia los demás destinos país. En la práctica, la Ciudad funge como un corazón metropolitano que distribuye el turismo a todo el país.
- La cercanía de la **CDMX** con el principal mercado turístico a nivel mundial, constituido por la población viajera de los Estados Unidos, representa una ventaja comparativa de la ciudad respecto de otros destinos que presentan costos de traslado más altos.
- La red de carreteras del centro del país confluye en la ciudad, convirtiéndola en paso obligado de muchos viajes interestatales.
- Con su variada infraestructura hotelera, la ciudad cuenta con alternativas para los visitantes de todos los segmentos socioeconómicos y posibilidades para atender desde los presupuestos modestos hasta los más exigentes en materia de lujo y confort.
- La ciudad cuenta con una amplia oferta restaurantera, que incluye una gran variedad de opciones de gastronomía internacional y de todas las regiones de México.
- En las encuestas de Perfil del Turista que Visita la Ciudad de México no se percibe la inseguridad como la preocupación más importante, aparece después de los problemas locales de tráfico y de limpieza de la ciudad.
- La percepción de la calidad de los servicios turísticos recogida en la encuesta del perfil del Turista es positiva tanto en hospedaje y gastronomía, como en otros servicios.
- En el plano nacional la percepción de inseguridad en la ciudad no es un factor que afecte el flujo de turistas que recibe.
- En los periodos de depreciación del peso, la ciudad puede verse beneficiada por un mayor flujo de turistas nacionales e internacionales. En el primer caso por un efecto de sustitución, al encarecerse los viajes al exterior para los turistas egresivos; para los visitantes internacionales porque se abaratan algunos de los componentes del gasto, lo que fortalece la competitividad de los destinos nacionales en su conjunto.

OPORTUNIDADES

- La promoción de la ciudad como destino debe pensarse para abarcar los distintos segmentos de mercado y cubrir la extensa gama de atractivos de la ciudad.
- Algunos de los museos de la ciudad se localizan en áreas urbanas que carecen de la movilidad apropiada para beneficiarse de las corrientes de visitantes de la ciudad, otros no han sido rehabilitados y generalmente no cuentan con facilidades en idiomas extranjeros. El aprovechamiento turístico de estos recursos requieren de realizar trabajos importantes de acondicionamiento.
- El gigantismo de la ciudad provoca una gran demanda para los espectáculos artísticos, los cuales con frecuencia ven rebasada la capacidad de aforo de los recintos en los que se presentan, el diseño de espectáculos podría enfocarse a multiplicar la producción de espectáculos de dimensiones más locales enfocadas al público del nivel delegacional.
- Algunos de los monumentos, plazas y edificios que forman parte del catálogo urbano no se encuentran acondicionados para recibir turistas, carecen de información de curaduría y son de difícil acceso para los visitantes, en estos casos es necesaria la intervención pública para propiciar su recuperación y aprovechamiento.
- En algunos sitios de interés turístico, especialmente en las áreas de gran concentración de restaurantes, no se cuenta con una oferta suficiente de lugares de estacionamiento. Para evitar la proliferación de servicios irregulares con sus secuelas de incomodidad para los vecinos e inseguridad, es aconsejable la búsqueda de opciones a corto y mediano plazo, así como la exploración de alternativas, tales como la extensión del servicio de eco-bici y la implementación de servicios tipo *shuttle* dentro los clústeres con alta densidad de prestadores de servicios turísticos y afluencia turística.
- Aunque ha venido mejorando la ocupación hotelera de fin de semana, es necesario reforzar el proceso por medio del diseño de programas y paquetes de promoción enfocados a esos días, para los hoteleros no significa inversión adicional y sí puede provocar un mejor aprovechamiento de la capacidad instalada.
- Aumentar la competitividad por medio del mejoramiento continuo de la calidad de los servicios ofertados, recurriendo de manera creciente a la contratación de personal capacitado de las escuelas especializadas en turismo y hotelería, así como en gastronomía.
- Ciertos atractivos con gran afluencia de visitantes carecen en sus inmediaciones de infraestructura de alojamiento suficiente y accesible al tipo de demanda que producen. Tal es el caso de santuarios y templos en los que se da el turismo religioso y el de salud. En estas áreas es necesario fomentar la creación de nuevos negocios especializados.
- El turismo de negocios genera el surgimiento de infraestructura de hospedaje en el entorno de los clústeres y conglomerados de oficinas corporativas; sin embargo en ocasiones la oferta va retrasada respecto de la demanda, generando oportunidades de inversión y nuevos negocios.
- La oferta de hospedaje se ha localizado de manera natural en las zonas de mayor afluencia turística, pero en la actualidad no existen, en los centros y corredores más importantes de la ciudad, reservas territoriales para la creación de nuevos hoteles. Al respecto es necesario

auspiciar y acompañar a los emprendedores en las gestiones para adecuar el marco jurídico, o simplemente dar cumplimiento al mismo en temas como uso del suelo, manifestaciones de impacto, etc., para facilitar la recuperación y rehabilitación de casas y edificios antiguos en su conversión en hoteles, albergues y casas de hospedaje.

- El proyecto de metrobús a lo largo del Paseo de la Reforma puede contribuir a mejorar de manera decisiva la problemática de movilidad en el corredor turístico más importante de la ciudad.
- Los emprendimientos para ofertar opciones de movilidad basados en tecnologías de aplicaciones en internet pueden atender una parte de la demanda turística en condiciones de calidad, seguridad y confiabilidad, con inversiones por unidad relativamente bajas.
- A nivel promocional, la exploración de los mecanismos para aprovechar el turismo en tránsito constituye un mercado potencial de gran atractivo por la recompensa económica que implica y por la relativamente poca inversión que demanda, debido a que el visitante ya se encuentra en la ciudad, tras haber realizado, al menos parcialmente, una parte sustantiva de los gastos de traslado.
- En el plano promocional, contratar las campañas de publicidad negativa con la difusión realista del fenómeno de inseguridad que vive la ciudad y que no es significativamente más grave que el que padecen otras grandes urbes en el mundo.
- Para reducir el efecto de la publicidad negativa por la percepción de inseguridad de la ciudad, sobre todo en los medios internacionales, es recomendable incrementar el número de agentes de la policía turística, mejor capacitados y seleccionados por su arraigo y conocimiento de la ciudad para ubicarlos en sitios estratégicos por la afluencia de turistas extranjeros.
- En el plano económico-financiero, la desvaloración del peso frente a divisas extranjeras incentiva la competitividad turística del país, al abaratar los precios de los bienes y servicios para los visitantes extranjeros.
- Los prestadores de servicios deben aprovechar esta coyuntura favorable para acumular excedentes que les permitan financiar inversiones para mejorar la calidad de sus servicios, sin recurrir a pasivos adicionales en moneda extranjera o, en su caso, reducir en alguna medida los pasivos con cargo a los ingresos extraordinarios para sanear la posición financiera de las empresas.
- La ciudad debe atraer la realización de eventos de importancia global, continental y nacional, como el evento de Fórmula Uno, para cuya realización se cuenta con infraestructura ya instalada, y de esta manera evitar que otros destinos turísticos absorban la demanda turística que tales eventos generan.
- En los eventos de importancia nacional y o internacional programados para realizarse en la ciudad, destinar una proporción de las entradas al turismo nacional e internacional.
- Propiciar la unidad de políticas entre las instituciones rectoras del turismo en la ciudad.

DEBILIDADES

- El transporte público urbano es insuficiente para satisfacer las necesidades de movilidad de la población de la ciudad, por lo tanto no puede hacerse cargo del turismo; además, el transporte especializado para turistas se basa en vehículos individuales que resultan costosos e inapropiados, desde el punto de vista de la sustentabilidad, en el contexto del tráfico cotidiano.
- La movilidad dentro de la ciudad obliga a los visitantes a realizar inversiones inesperadas en tiempos de traslado, reduciendo sensiblemente el tiempo disponible para el disfrute y por lo tanto el nivel de satisfacción que se obtiene de la ciudad, constituyéndose en un factor negativo para la competitividad turística.
- La capacidad de servicio del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México se encuentra próxima a su nivel de saturación, situación que obliga a los planificadores de las líneas aéreas a ocupar los espacios menos atractivos para los pasajeros, lo que a su vez significa obligar a éstos a emplear noches adicionales de hotel para poder hacer uso de los horarios de servicio en terminal disponibles. Esta circunstancia incrementa los costos de viaje en dinero y en tiempo y le resta competitividad a la ciudad como destino.
- Debido a la gran demanda que significa la población urbana para los espectáculos que se presentan en la ciudad, con frecuencia resultan insuficientes para los habitantes y tampoco pueden ser disfrutados por los visitantes, lo que puede traducirse en frustración e insatisfacción, que afectan el resultado de la ciudad como experiencia.
- La capacidad de hospedaje de la ciudad se encuentra localizada en las zonas y corredores que concentran la demanda del servicio, pero algunas zonas de la ciudad carecen de esta infraestructura a pesar de contar con atractivos turísticos.
- A diferencia de otras entidades del país, en la ciudad de México el marco institucional vigente mantiene separadas a la autoridad turística y el principal organismo de promoción turística de la ciudad, situación que posibilita diferencias en las políticas institucionales seguidas por ambas instancias y posibilita diferencias de enfoque y falta de sinergia.
- Aunque se cuenta con la declaración de prioridad para la actividad turística como orientación de las políticas públicas de la ciudad, la ejecución de las políticas urbanas necesarias para apoyar el turismo recae en organismos en cuyo orden de prioridades el turismo no siempre ocupa una posición preponderante.

AMENAZAS

- Los servicios del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México pueden llegar a estancarse, convirtiéndose en cuello de botella para la actividad turística de la ciudad y afectando el rol que ésta desempeña como distribuidora de visitantes a otros destinos nacionales.

- El tráfico urbano, con sus embotellamientos frecuentes y a lo largo de la mayor parte del día, puede llegar a convertirse en un factor determinante de la decisión de los turistas cuando evalúan posibles destinos para sus vacaciones.
- El turismo en la ciudad es altamente sensible a las campañas de publicidad negativa ocasionada por la percepción de inseguridad en la prensa internacional.
- El deterioro ambiental que sufre la ciudad puede afectar las decisiones de viaje de visitantes potenciales, en función de la frecuencia con la que se dictan medidas de contingencia que reducen la movilidad en la ciudad.
- La creciente percepción de problemas de seguridad en la ciudad puede afectar la llegada de turismo nacional e internacional.
- La inestabilidad económica expresada por la desvaloración del peso frente a las divisas internacionales, especialmente el dólar, en caso de mantenerse puede afectar a los prestadores de servicios turísticos, especialmente aquellos que mantienen pasivos importantes en monedas extranjeras, como son algunos establecimientos hoteleros.
- La inestabilidad de precios derivada de la desvaloración del peso puede también representar una amenaza para el ingreso de las familias de la ciudad y del país, lo que reduciría sus posibilidades de efectuar viajes, con lo que se afectaría la aportación del turismo interno a los resultados turísticos de la ciudad.
- La incertidumbre económica, especialmente respecto del exterior del país puede hacer que las familias posterguen sus decisiones de realizar turismo, tanto a nivel internacional como nacional.
- El carácter todavía incipiente de cultura de manejo de residuos por parte de la población que debe conducir a hábitos de consumo responsable, reducción de la generación de basura y separación, dificulta de manera significativa los trabajos de recolección y transferencia, los cuales además cuentan con infraestructura y equipo insuficiente, que propician, combinados con el clima imperante, la aparición en la ciudad de olores desagradables que afectan a la población en general y a extensas áreas turísticas.
- La emergencia de destinos turísticos que representan competencia para la ciudad, especialmente cuando se apoyan en eventos de importancia global o continental, como la realización de juegos olímpicos, campeonatos mundiales, etc. puede reducir la afluencia de turismo internacional a la ciudad e incluso contribuir a incrementar la salida de turistas y excursionistas de la capital hacia destinos alternativos, en cuyo caso se podría afectar el resultado turístico de la ciudad.

SEGUNDA PARTE. EL TURISMO EN LA DELEGACIÓN CUAJIMALPA DE MORELOS

RESULTADOS TURÍSTICOS 2014-2015



Delegación
**Cuajimalpa
de Morelos**
CIUDAD DE MÉXICO



El nombre de la Delegación proviene del náhuatl y significa lugar de virutas o astillas de madera, por extensión, lugar en el que se labra la madera. El vocablo proviene de *cuauhximalpan* de *cuahutl*, que significa árbol o madera; *ximali* que es un verbo que expresa la idea de labrar; además del locativo *pan*. De ahí la traducción sobre las astillas o virutas de madera. El glifo que lo representa, extraído del código Mendoza, está formado por un árbol de tres ramas tirado en el suelo con tres astillas triangulares y lo que parece ser un hacha clavada en el tronco. Las astillas y el hacha simbolizan el labrado o más en general el oficio de carpintería. Cuajimalpa es una zona de bosques espesos, por lo que se cree que sus habitantes originales se dedicaron a la explotación de la madera.

BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA DELEGACIÓN

Los bosques de Cuajimalpa parecen haber pertenecido al señorío tepaneca de Azcapotzalco, hasta que le fueron arrebatados por la triple alianza que formó el imperio azteca, posteriormente fueron asignados al señorío de Tlacopan (Tacuba). Debido a lo montañoso de su constitución Cuajimalpa careció de tierras de labranza y de asentamientos importantes hasta la llegada de los españoles. A lo largo de la historia se constituyó como una región proveedora de madera para la ciudad.

La construcción del monasterio de Cuajimalpa o del Desierto de los Leones se comenzó en 1604, la de la parroquia de San Pedro en 1628, entonces una pequeña vicaría dependiente de la de Mixcoac. Con la construcción del Camino Real a Toluca se instaló el Contadero, o aduana de la ciudad y, posteriormente, La Venta de Doña Marina, como punto de descanso y abastecimiento para los viajeros que se dirigían a Lerma y Ocoyoacac. La Venta estaba cerca del Cerro de las Cruces, lugar famoso por la frecuente aparición de salteadores que victimaban a los viajeros en las inmediaciones. Durante la época colonial Cuajimalpa formó parte del repartimiento encomendado a la Condesa de Miramar, la hija de Moctezuma que sería esposa de Cuauhtémoc y posteriormente de dos de los militares que acompañaron a Cortés, ella sería también la madre de una de las hijas del conquistador. Durante la guerra de Independencia en el Cerro de las Cruces se peleó una de las batallas importantes y se registró una estadía del Cura Miguel Hidalgo en una de las casas de Cuajimalpa, ubicada frente al jardín que ahora lleva el nombre del insurgente. Una vez consumada la independencia, los pueblos de la demarcación pasaron a depender sucesivamente tanto del Distrito Federal como del Estado de México, dentro del municipio de Tacubaya y la prefectura del mismo

nombre, o como parte del Partido de Tlalnepantla o del municipio de Huixquilucan. Sería hasta el año 1861 cuando se formaría el municipio de Cuajimalpa, independiente de los de Santa Fe y de San Ángel. Sería junto con estos municipios con los que se integraría definitivamente al Distrito Federal. Cuajimalpa conservó el carácter de municipio hasta 1929, año en el que se desapareció el régimen municipal para la entidad y se crearon las actuales delegaciones del Distrito Federal. Con la formación del Departamento Central, Cuajimalpa pasó a formar parte de la Zona Exterior.

La demarcación conserva una fisonomía mixta rural y urbana formada por cinco pueblos, San Pedro Cuajimalpa, San Lorenzo Acopilco, San Mateo Tlaltemango, San Pablo Chimalpa y El Contadero. Dentro de la demarcación se encuentran el Parque Nacional del Desierto de los Leones y el Parque Nacional de la Marquesa, oficialmente llamado Insurgente Miguel Hidalgo, aproximadamente el 70% del territorio delegacional está clasificado como suelo de conservación y de recarga de los mantos acuíferos. La mancha urbana se extendió por el poniente hasta el desarrollo urbano de Santa Fe compartido, con la Delegación Álvaro Obregón, el más moderno de la ciudad. La demarcación carece, sin embargo, de vías de comunicación apropiadas, el acceso principal se da por uno de los tramos de la carretera federal México-Toluca (prolongación Paseo de la Reforma); por la Autopista Urbana Poniente, a través de los puentes de los poetas, además de las autopistas de cuota México-Toluca y Chamapa-La Venta.

LOCALIZACIÓN

La Delegación Cuajimalpa se localiza al poniente de la Ciudad de México, colinda al noreste con la Delegación Miguel Hidalgo, al este y al sureste con la Delegación Álvaro Obregón, al oeste y sur-oeste con el municipio de Huixquilucan del Estado de México y al norte y noroeste con el municipio de Ocoyoacac, también del Estado de México. Cuenta con una superficie de 74.6 km² y una población según el censo de 2010 de 186.4 mil habitantes, la segunda menos poblada de la capital después de Milpa Alta, para una densidad de 2,500 hab/km².

LÍMITES

Los límites oficiales de la Delegación Azcapotzalco están determinados en la Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal vigente, en los términos siguientes:

“A partir de la cúspide del Cerro llamado Hueytzoco, se dirige por toda la línea limítrofe del Distrito Federal con el Estado de México, siguiendo por las cúspides de los Cerros llamados El Cochinito, La Gachupina, El Muñeco, Gavilán y Teponaxtle; bajando después por la Loma de Puerta del Pedregal al punto llamado Ojo de Agua, para continuar hacia el Noroeste por la Barranca del Pedregal, pasa por la mojonera Piedra de Amolar hasta un punto nodal; del cual se dirige hacia el Noreste hasta intersectar el lindero Suroeste de los terrenos comunales de San Lorenzo Acopilco, por el que se dirige hacia el Noroeste hasta el centro de la mojonera Venta de Tablas, de donde prosigue por el mismo lindero hacia el Noreste, hasta intersectar el límite Sur de la Zona Federal de la Carretera

Federal México-Toluca, por la que se dirige en todas sus inflexiones hacia el Noreste hasta su cruce con la prolongación virtual de la alambrada de la estación Pisícola El Zarco; de aquí se encamina al Noroeste para después de cruzar la Carretera Federal México-Toluca, continúa por la alambrada aludida hasta intersectar el lindero Poniente de la comunidad de San Lorenzo Acopilco, de donde sigue al Noroeste, cruza la Autopista México-Toluca y continúa hasta tocar la línea de límites entre el Distrito Federal y el Estado de México, por la que se dirige al Oriente hasta la mojonera Puerto de las Cruces; de donde continúa por el trazo de la línea limítrofe en todas sus inflexiones, pasa por la mojonera Cerro Tepalcatitla y llega a la mojonera Tetela, de aquí prosigue con un rumbo general Noreste, por el Parteaguas del Cerro de Tetela hasta la mojonera Dos Ríos, donde confluyen las Barrancas Profunda y Ojo de Agua; continúa en la misma dirección por el eje del Río Borracho, en todas sus inflexiones hasta el punto denominado el Espizo; prosigue por la misma barranca hacia el Noroeste hasta llegar al punto llamado el Apipilhuasco, ubicado en la Barranca del mismo nombre; continúa hacia el Noreste hasta la mojonera Cerro de los Padres de donde sigue hacia el Noreste por los linderos de los terrenos del Pueblo de Santiago Yancuitalpan con fracciones de terrenos propiedad de los vecinos de Chimalpa, y a continuación por el camino que va de Santiago a Huixquilucan, prosiguiendo por el borde Poniente del Río Borracho hasta la mojonera El Capulín; se dirige de este punto hacia el Sureste pasando por la mojonera La Junta, se dirige en la misma dirección, aguas arriba por el eje de la Barranca de San Pedro, hasta tocar la prolongación virtual del eje de la Cerrada Veracruz; de donde prosigue hacia el Sureste hasta la mojonera Manzanastitla; de este punto continúa con rumbo general Noreste en todas sus inflexiones hasta un punto intermedio que se localiza al centro del camellón de la Avenida Paseo de los Ahuehuetes Norte, frente a las instalaciones del Instituto Cumbres; en este punto se separa de la línea limítrofe y prosigue por el eje de esta Avenida para continuar enseguida por el eje de la Avenida Paseo de los Ahuehuetes Sur, hasta intersectar el eje virtual de un accidente natural llamado Barranquilla; por cuyo eje prosigue hacia el Sur hasta el eje de la Carretera México-Toluca, sobre la que se encamina al Suroeste, siguiendo todas sus inflexiones hasta encontrar el límite Noreste del Fraccionamiento La Antigua; de este punto continúa al Sureste hasta encontrar el eje de la Avenida Prolongación Vasco de Quiroga, continúa al Noreste hasta encontrar la intersección con el eje de la Autopista México-Toluca, de donde se dirige al Sureste hasta el cruce con el eje de la prolongación de la Av. Carlos Lazo, de donde se dirige al Sureste por el eje prolongado de dicha Avenida hasta llegar al cruce del eje de la Avenida Santa Fé Poniente; continúa al Sureste por el eje de la Avenida Carlos Lazo hasta llegar al cruce con el eje de la Avenida Tamaulipas; de aquí continúa por el Sureste por la línea que divide al Pueblo de Santa Lucía de los terrenos del Club de Golf Prados de la Montaña hasta llegar al eje de la Barranca Hueyatla, por cuyo eje prosigue aguas abajo hasta la altura de la barda que delimita los terrenos del Club de Golf Prados de la Montaña; continúa hasta la altura de la intersección de la misma con la prolongación del lindero Noroeste del Nuevo Panteón Jardín, de este punto continúa al Noreste hasta la esquina Noroeste del Nuevo Panteón Jardín, de donde sigue por toda la barda Suroeste del Nuevo Panteón Jardín, siguiendo todas sus inflexiones hasta el cruce con el eje de la barranca de Atzoyapan, por donde sigue con rumbo Suroeste, aguas arriba, por el eje de la barranca Atzoyapan que río abajo toma el nombre de Río Mixcoac, prosigue por el eje de esta Barranca, siguiendo sus inflexiones hasta intersectar el camino que conduce de Tlaltenango a Santa Rosa; de donde se dirige

en línea recta con rumbo Suroeste hasta la cima del Cerro San Miguel; por el que sigue en dirección Sur, hasta la cúspide del Cerro Hueytzoco, punto de partida.”

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

Cuajimalpa es una demarcación en la que conviven una extensa fisonomía rural, ya que el 70% de su superficie se considera suelo de conservación, junto a una las fisonomías urbana de gran dinamismo y acelerado crecimiento, en la Zona de Santa Fe, compartida con la vecina Delegación Álvaro Obregón. La zona de Santa Fe alberga una de las áreas más modernas de la Ciudad de México, con centros comerciales y edificios corporativos que se han convertido en íconos del reciente desarrollo urbano. La demarcación cuenta entre sus principales sitios de interés con dos áreas naturales, el Parque Nacional Desierto de los Leones que ofrece espacios para la práctica de deportes de naturaleza y para paseos de convivencia familiar con una amplia oferta de gastronomía, en la localidad de La Venta y; el parque nacional de La Marquesa, compartido con el Estado de México, el cual cuenta también con amplios espacios para la práctica del turismo de naturaleza. En la parte urbana, destaca, para realizar compras de lo más variadas, el Centro Comercial Santa Fe integrado por una gran diversidad de tiendas exclusivas. La parte tradicional, en el centro de la demarcación se compone por el Jardín Hidalgo, el Foro Pedro Infante, la Parroquia de San Pedro Apóstol, el Ex convento Carmelita, así como un gran número de casas típicas que dan a Cuajimalpa una cierta identidad rural, en un ambiente caracterizado por el clima frío y de alto grado de humedad durante varios meses del año.

La plaza Santa Fe además de la gran diversidad de tiendas de exclusivas de lujo tiene en sus instalaciones el parque temático-infantil Kidzania, al que acude un gran número de visitantes de la ciudad y del resto del país. Dentro de la zona moderna, compartida con la Delegación Álvaro Obregón, se ubican los centros corporativos de muchas empresas industriales, comerciales y financieras. Para atender la demanda de servicios que por ellas se genera, se ha propiciado la apertura de hoteles dentro de los segmentos de alta categoría, los cuales dan servicio al nutrido turismo de negocios.

La demarcación se conecta con el resto de la ciudad por un lado por las avenidas Paseo de la Reforma Norte y Constituyentes que son las arterias que canalizan gran parte del tráfico que sale del centro y norte de la ciudad hacia Toluca y, por otro lado, por la Supervía poniente y los puentes de los poetas, que captan el tráfico proveniente del sur y del oriente que viaja por el periférico hacia el poniente de la ciudad.

HOTELERÍA

De acuerdo con los datos del Registro de Prestadores de Servicios de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, en 2015 en la Delegación se localizan 8 hoteles con una disponibilidad total de 878 habitaciones y 1,298 camas, todos ellos ubicados en el corredor Santa Fe-Desierto de los Leones.

Entre éstos destaca 1 hotel de categoría Gran Turismo, 3 de cinco estrellas, 3 de cuatro y uno de tres estrellas. Los hoteles en conjunto generan 641 empleos directos.

CUADRO 19. Hoteles por categoría en la Delegación Cuajimalpa (2015)

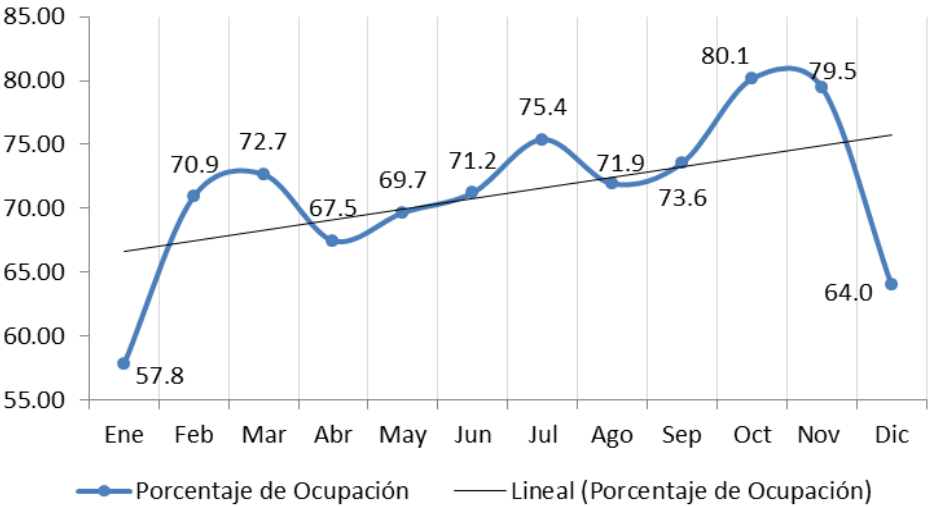
Categoría	Establecimientos	Cuartos	Promedio de Cuartos / Establecimientos	Empleo	Camas
Gran Turismo	1	30	30	28	45
5 Estrellas	3	453	151	421	670
4 Estrellas	3	333	111	170	496
3 Estrellas	1	62	62	22	87
2 Estrellas	0	0	0	0	0
1 Estrellas	0	0	0	0	0
Sin Clasificar	0	0	0	0	0
Total	8	878	110	641	1,298

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos en la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

OCUPACIÓN HOTELERA

Durante el bienio 2013-2014 los hoteles de la Delegación alcanzaron un promedio de ocupación del 68.54%, para 2015 este indicador alcanzó la cifra de 71.19%. En los tres años el porcentaje de ocupación hotelera de la demarcación es superior al porcentaje promedio general de la ciudad. En 2015 por una notable diferencia de 4.65 puntos porcentuales. La ocupación en la demarcación presenta picos estacionales en los meses de octubre-noviembre, en febrero-marzo y en julio.

GRÁFICA 40. Porcentaje de ocupación hotelera 2015
Delegación Cuajimalpa



Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

TURISMO RECEPTIVO

En 2013 la demarcación recibió un total de 94 mil turistas. Para 2014 esta cifra presentó un considerable aumento de 105% para alcanzar la cifra de 194 mil. En 2015 el incremento en la llegada de turistas a la demarcación ya no resultó tan alto, pero de cualquier manera creció un 8% en el año, para ubicarse en 209 mil.

**CUADRO 20. Llegada de turistas a los establecimientos de hospedaje
Delegación Cuajimalpa (Enero 2014 – Diciembre 2015)**

Delegación	Porcentaje de Ocupación	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Total de turistas
ene-14	57.78	6,053	2,416	8,469
feb-14	68.74	7,952	3,680	11,632
mar-14	68.89	12,300	4,215	16,515
abr-14	66.85	12,583	3,708	16,291
may-14	68.92	11,761	4,946	16,707
jun-14	67.45	10,583	4,155	14,738
jul-14	72.38	12,916	4,217	17,133
ago-14	70.63	13,324	4,627	17,951
sep-14	69.75	12,265	4,687	16,952
oct-14	75.87	12,599	5,901	18,500
nov-14	79.45	14,693	5,431	20,124
dic-14	62.50	13,039	5,867	18,906
2014	69.10	140,068	53,850	193,918
ene-15	57.83	10,203	4,269	14,472
feb-15	70.94	12,824	6,560	19,384
mar-15	72.66	12,603	5,302	17,905
abr-15	67.47	9,937	4,149	14,086
may-15	69.67	12,462	4,656	17,118
jun-15	71.23	12,252	4,574	16,826
jul-15	75.39	14,277	4,204	18,481
ago-15	71.93	14,389	5,060	19,449
sep-15	73.56	12,423	4,586	17,009
oct-15	80.13	14,048	4,977	19,025
nov-15	79.49	13,802	4,559	18,361
dic-15	63.98	12,846	4,397	17,243
2015	71.19	152,066	57,293	209,359

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

El notable crecimiento en la afluencia turística de la demarcación en 2014 se debió a la apertura de dos nuevos hoteles de cuatro estrellas, con 198 habitaciones en total. En el cuadro siguiente se muestra el comparativo:

CUADRO 21. Crecimiento en la oferta hotelera de Cuajimalpa en 2014

Categoría	Establecimientos			Cuartos		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Gran Turismo	1	1	1	30	30	30
5 Estrellas	3	3	3	453	453	453
4 Estrellas	1	3	3	135	333	333
3 Estrellas	1	1	1	62	62	62
2 Estrellas	0	0	0	0	0	0
1 Estrellas	0	0	0	0	0	0
Sin Clasificar	0	0	0	0	0	0
Total	6	8	8	680	878	878

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos en la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

De acuerdo con las recomendaciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT)⁹, en las estadísticas turísticas de un país no únicamente deben tomarse en cuenta los turistas que se hospedan en los establecimientos comerciales. También deben tomarse en cuenta los visitantes del lugar que hacen uso de formas no comerciales de hospedaje, tales como visita a casas de familiares y amigos, casas o departamentos propiedad de los visitantes, hostales y otros establecimientos informales o no registrados. Para este tipo de turistas no existen registros fehacientes, pero es posible realizar estimaciones con base los datos que aportan las diferentes encuestas disponibles para la Ciudad de México, realizadas por el INEGI, el Banco de México o por el Gobierno de la Ciudad. Los resultados correspondientes a la Delegación Cuajimalpa se presentan a continuación:

En el cuadro siguiente puede observarse que los turistas que recibió la Delegación en 2013 –en este caso visitantes de la demarcación que pernoctaron en ella al menos una noche durante su visita– fueron 395 mil, cifra que para 2014 aumenta en 112 mil para llegar a 507 mil turistas y para 2015 aumenta hasta 535 mil. La mayor parte del incremento está determinado por los turistas (nacionales e internacionales) hospedados en alojamiento comercial, con un 105% de incremento en 2014 con respecto a 2013, crecimiento que, como se indicó antes, se debió a la apertura de dos nuevos hoteles de la categoría cuatro estrellas. La variación de 2015 respecto de 2014 es más modesta, pero se mantiene en el 8% el cual es más que aceptable.

⁹ Organización Mundial de Turismo (OMT), Organización de las Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, Madrid/ Nueva York, 2010. Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. Por sus siglas en inglés se le conoce como UNWTO, el documento de referencia es: ST/ESA/STAT.M/83/Rev1

CUADRO 22. Llegada de visitantes a la Delegación Cuajimalpa
(Miles de Personas)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes a la delegación	2,303	2,429	2,585	2,585	2,649	2,791	2,825

Llegada de Turistas (Con pernocta)	239	280	356	358	395	507	535
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	17	21	63	69	94	194	209
Nacionales en alojamiento comercial	15	19	50	55	70	140	152
Internacionales en alojamiento comercial	1	2	13	14	25	54	57
En casa de familiares y amigos	194	227	256	252	262	274	285
En casa o residencia propia	13	16	18	17	18	19	19
Otro tipo de hospedaje	15	17	20	19	20	21	22

Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	2,016	2,095	2,169	2,168	2,194	2,221	2,227
Excursionistas del interior del país a la Delegación	472	536	598	587	604	623	621
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	1,544	1,560	1,572	1,581	1,590	1,598	1,606

Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	47	54	60	59	60	62	62
---	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Siguiendo las recomendaciones de la OMT antes mencionadas, en las estadísticas deben considerarse asimismo los visitantes que no pernoctan en el lugar que visitan, a los que se les denomina excursionistas. En la delegación, al igual que en el resto de la ciudad, este tipo de visitantes provienen tanto de la zona metropolitana del Valle de México como de los demás estados del interior del país, en una proporción de 72% y 28% respectivamente. La estimación de los excursionistas que visitaron la Delegación Cuajimalpa, agrega 2.2 millones de visitantes en los años 2013, 2014 y 2015, adicionales a los antes señalados. De esta manera es posible establecer el número total de visitantes a la Delegación Cuajimalpa en 2.6 millones en 2013, casi 2.8 millones para 2014, con un incremento de 9% y poco más de 2.8 millones para 2015, para un incremento del 1.2%. Es necesario acotar que en esta cifra total se incluyen para 2013, 60 mil, para 2014, 62 mil y para 2015 también 62 mil visitantes que en las encuestas correspondientes manifestaron haber realizado ambos tipos de viaje, esto es con pernocta y sin pernocta, implicando que en el año realizaron más de una visita a la ciudad.

DERRAMA ECONÓMICA DEL TURISMO RECEPTIVO

El cuadro siguiente nos muestra el gasto estimado por cada tipo de visitante, en pesos corrientes del año que se indica. El gasto total asciende a 1 mil 401 millones de pesos en 2013, dos mil 96 en 2014 para un incremento en el año de 49.6% y 2 mil 281 millones de pesos para 2015, con un incremento de 8.8%. El concepto mayor es, sin embargo, el correspondiente al gasto efectuado por los turistas hospedados en hoteles, tanto nacionales como internacionales el cual significa 60.9% del total, no

obstante que en el número de visitantes solamente aporta un 12.7% del total. Esta desproporción se explica por el mayor gasto que efectúan los turistas hospedados formalmente respecto de las demás categorías de visitantes debido a las tarifas de hotel que se incluyen en este caso.

**CUADRO 23. Gasto de los visitantes en la Delegación Cuajimalpa
(Millones de Pesos)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	707	833	1,154	1,197	1,401	2,096	2,281
Llegada de Turistas (Con pernocta)	290	351	598	640	820	1,467	1,648
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	57	71	266	307	468	1,080	1,242
Nacionales en alojamiento comercial	43	54	151	170	221	469	512
Internacionales en alojamiento comercial	14	16	115	137	248	611	730
En casa de familiares y amigos	203	245	290	291	308	338	355
En casa o residencia propia	14	17	20	20	21	23	24
Otro tipo de hospedaje	16	19	22	22	24	26	27
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	327	375	431	432	450	488	491
Excursionistas del interior del país a la Delegación	260	306	358	357	373	407	408
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	66	69	73	75	77	81	82
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	91	107	125	125	130	142	142

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Destaca también el gasto de los turistas hospedados en casas de familiares y amigos, el cual significa el 19% de la derrama económica total, esta categoría de turistas constituye el 18% del total de visitantes. Los excursionistas por su parte constituyen el 64% de los visitantes y aportan el 12% del gasto total. Esta última desproporción se explica por lo corto de la estadía de este tipo de visitantes conforme a la definición de los mismos.

Así, mientras que los turistas hospedados en hoteles arrojan un gasto medio por turista, por día de 5 mil 568 pesos, para los que utilizan hospedaje no comercial es de 1,236 pesos y para los excursionistas es de apenas 219 pesos en promedio. Estas cifras se aprecian en el cuadro siguiente:

CUADRO 24. Gasto medio de los visitantes en la Delegación Cuajimalpa
(Pesos)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	307.1	342.8	446.3	463.2	528.8	751.2	807.5
Llegada de Turistas (Con pernocta)	1,210.8	1,253.2	1,680.8	1,789.3	2,078.5	2,893.7	3,079.8
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	3,400.0	3,418.9	4,244.9	4,453.8	4,960.2	5,568.4	5,933.0
Nacionales en alojamiento comercial	2,811.0	2,878.8	3,032.0	3,095.3	3,171.6	3,349.9	3,366.8
Internacionales en alojamiento comercial	9,566.2	8,896.0	8,901.9	9,808.6	9,969.6	11,339.1	12,744.1
En casa de familiares y amigos	1,044.7	1,081.0	1,133.5	1,152.7	1,173.1	1,235.9	1,245.5
En casa o residencia propia	1,044.7	1,081.0	1,133.5	1,152.7	1,173.1	1,235.9	1,245.5
Otro tipo de hospedaje	1,044.7	1,081.0	1,133.5	1,152.7	1,173.1	1,235.9	1,245.5
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	162.0	178.9	198.6	199.4	205.1	219.6	220.2
Excursionistas del interior del país a la Delegación	551.5	570.7	598.4	608.6	618.3	652.5	657.5
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	42.9	44.4	46.5	47.4	48.1	50.8	51.2
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	1,924.7	1,991.6	2,088.2	2,123.7	2,157.8	2,277.2	2,294.6

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

TURISMO EGRESIVO

Utilizando los mismos conceptos con los que se presentó el turismo receptivo, la estimación del turismo egresivo, constituido por los habitantes de la Delegación que efectúan viajes de visita a otros lugares, arroja para 2014 un total de 986 mil turistas y excursionistas. Para 2015 esta cifra se eleva a un millón cuarenta y cinco mil personas y se integra de la manera siguiente:

CUADRO 25. Salida de Turistas y Excursionistas de la Delegación Cuajimalpa
(Miles de Personas)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Salida total de turistas y excursionistas de la delegación	853	894	926	948	969	986	1,045
Salida de Turistas (Con pernocta)	290	309	322	331	339	345	367
Nacionales en alojamiento comercial	116	124	129	133	136	138	147
En casa de familiares y amigos	152	162	169	173	178	181	192
En casa o residencia propia	10	11	11	12	12	12	13
Otro tipo de hospedaje	12	12	13	13	14	14	15
Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	540	561	578	591	604	614	650
Delegación al interior del país	227	241	252	258	265	270	286
Delegación a la ZMVM	313	320	327	333	339	344	363
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	23	24	25	26	26	27	29

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

El 35% está constituido por turistas, de los cuales cuatro de cada diez se hospedaron en hoteles y los seis restantes utilizaron hospedaje no comercial. El 62% está constituido por excursionistas, de los cuales 4 de cada diez visitaron el interior del país, mientras que los 6 restantes visitaron lugares de la Zona Metropolitana externos a la delegación.

GASTO DEL TURISMO EGRESIVO

El gasto efectuado por los turistas egresivos de la Delegación en los lugares que visitaron, asciende en 2014 a 973 millones de pesos y en 2015 a 1,042.

**CUADRO 26. Gasto de la salida de turistas y excursionistas de la Delegación Cuajimalpa
(Millones de Pesos)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto total de la salida de turistas y excursionistas	691	757	829	867	908	973	1,042
Salida de Turistas (Con pernocta)	509	557	611	639	670	718	769
Nacionales en alojamiento comercial	327	357	392	411	432	462	496
En casa de familiares y amigos	159	175	191	200	209	224	240
En casa o residencia propia	11	12	13	13	14	15	16
Otro tipo de hospedaje	12	13	15	15	16	17	18
Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	138	152	166	173	180	193	207
Delegación al interior del país	125	138	150	157	164	176	188
Delegación a la ZMVM	13	14	15	16	16	17	19
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	44	48	53	55	57	61	66

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

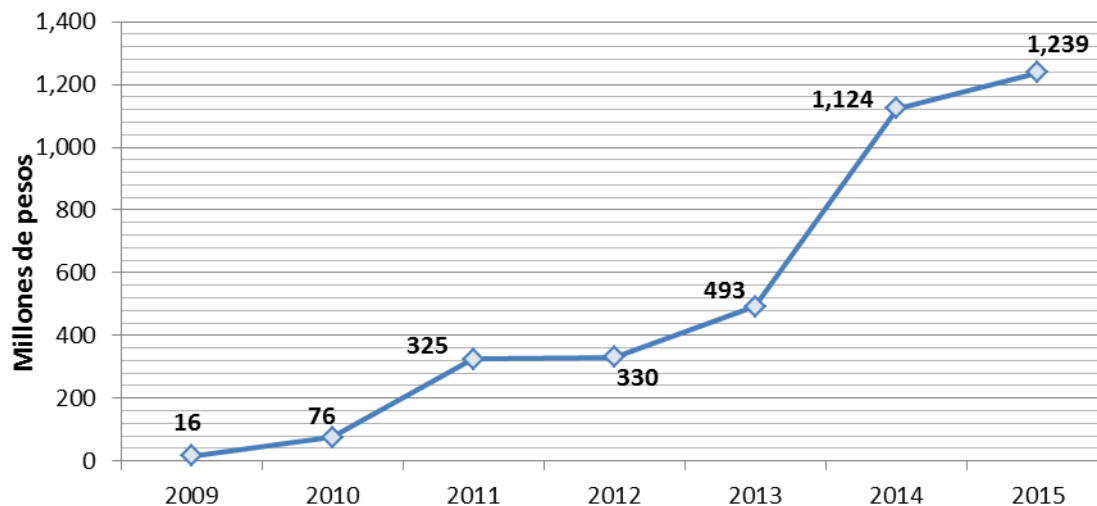
Entre los gastos realizados por los viajeros destaca el efectuado por viajeros hospedados en hoteles, el cual constituye el 48% del gasto total. Aquellos viajeros que utilizaron hospedaje no comercial representan el 26% del gasto, los excursionistas el 20%, y los que efectuaron ambos tipos de viaje, con pernocta y sin pernocta, únicamente el 6%.

SALDO TURÍSTICO DE LA DELEGACIÓN CUAJIMALPA

Con los resultados anteriores ya estamos en condiciones de determinar el saldo turístico de la Delegación, el cual para 2014 alcanza la cifra de 1,124 millones de pesos y en 2015 asciende a 1,238 millones de pesos, en ambos años favorable para Cuajimalpa, en tanto los gastos de los visitantes resultaron mayores a los de los viajeros. En 2013 el saldo turístico fue de 493 millones de pesos. El crecimiento anual del saldo positivo fue de 180% en 2014 y de 10% en 2015. En la gráfica siguiente se muestra el saldo turístico de los últimos 6 años. Durante todo el periodo los gastos efectuados por

los turistas y excursionistas visitantes fueron superiores a los efectuados por aquellos que salieron de la Delegación. Durante todo el periodo el saldo turístico resulta positivo, es decir, el turismo sí representa una fuente de ingresos para la población de la demarcación.

GRÁFICA 41. Saldo Turístico de la Delegación Cuajimalpa 2009-2015



Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

El saldo turístico de Cuajimalpa es en sí un buen resultado. Al incluir en este análisis los flujos delegacionales, es decir los visitantes que la demarcación atrae de otras delegaciones de la misma ciudad, el resultado es aún mejor.

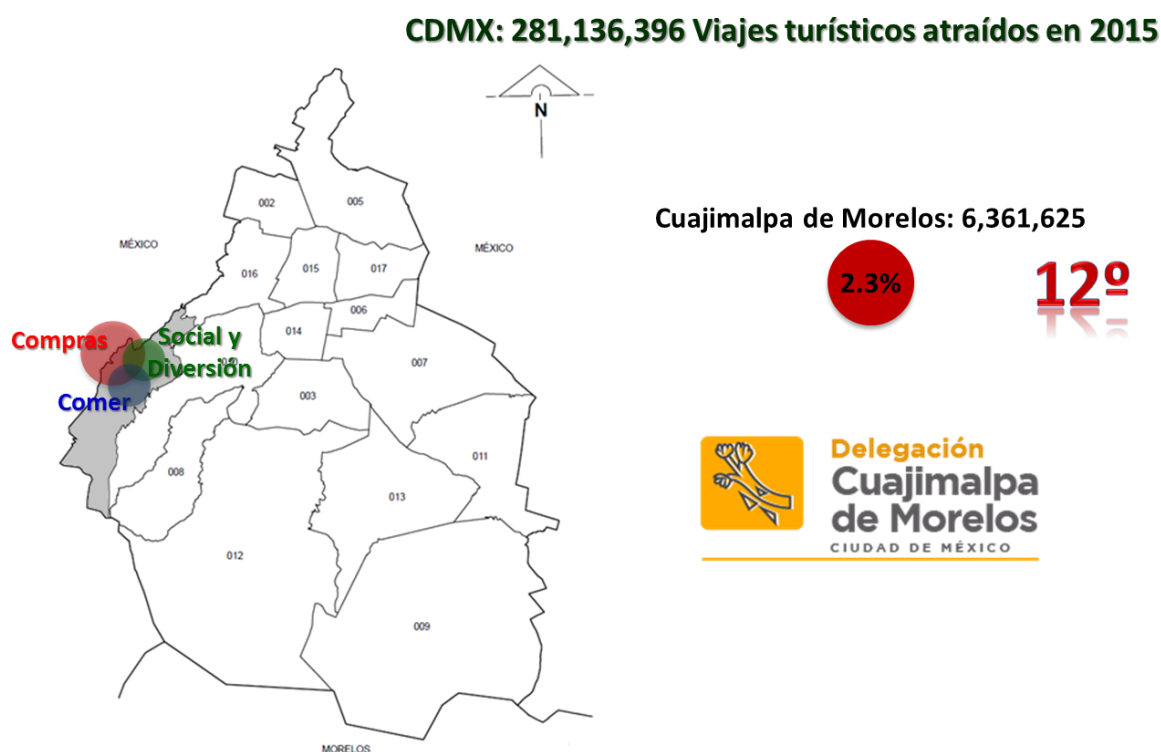
1.0 FLUJOS DELEGACIONALES DE LA DELEGACIÓN CUAJIMALPA

Al considerar los flujos delegacionales¹⁰ de Cuajimalpa tenemos que se trata de la delegación que ocupa el decimosegundo lugar de la ciudad por cuanto a atracción de viajes turísticos de otras delegaciones de la misma ciudad, es decir para realizar compras, sociales y de diversión o para comer fuera de casa como se explicó en la primera parte de este trabajo, motivos por los que Cuajimalpa atrae el 2.3% de los viajes producidos en la ciudad.. Durante 2014 los viajes atraídos generaron una derrama económica de 322.3 millones de pesos. Para 2015 esta cifra aumenta a 325 millones de pesos. Estas cantidades, al tratarse de ingresos recibidos por comerciantes de la demarcación incrementa en un poco más de una cuarta parte el saldo turístico de la delegación correspondiente a 2015 antes determinado de 1,239 millones de pesos, a la cantidad de 1,564 millones de pesos. La misma consideración aplicada al 2014 incrementa el saldo turístico en 28%; es decir, el saldo turístico antes determinado para ese año por 1,124 millones de pesos aumenta a 1,446 millones de pesos. Se

¹⁰ En este trabajo hemos denominado flujos delegacionales a los viajes realizados desde otras delegaciones de la ciudad hasta la Delegación Cuajimalpa para realizar las actividades consideradas turísticas, englobadas en los conceptos de compras, social y diversión y comidas, así como los que realizaron pobladores de Cuajimalpa hacia otras demarcaciones con los mismos propósitos.

puede establecer en consecuencia que la demarcación tiene un ingreso turístico neto positivo de 1,564 millones de pesos.

GRÁFICA 42. Flujos delegacionales de la Delegación Cuajimalpa



Cuajimalpa de Morelos	Viajes Atraídos									
	Compras		Social y Diversión		Comida		Total de Viajes Atraídos			
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	Var. 15/14	Part: 2015
Viajes (Personas)	4,031,615	4,040,165	1,843,435	1,847,345	473,110	474,115	6,348,160	6,361,625	0.2%	2.3%
Derrama (Pesos)	204,663,412	206,422,233	93,581,281	94,385,521	24,017,250	24,223,733	322,261,944	325,031,487	0.9%	2.3%
Derrama (Dólares)	15,379,912	13,050,514	7,032,385	5,967,282	1,804,833	1,531,483	24,217,129	20,549,279	-15.1%	2.3%

Fuente: SECTUR CDMX

CUADRO 27. Viajes turísticos producidos y atraídos en la Delegación Cuajimalpa 2014-2015

Viajes	2013	2014	2015
Total	11,706,376	11,738,280	11,763,177
Producidos en la delegación	5,375,471	5,390,120	5,401,552
Atraídos de las demás delegaciones	6,330,905	6,348,160	6,361,625

Fuente: SECTUR CDMX

El resultado turístico de la demarcación es bueno; consideramos que podría ser mejor si, además de tratar de consolidar el turismo de negocios de la zona de Santa Fe, se realizan programas de desarrollo de actividades de turismo de naturaleza que fortalezcan el aprovechamiento intensivo de los atractivos de la Delegación, primordialmente de los parques y bosques con los que cuenta. Se debe fortalecer el turismo alternativo con políticas de mejoramiento de las condiciones prevalecientes en materia de sustentabilidad, con el propósito de contener la degradación del ambiente, propiciar la ampliación y diversificación de la oferta de servicios, mejorar la seguridad de los visitantes y promover campañas para dar a conocer los emprendimientos turísticos en el resto de la ciudad y en el país.

ESTRUCTURA DEL GASTO DE LOS VISITANTES

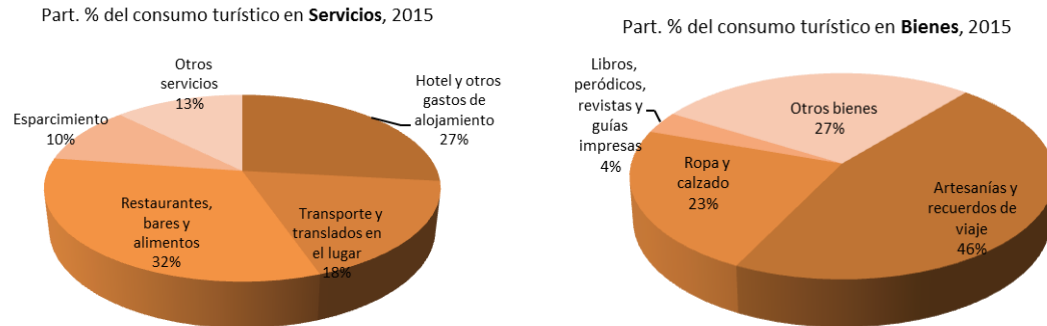
Los gastos de los turistas que visitaron la Delegación, así como los conceptos en los que lo hicieron se muestran en el cuadro y gráficas siguientes:

CUADRO 28. Estructura del Consumo de Turistas en la Delegación Cuajimalpa, 2015.

Concepto (Millones de Pesos)	Turistas Nacionales hospedados en hoteles	Turistas Internacionales hospedados en hoteles	Turistas nacionales no hospedados en hoteles	Total Visitantes
Total servicios	458.69	647.48	303.71	1,409.88
Hotel y otros gastos de alojamiento	141.38	219.35	16.18	376.92
Transporte y traslados en el lugar	65.56	37.54	149.70	252.81
Restaurantes, bares y alimentos	137.43	213.22	108.82	459.46
Esparcimiento	49.80	77.26	15.90	142.96
Otros servicios	64.52	100.10	13.11	177.74
Total bienes	53.28	82.66	101.87	237.82
Artesanías y recuerdos de viaje	32.79	50.87	26.32	109.97
Ropa y calzado	4.69	7.27	42.55	54.51
Libros, periódicos, revistas y guías impresas	2.68	4.16	1.34	8.17
Otros bienes	13.13	20.37	31.67	65.16
Total servicios + bienes	511.97	730.15	405.58	1,647.70

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

GRÁFICA 43. Estructura del consumo de turistas visitantes de Cuajimalpa



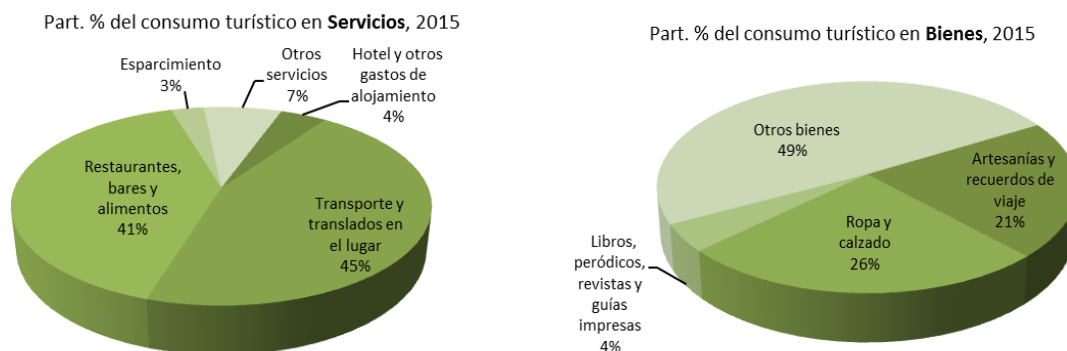
Los turistas que visitaron la Delegación en 2015 efectuaron gastos por un total de 1,647.7 millones de pesos, de los cuales 1,410 cubrieron gastos en servicios, el 85% de los gastos totales en la demarcación. La mayor parte de este importe comprendió los conceptos de Alimentos consumidos en restaurantes y bares 32%, Gastos en hospedaje con 27% y Gastos de transporte y traslados en el lugar con 18%. Del importe gastado en bienes, por 238 millones de pesos, destaca el gasto en artesanías y recuerdos de viaje con 46%, ropa y calzado con 23% y otros bienes con 27%.

CUADRO 29. Estructura del Consumo de Excursionistas en la Delegación Cuajimalpa, 2015.

Concepto (Millones de Pesos)	Excursionistas Nacionales del Interior (Sin Pernocta)	Excursionistas de la ZMVM (Sin Pernocta)	Turistas y Excursionistas Ambos Viajes (Con y Sin Pernocta)	Total Excursionistas
Total servicios	285.73	67.35	113.68	466.76
Hotel y otros gastos de alojamiento	0.00	0.00	19.67	19.7
Transporte y traslados en el lugar	150.99	23.68	35.47	210.1
Restaurantes, bares y alimentos	109.49	41.69	38.23	189.4
Esparcimiento	5.39	0.82	7.87	14.1
Otros servicios	19.87	1.15	12.44	33.5
Total bienes	122.57	14.88	28.80	166.25
Artesanías y recuerdos de viaje	25.92	0.00	9.09	35.0
Ropa y calzado	31.31	4.93	6.12	42.4
Libros, periódicos, revistas y guías impresas	5.10	0.74	1.26	7.1
Otros bienes	60.23	9.21	12.34	81.8
Total servicios + bienes	408.30	82.23	142.48	633.01

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

GRÁFICA 44. Estructura del consumo de excursionistas visitantes de Cuajimalpa



Por lo que respecta a los excursionistas, el gasto de 2015 arroja un total de 633 millones de pesos, de los cuales 467 millones corresponden a servicios y 166.3 a bienes. Dentro del rubro de servicios destacan los conceptos Transporte y traslados en el lugar con 45% y Consumo de alimentos en restaurantes y bares con 41%. En el rubro de bienes destacan los conceptos Artesanías y recuerdos de viaje con 21% y ropa y calzado con 26%, además de otros bienes que absorben el 49%.

INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

De acuerdo con la información captada por el Registro de Prestadores de Servicios Turísticos de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, además de los hoteles antes mencionados, la Delegación cuenta con otros oferentes de servicios. Entre ellos cuenta con cuatro centros comerciales, entre los que destaca el Centro Comercial Santa Fe que cuenta con tiendas exclusivas (Armani, Versace, Zegna, Davidoff, Hugo Boss, etc.) salas de cine, pista de hielo, campo de práctica de golf, restaurantes, Kidzania como parque temático de entretenimiento para los niños y centros de apuesta para los mayores (Yak), bares, tiendas departamentales (Saks Fifth Ave), agencias de automóviles (Porsche, BMW, Mercedes Benz, Jaguar, Land Rover, Audi, etc.) y navíos marítimos, entre otras muchas cosas. Asimismo cuenta con tres museos, con exhibiciones de diversos temas y 2 agencias de viajes.

De acuerdo con el Registro de Prestadores de Servicios Turísticos de la Ciudad de México, para 2015 en la Delegación Cuajimalpa existen 40 establecimientos, con las especialidades que se muestran en el cuadro siguiente:

CUADRO 30. Prestadores de Servicios Turísticos en la Delegación Cuajimalpa

Prestador	Cantidad
Alojamiento (Establecimientos)	8
Cuartos	878
Alimentos y Bebidas	18
Museos	2
Centros Comerciales	2
Agencia de Viajes	2
Vida Nocturna	2
Teatros	1
Transportación	1
Guías de Turistas	1
Casas de Cambio	1
Spas	1
Deporte y recreación	1
Total	40

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos en la Sector CDMX

MOVILIDAD

Con base en la encuesta de origen y destino, para 2014 se estima que dentro de la Delegación se realiza un promedio de 378 mil viajes diarios, tomando en cuenta los originados dentro de la Delegación hacia otros lugares fuera de ella, los viajes de fuera hacia la Delegación y los viajes internos dentro de la Delegación, este volumen diario significa anualmente cerca de 138 millones de viajes.

CUADRO 31. Viajes totales desde y hacia la delegación Cuajimalpa

Año	Producidos	Atraídos	Internos	Producidos + atraídos	Total
2009	64,839,589	65,028,327	33,160,403	129,867,916	163,028,319
2010	66,050,125	66,242,340	33,779,480	132,292,465	166,071,945
2011	66,672,707	66,866,903	34,097,988	133,539,610	167,637,598
2012	66,973,481	67,168,556	34,251,779	134,142,037	168,393,816
2013	67,208,016	67,403,655	34,371,666	134,611,671	168,983,337
2014	67,391,226	67,587,389	34,465,293	134,978,615	169,443,908
2015	67,534,336	67,730,708	34,538,726	135,265,044	169,803,770

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

Una parte considerable de estos viajes se realizan en vehículos particulares, ya que según datos del INEGI, en la Delegación se encuentran registrados en el año 2013 un total de 104.9 mil automóviles y 1,746 motocicletas, además de 696 camiones de pasajeros, 970 camiones y camionetas de carga.

Para 2011 SETRAVI tenía registrados 20 parques de estacionamiento público en la Delegación con una capacidad total de 25,796 cajones. Por su parte la Secretaría de Movilidad, tiene registrados 58 sitios y bases de taxis regularizados.

Por lo que se refiere al sistema de transporte público de pasajeros, la Delegación no cuenta con los servicios de metro, metrobús y tren ligero. El transporte público se realiza por medio de 17 rutas de la Red de Transporte Público que cruzan por la demarcación, 5 de ellas proporcionan el servicio Atenea, exclusivo para mujeres, adultos mayores y personas con discapacidades; 2 proporcionan servicio expreso y 10 servicio ordinario.

Del total de viajes de la Delegación, se pueden considerar relacionados con el turismo únicamente aquellos que la encuesta registra como realizados por los motivos: compras, social y diversión y comida. Los correspondientes a Cuajimalpa son:

CUADRO 31. Viajes por concepto de compras, social y diversión y comida

Año	Producidos	Atraídos	Total
2009	5,186,030	6,107,803	11,293,833
2010	5,282,856	6,221,829	11,504,685
2011	5,332,665	6,280,493	11,613,158
2012	5,356,721	6,308,828	11,665,549
2013	5,375,471	6,330,905	11,706,376
2014	5,390,120	6,348,160	11,738,280
2015	5,401,552	6,361,625	11,763,177

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013

En el cuadro que se presenta a continuación se muestran los aforos de los sitios y atractivos turísticos de la demarcación:

CUADRO 32. Aforo anual de los sitios y recintos turísticos de Cuajimalpa de Morelos.

Número de Recintos / Sitios	Segmento	Aforo 2014	Participación
4	Compras	30,248,000	93
5	Entretenimiento	1,859,166	6
1	Sitios de interés	300,000	1
2	Recreación	130,000	0
1	museo	50,000	0
13	Total general	32,587,166	100

Fuente: Sector CDMX con información de diversos organismos públicos y privados.

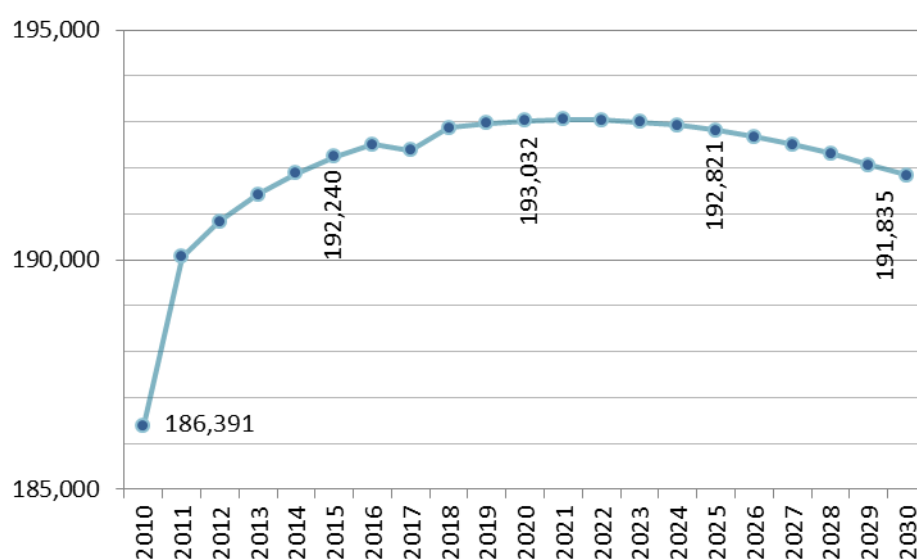
EMPLEO EN RESTAURANTES Y HOTELES

De acuerdo con los últimos datos de INEGI disponibles los establecimientos de hotelería y restaurantes localizados en la Delegación generaron en 2013 un total de 38 mil 433 empleos, 29% de ellos directos y 71% indirectos.

PROYECCIÓN POBLACIONAL

De acuerdo con las proyecciones de CONAPO basadas en el censo de 2010, para 2015 se espera ubicar el conteo en 192.2 miles, sin embargo la población asentada en la Delegación seguirá creciendo y alcanzará su máximo en 2021 con un total de 193.05 miles de habitantes. A partir de ahí la tendencia seguirá en el sentido de una ligera reducción, marcando 192.8 en 2025 y 191.8 en 2030, como se muestra en la gráfica siguiente

GRÁFICA 45. Proyección de población de la Delegación Cuajimalpa



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Censos de población y vivienda 2010.

ANÁLISIS FODA DEL TURISMO EN LA DELEGACIÓN CUAJIMALPA DE MORELOS

FORTALEZAS

- Cuajimalpa cuenta con atractivos turísticos importantes, entre ellos los parques nacionales del Desierto de los Leones y de la Marquesa que constituyen polos de atracción turística para visitantes del país y de la ciudad interesados en la práctica del turismo de naturaleza. Ambos declarados áreas naturales protegidas y considerados áreas de conservación ecológica vital para la ciudad, por el papel que juegan en la regulación del clima, la recarga de acuíferos y la aportación de oxígeno.
- El Centro Comercial Santa Fe es un atractivo para el turismo de compras y de negocios que atrae visitantes internacionales, así como de la ciudad y del país, cuenta con tiendas de lujo de marcas mundiales de modas, joyería y decoración, tiendas departamentales, diversas opciones de entretenimiento que incluyen pista de hielo y prácticas de golf, servicios bancarios y financieros, gastronomía local, exótica e internacional, agencias de automóviles, oficinas de servicios gubernamentales, oficinas de agencias de viajes y de líneas aéreas. Tiene una capacidad anual de aforo estimada en 25 millones de personas
- La Delegación Cuajimalpa presenta saldo turístico positivo, la actividad constituye una fuente de ingresos para la comunidad.
- El saldo turístico positivo obtenido de la comparación entre el gasto de los visitantes es mayor al correspondiente al de los turistas y excursionistas, que salen de la demarcación a visitar otros lugares fuera de la ciudad. Este saldo se incrementa con los flujos delegacionales, los viajes de turismo interno que Cuajimalpa atrae de otras demarcaciones.
- El pueblo de Cuajimalpa es considerado Barrio Mágico de la Ciudad de México.
- La parte urbana de las zonas de Santa Fe y Bosque de las Lomas, que forman parte de la demarcación –aunque compartidas con las Delegaciones Álvaro Obregón y Miguel Hidalgo, cuenta con un muy alto nivel socioeconómico, entre los más altos de la Ciudad de México.
- En la zona de Santa Fe se ubica complejo corporativo mejor desarrollado de la ciudad, el cual incide en la creación, mantenimiento y mejoramiento de la infraestructura urbana y de servicios, vialidades, transporte y en la creación de empleos.
- La oferta hotelera se concentra en la zona turística Santa Fe–Desierto de los Leones, los hoteles se ubican en la zona de mayor desarrollo urbano y atienden la demanda de turismo de compras y de negocios.

- La ocupación promedio de los hoteles es superior al promedio de la ciudad.
- La dualidad entre los desarrollos corporativos y comerciales de la zona urbana así como sus parques y zonas boscosas permiten que sea una oferta turística interesante; atendiendo a segmentos como el turismo de lujo, de negocios, el ecoturismo y el turismo cultural, la delegación posee oferta diversificada para los visitantes. La oferta de alojamiento se concentra en hoteles y moteles, entre los que prevalecen las categorías altas de 4 y 5 estrellas.
- El centro de Cuajimalpa posee sitios de interés local como el Jardín Hidalgo el Museo Miguel Hidalgo y destaca la Iglesia de San Pedro Apóstol construida en el siglo XVI, así como el Museo de Pedro Infante inaugurado en 2015.
- En el Desierto de los Leones se ubica el Ex Convento de los Carmelitas Descalzos, construido en el siglo XVII. Actualmente alberga recorridos nocturnos muy populares en los que se cuentan y actúan leyendas e historias del monasterio y de la localidad.
- En la delegación se ubican cinco pueblos originarios reconocidos, San Pedro Cuajimalpa, San Pablo Chimalpa, San Lorenzo Acopilco, San Mateo Tlaltenango y la Venta-Contadero, que constituyen un importante recurso del patrimonio cultural e histórico de la delegación. En ellos se realizan las fiestas y festividades locales alrededor de capillas y parroquias construidas entre los siglos XVI y XVIII, como las parroquias de San Lorenzo Mártir, de San Mateo Tlaltenango y San Pedro Apostol, esta última en el centro de la demarcación. La representación de la Pasión es la segunda más concurrida de la ciudad.
- Debido a su lejanía respecto del centro de la ciudad, la demarcación está prácticamente libre de marchas y manifestaciones, lo que facilita el acceso y disfrute de los sitios de interés.
- Cuenta con diversos templos católicos edificados entre los siglos XVI y XVII entre los que sobresalen la parroquia de San Pedro Apóstol, en la plaza principal de Cuajimalpa.
- En Cuajimalpa se conservan oficios artesanales entre las cuales encontramos: cuadros de popotillo pintado, joyería de fantasía, trabajos de cartonería y tallado de madera entre otros.
- En la demarcación se ubica el principal conector vial de la carretera México–Toluca.
- La Delegación cuenta con varios mercados públicos, el más antiguo en el pueblo de San Pedro Cuajimalpa, otros como el Mercado Rosa Torres, el de El Contadero, El Huizachito y el del pueblo de San Mateo Tlaltenango los cuales cuentan con corredores gastronómicos, locales típicos de comida y enseres.
- Además del Centro Comercial Santa Fe, en la delegación se encuentran ubicados otros centros comerciales como Lilas y Pabellón Bosques, con tiendas, entretenimiento, servicios y restaurantes.

- En Cuajimalpa la gastronomía es variada, cosmopolita e internacional gracias a la gran cantidad de corporativos y residenciales, brindando una amplia gama de comidas, internacionales, exóticas, típicas, de antojitos mexicanos, taquerías, entre otros.

OPORTUNIDADES

- Las festividades de la delegación, como la representación de la Pasión de Jesucristo, la quema de judas vivos el sábado de gloria y el carnaval, en las que se estima participan cerca de un millón de personas, representan oportunidades para el turismo religioso, siempre que exista la logística de servicios necesaria y se preserve la autenticidad de la tradición.
- Promoción de la oferta ecoturística y cultural con la que cuenta la delegación para incrementar la afluencia de visitantes y fomentar el crecimiento económico sustentable de las comunidades rurales.
- Invertir en la creación de alojamientos ecoturísticos en los que prevalezcan criterios de sustentabilidad y respeto de los recursos naturales, que puedan ser utilizados también como centros de supervisión de la flora y fauna de las áreas naturales protegidas, a cargo de la población local y bajo la supervisión de autoridades competentes, para construir experiencias de conservación y de inmersión en la comunidad para ofrecer al turismo alternativo. Los temas: conservación de la naturaleza, vida rural en el bosque, producción local de alimentos, elaboración artesanal de productos utilitarios y decorativos.
- El parque ecoturístico Los Laureles en San Mateo Tlaltenango, se ha convertido en un referente para el turismo alternativo, se pueden realizar caminatas, camping e incluso recorridos en bicis de montaña, mejorar las instalaciones, cabañas y el equipamiento turístico puede fortalecer la oferta y aumenta la calidad en los servicios ecoturísticos.
- Obtener apoyos económicos de las agencias especializadas para impulsar los trabajos artesanales que se elaboran en la delegación, mediante la organización de talleres en los que se enseñen las manualidades locales.
- Promover sistemas de transporte especializado para los visitantes con motivo de compras, de manera que se pueda compartir un shuttle turístico que los lleve a los centros comerciales más solicitados y puedan visitar la zona en horarios de menor flujo vehicular.
- Mejorar el transporte público; el sistema y horarios de servicio para mayor cobertura de la demanda local y los visitantes a la delegación.

- En la Delegación las rutas de transporte público han planteado la posibilidad de reorganizarse en corredores de transporte para eficientar y mejorar el servicio debido a la demanda de usuarios.

DEBILIDADES

- La infraestructura vial no responde satisfactoriamente a la demanda de movilidad de la demarcación; ya que en los pueblos las calles son angostas, generando cuellos de botella.
- El tráfico en vialidades principales y secundarias se entorpece por la presencia frecuente de paraderos improvisados del transporte público especialmente del servicio colectivo.
- Por la orografía de la zona, existe una escasa conexión entre sus calles generándose con ellos, largas distancias entre los puntos de interés con los que cuenta la delegación.
- Por su insuficiencia, los emprendimientos turísticos compiten por los servicios urbanos con la población de la demarcación, es necesaria una mayor dotación en las colonias y pueblos tradicionales de disponibilidad de agua, recolección de basura, etc.
- No se cuenta con medios masivos de movilidad como el metro o metrobús que motiven y aumenten la visita de viajeros regionales e internacionales a la delegación. El transporte público resulta comparativamente caro.
- La baja oferta de estacionamientos públicos hace que las tarifas de los existentes sean elevadas o caras.
- Insuficiente promoción sobre la oferta turística cultural y natural de la demarcación.
- No existe hotelería en las zonas tradicionales de la demarcación, los visitantes a festividades deben recurrir a hospedaje en Santa Fe o fuera de la demarcación.
- El nivel de vida predominante en la zona moderna de Santa Fe y Bosques de las Lomas no se ha extendido hacia la población tradicional.
- Nula señalización turística de los sitios de interés que posee la delegación.

AMENAZAS

- Sobreexplotación de los terrenos tanto para casa habitación como para establecimientos comerciales e invasión de las áreas de conservación.
- Los asentamientos irregulares y las construcciones de zonas residenciales, incluso dentro de los límites del Parque Nacional Desierto de los Leones y de La Marquesa, amenazan el equilibrio ecológico de la zona y los recursos ambientales con los que cuenta la delegación.
- Debido al rápido desarrollo de la zona urbana moderna se ocasionaron problemas de ordenamiento, como la inexistencia de planes generales de emergencia en caso de desastre.
- Infraestructura hidráulica deficiente e insuficiente para abastecer la demanda de los residentes y para sostener el crecimiento de nuevos emprendimientos turísticos.
- La tala ilegal en zonas boscosas y la formación asentamientos humanos irregulares que se presentan en la demarcación disminuye la competitividad de los emprendimientos de turismo alternativo e impacta negativamente a la conservación de las tradiciones y cultura de los pueblos. Aumento de la población que se desplaza por motivo de trabajo a la Delegación, implica incrementar los servicios públicos.
- Debido a la traza urbana en la parte tradicional de la delegación, la movilidad vehicular es lenta, genera altos índices de contaminación. En la parte moderna, aunque se cuenta con vialidades, el exceso de tráfico por la insuficiencia del transporte público, también ocasiona embotellamientos, tráfico lento y contaminación excesiva.
- No hay horas pico en cuanto a movilidad vehicular ya que todo tiempo hay tráfico en la zona debido a la mala planeación de las vialidades.
- En el 2015, Cuajimalpa ocupó el sexto lugar en cuanto a número de averiguaciones previas y carpetas de investigación del fuero común haciendo de ella, una de las delegaciones con un mayor índice delictivo. Es necesario mejorar las condiciones de seguridad de la demarcación

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Actividad turística: Refiere el valor de producción de los bienes y servicios que son destinados en su totalidad a los visitantes residentes y no residentes. Las que realizan las personas durante sus viajes y estancias temporales en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines de ocio y otros motivos.

Agenda de competitividad: Instrumento de política pública que permite diagnosticar a los destinos turísticos del país, con el propósito de potencializar e impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector.

Atlas Turístico de México: El registro sistemático de carácter público de todos los bienes, recursos naturales y culturales que puedan constituirse en atractivos turísticos nacionales, sitios de interés y en general todas aquellas zonas y áreas territoriales del desarrollo del turismo.

Atlas Turístico de la Ciudad de México: El registro sistemático de carácter público de todos los bienes, recursos naturales y culturales que puedan constituirse en atractivos turísticos, sitios de interés y en general todas aquellas zonas y áreas territoriales del desarrollo del turismo, con que cuenta la Ciudad de México.

Capital turístico: Conjunto de elementos culturales, naturales, históricos, sociales, infraestructura y de turismo, con que cuenta un país o región en un momento determinado para su desarrollo turístico.

Competitividad turística: Se refiere a la capacidad de un destino turístico para optimizar su atracción hacia residentes y no residentes; y ofrecer servicios de calidad, innovadores y atractivos (por ejemplo: proporcionando una buena relación calidad-precio) a los consumidores ganando cuotas de mercado en el contexto nacional e internacional, al mismo tiempo que garantiza que los recursos que soportan al turismo son usados de manera eficiente y sostenible: permita generar beneficios reales para las comunidades, las empresas y los prestadores de servicios turísticos, además de favorecer la sostenibilidad del patrimonio cultural y natural.

Comisión: la Comisión Ejecutiva de Turismo de la Ciudad de México.

Consejo: el Consejo Consultivo de Turismo de la Ciudad de México.

Corredores turísticos: Espacio lineal donde se encuentran recursos, atractivos o bien se desarrolla actividad turística en ellos.

Puntos Turísticos: Nodos que se encuentran dentro del corredor, y conectan con otros atractivos, infraestructura o recursos turísticos.

Sitios Turísticos: Se encuentran dentro del corredor turístico, pero no conecta con algún otro atractivo, infraestructura o recurso turístico.

Cultura turística: el conjunto de conocimientos y valores, relativos a la enseñanza, promoción, fomento, desarrollo y operación del turismo.

Cuenta Satélite de Turismo: Herramienta estadística para la contabilidad económica del turismo.

Demanda Turística: es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Ahora bien, de acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes.

Delegaciones Políticas: Los Órganos Político – Administrativos en cada demarcación territorial.

Destino turístico: es un espacio físico en el que un turista pernocta al menos una noche; se compone de productos turísticos como servicios de apoyo, atractivos y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en un día; tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión, así como imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado; los destinos turísticos locales incluyen a diversas partes interesadas, entre los que se encuentra a menudo la comunidad de acogida; los destinos turísticos locales pueden establecer lazos y redes entre sí para constituir destinos mayores.

Diversificación: Ampliación de la gama de ofertas comerciales en torno a un destino, tema o segmento de mercado. La diversificación supone la puesta en el mercado de viajes de mayor variedad de opciones de consumo a los diferentes clientes que se puedan presentar. La diversificación requiere ofrecer mayor variedad de actividades, de servicios, de formas de pago, de puntos de venta y de información.

Economía verde: Proceso de reconfiguración de empresas e infraestructuras para lograr una mayor rentabilidad de las inversiones de capital natural, humano y económico, al tiempo que se recortan las emisiones de gases de efecto invernadero, se extrae y se utiliza una cantidad menor de recursos naturales, se generan menos residuos y se reducen las disparidades sociales.

Ecoturismo: Viaje responsable a áreas naturales que preservan el medio ambiente y mejoran el bienestar de la población local” (Sociedad Internacional de Ecoturismo, 1990); también conocido como “turismo ecológico”.

Equipamiento: son construcciones en un territorio erigidas para permitir el disfrute del visitante. Son todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos.

Estudio de capacidad de carga: el estudio que realiza la Secretaría y que señala el nivel de aprovechamiento turístico de una zona determinada, de acuerdo a lo señalado en el Reglamento.

Experiencia turística: Impresión general que se genera en un visitante tras encontrarse con un lugar, acontecimiento, viaje o actividad específicos.

Flujo Interdelegacional: Se refiere a la dinámica que motiva a las personas a trasladarse fuera de su espacio habitual de actividades cotidianas, manteniéndose dentro de la ciudad en la que residen, o el espacio geográfico que constituye la unidad de análisis turístico, para visitar museos, teatros, centros comerciales, centros de diversión, casinos, etc.

De acuerdo con las recomendaciones de la OMT, deben considerarse únicamente aquellos viajes de importancia turística. Se toman en cuenta únicamente aquellos viajes que se realizan, según las encuestas de origen y destino de la movilidad de la ciudad, para efectos de compras no habituales, visita social o para diversión y esparcimiento, así como para realizar comidas en restaurantes y otros establecimientos de alimentos y bebidas.

Gasto turístico: es todo aquel gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de él durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Incluye también erogaciones que indirectamente son realizadas a favor del visitante por familiares o amigos a través de regalos, así como los desembolsos por concepto de viajes de negocios (pasajes y viáticos), que son cubiertos por la empresa o institución donde trabaja el visitante.

Infraestructura turística: Comprende las obras básicas, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, entre otros.

Innovación: Posibilidad para desempeñar actividades y funciones de nuevas formas que les permiten ser más eficientes y rentables además de garantizar la mejora continua de la experiencia del visitante.

Medios sociales: Medios para la interacción social, a través de tecnologías muy accesibles basadas en Internet.

Oferta turística: Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística: Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas. Establecimientos que venden su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto la mayoría de sus clientes sean turistas.

Ordenamiento Turístico del Territorio: Instrumento de la política turística bajo el enfoque social, ambiental y territorial, cuya finalidad es conocer e inducir el uso de suelo y las actividades productivas con el propósito de lograr el aprovechamiento ordenado y sustentable de los recursos turísticos, de conformidad con las disposiciones jurídicas aplicables en materia de medio ambiente y asentamientos humanos.

Patrimonio Turístico: el conjunto de bienes y servicios de cualquier naturaleza que generan el interés de los turistas por sus características y valores naturales, históricos, culturales, estéticos o simbólicos, y que deben ser conservados y protegidos para el disfrute de las presentes y futuras generaciones.

Planta Turística: es el conjunto de elementos materiales, necesarios para la realización de la actividad turística.

Polígonos turísticos: Zonas delimitadas o parte de una totalidad que poseen características turísticas.

Potencial turístico: Capacidad que tienen los productos turísticos para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los visitantes.

Prestadores de servicios turísticos: Las personas físicas o morales que ofrezcan, proporcionen, o contraten con el turista, la prestación de los servicios dirigidos a atender las solicitudes a cambio de una contraprestación.

Producto turístico: Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante.

Promoción turística: Proceso de presentación de una marca de destino o lugar o de su superioridad competitiva a los visitantes o clientes potenciales mediante comunicaciones de marketing. La promoción es uno de los diversos elementos del marketing.

Programa: el Programa Sectorial de Turismo de la Ciudad de México.

Promoción Turística: el conjunto de actividades, estrategias y acciones de comunicación persuasiva, que tienen por objeto dar a conocer los recursos turísticos.

Recursos Turísticos: Son todos los elementos naturales o artificiales de un lugar o región que constituyen un atractivo para la actividad turística.

Región Turística: Es un espacio homogéneo que puede abarcar el territorio de dos o más Estados y en el que, por la cercana distancia de los atractivos y servicios, se complementan.

Registro Nacional de Turismo: Es el catálogo público de prestadores de servicios turísticos en el país, el cual constituye el mecanismo por el que el Ejecutivo Federal, los Estados, Municipios y la Ciudad de México, podrán contar con información sobre los prestadores de servicios turísticos a nivel nacional, con objeto de conocer mejor el mercado turístico y establecer comunicación con las empresas cuando se requiera.

Registro Turístico de la Ciudad de México: Es el catálogo público de prestadores de servicios turísticos en la Ciudad de México.

Ruta Turística: Es un circuito temático o geográfico que se basa en un patrimonio natural o cultural de una zona y se marca sobre el terreno o aparece en los mapas.

Segmento de mercado: Es un grupo de posibles clientes que, al tener en común una serie de características, ofrecen más probabilidades de comprar un determinado producto o visitar un determinado destino. Por lo general, estas características comunes constituyen el motivo de que un destino se dirija a ellos en sus actividades de marketing.

Servicios Turísticos: Los dirigidos a atender las solicitudes de los turistas a cambio de una contraprestación, en apego con lo dispuesto por esta Ley y su Reglamento.

Sitios Patrimonio de la Humanidad: Campus central de Ciudad Universitaria de la UNAM (Del. Coyoacán), Casa estudio Luis Barragán (Del. Miguel Hidalgo) y los Centros Históricos de la Ciudad de México (Del. Cuauhtémoc) y la zona de canales y chinampas de Xochimilco y Tláhuac (Del. Xochimilco y Del Tláhuac).

Turismo Alternativo: La categoría de turismo que tiene como fin realizar actividades recreativas en contacto con la naturaleza y las expresiones culturales con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar de la conservación de los elementos y recursos naturales y culturales.

El Turismo Alternativo incluye:

Turismo Natural o Ecoturismo: La categoría de turismo alternativo basada en que la motivación principal de los turistas sea la observación, el conocimiento, interacción y apreciación de la naturaleza y de las manifestaciones culturales tradicionales de los habitantes históricos de las zonas rurales, lo que implica tomar conciencia con respecto al aprovechamiento, conservación y restauración de los recursos naturales y las formas de producir el menor impacto negativo sobre el ambiente y el entorno sociocultural de las comunidades anfitrionas, y que genera beneficios económicos a dichas comunidades, ofreciendo oportunidades y alternativas de empleo.

Turismo Rural y Comunitario: La categoría del turismo alternativo en la cual el turista participa en actividades propias de las comunidades rurales, ejidos y pueblos originarios con fines culturales, educativos y recreativos, que le permiten conocer los valores culturales, forma de vida, manejo de recursos agrícolas y naturales, usos y costumbres y aspectos de su historia, promoviendo con ello la generación de ingresos adicionales a la economía rural y a la conservación de los ambientes en los que habitan.

Turismo de Aventura: La categoría de turismo alternativo en la que se incluyen diferentes actividades deportivo-recreativas donde se participa en integración con el ambiente, respetando el patrimonio natural, cultural, turístico e histórico.

Rutas Patrimoniales: una ruta de comunicación terrestre, acuática o de otro tipo físicamente determinada y caracterizada por poseer su propia y específica dinámica y funcionalidad histórica, así como por ser el resultado de movimientos interactivos de personas y de intercambios multidimensionales continuos y recíprocos de bienes, ideas, conocimientos y valores dentro de una zona o región a lo largo de considerables periodos y haber generado una fecundación de las culturas en el espacio y tiempo que se manifiesta, tanto de su patrimonio tangible como intangible.

Turismo: Se describe como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado (OMT Proyecto de metadatos. Definiciones).

Turismo internacional: Engloba el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades de visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico nacional o internacional, y las actividades de visitantes no residentes dentro del país de referencia durante un viaje a este país.

Turismo interno: Engloba las actividades de un visitante residente dentro del país de referencia, como parte de un viaje turístico nacional o internacional.

Turismo receptor: Engloba las actividades de un visitante no residente en el país de referencia durante un viaje a este país.

Turismo de reuniones: es el segmento de turismo relacionado con los congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivo y otros eventos de características similares.

Turismo religioso: Es la actividad turística que comprende la visita a espacios como lugares sagrados, santuarios, tumbas; y la asistencia a peregrinaciones y celebraciones religiosas. Esta actividad coadyuva a mostrar la preservación de las manifestaciones culturales de los pueblos originarios a través del tiempo, fortaleciendo así su identidad.

Turismo social: actividad encaminada a que los habitantes de cualquier nivel socioeconómico, accedan a los atractivos turísticos de su localidad.

Turismo sustentable: es aquel que cumple con las siguientes directrices:

- a) Dar un uso óptimo a los recursos naturales aptos para el desarrollo turístico, ayudando a conservarlos con apego a las leyes en la materia;
- b) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando sus atractivos culturales, sus valores tradicionales y arquitectónicos, y
- c) Asegurar el desarrollo de las actividades económicas viables, que reporten beneficios socioeconómicos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo y obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, que contribuyan a mejorar las condiciones de vida.

Turismo sostenible: Las directrices de desarrollo y prácticas de gestión del turismo sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todo tipo de destinos, incluido el turismo de masas y varios segmentos o nichos turísticos; los principios de sostenibilidad hacen referencia a la dimensión medioambiental, económica y sociocultural del desarrollo turístico, debiéndose alcanzar un equilibrio adecuado entre estas tres dimensiones para permitir su sostenibilidad a largo plazo.

Turista: Las personas que viajan temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilicen alguno de los servicios turísticos a los que se refieren la Ley Turismo del Distrito Federal, sin perjuicio de lo dispuesto para efectos migratorios por la Ley General de Población.

Viajero: Con el propósito de evitar la posible confusión con el término de visitante, en este trabajo se denomina viajero a las personas que siendo habitantes del área analizada desde el punto de vista turístico (Ciudad, Delegación) realiza un viaje turístico hacia otro lugar, al que visita con propósitos turísticos (de compras, social y diversión o para realizar comidas) sea que pernocte en él o no.

Visitante: Toda persona que viaja, por un período no superior a un año, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, y cuyo motivo principal (ocio, negocios o de otra índole) de la visita no sea el de ejercer una actividad que se remunere en el país o lugar visitado; se considera turista al visitante cuyo viaje incluya una pernoctación; en caso contrario, recibe el nombre de «visitante de día».

Visitante Interno (Naciones Unidas/Organización Mundial del Turismo, 1994. Recomendaciones sobre estadísticas del turismo, Informes estadísticos, Serie M, n° 83, Departamento de Información Económica y Social y Análisis de Políticas, División de Estadística, Naciones Unidas, Nueva York).

Para efectos estadísticos, la expresión “**visitante interno**” designa a “toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado”.

Los visitantes internos incluyen:

Turistas.- (visitantes que pernoctan): “visitantes que permanecen en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por los menos”; y

Visitantes del día (excursionistas): “visitantes que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado”.

Visitante internacional A efectos estadísticos, la expresión “visitante internacional” designa a “toda persona que viaja, por un periodo no superior a 12 meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado”.

Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable: Aquellas fracciones del territorio nacional, claramente ubicadas y delimitadas geográficamente, que, por sus características naturales o culturales, constituyen un atractivo turístico.

Zonas turísticas maduras: Aquellas, que poseen recursos, atractivos, servicios, infraestructura y afluencia turística y que son ampliamente conocidas por el visitante.

Zonas turísticas potenciales: Las que poseen poca afluencia turística, que no son conocidas por el visitante y carecen de uno o más elementos en recursos, atractivos, servicios, infraestructura y afluencia turística.

ANEXO ESTADÍSTICO

**Cuadro 1. Llegada de visitantes a la Delegación Cuajimalpa de Morelos
(Personas)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes a la delegación	2,302,830	2,429,391	2,584,929	2,584,729	2,648,784	2,790,609	2,824,504
Llegada de Turistas (Con pernocta)	239,212	280,360	355,775	357,864	394,692	506,795	535,005
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	16,871	20,654	62,580	69,008	94,362	193,918	209,359
Nacionales en alojamiento comercial	15,400	18,800	49,649	55,043	69,535	140,068	152,066
Internacionales en alojamiento comercial	1,471	1,854	12,931	13,965	24,827	53,850	57,293
En casa de familiares y amigos	194,131	226,755	255,995	252,207	262,225	273,594	284,760
En casa o residencia propia	13,363	15,608	17,621	17,360	18,050	18,608	19,367
Otro tipo de hospedaje	14,847	17,343	19,579	19,289	20,055	20,675	21,519
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	2,016,399	2,095,472	2,169,370	2,168,135	2,193,694	2,221,490	2,227,404
Excursionistas del interior del país a la Delegación	472,185	535,588	597,840	587,300	603,982	623,241	620,951
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	1,544,214	1,559,884	1,571,530	1,580,835	1,589,712	1,598,249	1,606,453
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	47,219	53,559	59,784	58,730	60,398	62,324	62,095

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

**Cuadro 2. Gasto de los visitantes en la Delegación Cuajimalpa de Morelos
(Pesos)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	707,138,256	832,888,805	1,153,715,010	1,197,339,984	1,400,692,886	2,096,250,452	2,280,710,513
Llegada de Turistas (Con pernocta)	289,636,827	351,356,364	597,970,969	640,319,934	820,373,221	1,466,501,723	1,647,700,794
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	57,361,881	70,614,721	265,647,252	307,350,220	468,054,759	1,079,822,082	1,242,116,482
Nacionales en alojamiento comercial	43,289,954	54,121,571	150,537,220	170,373,125	220,538,672	469,209,128	511,971,176
Internacionales en alojamiento comercial	14,071,927	16,493,150	115,110,033	136,977,095	247,516,087	610,612,954	730,145,306
En casa de familiares y amigos	202,804,335	245,121,668	290,159,105	290,723,140	307,616,955	338,130,687	354,661,812
En casa o residencia propia	13,959,763	16,872,620	19,972,711	20,011,535	21,174,398	22,996,873	24,121,184
Otro tipo de hospedaje	15,510,848	18,747,355	22,191,901	22,235,039	23,527,109	25,552,081	26,801,316
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	326,620,575	374,865,037	430,900,457	432,293,256	449,992,604	487,826,125	490,526,134
Excursionistas del interior del país a la Delegación	260,425,938	305,663,490	357,748,701	357,414,029	373,462,017	406,689,917	408,297,454
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	66,194,637	69,201,547	73,151,756	74,879,228	76,530,587	81,136,208	82,228,680
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	90,880,854	106,667,405	124,843,585	124,726,794	130,327,061	141,922,603	142,483,586

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

**Cuadro 3. Gasto de los visitantes en la Delegación Cuajimalpa de Morelos
(Dólares)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	52,215,380	65,938,873	92,705,000	91,236,774	109,545,269	157,373,739	143,955,456
Llegada de Turistas (Con pernocta)	21,381,358	27,816,071	48,049,881	48,801,247	64,105,534	110,054,186	104,054,906
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	4,228,855	5,588,747	21,360,704	23,429,751	36,517,594	80,996,238	78,495,245
Nacionales en alojamiento comercial	3,197,988	4,286,603	12,097,935	12,989,284	17,226,191	35,231,656	32,225,646
Internacionales en alojamiento comercial	1,030,867	1,302,144	9,262,768	10,440,467	19,291,404	45,764,582	46,269,599
En casa de familiares y amigos	14,976,226	19,407,163	23,302,904	22,152,408	24,087,634	25,409,623	22,350,558
En casa o residencia propia	1,030,868	1,335,866	1,604,024	1,524,831	1,658,040	1,728,154	1,520,101
Otro tipo de hospedaje	1,145,409	1,484,295	1,782,249	1,694,257	1,842,266	1,920,171	1,689,002
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	24,124,046	29,677,404	34,627,240	32,931,553	35,235,487	36,656,542	30,920,511
Excursionistas del interior en la Delegación	19,227,942	24,200,926	28,735,642	27,234,354	29,241,040	30,555,663	25,732,978
Excursionistas de la ZMVM en la Delegación	4,896,104	5,476,478	5,891,598	5,697,199	5,994,447	6,100,879	5,187,533
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	6,709,976	8,445,398	10,027,879	9,503,974	10,204,248	10,663,011	8,980,039

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

**Cuadro 4. Gasto medio de los visitantes en la Delegación Cuajimalpa de Morelos
(Pesos)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	307.07	342.84	446.32	463.24	528.81	751.18	807.47
Llegada de Turistas (Con pernocta)	1,210.80	1,253.23	1,680.76	1,789.28	2,078.51	2,893.68	3,079.79
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	3,400.03	3,418.94	4,244.92	4,453.83	4,960.20	5,568.45	5,932.95
Nacionales en alojamiento comercial	2,811.04	2,878.81	3,032.03	3,095.27	3,171.62	3,349.87	3,366.77
Internacionales en alojamiento comercial	9,566.23	8,895.98	8,901.87	9,808.60	9,969.63	11,339.14	12,744.06
En casa de familiares y amigos	1,044.68	1,081.00	1,133.46	1,152.72	1,173.10	1,235.88	1,245.48
En casa o residencia propia	1,044.66	1,081.02	1,133.46	1,152.74	1,173.10	1,235.86	1,245.48
Otro tipo de hospedaje	1,044.71	1,080.98	1,133.45	1,152.73	1,173.13	1,235.89	1,245.47
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	161.98	178.89	198.63	199.38	205.13	219.59	220.22
Excursionistas del interior del país a la Delegación	551.53	570.71	598.40	608.57	618.33	652.54	657.54
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	42.87	44.36	46.55	47.37	48.14	50.77	51.19
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	1,924.67	1,991.59	2,088.24	2,123.73	2,157.80	2,277.17	2,294.61

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

**Cuadro 5. Gasto medio de los visitantes en la Delegación Cuajimalpa de Morelos
(Dólares)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	22.67	27.14	35.86	35.30	41.36	56.39	50.97
Llegada de Turistas (Con pernocta)	89.38	99.22	135.06	136.37	162.42	217.16	194.49
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	250.66	270.59	341.33	339.52	386.99	417.68	374.93
Nacionales en alojamiento comercial	207.66	228.01	243.67	235.98	247.73	251.53	211.92
Internacionales en alojamiento comercial	700.79	702.34	716.32	747.62	777.03	849.85	807.60
En casa de familiares y amigos	77.14	85.59	91.03	87.83	91.86	92.87	78.49
En casa o residencia propia	77.14	85.59	91.03	87.84	91.86	92.87	78.49
Otro tipo de hospedaje	77.15	85.58	91.03	87.84	91.86	92.87	78.49
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	11.96	14.16	15.96	15.19	16.06	16.50	13.88
Excursionistas del interior en la Delegación	40.72	45.19	48.07	46.37	48.41	49.03	41.44
Excursionistas de la ZMVM en la Delegación	3.17	3.51	3.75	3.60	3.77	3.82	3.23
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	142.10	157.68	167.74	161.82	168.95	171.09	144.62

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

**Cuadro 6. Salida de Turistas y Excursionistas de la Delegación Cuajimalpa de Morelos
(Personas)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto total la de salida de turistas y excursionistas	852,833	894,459	925,970	947,596	969,486	986,104	1,045,101
Salida de Turistas (Con pernocta)	290,280	308,857	322,384	330,773	339,305	345,353	366,874
Nacionales en alojamiento comercial	116,402	123,852	129,276	132,640	136,061	138,487	147,116
En casa de familiares y amigos	152,107	161,841	168,930	173,325	177,796	180,965	192,242
En casa o residencia propia	10,160	10,810	11,283	11,577	11,876	12,087	12,841
Otro tipo de hospedaje	11,611	12,354	12,895	13,231	13,572	13,814	14,675
Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	539,892	561,491	578,419	591,001	603,693	613,790	649,586
De la Delegación al interior del país	226,613	241,115	251,676	258,224	264,885	269,607	286,407
De la Delegación a la ZMVM	313,279	320,376	326,743	332,777	338,808	344,183	363,179
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	22,661	24,111	25,167	25,822	26,488	26,961	28,641

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 7. Gasto de la salida de Turistas y Excursionistas de la Delegación Cuajimalpa de Morelos (Pesos)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto total de la salida de turistas y excursionistas	691,211,333	757,016,122	828,864,046	866,919,723	907,606,978	972,616,920	1,041,942,967
Gasto de la Salida de Turistas (Con pernocta)	509,240,598	557,104,424	610,730,555	639,194,805	670,355,206	717,993,803	769,333,691
Nacionales en alojamiento comercial	327,493,113	356,875,745	391,909,470	410,688,875	431,776,721	462,460,663	495,527,782
En casa de familiares y amigos	158,991,321	175,158,534	191,423,001	199,895,213	208,706,634	223,538,125	239,522,547
En casa o residencia propia	10,619,556	11,699,378	12,785,760	13,351,676	13,940,174	14,931,021	15,999,152
Otro tipo de hospedaje	12,136,608	13,370,768	14,612,323	15,259,042	15,931,677	17,063,994	18,284,211
Gasto de la Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	138,358,230	151,859,600	165,621,316	172,878,429	180,081,921	193,270,494	206,882,484
De la Delegación al interior del país	124,924,202	137,638,589	150,401,238	157,112,907	163,766,062	175,797,514	188,288,354
De la Delegación a la ZMVM	13,434,028	14,221,011	15,220,079	15,765,522	16,315,858	17,472,981	18,594,130
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	43,612,506	48,052,098	52,512,174	54,846,488	57,169,851	61,352,623	65,726,791

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 8. Gasto de la salida de Turistas y Excursionistas de la Delegación Cuajimalpa de Morelos

(Dólares)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto total de la salida de turistas y excursionistas	51,078,181	59,946,494	66,855,682	65,986,351	71,117,592	73,140,050	65,713,578
Gasto de la Salida de Turistas (Con pernocta)	37,640,182	44,115,629	49,255,739	48,650,125	52,530,571	54,010,342	48,506,257
Nacionales en alojamiento comercial	24,206,412	28,260,104	31,607,318	31,258,222	33,835,014	34,788,125	31,242,877
En casa de familiares y amigos	11,751,760	13,870,294	15,438,703	15,214,301	16,354,730	16,815,424	15,101,824
En casa o residencia propia	784,939	926,440	1,031,201	1,016,214	1,092,384	1,123,171	1,008,742
Otro tipo de hospedaje	897,071	1,058,792	1,178,517	1,161,387	1,248,443	1,283,621	1,152,814
Gasto de la Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	10,216,815	12,025,715	13,363,706	13,161,036	14,107,853	14,518,043	13,060,596
De la Delegación al interior del país	9,222,259	10,899,426	12,135,696	11,962,264	12,828,774	13,203,706	11,887,196
De la Delegación a la ZMVM	994,557	1,126,289	1,228,010	1,198,773	1,279,078	1,314,337	1,173,400
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	3,221,184	3,805,150	4,236,238	4,175,190	4,479,168	4,611,666	4,146,725

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 9. Gasto medio de la salida de Turistas y Excursionistas de la Delegación Cuajimalpa de Morelos (Pesos)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto medio de turistas y excursionistas (Salida)	810.49	846.34	895.13	914.86	936.17	986.32	996.98
Gasto medio de la Salida de Turistas (Con pernocta)	1,754.31	1,803.76	1,894.42	1,932.43	1,975.67	2,079.01	2,097.00
Nacionales en alojamiento comercial	2,813.47	2,881.47	3,031.57	3,096.27	3,173.41	3,339.38	3,368.28
En casa de familiares y amigos	1,045.26	1,082.29	1,133.15	1,153.30	1,173.85	1,235.26	1,245.94
En casa o residencia propia	1,045.23	1,082.27	1,133.19	1,153.29	1,173.81	1,235.30	1,244.94
Otro tipo de hospedaje	1,045.27	1,082.30	1,133.18	1,153.28	1,173.86	1,235.27	1,245.94
Gasto medio de la Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	256.27	270.46	286.33	292.52	298.30	314.88	318.48
De la Delegación al interior del país	551.27	570.84	597.60	608.44	618.25	652.05	657.42
De la Delegación a la ZMVM	42.88	44.39	46.58	47.38	48.16	50.77	51.20
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	1,924.56	1,992.95	2,086.55	2,124.02	2,158.33	2,275.61	2,294.85

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 10. Gasto medio de la salida de Turistas y Excursionistas de la Delegación Cuajimalpa de Morelos (Dólares)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto medio de turistas y excursionistas (salida)	59.89	67.02	72.20	69.64	73.36	74.17	62.88
Gasto medio de la Salida de Turistas (Con pernocta)	129.67	142.84	152.79	147.08	154.82	156.39	132.22
Nacionales en alojamiento comercial	207.96	228.18	244.49	235.66	248.68	251.20	212.37
En casa de familiares y amigos	77.26	85.70	91.39	87.78	91.99	92.92	78.56
En casa o residencia propia	77.26	85.70	91.39	87.78	91.98	92.92	78.56
Otro tipo de hospedaje	77.26	85.70	91.39	87.78	91.99	92.92	78.56
Gasto medio d la Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	18.92	21.42	23.10	22.27	23.37	23.65	20.11
De la Delegación al interior del país	40.70	45.20	48.22	46.33	48.43	48.97	41.50
De la Delegación a la ZMVM	3.17	3.52	3.76	3.60	3.78	3.82	3.23
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	142.15	157.82	168.33	161.69	169.10	171.05	144.78

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Flujos delegacionales desde y hacia la Delegación Cuajimalpa de Morelos

Cuadro 11. Viajes totales producidos, atraídos e internos desde y hacia la Delegación Cuajimalpa de Morelos

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	163,028,319	166,071,945	167,637,598	168,393,816	168,983,337	169,443,908	169,803,770
Producidos + atraídos	129,867,916	132,292,465	133,539,610	134,142,037	134,611,671	134,978,615	135,265,044
Producidos en la delegación	64,839,589	66,050,125	66,672,707	66,973,481	67,208,016	67,391,226	67,534,336
Atraídos de las demás delegaciones	65,028,327	66,242,340	66,866,903	67,168,556	67,403,655	67,587,389	67,730,708
Internos de la propia delegación Cuajimalpa	33,160,403	33,779,480	34,097,988	34,251,779	34,371,666	34,465,293	34,538,726

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

Cuadro 12. Viajes turísticos por concepto de compras, social y diversión y comida desde y hacia la Delegación Cuajimalpa de Morelos

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	11,293,833	11,504,685	11,613,158	11,665,549	11,706,376	11,738,280	11,763,177
Producidos en la delegación	5,186,030	5,282,856	5,332,665	5,356,721	5,375,471	5,390,120	5,401,552
Atraídos de las demás delegaciones	6,107,803	6,221,829	6,280,493	6,308,828	6,330,905	6,348,160	6,361,625

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

Cuadro 13. Viajes turísticos por concepto de compras desde y hacia la Delegación Cuajimalpa de Morelos

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	7,759,760	7,904,631	7,979,161	8,015,156	8,043,211	8,065,130	8,082,235
Producidos en la delegación	3,880,793	3,953,248	3,990,521	4,008,523	4,022,555	4,033,515	4,042,070
Atraídos de las demás delegaciones	3,878,967	3,951,383	3,988,640	4,006,633	4,020,656	4,031,615	4,040,165

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

Cuadro 14. Viajes turísticos por concepto social y de diversión desde y hacia la Delegación Cuajimalpa de Morelos

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	2,689,837	2,740,056	2,765,890	2,778,371	2,788,089	2,795,691	2,801,621
Producidos en la delegación	916,200	933,306	942,106	946,356	949,666	952,256	954,276
Atraídos de las demás delegaciones	1,773,637	1,806,750	1,823,784	1,832,015	1,838,423	1,843,435	1,847,345

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

Cuadro 15. Viajes turísticos por concepto de comida desde y hacia la Delegación Cuajimalpa de Morelos

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	844,236	859,998	868,107	872,022	875,076	877,459	879,321
Producidos en la delegación	389,037	396,302	400,038	401,842	403,250	404,349	405,206
Atraídos de las demás delegaciones	455,199	463,696	468,069	470,180	471,826	473,110	474,115

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

Cuadro 16. Derrama de viajes turísticos de otras delegaciones por concepto de compras, social y diversión, y comida desde y hacia la Delegación Cuajimalpa de Morelos

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total (Pesos)	484,121,154	510,387,475	540,569,051	552,559,335	563,557,381	595,889,343	601,010,419
Producidos en la delegación	222,304,227	234,365,698	248,224,785	253,730,553	258,780,887	273,627,399	275,978,933
Atraídos de las demás delegaciones	261,816,927	276,021,777	292,344,266	298,828,782	304,776,494	322,261,944	325,031,487
Total (Dólares)	35,840,561	40,409,820	43,470,061	41,983,538	44,123,090	44,784,853	37,875,546

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

Cuadro 17. Gasto Medio de los viajes producidos y atraídos

Gasto medio por viaje	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total producidos y atraídos (Pesos)	42.87	44.36	46.55	47.37	48.14	50.76	51.09
Total producidos y atraídos (Dólares)	3.17	3.51	3.74	3.60	3.77	3.82	3.22

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

**Cuadro 18. Flujos Turísticos totales de la Delegación Cuajimalpa de Morelos
(Personas)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	14,449,496	14,828,535	15,124,057	15,197,874	15,324,646	15,514,993	15,632,782
Entradas	2,302,830	2,429,391	2,584,929	2,584,729	2,648,784	2,790,609	2,824,504
Salidas	852,833	894,459	925,970	947,596	969,486	986,104	1,045,101
Flujos delegacionales	11,293,833	11,504,685	11,613,158	11,665,549	11,706,376	11,738,280	11,763,177
Producidos en la delegación (Salidas)	5,186,030	5,282,856	5,332,665	5,356,721	5,375,471	5,390,120	5,401,552
Atraídos por la delegación (Entradas)	6,107,803	6,221,829	6,280,493	6,308,828	6,330,905	6,348,160	6,361,625

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

**Cuadro 19. Gasto de los Flujos Turísticos totales de la Delegación Cuajimalpa de Morelos
(Pesos)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	1,882,470,744	2,100,292,402	2,523,148,107	2,616,819,042	2,871,857,245	3,664,756,715	3,923,663,899
Entradas	707,138,256	832,888,805	1,153,715,010	1,197,339,984	1,400,692,886	2,096,250,452	2,280,710,513
Salidas	691,211,333	757,016,122	828,864,046	866,919,723	907,606,978	972,616,920	1,041,942,967
Flujos delegacionales	484,121,154	510,387,475	540,569,051	552,559,335	563,557,381	595,889,343	601,010,419
Producidos en la delegación (Salidas)	222,304,227	234,365,698	248,224,785	253,730,553	258,780,887	273,627,399	275,978,933
Atraídos por la delegación (Entradas)	261,816,927	276,021,777	292,344,266	298,828,782	304,776,494	322,261,944	325,031,487

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

Cuadro 20. Gasto de los Flujos Turísticos totales de la Delegación Cuajimalpa de Morelos (Dólares)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	139,134,122	166,295,186	203,030,743	199,206,663	224,785,951	275,298,643	247,544,579
Gasto en la delegación por concepto de entradas	52,215,380	65,938,873	92,705,000	91,236,774	109,545,269	157,373,739	143,955,456
Gasto fuera de la delegación por concepto de salidas	51,078,181	59,946,494	66,855,682	65,986,351	71,117,592	73,140,050	65,713,578
Gasto de los Flujos delegacionales (producidos y atraídos)	35,840,561	40,409,820	43,470,061	41,983,538	44,123,090	44,784,853	37,875,546
Producidos en la delegación (Salidas)	16,457,674	18,555,854	19,961,088	19,278,484	20,260,958	20,564,830	17,392,132
Atraídos por la delegación (Entradas)	19,382,887	21,853,966	23,508,973	22,705,054	23,862,132	24,220,023	20,483,413

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

Cuadro 21. Saldo de la Balanza Turística (Entradas - Salidas) de la Delegación Cuajimalpa de Morelos (Dólares)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto por entradas - Gasto por salidas (Pesos)	15,926,923	75,872,683	324,850,965	330,420,261	493,085,908	1,123,633,532	1,238,767,546
Gasto por entradas - Gasto por salidas (Dólares)	1,137,199	5,992,379	25,849,317	25,250,424	38,427,677	84,233,689	78,241,878

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

Cuadro 22. Estimación de viajes diarios y anuales para la ZMVM (1994 – 2014)

Año	Viajes diarios			Viajes anuales ZMVM
	Ciudad de México	40 Estado de México y 1 Hidalgo	ZMVM	
1994	13,664,116	6,909,609	20,573,725	5,184,578,700
1995	13,580,323	7,096,436	20,676,759	5,210,543,268
1996	13,499,629	7,280,679	20,780,308	5,236,637,616
1997	13,422,017	7,462,359	20,884,376	5,262,862,752
1998	13,347,469	7,641,497	20,988,965	5,289,219,180
1999	13,275,968	7,818,110	21,094,079	5,315,707,908
2000	13,207,501	7,992,217	21,199,718	5,342,328,936
2001	13,142,054	8,163,833	21,305,887	5,369,083,524
2002	13,079,614	8,332,973	21,412,587	5,395,971,924
2003	13,020,170	8,499,651	21,519,821	5,422,994,892
2004	12,963,712	8,663,881	21,627,593	5,450,153,436
2005	12,910,232	8,825,673	21,735,904	5,477,447,808
2006	12,859,721	8,985,037	21,844,758	5,504,879,016
2007	12,812,174	9,141,983	21,954,157	5,532,447,564
2008	12,869,584	9,319,916	22,189,500	5,591,754,000
2009	12,931,077	9,511,964	22,443,041	5,655,646,332
2010	12,956,972	9,690,301	22,647,273	5,707,112,796
2011	12,942,646	9,843,385	22,786,031	5,742,079,812
2012	12,923,354	9,993,751	22,917,105	5,775,110,460
2013	12,899,481	10,143,723	23,043,204	5,806,887,408
2014	12,871,716	10,292,742	23,164,458	5,837,443,416

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de la encuesta de origen destino 2007.

Cuadro 23. Estimación de viajes diarios y anuales para la ZMVM (2015 – 2030)

Año	Viajes diarios			Viajes anuales ZMVM
	Ciudad de México	59 Estado de México y 1 Hidalgo	ZMVM	
2015	12,840,585	10,440,318	23,280,903	5,866,787,556
2016	12,806,587	10,586,123	23,392,710	5,894,962,920
2017	12,772,535	10,729,891	23,502,426	5,922,611,352
2018	12,731,181	10,871,215	23,602,396	5,947,803,792
2019	12,690,146	11,009,914	23,700,060	5,972,415,120
2020	12,647,144	11,145,914	23,793,058	5,995,850,616
2021	12,602,303	11,279,111	23,881,414	6,018,116,328
2022	12,555,797	11,409,386	23,965,183	6,039,226,116
2023	12,507,763	11,536,646	24,044,409	6,059,191,068
2024	12,458,196	11,660,758	24,118,954	6,077,976,408
2025	12,407,281	11,781,732	24,189,013	6,095,631,276
2026	12,355,251	11,899,624	24,254,875	6,112,228,500
2027	12,302,065	12,014,520	24,316,585	6,127,779,420
2028	12,247,788	12,126,344	24,374,132	6,142,281,264
2029	12,192,425	12,282,878	24,475,303	6,167,776,356
2030	12,137,828	12,343,742	24,481,570	6,169,355,640

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de la encuesta de origen destino 2007.

Cuadro 24. Viajes atraídos diarios según lugar de destino 2007

Lugar de destino	Viajes atraídos			Participación		
	ZMVM	Ciudad de México	Cuajimalpa	ZMVM	Ciudad de México	Porcentaje
Hogar	9,933,320	4,957,769	101,238	1.02%	2.04%	40.66%
Escuela	3,253,052	1,992,743	43,659	1.34%	2.19%	17.53%
Centro comercial, tienda, mercado	2,000,835	1,262,498	33,077	1.65%	2.62%	13.28%
Oficina	2,230,896	1,786,332	32,380	1.45%	1.81%	13.00%
Otro	1,397,733	882,944	12,955	0.93%	1.47%	5.20%
Otra vivienda	951,321	551,169	12,776	1.34%	2.32%	5.13%
Hospital, clínica, consultorio	760,958	548,256	3,991	0.52%	0.73%	1.60%
Restaurante, bar, cafetería	235,074	181,073	2,603	1.11%	1.44%	1.05%
Deportivo, gimnasio	157,149	99,299	2,000	1.27%	2.01%	0.80%
Fábrica	691,198	355,086	1,962	0.28%	0.55%	0.79%
Taller, laboratorio	254,440	154,209	1,309	0.51%	0.85%	0.53%
Parque, centro recreativo	88,181	62,237	1,034	1.17%	1.66%	0.42%
Total	21,954,157	12,833,615	248,984	1.13%	1.94%	100.00%

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de la encuesta de origen destino 2007.

Cuadro 25. Viajes de los residentes producidos, Atraídos e internos por distrito de la Delegación Cuajimalpa de Morelos

Número	Distrito	Producidos	Atraídos	Internos
72	Cuajimalpa	150,465	151,092	51,356
73	Acopilco	97,797	97,892	22,840
Total		248,262	248,984	74,196

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de la encuesta de origen destino 2007.

Cuadro 26. Total de viajes producidos, atraídos e internos de la Delegación Cuajimalpa de Morelos para el período 2010 – 2030

Año	Producidos	Atraídos	Internos
2010	66,050,294	66,242,340	33,779,900
2011	66,673,024	66,866,903	34,098,347
2012	66,973,816	67,168,556	34,252,140
2013	66,973,816	67,168,556	34,252,140
2014	67,391,392	67,587,389	34,465,676
2015	67,534,336	67,730,708	34,538,726
2016	67,644,104	67,840,836	34,594,900
2017	67,663,541	67,860,311	34,604,884
2018	67,736,573	67,933,598	34,642,120
2019	67,832,663	68,029,853	34,691,202
2020	67,860,303	68,057,661	34,705,306
2021	67,873,350	68,070,853	34,712,080
2022	67,874,328	68,071,664	34,712,671
2023	67,864,507	68,061,843	34,707,529
2024	67,843,766	68,040,955	34,696,993
2025	67,812,062	68,009,294	34,680,825
2026	67,769,123	67,966,165	34,658,942
2027	67,714,611	67,911,570	34,630,970
2028	67,647,888	67,844,700	34,596,887
2029	67,568,483	67,765,043	34,556,311
2030	67,485,583	67,681,804	34,513,819

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de la encuesta de origen destino 2007.

Cuadro 27. Viajes correspondiente a compras en la Delegación Cuajimalpa de Morelos estimado para el período 2010 – 2013 y proyectado 2014 – 2030

Año	Producidos	Atraídos	Total
2010	3,953,248	3,951,383	7,904,631
2011	3,990,521	3,988,640	7,979,161
2012	4,008,523	4,006,633	8,015,156
2013	4,008,523	4,006,633	8,015,156
2014	4,033,515	4,031,615	8,065,130
2015	4,042,070	4,040,165	8,082,235
2016	4,048,641	4,046,735	8,095,376
2017	4,049,804	4,047,896	8,097,700
2018	4,054,176	4,052,268	8,106,444
2019	4,059,926	4,058,009	8,117,935
2020	4,061,582	4,059,667	8,121,249
2021	4,062,362	4,060,455	8,122,817
2022	4,062,422	4,060,503	8,122,925
2023	4,061,835	4,059,918	8,121,753
2024	4,060,592	4,058,670	8,119,262
2025	4,058,693	4,056,782	8,115,475
2026	4,056,124	4,054,210	8,110,334
2027	4,052,860	4,050,952	8,103,812
2028	4,048,868	4,046,963	8,095,831
2029	4,044,115	4,042,215	8,086,330
2030	4,039,155	4,037,248	8,076,403

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de la encuesta de origen destino 2007.

Cuadro 28. Viajes atraídos por concepto de social y diversión en la Delegación Cuajimalpa de Morelos estimado para el período 2010 – 2013 y proyectado 2014 – 2030

Año	Producidos	Atraídos	Total
2010	933,306	1,806,750	2,740,056
2011	942,106	1,823,784	2,765,890
2012	946,356	1,832,015	2,778,371
2013	946,356	1,832,015	2,778,371
2014	952,256	1,843,435	2,795,691
2015	954,276	1,847,345	2,801,621
2016	955,827	1,850,349	2,806,176
2017	956,101	1,850,880	2,806,981
2018	957,134	1,852,880	2,810,014
2019	958,492	1,855,505	2,813,997
2020	958,884	1,856,262	2,815,146
2021	959,066	1,856,622	2,815,688
2022	959,081	1,856,643	2,815,724
2023	958,941	1,856,377	2,815,318
2024	958,649	1,855,807	2,814,456
2025	958,199	1,854,943	2,813,142
2026	957,595	1,853,767	2,811,362
2027	956,824	1,852,278	2,809,102
2028	955,879	1,850,453	2,806,332
2029	954,759	1,848,282	2,803,041
2030	953,586	1,846,011	2,799,597

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de la encuesta de origen destino 2007.

Cuadro 29. Viajes atraídos por concepto de comida estimado en la Delegación Cuajimalpa de Morelos para el período 2010 – 2013 y proyectado 2014 -2030

Año	Producidos	Atraídos	Total
2010	396,302	463,696	859,998
2011	400,038	468,069	868,107
2012	401,842	470,180	872,022
2013	401,842	470,180	872,022
2014	404,349	473,110	877,459
2015	405,206	474,115	879,321
2016	405,866	474,886	880,752
2017	405,983	475,023	881,006
2018	406,421	475,535	881,956
2019	406,996	476,209	883,205
2020	407,162	476,404	883,566
2021	407,239	476,495	883,734
2022	407,247	476,501	883,748
2023	407,189	476,435	883,624
2024	407,063	476,288	883,351
2025	406,871	476,067	882,938
2026	406,615	475,764	882,379
2027	406,287	475,381	881,668
2028	405,888	474,911	880,799
2029	405,411	474,355	879,766
2030	404,913	473,772	878,685

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de la encuesta de origen destino 2007.

Cuadro 30. Viajes Producidos y atraídos totales de la Delegación Cuajimalpa de Morelos por concepto de compras, social y diversión, y comida estimado para el período 2010 – 2013 y proyectado 2014 – 2030

Año	Producidos	Atraídos	Total
2010	5,282,856	6,221,829	11,504,685
2011	5,332,665	6,280,493	11,613,158
2012	5,356,721	6,308,828	11,665,549
2013	5,356,721	6,308,828	11,665,549
2014	5,390,120	6,348,160	11,738,280
2015	5,401,552	6,361,625	11,763,177
2016	5,410,334	6,371,970	11,782,304
2017	5,411,888	6,373,799	11,785,687
2018	5,417,731	6,380,683	11,798,414
2019	5,425,414	6,389,723	11,815,137
2020	5,427,628	6,392,333	11,819,961
2021	5,428,667	6,393,572	11,822,239
2022	5,428,750	6,393,647	11,822,397
2023	5,427,965	6,392,730	11,820,695
2024	5,426,304	6,390,765	11,817,069
2025	5,423,763	6,387,792	11,811,555
2026	5,420,334	6,383,741	11,804,075
2027	5,415,971	6,378,611	11,794,582
2028	5,410,635	6,372,327	11,782,962
2029	5,404,285	6,364,852	11,769,137
2030	5,397,654	6,357,031	11,754,685

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de la encuesta de origen destino 2007.

Cuadro 31. Resumen total de viajes atraídos turísticos por la Delegación Cuajimalpa de Morelos para el período 2010 – 2013 y proyectado 2014 – 2030

Año	Atraídos Compras	Atraídos Social y Diversión	Atraídos Comida	Total
2010	3,951,383	1,806,750	463,696	6,221,829
2011	3,988,640	1,823,784	468,069	6,280,493
2012	4,006,633	1,832,015	470,180	6,308,828
2013	4,006,633	1,832,015	470,180	6,308,828
2014	4,031,615	1,843,435	473,110	6,348,160
2015	4,040,165	1,847,345	474,115	6,361,625
2016	4,046,735	1,850,349	474,886	6,371,970
2017	4,047,896	1,850,880	475,023	6,373,799
2018	4,052,268	1,852,880	475,535	6,380,683
2019	4,058,009	1,855,505	476,209	6,389,723
2020	4,059,667	1,856,262	476,404	6,392,333
2021	4,060,455	1,856,622	476,495	6,393,572
2022	4,060,503	1,856,643	476,501	6,393,647
2023	4,059,918	1,856,377	476,435	6,392,730
2024	4,058,670	1,855,807	476,288	6,390,765
2025	4,056,782	1,854,943	476,067	6,387,792
2026	4,054,210	1,853,767	475,764	6,383,741
2027	4,050,952	1,852,278	475,381	6,378,611
2028	4,046,963	1,850,453	474,911	6,372,327
2029	4,042,215	1,848,282	474,355	6,364,852
2030	4,037,248	1,846,011	473,772	6,357,031

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de la encuesta de origen destino 2007.

Cuadro 32. Prestadores de Servicios Turísticos en la Delegación Cuajimalpa de Morelos (2015)

Prestador	Cantidad
Alojamiento (Establecimientos)	8
Cuartos	878
Alimentos y Bebidas	18
Museos	2
Centros Comerciales	2
Agencia de Viajes	2
Teatros	1
Transportación	1
Guías de Turistas	1
Vida Nocturna	2
Casas de Cambio	1
Spas	1
Deporte y recreación	1
Total	40

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos en la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Cuadro 33. Por categoría de los establecimientos (2015)

Categoría	Establecimientos	Cuartos	Promedio de Cuartos / Establecimientos	Empleo	Camas
Gran Turismo	1	30	30	28	45
5 Estrellas	3	453	151	421	670
4 Estrellas	3	333	111	170	496
3 Estrellas	1	62	62	22	87
2 Estrellas	0	0	0	0	0
1 Estrellas	0	0	0	0	0
Sin Clasificar	0	0	0	0	0
Total	8	878	110	641	1,298

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos en la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Cuadro 34. Por Zona Turística (2015)

Zona Turística	Establecimientos	Cuartos	Promedio de Cuartos / Establecimientos	Empleo	Camas
Santa Fé-Desierto de los Leones	8	878	110	641	1,298
Total	8	878	110	641	1,298

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos en la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Cuadro 35. Por Colonia (2015)

Colonia	Establecimientos	Cuartos	Promedio de Cuartos / Establecimientos	Empleo	Camas
Bosques de las Lomas	1	135	135	126	200
Cooperativa Palo Alto	1	62	62	22	87
Lomas de Vista Hermosa	1	135	135	69	201
Santa Fe Cuajimalpa	4	339	85	232	504
Santa Fe Peña Blanca	1	207	207	193	306
Total	8	878	110	641	1,298

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos en la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Cuadro 36. Llegada de turistas a los establecimientos de hospedaje de la Delegación Cuajimalpa de Morelos

(Enero 2014 – Diciembre 2015)

Delegación	Porcentaje de Ocupación	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Total de turistas
ene-14	57.78	6,053	2,416	8,469
feb-14	68.74	7,952	3,680	11,632
mar-14	68.89	12,300	4,215	16,515
abr-14	66.85	12,583	3,708	16,291
may-14	68.92	11,761	4,946	16,707
jun-14	67.45	10,583	4,155	14,738
jul-14	72.38	12,916	4,217	17,133
ago-14	70.63	13,324	4,627	17,951
sep-14	69.75	12,265	4,687	16,952
oct-14	75.87	12,599	5,901	18,500
nov-14	79.45	14,693	5,431	20,124
dic-14	62.50	13,039	5,867	18,906
2014	69.10	140,068	53,850	193,918
ene-15	57.83	10,203	4,269	14,472
feb-15	70.94	12,824	6,560	19,384
mar-15	72.66	12,603	5,302	17,905
abr-15	67.47	9,937	4,149	14,086
may-15	69.67	12,462	4,656	17,118
jun-15	71.23	12,252	4,574	16,826
jul-15	75.39	14,277	4,204	18,481
ago-15	71.93	14,389	5,060	19,449
sep-15	73.56	12,423	4,586	17,009
oct-15	80.13	14,048	4,977	19,025
nov-15	79.49	13,802	4,559	18,361
dic-15	63.98	12,846	4,397	17,243
2015	71.19	152,066	57,293	209,359

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 37. Estimación de la capacidad de acuerdo al grado de desocupación de la infraestructura hotelera de la Delegación Cuajimalpa de Morelos

(Enero 2014 – Diciembre 2015)

Mes	Porcentaje de desocupación	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Total de turistas
ene-14	42.22	4,423	1,766	6,189
feb-14	31.26	3,617	1,674	5,291
mar-14	31.11	5,554	1,903	7,457
abr-14	33.15	6,240	1,839	8,079
may-14	31.08	5,302	2,230	7,532
jun-14	32.55	5,107	2,005	7,113
jul-14	27.62	4,929	1,609	6,538
ago-14	29.37	5,540	1,924	7,463
sep-14	30.25	5,319	2,033	7,352
oct-14	24.13	4,006	1,877	5,883
nov-14	20.55	3,800	1,404	5,204
dic-14	37.50	7,822	3,520	11,342
2014	30.90	61,661	23,783	85,444
ene-15	42.17	7,441	3,114	10,555
feb-15	29.06	5,254	2,688	7,942
mar-15	27.34	4,742	1,995	6,737
abr-15	32.53	4,791	2,000	6,791
may-15	30.33	5,426	2,027	7,453
jun-15	28.77	4,948	1,847	6,795
jul-15	24.61	4,659	1,372	6,031
ago-15	28.07	5,614	1,974	7,588
sep-15	26.44	4,465	1,648	6,113
oct-15	19.87	3,483	1,234	4,717
nov-15	20.51	3,561	1,176	4,737
dic-15	36.02	7,232	2,475	9,708
2015	28.81	61,617	23,551	85,167

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 38. Estimación de la capacidad total de alojamiento de la infraestructura hotelera de la Delegación Cuajimalpa

Mes	Porcentaje de Ocupación	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Total de turistas
ene-14	100.00	10,476	4,182	14,658
feb-14	100.00	11,569	5,354	16,923
mar-14	100.00	17,854	6,118	23,972
abr-14	100.00	18,823	5,547	24,370
may-14	100.00	17,063	7,176	24,239
jun-14	100.00	15,690	6,160	21,851
jul-14	100.00	17,845	5,826	23,671
ago-14	100.00	18,864	6,551	25,414
sep-14	100.00	17,584	6,720	24,304
oct-14	100.00	16,605	7,778	24,383
nov-14	100.00	18,493	6,835	25,328
dic-14	100.00	20,861	9,387	30,248
2014	100.00	180,867	68,246	249,114
ene-15	100.00	17,644	7,383	25,027
feb-15	100.00	18,078	9,248	27,326
mar-15	100.00	17,345	7,297	24,642
abr-15	100.00	14,728	6,149	20,877
may-15	100.00	17,888	6,683	24,571
jun-15	100.00	17,200	6,421	23,621
jul-15	100.00	18,936	5,576	24,512
ago-15	100.00	20,003	7,034	27,037
sep-15	100.00	16,888	6,234	23,122
oct-15	100.00	17,531	6,211	23,742
nov-15	100.00	17,363	5,735	23,098
dic-15	100.00	20,078	6,872	26,951
2015	100.00	234,544	90,231	324,775

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 39. Capacidad de hospedaje al 100% de ocupación (2015)

Año	Porcentaje de Ocupación	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Total de turistas	Concepto
2015	71.17	152,066	57,293	209,359	Grado de utilización
	28.83	61,617	23,551	85,167	Grado de desocupación
	100.00	213,683	80,844	294,526	Capacidad al 100%

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 40. Grados de utilización y desocupación de la infraestructura hotelera de la Delegación Cuajimalpa de Morelos (Enero 2014 – Diciembre 2015)

Delegación	Grado de utilización	Grado de desocupación	Capacidad total
ene-14	57.78	42.22	100.00
feb-14	68.74	31.26	100.00
mar-14	68.89	31.11	100.00
abr-14	66.85	33.15	100.00
may-14	68.92	31.08	100.00
jun-14	67.45	32.55	100.00
jul-14	72.38	27.62	100.00
ago-14	70.63	29.37	100.00
sep-14	69.75	30.25	100.00
oct-14	75.87	24.13	100.00
nov-14	79.45	20.55	100.00
dic-14	62.50	37.50	100.00
2014	69.10	30.90	100.00
ene-15	57.83	42.17	100.00
feb-15	70.94	29.06	100.00
mar-15	72.66	27.34	100.00
abr-15	67.47	32.53	100.00
may-15	69.67	30.33	100.00
jun-15	71.23	28.77	100.00
jul-15	75.39	24.61	100.00
ago-15	71.93	28.07	100.00
sep-15	73.56	26.44	100.00
oct-15	80.13	19.87	100.00
nov-15	79.49	20.51	100.00
dic-15	63.98	36.02	100.00
2015	71.19	28.81	100.00

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 41. Estacionalidad en la llegada de turistas a los establecimientos de hospedaje de la Delegación Cuajimalpa de Morelos, (2009 - 2015)

Mes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ene	1,516	1,495	3,281	3,400	4,517	6,053	10,203
Feb	1,171	1,200	3,689	4,296	4,775	7,952	12,824
Mar	1,083	1,310	4,789	4,809	6,028	12,300	12,603
Abr	1,383	1,659	3,717	4,019	4,466	12,583	9,937
May	1,006	1,475	4,159	4,090	5,150	11,761	12,462
Jun	1,018	1,569	3,604	4,124	4,859	10,583	12,252
Jul	1,557	1,529	4,578	3,922	4,994	12,916	14,277
Ago	1,325	1,741	4,231	4,625	6,107	13,324	14,389
Sep	1,119	1,410	3,895	4,066	7,109	12,265	12,423
Oct	1,495	1,752	4,810	6,536	7,089	12,599	14,048
Nov	1,390	1,709	4,437	5,695	7,977	14,693	13,802
Dic	1,337	1,951	4,459	5,461	6,464	13,039	12,846
Total	15,400	18,800	49,649	55,043	69,535	140,068	152,066

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 42. Llegada de turistas internacionales a los hoteles de la Delegación Cuajimalpa de Morelos, (2009 - 2015)

Mes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ene	155	123	806	708	1,162	2,416	4,269
Feb	137	112	991	1,041	1,759	3,680	6,560
Mar	68	135	1,335	1,163	1,824	4,215	5,302
Abr	95	93	1,081	1,267	1,549	3,708	4,149
May	69	242	1,307	1,024	1,615	4,946	4,656
Jun	92	262	1,106	1,012	1,568	4,155	4,574
Jul	127	94	1,122	1,146	1,539	4,217	4,204
Ago	240	137	930	891	2,362	4,627	5,060
Sep	176	180	1,014	948	2,999	4,687	4,586
Oct	99	148	1,129	1,640	2,762	5,901	4,977
Nov	89	170	1,017	1,540	3,188	5,431	4,559
Dic	124	158	1,093	1,585	2,500	5,867	4,397
Total	1,471	1,854	12,931	13,965	24,827	53,850	57,293

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 43. Llegada total de turistas nacionales e internacionales a los hoteles de la Delegación Cuajimalpa de Morelos, (2009 – 2015)

Mes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ene	1,671	1,618	4,087	4,108	5,679	8,469	14,472
Feb	1,308	1,312	4,680	5,337	6,534	11,632	19,384
Mar	1,151	1,445	6,124	5,972	7,852	16,515	17,905
Abr	1,478	1,752	4,798	5,286	6,015	16,291	14,086
May	1,075	1,717	5,466	5,114	6,765	16,707	17,118
Jun	1,110	1,831	4,710	5,136	6,427	14,738	16,826
Jul	1,684	1,623	5,700	5,068	6,533	17,133	18,481
Ago	1,565	1,878	5,161	5,516	8,469	17,951	19,449
Sep	1,295	1,590	4,909	5,014	10,108	16,952	17,009
Oct	1,594	1,900	5,939	8,176	9,851	18,500	19,025
Nov	1,479	1,879	5,454	7,235	11,165	20,124	18,361
Dic	1,461	2,109	5,552	7,046	8,964	18,906	17,243
Total	16,871	20,654	62,580	69,008	94,362	193,918	209,359

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 44. Otros servicios turísticos

Agencias de Viajes	Cantidad
Mayorista	1
Tour Operadora	1
Total	2
Museos	Cantidad
Histórico	2
Total	2
Guías Turísticos	Cantidad
Especializados	1
Total	1
Otros Servicios Turísticos	Cantidad
Centros Comerciales	2
Casa de Cambio	1
Parques de Diversiones	1
Arrendadoras de automóviles	0
Galerías	0
Líneas Aéreas	0
Filmaciones	0
Oficina de Reservaciones	0
Congresos y Convenciones	0
Otros Giros	23
Total	27

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos. Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Concentración del recurso turístico en la Delegación Cuajimalpa de Morelos (Aforo 2014)

**Cuadro 45. Densidad de Servicios por Zona Turística
(Empresas y prestadores turísticos)**

Zona Turística	Cantidad
Santa Fe-Desierto de los Leones	40
Total	40

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos. Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 46. Por segmento:

Número de Recintos / Sitios	Segmento	Aforo 2014	Participación
4	Compras	30,248,000	90.1
5	Entretenimiento	1,859,166	5.5
1	Tradiciones y costumbres	1,000,000	3.0
1	Sitios de interés	300,000	0.9
2	Recreación	130,000	0.4
1	museo	50,000	0.1
14	Total	33,587,166	100.0

Fuente: Sector CDMX con información de diversos organismos públicos y privados.

Cuadro 47. Por zona turística

Número de Recintos / Sitios	Corredor Turístico	Aforo 2014	Participación
14	Santa Fe-Desierto de los Leones	33,587,166	100.0
14	Total	33,587,166	100

Fuente: Sector CDMX con información de diversos organismos públicos y privados.

Cuadro 48. Por jerarquía:

Número de Recintos / Sitios	Segmento	Aforo 2014	Participación
4	Plaza comercial	30,248,000	90.1
5	Sala de cine	1,859,166	5.5
1	Celebración católica	1,000,000	3.0
1	Recreación (Ex convento y Parque Nacional Desierto de los Leones)	300,000	0.9
1	Parque temático infantil	80,000	0.2
1	Museo	50,000	0.1
1	Ecoturismo	50,000	0.1
14	Total	33,587,166	100.0

Fuente: Sectur CDMX con información de diversos organismos públicos y privados.

Cuadro 49. Resumen de establecimientos por zona:

Oferta gastronómica por zona	Número de establecimientos	Capacidad de atención		Empleo
		Diaria	Anual	
Santa Fe-Desierto de los Leones	162	8,100	2,956,500	972
Total	162	8,100	2,956,500	972

Fuente: Queremoscomer.com, Socio estratégico de la Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Actividad gastronómica de la Delegación Cuajimalpa de Morelos

Cuadro 49.1. Zona Santa Fe-Desierto de los Leones por característica y especialidad

Especialidad	Número de establecimientos	Capacidad de atención		Empleo
		Diaria	Anual	
Internacional	20	1,000	365,000	120
Mexicana	18	900	328,500	108
Japonesa y Sushi	16	800	292,000	96
Cafetería	15	750	273,750	90
Americana	10	500	182,500	60
Baguettes	8	400	146,000	48
Panadería	8	400	146,000	48
Antojitos Mexicanos	7	350	127,750	42
Italiana	6	300	109,500	36
Tacos	6	300	109,500	36
Pescados y Mariscos	5	250	91,250	30
Tienda Gourmet	5	250	91,250	30
Argentina	4	200	73,000	24
Casa de Té	4	200	73,000	24
Hamburguesas	4	200	73,000	24
Pizzas	4	200	73,000	24
Ensaladas	3	150	54,750	18
Antro	2	100	36,500	12
Carnes	2	100	36,500	12
Española	2	100	36,500	12
Helados	2	100	36,500	12
Alitas	1	50	18,250	6
Árabe	1	50	18,250	6
Asiática	1	50	18,250	6
Bar	1	50	18,250	6
Cantinas	1	50	18,250	6
China	1	50	18,250	6
Europea	1	50	18,250	6
Francesa	1	50	18,250	6
Naturista	1	50	18,250	6
Pollos	1	50	18,250	6
Tortas	1	50	18,250	6
Total	162	8,100	2,956,500	972

Fuente: Queremoscomer.com, Socio estratégico de la Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

**Cuadro 50. Empleo turístico en la Delegación
Empleo Censal Total, 2008-2013**

Delegación	Empleo 2008	Empleo 2013	Participación 2008	Participación 2013
Álvaro Obregón	251,772	248,636	7.63%	6.91%
Azcapotzalco	304,071	456,698	9.22%	12.69%
Benito Juárez	341,826	380,160	10.36%	10.56%
Coyoacán	149,926	146,322	4.54%	4.07%
Cuajimalpa de Morelos	100,976	133,405	3.06%	3.71%
Cuauhtémoc	614,547	648,930	18.63%	18.03%
Gustavo A. Madero	184,885	180,544	5.60%	5.02%
Iztacalco	101,593	124,168	3.08%	3.45%
Iztapalapa	294,297	285,007	8.92%	7.92%
La Magdalena Contreras	26,933	22,372	0.82%	0.62%
Miguel Hidalgo	481,279	525,759	14.59%	14.61%
Milpa Alta	10,596	11,997	0.32%	0.33%
Tláhuac	39,039	42,269	1.18%	1.17%
Tlalpan	185,360	151,628	5.62%	4.21%
Venustiano Carranza	157,021	186,675	4.76%	5.19%
Xochimilco	55,204	54,562	1.67%	1.52%
Total	3,299,325	3,599,132	100.00%	100.00%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

**Cuadro 51. Densidad de Empleo 2009
(Empleos / Hectárea), 2008 y 2013**

Delegación	Superficie Ha.	Densidad de empleo 2008	Densidad de empleo 2013
Álvaro Obregón	9,617	26.2	25.9
Azcapotzalco	3,336	31.6	47.5
Benito Juárez	2,663	35.5	39.5
Coyoacán	5,440	15.6	15.2
Cuajimalpa de Morelos	7,458	10.5	13.9
Cuauhtémoc	3,252	63.9	67.5
Gustavo A. Madero	9,407	19.2	18.8
Iztacalco	2,330	10.6	12.9
Iztapalapa	11,700	30.6	29.6
La Magdalena Contreras	7,458	2.8	2.3
Miguel Hidalgo	4,699	50.0	54.7
Milpa Alta	22,841	1.1	1.2
Tláhuac	8,534	4.1	4.4
Tlalpan	34,007	19.3	15.8
Venustiano Carranza	3,340	16.3	19.4
Xochimilco	12,200	5.7	5.7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Cuadro 52. Porcentaje de Crecimiento del Empleo, 2003 – 2013

Delegación	Empleo 2003	Empleo 2008	Empleo 2013	Variación porcentual 2013/2003	Variación porcentual 2013/2008
Álvaro Obregón	202,620	251,772	248,636	22.7%	-1.2%
Azcapotzalco	155,271	304,071	456,698	194.1%	50.2%
Benito Juárez	349,313	341,826	380,160	8.8%	11.2%
Coyoacán	144,496	149,926	146,322	1.3%	-2.4%
Cuajimalpa de Morelos	44,305	100,976	133,405	201.1%	32.1%
Cuauhtémoc	616,940	614,547	648,930	5.2%	5.6%
Gustavo A. Madero	173,562	184,885	180,544	4.0%	-2.3%
Iztacalco	114,132	101,593	124,168	8.8%	22.2%
Iztapalapa	266,179	294,297	285,007	7.1%	-3.2%
La Magdalena Contreras	22,797	26,933	22,372	-1.9%	-16.9%
Miguel Hidalgo	404,180	481,279	525,759	30.1%	9.2%
Milpa Alta	7,337	10,596	11,997	63.5%	13.2%
Tláhuac	29,278	39,039	42,269	44.4%	8.3%
Tlalpan	136,528	185,360	151,628	11.1%	-18.2%
Venustiano Carranza	129,867	157,021	186,675	43.7%	18.9%
Xochimilco	46,069	55,204	54,562	18.4%	-1.2%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Cuadro 53. Empleos en restaurantes y hoteles 2013

Delegación	Directos	Indirectos	Total
Álvaro Obregón	20,466	51,164	71,630
Azcapotzalco	37,592	93,980	131,572
Benito Juárez	31,292	78,230	109,522
Coyoacán	12,044	30,110	42,154
Cuajimalpa de Morelos	10,981	27,452	38,433
Cuauhtémoc	53,414	133,538	186,952
Gustavo A. Madero	14,861	37,152	52,013
Iztacalco	10,221	25,551	35,772
Iztapalapa	23,460	58,649	82,109
La Magdalena Contreras	1,841	4,604	6,445
Miguel Hidalgo	43,276	108,191	151,467
Milpa Alta	988	2,469	3,457
Tláhuac	3,479	8,698	12,177
Tlalpan	12,481	31,202	43,683
Venustiano Carranza	15,366	38,414	53,780
Xochimilco	4,491	11,228	15,719
Total	296,253	740,632	1,036,885

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México con datos del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Cuadro 54. Porcentaje de Crecimiento de la Población, 2004 - 2009

Delegación	Población 2000	Población 2010	% de crecimiento
Iztapalapa	1,773,343	1,815,786	2.39
Gustavo A. Madero	1,235,542	1,185,772	-4.03
Álvaro Obregón	687,020	727,034	5.82
Tlalpan	581,781	650,567	11.82
Coyoacán	640,423	620,416	-3.12
Cuauhtémoc	516,255	531,831	3.02
Venustiano Carranza	462,806	430,978	-6.88
Xochimilco	369,787	415,007	12.23
Azcapotzalco	441,008	414,711	-5.96
Benito Juárez	360,478	385,439	6.92
Iztacalco	411,321	384,326	-6.56
Miguel Hidalgo	352,640	372,889	5.74
Tláhuac	302,790	360,265	18.98
La Magdalena Contreras	222,050	239,086	7.67
Cuajimalpa de Morelos	151,222	186,391	23.26
Milpa Alta	96,773	130,582	34.94

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Censos de población y vivienda 2000 y 2010.

Cuadro 55. Densidad de Población 2010 (Habitantes / Hectárea)

Delegación	Superficie Ha.	Densidad 2010
Iztacalco	2,330	164.9
Cuauhtémoc	3,252	163.5
Iztapalapa	11,700	155.2
Benito Juárez	2,663	144.7
Venustiano Carranza	3,340	129.0
Gustavo A. Madero	9,407	126.1
Azcapotzalco	3,336	124.3
Coyoacán	5,440	114.0
Miguel Hidalgo	4,699	79.4
Álvaro Obregón	9,617	75.6
Tláhuac	8,534	42.2
Xochimilco	12,200	34.0
La Magdalena Contreras	7,458	32.1
Cuajimalpa de Morelos	7,458	25.0
Tlalpan	34,007	19.1
Milpa Alta	22,841	5.7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Censos de población y vivienda 2000 y 2010.

Cuadro 56. Proyecciones al 2030 de la población total de hombres y mujeres. Cuajimalpa

Total de Grupos de edad en la delegación Cuajimalpa de Morelos								
Año	0-14	15-29	30-44	45-64	65+	Total	Despoblamiento	
							Anual	Acumulado
2010	46,935	49,017	44,580	31,943	13,916	186,391		
2011	49,090	49,994	45,995	34,812	10,176	190,067	3,676	3,676
2012	48,459	49,788	45,832	36,163	10,585	190,827	760	4,436
2013	47,816	49,543	45,566	37,487	11,005	191,417	590	5,026
2014	47,172	49,260	45,226	38,778	11,445	191,881	464	5,490
2015	46,520	48,948	44,840	40,021	11,911	192,240	359	5,849
2016	45,857	48,628	44,426	41,196	12,407	192,514	274	6,123
2017	45,464	48,405	44,157	41,714	12,649	192,389	-125	5,998
2018	44,508	47,960	43,613	43,285	13,505	192,871	482	6,480
2019	43,834	47,599	43,249	44,182	14,108	192,972	101	6,581
2020	43,163	47,233	42,918	44,970	14,748	193,032	60	6,641
2021	42,504	46,862	42,615	45,649	15,421	193,051	19	6,660
2022	41,868	46,491	42,327	46,227	16,127	193,040	-11	6,649
2023	41,251	46,125	42,059	46,702	16,861	192,998	-42	6,607
2024	40,673	45,735	41,822	47,072	17,623	192,925	-73	6,534
2025	40,240	45,215	41,618	47,341	18,407	192,821	-104	6,430
2026	39,917	44,596	41,438	47,518	19,215	192,684	-137	6,293
2027	39,589	43,992	41,273	47,616	20,044	192,514	-170	6,123
2028	39,260	43,405	41,104	47,646	20,893	192,308	-206	5,917
2029	38,931	42,833	40,925	47,616	21,761	192,066	-242	5,675
2030	38,604	42,272	40,742	47,561	22,656	191,835	-231	5,444
Variación absoluta	-8,331	-6,745	-3,838	15,618	8,740	5,444	5,444	
TCMA	-0.97%	-0.74%	-0.45%	2.01%	2.47%	0.14%		

TCMA: Tasa de crecimiento media anual.

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con información del Consejo Nacional de Población (CONAPO).

Cuadro 57. Variación de la población total por grupo de edad para el período 2010 – 2030. Cuajimalpa

Grupos de edad (años)	Hombres y mujeres	TCMA
0-14	-8,331	-0.97%
15-29	-6,745	-0.74%
30-44	-3,838	-0.45%
45-64	15,618	2.01%
65+	8,740	2.47%
Total	5,444	0.14%

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con información del Consejo Nacional de Población (CONAPO).

Cuadro 58. Proyecciones al 2030 de la población total de hombres. Cuajimalpa de Morelos

Total de Grupos de edad en la delegación Cuajimalpa de Morelos (Hombres)								
Año	0-14	15-29	30-44	45-64	65+	Total	Despoblamiento	
							Anual	Acumulado
2010	23,773	22,802	20,628	15,059	6,380	88,642		
2011	24,882	23,477	21,222	16,308	4,497	90,386	1,744	1,744
2012	24,555	23,494	21,101	16,889	4,687	90,726	340	2,084
2013	24,221	23,494	20,931	17,451	4,882	90,979	253	2,337
2014	23,886	23,475	20,727	17,993	5,086	91,167	188	2,525
2015	23,546	23,441	20,506	18,507	5,301	91,301	134	2,659
2016	23,202	23,399	20,279	18,985	5,529	91,394	93	2,752
2017	22,999	23,346	20,139	19,190	5,640	91,314	-80	2,672
2018	22,512	23,276	19,860	19,806	6,028	91,482	168	2,840
2019	22,171	23,190	19,682	20,144	6,299	91,486	4	2,844
2020	21,836	23,092	19,530	20,430	6,584	91,472	-14	2,830
2021	21,515	22,974	19,404	20,664	6,881	91,438	-34	2,796
2022	21,214	22,837	19,298	20,851	7,189	91,389	-49	2,747
2023	20,928	22,685	19,215	20,990	7,506	91,324	-65	2,682
2024	20,663	22,510	19,159	21,082	7,832	91,246	-78	2,604
2025	20,455	22,275	19,130	21,130	8,164	91,154	-92	2,512
2026	20,290	21,993	19,123	21,138	8,504	91,048	-106	2,406
2027	20,122	21,710	19,131	21,114	8,849	90,926	-122	2,284
2028	19,954	21,429	19,143	21,064	9,199	90,789	-137	2,147
2029	19,786	21,151	19,153	20,991	9,554	90,635	-154	1,993
2030	19,620	20,877	19,162	20,910	9,918	90,487	-148	1,845
Variación absoluta	-4,153	-1,925	-1,466	5,851	3,538	1,845	1,845	
TCMA	-0.96%	-0.44%	-0.37%	1.65%	2.23%	0.10%		

TCMA: Tasa de crecimiento media anual.

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con información del Consejo Nacional de Población (CONAPO).

Cuadro 59. Variación de la población total de hombres por grupo de edad para el período 2010 – 2030. Cuajimalpa

Grupos de edad (años)	Hombres y mujeres	TCMA
0-14	-4,153	-0.96%
15-29	-1,925	-0.44%
30-44	-1,466	-0.37%
45-64	5,851	1.65%
65+	3,538	2.23%
Total	1,845	0.10%

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con información del Consejo Nacional de Población (CONAPO).

Cuadro 60. Proyecciones al 2030 de la población total de mujeres. Cuajimalpa

Total de Grupos de edad en la delegación Cuajimalpa de Morelos (Mujeres)								
Año	0-14	15-29	30-44	45-64	65+	Total	Despoblamiento	
							Anual	Acumulado
2010	23,162	26,215	23,952	16,884	7,536	97,749		
2011	24,208	26,517	24,773	18,504	5,679	99,681	1,932	1,932
2012	23,904	26,294	24,731	19,274	5,898	100,101	420	2,352
2013	23,595	26,049	24,635	20,036	6,123	100,438	337	2,689
2014	23,286	25,785	24,499	20,785	6,359	100,714	276	2,965
2015	22,974	25,507	24,334	21,514	6,610	100,939	225	3,190
2016	22,655	25,229	24,147	22,211	6,878	101,120	181	3,371
2017	22,465	25,059	24,018	22,524	7,009	101,075	-45	3,326
2018	21,996	24,684	23,753	23,479	7,477	101,389	314	3,640
2019	21,663	24,409	23,567	24,038	7,809	101,486	97	3,737
2020	21,327	24,141	23,388	24,540	8,164	101,560	74	3,811
2021	20,989	23,888	23,211	24,985	8,540	101,613	53	3,864
2022	20,654	23,654	23,029	25,376	8,938	101,651	38	3,902
2023	20,323	23,440	22,844	25,712	9,355	101,674	23	3,925
2024	20,010	23,225	22,663	25,990	9,791	101,679	5	3,930
2025	19,785	22,940	22,488	26,211	10,243	101,667	-12	3,918
2026	19,627	22,603	22,315	26,380	10,711	101,636	-31	3,887
2027	19,467	22,282	22,142	26,502	11,195	101,588	-48	3,839
2028	19,306	21,976	21,961	26,582	11,694	101,519	-69	3,770
2029	19,145	21,682	21,772	26,625	12,207	101,431	-88	3,682
2030	18,984	21,395	21,580	26,651	12,738	101,348	-83	3,599
Variación absoluta	-4,178	-4,820	-2,372	9,767	5,202	3,599	3,599	
TCMA	-0.99%	-1.01%	-0.52%	2.31%	2.66%	0.18%		

TCMA: Tasa de crecimiento media anual.

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con información del Consejo Nacional de Población (CONAPO).

Cuadro 61. Variación de la población total de mujeres por grupo de edad para el período 2010 – 2030. Cuajimalpa

Grupos de edad (años)	Hombres y mujeres	TCMA
0-14	-4,178	-0.99%
15-29	-4,820	-1.01%
30-44	-2,372	-0.52%
45-64	9,767	2.31%
65+	5,202	2.66%
Total	3,599	0.18%

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con información del Consejo Nacional de Población (CONAPO).

Cuadro 62. Dimensión económica de las delegaciones de la Ciudad de México

Delegación/Año	Unidades económicas	Personal ocupado	Producción bruta (millones de pesos)	Unidades económicas	Personal ocupado	Producción bruta (millones de pesos)	TMCA Producción Bruta	Producción bruta Participación %	Personal Ocupado Participación %	Unidades Económicas Participación %
	2004			2014			2014	2014	2014	2014
Álvaro Obregón	17,363	202,620	194,323	20,170	319,302	348,205	4.57%	11.8	8.86	4.9
Azcapotzalco	15,199	155,271	75,817	16,928	383,735	171,224	6.45%	5.8	10.65	4.1
Benito Juárez	21,195	349,313	148,755	24,293	365,565	336,141	6.46%	11.4	10.14	5.8
Coyoacán	17,122	144,496	58,457	22,142	141,805	73,428	1.75%	2.5	3.94	5.3
Cuajimalpa de Morelos	3,977	44,305	25,551	6,491	94,894	135,364	13.79%	4.6	2.63	1.6
Cuauhtémoc	58,863	616,940	480,182	66,587	733,557	792,319	3.90%	26.9	20.36	16.0
Gustavo A. Madero	41,224	173,562	38,383	46,007	178,537	60,465	3.53%	2.1	4.95	11.1
Iztacalco	14,550	114,132	44,581	16,955	85,182	42,150	-0.43%	1.4	2.36	4.1
Iztapalapa	58,627	266,179	62,008	73,321	320,196	143,917	6.68%	4.9	8.89	17.6
La Magdalena Contreras	4,523	22,797	8,192	6,094	22,589	5,964	-2.37%	0.2	0.63	1.5
Miguel Hidalgo	20,958	404,180	302,580	23,724	556,130	657,792	6.14%	22.3	15.43	5.7
Milpa Alta	3,446	7,337	541	5,928	11,932	1,387	7.50%	0.0	0.33	1.4
Tláhuac	10,103	29,278	4,699	14,810	41,615	10,235	6.16%	0.3	1.15	3.6
Tlalpan	15,808	136,528	63,253	23,581	153,223	88,944	2.64%	3.0	4.25	5.7
Venustiano Carranza	27,245	129,867	37,600	30,763	142,270	52,646	2.60%	1.8	3.95	7.4
Xochimilco	12,272	46,069	16,403	17,687	53,040	23,602	2.82%	0.8	1.47	4.3
Total	342,475	2,842,874	1,561,324	415,481	3,603,572	2,943,783	4.98%	100.0	100.00	100.0

TMCA: Tasa Media de Cambio Anual 2004-2014. Calculada a precios Constantes, Índice de Precios al Productor. Sector Servicios

FUENTE: INEGI.- Censos Económicos 2004-2014. Elaboración SECTUR-DF.

Cuadro 63. Listado de prestadores de servicios turísticos inscritos en el Registro Turístico de la Ciudad de México. Cuajimalpa

Prestador registrado	Nombre comercial	Domicilio	Colonia	C.P.
ALOJAMIENTO	Hotel Distrito Capital	Juan Salvador Agraz 37	Santa Fe Cuajimalpa	05348
	Hotel Stadia Suites Santa Fe	Juan Salvador Agraz 60	Santa Fe Peña Blanca	05300
	NH Collection Santa Fe	Juan Salvador Agraz 44	Lomas de Vista Hermosa	05110
	City Suites Santa Fe	Juan Salvador Agraz 69	Santa Fe Cuajimalpa	05348
	Motel Los Arcos	Carretera Federal México-Toluca 4419 km 14 1/2	Cooperativa Palo Alto	05110
	Presidente Intercontinental Santa Fe	Juan Salvador Agraz 97	Santa Fe Cuajimalpa	05348
	Live Aqua Bosques	Avenida Paseo de los Tamarindos 98	Bosques de las Lomas	05120
	City Express Suites Santa Fe	Juan Salvador Agraz 69	Santa Fe Cuajimalpa	05348
ALIMENTOS Y BEBIDAS	La calle	Avenida Vasco de Quiroga 3800 local 443	Lomas de Vista Hermosa	05100
	Restaurante Atalaya	Avenida Bosques de Reforma 1813 local 21 y 22	Lomas de Vista Hermosa	05100
	Friday's	Avenida Vasco de Quiroga 3800 locales 437 y 440	Santa Fé Cuajimalpa	05348
	Sanborns (Bosques)	Prolongación Bosques de Reforma 1813 101	Lomas de Vista Hermosa	05100
	Birria El Compadre	Avenida Jesús del Monte numero 255	Jesús del Monte	05260
	Vips (José María Castorena)	Avenida José María Castorena 470	San José de los Cedros	05200
	Stuffa	Avenida Vasco de Quiroga 3800 442	Lomas de Vista Hermosa	05100
	Italianni's Santa Fé	Avenida Vasco de Quiroga 3800 local 261	Santa Fé Cuajimalpa	05348
	Puesto Rojo	Cmno. al Desierto de los Leones 39	La Venta	05520
	Villa Dante	Avenida Lomas de la Palma 275	Lomas de Vista Hermosa	05100
	Daruma	Avenida Paseo de Lilas 92 local 121 al 124	Bosques de las Lomas	05120
	Vistro Du Vin	Paseo de los Tamarindos 400 local B 13	Bosques de las Lomas	05120
	Cafebrería El Péndulo	Avenida Vasco de Quiroga 3800 local 303	Lomas de Vista Hermosa	05100
	Los churros del valle	Prolongacion Bosques de Reforma 1813	Lomas de Vista Hermosa	05100
	Hookah Santa Fé	Av. Vasco de Quiroga núm. 3880 local 3 nivel 4	Santa Fé Cuajimalpa	05348
	Miyako	Avenida Vasco de Quiroga núm. 3800 Interior 1007	Santa Fé Cuajimalpa	05348
	Carola Bosques	Secretaria de Marina 445	Lomas Del Chamizal	05149

Prestador registrado	Nombre comercial	Domicilio	Colonia	C.P.
	Crepes & Waffles Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Antigua Mina de Totolapa	05109
MUSEOS	Museo Miguel Hidalgo y Costilla	Av. Juárez S/N	Cuajimalpa	05000
	Museo de sitio del ex convento del Desierto de los Leones	Parque Nacional Desierto de los Leones	San Mateo	05000
	Museo Miguel Hidalgo y Costilla	Avenida Juárez sin número	Cuajimalpa	05000
CENTROS COMERCIALES	Centro Comercial Lilas	Paseo de las Lilas 92	Bosques de las Lomas	05120
	Pabellón Bosques	Prolongación Bosque de la Reforma 1813	Lomas de Vista Hermosa	05100
AGENCIAS DE VIAJES	American Express	Avenida Vasco de Quiroga 3800 406	Santa Fe Cuajimalpa	05348
	Servicios Turísticos Jade	Cerrada Cándido Avilés 4 B	Memetla	05330
TEATROS	Teatro Morelos	Avenida Juárez México sin número	Cuajimalpa	05000
TRANSPORTACIÓN	Transportadora Turística Fransac	Avenida Leonardo Valle 56	San Lorenzo Acopilco	05410
GUÍAS DE TURISTAS	Travel Maps	Paseo de los Tamarindos 384 piso 3	Cooperativa Palo Alto	05110
VIDA NOCTURNA	La Calle	Avenida Vasco de Quiroga 3800 443	Lomas de Vista Hermosa	05109
CASAS DE CAMBIO	Casa de Cambio Plus	Paseo de las Lilas 92 local 52	Bosques de las Lomas	05120
SPAS	W Spa	Prolongación Bosques de Reforma 1813 local 132 PB	Lomas de Vista Hermosa	05100
DEPORTE Y RECREACIÓN	Piccolo Mondo Santa Fe	Vasco de Quiroga 3800 local 533 piso 2	Lomas de Vista Hermosa	05100

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos. Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 64. Listado de restaurantes "Queremos Comer" Delegación Cuajimalpa de Morelos

Nombre comercial	Domicilio	Colonia	C.P.
50 Friends, Arcos Bosques	Paseo de Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
50 Friends, Terraza Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3850	Antigua Mina de Totoloapa	01219
Ala De Volada, Bosques	Bosque de Duraznos 72	Bosques de las Lomas	05120
Arrachera House, Arcos Bosques	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Arrachera House, Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Antigua Mina de Totoloapa	05120
Asadero Los Jarritos	Arteaga y Salazar 290	El Contadero	05500
Asadero Uno, Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3850	Antigua Mina de Totoloapa	05348
Atalaya	Prolongación Bosques de Reforma 1813	Bosques de las Lomas	05120
Barbacoa De Santiago, Cuajimalpa	José María Castorena 533	El Molinito	05310
Barezzito, Arcos Bosques	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Bellinghausen, Santa Fe	Juan Salvador Agraz 50 B	Desarrollo Santa Fe	05348
Benedetti'S Pizza, Cuajimalpa	Avenida José María Castorena 156	Cuajimalpa	05000
Bia	Avenida Secretaría de Marina 463 PB	Lomas del Chamizal	05129
Biblos, Bosques	Avenida Stim 1338	Lomas del Chamizal	05129
Bottega Culinaria, Bosques	Avenida Stim 1316	Bosques de las Lomas	05120
Burger King, Cuajimalpa	Avenida José María Castorena 232	La Candelaria	05008
Burros Con Alas, Bosques	Avenida Stim 1323	Lomas del Chamizal	05129
Café Punta Del Cielo, Punta Santa Fe	Prolongación Paseo de la Reforma 1015	Antigua Mina de Totoloapa	01219
Café Society, Bosques Horizonte	Paseo de los Laureles 458 101	Bosques de las Lomas	05120
Café Society, Duraznos Triana	Bosque de Duraznos 60	Bosques de las Lomas	05120
Café Society, Pabellón Bosques	Prolongación Bosques de Reforma 1819	Bosques de las Lomas	05120
California Pizza Kitchen, Parque Duraznos	Bosque de Duraznos 39	Bosques de las Lomas	05120
Cámara La Banda	Arteaga y Salazar 210	El Contadero	05500
Canibalazzo, Bosques	Avenida Stim 1312	Lomas del Chamizal	05129
Capitán Burger	Avenida Stim 1364	Lomas del Chamizal	05129

Nombre comercial	Domicilio	Colonia	C.P.
Carolo, Bosques	Secretaría de Marina 445	Lomas del Chamizal	05129
Cassava Roots, Bosques	Avenida Stim 1342	Lomas del Chamizal	05129
Chazz, Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Antigua Mina de Totoloapa	01219
Chili's, Centro Comercial Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Antigua Mina de Totoloapa	01219
Churros De Valle, Bosques	Prolongación Bosques de Reforma 1813	Bosques de las Lomas	05120
Cielito Querido Café, Parque Duraznos	Bosque de Duraznos 39	Bosques de las Lomas	05120
City Café, Santa Fe	Vasco de Quiroga 3800	Lomas de Vista Hermosa	05100
Costa Guadiana	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Crepes & Waffles, Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Cuajimalpa	05000
Da Silva Panadería Artesanal, Bosques	Avenida Stim 100	Lomas del Chamizal	05129
D'amico, Bosques	Bosques de Duraznos 39	Bosques de las Lomas	05120
Daruma, Bosques	Paseo de las Lilas 92	Bosques de las Lomas	05120
Day Light Salads, Bosque De Radiatas	Bosque de Radiatas 42 planta baja	Bosques de las Lomas	05120
De La Zona	Paseo de las lilas 92	Bosques de las lomas	05120
Delizimo	Carretera México Toluca 5780	El Contadero	05500
Distrito Capital	Juan Salvador Agraz 37	Santa Fe Cuajimalpa	05348
Ego Tinto	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
El Antojito Francés, Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Antigua Mina de Totoloapa	01219
El Califa, Bosques	Avenida Stim 1328	Lomas del Chamizal	05129
El Farolito, Prolongación Bosques	Fábrica de las Armas 4	Lomas del Chamizal	05129
El Fogoncito, Cuajimalpa	José María Castorena 324	Cuajimalpa	05000
El Globo, Bosques De Las Lomas	Avenida Stim 1358	Lomas del Chamizal	05129
El Globo, Cuajimalpa	Avenida José María Castorena 222	Cuajimalpa	05000
El Globo, Isla Pabellón Bosques	Prolongación Bosques de Reforma 1813	Lomas de Vista Hermosa	05100
El Globo, Isla Plaza Bosques	Bosques de Duraznos 187	Bosques de las Lomas	05120
El Globo, Isla Plaza Lilas	Paseo de las Lilas 92	Bosques de las Lomas	05120
El Globo, Isla Santa Fe	Vasco de Quiroga 3800	Cuajimalpa	05000

Nombre comercial	Domicilio	Colonia	C.P.
El Güero Pibil , Cuajimalpa	José Maria Castorena 396	San Pedro	05030
El Restaurante De Los Monjes	Avenida Desierto de los Leones sin número	La Venta	05520
El Shabb, Bosques	Avenida Stim 1366	Lomas del Chamizal	05129
El Tucas	Prolongación Bosques de Reforma 1813	Bosques de Las Lomas	05120
Emeequis	Paseo de Laureles planta baja 3 458	Bosques de las Lomas	05120
Empanadería, Chamizal	Avenida Stim 52	Lomas del Chamizal	05129
Fisher's, Parque Duraznos	Bosque de Duraznos 39	Bosques de las Lomas	05120
Frankfurt, Bosques	Avenida Bosques de la Reforma 1317	Lomas del Chamizal	05129
Furca	Avenida Jose Maria Castorena 425	Cuajimalpa	05000
Garabatos, Duraznos	Bosque de Duraznos 187	Bosques de las Lomas	05120
Garabatos, Plaza Lilas	Paseo de las Lilas 92	Bosques de las Lomas	05120
Giornale, Arcos Bosques	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Giornale, Citywllak Santa Fe	Avenida Santa Fe 482	Cruz Manca	05349
Giornale, Pabellón Bosques	Prolongación Bosques de Reforma 1813	Bosques de las Lomas	05120
Gloria Jeans Coffee, Bosques	Stim 1312	Lomas del Chamizal	05129
Gotzone	Paseo de las Lilas 92	Bosques de las Lomas	05120
Heritage Kosher	Prolongación Bosques de Reforma 1335	Bosques de las Lomas	05120
Hostal De Los Quesos, Bosques	Avenida Stim 30	Lomas del Chamizal	05129
Hyde	Paseos de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Japanika, Bosques	Paseo de los Laureles 458	Bosques de las Lomas	05120
Kai Kai Sushi	Piñon 29	San José de los Cedros	05200
Klein'S, Bosques	Prolongación Paseo de los Laureles 458	Bosques de las Lomas	05120
La Casa De Toño, Cuajimalpa	Avenida San José de los Cedros 31	San José de los Cedros	05200
La Castellana, Duraznos	Bosques de Duraznos 39	Bosques de las Lomas	05120
La Cemitá	Avenida José María Castorena 358	Cuajimalpa	05000
La Cervecería De Barrio, Centro Comercial Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3850	Antigua Mina de Totoloapa	01219
La Cocina Del Tras	Carretera México Toluca 2685	Palo Alto	05118

Nombre comercial	Domicilio	Colonia	C.P.
La Criolla	Camino al Olivo 15	Lomas de Vista Hermosa	05100
La Cueva Del León, Bosques	Avenida Stim 1342	Bosques de las Lomas	05120
La Culichi	Avenida Stim 1350	Bosques de las Lomas	05120
La Cupcakeria, Santa Fé	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Antigua Mina de Totoloapa	01219
La Galette Pastelería	Prolongación Bosque de Reforma 1813	Lomas de Vista Hermosa	05100
La Guadaña	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Antigua Mina de Totoloapa	01219
La Número 20, Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3850	Cuajimalpa	05000
La Popular	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
La Raclette, Bosques	Avenida Stim 1328	Lomas del Chamizal	05129
La Sandwicherie	Prolongación Bosques de Reforma 1433	Bosques de las Lomas	05120
La Terraza	Prolongación Reforma 1190	Cruz Manca	05349
Las Flautas, Bosques	Prolongación Bosques de Reforma 1281	Bosques de las Lomas	05120
Le Pain Quotidien, Bosques	Bosque de Duraznos 39	Bosques de las Lomas	05120
Live By Aqua	Paseo de Tamarindos 98	Bosques de las Lomas	05120
Los Chilakos	Avenida Stim 1360	Lomas del Chamizal	05129
Los Socorritos	Autopista México-Toluca 1235	Desarrollo Santa Fe	05348
Makura Teppan House	Avenida Sindicato de la Industria 1350	Lomas del Chamizal	05129
Matilde	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Meridien, Abc	Avenida Carlos Graef Fernández 154	Santa Fe Cuajimalpa	05348
Mexicanazo	Paseo de las lilas 92	Bosques de las Lomas	05120
Miyako, Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3800 Loc 1007	Antigua Mina de Totoloapa	01219
Moshi - Moshi, Arcos Bosques	Paseo de Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Moshi Moshi, Parque Duraznos	Bosque de Duraznos 39	Bosques de las Lomas	05120
Moyo, Bosques	Avenida Stim 1316	Lomas del Chamizal	05129
Moyo, Santa Fé	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Antigua Mina de Totoloapa	01219
Nh, Santa Fe	Juan Salvador Agraz 44	Lomas de Vista Hermosa	05100
Nick San, Parque Duraznos	Bosque de Duraznos 39	Bosques de las Lomas	05120

Nombre comercial	Domicilio	Colonia	C.P.
Nobu, Arcos Bosques	Paseo de Tamarindos 90 21 A	Bosques de las Lomas	05120
Novecento, Santa Fe	Vasco de Quiroga 3850 1739	Santa Fe Cuajimalpa	05348
Nutrisa, Pabellón Bosques	Prolongación Bosques de la Reforma 1813	Lomas de Vista Hermosa	05100
O2	Paseo de Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Oliva Wine & Deli	Paseo de los Laureles 458	Bosques de las Lomas	05120
Padrinos, Duraznos	Bosques de Duraznos 39	Bosques de las Lomas	05120
Pajares, Bosques	Paseo de Tamarindos 400	Bosques de las Lomas	05120
Partners & Brothers, Arcos	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Penny Lane	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Pizza Amore, El Chamizal	Avenida Stim 1366	Lomas del Chamizal	05129
Pollos Río, El Yaki	Carretera Federal México Toluca 19.5 3095	El Molino	05310
Pop Sushi	Vasco de Quiroga 4299	San José de los Cedros	05200
Porfirio's, Arcos Bosques	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Posole Con Ese	Fábrica de Cartuchos 12	Lomas del Chamizal	05129
Pozolería El General	Avenida Jesús del Monte 208	Jesús del Monte	05260
Puerto Madero, Bosques De Las Lomas	Paseo de Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Quiznos Sub, Duraznos	Bosques de Duraznos 39	Bosques de Las Lomas	05120
Quiznos Sub, Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Lomas de Vista Hermosa	05100
Sanborns, Pabellón Bosques	Prolongación Bosques Reforma 1813	Lomas de Vista Hermosa	05100
Sancholas	Avenida Stim 1295	Lomas del Chamizal	05129
Savannah	Bosques de Duraznos 39	Bosques de las Lomas	05120
Sbarro, Arcos Bosques	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Sbarro, Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Bosques de las Lomas	05120
Scoozi	Paseo de los Laureles 458	Bosques de las Lomas	05120
Segafredo, Bosques	Bosques de Radiatas 50	Bosques de las Lomas	05120
Sens	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Sfusso, Bosques	Bosques de Ciruelos 194	Bosques de las Lomas	05120

Nombre comercial	Domicilio	Colonia	C.P.
Shakey's, Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3850	Cuajimalpa	05000
Sisters Bakery	Autopista México Toluca 1235	Cuajimalpa	05000
Sliders Burger Shop	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Antigua Mina de Totoloapa	01219
Sú Yang, Bosques	Paseo de Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Sublime	Bosque de Duraznos 69	Bosques de las Lomas	05120
Subway, Bosques	Prolongación Bosques de las Lomas 1283	Bosques de las Lomas	05120
Subway, Stim	Avenida Stim 1283	Lomas del Chamizal	05129
Subway, Tamarindos	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Subway, Vasco De Quiroga	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Lomas de Vista Hermosa	05100
Sushi Itto, Arcos Bosques	Paseo de los Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Sushi Itto, Bosques	Prolongación Bosques de Reforma 1356	Lomas del Chamizal	05129
Sushi Itto, Cuajimalpa	Avenida José Maria Castorena 395	Cuajimalpa	05000
Sushi Itto, Parque Duraznos	Bosque de Duraznos 39	Bosques de las Lomas	05120
Sushi Itto, Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Antigua Mina de Totoloapa	01219
Sushi Roll, Centro Comercial Santa Fe	Vasco de Quiroga 3800	Antigua Mina de Totoloapa	01219
Teavana, Arcos Bosques	Paseo de Tamarindos 90	Bosques de las Lomas	05120
Teavana, Centro Comercial Santa Fé	Avenida Vasco de Quiroga 3800 local 110	Santa Fe Cuajimalpa	05348
Teavana, Interlomas	Vialidad de la Barranca 6	Jesús del Monte	05260
Tgi Friday's, Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Rincón de las Lomas	05130
The Italian Coffee, Bosques	Avenida Stim 1318	Lomas del Chamizal	05129
Tíos, Cocina De Barrio	Avenida Vasco de Quiroga 3900	Santa Fe Cuajimalpa	05348
Tokai, Bosques	Secretaría de Marina 542	Cuajimalpa	05000
Toks, Vista Hermosa	Noche de Paz 49	Granjas Navidad	05219
Tortas La Castellana, Centro Comercial Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3800	Santa Fe Cuajimalpa	05348
Un Poco De Vino	Prolongación Bosques de Reforma 1293	Bosques de las Lomas	05120
Villa Dante, Terraza & Lounge	Loma de la Palma 275	Lomas de Vista Hermosa	05100
Vips, Cuajimalpa	José María Castonera 470	San José de los Cedros	05200

Nombre comercial	Domicilio	Colonia	C.P.
Vips, Lilas	Paseo de las Lilas 92	Bosques de las Lomas	05120
Vips, Parque Duraznos	Bosque de Duraznos 39	Bosques de las Lomas	05120
Vips, Plaza Victoria	Avenida Jesús del Monte 39	Jesús del Monte	05260
Vips, Santa Fe	Avenida Vasco de Quiroga 3900	Santa Fe Cuajimalpa	05348
Vuelve A La Vida	Avenida Stim 1368	Lomas del Chamizal	05129

Fuente: Queremoscomer.com, Socio estratégico de la Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 65. Resumen de Indicadores Turísticos Ciudad de México

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 ^{p/}
Habitaciones	48,618	48,534	48,888	49,194	48,844	50,190	51,192
Porcentaje de Ocupación	45.60	52.28	56.88	62.25	64.79	65.65	66.50
Llegada de Turistas	9,966,507	11,074,690	12,380,036	12,305,483	12,677,217	13,095,264	13,125,008
Nacionales	8,014,024	9,244,133	10,306,442	10,028,535	10,298,530	10,506,806	10,416,621
Internacionales	1,952,483	1,830,557	2,073,594	2,276,948	2,378,687	2,588,458	2,708,387
Turistas Noche ^{1/}	18,203,554	20,579,497	23,345,602	24,313,986	23,564,030	24,098,848	27,242,172
Nacionales	14,128,931	16,394,427	18,771,726	19,440,545	18,484,427	18,320,805	20,398,056
Internacionales	4,074,623	4,185,070	4,573,876	4,873,441	5,079,603	5,778,043	6,844,116
Cuartos Ocupados ^{2/}	8,104,301	9,277,614	10,108,701	10,889,550	11,591,201	11,917,015	12,280,625
Nacionales	6,389,023	7,427,864	8,151,478	8,718,968	9,210,327	9,236,279	9,495,498
Internacionales	1,715,278	1,849,750	1,957,223	2,170,582	2,380,874	2,680,736	2,785,127
Estadía ^{3/}	1.83	1.86	1.89	1.98	1.86	1.84	2.08
Nacionales	1.76	1.77	1.82	1.94	1.79	1.74	1.96
Internacionales	2.09	2.29	2.21	2.14	2.14	2.23	2.53
Densidad ^{4/}	2.25	2.22	2.31	2.23	2.03	2.02	2.2
Derrama total (mdd) ^{5/}	3,038.0	3,405.6	3,993.5	4,064.4	4,438.1	4,838.8	4,388.8
Derrama total (mdp) ^{5/}	41,281.4	43,021.1	49,751.4	53,348.0	56,337.8	64,446.6	69,544.5
Llegada de extranjeros por el AICM ^{6/}	1,942,625	2,176,808	2,139,295	2,432,434	2,650,172	2,918,230	3,353,564

Notas:

p/ Cifras preliminares.

1/ Es la suma durante un periodo determinado de turistas hospedados cada día. Se obtiene al multiplicar los cuartos ocupados por la densidad.

2/ Suma de cuartos ocupados diarios en un periodo determinado.

3/ Lapso de permanencia de una persona o personas en determinado lugar.

4/ Número promedio de personas que se hospedan en un cuarto.

5/ Solo considera el efectuado por turistas hospedados en establecimientos de hospedaje. El gasto no coincide con lo publicado en informes anteriores, debido a que se llevó a cabo un cambio en la metodología; en lugar de tomar en cuenta el Índice inflacionario se toma el Índice nacional de precios al productor Base junio 2012=100 (SCIAN 2007), Producción total según actividad económica (finales más intermedios, clasificación SCIAN 2007), Actividades terciarias, 72 Servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas, 721 Servicios de alojamiento temporal del INEGI, para el gasto en pesos. Para el gasto en dólares, la fuente es BANXICO.

6/ Elaborado con datos del Centro de Estudios Migratorios de la Unidad de Política Migratoria, SEGOB.

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 66. Porcentaje de ocupación hotelera por categoría Ciudad de México

Categoría	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gran Turismo	45.59	57.49	64.14	65.75	64.37	65.90	64.51
5 Estrellas	49.61	58.41	63.76	67.44	69.93	69.05	70.02
4 Estrellas	49.11	55.38	60.53	67.43	70.20	70.00	73.81
3 Estrellas	39.66	46.58	50.72	55.30	58.82	67.16	68.78
2 Estrellas	52.50	53.61	58.01	60.24	59.15	48.53	58.20
1 Estrella	37.17	40.84	45.88	53.94	61.41	48.53	46.88
Sin Clasificar	42.96	51.58	47.34	53.63	61.22	62.76	57.59
Promedio	45.60	52.28	56.88	62.25	64.79	65.65	66.50

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 67. Porcentaje de Ocupación Hotelera por Delegación ^{1/}

Mes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Álvaro Obregón	48.45	57.25	62.89	67.46	68.68	68.67	70.47
Azcapotzalco	45.29	50.05	53.05	58.47	60.97	61.86	60.89
Benito Juárez	46.10	53.13	57.56	63.40	65.97	67.19	68.68
Coyoacán	48.78	55.61	60.44	64.69	67.24	67.76	69.11
Cuajimalpa de Morelos	39.66	46.61	58.71	63.88	68.58	69.56	71.17
Cuauhtémoc	45.46	51.62	56.14	61.67	64.35	64.88	65.71
Gustavo A. Madero	41.89	47.74	51.61	56.14	59.60	63.41	63.91
Iztacalco	44.79	51.65	55.23	60.48	63.30	67.09	67.83
Iztapalapa	45.29	51.38	56.47	61.19	65.16	66.34	68.57
Magdalena Contreras	49.61	58.41	63.76	67.36	69.55	68.94	69.91
Miguel Hidalgo	46.01	54.82	60.05	64.03	65.18	65.96	65.91
Tláhuac	49.11	55.38	60.48	66.88	70.22	69.95	73.80
Tlalpan	45.08	53.55	58.72	62.80	64.71	67.55	68.45
Venustiano Carranza	46.90	53.20	57.55	63.86	66.34	66.04	66.77
Xochimilco	46.20	52.37	55.53	62.02	64.99	67.44	69.40
Promedio	45.60	52.28	56.88	62.25	64.79	65.65	66.50

^{1/} Estimación con base en la composición de hoteles por categoría en cada Delegación.

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 68. Porcentaje de ocupación hotelera por mes y acumulada, Ciudad de México

Mes	2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	Mensual	Acumulado	Mensual	Acumulado	Mensual	Acumulado	Mensual	Acumulado	Mensual	Acumulado	Mensual	Acumulado	Mensual	Acumulado
Enero	47.72	47.72	46.49	46.49	44.92	44.92	48.34	48.34	54.91	54.91	57.66	57.66	56.47	56.47
Febrero	50.10	48.85	53.90	50.01	54.21	49.33	58.68	53.14	61.39	57.98	63.90	60.63	65.17	60.60
Marzo	54.26	50.71	51.95	50.68	57.55	52.17	62.55	56.34	63.93	60.03	65.80	62.35	67.98	63.14
Abril	39.58	47.93	46.90	49.73	52.23	52.19	58.82	56.95	64.34	61.11	64.95	63.00	64.51	63.48
Mayo	23.48	42.91	47.11	49.20	57.62	53.31	58.62	57.28	63.04	61.51	65.69	63.50	64.67	63.73
Junio	38.21	42.14	51.58	49.59	53.27	53.30	59.69	57.69	62.08	61.60	65.40	63.90	65.97	64.10
Julio	52.38	43.63	52.24	49.98	59.60	54.22	67.98	59.21	67.81	62.51	68.61	64.59	70.33	65.01
Agosto	49.13	44.33	54.42	50.55	58.64	54.78	66.03	60.09	66.91	63.06	65.59	64.71	67.34	65.31
Septiembre	44.07	44.31	54.91	51.03	57.58	55.09	66.17	60.77	69.24	63.74	66.68	64.93	67.08	65.51
Octubre	50.07	44.89	55.24	51.46	62.50	55.85	70.20	61.71	71.58	64.53	70.53	65.51	72.92	66.28
Noviembre	53.90	45.70	59.37	52.17	63.80	56.57	68.38	62.31	70.27	65.05	72.20	66.11	73.13	66.90
Diciembre	44.45	45.60	53.44	52.28	60.19	56.88	61.66	62.25	62.07	64.79	60.71	65.65	62.31	66.50

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 69. Llegada de extranjeros por el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México

Mes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Enero	177,215	187,614	159,433	200,268	214,973	246,791	250,107
Febrero	170,749	182,571	153,999	187,399	194,123	229,324	242,747
Marzo	188,078	205,494	174,652	198,614	215,078	239,847	277,053
Abril	147,066	169,926	160,167	173,677	191,194	206,940	247,285
Mayo	69,110	172,389	165,458	182,188	199,432	226,436	267,025
Junio	140,641	198,050	179,749	218,195	234,144	245,862	304,404
Julio	187,764	230,371	199,622	233,556	245,484	271,184	318,093
Agosto	171,868	189,918	181,782	210,326	223,055	249,366	286,650
Septiembre	139,565	133,020	159,437	176,050	193,627	209,427	242,556
Octubre	168,288	159,994	190,231	200,125	229,305	252,895	291,114
Noviembre	172,482	158,982	187,983	203,560	231,836	249,352	281,827
Diciembre	209,799	188,479	226,782	248,476	277,921	290,806	344,703
Total	1,942,625	2,176,808	2,139,295	2,432,434	2,650,172	2,918,230	3,353,564

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México con datos del Centro de Estudios Migratorios de la Unidad de Política Migratoria, SEGOB.

Cuadro 70. Vuelos comerciales ^{1/} en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México

Vuelos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Nacionales	261,089	254,087	244,985	233,689	237,314	257,507	260,885	272,230	278,446
Internacionales	91,314	88,152	79,902	80,234	83,822	92,370	98,010	102,661	111,823
Total	352,403	342,239	324,887	313,923	321,136	349,877	358,895	374,891	390,269

1/ Incluyen llegadas y salidas.

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México con datos del Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México.

Cuadro 71. Turistas hospedados por Delegación ^{1/}

Mes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Álvaro Obregón	152,646	159,481	129,834	141,152	154,310	336,105	478,480	468,534	459,496
Azcapotzalco	160,482	177,747	166,172	188,796	207,074	162,172	174,002	180,935	173,500
Benito Juárez	792,747	825,554	746,262	863,851	965,745	979,632	986,118	1,045,704	1,057,668
Coyoacán	222,112	235,799	204,365	219,166	242,824	229,358	212,090	209,167	226,482
Cuajimalpa de Morelos	20,322	20,446	16,871	20,654	62,580	69,008	94,362	193,918	209,359
Cuauhtémoc	6,310,667	6,660,197	5,727,969	6,272,688	6,979,128	6,768,730	6,861,446	7,007,771	7,013,220
Gustavo A. Madero	449,135	463,245	412,741	477,747	559,275	566,620	603,682	656,378	654,469
Iztacalco	157,739	165,419	143,524	169,393	189,735	181,942	186,411	209,967	207,702
Iztapalapa	331,225	344,038	316,454	345,392	412,528	353,995	301,333	333,559	423,022
Magdalena Contreras	65,307	67,156	57,053	63,120	68,980	69,677	64,656	54,874	53,960
Miguel Hidalgo	1,372,212	1,403,382	1,151,076	1,309,460	1,416,002	1,416,562	1,524,924	1,508,040	1,415,385
Tláhuac	20,966	23,586	19,687	20,616	23,383	23,166	18,832	19,512	21,932
Tlalpan	267,213	271,608	219,536	255,437	294,320	301,104	293,238	299,356	308,238
Venustiano Carranza	635,788	641,561	560,091	616,549	681,816	751,065	788,559	811,620	802,093
Xochimilco	98,642	106,006	94,872	110,669	122,336	96,347	89,084	95,929	98,482
Total	11,057,203	11,565,225	9,966,507	11,074,690	12,380,036	12,305,483	12,677,217	13,095,264	13,125,008

1/ Estimación con base en la composición de hoteles por categoría en cada Delegación.

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 72. Porcentaje de Ocupación por Delegación ^{1/}

Mes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Álvaro Obregón	60.73	61.51	48.45	57.25	62.89	67.46	68.68	68.67	70.47
Azcapotzalco	54.55	54.62	45.29	50.05	53.05	58.47	60.97	61.86	60.89
Benito Juárez	56.55	56.09	46.10	53.13	57.56	63.40	65.97	67.19	68.68
Coyoacán	58.71	59.71	48.78	55.61	60.44	64.69	67.24	67.76	69.11
Cuajimalpa de Morelos	49.90	55.35	39.66	46.61	58.71	63.88	68.58	69.56	71.17
Cuauhtémoc	55.95	55.18	45.46	51.62	56.14	61.67	64.35	64.88	65.71
Gustavo A. Madero	51.91	50.90	41.89	47.74	51.61	56.14	59.60	63.41	63.91
Iztacalco	55.86	56.02	44.79	51.65	55.23	60.48	63.30	67.09	67.83
Iztapalapa	55.40	55.40	45.29	51.38	56.47	61.19	65.16	66.34	68.57
Magdalena Contreras	60.56	62.75	49.61	58.41	63.76	67.36	69.55	68.94	69.91
Miguel Hidalgo	59.30	58.20	46.01	54.82	60.05	64.03	65.18	65.96	65.91
Tláhuac	58.90	67.66	49.11	55.38	60.48	66.88	70.22	69.95	73.80
Tlalpan	56.80	57.17	45.08	53.55	58.72	62.80	64.71	67.55	68.45
Venustiano Carranza	57.21	56.54	46.90	53.20	57.55	63.86	66.34	66.04	66.77
Xochimilco	56.58	57.60	46.20	52.37	55.53	62.02	64.99	67.44	69.40
Promedio	56.45	55.84	45.60	52.28	56.88	62.25	64.79	65.65	66.50

1/ Estimación con base en la composición de hoteles por categoría en cada Delegación.

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 73. Pasajeros transportados por Centrales de Autobuses Ciudad de México

Central	2009				2010				2011			
	Norte	Poniente	Oriente	Sur	Norte	Poniente	Oriente	Sur	Norte	Poniente	Oriente	Sur
Enero	1,313,915	720,555	612,615	381,765	1,341,349	703,440	595,350	366,630	1,010,760	726,405	618,915	365,325
Febrero	1,084,039	647,070	540,720	336,600	1,323,655	636,525	497,970	315,840	820,692	660,255	548,955	326,145
Marzo	1,177,884	709,305	598,980	336,600	1,445,435	714,975	594,810	370,560	977,860	734,415	604,365	363,030
Abril	1,301,347	682,500	605,970	378,975	1,550,085	696,750	578,550	363,585	1,136,249	738,855	622,290	385,155
Mayo	1,027,314	673,485	549,630	332,010	1,451,972	727,560	593,790	357,015	1,014,048	741,810	605,775	363,240
Junio	1,140,513	677,805	550,950	331,980	1,347,232	686,100	566,400	337,770	1,025,923	711,060	578,550	346,155
Julio	1,333,866	706,275	607,005	375,810	1,390,052	727,080	613,695	373,665	1,288,790	744,735	614,010	367,410
Agosto	1,275,244	725,610	614,385	376,050	1,140,445	729,120	601,725	366,510	1,121,284	743,535	614,055	384,645
Septiembre	1,143,908	688,320	556,545	332,640	1,344,836	702,693	543,795	341,250	1,090,131	706,815	579,885	368,310
Octubre	1,221,271	727,865	588,390	354,255	1,390,366	702,693	592,320	359,535	1,015,096	743,250	604,470	380,670
Noviembre	1,193,265	699,705	564,750	345,450	1,524,624	705,870	576,285	355,236	1,426,016	722,265	579,945	365,940
Diciembre	1,345,905	937,374	804,708	471,017	1,433,406	748,965	644,595	368,805	1,426,527	774,000	654,030	406,005
Total	14,558,471	8,595,869	7,194,648	4,353,152	16,683,457	8,481,771	6,999,285	4,276,401	13,353,376	8,747,400	7,225,245	4,422,030

Central	2012				2013			
	Norte	Poniente	Oriente	Sur	Norte	Poniente	Oriente	Sur
Enero	1,001,352	745,260	605,370	378,555	1,337,452	742,455	591,810	497,222
Febrero	852,199	700,710	554,790	353,340	1,092,568	679,380	529,650	450,679
Marzo	1,154,656	750,135	594,795	386,565	1,215,819	775,260	621,420	451,436
Abril	1,654,993	756,435	611,700	400,335	959,396	726,885	578,790	423,412
Mayo	1,483,650	759,360	588,030	377,130	923,808	754,650	585,105	431,642
Junio	1,459,973	762,405	573,000	369,510	930,947	735,825	570,105	469,618
Julio	1,409,194	720,450	620,010	402,525	1,160,289	757,530	616,830	541,587
Agosto	1,399,173	756,660	611,640	394,477	1,053,485	762,090	607,260	484,940
Septiembre	1,381,842	734,220	579,210	386,415	846,726	720,405	575,415	396,988
Octubre	1,267,433	735,255	593,820	369,375	878,996	739,635	586,650	443,324
Noviembre	1,244,982	725,130	577,260	380,175	921,451	751,305	576,990	496,548
Diciembre	1,514,199	772,965	43,665	381,825	1,224,937	787,710	625,425	608,669
Total	15,823,646	8,918,985	6,553,290	4,580,227	12,545,874	8,933,130	7,065,450	5,696,065

Cuadro 73. Pasajeros transportados por Centrales de Autobuses Ciudad de México (continuación)

Central	2014				2015			
	Norte	Poniente	Oriente	Sur	Norte	Poniente	Oriente	Sur
Enero	946,545	978,266	770,720	477,543	992,432	1,014,848	742,850	443,614
Febrero	778,440	890,375	684,424	427,684	813,128	908,544	660,645	425,595
Marzo	917,450	955,621	720,533	503,922	967,405	952,296	745,078	530,765
Abril	1,091,365	928,953	664,604	568,832	1,039,197	878,906	663,834	552,633
Mayo	932,027	871,913	653,599	473,180	977,433	888,726	671,313	492,744
Junio	859,719	956,596	707,289	455,236	878,930	957,530	716,966	447,719
Julio	1,107,077	1,081,971	803,190	531,583	1,144,996	1,067,561	822,342	559,763
Agosto	1,102,550	953,073	724,237	516,156	1,135,409	1,094,378	825,367	546,749
Septiembre	863,243	820,482	613,302	423,022	858,242	834,823	643,199	432,445
Octubre	902,650	894,589	684,538	443,525	957,566	890,550	705,864	482,087
Noviembre	900,224	1,247,125	908,344	443,054	939,315	885,236	695,739	462,579
Diciembre	1,241,472	1,019,304	898,377	569,924	1,295,827	946,485	899,207	601,507
Total	11,642,762	11,598,268	8,833,157	5,833,661	11,999,880	11,319,883	8,792,404	5,978,200

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, con datos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Cuadro 74. Movimiento de autos en las principales carreteras (casetas) de la Ciudad de México

Casetas	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
San Marcos	7,727,092	7,808,317	7,596,212	7,378,561	8,306,142	11,269,311	8,080,447	7,933,947	8,373,368
Tepotzotlán	10,228,675	10,823,681	10,842,264	10,953,057	11,896,420	12,370,435	12,576,571	12,695,365	13,380,231
Ojo de Agua	13,033,471	14,095,353	14,999,148	17,336,868	15,385,211	15,325,835	15,798,282	15,790,049	16,760,191
Tlalpan	9,915,803	10,064,795	10,305,435	10,379,858	10,478,183	10,487,464	9,826,793	10,752,654	11,334,680
Marquesa	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	14,645,334	14,749,893	15,225,115
Total	40,905,041	42,792,146	43,743,059	46,048,344	46,065,956	49,453,045	60,927,427	61,921,908	65,073,585

n.d. No disponible.

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México con datos de Caminos y Puentes Federales de Ingresos y Servicios Conexos y Promotora y Operadora de Infraestructura (Oficina de Administración de la Caseta La Marquesa).

Cuadro 75. Movimiento de autobuses en las principales carreteras (casetas) de la Ciudad de México

Casetas	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
San Marcos	1,230,458	1,041,649	800,877	849,691	905,535	953,198	961,305	785,968	866,433
Tepotzotlán	1,027,435	1,067,792	1,118,398	884,751	1,019,787	1,081,678	1,065,747	1,141,582	1,271,511
Ojo de Agua	1,355,898	1,496,179	1,347,239	1,105,049	1,050,240	1,075,366	1,027,280	1,132,390	1,250,893
Tlalpan	865,960	864,296	800,450	804,355	808,735	808,452	672,414	755,510	439,809
Marquesa	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	637,645	547,279	477,469
Total	4,479,751	4,469,916	4,066,964	3,643,846	3,784,297	3,918,694	4,364,391	4,362,729	4,306,115

n.d. No disponible.

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México con datos de Caminos y Puentes Federales de Ingresos y Servicios Conexos y Promotora y Operadora de Infraestructura (Oficina de Administración de la Caseta La Marquesa).

DIRECTORIO

Dr. Miguel Ángel Mancera Espinosa
Jefe de Gobierno de la Ciudad de México

Lic. Miguel Torruco Marqués
Secretario de Turismo de la Ciudad de México

Ing. Alejandro Aguilera Gómez
Director General de Planeación y Desarrollo Turístico

Lic. Guillermo Cervantes Cuevas
Director de Planeación y Evaluación

Ing. Nicolás Cano Ibarra
Director del Sistema de Información

Lic. Haydee Andrea Muñoz Cuevas
Subdirectora de Programación y Evaluación

Lic. Rosa Rangel Rangel
Subdirectora de Estadística y Registro

Líderes Coordinadores de Proyectos

Lic. Sandy Valdez Velazco

Lic. Antonio Garcés Mérida

Blanca Iris Hernández López

Apoyo Técnico

Lic. Miriam Beatriz Ortega Torres

Karen Yazmin Alvarado Romero

Lic. María Elena Arroyo García



CDMX
CIUDAD DE MÉXICO

