

EL TURISMO EN CDMX 2014- 2015

Delegación La Magdalena Contreras



CDMX

CIUDAD DE MÉXICO

SECRETARÍA DE TURISMO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

EL TURISMO EN LA CIUDAD DE MÉXICO. 2014-2015

Delegación Magdalena Contreras

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 de la CDMX: 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 Magdalena Contreras

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	28
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
AMENAZAS	68
SEGUNDA PARTE. EL TURISMO EN LA DELEGACIÓN MAGDALENA CONTRERAS	70
RESULTADOS TURÍSTICOS 2014-2015	70
BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA MAGDALENA CONTRERAS	70
LOCALIZACIÓN DE LA DELEGACIÓN MAGDALENA CONTRERAS	71
LÍMITES	72
INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	73
HOTELERÍA	75
OCUPACIÓN HOTELERA	76
TURISMO RECEPTIVO EN MAGDALENA CONTRERAS	77
DERRAMA ECONÓMICA DEL TURISMO RECEPTIVO	79
TURISMO EGRESIVO DE MAGDALENA CONTRERAS	80
GASTO DEL TURISMO EGRESIVO	81
SALDO TURÍSTICO DE LA DELEGACIÓN MAGDALENA CONTRERAS	82
ESTRUCTURA DEL GASTO DE LOS VISITANTES DE LA DELEGACIÓN MAGDALENA CONTRERAS	85
MOVILIDAD	88
EMPLEO EN RESTAURANTES Y HOTELES	89
PROYECCIÓN POBLACIONAL	89
GLOSARIO DE TÉRMINOS	91
ANEXO ESTADÍSTICO	98
DIRECTORIO	162

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 Rio 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 ganen.

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

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

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 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.

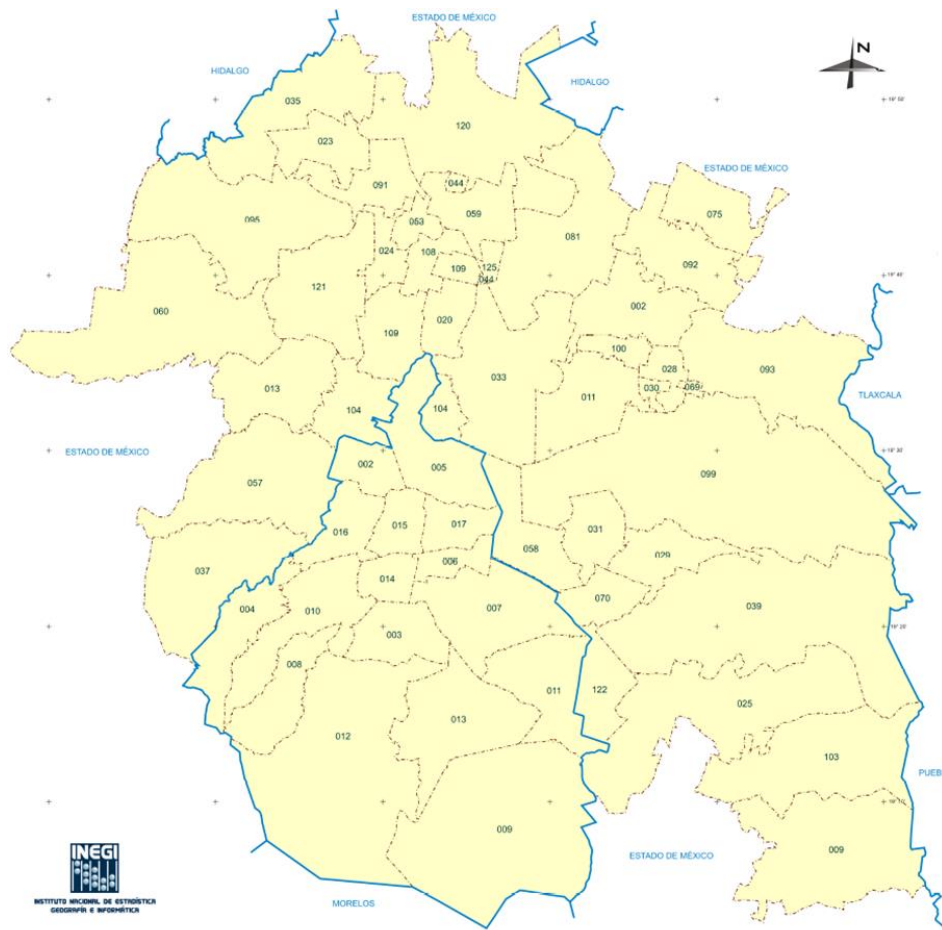
En el presente ejercicio se hace la aplicación de estos conceptos para presentar una perspectiva del turismo en la ciudad de México, incluyendo entre sus componentes el turismo receptivo, los agregados del turismo egresivo y los flujos internos que se presentan dentro de la urbe y entre ésta y el área 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 ($\alpha+$)

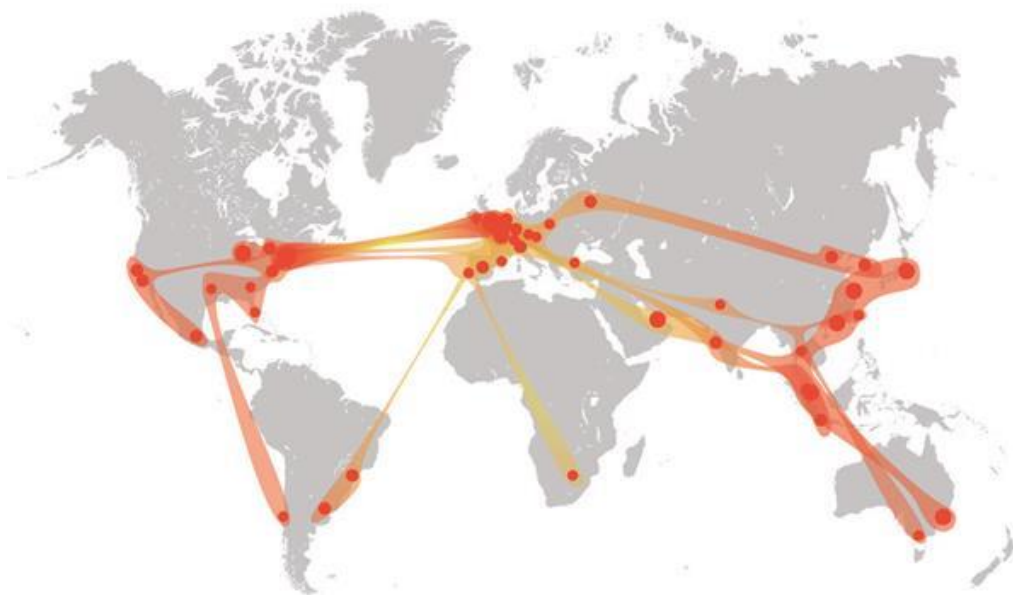
³ Esta Red de Investigación se enfoca en el estudio de las relaciones entre ciudades del mundo, analizando temas de interrelación tales como negocios internacionales, sustentabilidad, políticas urbanas y logística. Esta red, dedicada a producir y difundir conocimiento sobre la globalización de las ciudades,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

está integrada por 8 ciudades con índices que se ubican entre 60 y 73 puntos es encabezado por Hong Kong con 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>

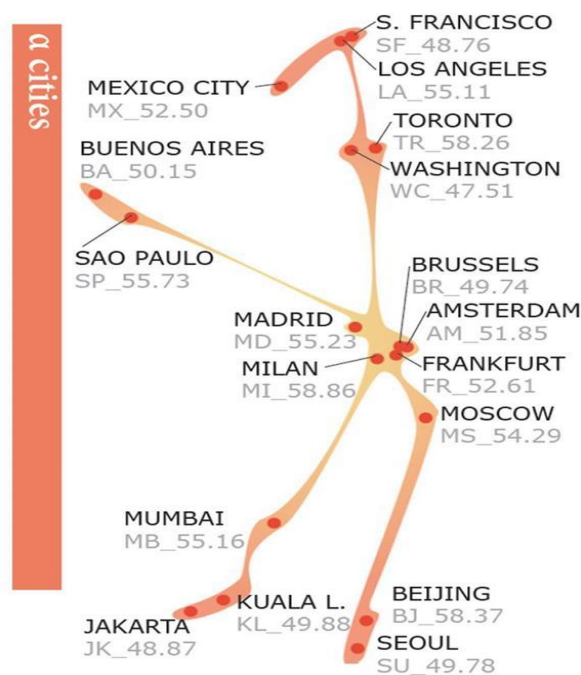
El siguiente nivel de clasificación de las ciudades del mundo es el β . Las tres subcategorías van desde los 25 hasta los 40 puntos. En la categoría $\beta+$ se ubican 16 ciudades, entre las que destacan Houston, Vancouver, Montreal, Hamburgo, Copenhague, Berlín, Roma, Cairo y Tel Aviv y entre las que 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 $\beta-$ 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.

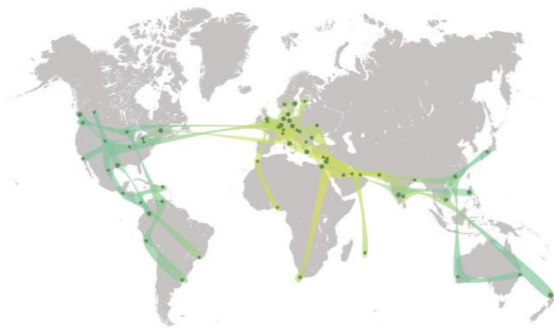
GRÁFICA 4. Interconectividad Global de la Ciudad de México



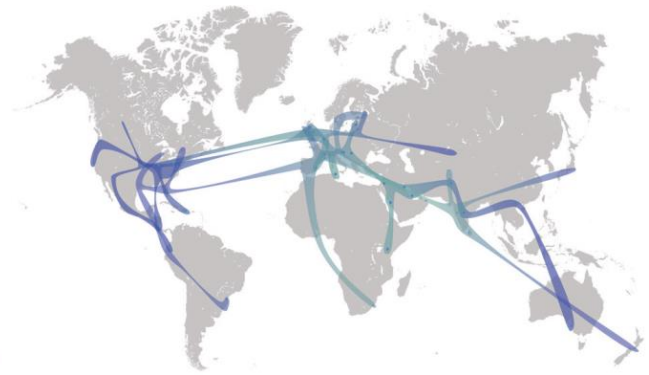
Fuente: Globalization and World Cities Research Network <http://www.lboro.ac.uk/gawc/index.html>

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

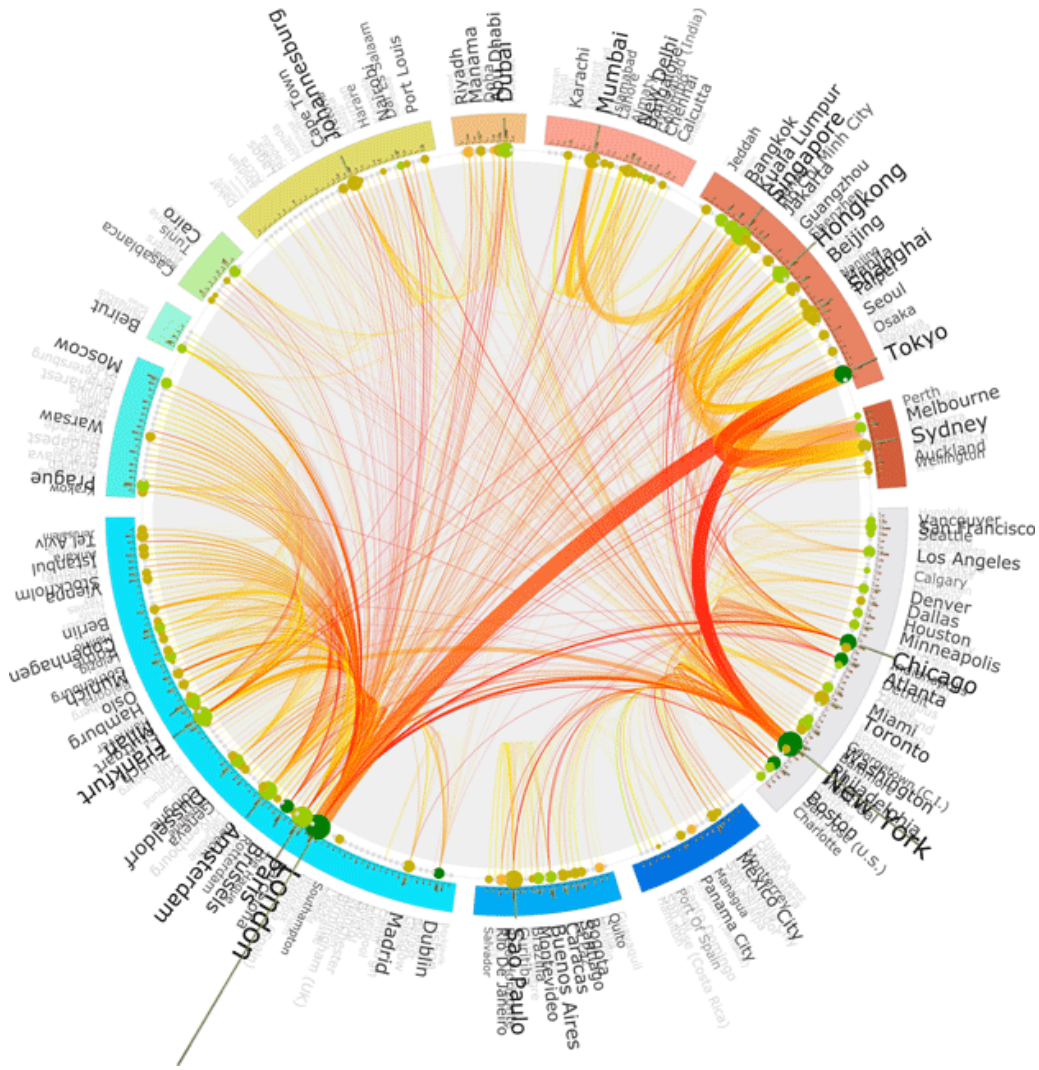


GRÁFICA 6. Las Ciudades γ en el Mundo



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.

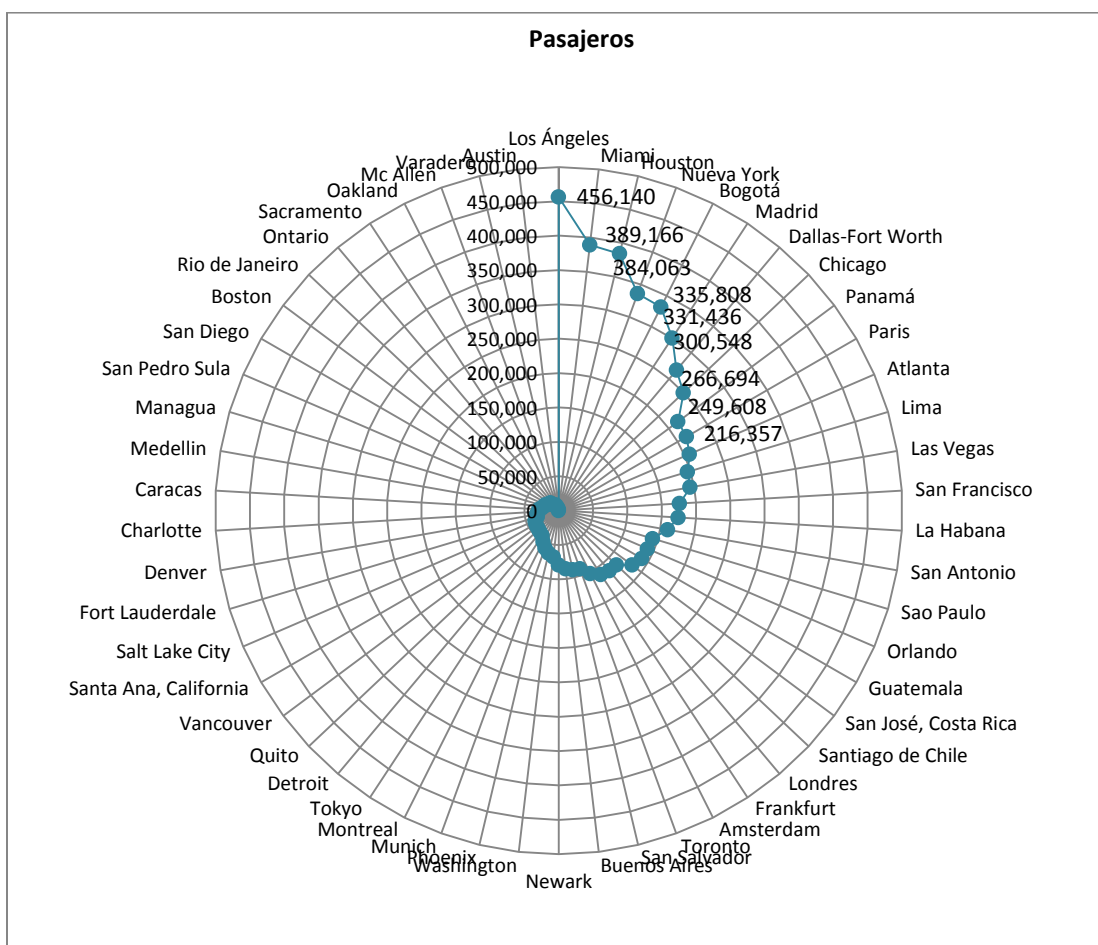
Los turistas internacionales que visitaron la ciudad provinieron de 208 países. Tomando en cuenta únicamente las 50 nacionalidades más importantes se observa que el número de turistas de todas

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



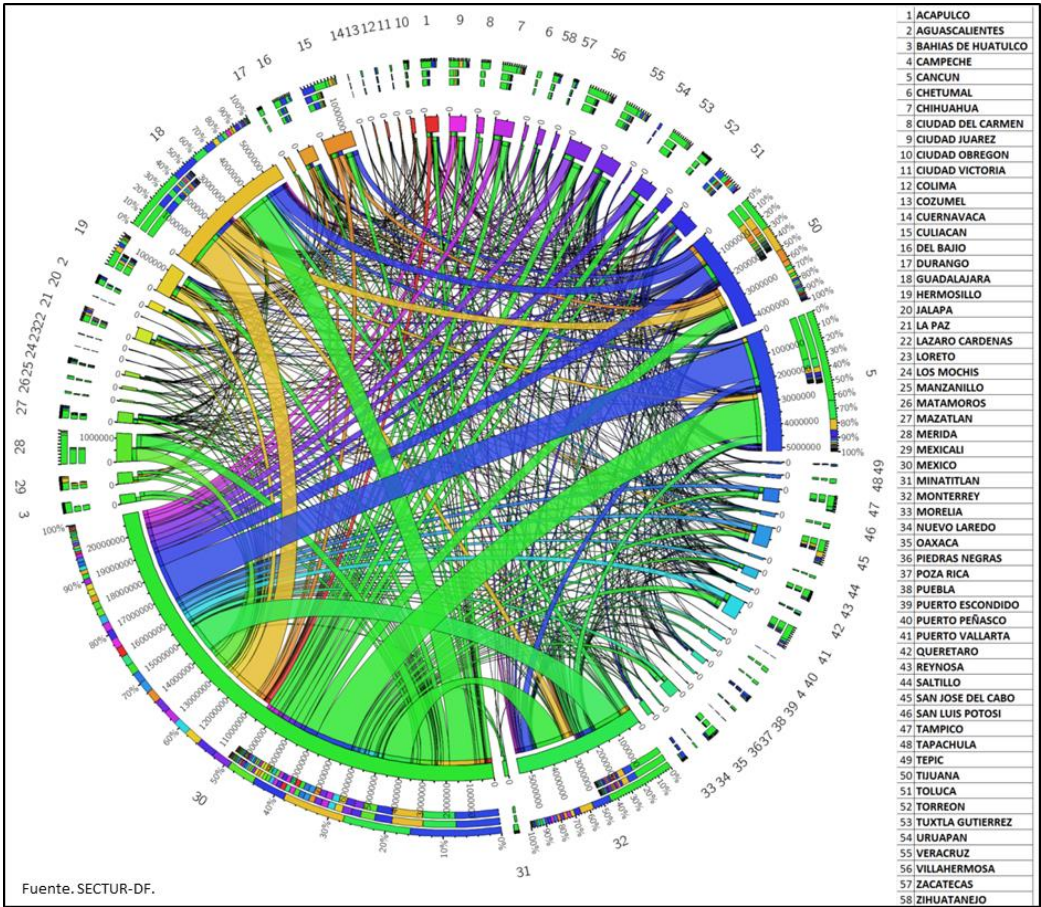
Fuente: Sector DF con datos del Sistema Integral de Operación Migratoria (SIOM), UPM, SEGOB.

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, París 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	
	Millones de Pesos		Millones de Pesos	
Servicios				
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

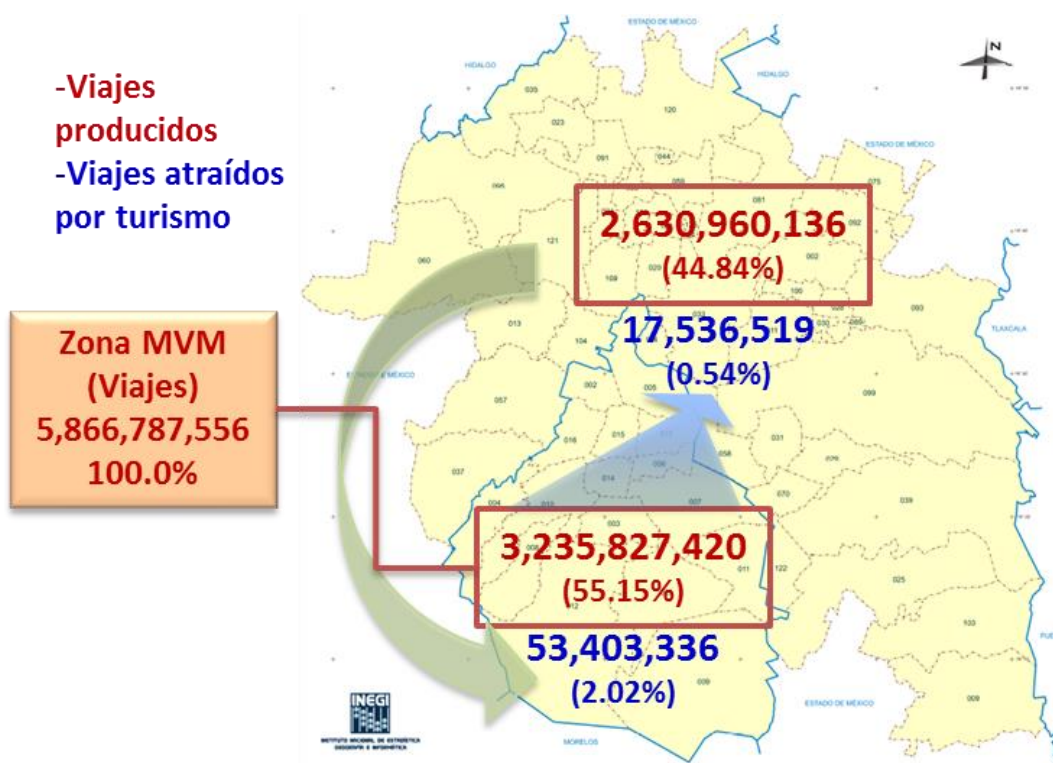
este rubro se estima que si en promedio cada vehículo transporta a dos pasajeros, el total de personas transportadas asciende a 123.8 millones

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

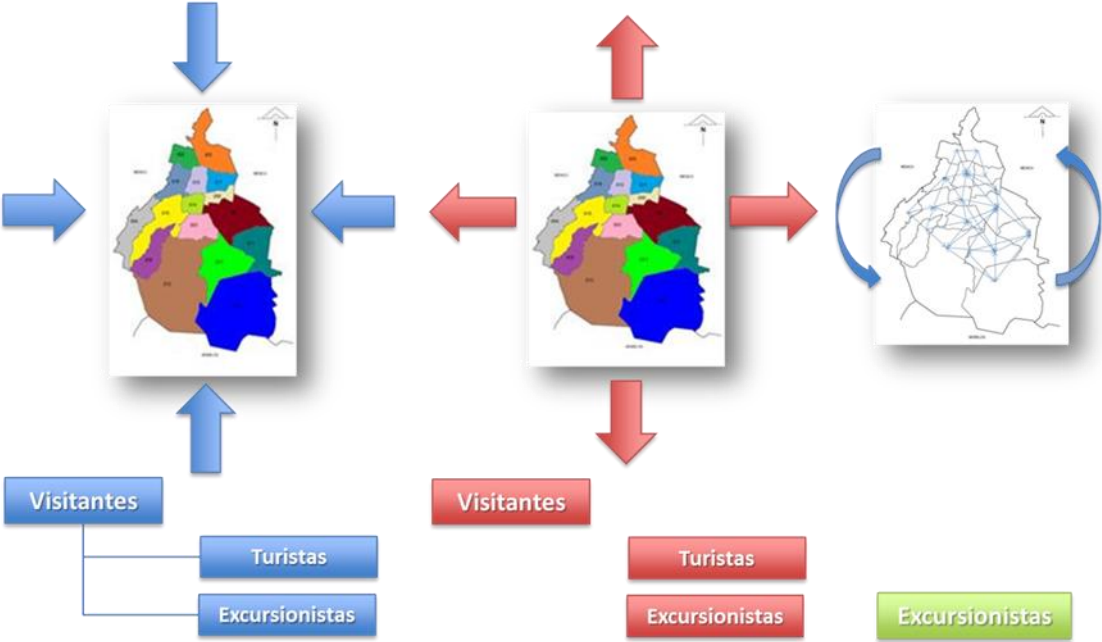


Fuente:Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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 viajeros 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

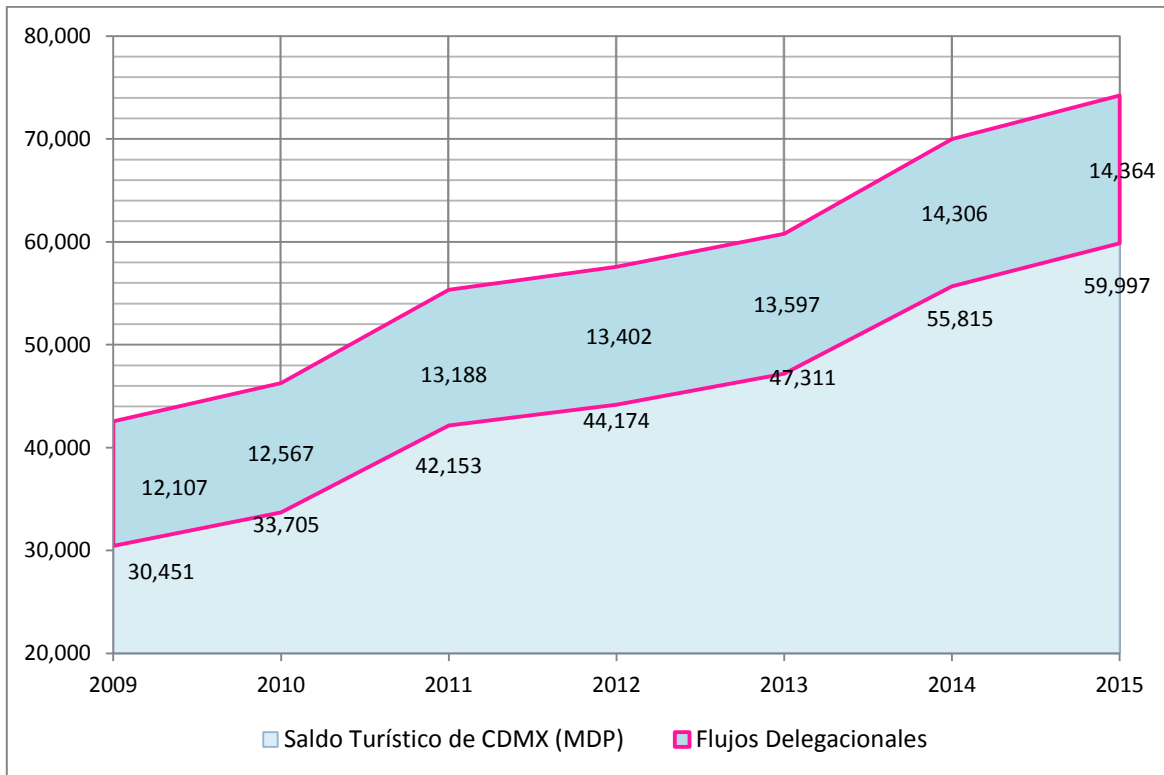
Con los datos anteriormente analizados, ya es posible determinar el saldo turístico de la ciudad. Este concepto se define como los ingresos de origen turístico receptivo que se obtuvieron en un periodo determinado, menos los gastos realizados por los turistas egresivos en el mismo lapso. El saldo turístico 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

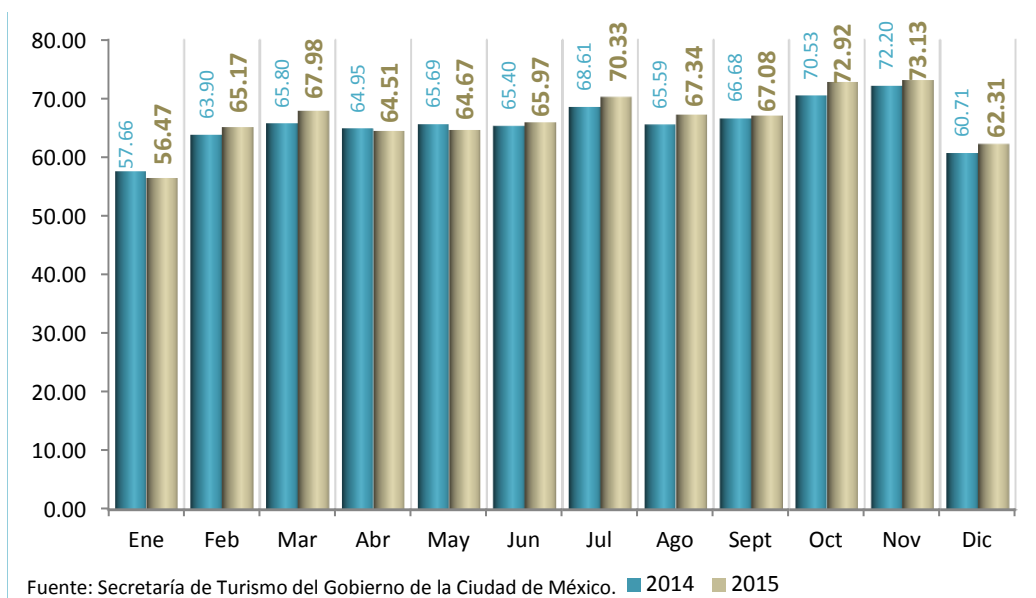
La infraestructura hotelera de la Ciudad de México está integrada por un conjunto de 613 establecimientos que en 214 contaron con 50,190 cuartos de hotel. En 2015 el número de hoteles se incrementa a 626, con 51,192 cuartos. Los hoteles en cuestión cubren toda la gama de categorías en las que se clasifica 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



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.

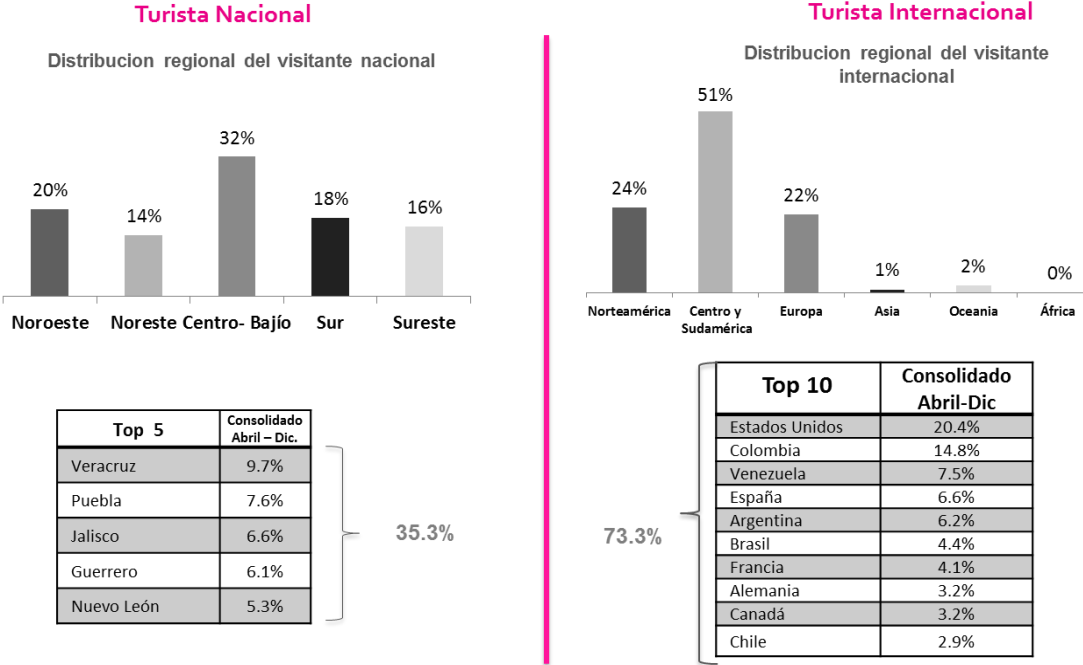
⁵ La encuesta de “Perfil del Turista que Visita la Ciudad de México 2015” es levantada desde el año 2012 por la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional para la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

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.

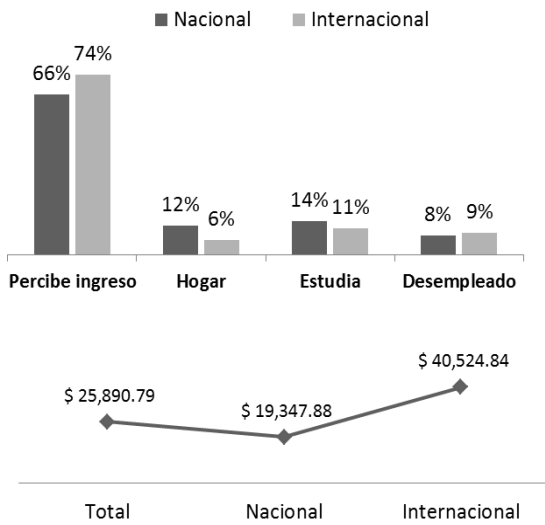
Los principales resultados para 2015, expuestos de manera gráfica son los siguientes:

GRÁFICAS 14-19. Perfil del Turista 2015

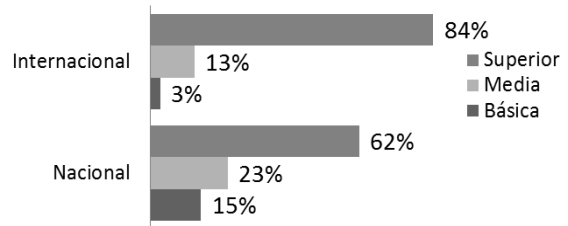
Origen del Turista



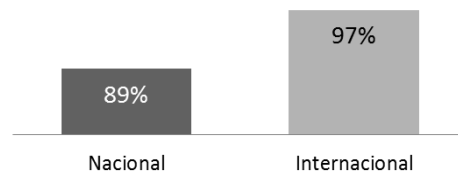
Ocupación e Ingreso



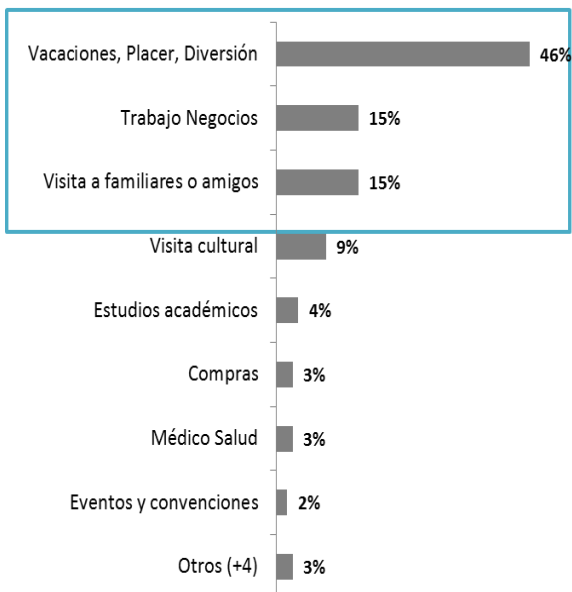
Escolaridad y Uso de Internet



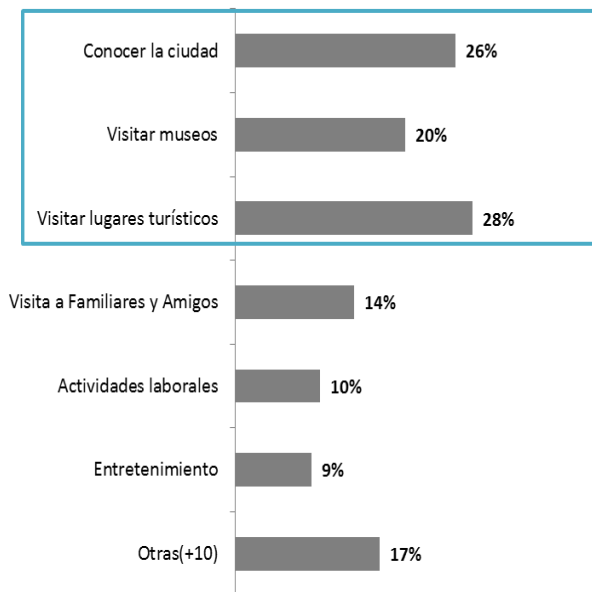
Usuarios Internet



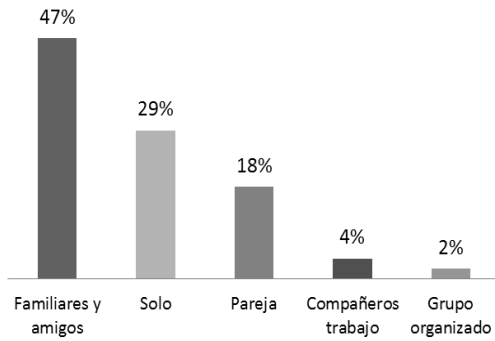
Principal Motivo de Visita



Principales Actividades

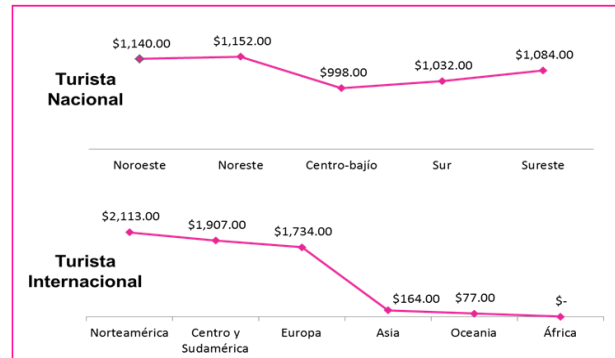
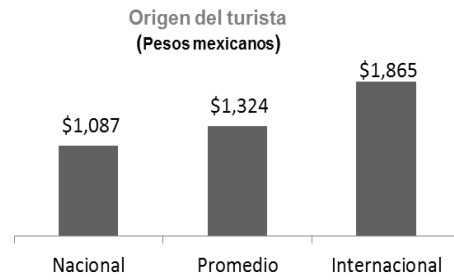


Acompañantes



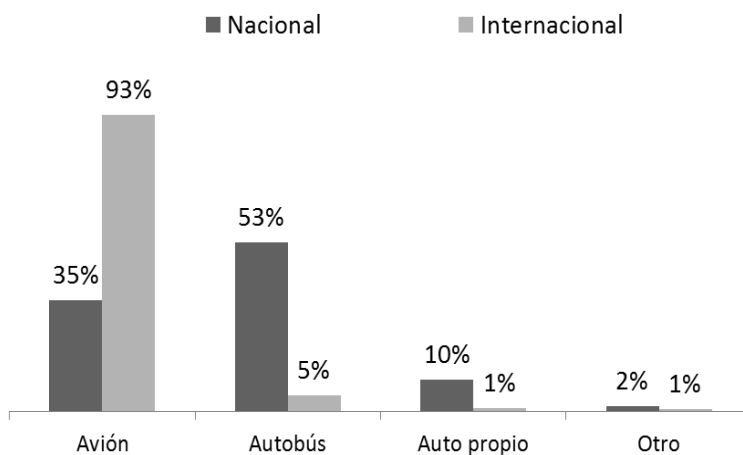
Tamaño del grupo (media)	Nacional	Internacional
Familiares y amigos	4.1	3.6
Compañeros de trabajo	9.4	5.6
Grupo organizado	38.8	26.6

Gasto Diario



Medio de Transporte

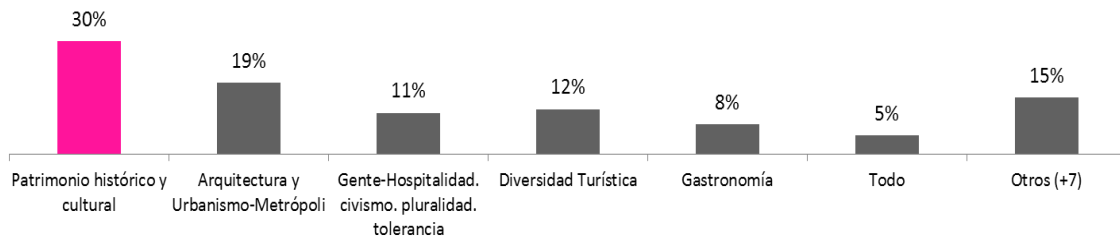
Para llegar a la Ciudad de México



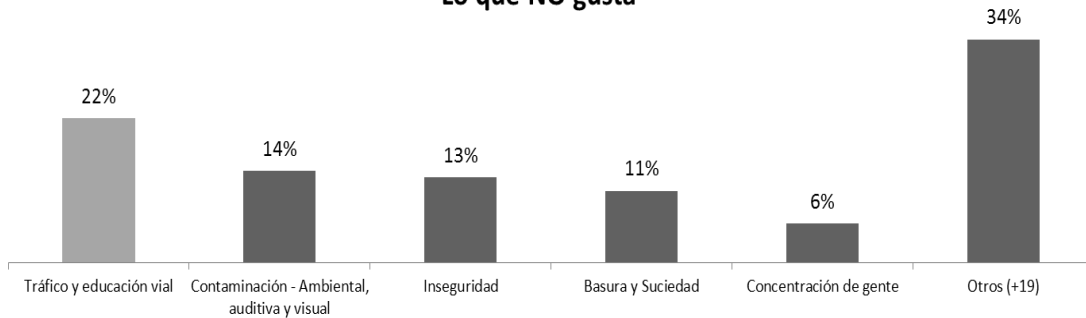
Movilidad Interna

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 inquirió 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 así como a los sistemas de transporte colectivo público, integrados por el Metro (12 líneas con 195 estaciones y 385 trenes), Metrobús (6 líneas en carriles confinados exclusivos, con 191 estaciones), Tren Ligero (una ruta con 18 estaciones), la Red de Transporte de Pasajeros (RTP, con cinco servicios, Ordinario, Atenea, Ecobús, Expreso, Nochebús, que atienden 159 rutas y el Circuito Bicentenario), el Servicio de Transportes Eléctricos (Trolebús con 383 unidades distribuidas en 9 rutas) además del transporte colectivo privado, integrado por una amplia red de microbuses (con 430 rutas autorizadas) y colectivos (conocidos como peseras que todavía prestan servicio de manera irregular) y el servicio de taxis, al que ahora se han integrado servicios como Uber y Cabify, entre otros. 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

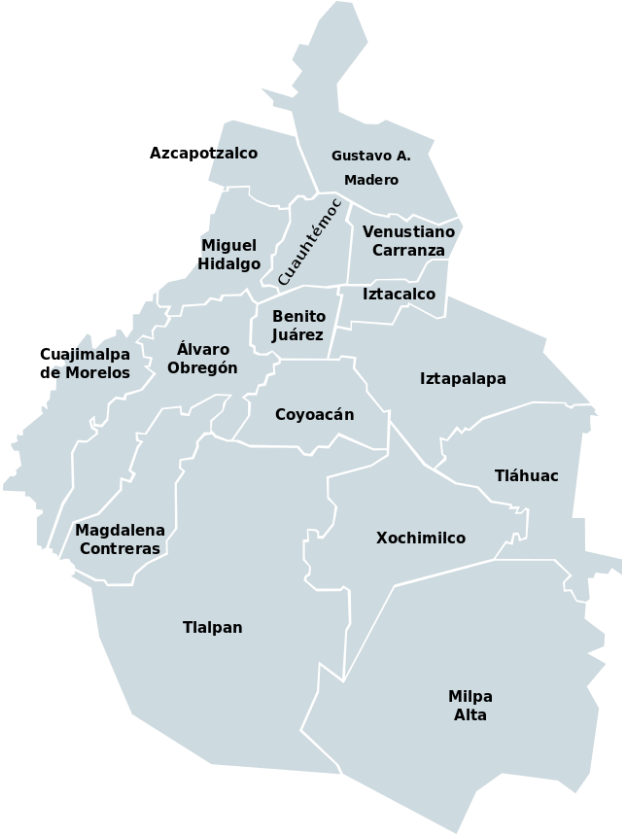
Terminada la guerra revolucionaria y una vez pacificado el país, la ciudad capital ocupaba el territorio de trece municipios, seguía siendo el asiento de los poderes federales y por tanto el centro político y administrativo del país. Para 1928 se suprimió el régimen municipal en el territorio de la ciudad 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 sonoreense. 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

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.

convive con la fisonomía rural, 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.

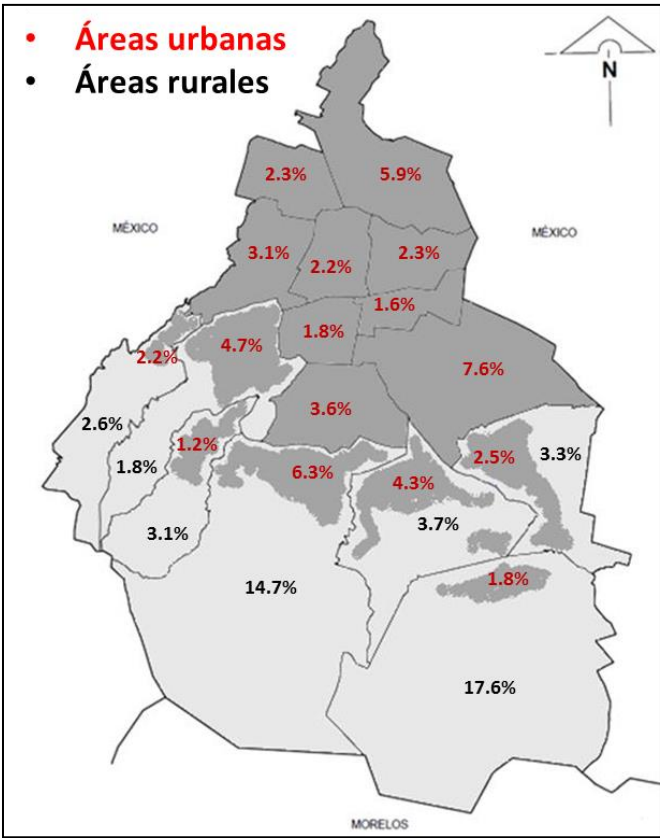
El 53% de la superficie de la entidad corresponde al área urbana, ésta se concentra en las delegaciones ubicadas al Norte de la ciudad e incluye a las cuatro delegaciones que formaban la ciudad central además de Azcapotzalco, Gustavo A. Madero, Iztacalco, Iztapalapa Coyoacán. Siete delegaciones poseen 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.

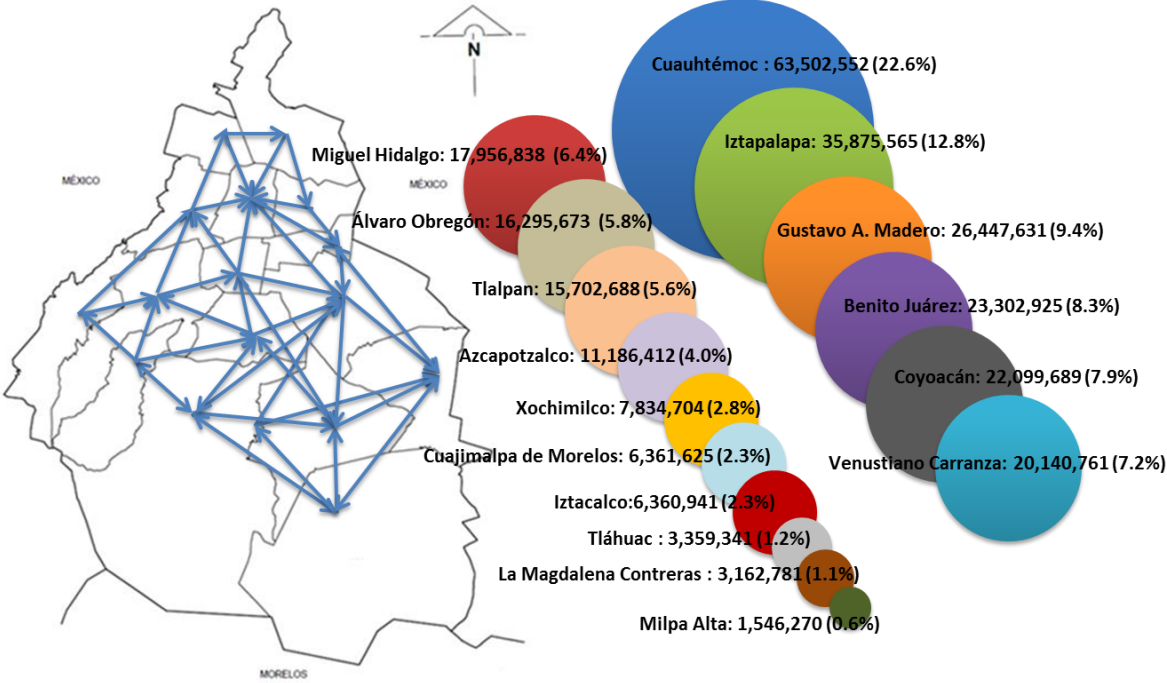
Como es de esperarse, las delegaciones con mayor infraestructura hotelera y disponibilidad de cuartos reciben al mayor número de turistas y concentran la mayor parte de la derrama económica producida por su visita; sin embargo la relación no es directamente proporcional en todos los casos. Mientras que 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.

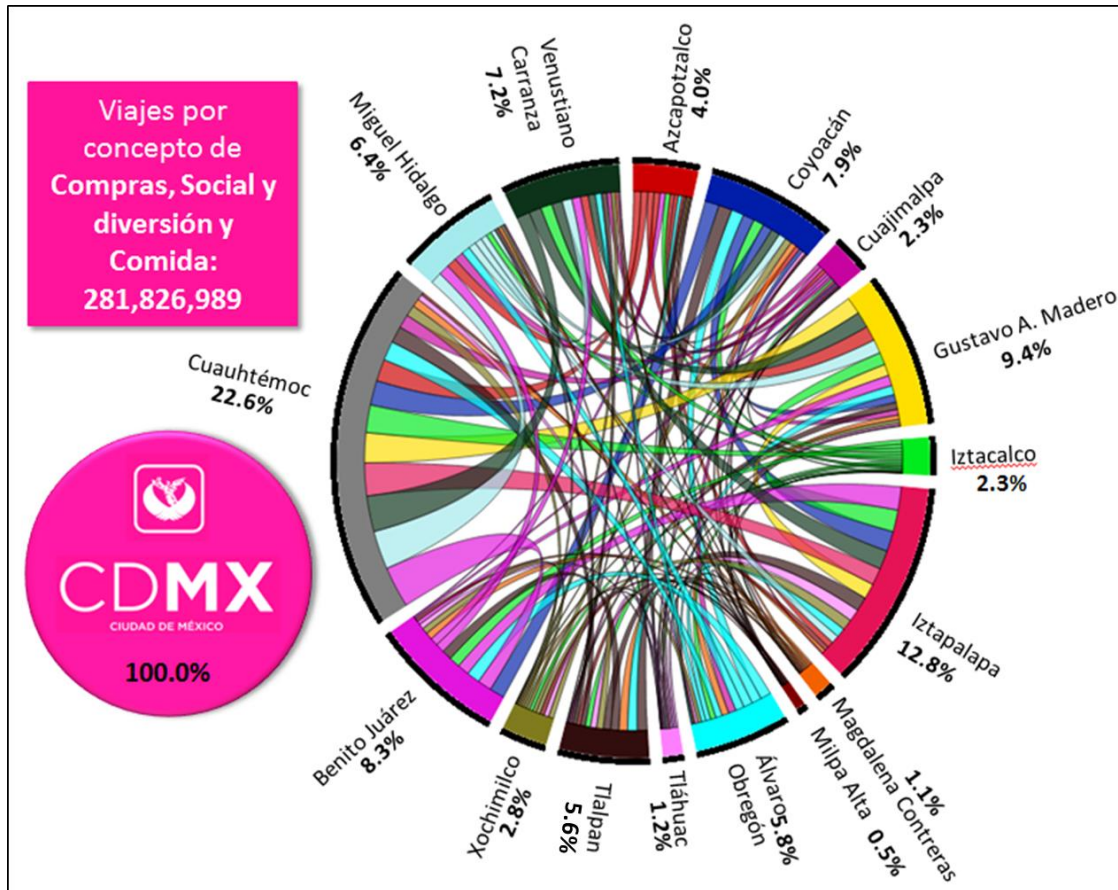
GRÁFICA 23. Flujos Delegacionales. Viajes atraídos por delegación en 2015

281,136,396 Viajes atraídos en materia de turismo



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**

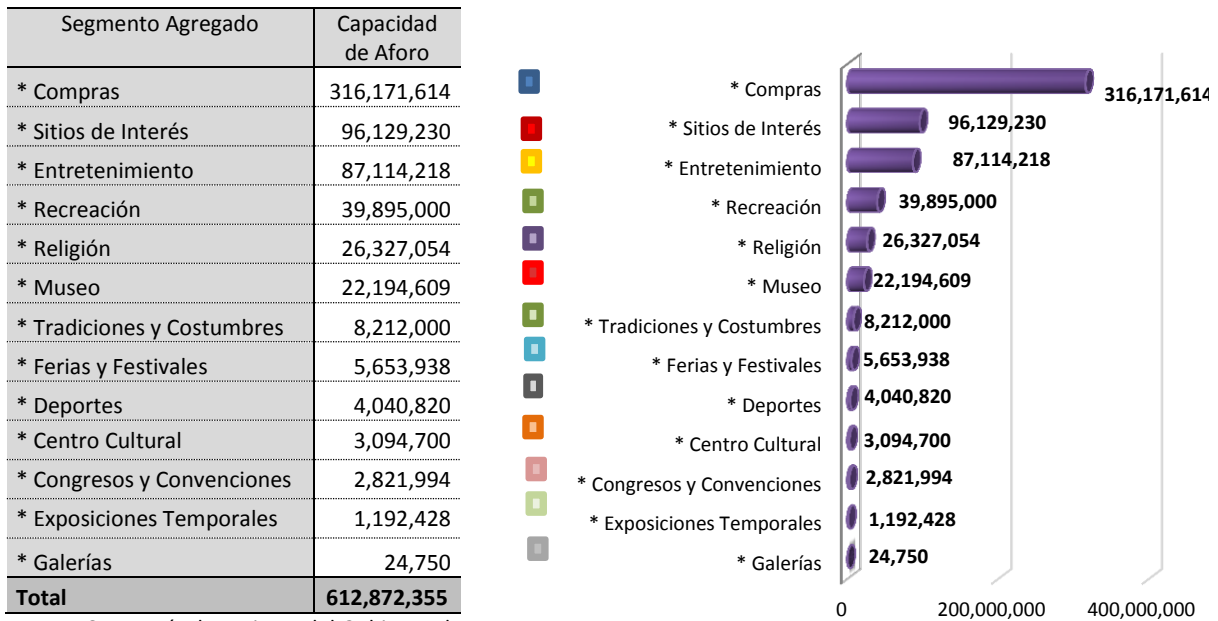


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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

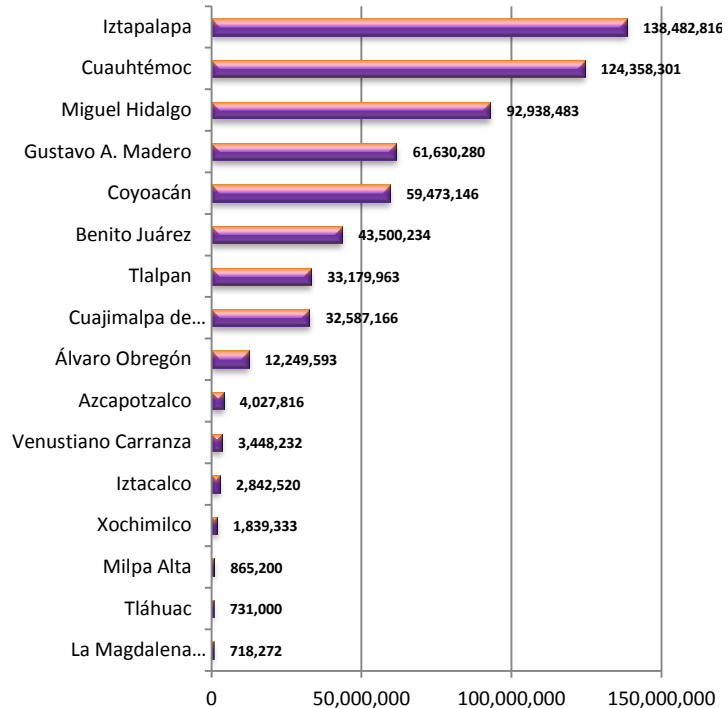


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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



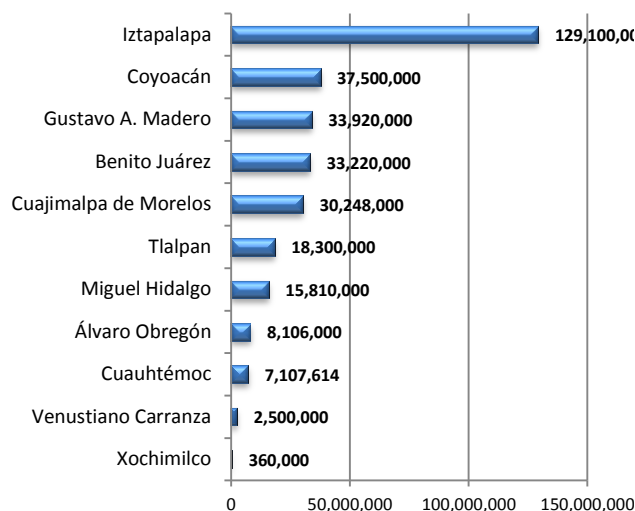
Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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

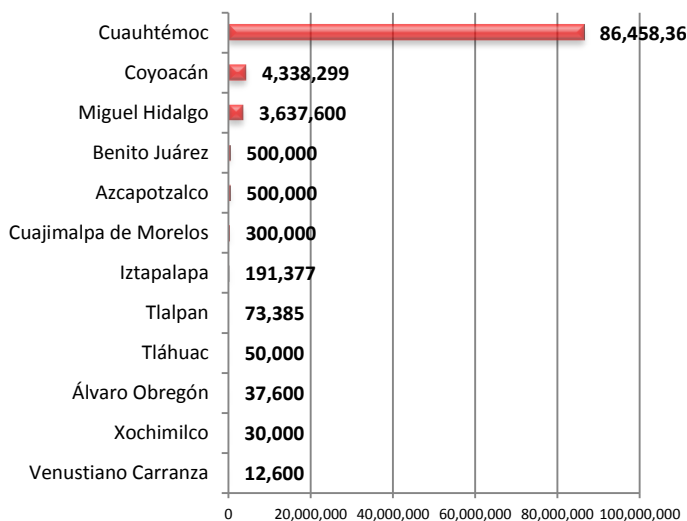


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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 Héroe 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

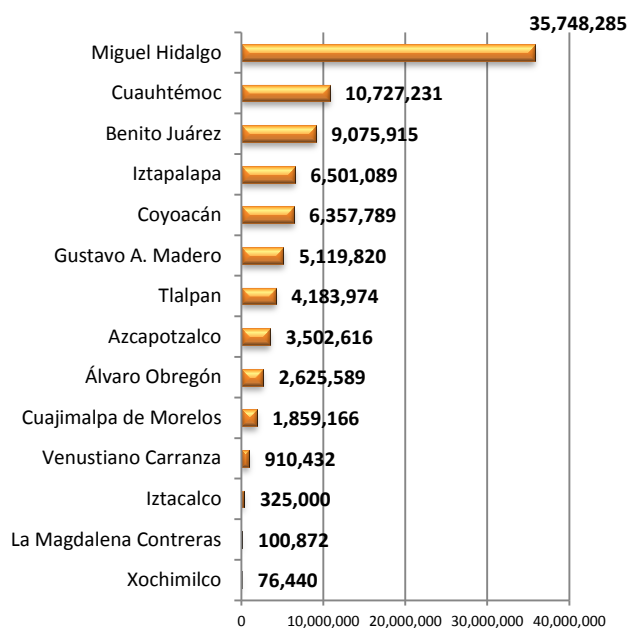


Fuente: Secretaría de Turismo CDMX

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

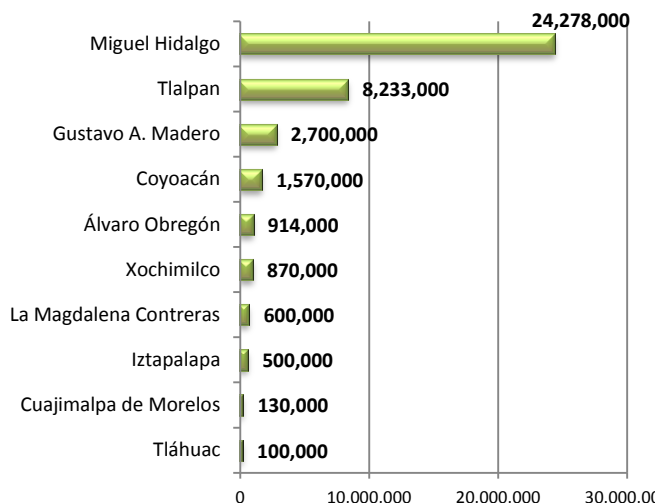


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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

Delegación	Capacidad de Aforo	Participación (%)
Miguel Hidalgo	24,278,000	60.9
Tlalpan	8,233,000	20.6
Gustavo A. Madero	2,700,000	6.8
Coyoacán	1,570,000	3.9
Álvaro Obregón	914,000	2.3
Xochimilco	870,000	2.2
La Magdalena Contreras	600,000	1.5
Iztapalapa	500,000	1.3
Cuajimalpa de Morelos	130,000	0.3
Tláhuac	100,000	0.3
Total	39,895,000	100.0



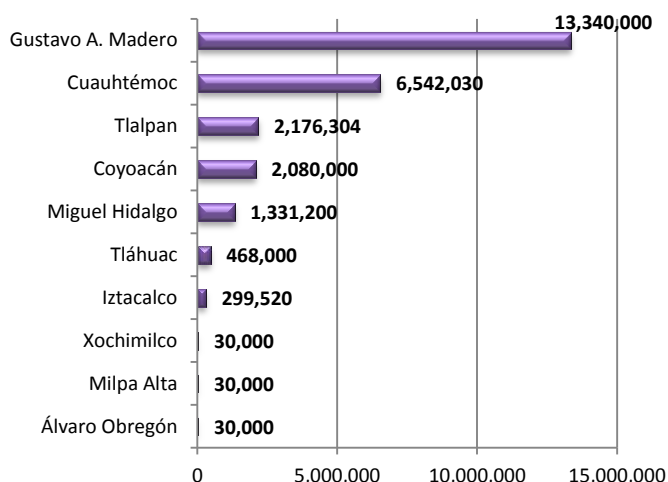
Fuente: Secretaría de Turismo CDMX.

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

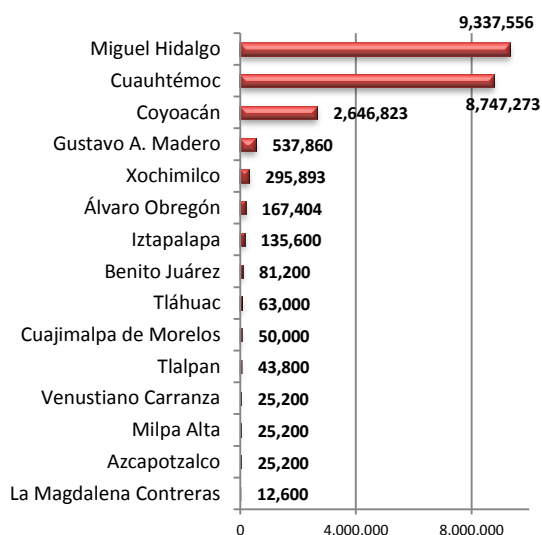


MUSEOS. La riqueza museística de la ciudad le permite destacar a nivel mundial entre las urbes con mayor riqueza cultural de este tipo. Todas las delegaciones cuentan con museos, la mayor concentración se localiza en el centro de la ciudad, en las delegaciones Cuauhtémoc, con 83 de los más variados museos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

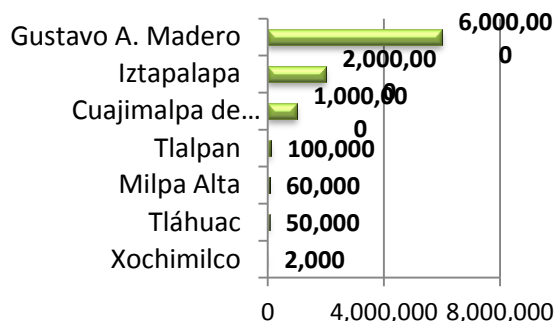


TRADICIONES Y COSTUMBRES. Un segmento en el que tienen presencia las delegaciones con fisonomía rural es el de lugares de celebración de tradiciones y costumbres, sin embargo, son las delegaciones Gustavo A. Madero, por las celebraciones de la Virgen de Guadalupe en la Basílica e Iztapalapa y Cuajimalpa,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

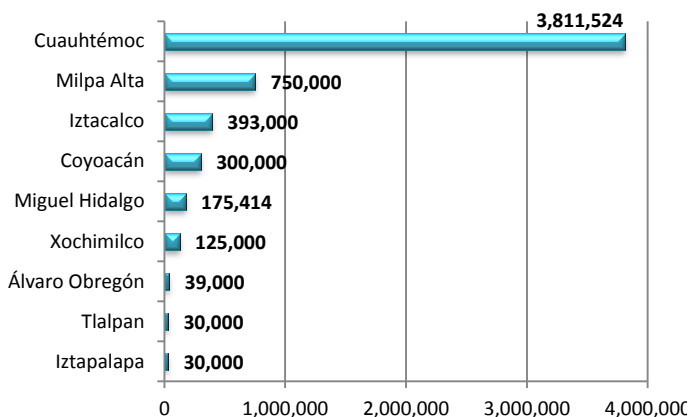


FERIAS Y FESTIVALES. En cuanto a la realización de ferias y festivales predomina la Delegación Cuauhtémoc por las ferias del libro, los festivales de cine y del Centro Histórico y la feria de las Culturas Amigas, la que registra la mayor afluencia de visitantes. Tienen además una presencia importante 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

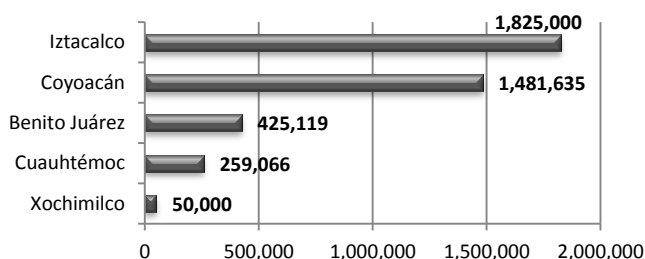
Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.



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

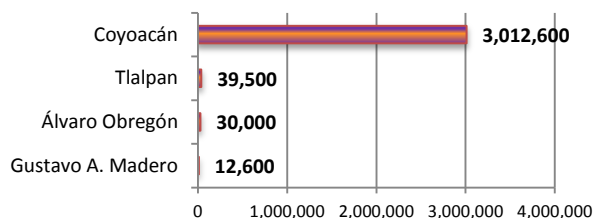


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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 aldaño al 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



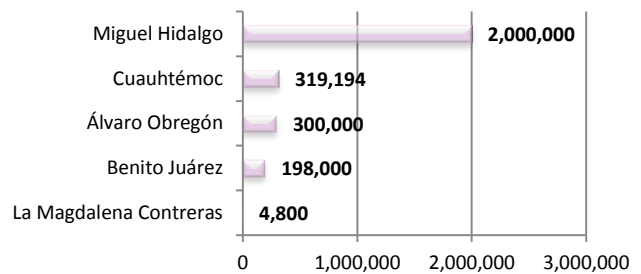
Fuente: Secretaría de Turismo CDMX

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



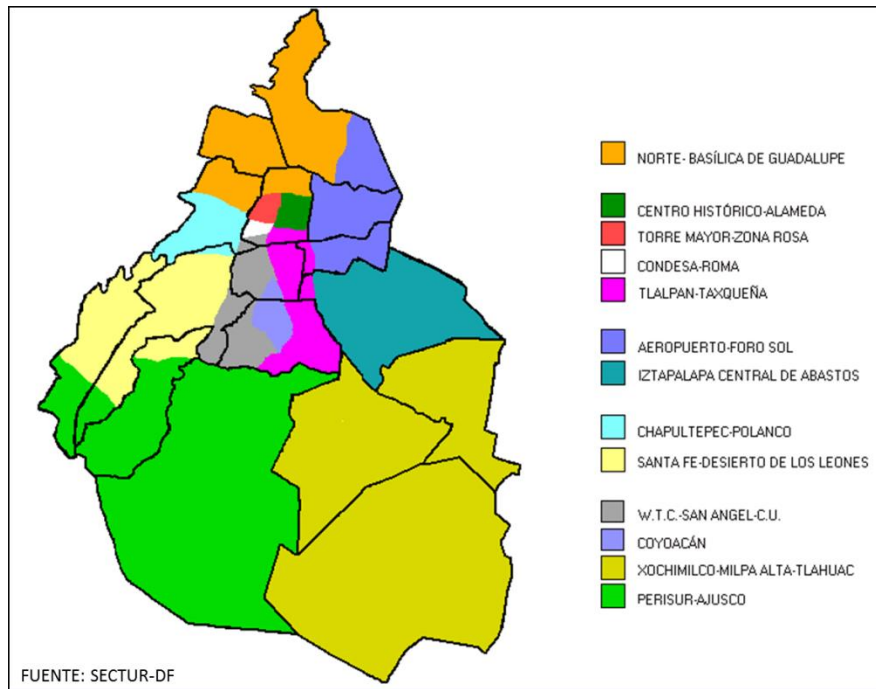
Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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

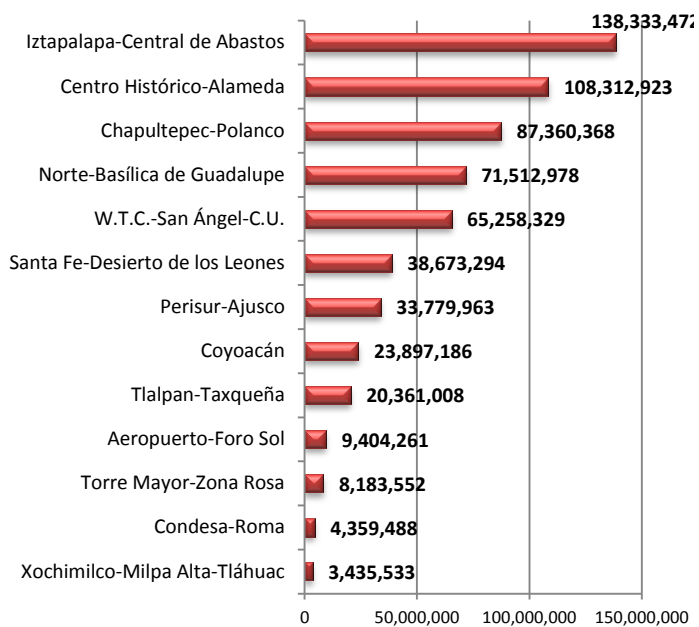
Región	Zonas	Límites		
Norte	Norte -Basílica de Guadalupe	<i>Poniente:</i> Naucalpan, Edo. Mex.	<i>Norte:</i> Coacalco, Estado de México	<i>Oriente:</i> Eje 3 Ote. Eduardo Molina
			<i>Sur:</i> Ejército Nal. y Eje 1 Nte. Antonio Alzate	
Centro	Centro Histórico - Alameda	<i>Poniente:</i> Balderas	<i>Norte: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

La Delegación Magdalena Contreras forma parte de dos zonas turísticas, la denominada Santa Fe-Desierto de los Leones, que abarca una gran parte del área poniente de la ciudad, además ocupa una parte la zona Perisur-Ajusco en la parte sur-poniente de la ciudad.

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 futbol, 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 MAGDALENA CONTRERAS

RESULTADOS TURÍSTICOS 2014-2015



Delegación
**Magdalena
Contreras**
CIUDAD DE MÉXICO



El nombre de la delegación proviene de la época de la

llegada de los franciscanos y los dominicos en el siglo XVII, con el propósito de evangelizar a la población indígena del Valle de México. El asentamiento se inició con la construcción de una ermita bajo la advocación de Santa María Magdalena de Atlitic en el lugar en el que se congregaban por entonces los naturales de la zona. El nombre de “Contreras” proviene de la familia que en el siglo XVIII creó un obraje en el Río Magdalena, el cuál conservó durante muchos años el apellido familiar así como el del camino al mismo que se denominó “camino a Contreras”. El Señor de Contreras es una escultura de madera de tamaño natural con la representación de Jesucristo. El original se encuentra en la actualidad en el Convento de El Carmen en San Ángel. A la imagen se le atribuyen poderes milagrosos y fue propiedad de Tomás de Contreras.

BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA MAGDALENA CONTRERAS

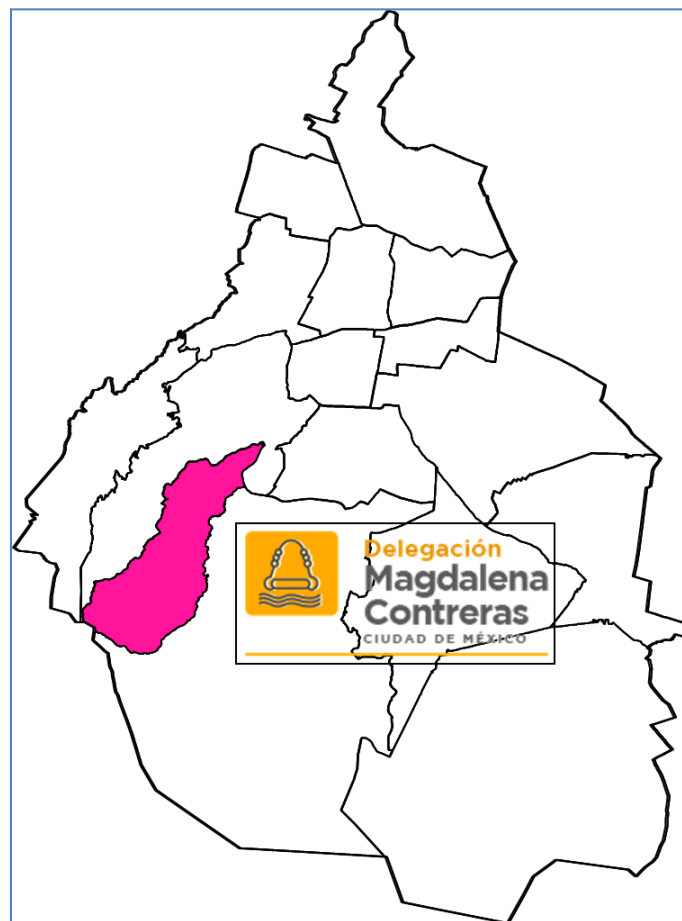
En la época prehispánica cuando formaba parte del señorío de Coyoacán, la región era llamada Atlitic, vocablo que se traduce como “lugar en el que abunda el agua”, en ella se encontraban diversos monumentos dedicados al dios Tláloc. Durante el virreinato, como parte del patrimonio asignado a Hernán Cortés, pasó a formar parte del marquesado de Oaxaca. En la colonia se instalaron a lo largo del Río Magdalena batanes y fábricas textiles y posteriormente, en el porfiriato, los dinamos que dan nombre al hoy Parque Nacional, obrajes que aprovechaban la energía de la corriente y la disponibilidad de agua, muchas de ellas en funcionamiento todavía al principio del siglo XX. La Delegación ha tenido a lo largo de su historia una gran relación con el Río Magdalena.

Durante el siglo XIX fue creada la municipalidad de La Magdalena Contreras, misma que persistió hasta 1928 cuando, por decreto presidencial fueron suprimidos los municipios en el Distrito Federal creado desde 1824 como asiento de los poderes de la federación y se le dio a Contreras el carácter de Delegación Política. Con motivo de esa reforma administrativa, el Distrito Federal se dividió en un Departamento Central y trece delegaciones políticas, entre ellas la de La Magdalena Contreras

En la Delegación se localizan cuatro pueblos originarios, Magdalena Atlitic, del que proviene el nombre de la demarcación y cuyo vocablo prehispánico significa piedra de agua en tepaneca; San Bernabé Ocoatepec, lugar de ocotes; San Jerónimo Aculco, lugar donde da vuelta el agua y San Nicolás Totolapan

lugar de guajolotes en el agua. Se considera que originalmente fueron pobladores tepanecas, mexicas y otomíes los que los habitaron. Con la colonia llegaron frailes dominicos, se establecieron batanes y fábricas textiles; en el porfiriato se construyó el ferrocarril a Cuernavaca y a la región minera de Iguala, en el Estado de Guerrero, que al pasar por La Magdalena Contreras propició cierto auge de las fábricas textiles y de los dinamos, pequeñas plantas generadoras de energía que aprovechaban las diversas corrientes afluentes del Río Magdalena. El ferrocarril permitió la comercialización de los productos y contribuyó al crecimiento de los pueblos, el cual se detendría luego de la Revolución hasta que el crecimiento de la ciudad, en las tres últimas décadas del siglo XX los alcanzó y sobrepasó. Actualmente los pueblos mencionados se encuentran inmersos en la mancha urbana.

GRÁFICA 40. Localización de la Delegación Magdalena Contreras en CDMX



LOCALIZACIÓN DE LA DELEGACIÓN MAGDALENA CONTRERAS

La Delegación La Magdalena Contreras se localiza al sur-poniente del Distrito Federal. Colinda al norte con la Delegación Álvaro Obregón; al este con las delegaciones Álvaro Obregón y Tlalpan; al sur con la Delegación Tlalpan y al oeste con el Estado de México y la Delegación Álvaro Obregón. Tiene una

superficie de 74.58 km², el 5% de la superficie del Distrito Federal, y una población conforme al censo de 2010 de 239.1 mil habitantes, el 2.7 de la población de la entidad, para una densidad de 3,205 habitantes por km², una de las más bajas de la ciudad, superada únicamente por las delegaciones Milpa Alta, Tlalpan y Cuajimalpa. El 78% del territorio está catalogado como suelo de conservación, del cual aporta el 5% al total de este tipo de suelo del Distrito Federal.

LÍMITES

La Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal vigente establece los límites de la Delegación Magdalena Contreras en el polígono determinado en los términos siguientes:

“partiendo de la intersección de los ejes de la Calzada de San Bernabé y Boulevard Presidente Adolfo López Mateos (Anillo Periférico Sur), se encamina por el eje de este último, hacia el Suroeste, hasta encontrar el de la Avenida San Jerónimo; continúa por el mismo Boulevard en todas sus inflexiones tornando el nombre de Presidente Adolfo Ruiz Cortines, hasta el cruce con el eje del Camino a Santa Teresa, por cuyo eje sigue al Poniente hasta el Puente de San Balandrán, situado donde termina el conjunto habitacional Santa Teresa, llega al eje del Río de la Magdalena y sigue por éste hacia el Suroeste, río arriba, hasta la esquina donde termina el Fraccionamiento Fuentes del Pedregal, continuando hacia el Sureste por el lindero Noroeste de dicho fraccionamiento, siguiendo todas sus inflexiones hasta encontrar el eje de la calle Canal de donde prosigue al Suroeste por el eje de dicha calle hasta su intersección con el eje de la calle José Ma. Morelos, de donde continúa hacia el Sureste por el eje de ésta última hasta la altura del lote cuyo Número Oficial es el 118; de este punto sigue al Suroeste de manera perpendicular al eje de la calle hasta encontrar el eje del Río Eslava; de aquí se dirige aguas arriba al Suroeste por el eje del río siguiendo todas sus inflexiones, atravesando tres veces la vía del Ferrocarril a Cuernavaca, hasta encontrar la vaguada de Viborillas, sobre cuyo eje continúa hacia el Suroeste para llegar al principio de la cañada de Viborillas, por la que sigue en todas sus variaciones hacia el Poniente hasta el punto llamado Cruz del Morillo, que define un vértice de los límites entre el Distrito Federal y el Estado de México; de este vértice y con rumbo al Noroeste continúa por dichos límites pasando por las cúspides de los Cerros llamados El Texcal, Taravilla, Media luna, Minas de Centeno y Hueytzoco, para separarse en este punto de la línea limítrofe, siguiendo hacia el Noreste en línea recta, al punto conocido por Cruz de Colica; de éste sigue al Noreste por el lindero del Monte Comunal de la Magdalena con el Parque Nacional del Desierto de los Leones, hasta el punto conocido por la Cruz de Coloxtitla, donde existe un monumento de mampostería con forma de prisma de base cuadrada, que define el vértice de los linderos de los montes comunales de Santa Rosa Xochiac, el Parque Nacional de el Desierto de los Leones y el monte comunal de la Magdalena; de aquí continúa hacia el Norte por el lindero de los montes de Santa Rosa Xochiac y la Magdalena, hasta el lugar conocido como Cabeza de Toro; de éste sigue hacia el Poniente, por el lindero de los montes comunales de San Bartolo Ameyalco y la Magdalena pasando por el punto denominado Zacapatongo, hasta llegar a la mojonera llamada Tecaxtitla, prosigue al Noreste por los centros de las mojoneras Zacaxontecla, Izquialtuaca, Mazatepec y Teximaloya, que define el lindero de los montes de San Bernabé Ocotepc y San Bartolo Ameyalco; del centro de la mojonera Teximaloya, se dirige al Sureste por el lindero que

divide el ejido de San Bartolo Ameyalco con los montes comunales de San Bernabé Ocoatepec, hasta su cruce con el eje de la Barranca Texcalatlaco por la que continua al Suroeste, aguas arriba, siguiendo todas sus inflexiones hasta intersectar la calle Camino Real y el camino de terracería denominado Camino Vecinal, a partir de este punto prosigue con rumbo general hacia el Sureste por todas sus inflexiones por la malla ciclónica de protección del Suelo de Conservación hasta la coordenada UTM Datum ITRF92 X= 471502.324, Y= 2135406.397 (UTM NAD27 X= 0471531, Y= 2135204), de donde gira en dirección Suroeste hasta la coordenada UTM Datum ITRF92 X= 471516.960, Y= 2135361.010 (UTM NAD27 X= 0471546, Y= 2135159), girando en dirección Oriente hasta llegar a las coordenadas UTM Datum ITRF92 X= 471508.462, Y= 2135302.382 (UTM NAD27 X= 0471538, Y= 2135100), de este punto gira al Noreste hasta la Cerrada Morelos, avanzando por el eje de esta en dirección Noreste, siguiendo este rumbo por todas sus inflexiones hasta encontrar el eje de la calle Arboledas frente al lote marcado con el No. 44 y con las coordenadas UTM Datum ITRF92 X= 471607.295, Y= 2135352.017 (UTM NAD27 X= 0471636, Y= 2135149), de donde gira en dirección Sureste hasta las coordenadas UTM Datum ITRF92 X= 471641.925, Y= 2135327.621 (UTM NAD27 X= 0471671, Y= 2135125), de donde gira con dirección Noreste en 81.86 metros por el eje de la calle Manzanares, gira en dirección Noreste hasta la intersección con la calle Tenango, de donde gira en dirección Noreste hasta encontrar el eje de la Prolongación Carboneros, de donde gira en dirección Sureste por todas sus inflexiones hasta encontrar el eje del Andador 14 de Febrero, de cuyo eje gira en dirección Oriente hasta encontrar el eje de la calle 14 de Febrero, girando en dirección Sur hasta encontrar la mojonera 14 de Febrero, de cuyo punto gira en dirección Noreste hasta encontrar el eje de la Barranca el Carbonero; continúa por toda esta barranca, aguas abajo, tomando el nombre de la Malinche hasta unirse con la Barranca de Texcalatlaco, a la altura de la prolongación de la calle Lomas Quebradas; prosigue con rumbo Noreste, aguas abajo, por el eje de la Barranca mencionada, siguiendo todas sus inflexiones tomando el nombre de Barranca Honda, atraviesa la vía del ferrocarril a Cuernavaca, hasta su intersección con el eje de la calle Querétaro, por el que sigue al Suroeste, hasta el eje de la Calzada de San Bernabé, por el que se encamina al Noreste, hasta su cruce con el eje del Boulevard Presidente Adolfo López Mateos, punto de partida.”

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

La Delegación La Magdalena Contreras cuenta con una infraestructura turística relativamente pequeña. Sus principales atractivos están vinculados al turismo interior y local, están conformados por el corredor ecoturístico de Los Dinamos-San Bernabé Ocoatepec, que incluye también los parques de San Nicolás Totolapan y La Magdalena Atlitic, así como el Parque Nacional Lomas de Padierna, en los que se practica el turismo alternativo, así como por las fiestas religiosas en torno a las múltiples iglesias y templos de los antiguos poblados de la Delegación. También cuenta con vestigios prehispánicos en el Cerro de las Cruces y en el Cerro del Judío y posee el último río vivo que corre por el Distrito Federal, el Río Magdalena, el cual nace en el Cerro San Miguel en la Delegación Cuajimalpa, atraviesa los Dinamos, tramo en el que se alimenta de sus múltiples manantiales y sigue a cielo abierto hasta la presa Anzaldo, posteriormente, entubado, va por Tizapán y Chimalistac, tiene otro tramo a cielo abierto por un costado de los Viveros de Coyoacán, hasta llegar al Río Churubusco.

Por su localización en el extremo sur poniente del territorio del Distrito Federal, en una zona que combina las áreas urbanas con amplias zonas de fisonomía rural, La Magdalena Contreras se encuentra fuera de los mayores ejes de la movilidad urbana, aunque por su territorio cruza la Autopista Urbana Poniente, que conduce a la zona comercial de Santa Fe en el poniente de la ciudad, además carece de ramales de los principales sistemas urbanos de transporte público de pasajeros. El transporte público dentro de la Delegación se realiza principalmente por medio de líneas de autobuses y rutas de colectivos y microbuses que trasladan a los pobladores a las terminales del Metro en la Ciudad Universitaria y en la Av. Revolución, del Metrobus en Av. Insurgentes y de autobuses en el Anillo Periférico, arteria que funciona como distribuidor de pasajeros hacia zonas de la ciudad no atendidas por las líneas del metro y el metrobus.

En la demarcación desde hace algunos años comenzó a cobrar importancia el ecoturismo. En la actualidad son los núcleos agrarios todavía prevaecientes los que poseen la gran mayoría del suelo de conservación y los que han lanzado iniciativas y emprendimientos para aprovechar los recursos turísticos disponibles, entre los que se cuentan extensas áreas de bosques de encino, pino y oyamel; ríos y arroyos alimentados por fuentes cristalinas ubicadas en la sierra alta que forman llamativas cascadas y caídas de agua pura; afloramientos rocosos con paredes verticales; paisajes espectaculares, con extensos llanos que albergan a algunas especies que todavía sobreviven en la cercanía de la ciudad, entre las que predomina el tlacuache, liebres, conejos, comadreas, cacomixtle, ratones, gallinas silvestres, gavilán, diversos pájaros y aves menores y algunos reptiles, entre ellos víbora de cascabel; todo ello invita al turismo alternativo, la observación de la fauna silvestre en su hábitat natural, a la práctica del campismo, del montañismo con escalada en roca y rapel. El ciclismo y motociclismo de montaña, la caminata y el senderismo. Todas estas actividades pueden ser realizadas en los parques y centros ecoturísticos de la delegación: en el Cerro de Mazatépetl, en el parque de San Bernabé Ocoatepec, en el parque ejidal de San Nicolás Totolapan y, por supuesto, en el Parque de los Dinamos, uno de los lugares más emblemáticos de la ciudad para practicar escalada en roca y rapel natural. Se estima que el aforo combinado de los parques naturales-recreativos es de 600 mil personas al año.

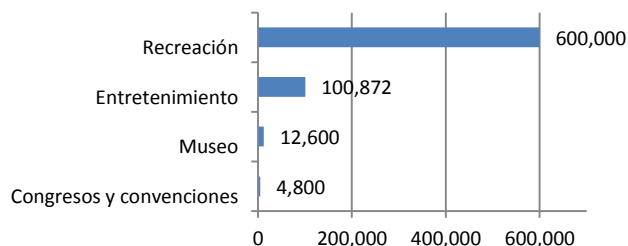
Entre los atractivos turísticos de la Delegación se cuenta la antigua casa de la fábrica textil El Águila, que actualmente alberga la Casa de las Bellas Artes “Juventino Rosas”, músico que vivió en ella y que le inspiró para componer la pieza “Junto al manantial”, misma que con el tiempo llegaría a ser conocida como el vals “Sobre las Olas”. También se localiza aquí el Foro Cultural, en las instalaciones de la fábrica textil, en él se realizan exposiciones, conciertos, conferencias y actividades deportivas, al igual que en el Centro Cultural de La Magdalena Contreras. Las fiestas tradicionales son de orden religioso principalmente. En el Cerro del Judío, aledaño al pueblo de San Bernabé Ocoatepec se representa la pasión de Cristo como parte de las celebraciones de la Semana Santa, en el viacrucis participa toda la comunidad. El sábado de gloria se realizan días de campo en los dinamos. Otra de las tradiciones de mayor arraigo es la organización de peregrinaciones al Santuario de Chalma.

En el segmento cultural, la demarcación posee el Museo Arqueológico de Sitio de Mazatépetl, dentro del área natural protegida de San Bernabé Ocoatepec en donde es posible admirar piezas prehispánicas descubiertas alrededor del centro ceremonial dedicado a Tláloc. Además se cuenta con dos centros de

congresos y convenciones en San Jerónimo Lídice, uno de ellos dentro del Centro de Estudios de Seguridad Social.

GRÁFICA 41. Aforo de los atractivos turísticos de la Delegación Magdalena Contreras

Segmento	Aforo	Participación (%)
Recreación	600,000	83.5
Entretenimiento	100,872	14.0
Museo	12,600	1.8
Congresos y convenciones	4,800	0.7
Total	718,272	100.0



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

El transporte urbano dentro de la Delegación Magdalena Contreras se basa en el uso de automóviles particulares. Para el transporte público se cuenta con diversas rutas del sistema RTP, así como gran cantidad de sitios de taxis tradicionales, gran número de rutas de los denominados microbuses y peseras.

HOTELERÍA

La capacidad de alojamiento está integrada por 2 hoteles dentro de la categoría de cinco estrellas ambos ubicados en el extremo nororiente de la demarcación sobre el Periférico, que dan servicio a visitantes que acuden a hospitales ubicados en la zona y un incipiente turismo de negocios. Los hoteles mencionados forman parte de las dos zonas turísticas de las que forma parte la demarcación.

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

Zona Turística	Establecimientos	Cuartos	Promedio de Cuartos / Establecimientos	Empleo	Camas
Perisur-Ajusco	1	222	222	206	328
Santa Fé-Desierto de los Leones	1	64	64	60	95
Total	2	286	143	266	423

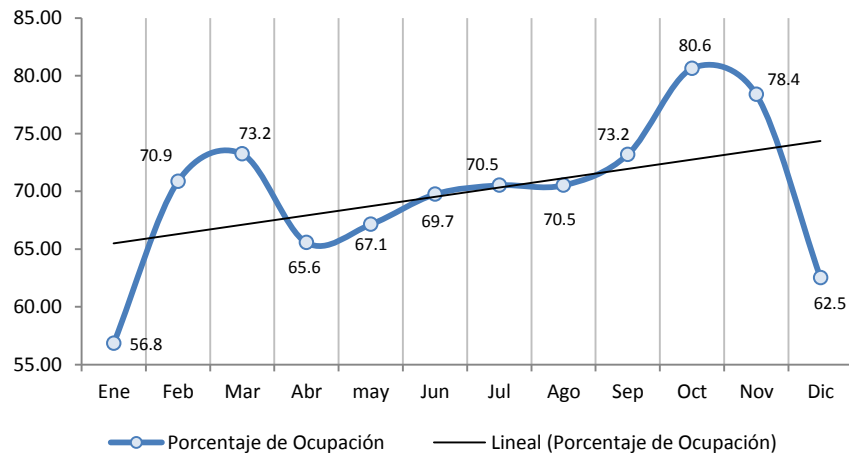
Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos en la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Por colonias, los hoteles de la demarcación se localizan en:

Colonia	Establecimientos
Héroes de Padierna	1
San Jerónimo Lídice	1
Total	2

OCUPACIÓN HOTELERA

El porcentaje promedio de ocupación es de 69.92%, el cual se considera alto respecto del promedio que se observó durante el mismo año para toda la Ciudad de México, del 66.5%. En la gráfica destacan los meses de febrero, marzo, el periodo septiembre-noviembre, en los que se tienen porcentajes superiores al 70%. Esta situación es altamente favorable, toda vez que se trata de hoteles pertenecientes a la categoría 5 estrellas, los cuales generan una alta derrama económica. Uno de ellos presta hospedaje a usuarios de los servicios de un gran hospital privado ubicado en sus cercanías, el otro se considera que atiende además a clientes del segmento de negocios que visitan el sur de la ciudad.



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

Delegación	Porcentaje de Ocupación	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Total de turistas
ene-14	57.27	2,831	1,430	4,261
feb-14	69.02	2,560	1,648	4,208
mar-14	69.44	3,072	1,314	4,386
abr-14	67.78	2,973	1,171	4,144
may-14	69.61	2,989	1,709	4,698
jun-14	67.46	2,431	1,353	3,784
jul-14	71.76	3,405	1,287	4,692
ago-14	69.40	3,268	1,387	4,655
sep-14	69.16	3,376	1,610	4,986
oct-14	76.66	3,337	1,619	4,956
nov-14	78.49	3,509	1,923	5,432
dic-14	61.41	3,020	1,652	4,672
2014	68.96	36,771	18,103	54,874
ene-15	56.84	2,425	1,382	3,807
feb-15	70.86	3,098	1,811	4,909
mar-15	73.22	2,754	1,462	4,216
abr-15	65.56	2,278	1,123	3,401
may-15	67.13	2,930	1,359	4,289
jun-15	69.74	2,886	1,423	4,309
jul-15	70.52	3,265	1,426	4,691
ago-15	70.52	3,532	1,618	5,150
sep-15	73.18	2,893	1,409	4,302
oct-15	80.63	3,267	1,506	4,773
nov-15	78.38	3,327	1,315	4,642
dic-15	62.51	3,815	1,656	5,471
2015	69.92	36,470	17,490	53,960

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

TURISMO RECEPTIVO EN MAGDALENA CONTRERAS

El turismo receptivo que visita la demarcación está integrado por dos tipos de visitantes. De acuerdo con la metodología de la Organización Mundial de Turismo de la ONU, el turismo receptivo debe diferenciar entre dos categorías de visitantes del lugar, aquellos que pernoctan en él y los visitantes que no pernoctan en el lugar durante la visita. En el primer caso se habla de turistas propiamente y en el segundo de excursionistas.

Los turistas que visitan la delegación y pernoctan en ella pueden hacer uso de hospedaje comercial, en los hoteles de la demarcación, o bien utilizar formas de hospedaje no comercial ya sea por alojarse en casas de familiares o amigos o, en caso de tenerlos, en casas y departamentos de su propiedad ubicados en la demarcación pero en los que no residen de manera permanente ya que sólo los ocupan intermitentemente, o bien hospedarse en hostales y otros establecimientos informales o no registrados.

Este tipo de visitantes pernocta en la demarcación al menos por una noche durante la visita. Para los visitantes que utilizan las formas no comerciales de hospedaje no existen registros fehacientes, pero es posible realizar estimaciones con base en 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 Magdalena Contreras son los siguientes:

**Cuadro 21. Llegada de visitantes a la Delegación Magdalena Contreras
(Miles de Personas)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes a la delegación	557.0	618.7	673.4	663.8	672.3	678.2	679.9
Llegada de Turistas (Con pernocta)	363.8	417.5	464.8	455.4	461.3	464.5	465.6
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	57.1	63.1	69.0	69.7	64.7	54.9	54.0
Nacionales en alojamiento comercial	38.2	46.0	52.1	52.0	43.6	36.8	36.5
Internacionales en alojamiento comercial	18.9	17.1	16.9	17.7	21.0	18.1	17.5
En casa de familiares y amigos	267.8	309.5	345.6	336.8	346.4	358.2	360.0
En casa o residencia propia	18.4	21.3	23.8	23.2	23.8	24.4	24.5
Otro tipo de hospedaje	20.5	23.7	26.4	25.8	26.5	27.1	27.2
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	188.7	196.1	203.1	202.9	205.3	207.9	208.5
Excursionistas del interior del país a la Delegación	44.2	50.1	56.0	55.0	56.5	58.3	58.1
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	144.5	146.0	147.1	148.0	148.8	149.6	150.4
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	4.4	5.0	5.6	5.5	5.7	5.8	5.8

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

De acuerdo con la serie anterior, los turistas que recibió la Delegación en 2014 fueron 464.5 mil y 465.6 mil en 2015, lo que representó un crecimiento de 24.5%. En 2015, el concepto con mayor número de turistas fue el hospedado en casa de familiares y amigos que representa el 52.9% del total de los visitantes a la delegación, esto en concordancia con la conocida hospitalidad de los mexicanos, que se acrecienta cuando se trata de recibir en el hogar a familiares y amigos.

Asimismo, con dichas recomendaciones de la OMT, deben considerarse los visitantes que no pernoctan en el lugar que visitan, a los cuales se les denomina excursionistas. La estimación de este concepto para la delegación, agrega 207.9 mil en 2014 y 208.5 mil visitantes para 2015. De esta manera es posible establecer el número total de visitantes a la Delegación La Magdalena Contreras en 678.2 mil en 2014 y 679.9 mil para 2015. Es necesario acotar que en esta cifra total se incluyen 5.83 mil para 2014 y 5.81 mil visitantes para 2015 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 muestra el gasto estimado por cada tipo de visitante, en pesos corrientes del año que se indica. El gasto total asciende a 893.3 millones de pesos en 2014 y a 917.2 millones en 2015, un incremento en el año de 2.7%. Destaca el gasto efectuado por los turistas hospedados en hoteles, tanto nacionales como extranjeros el cual significa 37.6% no obstante que en el número de visitantes solamente arroja un 7.9%. 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 22. Gasto de los visitantes en la Delegación Magdalena Contreras
(Millones de Pesos)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	646.2	714.8	808.6	830.9	866.6	893.3	917.2
Llegada de Turistas (Con pernocta)	607.1	669.7	756.6	778.8	812.3	834.4	857.9
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	286.7	286.6	308.0	334.2	347.0	328.2	345.2
Nacionales en alojamiento comercial	107.3	132.4	157.9	160.9	138.4	122.9	122.8
Internacionales en alojamiento comercial	179.4	154.2	150.1	173.3	208.6	205.3	222.4
En casa de familiares y amigos	279.8	334.5	391.7	388.2	406.3	442.7	448.3
En casa o residencia propia	19.3	23.0	27.0	26.7	28.0	30.1	30.5
Otro tipo de hospedaje	21.4	25.6	30.0	29.7	31.1	33.5	33.9
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	30.6	35.1	40.3	40.5	42.1	45.7	45.9
Excursionistas del interior del país a la Delegación	24.4	28.6	33.5	33.5	35.0	38.1	38.2
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	6.2	6.5	6.8	7.0	7.2	7.6	7.7
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	8.5	10.0	11.7	11.7	12.2	13.3	13.3

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

El concepto mayor es, sin embargo, el correspondiente al gasto de los turistas hospedados en casas de familiares y amigos, el cual significa el 48.9% de la derrama económica total, esta categoría de turistas constituye el 52.9% del total de visitantes. Los excursionistas por su parte constituyen el 30.7% de los visitantes y aportan apenas el 5% 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 6, 398 pesos, para los que utilizan hospedaje no comercial es de 1,246 pesos y para los excursionistas es de apenas 220 pesos en promedio. Estas cifras se aprecian en el cuadro siguiente:

Cuadro 23. Gasto medio de los visitantes en la Delegación Magdalena Contreras.
(Pesos)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	1,160.2	1,155.3	1,200.8	1,251.7	1,289.0	1,317.1	1,349.0
Llegada de Turistas (Con pernocta)	1,668.8	1,604.0	1,628.0	1,710.1	1,760.8	1,796.4	1,842.6
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	5,024.6	4,540.4	4,465.4	4,795.8	5,366.4	5,980.4	6,397.8
Nacionales en alojamiento comercial	2,812.0	2,877.8	3,030.7	3,094.8	3,171.7	3,342.0	3,368.5
Internacionales en alojamiento comercial	9,493.5	9,010.4	8,893.5	9,795.7	9,919.6	11,339.8	12,714.7
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	1,133.4	1,152.7	1,173.1	1,235.9	1,245.5
Otro tipo de hospedaje	1,044.7	1,081.0	1,133.4	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)	1,924.5	1,991.6	2,088.2	2,123.8	2,157.9	2,277.0	2,294.6

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

TURISMO EGRESIVO DE MAGDALENA CONTRERAS

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 2015 un total de un millón 321 mil viajeros.

El 35.1% de los visitantes que salieron de la delegación hacia otros lugares está constituido por turistas, de los cuales cuatro de cada diez se hospedaron en hoteles y los seis restantes utilizaron hospedaje no comercial. El 62.2% de los viajeros 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. El 2.7% restante está formado por personas que en las encuestas manifestaron haber realizado viajes. Estos datos se integran de la siguiente manera:

**Cuadro 24. Salida de turistas y excursionistas de la Delegación Magdalena Contreras.
(Miles de Personas)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Salida total de Turistas y Excursionistas de la Delegación	1,177	1,221	1,250	1,265	1,281	1,291	1,321
Salida de Turistas (Con pernocta)	400	421	435	442	448	452	464
Nacionales en alojamiento comercial	161	169	175	177	180	181	186
En casa de familiares y amigos	210	221	228	231	235	237	243
En casa o residencia propia	14	15	15	15	16	16	16
Otro tipo de hospedaje	16	17	17	18	18	18	19
Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	745	766	781	789	797	804	821
De la Delegación al interior del país	313	329	340	345	350	353	362
De la Delegación a la ZMVM	432	437	441	444	448	451	459
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	31	33	34	34	35	35	36

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

GASTO DEL TURISMO EGRESIVO

El gasto efectuado por los turistas egresivos de la Delegación en los lugares que visitaron, asciende en 2015 a mil 317.1 millones de pesos. Esta cifra es superior en 43.6% a la correspondiente al gasto efectuado por los visitantes a la Delegación en el mismo año.

**Cuadro 25. Gasto Total de los viajeros de la Delegación Magdalena Contreras.
(Millones de Pesos)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto Total de la Salida de Turistas y Excursionistas	953.6	1,033.1	1,118.9	1,157.6	1,198.8	1,273.3	1,317.1
Gasto de la Salida de Turistas (Con pernocta)	702.5	760.3	824.4	853.5	885.4	939.9	972.5
Nacionales en alojamiento comercial	451.8	487.0	529.0	548.4	570.3	605.4	626.4
En casa de familiares y amigos	219.3	239.0	258.4	266.9	275.7	292.6	302.8
En casa o residencia propia	14.7	16.0	17.3	17.8	18.4	19.5	20.2
Otro tipo de hospedaje	16.7	18.2	19.7	20.4	21.0	22.3	23.1
Gasto de la Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	190.9	207.2	223.6	230.8	237.9	253.0	261.5
De la Delegación al interior del país	172.3	187.8	203.0	209.8	216.3	230.1	238.0
De la Delegación a la ZMVM	18.5	19.4	20.5	21.1	21.6	22.9	23.5
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	60.2	65.6	70.9	73.2	75.5	80.3	83.1

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

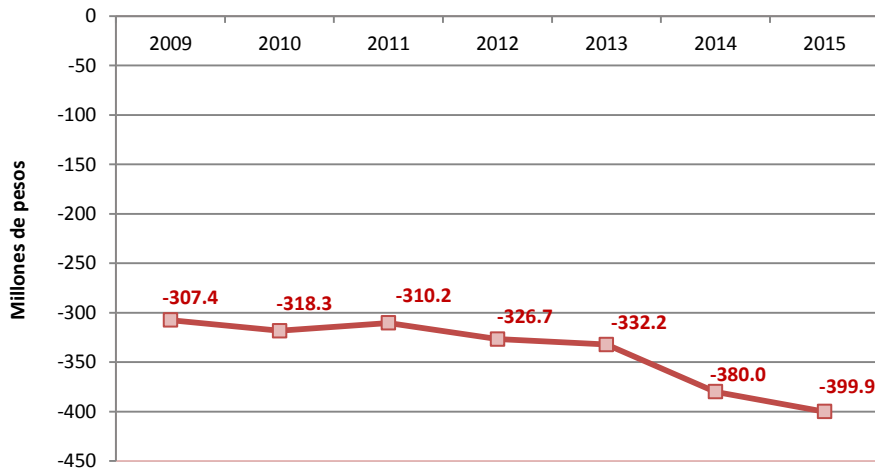
Entre los gastos realizados por los viajeros destaca el efectuado por viajeros hospedados en hoteles, el cual constituye el 47.6% del gasto total. Aquellos que utilizaron hospedaje no comercial representan el

26.3% del gasto, los excursionistas el 19.9%, y los que efectuaron ambos tipos de viaje, con pernocta y sin pernocta, únicamente el 6.3%.

SALDO TURÍSTICO DE LA DELEGACIÓN MAGDALENA CONTRERAS

Con los resultados anteriores ya estamos en condiciones de determinar el saldo turístico de la Delegación, el cual para 2015 alcanza la cifra de 399.9 millones de pesos, desfavorable para la Delegación, en tanto los gastos de los turistas y excursionistas que salieron de la delegación a visitar lugares fuera de ella resultaron mayores a los de los visitantes de La Magdalena Contreras. En 2014 el saldo turístico fue también negativo por 380 millones de pesos. El crecimiento anual del saldo negativo fue del 5%. En la gráfica siguiente se muestra el saldo turístico de los últimos 7 años. Durante este lapso los gastos efectuados por los turistas agresivos (viajeros) fueron superiores a los efectuados por los visitantes de la Delegación. El promedio del periodo es de 339.2 millones de pesos corrientes.

GRÁFICA 43. Saldo Turístico de la Delegación Magdalena Contreras 2009-2015



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

Una vía para la reversión de este resultado consistiría en promover programas de desarrollo de actividades turísticas que hagan un aprovechamiento intensivo de los atractivos de la Delegación, primordialmente de los parques nacionales con los que cuenta, Los Dinamos, San Nicolás Totolapan y San Bernabé Ocoatepec, en los que podría fortalecerse el turismo alternativo con políticas de mejoramiento de las condiciones prevalecientes en materia de sustentabilidad, con el propósito de evitar 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 parques en el resto de la ciudad y en los Estados aledaños, con el propósito de promover el excursionismo.

FLUJOS DELEGACIONALES DE MAGDALENA CONTRERAS

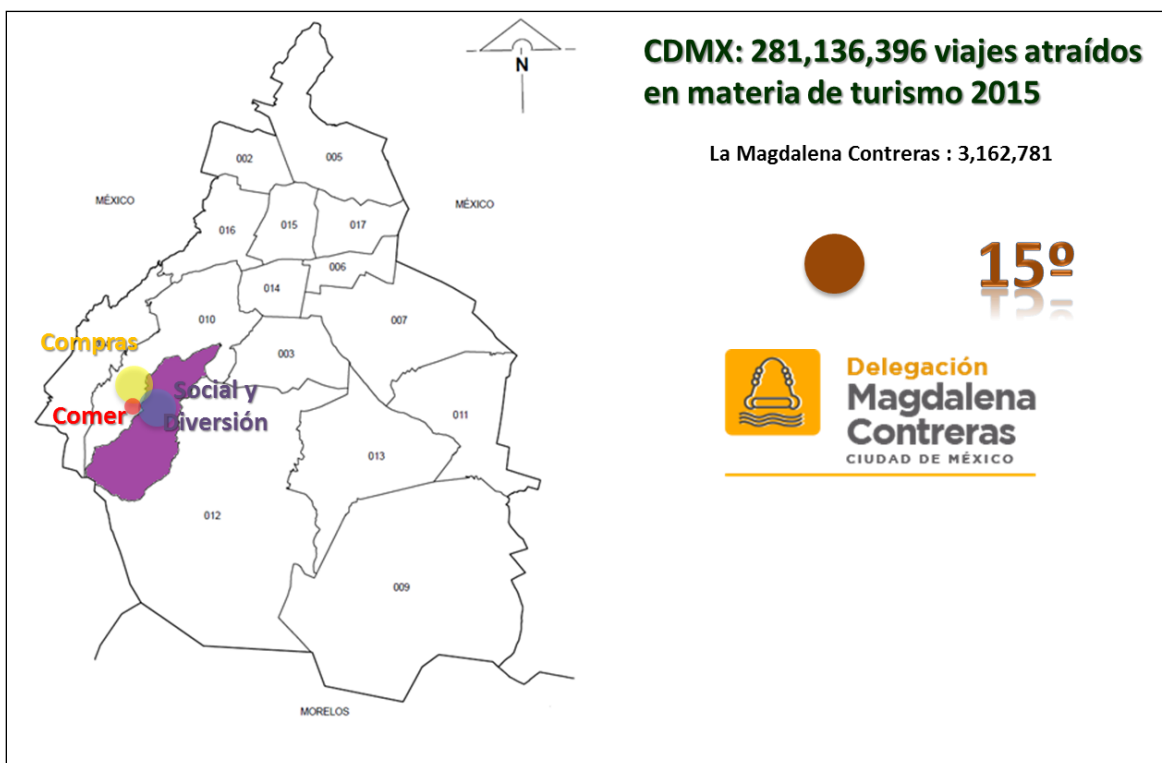
Hasta el momento hemos analizado el saldo turístico de la demarcación, el cual como hemos visto resulta desfavorable para La Magdalena Contreras. Sin embargo, para completar el estudio es necesario incorporar otra categoría de visitantes, los provenientes de la propia Ciudad de México, en viajes generalmente de excursionismo que también generan una derrama económica para la delegación, aunque modesta y que no se incluye en la contabilidad turística de la ciudad, porque se trata de viajes internos realizados por residentes dentro de la misma ciudad, pero en este caso, procedentes de demarcaciones distintas y por lo tanto ocasionan un traslado de ingreso desde otras delegaciones a la Delegación La Magdalena Contreras. A esta corriente de visitantes la denominamos en este trabajo flujos delegacionales.

Al considerar los flujos delegacionales⁹ de La Magdalena Contreras, tenemos que se trata de la delegación que ocupa el decimoquinto lugar de la ciudad por cuanto a atracción de viajes turísticos de otras delegaciones de la capital; es decir, para realizar compras en la delegación, visitas sociales y de diversión o entretenimiento o para comer fuera de casa, motivos de viaje por los que la demarcación atrae el 1.1% de los viajes producidos en la ciudad. En 2015 esto significó 3.1 millones de viajes. La derrama económica generada por este flujo de viajeros fue de 161.6 millones de pesos en 2015. En 2014 fue de 160.6 millones. El incremento anual fue de 0.60%.

GRÁFICA 44. Flujos Delegacionales de Magdalena Contreras 2014-2015

La Magdalena Contreras	Viajes Atraídos										
	Compras		Social y Diversión		Comida		Total de Viajes Atraídos			Var. 15/14	Part: 2015
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015			
Viajes (Personas)	1,289,328	1,288,453	1,573,000	1,571,935	302,597	302,393	3,164,925	3,162,781	-0.1%	1.10%	
Derrama (Pesos)	65,450,847	65,830,075	79,851,040	80,313,832	15,360,893	15,449,965	160,662,780	161,593,872	0.6%	1.10%	
Derrama (Dólares)	4,918,457	4,162,081	6,000,593	5,077,811	1,154,330	976,818	12,073,381	10,216,710	-15.4%	1.10%	

⁹ En este trabajo hemos denominado flujos delegacionales a los viajes realizados desde otras delegaciones de la ciudad hasta la Delegación La Magdalena Contreras para realizar las actividades consideradas turísticas, englobadas en los motivos de viaje bajo los conceptos de compras, social y diversión y comidas, así como los que realizaron pobladores de La Magdalena Contreras hacia otras demarcaciones con los mismos propósitos.



Fuente: SECTUR CDMX

Cuadro 26. Viajes turísticos producidos y atraídos en la Delegación Magdalena Contreras en 2010-2015

Año	Producidos	Atraídos	Total
2009	5,085,317	3,129,258	8,214,575
2010	5,123,032	3,152,459	8,275,491
2011	5,139,485	3,162,586	8,302,071
2012	5,143,753	3,165,216	8,308,969
2013	5,144,780	3,165,846	8,310,626
2014	5,143,281	3,164,925	8,308,206
2015	5,139,795	3,162,781	8,302,576

Fuente: SECTUR CDMX, con datos de las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

La derrama económica generada por los flujos delegacionales, al tratarse de ingresos recibidos por comerciantes de la demarcación reduce el saldo turístico negativo de la delegación correspondiente a 2015 antes determinado de -399.9 millones de pesos, a la cantidad de -238.3 millones de pesos todavía desfavorable para la Delegación. Para 2014 el saldo turístico de -380 millones de pesos pasa a -219.3 millones, también negativo. Se puede establecer, en consecuencia, que la demarcación tiene un ingreso turístico total negativo. La actividad turística no es para La Magdalena Contreras una actividad económica de relevancia que aporte un volumen importante de ingresos a la comunidad de la demarcación. Los agentes turísticos, prestadores de servicios y autoridades que inciden en ella deben

esforzarse para obtener mejores resultados, ya que en las condiciones de la Ciudad de México y por las características de la actividad –principalmente en lo relacionado con el medio ambiente por ser una industria básicamente limpia, ésta tenderá a crecer en todos sus diferentes rubros en la ciudad, en la generación de ingresos, de empleo y propiciando el desarrollo integral de la comunidad. De no incorporarse la demarcación a este esfuerzo, se marginará de una de las vertientes del progreso de la ciudad con mayor futuro.

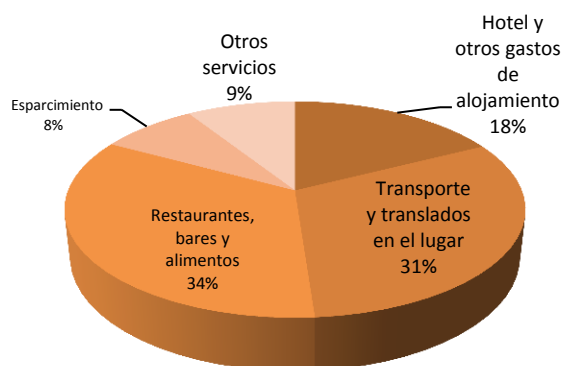
ESTRUCTURA DEL GASTO DE LOS VISITANTES DE LA DELEGACIÓN MAGDALENA CONTRERAS

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:

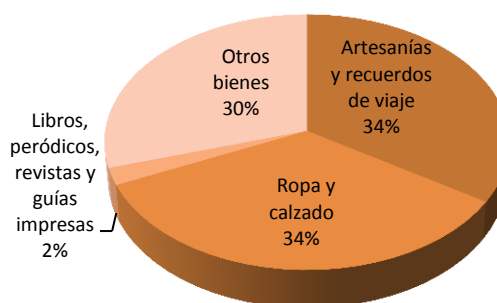
Cuadro 27. Estructura del Consumo de Turistas en la Delegación Magdalena Contreras 2015.

Concepto (Millones de Pesos)	Turistas Nacionales hospedados en hoteles	Turistas Internacionales hospedados en hoteles	Turistas nacionales no hospedados en hoteles	Total Visitantes
Total servicios	110.06	197.20	383.92	691.18
Hotel y otros gastos de alojamiento	33.92	66.81	20.46	121.19
Transporte y traslados en el lugar	15.73	11.43	189.24	216.40
Restaurantes, bares y alimentos	32.98	64.94	137.55	235.47
Esparcimiento	11.95	23.53	20.10	55.58
Otros servicios	15.48	30.49	16.58	62.55
Total bienes	12.78	25.18	128.78	166.74
Artesanías y recuerdos de viaje	7.87	15.49	33.27	56.63
Ropa y calzado	1.12	2.22	53.78	57.12
Libros, periódicos, revistas y guías impresas	0.64	1.27	1.69	3.60
Otros bienes	3.15	6.20	40.03	49.38
Total servicios + bienes	122.85	222.38	512.69	857.92

Part. % del consumo turístico en **Servicios**, 2015



Part. % del consumo turístico en **Bienes**, 2015



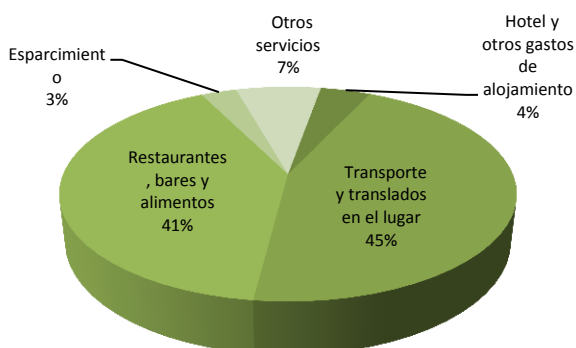
Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Los turistas que visitaron la Delegación en 2015 efectuaron gastos por un total de 857.92 millones de pesos, de los cuales 691.18 cubrieron gastos en servicios, el 80%. La mayor parte de este importe comprendió los conceptos de Alimentos consumidos en restaurantes y bares 34%, Gastos de transporte y traslados en el lugar con 31% y Gastos en hospedaje con 18%. Del importe gastado en bienes, por 166.74 millones de pesos, destaca el gasto en artesanías y recuerdos de viaje con 34%, ropa y calzado con 34% y otros bienes con 30%.

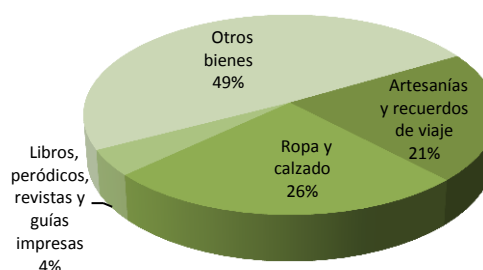
Cuadro 28. Estructura del Consumo de Excursionistas en la Delegación La Magdalena Contreras, 2015

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	26.74	6.30	10.64	43.69
Hotel y otros gastos de alojamiento	0.00	0.00	1.84	1.8
Transporte y traslados en el lugar	14.13	2.22	3.32	19.7
Restaurantes, bares y alimentos	10.25	3.90	3.58	17.7
Esparcimiento	0.50	0.08	0.74	1.3
Otros servicios	1.86	0.11	1.16	3.1
Total bienes	11.47	1.39	2.70	15.56
Artesanías y recuerdos de viaje	2.43	0.00	0.85	3.3
Ropa y calzado	2.93	0.46	0.57	4.0
Libros, periódicos, revistas y guías impresas	0.48	0.07	0.12	0.7
Otros bienes	5.64	0.86	1.15	7.7
Total servicios + bienes	38.22	7.70	13.34	59.25

Part. % del consumo turístico en **Servicios**, 2015



Part. % del consumo turístico en **Bienes**, 2015



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

Por lo que respecta a los excursionistas, el gasto de 2015 arroja un total de 59.25 millones de pesos, de los cuales 43.69 millones corresponden a servicios y 15.56 a bienes. Dentro del rubro de servicios destacan los conceptos Transporte y traslados en el lugar con 45% del gasto 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% del gasto y ropa y calzado con 26%.

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 dos hoteles antes mencionados, la Delegación cuenta con otros oferentes de servicios. Entre ellos destacan tres agencias de viajes, un establecimiento de turismo alternativo en el parque ecológico de San Bernabé Ocoatepec, mismo en el que además se ubica un museo de sitio adosado a los vestigios arqueológicos. En materia de capacitación en gastronomía, con especialidad en preparación de alimentos y bebidas se tiene un centro de nivel técnico-bachillerato en el CONALEP de La Magdalena Contreras.

Agencias de Viajes	Cantidad
Especializada	1
Mayorista	1
Minorista	1
Total	3

Capacitación y Educación Turística	Cantidad
Escuelas de Bachillerato y Técnicas	1
Total	1

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

Asimismo cuenta con 3 centros de reuniones con capacidad para realizar congresos y convenciones todos ellos ubicados en San Jerónimo Lídice, dos de ellos de carácter independiente, el *International Conference Center* y el Centro Interamericano de Estudios de Seguridad Social, además de otro dentro del Hotel Pedregal Palace. La Delegación cuenta también con dos teatros, el San Jerónimo y el Independencia, ambos ubicados en la Unidad Independencia.

Otros Servicios Turísticos	Cantidad
Congresos y Convenciones	3
Casa de Cambio	1
Otros Giros	6
Total	10

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

MOVILIDAD

Con base en la encuesta de origen y destino, para 2015 se estima que dentro de la Delegación se realiza un promedio de 411 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 150 millones de viajes.

CUADRO 31. Viajes totales desde y hacia la Delegación Magdalena Contreras

Año	Producidos	Atraídos	Internos	Producidos + atraídos	Total
2009	59,944,853	59,838,715	28,698,401	119,783,568	148,481,969
2010	60,389,410	60,282,370	28,911,240	120,671,780	149,583,020
2011	60,583,393	60,476,041	29,003,997	121,059,434	150,063,431
2012	60,633,704	60,526,352	29,028,111	121,160,056	150,188,167
2013	60,645,771	60,538,419	29,033,939	121,184,190	150,218,129
2014	60,628,123	60,520,771	29,025,538	121,148,894	150,174,432
2015	60,587,020	60,479,795	29,005,809	121,066,815	150,072,624

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 2014 un total de 105,423 automóviles y 4,234 motocicletas, además de 1,135 camiones de pasajeros, 426 camiones y camionetas de carga. Para 2011 SETRAVI tenía registrados 11 parques de estacionamiento público en la Delegación con una capacidad total de 4,342 cajones. Por su parte la Secretaría de Movilidad, tiene registrados 12 sitios y bases de taxis regularizados.

El transporte público se realiza por medio de 9 rutas de la Red de Transporte Público que cruzan por la demarcación, 3 de ellas proporcionan el servicio Atenea, exclusivo para mujeres, adultos mayores y personas con discapacidades; 2 proporcionan servicio expreso y 4 servicio ordinario. No cuenta con servicio masivo de transporte público, pues no posee líneas de los Sistemas Metro y Metrobús. Parte

considerable del transporte público de pasajeros es proporcionado por el sector privado por medio de microbuses y peseras.

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

CUADRO 32. Viajes totales desde y hacia la Delegación Magdalena Contreras

Número de Recintos / Sitios	Segmento	Aforo	Participación
2	Recreación	600,000	83.5
1	Entretenimiento	100,872	14.0
1	Museo	12,600	1.8
1	Congresos y convenciones	4,800	0.7
5	Total	718,272	100.0

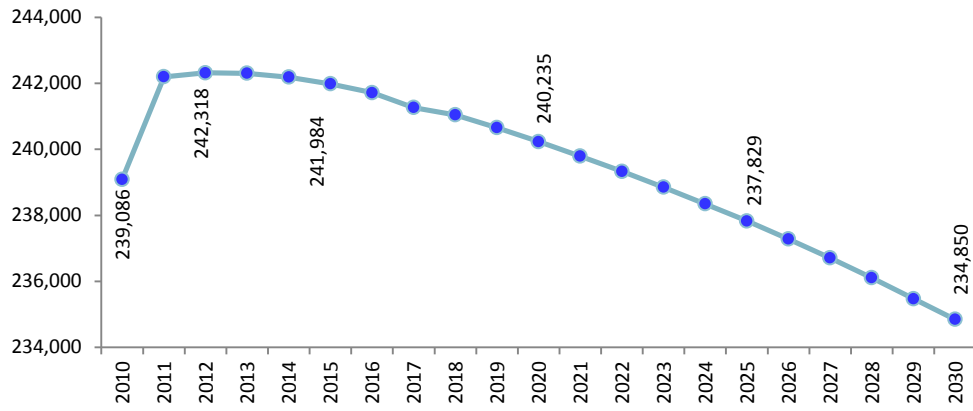
EMPLEO EN RESTAURANTES Y HOTELES

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 6,500 empleos, 1,857 de ellos directos y 4,643 indirectos.

PROYECCIÓN POBLACIONAL

De acuerdo con las proyecciones de CONAPO basadas en el censo de 2010 la población asentada en la Delegación alcanzó su máximo en 2012 con un total de 242.3 miles de habitantes, para 2015 se espera registrar una ligera reducción del orden de los 300 habitantes para ubicar el conteo en 241.9 miles, es decir una reducción de apenas el 0.2%. La tendencia seguirá en el mismo sentido, marcando 240.2 en 2020, 237.8 en 2025 y 234.8 en 2030.

GRÁFICA 45. Proyección poblacional 2010-2030. Delegación Magdalena Contreras



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

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.

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 La Magdalena Contreras (Personas)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes a la delegación	556,951	618,687	673,415	663,824	672,327	678,234	679,902
Llegada de Turistas (Con pernocta)	363,795	417,538	464,766	455,390	461,344	464,469	465,605
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	57,053	63,120	68,980	69,677	64,656	54,874	53,960
Nacionales en alojamiento comercial	38,160	46,008	52,100	51,990	43,627	36,771	36,470
Internacionales en alojamiento comercial	18,893	17,112	16,880	17,687	21,029	18,103	17,490
En casa de familiares y amigos	267,823	309,450	345,569	336,775	346,357	358,169	359,961
En casa o residencia propia	18,435	21,301	23,787	23,181	23,841	24,360	24,482
Otro tipo de hospedaje	20,484	23,667	26,430	25,757	26,490	27,066	27,202
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	188,736	196,136	203,053	202,937	205,330	207,931	208,485
Excursionistas del interior del país a la Delegación	44,197	50,131	55,958	54,971	56,533	58,335	58,121
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	144,539	146,005	147,095	147,966	148,797	149,596	150,364
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	4,420	5,013	5,596	5,497	5,653	5,834	5,812

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

**Cuadro 2. Gasto de los visitantes en la Delegación La Magdalena Contreras
(Pesos)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	646,192,448	714,785,259	808,646,815	830,911,782	866,646,311	893,328,854	917,170,363
Llegada de Turistas (Con pernocta)	607,114,253	669,713,753	756,629,092	778,774,624	812,328,306	834,384,282	857,920,561
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	286,667,146	286,589,956	308,023,537	334,155,780	346,972,190	328,171,140	345,227,237
Nacionales en alojamiento comercial	107,307,210	132,403,982	157,900,687	160,899,178	138,373,633	122,887,467	122,847,532
Internacionales en alojamiento comercial	179,359,936	154,185,974	150,122,850	173,256,602	208,598,557	205,283,673	222,379,705
En casa de familiares y amigos	279,789,377	334,513,766	391,687,321	388,206,436	406,312,602	442,656,348	448,322,920
En casa o residencia propia	19,258,925	23,025,804	26,961,269	26,721,667	27,967,980	30,105,850	30,491,244
Otro tipo de hospedaje	21,398,805	25,584,227	29,956,965	29,690,741	31,075,534	33,450,944	33,879,160
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	30,571,733	35,087,422	40,332,346	40,462,712	42,119,373	45,660,596	45,913,318
Excursionistas del interior del país a la Delegación	24,375,906	28,610,147	33,485,331	33,454,005	34,956,099	38,066,236	38,216,701
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	6,195,828	6,477,275	6,847,015	7,008,707	7,163,274	7,594,361	7,696,616
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	8,506,461	9,984,085	11,685,378	11,674,446	12,198,632	13,283,976	13,336,484

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

**Cuadro 3. Gasto de los visitantes en la Delegación La Magdalena Contreras
(Dólares)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	47,693,382	56,612,815	65,008,967	63,292,318	67,890,824	67,113,541	57,820,978
Llegada de Turistas (Con pernocta)	44,807,313	53,044,515	60,829,242	59,320,347	63,637,658	62,684,425	54,086,280
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	21,143,675	22,711,228	24,801,380	25,441,455	27,198,419	24,643,852	21,776,679
Nacionales en alojamiento comercial	7,929,131	10,493,205	12,703,862	12,262,594	10,848,674	9,235,088	7,718,469
Internacionales en alojamiento comercial	13,214,544	12,218,023	12,097,519	13,178,861	16,349,745	15,408,764	14,058,210
En casa de familiares y amigos	20,661,239	26,484,656	31,456,714	29,580,402	31,815,897	33,264,448	28,253,020
En casa o residencia propia	1,422,189	1,823,036	2,165,281	2,036,127	2,190,004	2,262,375	1,921,538
Otro tipo de hospedaje	1,580,210	2,025,595	2,405,867	2,262,363	2,433,338	2,513,750	2,135,043
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	2,258,014	2,777,809	3,241,114	3,082,398	3,298,047	3,431,057	2,894,165
Excursionistas del interior en la Delegación	1,799,738	2,265,210	2,689,660	2,549,139	2,736,966	2,860,014	2,408,611
Excursionistas de la ZMVM en la Delegación	458,276	512,599	551,454	533,259	561,081	571,043	485,554
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	628,055	790,491	938,611	889,573	955,119	998,059	840,533

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

Cuadro 4. Gasto medio de los visitantes en la Delegación La Magdalena Contreras (Pesos)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	1,160.2	1,155.3	1,200.8	1,251.7	1,289.0	1,317.1	1,349.0
Llegada de Turistas (Con pernocta)	1,668.8	1,604.0	1,628.0	1,710.1	1,760.8	1,796.4	1,842.6
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	5,024.6	4,540.4	4,465.4	4,795.8	5,366.4	5,980.4	6,397.8
Nacionales en alojamiento comercial	2,812.0	2,877.8	3,030.7	3,094.8	3,171.7	3,342.0	3,368.5
Internacionales en alojamiento comercial	9,493.5	9,010.4	8,893.5	9,795.7	9,919.6	11,339.8	12,714.7
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	1,133.4	1,152.7	1,173.1	1,235.9	1,245.5
Otro tipo de hospedaje	1,044.7	1,081.0	1,133.4	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)	1,924.5	1,991.6	2,088.2	2,123.8	2,157.9	2,277.0	2,294.6

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

**Cuadro 5. Gasto medio de los visitantes en la Delegación La Magdalena Contreras
(Dólares)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	85.63	91.50	96.54	95.35	100.98	98.95	85.04
Llegada de Turistas (Con pernocta)	123.17	127.04	130.88	130.26	137.94	134.96	116.16
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	370.60	359.81	359.54	365.13	420.66	449.10	403.57
Nacionales en alojamiento comercial	207.79	228.07	243.84	235.86	248.67	251.15	211.64
Internacionales en alojamiento comercial	699.44	714.00	716.68	745.12	777.49	851.17	803.79
En casa de familiares y amigos	77.15	85.59	91.03	87.83	91.86	92.87	78.49
En casa o residencia propia	77.15	85.58	91.03	87.84	91.86	92.87	78.49
Otro tipo de hospedaje	77.14	85.59	91.03	87.83	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)	142.09	157.69	167.73	161.83	168.96	171.08	144.62

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

**Cuadro 6. Salida total de Turistas y Excursionistas de la Delegación La Magdalena Contreras
(Personas)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Salida Total de Turistas y Excursionistas de la Delegación	1,176,571	1,220,656	1,249,973	1,265,336	1,280,537	1,290,936	1,321,097
Salida de Turistas (Con pernocta)	400,471	421,493	435,188	441,684	448,168	452,111	463,760
Nacionales en alojamiento comercial	160,589	169,019	174,511	177,115	179,715	181,297	185,968
En casa de familiares y amigos	209,847	220,862	228,039	231,443	234,840	236,906	243,010
En casa o residencia propia	14,016	14,752	15,231	15,459	15,686	15,824	16,232
Otro tipo de hospedaje	16,019	16,860	17,407	17,667	17,927	18,084	18,550
Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	744,837	766,258	780,811	789,171	797,382	803,530	821,133
De la Delegación al interior del país	312,636	329,046	339,739	344,809	349,871	352,950	362,043
De la Delegación a la ZMVM	432,201	437,212	441,072	444,362	447,511	450,580	459,090
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	31,263	32,905	33,974	34,481	34,987	35,295	36,204

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

**Cuadro 7. Gasto Total de la Salida de Turistas y Excursionistas de la Delegación La Magdalena Contreras
(Pesos)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto Total de la Salida de Turistas y Excursionistas	953,596,914	1,033,088,246	1,118,887,988	1,157,609,318	1,198,803,077	1,273,280,040	1,317,105,094
Gasto de la Salida de Turistas (Con pernocta)	702,549,624	760,271,830	824,428,428	853,525,237	885,431,584	939,945,789	972,505,127
Nacionales en alojamiento comercial	451,810,332	487,022,834	529,040,680	548,398,261	570,307,715	605,420,201	626,392,170
En casa de familiares y amigos	219,344,830	239,036,154	258,402,929	266,922,709	275,667,950	292,640,017	302,776,574
En casa o residencia propia	14,650,767	15,965,962	17,259,566	17,828,668	18,412,732	19,546,618	20,224,144
Otro tipo de hospedaje	16,743,695	18,246,881	19,725,253	20,375,600	21,043,188	22,338,953	23,112,239
Gasto de la Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	190,879,366	207,240,458	223,573,097	230,846,842	237,859,300	253,015,815	261,517,226
De la Delegación al interior del país	172,345,747	187,833,263	203,027,431	209,794,933	216,308,671	230,141,447	238,012,621
De la Delegación a la ZMVM	18,533,619	19,407,195	20,545,665	21,051,909	21,550,629	22,874,368	23,504,606
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	60,167,924	65,575,958	70,886,463	73,237,238	75,512,193	80,318,436	83,082,740

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

**Cuadro 8. Gasto total de la Salida de Turistas y Excursionistas de la Delegación La Magdalena Contreras
(Dólares)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto total de Salida de la Turistas y Excursionistas	70,467,589	81,808,057	90,248,841	88,112,443	93,934,919	95,749,687	83,067,587
Gasto de la Salida de Turistas (Con pernocta)	51,928,490	60,203,920	66,490,584	64,963,152	69,384,449	70,706,450	61,316,154
Nacionales en alojamiento comercial	33,395,227	38,566,129	42,666,887	41,739,516	44,690,620	45,542,109	39,493,837
En casa de familiares y amigos	16,212,758	18,928,576	20,840,787	20,315,857	21,601,973	22,013,543	19,089,971
En casa o residencia propia	1,082,904	1,264,298	1,392,024	1,356,965	1,442,864	1,470,374	1,275,126
Otro tipo de hospedaje	1,237,601	1,444,917	1,590,887	1,550,815	1,648,992	1,680,425	1,457,220
Gasto de la Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	14,095,145	16,411,307	18,039,738	17,574,105	18,634,208	19,005,976	16,509,715
De la Delegación al interior del país	12,723,052	14,874,279	16,382,040	15,973,368	16,944,751	17,285,341	15,026,435
De la Delegación a la ZMVM	1,372,093	1,537,029	1,657,697	1,600,737	1,689,457	1,720,635	1,483,280
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	4,443,954	5,192,829	5,718,520	5,575,186	5,916,262	6,037,260	5,241,718

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 La Magdalena Contreras
(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	2,079.02	2,097.00
Nacionales en alojamiento comercial	2,813.46	2,881.47	3,031.56	3,096.28	3,173.40	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	1,045.29	1,082.29	1,133.19	1,153.29	1,173.83	1,235.25	1,245.94
Otro tipo de hospedaje	1,045.24	1,082.26	1,133.18	1,153.31	1,173.83	1,235.29	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)	1,924.57	1,992.89	2,086.49	2,123.99	2,158.29	2,275.63	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 La Magdalena Contreras (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	142.83	152.79	147.08	154.82	156.39	132.22
Nacionales en alojamiento comercial	207.95	228.18	244.49	235.66	248.67	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	91.98	92.92	78.56
Gasto medio de 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	157.81	168.32	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 La Magdalena Contreras

Cuadro 11. Viajes totales producidos, atraídos e internos desde y hacia la Delegación La Magdalena Contreras

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	148,481,969	149,583,020	150,063,431	150,188,167	150,218,129	150,174,432	150,072,624
Producidos + atraídos	119,783,568	120,671,780	121,059,434	121,160,056	121,184,190	121,148,894	121,066,815
Producidos en la delegación	59,944,853	60,389,410	60,583,393	60,633,704	60,645,771	60,628,123	60,587,020
Atraídos de las demás delegaciones	59,838,715	60,282,370	60,476,041	60,526,352	60,538,419	60,520,771	60,479,795
Internos de la propia delegación La Magdalena Contreras	28,698,401	28,911,240	29,003,997	29,028,111	29,033,939	29,025,538	29,005,809

Cuadro 12. Viajes turísticos por concepto de compras, social y diversión y comida desde y hacia la delegación La Magdalena Contreras

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	8,214,575	8,275,491	8,302,071	8,308,969	8,310,626	8,308,206	8,302,576
Producidos en la delegación	5,085,317	5,123,032	5,139,485	5,143,753	5,144,780	5,143,281	5,139,795
Atraídos de las demás delegaciones	3,129,258	3,152,459	3,162,586	3,165,216	3,165,846	3,164,925	3,162,781

Cuadro 13. Viajes turísticos por concepto de compras desde y hacia la delegación La Magdalena Contreras

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	3,812,890	3,841,164	3,853,503	3,856,704	3,857,472	3,856,351	3,853,735
Producidos en la delegación	2,538,094	2,556,916	2,565,129	2,567,259	2,567,770	2,567,023	2,565,282
Atraídos de las demás delegaciones	1,274,796	1,284,248	1,288,374	1,289,445	1,289,702	1,289,328	1,288,453

Cuadro 14. Viajes turísticos por concepto social y de diversión desde y hacia la delegación La Magdalena Contreras

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	3,742,833	3,770,589	3,782,697	3,785,844	3,786,599	3,785,496	3,782,931
Producidos en la delegación	2,187,561	2,203,785	2,210,861	2,212,698	2,213,141	2,212,496	2,210,996
Atraídos de las demás delegaciones	1,555,272	1,566,804	1,571,836	1,573,146	1,573,458	1,573,000	1,571,935

Cuadro 15. Viajes turísticos por concepto de comida desde y hacia la Delegación La Magdalena Contreras

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	658,852	663,738	665,871	666,421	666,555	666,359	665,910
Producidos en la delegación	359,662	362,331	363,495	363,796	363,869	363,762	363,517
Atraídos de las demás delegaciones	299,190	301,407	302,376	302,625	302,686	302,597	302,393

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 La Magdalena Contreras

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total (Pesos)	352,128,211	367,126,956	386,440,261	393,567,196	400,081,188	421,753,904	424,198,007
Producidos en la delegación	217,988,583	227,273,902	239,229,937	243,641,834	247,674,446	261,091,124	262,604,135
Atraídos de las demás delegaciones	134,139,628	139,853,053	147,210,323	149,925,363	152,406,742	160,662,780	161,593,872
Total (Dólares)	26,000,966	29,063,879	31,028,873	29,987,974	31,330,162	31,693,685	26,732,866

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	3.61	3.77	3.81	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 La Magdalena Contreras (Personas)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	9,948,097	10,114,834	10,225,459	10,238,129	10,263,490	10,277,376	10,303,575
Entradas	556,951	618,687	673,415	663,824	672,327	678,234	679,902
Salidas	1,176,571	1,220,656	1,249,973	1,265,336	1,280,537	1,290,936	1,321,097
Flujos delegacionales	8,214,575	8,275,491	8,302,071	8,308,969	8,310,626	8,308,206	8,302,576
Producidos en la delegación (Salidas)	5,085,317	5,123,032	5,139,485	5,143,753	5,144,780	5,143,281	5,139,795
Atraídos por la delegación (Entradas)	3,129,258	3,152,459	3,162,586	3,165,216	3,165,846	3,164,925	3,162,781

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

Cuadro 19. Gasto de los Flujos Turísticos totales de la delegación La Magdalena Contreras (Pesos)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	1,951,917,573	2,115,000,461	2,313,975,064	2,382,088,296	2,465,530,577	2,588,362,798	2,658,473,463
Entadas	646,192,448	714,785,259	808,646,815	830,911,782	866,646,311	893,328,854	917,170,363
Salidas	953,596,914	1,033,088,246	1,118,887,988	1,157,609,318	1,198,803,077	1,273,280,040	1,317,105,094
Flujos delegacionales	352,128,211	367,126,956	386,440,261	393,567,196	400,081,188	421,753,904	424,198,007
Producidos en la delegación (Salidas)	217,988,583	227,273,902	239,229,937	243,641,834	247,674,446	261,091,124	262,604,135
Atraídos por la delegación (Entradas)	134,139,628	139,853,053	147,210,323	149,925,363	152,406,742	160,662,780	161,593,872

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

Cuadro 20. Gasto de los Flujos Turísticos totales de la delegación La Magdalena Contreras (Dólares)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	144,161,937	167,484,751	186,286,682	181,392,735	193,155,905	194,556,913	167,621,431
Gasto en la delegación por concepto de entradas	47,693,382	56,612,815	65,008,967	63,292,318	67,890,824	67,113,541	57,820,978
Gasto fuera de la delegación por concepto de salidas	70,467,589	81,808,057	90,248,841	88,112,443	93,934,919	95,749,687	83,067,587
Gasto de los Flujos delegacionales (producidos y atraídos)	26,000,966	29,063,879	31,028,873	29,987,974	31,330,162	31,693,685	26,732,866
Producidos en la delegación (Salidas)	16,096,165	17,992,308	19,208,752	18,564,365	19,395,265	19,620,304	16,549,255
Atraídos por la delegación (Entradas)	9,904,801	11,071,571	11,820,120	11,423,609	11,934,897	12,073,381	10,183,611

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

**Cuadro 21. Saldo Turístico (Entradas - Salidas) de la delegación La Magdalena Contreras
(Pesos / Dólares)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto por entradas - Gasto por salidas (Pesos)	-307,404,467	-318,302,987	-310,241,173	-326,697,536	-332,156,766	-379,951,185	-399,934,731
Gasto por entradas - Gasto por salidas (Dólares)	-22,774,207	-25,195,242	-25,239,874	-24,820,125	-26,044,095	-28,636,146	-25,246,609

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

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 las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

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 las encuestas de origen destino 1994, 2007 y 2013.

Cuadro 24. Viajes atraídos diario según lugar de destino 2007

Lugar de destino	Viajes atraídos			Participación		Porcentaje
	ZMVM	Ciudad de México	La Magdalena Contreras	ZMVM	Ciudad de México	
Hogar	9,933,320	4,957,769	130,711	1.32%	2.64%	55.85%
Escuela	3,253,052	1,992,743	31,593	0.97%	1.59%	13.50%
Oficina	2,230,896	1,786,332	18,780	0.84%	1.05%	8.02%
Otra vivienda	951,321	551,169	14,333	1.51%	2.60%	6.12%
Centro comercial, tienda, mercado	2,000,835	1,262,498	10,344	0.52%	0.82%	4.42%
Hospital, clínica, consultorio	760,958	548,256	9,979	1.31%	1.82%	4.26%
Otro	1,397,733	882,944	9,305	0.67%	1.05%	3.98%
Deportivo, gimnasio	157,149	99,299	3,147	2.00%	3.17%	1.34%
Restaurante, bar, cafetería	235,074	181,073	2,311	0.98%	1.28%	0.99%
Parque, centro recreativo	88,181	62,237	1,476	1.67%	2.37%	0.63%
Taller, laboratorio	254,440	154,209	1,456	0.57%	0.94%	0.62%
Fábrica	691,198	355,086	606	0.09%	0.17%	0.26%
Total	21,954,157	12,833,615	234,041	1.07%	1.82%	100.00%

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

Cuadro 25. Viajes de los residentes producidos, Atraídos e internos por distrito de la delegación La Magdalena Contreras

Número	Distrito	Producidos	Atraídos	Internos
70	Cerro del Judío	104,690	104,534	16,424
71	La Magdalena	129,766	129,507	37,054
	Total	234,456	234,041	53,478

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

Cuadro 26. Total de viajes producidos, atraídos e internos de la delegación La Magdalena Contreras para el período 2010 – 2030

Año	Producidos	Atraídos	Internos
2010	60,389,410	60,282,370	28,911,240
2011	60,583,393	60,476,041	29,003,997
2012	60,633,704	60,526,352	29,028,111
2013	60,645,771	60,538,419	29,033,939
2014	60,628,123	60,520,771	29,025,538
2015	60,587,020	60,479,795	29,005,809
2016	60,527,439	60,420,339	28,977,448
2017	60,435,153	60,328,160	28,933,023
2018	60,353,874	60,247,026	28,894,162
2019	60,275,219	60,168,560	28,856,594
2020	60,173,514	60,067,025	28,807,978
2021	60,065,616	59,959,379	28,756,256
2022	59,952,075	59,846,130	28,701,975
2023	59,833,945	59,728,105	28,645,323
2024	59,711,094	59,605,386	28,586,486
2025	59,582,961	59,477,523	28,525,234
2026	59,449,107	59,343,921	28,461,079
2027	59,308,610	59,203,692	28,393,769
2028	59,161,268	59,056,567	28,323,314
2029	59,006,529	58,902,096	28,249,305
2030	58,849,250	58,745,053	28,173,856

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 La Magdalena Contreras estimado para el período 2010 – 2015 y proyectado 2016 – 2030

Año	Producidos	Atraídos	Total
2010	2,556,916	1,284,248	3,841,164
2011	2,565,129	1,288,374	3,853,503
2012	2,567,259	1,289,445	3,856,704
2013	2,567,770	1,289,702	3,857,472
2014	2,567,023	1,289,328	3,856,351
2015	2,565,282	1,288,453	3,853,735
2016	2,562,759	1,287,187	3,849,946
2017	2,558,853	1,285,222	3,844,075
2018	2,555,411	1,283,493	3,838,904
2019	2,552,083	1,281,823	3,833,906
2020	2,547,773	1,279,659	3,827,432
2021	2,543,206	1,277,366	3,820,572
2022	2,538,399	1,274,953	3,813,352
2023	2,533,397	1,272,439	3,805,836
2024	2,528,195	1,269,824	3,798,019
2025	2,522,770	1,267,100	3,789,870
2026	2,517,103	1,264,255	3,781,358
2027	2,511,155	1,261,267	3,772,422
2028	2,504,915	1,258,133	3,763,048
2029	2,498,362	1,254,842	3,753,204
2030	2,491,705	1,251,496	3,743,201

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 La Magdalena Contreras estimado para el período 2010 – 2015 y proyectado 2016 – 2030

Año	Producidos	Atraídos	Total
2010	2,203,785	1,566,804	3,770,589
2011	2,210,861	1,571,836	3,782,697
2012	2,212,698	1,573,146	3,785,844
2013	2,213,141	1,573,458	3,786,599
2014	2,212,496	1,573,000	3,785,496
2015	2,210,996	1,571,935	3,782,931
2016	2,208,823	1,570,390	3,779,213
2017	2,205,454	1,567,994	3,773,448
2018	2,202,487	1,565,886	3,768,373
2019	2,199,618	1,563,846	3,763,464
2020	2,195,905	1,561,206	3,757,111
2021	2,191,966	1,558,409	3,750,375
2022	2,187,824	1,555,465	3,743,289
2023	2,183,512	1,552,398	3,735,910
2024	2,179,031	1,549,208	3,728,239
2025	2,174,355	1,545,883	3,720,238
2026	2,169,470	1,542,414	3,711,884
2027	2,164,344	1,538,768	3,703,112
2028	2,158,967	1,534,943	3,693,910
2029	2,153,319	1,530,929	3,684,248
2030	2,147,580	1,526,847	3,674,427

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 La Magdalena Contreras para el período 2010 – 2015 y proyectado 2016 -2030

Año	Producidos	Atraídos	Total
2010	362,331	301,407	663,738
2011	363,495	302,376	665,871
2012	363,796	302,625	666,421
2013	363,869	302,686	666,555
2014	363,762	302,597	666,359
2015	363,517	302,393	665,910
2016	363,159	302,095	665,254
2017	362,605	301,633	664,238
2018	362,116	301,229	663,345
2019	361,646	300,837	662,483
2020	361,035	300,328	661,363
2021	360,387	299,793	660,180
2022	359,705	299,225	658,930
2023	358,995	298,636	657,631
2024	358,261	298,020	656,281
2025	357,492	297,379	654,871
2026	356,690	296,713	653,403
2027	355,845	296,014	651,859
2028	354,959	295,278	650,237
2029	354,034	294,505	648,539
2030	353,089	293,719	646,808

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 La Magdalena Contreras por concepto de compras, social y diversión, y comida estimado para el período 2010 – 2015 y proyectado 2016 -2030

Año	Producidos	Atraídos	Total
2010	5,123,032	3,152,459	8,275,491
2011	5,139,485	3,162,586	8,302,071
2012	5,143,753	3,165,216	8,308,969
2013	5,144,780	3,165,846	8,310,626
2014	5,143,281	3,164,925	8,308,206
2015	5,139,795	3,162,781	8,302,576
2016	5,134,741	3,159,672	8,294,413
2017	5,126,912	3,154,849	8,281,761
2018	5,120,014	3,150,608	8,270,622
2019	5,113,347	3,146,506	8,259,853
2020	5,104,713	3,141,193	8,245,906
2021	5,095,559	3,135,568	8,231,127
2022	5,085,928	3,129,643	8,215,571
2023	5,075,904	3,123,473	8,199,377
2024	5,065,487	3,117,052	8,182,539
2025	5,054,617	3,110,362	8,164,979
2026	5,043,263	3,103,382	8,146,645
2027	5,031,344	3,096,049	8,127,393
2028	5,018,841	3,088,354	8,107,195
2029	5,005,715	3,080,276	8,085,991
2030	4,992,374	3,072,062	8,064,436

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 La Magdalena Contreras para el período 2010 – 2015 y proyectado 2016 – 2030

Año	Atraídos Compras	Atraídos Social y Diversión	Atraídos Comida	Total
2010	1,284,248	1,566,804	301,407	3,152,459
2011	1,288,374	1,571,836	302,376	3,162,586
2012	1,289,445	1,573,146	302,625	3,165,216
2013	1,289,702	1,573,458	302,686	3,165,846
2014	1,289,328	1,573,000	302,597	3,164,925
2015	1,288,453	1,571,935	302,393	3,162,781
2016	1,287,187	1,570,390	302,095	3,159,672
2017	1,285,222	1,567,994	301,633	3,154,849
2018	1,283,493	1,565,886	301,229	3,150,608
2019	1,281,823	1,563,846	300,837	3,146,506
2020	1,279,659	1,561,206	300,328	3,141,193
2021	1,277,366	1,558,409	299,793	3,135,568
2022	1,274,953	1,555,465	299,225	3,129,643
2023	1,272,439	1,552,398	298,636	3,123,473
2024	1,269,824	1,549,208	298,020	3,117,052
2025	1,267,100	1,545,883	297,379	3,110,362
2026	1,264,255	1,542,414	296,713	3,103,382
2027	1,261,267	1,538,768	296,014	3,096,049
2028	1,258,133	1,534,943	295,278	3,088,354
2029	1,254,842	1,530,929	294,505	3,080,276
2030	1,251,496	1,526,847	293,719	3,072,062

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 La Magdalena Contreras (2015)

Prestador	Cantidad
Alojamiento (Establecimientos)	2
Cuartos	286
Alimentos y Bebidas	4
Agencia de Viajes	3
Congresos y Convenciones	2
Teatros	1
Capacitación	1
Turismo Alternativo	1
Casas de Cambio	1
Museos	1
Total	16

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos en el D.F. Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 33. Por categoría de los establecimientos de hospedaje (2015)

Categoría	Establecimientos	Cuartos	Promedio de Cuartos / Establecimientos	Empleo	Camas
5 Estrellas	2	286	143	266	423
Total	2	286	143	266	423

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos en el D.F. Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 34. Hoteles por Zona Turística (2015)

Zona Turística	Establecimientos	Cuartos	Promedio de Cuartos / Establecimientos	Empleo	Camas
Perisur-Ajusco	1	222	222	206	328
Santa Fé-Desierto de los Leones	1	64	64	60	95
Total	2	286	143	266	423

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos en el D.F. Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

Cuadro 35. Hoteles por Colonia (2015)

Colonia	Establecimientos	Cuartos	Promedio de Cuartos / Establecimientos	Empleo	Camas
Héroes de Padierna	1	222	222	206	328
San Jerónimo Lídice	1	64	64	60	95
Total	2	286	143	266	423

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios Turísticos en el D.F. Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

**Cuadro 36. Llegada de turistas a los establecimientos de hospedaje de la Delegación La Magdalena Contreras
(Enero 2014 – Diciembre 2015)**

Delegación	Porcentaje de Ocupación	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Total de turistas
ene-14	57.27	2,831	1,430	4,261
feb-14	69.02	2,560	1,648	4,208
mar-14	69.44	3,072	1,314	4,386
abr-14	67.78	2,973	1,171	4,144
may-14	69.61	2,989	1,709	4,698
jun-14	67.46	2,431	1,353	3,784
jul-14	71.76	3,405	1,287	4,692
ago-14	69.40	3,268	1,387	4,655
sep-14	69.16	3,376	1,610	4,986
oct-14	76.66	3,337	1,619	4,956
nov-14	78.49	3,509	1,923	5,432
dic-14	61.41	3,020	1,652	4,672
2014	68.96	36,771	18,103	54,874
ene-15	56.84	2,425	1,382	3,807
feb-15	70.86	3,098	1,811	4,909
mar-15	73.22	2,754	1,462	4,216
abr-15	65.56	2,278	1,123	3,401
may-15	67.13	2,930	1,359	4,289
jun-15	69.74	2,886	1,423	4,309
jul-15	70.52	3,265	1,426	4,691
ago-15	70.52	3,532	1,618	5,150
sep-15	73.18	2,893	1,409	4,302
oct-15	80.63	3,267	1,506	4,773
nov-15	78.38	3,327	1,315	4,642
dic-15	62.51	3,815	1,656	5,471
2015	69.92	36,470	17,490	53,960

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 La Magdalena Contreras (Enero 2014 – Diciembre 2015)

Mes	Porcentaje de desocupación	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Total de turistas
ene-14	42.73	2,112	1,067	3,179
feb-14	30.98	1,149	740	1,889
mar-14	30.56	1,352	578	1,930
abr-14	32.22	1,413	557	1,970
may-14	30.39	1,305	746	2,051
jun-14	32.54	1,172	653	1,825
jul-14	28.24	1,340	506	1,846
ago-14	30.60	1,441	612	2,052
sep-14	30.84	1,505	718	2,223
oct-14	23.34	1,016	493	1,509
nov-14	21.51	962	527	1,489
dic-14	38.59	1,898	1,038	2,936
2014	31.04	16,665	8,234	24,899
ene-15	43.16	1,841	1,049	2,890
feb-15	29.14	1,274	745	2,019
mar-15	26.78	1,007	535	1,542
abr-15	34.44	1,197	590	1,787
may-15	32.87	1,435	665	2,100
jun-15	30.26	1,252	617	1,870
jul-15	29.48	1,365	596	1,961
ago-15	29.48	1,477	677	2,153
sep-15	26.82	1,060	516	1,576
oct-15	19.37	785	362	1,146
nov-15	21.62	918	363	1,280
dic-15	37.49	2,288	993	3,281
2015	30.08	15,899	7,708	23,607

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 La Magdalena Contreras (Enero 2014 – Diciembre 2015)

Mes	Porcentaje de Ocupación	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Total de turistas
ene-14	100.00	4,943	2,497	7,440
feb-14	100.00	3,709	2,388	6,097
mar-14	100.00	4,424	1,892	6,316
abr-14	100.00	4,386	1,728	6,114
may-14	100.00	4,294	2,455	6,749
jun-14	100.00	3,603	2,006	5,609
jul-14	100.00	4,745	1,793	6,538
ago-14	100.00	4,709	1,999	6,707
sep-14	100.00	4,881	2,328	7,209
oct-14	100.00	4,353	2,112	6,465
nov-14	100.00	4,471	2,450	6,921
dic-14	100.00	4,918	2,690	7,608
2014	100.00	53,436	26,337	79,773
ene-15	100.00	4,266	2,431	6,697
feb-15	100.00	4,372	2,556	6,928
mar-15	100.00	3,761	1,997	5,758
abr-15	100.00	3,475	1,713	5,188
may-15	100.00	4,365	2,024	6,389
jun-15	100.00	4,138	2,040	6,179
jul-15	100.00	4,630	2,022	6,652
ago-15	100.00	5,009	2,295	7,303
sep-15	100.00	3,953	1,925	5,878
oct-15	100.00	4,052	1,868	5,919
nov-15	100.00	4,245	1,678	5,922
dic-15	100.00	6,103	2,649	8,752
2015	100.00	52,369	25,198	77,567

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
	69.92	36,470	17,490	53,960	Grado de utilización
2015	30.08	15,899	7,708	23,607	Grado de desocupación
	100.00	52,369	25,198	77,567	Capacidad al 100%

Cuadro 40. Grados de utilización y desocupación de la infraestructura hotelera de la delegación La Magdalena Contreras

Delegación	Grado de utilización	Grado de desocupación	Capacidad total
ene-14	57.27	42.73	100.00
feb-14	69.02	30.98	100.00
mar-14	69.44	30.56	100.00
abr-14	67.78	32.22	100.00
may-14	69.61	30.39	100.00
jun-14	67.46	32.54	100.00
jul-14	71.76	28.24	100.00
ago-14	69.40	30.60	100.00
sep-14	69.16	30.84	100.00
oct-14	76.66	23.34	100.00
nov-14	78.49	21.51	100.00
dic-14	61.41	38.59	100.00
2014	68.96	31.04	100.00
ene-15	56.84	43.16	100.00
feb-15	70.86	29.14	100.00
mar-15	73.22	26.78	100.00
abr-15	65.56	34.44	100.00
may-15	67.13	32.87	100.00
jun-15	69.74	30.26	100.00
jul-15	70.52	29.48	100.00
ago-15	70.52	29.48	100.00
sep-15	73.18	26.82	100.00
oct-15	80.63	19.37	100.00
nov-15	78.38	21.62	100.00
dic-15	62.51	37.49	100.00
2015	69.92	30.08	100.00

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

Cuadro 41. Llegada de turistas nacionales a los hoteles de la delegación La Magdalena Contreras (2009 – 2015)

Mes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ene	2,740	2,834	3,359	3,084	2,845	2,831	2,425
Feb	2,802	3,360	3,717	4,520	3,948	2,560	3,098
Mar	4,335	4,313	5,523	5,144	4,586	3,072	2,754
Abr	2,919	3,376	3,829	3,921	3,557	2,973	2,278
May	1,398	3,940	4,538	4,037	4,058	2,989	2,930
Jun	2,276	3,328	4,017	3,958	3,777	2,431	2,886
Jul	3,655	3,460	4,706	4,885	3,737	3,405	3,265
Ago	3,389	3,906	4,496	4,607	2,768	3,268	3,532
Sep	3,434	4,507	4,142	4,495	3,937	3,376	2,893
Oct	3,379	4,279	4,386	4,246	3,466	3,337	3,267
Nov	4,700	5,200	4,605	4,242	3,658	3,509	3,327
Dic	3,133	3,505	4,782	4,851	3,290	3,020	3,815
Total	38,160	46,008	52,100	51,990	43,627	36,771	36,470

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

**Cuadro 42. Llegada de turistas internacionales a los hoteles de la delegación La Magdalena Contreras
(2009 – 2015)**

Mes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ene	1,040	1,256	961	761	1,021	1,430	1,382
Feb	1,394	1,599	1,421	1,413	1,751	1,648	1,811
Mar	1,671	1,915	1,814	1,506	2,137	1,314	1,462
Abr	1,415	1,583	1,471	1,438	1,868	1,171	1,123
May	462	1,498	1,682	1,472	2,132	1,709	1,359
Jun	1,035	1,082	1,479	1,528	1,786	1,353	1,423
Jul	1,454	973	1,397	1,809	1,726	1,287	1,426
Ago	2,325	1,288	1,363	1,619	1,452	1,387	1,618
Sep	2,359	1,580	1,251	1,655	2,040	1,610	1,409
Oct	1,758	1,604	1,286	1,521	1,614	1,619	1,506
Nov	2,566	1,430	1,249	1,239	1,932	1,923	1,315
Dic	1,414	1,304	1,506	1,726	1,570	1,652	1,656
Total	18,893	17,112	16,880	17,687	21,029	18,103	17,490

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 La Magdalena Contreras (2009 – 2015)

Mes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ene	3,780	4,090	4,320	3,845	3,866	4,261	3,807
Feb	4,196	4,959	5,138	5,933	5,699	4,208	4,909
Mar	6,006	6,228	7,337	6,650	6,723	4,386	4,216
Abr	4,334	4,959	5,300	5,359	5,425	4,144	3,401
May	1,860	5,438	6,220	5,509	6,190	4,698	4,289
Jun	3,311	4,410	5,496	5,486	5,563	3,784	4,309
Jul	5,109	4,433	6,103	6,694	5,463	4,692	4,691
Ago	5,714	5,194	5,859	6,226	4,220	4,655	5,150
Sep	5,793	6,087	5,393	6,150	5,977	4,986	4,302
Oct	5,137	5,883	5,672	5,767	5,080	4,956	4,773
Nov	7,266	6,630	5,854	5,481	5,590	5,432	4,642
Dic	4,547	4,809	6,288	6,577	4,860	4,672	5,471
Total	57,053	63,120	68,980	69,677	64,656	54,874	53,960

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

Cuadro 44. Otros servicios turísticos

Agencias de Viajes	Cantidad
Especializada	1
Mayorista	1
Minorista	1
Total	3
Capacitación y Educación Turística	Cantidad
Escuelas de Bachillerato y Técnicas	1
Total	1
Museos	Cantidad
Histórico	1
Total	1
Otros Servicios Turísticos	Cantidad
Congresos y Convenciones	2
Casa de Cambio	1
Otros Giros	6
Total	9

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

Cuadro 45. Densidad de Servicios por Zona Turística

Zona Turística	Cantidad
Santa Fé-Desierto de los Leones	12
Perisur-Ajusco	5
Total	17

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

**Concentración del recurso turístico en la delegación La Magdalena Contreras
(Aforos 2014)**

Cuadro 46. Por segmento

Número de Recintos / Sitios	Segmento	Aforo	Participación
2	Recreación	600,000	83.5
1	Entretenimiento	100,872	14.0
1	Museo	12,600	1.8
1	Congresos y convenciones	4,800	0.7
5	Total	718,272	100.0

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México con información de diversos organismos públicos y privados.

Cuadro 47. Por zona turística

Número de Recintos / Sitios	Corredor Turístico	Aforo	Participación
2	Perisur-Ajusco	600,000	83.5
3	Santa Fe-Desierto De Los Leones	118,272	16.5
5	Total	718,272	100.0

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México con información de diversos organismos públicos y privados.

Cuadro 48. Por jerarquía

Número de Recintos / Sitios	Segmento	Aforo	Participación
2	Ecoturismo	600,000	83.5
1	Teatro	100,872	14.0
1	Arqueología prehispánica	12,600	1.8
1	Eventos corporativos, sociales, Ferias y Exposiciones	4,800	0.7
5	Total	718,272	100.0

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México con información de diversos organismos públicos y privados.

Actividad gastronómica de la Delegación La Magdalena Contreras

Cuadro 49. Resumen de establecimientos por zona

Oferta gastronómica por zona	Número de establecimientos	Capacidad de atención		
		Diaria	Anual	Empleo
Peri Sur-Ajusco	10	500	182,500	60
Santa Fe-Desierto de los Leones	25	1,250	456,250	150
Total	35	1,750	638,750	210

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

Cuadro 49. 1. Zona Perisur-Ajusco por característica y especialidad

Especialidad	Número de establecimientos	Capacidad de atención		
		Diaria	Anual	Empleo
Mexicana	3	150	54,750	18
Pizzas	2	100	36,500	12
Alitas	1	50	18,250	6
Ensaladas	1	50	18,250	6
Internacional	1	50	18,250	6
Japonesa y Sushi	1	50	18,250	6
Tacos	1	50	18,250	6
Total	10	500	182,500	60

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

Cuadro 49. 2. Zona Santa Fe-Desierto de los Leones por característica y especialidad

Especialidad	Número de establecimientos	Capacidad de atención		
		Diaria	Anual	Empleo
Americana	3	150	54,750	18
Japonesa y Sushi	3	150	54,750	18
Pizzas	3	150	54,750	18
Tienda Gourmet	3	150	54,750	18
Cafetería	2	100	36,500	12
Panadería	2	100	36,500	12
Tacos	2	100	36,500	12
Baguettes	1	50	18,250	6
Carnes	1	50	18,250	6
Española	1	50	18,250	6
Hamburguesas	1	50	18,250	6
Internacional	1	50	18,250	6
Mediterránea	1	50	18,250	6
Mexicana	1	50	18,250	6
Total	25	1,250	456,250	150

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

Cuadro 50. Empleo Censal Total, 2008-2013

Delegación	Empleo 2008	Empleo 2013	Participación 2008	Participación 2013
Álvaro Obregón	251,772	319,302	7.63%	8.86%
Azcapotzalco	304,071	383,735	9.22%	10.65%
Benito Juárez	341,826	365,565	10.36%	10.14%
Coyoacán	149,926	141,805	4.54%	3.94%
Cuajimalpa de Morelos	100,976	94,894	3.06%	2.63%
Cuauhtémoc	614,547	733,557	18.63%	20.36%
Gustavo A. Madero	184,885	178,537	5.60%	4.95%
Iztacalco	101,593	85,182	3.08%	2.36%
Iztapalapa	294,297	320,196	8.92%	8.89%
La Magdalena Contreras	26,933	22,589	0.82%	0.63%
Miguel Hidalgo	481,279	556,130	14.59%	15.43%
Milpa Alta	10,596	11,932	0.32%	0.33%
Tláhuac	39,039	41,615	1.18%	1.15%
Tlalpan	185,360	153,223	5.62%	4.25%
Venustiano Carranza	157,021	142,270	4.76%	3.95%
Xochimilco	55,204	53,040	1.67%	1.47%
Total	3,299,325	3,603,572	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	33.2
Azcapotzalco	3,336	31.6	39.9
Benito Juárez	2,663	35.5	38.0
Coyoacán	5,440	15.6	14.7
Cuajimalpa de Morelos	7,458	10.5	9.9
Cuauhtémoc	3,252	63.9	76.3
Gustavo A. Madero	9,407	19.2	18.6
Iztacalco	2,330	10.6	8.9
Iztapalapa	11,700	30.6	33.3
La Magdalena Contreras	7,458	2.8	2.3
Miguel Hidalgo	4,699	50.0	57.8
Milpa Alta	22,841	1.1	1.2
Tláhuac	8,534	4.1	4.3
Tlalpan	34,007	19.3	15.9
Venustiano Carranza	3,340	16.3	14.8
Xochimilco	12,200	5.7	5.5

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	319,302	57.6%	26.8%
Azcapotzalco	155,271	304,071	383,735	147.1%	26.2%
Benito Juárez	349,313	341,826	365,565	4.7%	6.9%
Coyoacán	144,496	149,926	141,805	-1.9%	-5.4%
Cuajimalpa de Morelos	44,305	100,976	94,894	114.2%	-6.0%
Cuauhtémoc	616,940	614,547	733,557	18.9%	19.4%
Gustavo A. Madero	173,562	184,885	178,537	2.9%	-3.4%
Iztacalco	114,132	101,593	85,182	-25.4%	-16.2%
Iztapalapa	266,179	294,297	320,196	20.3%	8.8%
La Magdalena Contreras	22,797	26,933	22,589	-0.9%	-16.1%
Miguel Hidalgo	404,180	481,279	556,130	37.6%	15.6%
Milpa Alta	7,337	10,596	11,932	62.6%	12.6%
Tláhuac	29,278	39,039	41,615	42.1%	6.6%
Tlalpan	136,528	185,360	153,223	12.2%	-17.3%
Venustiano Carranza	129,867	157,021	142,270	9.6%	-9.4%
Xochimilco	46,069	55,204	53,040	15.1%	-3.9%

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

Cuadro 53. Empleos en restaurantes y hoteles 2013

Delegación	Directos	Indirectos	Total
Álvaro Obregón	26,250	65,625	91,875
Azcapotzalco	31,547	78,868	110,415
Benito Juárez	30,053	75,134	105,187
Coyoacán	11,658	29,145	40,803
Cuajimalpa de Morelos	7,801	19,503	27,304
Cuauhtémoc	60,307	150,767	211,074
Gustavo A. Madero	14,678	36,694	51,372
Iztacalco	7,003	17,507	24,510
Iztapalapa	26,324	65,809	92,133
La Magdalena Contreras	1,857	4,643	6,500
Miguel Hidalgo	45,720	114,300	160,020
Milpa Alta	981	2,452	3,433
Tláhuac	3,421	8,553	11,974
Tlalpan	12,597	31,491	44,088
Venustiano Carranza	11,696	29,240	40,936
Xochimilco	4,360	10,901	15,261
Total	296,253	740,632	1,036,885

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

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.

Total de Grupos de edad en la delegación La Magdalena Contreras								
Año	0-14	15-29	30-44	45-64	65+	Total	Despoblamiento	
							Anual	Acumulado
2010	57,801	60,324	57,030	45,800	18,131	239,086		
2011	59,041	60,247	57,221	48,342	17,343	242,194	3,108	3,108
2012	58,119	59,844	56,750	49,670	17,935	242,318	124	3,232
2013	57,167	59,479	56,158	50,957	18,543	242,304	-14	3,218
2014	56,199	59,138	55,484	52,194	19,172	242,187	-117	3,101
2015	55,222	58,806	54,760	53,369	19,827	241,984	-203	2,898
2016	54,244	58,489	54,008	54,466	20,511	241,718	-266	2,632
2017	53,688	58,258	53,560	54,922	20,836	241,264	-454	2,178
2018	52,327	57,828	52,559	56,367	21,964	241,045	-219	1,959
2019	51,405	57,454	51,916	57,147	22,731	240,653	-392	1,567
2020	50,513	57,054	51,341	57,806	23,521	240,235	-418	1,149
2021	49,670	56,619	50,827	58,347	24,330	239,793	-442	707
2022	48,885	56,148	50,363	58,779	25,155	239,330	-463	244
2023	48,150	55,648	49,960	59,098	25,994	238,850	-480	-236
2024	47,485	55,087	49,638	59,296	26,844	238,350	-500	-736
2025	46,991	54,364	49,392	59,376	27,706	237,829	-521	-1,257
2026	46,627	53,521	49,207	59,349	28,579	237,283	-546	-1,803
2027	46,280	52,673	49,061	59,228	29,467	236,709	-574	-2,377
2028	45,948	51,824	48,939	59,027	30,370	236,108	-601	-2,978
2029	45,627	50,977	48,826	58,757	31,288	235,475	-633	-3,611
2030	45,308	50,140	48,716	58,457	32,229	234,850	-625	-4,236
Variación absoluta	-12,493	-10,184	-8,314	12,657	14,098	-4,236	-4,236	
TCMA	-1.21%	-0.92%	-0.78%	1.23%	2.92%	-0.09%		

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

Grupos de edad (años)	Hombres y mujeres	TCMA
0-14	-12,493	-1.21%
15-29	-10,184	-0.92%
30-44	-8,314	-0.78%
45-64	12,657	1.23%
65+	14,098	2.92%
Total	-4,236	-0.09%

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.

Total de Grupos de edad en la delegación La Magdalena Contreras (Hombres)								
Año	0-14	15-29	30-44	45-64	65+	Total	Despoblamiento	
							Anual	Acumulado
2010	29,318	29,623	26,828	21,104	7,619	114,492		
2011	29,944	29,687	26,856	22,212	7,202	115,901	1,409	1,409
2012	29,454	29,551	26,632	22,798	7,467	115,902	1	1,410
2013	28,951	29,426	26,359	23,361	7,741	115,838	-64	1,346
2014	28,443	29,303	26,058	23,896	8,025	115,725	-113	1,233
2015	27,933	29,177	25,742	24,398	8,322	115,572	-153	1,080
2016	27,425	29,052	25,422	24,861	8,630	115,390	-182	898
2017	27,138	28,951	25,230	25,049	8,778	115,146	-244	654
2018	26,445	28,761	24,831	25,644	9,280	114,961	-185	469
2019	25,984	28,580	24,585	25,955	9,619	114,723	-238	231
2020	25,544	28,376	24,375	26,210	9,966	114,471	-252	-21
2021	25,139	28,144	24,196	26,414	10,318	114,211	-260	-281
2022	24,773	27,881	24,041	26,570	10,674	113,939	-272	-553
2023	24,437	27,596	23,916	26,679	11,035	113,663	-276	-829
2024	24,119	27,295	23,829	26,736	11,400	113,379	-284	-1,113
2025	23,870	26,927	23,775	26,745	11,768	113,085	-294	-1,407
2026	23,688	26,495	23,749	26,710	12,141	112,783	-302	-1,709
2027	23,514	26,060	23,738	26,639	12,519	112,470	-313	-2,022
2028	23,347	25,626	23,733	26,538	12,902	112,146	-324	-2,346
2029	23,185	25,195	23,725	26,413	13,291	111,809	-337	-2,683
2030	23,024	24,770	23,715	26,278	13,688	111,475	-334	-3,017
Variación absoluta	-6,294	-4,853	-3,113	5,174	6,069	-3,017	-3,017	
TCMA	-1.20%	-0.89%	-0.61%	1.10%	2.97%	-0.13%		

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

Grupos de edad (años)	Hombres	TCMA
0-14	-6,294	-1.20%
15-29	-4,853	-0.89%
30-44	-3,113	-0.61%
45-64	5,174	1.10%
65+	6,069	2.97%
Total	-3,017	-0.13%

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.

Total de Grupos de edad en la delegación La Magdalena Contreras (Mujeres)								
Año	0-14	15-29	30-44	45-64	65+	Total	Despoblamiento	
							Anual	Acumulado
2010	28,483	30,701	30,202	24,696	10,512	124,594		
2011	29,097	30,560	30,365	26,130	10,141	126,293	1,699	1,699
2012	28,665	30,293	30,118	26,872	10,468	126,416	123	1,822
2013	28,216	30,053	29,799	27,596	10,802	126,466	50	1,872
2014	27,756	29,835	29,426	28,298	11,147	126,462	-4	1,868
2015	27,289	29,629	29,018	28,971	11,505	126,412	-50	1,818
2016	26,819	29,437	28,586	29,605	11,881	126,328	-84	1,734
2017	26,550	29,307	28,330	29,873	12,058	126,118	-210	1,524
2018	25,882	29,067	27,728	30,723	12,684	126,084	-34	1,490
2019	25,421	28,874	27,331	31,192	13,112	125,930	-154	1,336
2020	24,969	28,678	26,966	31,596	13,555	125,764	-166	1,170
2021	24,531	28,475	26,631	31,933	14,012	125,582	-182	988
2022	24,112	28,267	26,322	32,209	14,481	125,391	-191	797
2023	23,713	28,052	26,044	32,419	14,959	125,187	-204	593
2024	23,366	27,792	25,809	32,560	15,444	124,971	-216	377
2025	23,121	27,437	25,617	32,631	15,938	124,744	-227	150
2026	22,939	27,026	25,458	32,639	16,438	124,500	-244	-94
2027	22,766	26,613	25,323	32,589	16,948	124,239	-261	-355
2028	22,601	26,198	25,206	32,489	17,468	123,962	-277	-632
2029	22,442	25,782	25,101	32,344	17,997	123,666	-296	-928
2030	22,284	25,370	25,001	32,179	18,541	123,375	-291	-1,219
Variación absoluta	-6,199	-5,331	-5,201	7,483	8,029	-1,219	-1,219	
TCMA	-1.22%	-0.95%	-0.94%	1.33%	2.88%	-0.05%		

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

Grupos de edad (años)	Mujeres	TCMA
0-14	-6,199	-1.22%
15-29	-5,331	-0.95%
30-44	-5,201	-0.94%
45-64	7,483	1.33%
65+	8,029	2.88%
Total	-1,219	-0.05%

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	2004	2004	2014	2014	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

PRESTADOR REGISTRADO	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	COLONIA	C.P.
ALOJAMIENTO	Hotel Pedregal Palace	Anillo Periférico Sur 3487	San Jerónimo Lídice	10200
	Hotel Camino Real Pedregal México	Periférico Sur 3647	Héroes de Padierna	10700
ALIMENTOS Y BEBIDAS	Chili's San Jerónimo	Avenida San Jerónimo 720	San Jerónimo Lidice	10200
	Micki's Pizzas	Avenida Álvaro Obregón 1600	Barranca Seca	10580
	Fonda Mexicana (San Jerónimo)	Avenida San Jerónimo 775	San Jerónimo Lidice	10200
	Pizza Papa Jonh's San Jerónimo Pedregal	Avenida Contreras 682	San Jerónimo	10200
AGENCIAS DE VIAJES	A. G. Tour Operator	Avenida Periférico Sur 3453 torre B piso 5 despacho 502 bis	San Jerónimo Lidice	10200
	Viajes Albe	Hidalgo 103	San Jerónimo Lidice	10200
	Operadora Turística Yatre	Avenida México 1243	La Guadalupe	10820
CONGRESOS Y CONVENCIONES	International Conference Center	Porfirio Díaz 50	San Jerónimo Lídice	10200
	Centro Interamericano de Estudios de Seguridad Social	San Ramón sin número	San Jerónimo Lídice	10200
TEATROS	Teatro San Jerónimo	Periférico Sur 3400	Unidad Independencia IMSS	10100
	Teatro Independencia	Periférico Sur 3400	Unidad Independencia IMSS	10100
CAPACITACIÓN	CONALEP plantel Magdalena Contreras	Durango 17	La Guadalupe	10820
TURISMO ALTERNATIVO	Parque ecoturístico de la comunidad de San Bernabé Ocoatepec	Ojo de Agua 1005 bienes comunales San Bernabé Ocoatepec	San Bernabé Ocoatepec	10369
CASAS DE CAMBIO	Girotec	Álvaro Obregón 98 local 1	La Cruz	10800
MUSEOS	Museo Arqueológico de Sitio Mazatépetl	Calle de las Cruces sin número	Las Cruces	10310

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

Cuadro 64. Listado de restaurantes "Queremos Comer"

NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	COLONIA	C.P.
BENEDETTI'S PIZZA, SAN JERÓNIMO	Héroes de Padierna 138	San Jerónimo Lídice	10200
BURGER KING, CONTRERAS	Periférico Sur 3369	San Jerónimo Lídice	10200
CHAZZ, SAN JERÓNIMO	Avenida San Jerónimo 720	San Jerónimo Lídice	10200
CHILI'S, SAN JERÓNIMO	Avenida San Jerónimo 720	San Jerónimo Lídice	10200
DONOSTIA	Héroes de Padierna 132	San Jerónimo Lídice	10200
D'VERO	Álvaro Obregón 93	Barranca Seca	10580
EL FAROLITO, LUIS CABRERA	Periférico Sur 3578	San Jerónimo Aculco	10400
EL GLOBO, SAN JERÓNIMO	Avenida San Bernabé 327	San Jerónimo Lídice	10200
EL GLOBO, SAN JERÓNIMO II	Avenida Contreras 300	San Jerónimo Lídice	10200
EL PUERCO CON ALAS	Avenida México 59	Santa Teresa	10710
EL SECRETO GOURMET	Avenida San Jerónimo 924	San Jerónimo Lídice	10200
EROS & NOSTI	Avenida San Jerónimo 1423	San Jerónimo Lídice	10200
EUGENIO EL DEL CAMINITO	Emilio Carranza 240	La Magdalena	10910
FONDA MEXICANA, SAN JERÓNIMO	Avenida San Jerónimo 775	San Jerónimo Lídice	10200
GARABATOS, SAN JERÓNIMO	Avenida San Jerónimo 630	San Jerónimo Lídice	10200
LA ALCACHOFA	Avenida San Bernabé 185	San Jerónimo Lídice	10200
LA MANSIÓN, SAN JERÓNIMO	Avenida San Jerónimo 801	San Jerónimo Lídice	10200
LA QUATTORDICI	Avenida Tuxpan 5	San Jerónimo Aculco	10400
LIGERE & PUNTO	Héroes de Padierna 132	San Jerónimo Aculco	10400
LUCIA'S BAKERY	Nube 64 3	El Toro	10610
MAKI SUSHI	Avenida México 1307	La Cruz	10800
MANIA'S PIZZA, SAN JERONIMO	Avenida San Jerónimo 1823	Lomas Quebradas	10000
MANIA'S PIZZA, SAN NICOLAS TOTOLAPAN	Mariano matamoros 94	San Nicolás Totolapan	10900
PAPA JOHN'S, SAN JERÓNIMO	Avenida Contreras 682	San Jerónimo Lídice	10200
PIZZA AMORE, SAN JERÓNIMO	San Jerónimo 750	San Jerónimo Lídice	10200
PIZZA HUT, SAN JERÓNIMO	Jalapa 113	San Jerónimo Aculco	10400

NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	COLONIA	C.P.
POTZOLCANO	Fortín 9	Barranca Seca	10580
SANTTO	Héroes de Padierna 132	San Jerónimo Lídice	10200
SPICY SNACK & BEER	Avenida San Bernabé 87	San Jerónimo Lídice	10200
SUBWAY, PLAZA LUIS CABRERA	Contreras 682	San Jerónimo Lídice	10200
SUSHI ITTO, SAN JERÓNIMO	La Presa 254	San Jerónimo Lídice	10200
SUSHI ROLL, SAN JERÓNIMO	Avenida Contreras 300	San Jerónimo Lídice	10200
SUSHI TIME, SAN JERÓNIMO	Héroes de Padierna 138	San Jerónimo Lídice	10200
TACOS DON MANOLITO, SAN JERÓNIMO	Avenida San Jerónimo 1272	San Jerónimo Lídice	10200
VILLA MARGAREÑA	Huachinango 150	San Jerónimo Lídice	10200
VIPS, SAN JERÓNIMO	Contreras 32	San Jerónimo Lídice	10200

Fuente: Queremoscomer.com, Socio estratégico de 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
La 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
La 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
La 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
Tepetzotlán	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
Tepetzotlán	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

