

EL TURISMO EN CDMX 2014- 2015

Delegación Xochimilco



CDMX

CIUDAD DE MÉXICO

SECRETARÍA DE TURISMO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

EL TURISMO EN LA CIUDAD DE MÉXICO. 2014-2015

Delegación Xochimilco

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

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

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

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

Miguel Torruco Marqués.

EL TURISMO EN LA CIUDAD DE MÉXICO. 2014-2015
Delegación Xochimilco

ÍNDICE

ÍNDICE	3
PRIMERA PARTE. EL TURISMO EN LA CIUDAD DE MÉXICO	5
CAPÍTULO I. RESULTADOS TURÍSTICOS 2014-2015	5
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
COMPARACIÓN DE LA LLEGADA DE VISITANTES A CDMX CON REGISTROS ADMINISTRATIVOS	21
TURISMO EGRESIVO DE CDMX	27
HOTELERÍA EN CDMX	28
PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA CIUDAD 2015	31
CAPÍTULO II. EL DISTRITO FEDERAL Y SUS DELEGACIONES	36
ANTECEDENTES HISTÓRICOS	36
CREACIÓN DE LAS DELEGACIONES COMO ESPACIO POLÍTICO ADMINISTRATIVO	37
EXPANSIÓN DE LA CIUDAD. FORMACIÓN DE LA ZMVM	39
LAS DELEGACIONES COMO ESPACIO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA CIUDAD	40
POSICIÓN RELATIVA DE LAS DELEGACIONES	41
ATRATIVOS TURÍSTICOS DE CDMX	48
ZONAS TURÍSTICAS	58
CAPÍTULO III. ANÁLISIS FODA DEL TURISMO EN CDMX	61
FORTALEZAS	61
OPORTUNIDADES	63
DEBILIDADES	65
AMENAZAS	65
SEGUNDA PARTE. EL TURISMO EN LA DELEGACIÓN XOCHIMILCO	67
RESULTADOS 2014-2015	67
LOCALIZACIÓN	68
LÍMITES DELEGACIONALES	69

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	70
HOTELERÍA	72
OCUPACIÓN HOTELERA	72
TURISMO RECEPTIVO EN XOCHIMILCO	74
DERRAMA ECONÓMICA	76
TURISMO EGRESIVO DE XOCHIMILCO	77
GASTO DEL TURISMO EGRESIVO (TURISTAS Y EXCURSIONISTAS)	78
SALDO TURÍSTICO DE LA DELEGACIÓN	79
ESTRUCTURA DEL GASTO DE LOS VISITANTES	80
INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS TURÍSTICOS	82
MOVILIDAD	82
EMPLEO EN RESTAURANTES Y HOTELES	84
PROYECCIÓN POBLACIONAL	84
ANÁLISIS FODA DEL TURISMO EN LA DELEGACIÓN XOCHIMILCO	86
FORTALEZAS	86
OPORTUNIDADES	87
DEBILIDADES	88
AMENAZAS	88
GLOSARIO DE TÉRMINOS	90
ANEXO ESTADÍSTICO	97

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 ganan.

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

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

Atendiendo consideraciones de esta naturaleza es que el turismo en la Ciudad de México se define, según la Ley de Turismo, como una actividad incluyente y sustentable. Incluyente porque los programas turísticos deben hacer partícipe a toda la sociedad y en especial a los grupos

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

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 del Distrito Federal 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 del Distrito Federal.

En sus *Recomendaciones internacionales, 2008*², 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.

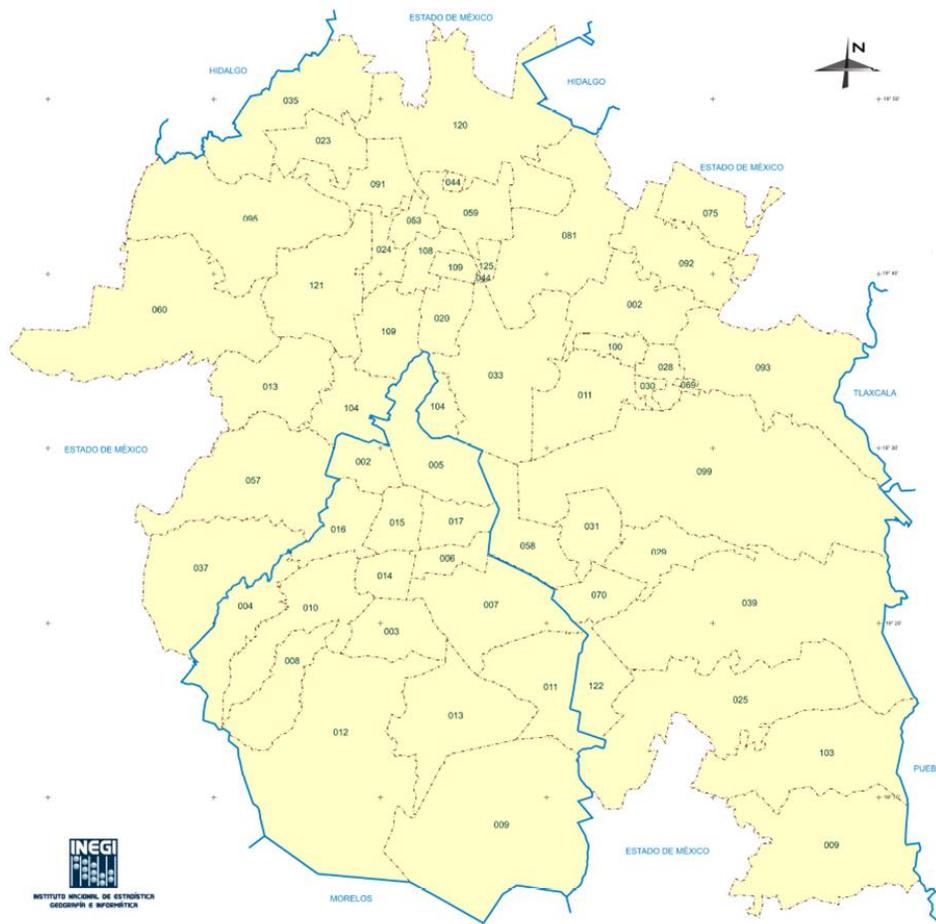
En el presente ejercicio se hace la aplicación de estos conceptos para presentar una perspectiva del turismo en la ciudad de México, incluyendo entre sus componentes el turismo receptivo, los agregados del turismo egresivo y los flujos internos que se presentan dentro de la urbe y entre ésta y el área conurbada, los municipios aledaños que forman parte de los estados de México y de Hidalgo y que en conjunto constituyen el gran conglomerado urbano. 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 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 el Distrito Federal. Ahora bien, podemos preguntarnos ¿qué tan grande es la Ciudad de México?

Gráfica 1. El Distrito Federal 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. La aportación del Distrito Federal 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
	Distrito Federal	202,506	100.0%	1.00
8	Puerto Rico	103,135	196.4%	1.96
9	Ecuador	100,917	200.7%	2.01
10	Cuba	77,150	262.5%	2.62
11	República Dominicana	64,138	315.7%	3.16
13	Guatemala	58,827	344.2%	3.44
12	Uruguay	57,471	352.4%	3.52
14	Costa Rica	49,553	408.7%	4.09
15	Panamá	46,213	438.2%	4.38
16	Bolivia	32,996	613.7%	6.14
17	Paraguay	30,881	655.8%	6.56
18	El Salvador	25,164	804.8%	8.05
19	Honduras	19,385	1044.6%	10.45
20	Nicaragua	11,806	1715.3%	17.15
21	Belice	1,699	11918.0%	119.18

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

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

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

CDMX. UNA CIUDAD GLOBAL

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

Gráfica 2. Las Ciudades Globales en 2010



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

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

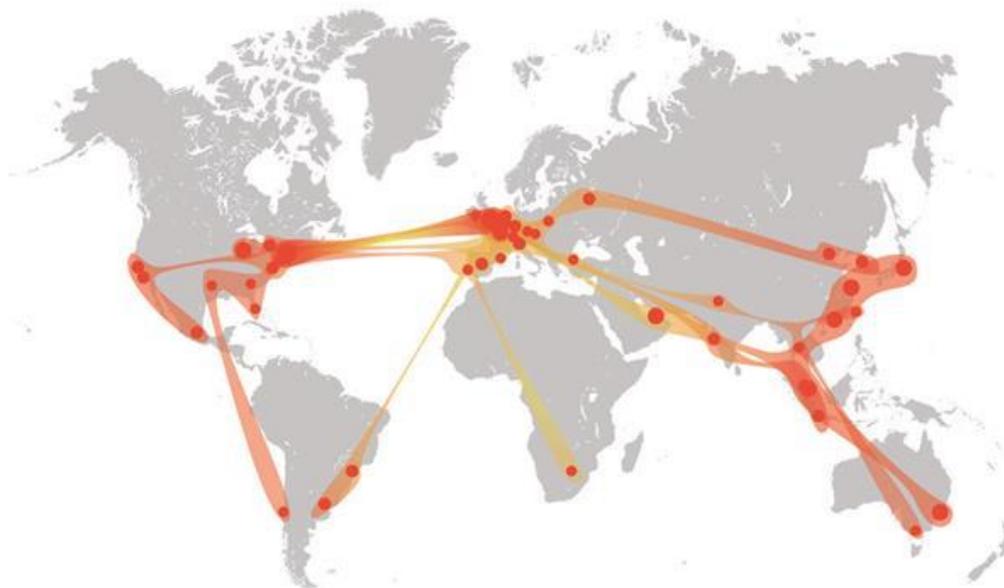
³ Esta Red de Investigación se enfoca en el estudio de las relaciones entre ciudades del mundo, analizando temas de interrelación tales como negocios internacionales, sustentabilidad, políticas urbanas y logística. Esta red, dedicada a producir y difundir conocimiento sobre la globalización de las ciudades,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

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, Dublín, Johannesburgo y Santiago de Chile, única latinoamericana del grupo.

Gráfica 3. Las Ciudades α en el mundo



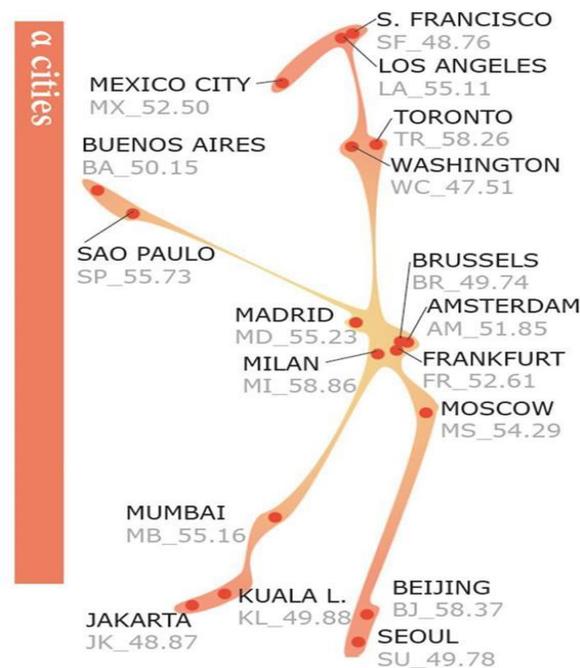
Fuente: Globalization and World Cities Research Network <http://www.lboro.ac.uk/gawc/index.html>

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

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

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

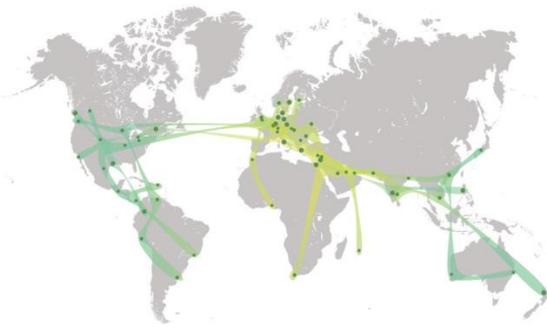
Gráfica 4. Interconectividad Global de la Ciudad de México



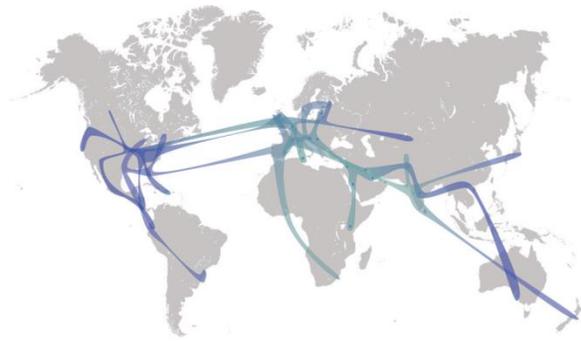
Fuente: Globalization and World Cities Research Network <http://www.lboro.ac.uk/gawc/index.html>

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

Gráfica 5. Las ciudades β en el Mundo

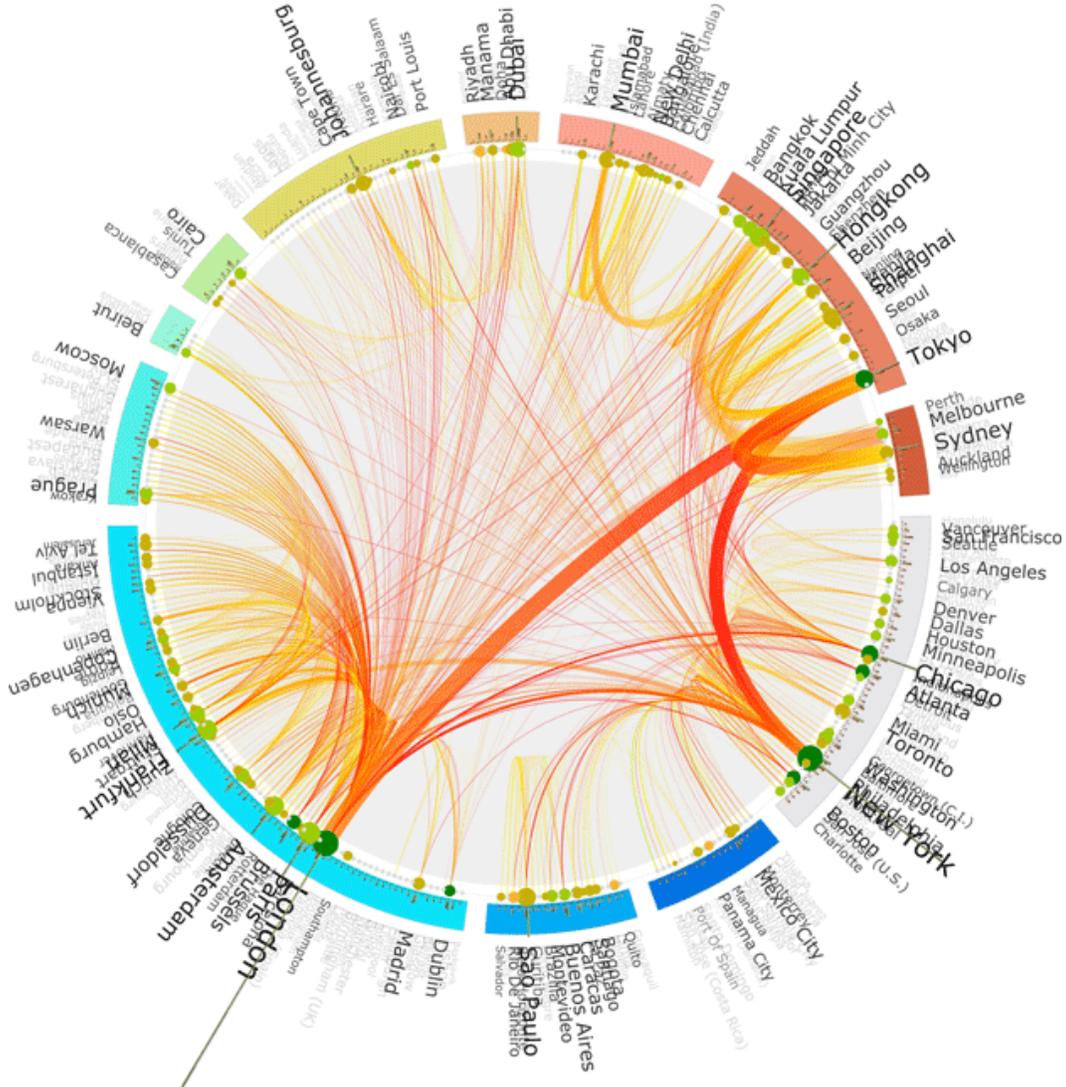


Gráfica 6. Las Ciudades γ en el Mundo



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

Gráfica 7. Conectividad Entre Ciudades del Mismo Nivel Global



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

MERCADO TURÍSTICO INTERNACIONAL DE LA CDMX

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

Cuadro 2. Dimensión del Mercado Internacional Turístico de la CDMX

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

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

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

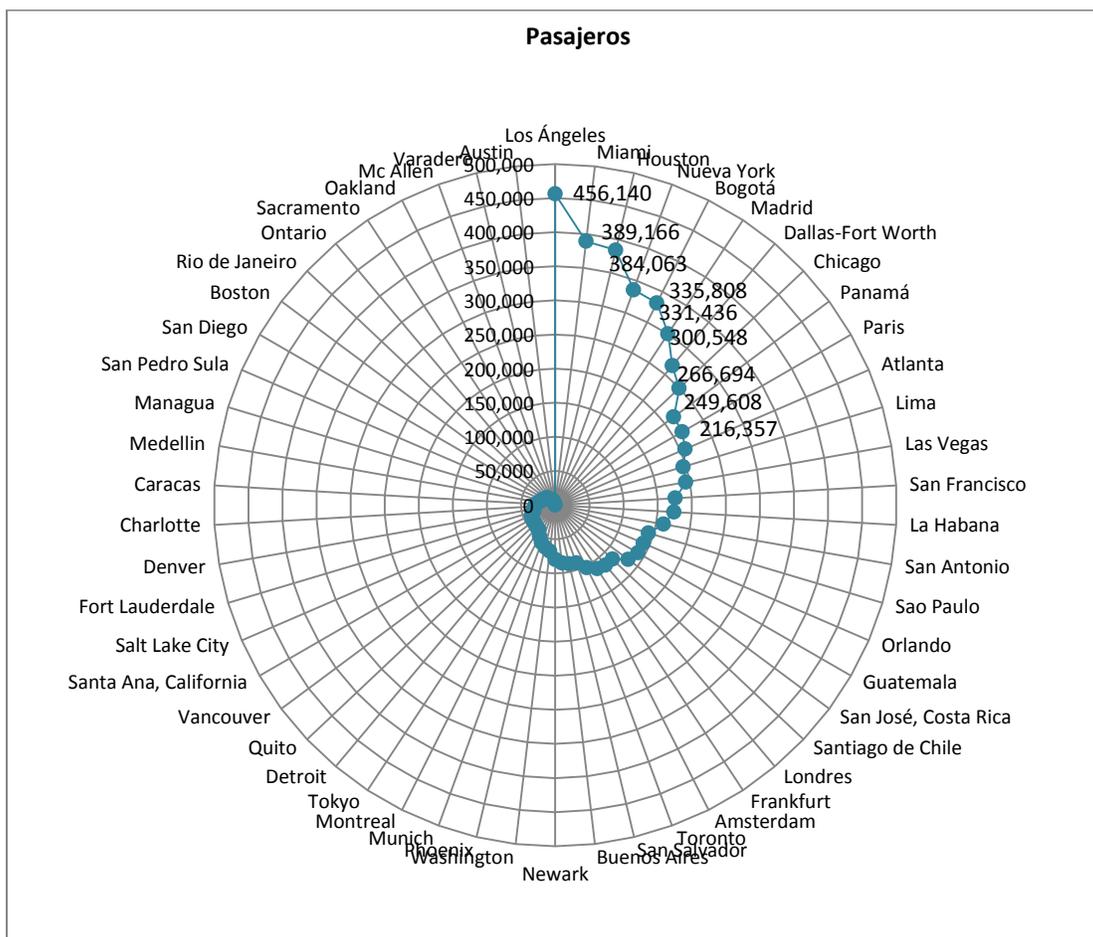
Los turistas internacionales que visitaron la ciudad provinieron de 208 países. Tomando en cuenta únicamente las 50 nacionalidades más importantes se observa que el número de turistas de todas

ellas creció respecto del año anterior, con la única excepción de los turistas procedentes de Argentina.

CONECTIVIDAD AÉREA NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA CDMX

La Ciudad de México se conecta por vía aérea con el mundo por medio de 49 rutas que parten de otras tantas ciudades con destino a la Ciudad de México y tienen como complemento otras tantas rutas que salen de México hacia aquellas ciudades. Las rutas más importantes, por el número de turistas que viajaron en 2015 son Los Ángeles, Miami, Houston, Nueva York, Bogotá, Madrid, Dallas, Chicago, Panamá, París, 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



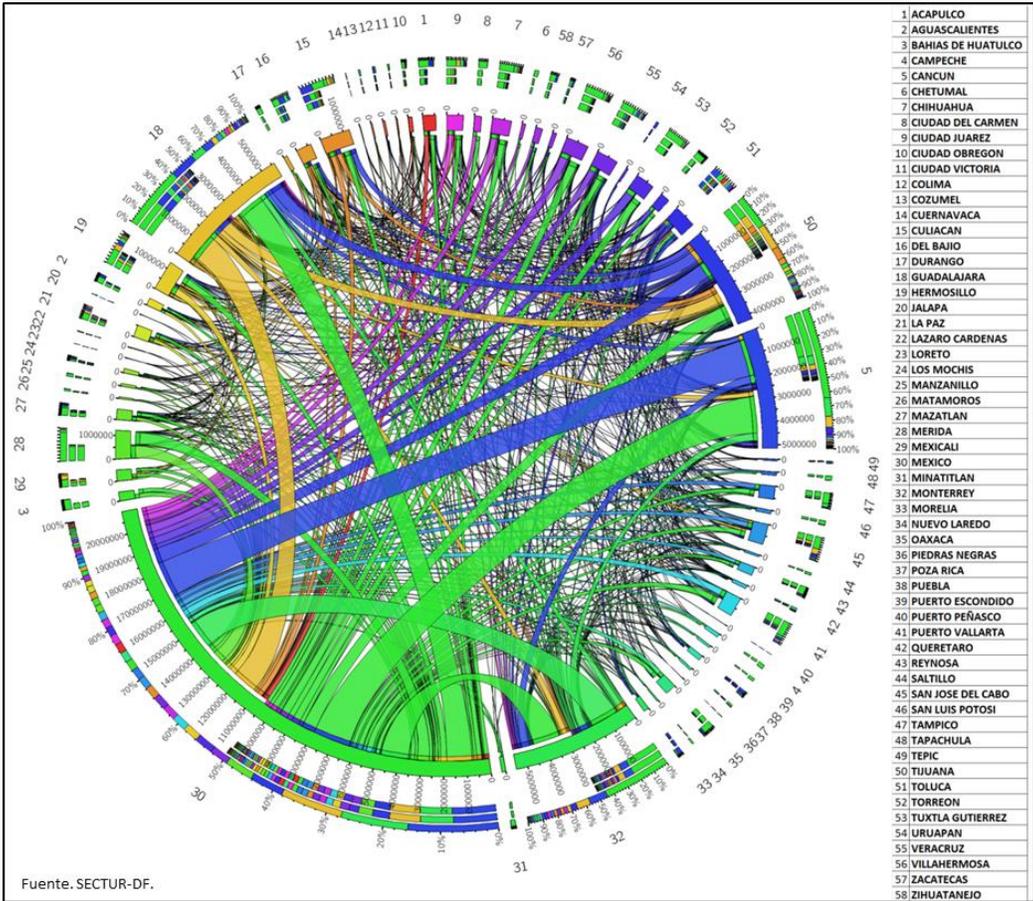
Fuente: Sector DF con datos del Sistema Integral de Operación Migratoria (SIOM), UPM, SEGOB.

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

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

COMPARACIÓN 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 al D.F. arribaron 61.9 millones de vehículos particulares. En este

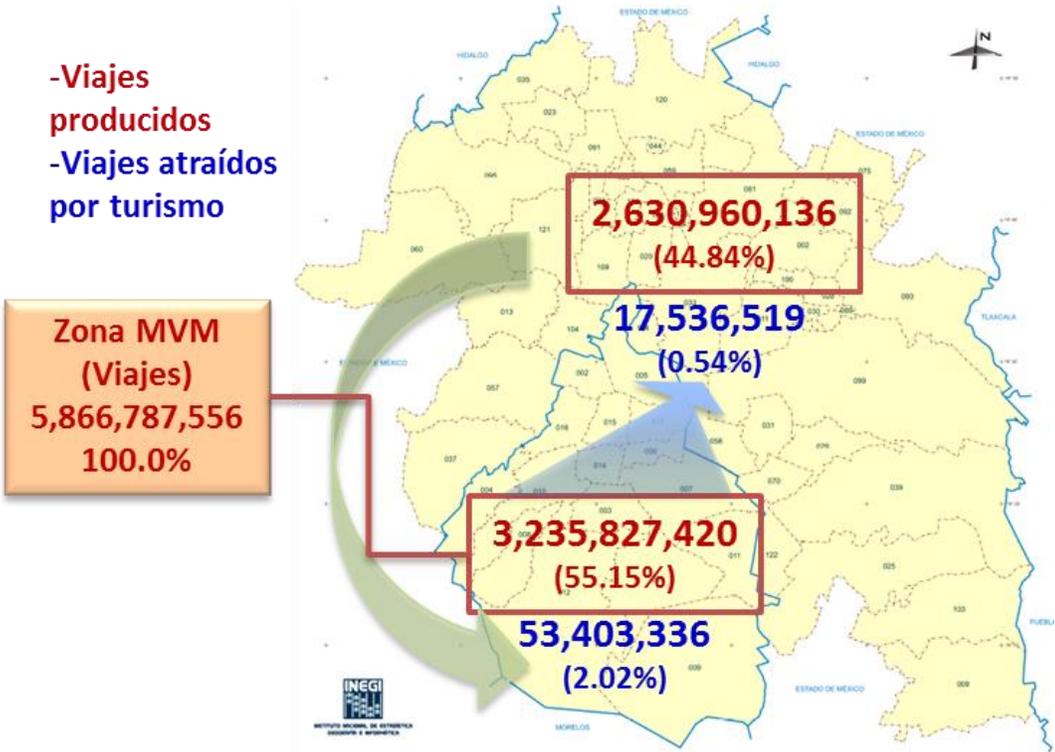
rubro se estima que si en promedio cada vehículo transporta a dos pasajeros, el total de personas transportadas asciende a 123.8 millones

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

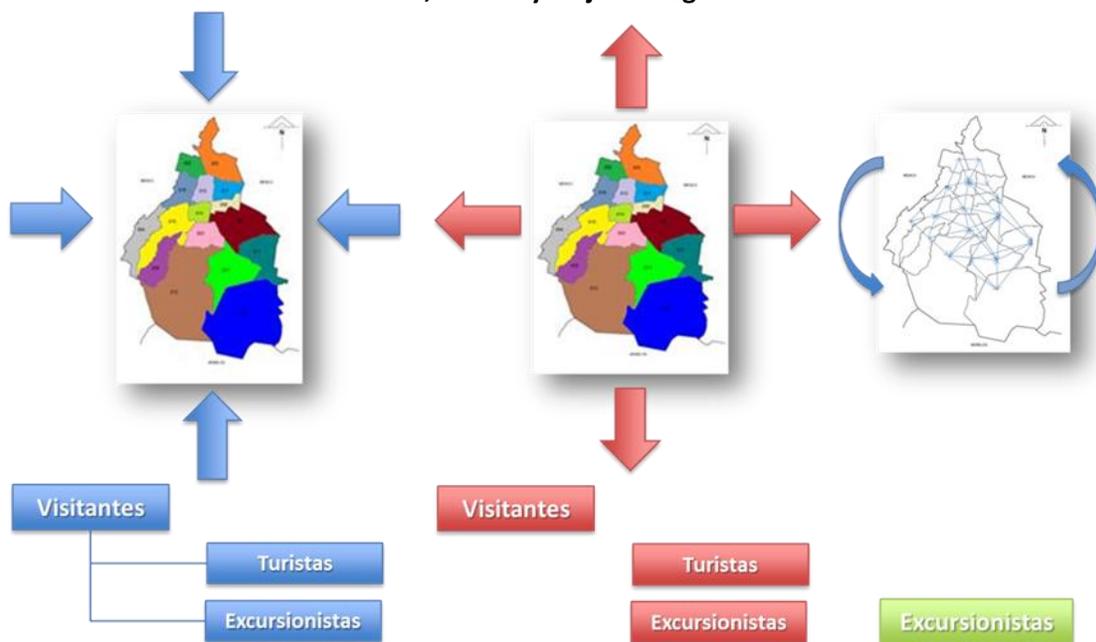


Fuente:Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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 cuadro 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 el Distrito Federal 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 70,121 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. 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.

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. Esta cifra representa el 4.44 del Producto Interno Bruto (PIB) del Distrito Federal. 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 8. Importancia económica del turismo en el Distrito Federal

Concepto	2013	2014	Participación del PIB 2013 (%)	Participación del PIB 2014 (%)	Participación del Consumo turístico 2014 (%)
PIB Distrito Federal	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

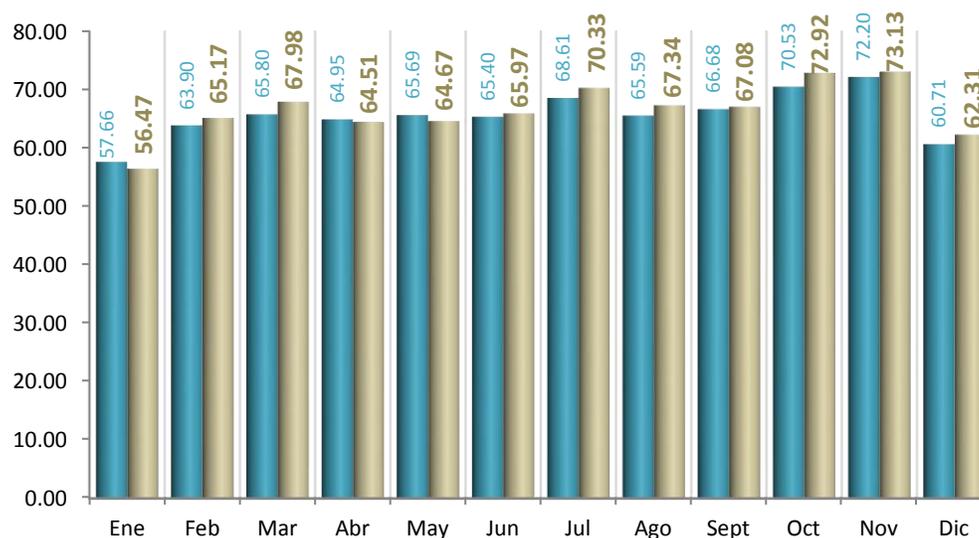
La infraestructura hotelera de la Ciudad de México está integrada por un conjunto de 613 establecimientos que en 214 contaron con 50,190 cuartos de hotel. En 2015 el número de hoteles se incrementa a 626, con 51,192 cuartos. Los hoteles en cuestión cubren toda la gama de categorías en las que se clasifica 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 9. 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 12. Porcentaje de ocupación mensual de los hoteles de CDMX



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

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

**Cuadro 10. 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 Distrito Federal.

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 11. 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 del Distrito Federal, 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 del Distrito Federal 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.

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:

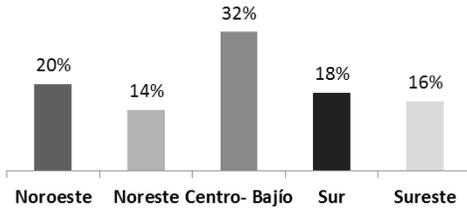
⁵ La encuesta de "Perfil del Turista que Visita la Ciudad de México 2015" es levantada desde el año 2012 por la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional para la Secretaría de Turismo del Distrito Federal.

Gráficas 13-18. Perfil del Turista 2015

Origen del Turista

Turista Nacional

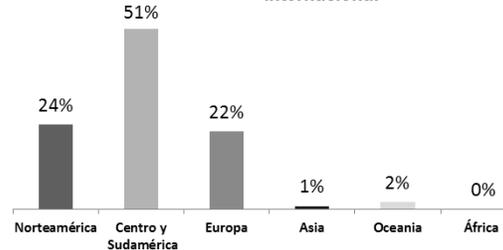
Distribucion regional del visitante nacional



Top 5	Consolidado Abril - Dic.	
Veracruz	9.7%	} 35.3%
Puebla	7.6%	
Jalisco	6.6%	
Guerrero	6.1%	
Nuevo León	5.3%	

Turista Internacional

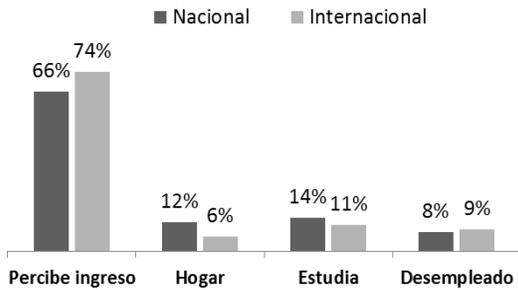
Distribucion regional del visitante internacional



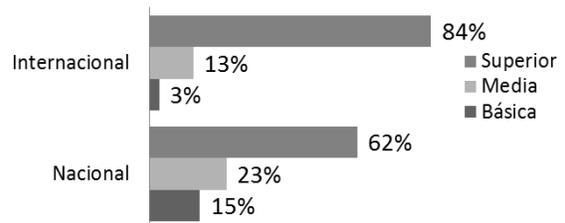
Top 10	Consolidado Abril-Dic
Estados Unidos	20.4%
Colombia	14.8%
Venezuela	7.5%
España	6.6%
Argentina	6.2%
Brasil	4.4%
Francia	4.1%
Alemania	3.2%
Canadá	3.2%
Chile	2.9%

73.3%

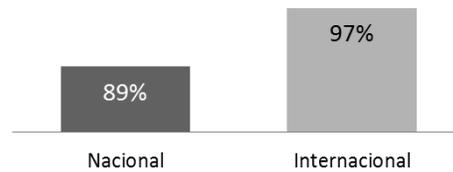
Ocupación e Ingreso



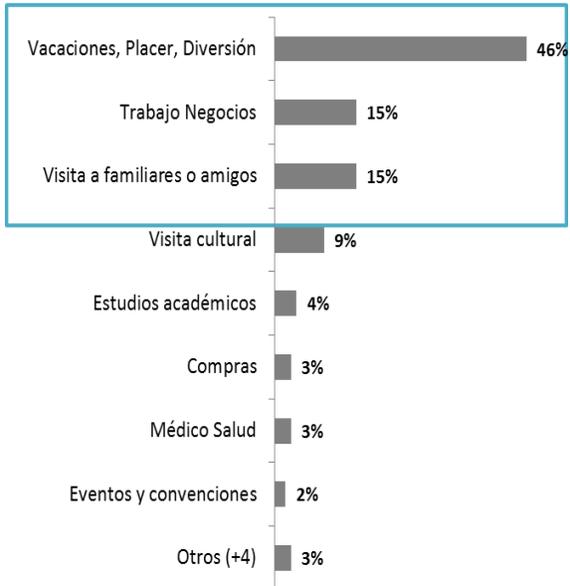
Escolaridad y Uso de Internet



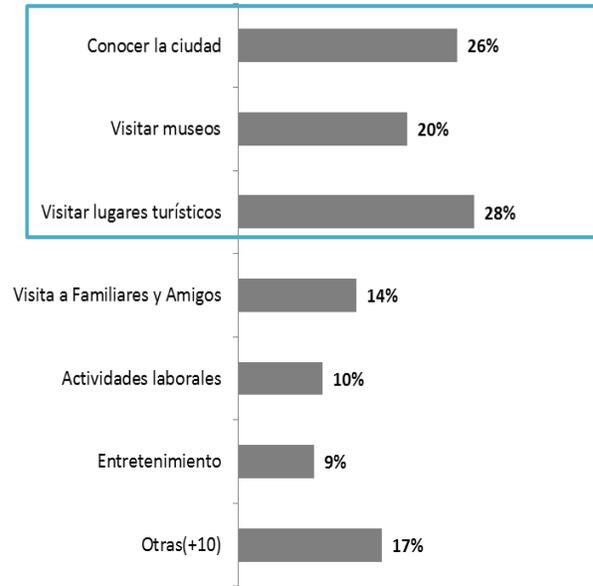
Usuarios Internet



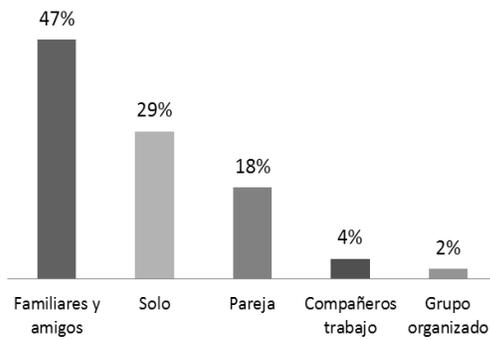
Principal Motivo de Visita



Principales Actividades

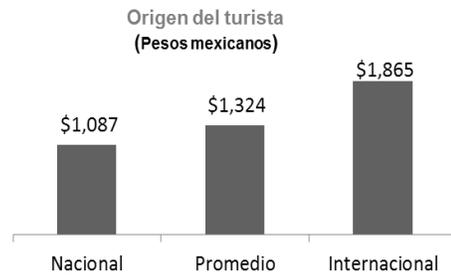


Acompañantes



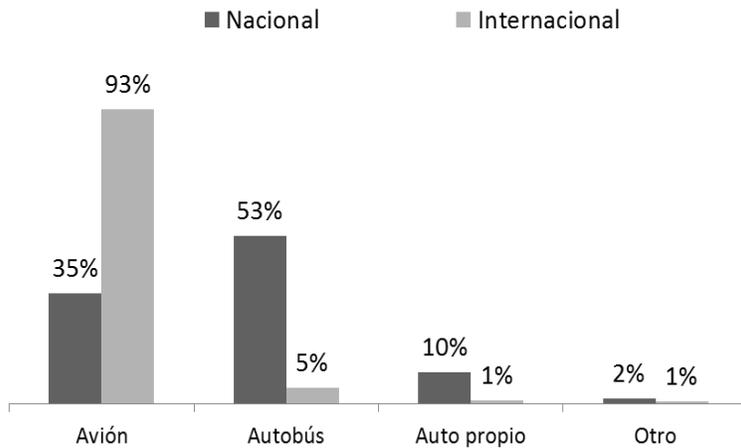
Tamaño del grupo (media)	Nacional	Internacional
Familiares y amigos	4.1	3.6
Compañeros de trabajo	9.4	5.6
Grupo organizado	38.8	26.6

Gasto Diario



Medio de Transporte

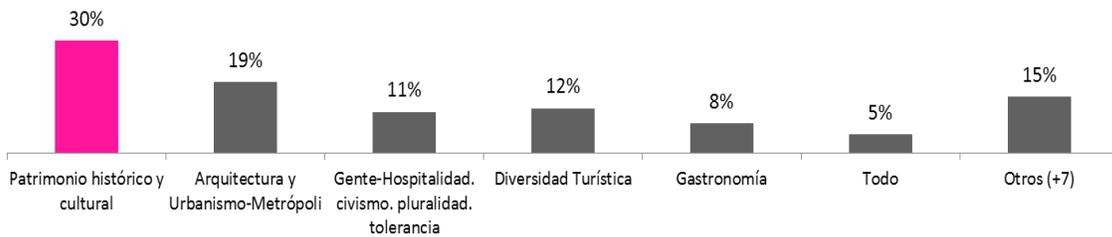
Para llegar a la Ciudad de México



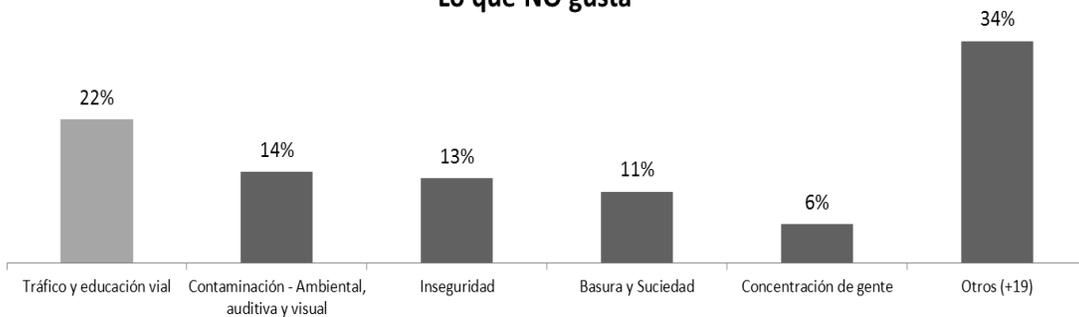
Movilidad Interna

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.

CAPÍTULO II. EL DISTRITO FEDERAL 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

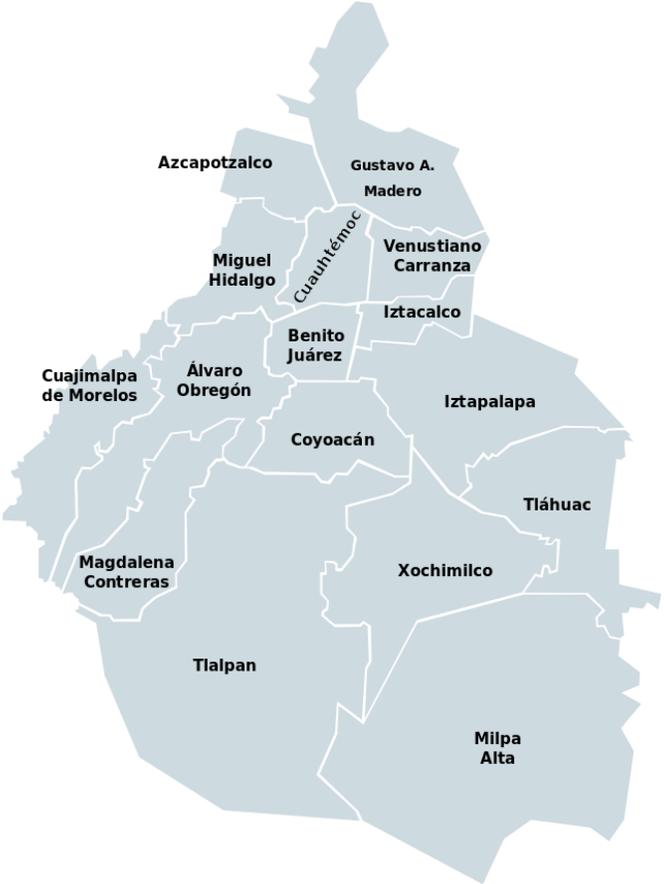
Terminada la guerra revolucionaria y una vez pacificado el país, la ciudad capital ocupaba el territorio de trece municipios, seguía siendo el asiento de los poderes federales y por tanto el centro político y administrativo del país. Para 1928 se suprimió el régimen municipal en el territorio de la ciudad y se establecieron las delegaciones, así como el Departamento del Distrito Federal. En la primera distribución geográfica delegacional, el Distrito Federal estaba integrado 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.

Gráfica 19. 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, para 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 20. El Distrito Federal 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 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 dormitorio 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 el Distrito Federal paga sus impuestos y contribuciones en la ciudad, sino también para toda la población que llega diariamente a la ciudad a trabajar, estudiar, etc. pero que tributa para los Estados de México o de Hidalgo, entidades en las que tienen registrado el domicilio. Por este motivo el abasto de servicios en la ciudad aparece siempre como insuficiente y saturado, no obstante que se presente un declive incipiente, pero real en el número de habitantes de la entidad.

LAS DELEGACIONES COMO ESPACIO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA CIUDAD

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

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

convive con la fisonomía rural, 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 del Distrito Federal. 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 11. Superficie y Población de las Delegaciones Políticas del D.F.

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
Distrito Federal	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.

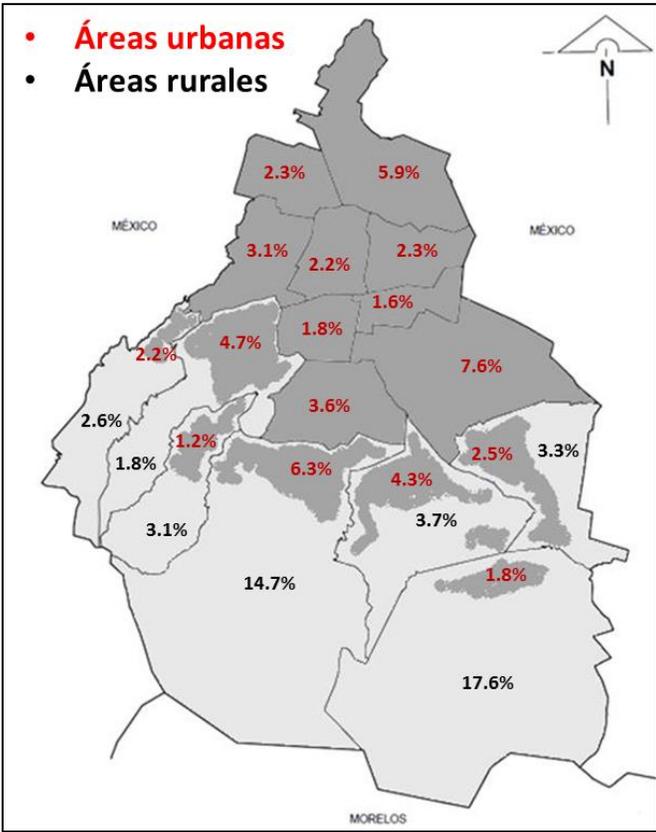
El 53% de la superficie de la entidad corresponde al área urbana, ésta se concentra en las delegaciones ubicadas al Norte de la ciudad e incluye a las cuatro delegaciones que formaban la ciudad central además de Azcapotzalco, Gustavo A. Madero, Iztacalco, Iztapalapa Coyoacán. Siete delegaciones poseen 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 bruta⁶, seguida por las delegaciones Miguel Hidalgo, Álvaro Obregón y Benito Juárez. Estas cuatro demarcaciones concentran el 73% de la producción

⁶ 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 del Distrito Federal y el 32% de las unidades económicas censales de la ciudad, 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. 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 21. Superficie Urbana y rural del Distrito Federal



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 12. Dimensión Económica de las Delegaciones del Distrito Federal

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 13.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 13a. CDMX. RESULTADOS TURISTICOS 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.

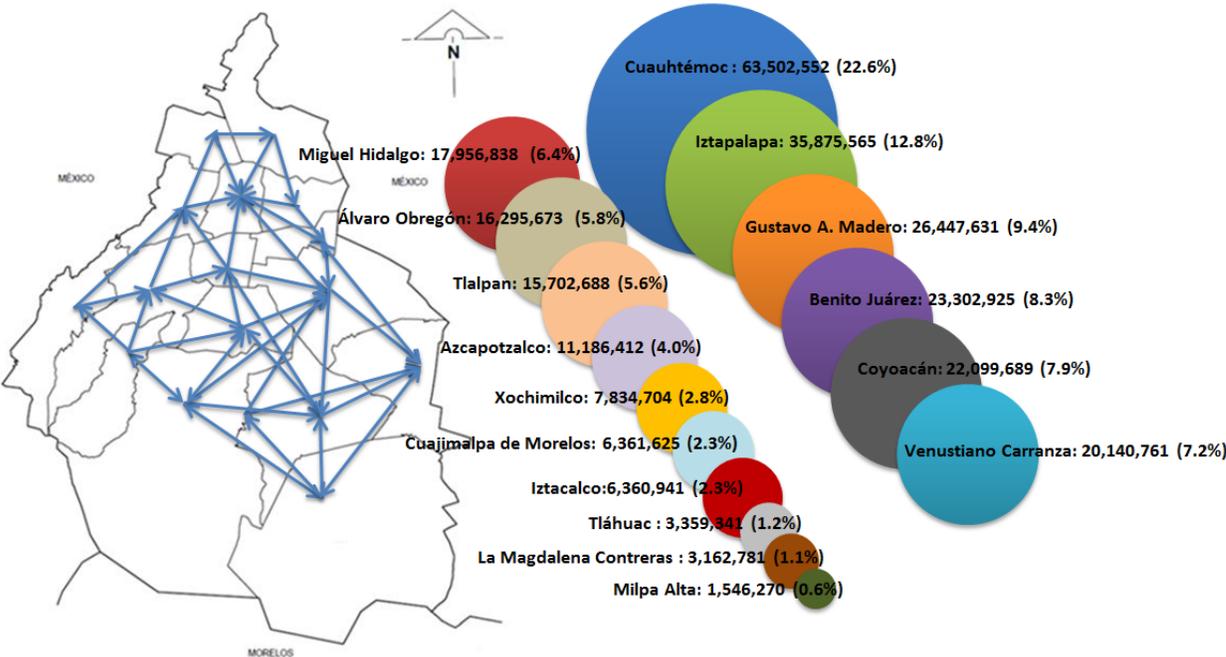
En el rubro de excursionistas no se incluyen los internacionales que llegan al AICM en tránsito hacia otros destinos nacionales e internacionales.

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.

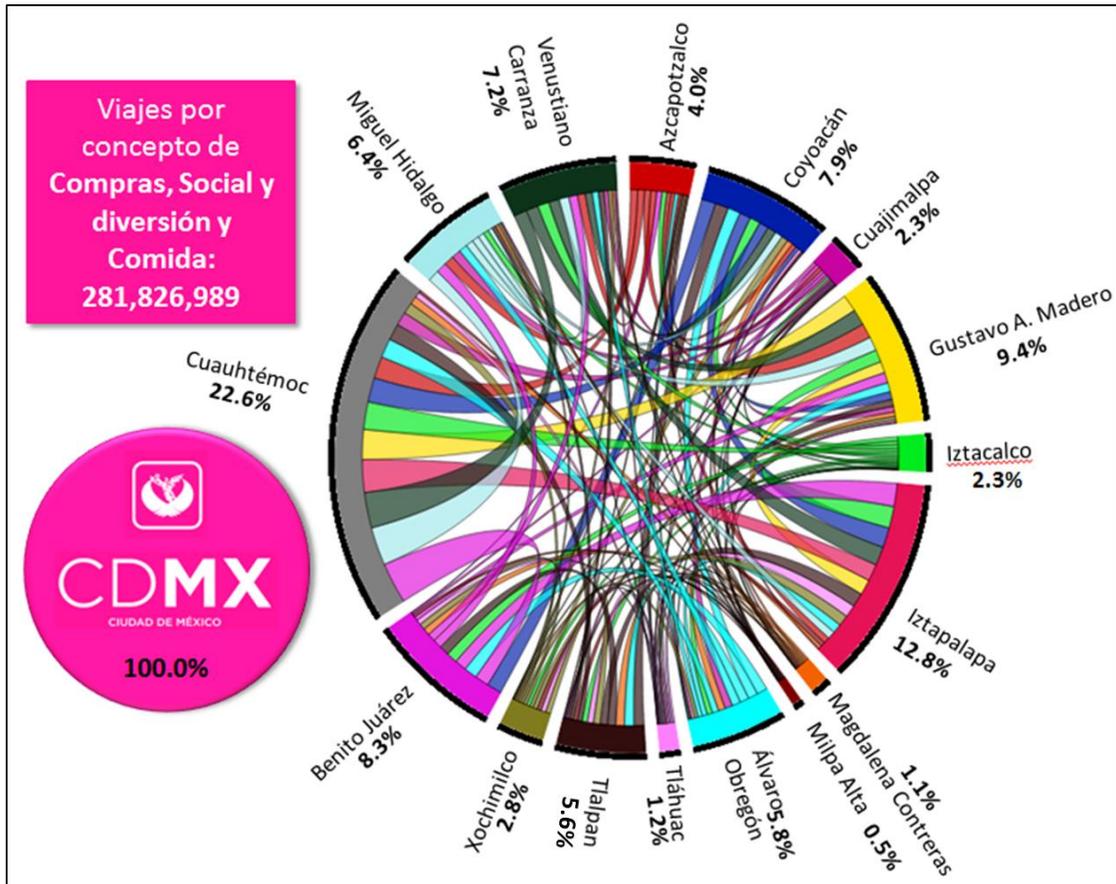
GRÁFICA 22. Flujos Delegacionales. Viajes atraídos por delegación en 2015



(281,136,396 Viajes turísticos atraídos en 2015)

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

**GRÁFICA 22A. Distribución de los viajes turísticos entre las delegaciones de CDMX
Intercambio de visitantes entre las delegaciones**

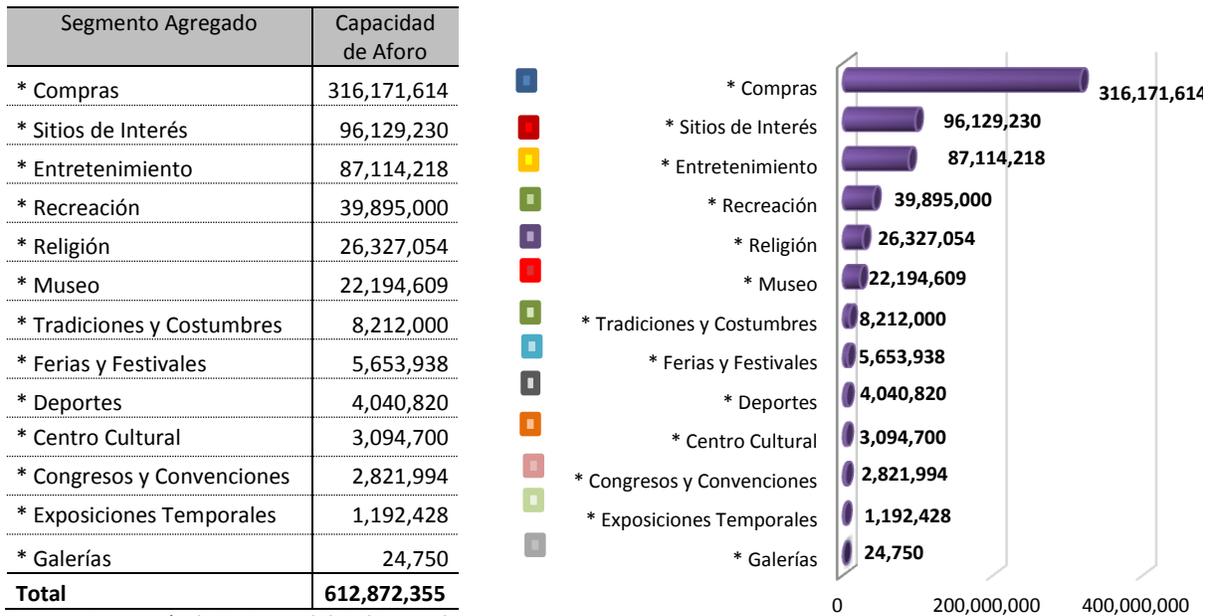


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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 23. CDMX Aforo agregado por segmento 2015



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 descuellan en el segmento comercial y en la celebración de costumbres y tradiciones. Cuajimalpa lo hace en recreación y sitios de interés. 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 24. 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 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 25. Aforos de los lugares para la realización de compras

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



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

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

GRÁFICA 26. 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

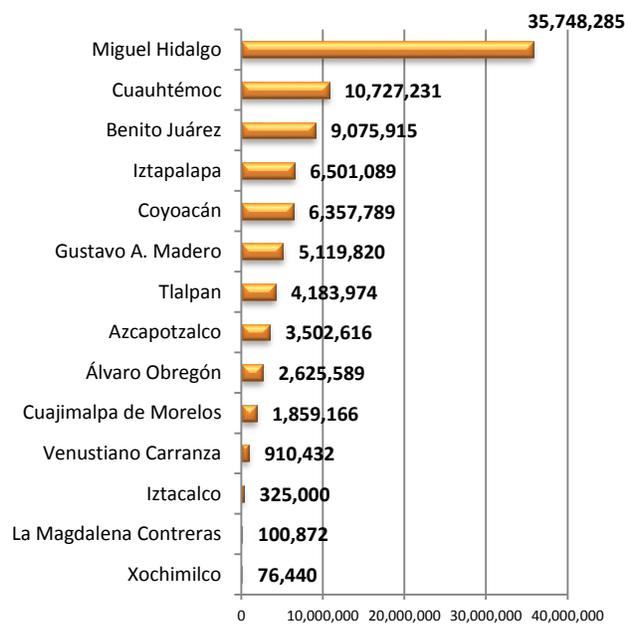


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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 27. 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

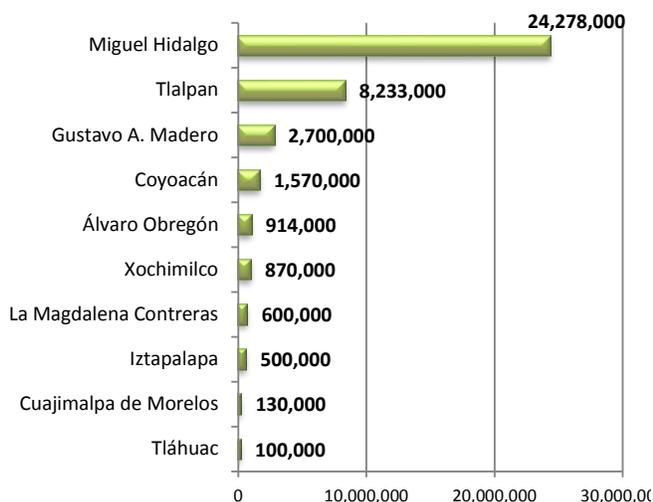


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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 28. 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 del Gobierno de la Ciudad de México.

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 29. 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 del Gobierno de la Ciudad de México.

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 30. 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

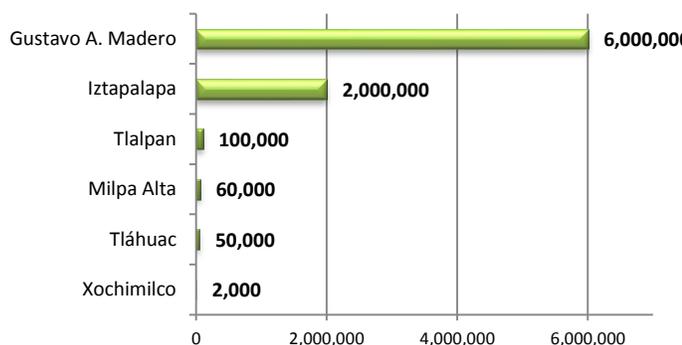


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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, por la representación de la Pasión durante la semana santa, las que dominan el segmento.

GRÁFICA 31. Aforo de las celebraciones de tradiciones y costumbres

Delegación	Capacidad de Aforo	Participación (%)
Gustavo A. Madero	6,000,000	73.1
Iztapalapa	2,000,000	24.4
Tlalpan	100,000	1.2
Milpa Alta	60,000	0.7
Tláhuac	50,000	0.6
Xochimilco	2,000	0.0
Total	8,212,000	100.0

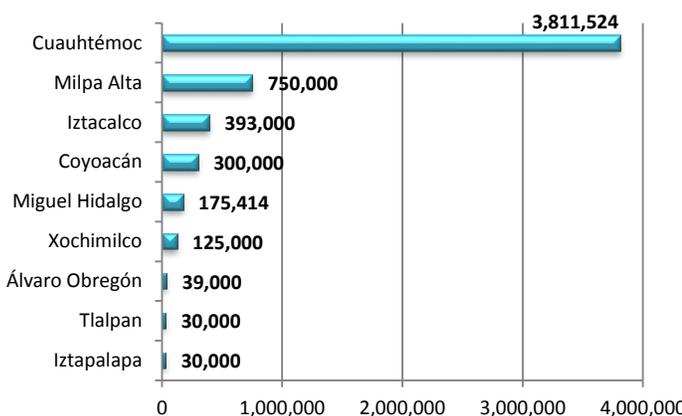


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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 32. 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

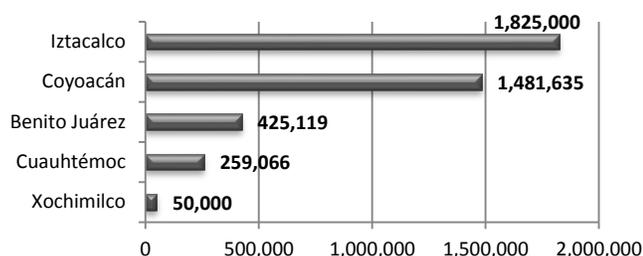


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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 futbol, 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 futbol; 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 33. 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

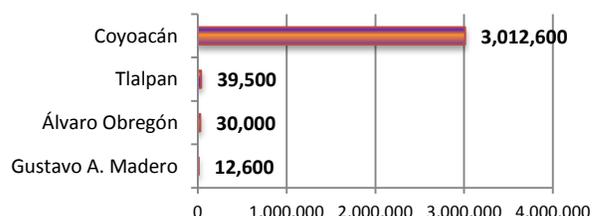


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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 34. 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



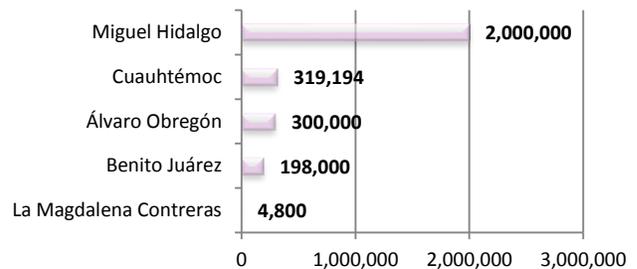
Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

México.

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 35. 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



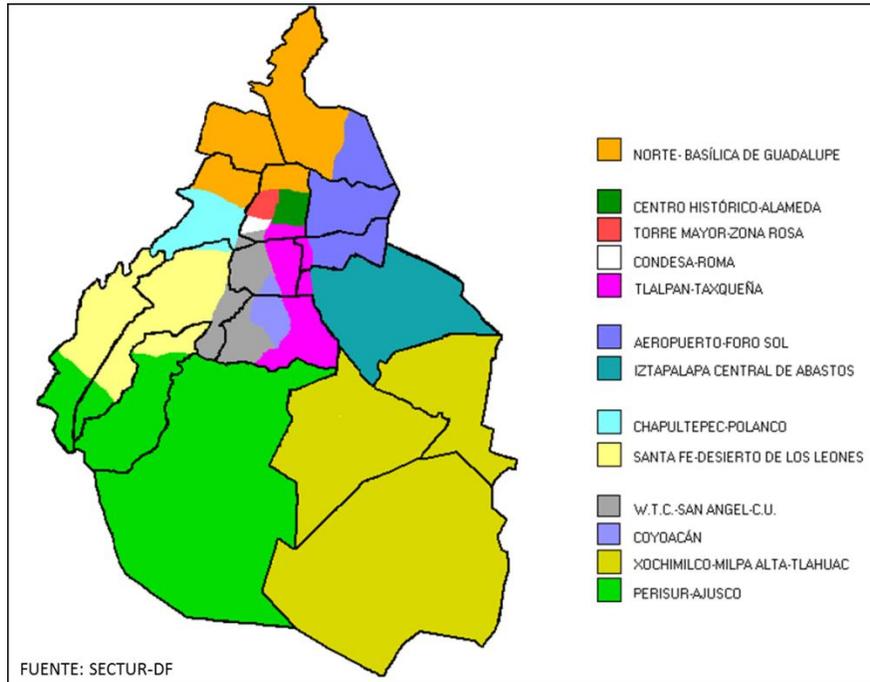
Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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

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 37. 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:

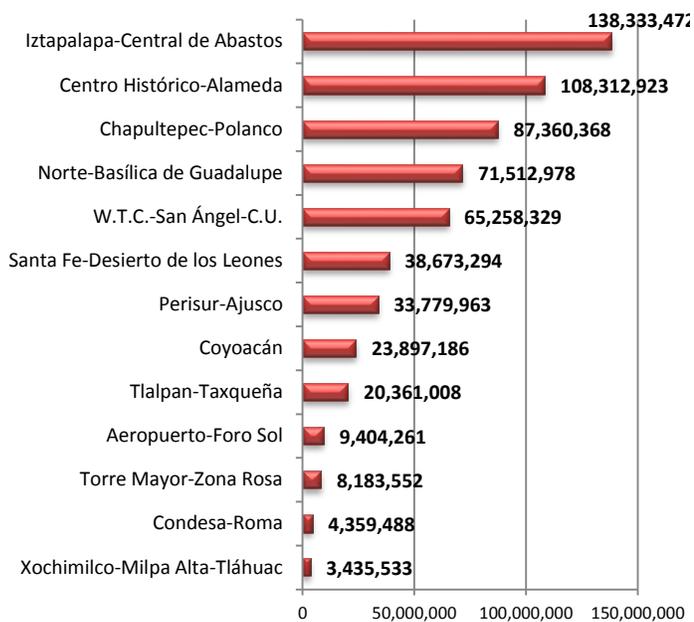
Región	Zonas	Límites		
Norte	Norte - Basílica de Guadalupe	Poniente: Naucalpan, Edo. Mex.	Norte: Coacalco, Estado de México	Oriente: Eje 3 Ote. Eduardo Molina
			Sur: Ejército Nal. y Eje 1 Nte. Antonio Alzate	
Centro	Centro Histórico - Alameda	Poniente: Balderas	Norte: Eje 1 Nte. Héroes de Granaditas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

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

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

GRÁFICA 38. 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 zona Istapalapa

CAPÍTULO III. ANÁLISIS FODA DEL TURISMO EN CDMX

FORTALEZAS

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

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

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

OPORTUNIDADES

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

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

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

DEBILIDADES

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

AMENAZAS

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

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

SEGUNDA PARTE. EL TURISMO EN LA DELEGACIÓN XOCHIMILCO.

RESULTADOS 2014-2015



Delegación
Xochimilco
CIUDAD DE MÉXICO



La palabra Xochimilco, con la que se denomina a la Delegación Política, es un topónimo de origen náhuatl. Consta de tres elementos: las palabras *xochitl*, que significa flor y *milli* que se traduce como campo cultivado o tierra de labranza y la partícula locativa *co*. Por lo tanto, se puede traducir como Lugar de la sementera de flores o campo cultivado de flores.

Se piensa que los pobladores originarios de Xochimilco estarían integrados, entre otros grupos, por una de las tribus que salieron del mítico Aztlán con los mexicas que fundaron Tenochtitlán. En la época de su llegada a las orillas del lago de Xochimilco había otros pobladores más antiguos que, se piensa, provenían de Cuicuilco y de Teotihuacan, ciudades de las que habrían emigrado luego de sus respectivos colapsos, la erupción del Xitle en el caso de Cuicuilco y por razones aún desconocidas en el caso de Teotihuacan. Se tiene registrada también la llegada a la zona de migrantes de origen chichimeca en el siglo X. Sin embargo, de acuerdo a la cronología de Fernando de Alva Ixtlilóchitl, el señorío de Xochimilco fue fundado en el año 923. En 1323 Xochimilco quedó incorporado al señorío de Culhuacán. En 1385 la ciudad ribereña fue conquistada por los mexicas de Tenochtitlan y poco tiempo después, se comienza la construcción de la calzada de Tlalpan para unir a las dos ciudades. A partir de entonces las fértiles chinampas xochimilcas se convertirán en abastecedoras de alimentos para la ciudad de México, así como de mano de obra para la realización de las grandes obras tenochcas, tales como templos y acueductos. Mano de obra xochimilca participó en la construcción del acueducto de Chapultepec, en los diferentes diques de la ciudad y en las calzadas que la comunicaban con las orillas del lago, así como en el albarradón que separaba las aguas saladas del lago de Texcoco de las aguas dulces de Xochimilco y Chalco.

En la ribera sur de la cuenca lacustre se ubicaban, al final de la época prehispánica, al menos catorce pueblos que hoy se consideran originarios: Xochimilco, Acalpixca (lugar donde se guardan las canoas), Zacapan (lugar en el zacate o lugar de zacateras), Atlapulco (lugar de lanzardos, o lugar de aguas revolcadas), Tlaxialtemalco (lugar donde hacen braceros), Tulyehualco (en los tules), Tepepan (en el cerro), Xochitepec (cerro de flores o cerro florido), Xochimanca (donde se ofrecen flores o mercado de flores), Xalpa (sobre el arenal), Tepalcatlapan (tepalcates coloridos o barro de colores), Tepetlapa (tierra entre cerros), Ahuayucan (lugar donde abundan las encinas o lugar de la encinera) y Tlalnepantla (planicie en medio de la tierra). Todos ellos forman actualmente parte de la Delegación, junto con los barrios del pueblo originario de Xochimilco: San Antonio Molotla (lugar de los gorriones), La Asunción Colhuacatzinco (lugar de los colhuas), Belem de Acampa (entre carrizos), La Concepción Tlacoapa (lugar entre aguas y jaras), San Cristobal

Xallan (lugar arenoso), Santa Cruz Analco (al otro lado del agua), San Diego Tlalcozpan (lugar de tierras amarillas), San Esteban Tecpapan (lugar entre las piedras), San Francisco Caltongo, La Guadalupe, San Juan Bautista Tlateuchi, San Marcos Tlaltepétlalpan, San Pedro Tlalnáhuac, El Rosario, La Santísima Trinidad Chililico, San Lorenzo Tlaltecpan, Xaltocán, .

A la llegada de los españoles, Xochimilco sería una de las primeras ciudades del valle de México en ser conquistadas. Posteriormente, el último tlatoani Apochquiyautzin de los xochimilcas acepta formar alianza con los conquistadores para hacer la guerra a los mexicas. Al último cacique le es permitido seguir gobernando después de convertirse al cristianismo; sin embargo las tierras fueron entregadas en repartimiento por Hernán Cortés a Pedro de Alvarado. Xochimilco adquirió del rey español Felipe II el título de Noble Ciudad en 1559. Dentro del sistema de división territorial por Intendencias de inspiración española, Xochimilco era considerada una de las doce provincias menores y ocho municipios que formaban parte de la provincia mayor de México, la que junto con otras cuatro provincias mayores formaban el Reino de México. La actividad económica principal durante el periodo colonial fue la agricultura basada en las altamente productivas chinampas, cuyos productos se llevaban a los mercados de la Ciudad de México en grandes canoas llamadas desde entonces trajineras.

Consumada la independencia del país, Xochimilco pasó a formar parte del Estado de México, hasta 1854 cuando por decreto del presidente Santa Ana se asignó como parte del Distrito de México. En 1862 por decreto de Juárez, Xochimilco se convierte en Partido formado por los municipios de Xochimilco, Tláhuac, Tulyehualco, San Pedro Atocpan, Milpa Alta y Hastahuacán. En 1899 se le incorporan los municipios de Mixquic y Ostotepec y adquiere el carácter de Distrito. Durante el porfiriato se le separó la municipalidad de Milpa Alta. Con la Constitución de 1917 desaparece el régimen municipal en el Distrito Federal y, con la creación del Departamento del D.F., Xochimilco adquiere la denominación de Delegación foránea separándosele las delegaciones de Milpa Alta y Tláhuac. En 1941 se cambia la denominación del Departamento Central por la de Ciudad de México, asignándole en la Ley Orgánica la calidad de capital del Distrito Federal, la Delegación Xochimilco se mantiene sin cambios hasta 1965, año en el que se realizan modificaciones a los límites de varias demarcaciones. Con la reforma de 1970 que crea nuevas delegaciones en el Distrito Federal no se altera la demarcación de Xochimilco hasta el año 1984, cuando serían revisados y redefinidos los límites de todas las delegaciones para dejarlos como están vigentes actualmente.

LOCALIZACIÓN

La Delegación Xochimilco se ubica en la parte sur, sur-oriente de la zona centro del Distrito Federal, colinda al Norte con las delegaciones Coyoacán, Tlalpan e Iztapalapa; al Oriente, con Tláhuac; al Poniente, con Tlalpan; y al Sureste con Milpa Alta. Tiene una superficie de 118 kilómetros cuadrados, que la ubican como la tercera delegación más grande (en territorio) de la ciudad de México. Su población es de 415 mil habitantes, de acuerdo al censo del INEGI de 2010,

para una densidad de 3,517 habitantes/km². Es una delegación con paisaje heterogéneo. La parte norte es principalmente urbana y se encuentra integrada a la ciudad por medio de importantes vialidades entre las que destaca Periferico Sur, la Calzada Mexico-Xochimilco y la Avenida Prolongación División del Norte. En la parte sur predomina el paisaje semiurbano y rural con un notable crecimiento en la construcción de asentamientos hacia los cerros que delimitan la ciudad en su extremo sur, en la zona de Santa Cecilia Tepetlapa, San Mateo Xalpa y San Francisco Tlalnepantla, lugares que, con la zona de chinampas entre Cuemanco y el Canal de Chalco, siguen siendo importantes productoras de vegetales y hortalizas en la parte que colinda con Tláhuac y Milpa Alta. El sistema de canales y chinampas fue declarado por la UNESCO parte del patrimonio Cultural de la Humanidad en 1987.

LÍMITES DELEGACIONALES

En la Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal vigente se describen las Colindancias de la Delegación Xochimilco en los términos siguientes:

“A partir del entronque de los ejes de las avenidas División del Norte y Acueducto, donde termina la Antigua Calzada del Ejido del Pueblo de Tláhuac, se dirige al Suroeste a la cima del Cerro del Tehutli; de este punto continúa al Suroeste en línea recta hasta la cumbre del Cerro de Tlamacaxco o Tlamacastongo, de donde sigue con rumbo Suroeste en línea recta sin accidente definido a la cima más oriental de la Loma de Atezcayo, donde cambia de dirección al Norte por la línea recta que queda definida por los vértices Cerro Tehuapaltepetl y Loma de Atezcayo, hasta intersectar el eje de la línea de Transmisión de Energía Eléctrica Santa Cruz-Topilejo, por cuyo eje va al Noreste hasta intersectar el eje de la calle 16 de Septiembre por la que sigue al Noroeste en todas sus inflexiones hasta encontrar el eje de la calle Prolongación 16 de Septiembre; de aquí el límite continúa hacia el Noroeste hasta el eje de la calle Encinos, por la que continua al Noreste hasta intersectar el eje de la calle José López Portillo, por la que sigue al Noroeste hasta intersectar el eje de la calle Aminco en el cruce con el Arroyo Santiago; a partir de aquí el límite continúa por la calle citada hacia el Noroeste siguiendo todas sus inflexiones hasta el punto donde cruza con el eje 21 de la carretera que va de San Miguel Topilejo a San Mateo Xalpa, de aquí continúa hacia el Noroeste hasta la cima del Cerro Tehuapaltepetl; de donde se dirige en línea recta al Noroeste hasta la cima del Cerro de la Cantera; a partir de este vértice el límite continúa por la línea recta que queda definida por los vértices del Cerro de la Cantera y del Cerro de Xochitepetl, en dirección Noreste, hasta intersectar el eje del Camino a Tepunte de donde continúa al Sureste hasta intersectar el eje de la Autopista México-Cuernavaca a la altura del kilómetro 24+210; a partir de aquí el límite continúa hacia el Noroeste hasta intersectar la prolongación del eje de la calle Camino Real a Santiago por el que continúa hacia el Noreste siguiendo todas sus inflexiones hasta intersectar el eje de la línea de Transmisión de Energía Eléctrica denominada Anillo de 230 KV Rama Sur; por cuyo eje va con rumbo Noroeste en todas sus inflexiones hasta intersectar el eje de la calle denominada Antiguo Camino a Xochimilco por el que sigue en todas sus inflexiones hasta encontrar el eje de la Cerrada Tlaxopan II, por el que prosigue en todas sus inflexiones al Oriente y

Noreste hasta el punto donde termina dicha cerrada; a partir de aquí el límite continúa por el lindero Oriente que delimita al predio con número de cuenta predial 758-006, donde se ubica el Centro de Alto Rendimiento de Fútbol (antes Pegaso) hasta el vértice Oriente de dicho Centro; de donde continua hacia el Noroeste por dicho lindero hasta llegar a la cerca donde se ubica el vértice Norte del predio con las coordenadas UTM X= 485,273.132 Y= 2,128,211.512, de este punto se dirige hacia el Noroeste en línea recta hasta el vértice con las coordenadas UTM X= 485,248.224 Y= 2,128,263.136, continua con dirección al Noroeste por una vereda sin nombre hasta encontrar el vértice con coordenadas UTM X= 485,104.589 Y= 2,128,367.231, prosigue con dirección Noreste por el eje de la vereda sin nombre, pasando por el vértice con coordenadas UTM X= 485,149.181 Y= 2,128,558.934, de este punto sigue en línea recta hacia el Noreste hasta el vértice con las coordenadas UTM X= 485,270.336 Y= 2,128,738.083, y se mantiene la misma dirección hasta encontrar el vértice con las coordenadas X= 485,315.002 Y= 2,128,875.433, de este punto se dirige en dirección Noreste por la vereda sin nombre hasta encontrar el vértice con coordenadas UTM X= 485,353.345 Y= 2,129,010.170, punto en el que sigue con dirección Noreste hasta la cima del Cerro Xochitpetl; de éste sigue al Noroeste hasta el cruzamiento del eje de la línea de transmisión de energía eléctrica Rama Sur 220 K.V., con el de la línea Magdalena Cuernavaca; sigue al Norte por el eje de esta última línea, hasta su intersección con el eje del Anillo Periférico Sur, por el cual prosigue en todas sus inflexiones con rumbo Noreste, hasta su confluencia con el Canal Nacional, por cuyo eje se encamina al Norte, cruzando el Puente de San Bernardino, situado en el cruce con la Calzada del Hueso; prosigue en la misma dirección Norte hasta su cruce con el eje del Canal Nacional de Chalco, por el cual sigue en todas sus inflexiones hacia el Sureste, hasta su confluencia con el Canal Caltongo, por el que continúa con el mismo rumbo tomando el nombre de Canal de Amecameca hasta su confluencia con el entronque de los ejes de las Avenidas División del Norte y Acueducto, punto de partida.”

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

La Delegación Xochimilco es un importante atractivo turístico de la Ciudad de México, especialmente por el sistema de canales, sus diez embarcaderos y sus trajineras y las chinampas que sobreviven del vaso del antiguo lago de Xochimilco, los cuales en conjunto forman el sitio declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1987; sin embargo, no cuenta con una infraestructura turística acorde. En la demarcación se localizan únicamente seis establecimientos de hospedaje, los cuales cuentan en su conjunto con un total de 346 cuartos y 498 camas. Dos de los hoteles se clasifican dentro de la categoría de 4 estrellas y otros dos en la de tres estrellas, uno en la categoría de dos estrellas y el hotel restante sin clasificación. Todos estos hoteles se ubican dentro de la zona turística Xochimilco-Milpa Alta-Tláhuac, compartida con las delegaciones que la integran.

Dentro de la delegación se localizan otros atractivos entre los que vale la pena destacar, como el museo Dolores Olmedo en la Noria, con colecciones de arte prehispánico y obras de la pareja de pintores formada por Frida Kahlo y Diego Rivera, en el que además se han presentado importantes

exposiciones temporales; el museo arqueológico de Xochimilco en Acalpixca que alberga los glifos de piedra de Cuahilama, en los que se narra la fundación de Xochimilco; la iglesia de San Bernardino, del siglo XVI, con su impresionante retablo en el centro de la Delegación a un costado de la plaza principal; la pista olímpica de canotaje de Cuemanco, construida para los Juegos Olímpicos de 1968 y que alberga las más importantes competiciones de remo y canotaje que se realizan en el país; los mercados de flores y plantas de Nativitas, Cuemanco y Acuexcómatl de Tlaxialtemalco, en los que los capitalinos suelen adquirir las más diversas variedades de plantas de ornato para sus jardines. Otro importante atractivo es el mercado del centro de Xochimilco, en el que predominan los alimentos y artesanías y que cuenta con una importante sección de flores y plantas, uno de los más antiguos de la ciudad que aún se conserva en uso. Igualmente digno de mencionarse es el Parque Ecológico de Xochimilco (PEX), creado en 1989 como parte de un ambicioso Plan de Rescate Ecológico del lago de Xochimilco, en el cual se combinan actividades recreativas y de contacto con la naturaleza, comprende 215 hectáreas de terreno y cuerpo de agua, en las que abunda la flora y fauna local y que incluyen una ciénega, en la que habitan en forma permanente o temporal un importante número de especies animales, principalmente aves. La ciénega es un vestigio del paisaje que predominó en la zona lacustre antes del abrumador crecimiento de la ciudad. El PEX proporciona a los visitantes una oportunidad única para conocer este tipo de ecosistema en vías de desaparecer.

En cuanto a tradiciones, en Xochimilco destaca la del Niño pan, veneración de la imagen del Niño Jesús que no se asienta en un templo sino que va de barrio en barrio, bajo la custodia de las familias y que da ocasión a la realización de procesiones y fiestas prácticamente cotidianas a lo largo de todo el año; el Día de Muertos, en el que de todos los barrios y pueblos sale la gente a visitar los panteones locales y venerar a sus difuntos adornando las tumbas con ofrendas de flores, velas e incienso y permaneciendo en ellas hasta la mañana siguiente; también se celebra el día de la Candelaria, en el que además de la fiesta popular católica, se realiza el cambio de mayordomía del Niño pan en la iglesia de San Bernardino. Un importante evento que congrega a la comunidad es la elección de la Flor más Bella del Ejido que se celebra en Xochimilco desde 1955. En ella se convoca a las jóvenes de la Ciudad a participar en un certamen local de belleza femenina que da lugar a eventos artísticos y culturales, así como a exposiciones gastronómicas y artesanales, florícolas y ganaderas y a la organización de espectáculos con carteleras artísticas importantes. Otra tradición importante es la bendición de animales del día de San Antonio Abad, que se realiza desde mediados del siglo XVII también en la parroquia de San Bernardino de Siena. En esta fecha se congregan los habitantes de barrios y pueblos con sus animales ataviados con listones de colores. La fiesta del viernes de Dolores de Xaltocan es otra tradición importante, consistente en llevar desde las múltiples parroquias de la demarcación sus imágenes veneradas en procesión a la iglesia de la virgen de Dolores de Xaltocan a la que presentan sus ofrendas, en algunos casos artísticas portadas de flores, dando ocasión a dos semanas de celebraciones en todos los barrios.

El transporte urbano dentro de la demarcación se basa en el tren ligero, que conecta al centro de la Delegación con la estación del metro Taxqueña y, desde ella, al resto de la ciudad, por su

conexión con los sistemas Metro y Metrobús. Cuenta además con líneas de RTP y de colectivos que atraviesan la demarcación principalmente en el sentido norte-sur.

HOTELERÍA

CUADRO 15. Hoteles por categoría en la Delegación Xochimilco (2015)

Categoría	Establecimientos	Cuartos	Promedio de Cuartos / Establecimientos	Empleo	Camas
Gran Turismo	0	0	0	0	0
5 Estrellas	0	0	0	0	0
4 Estrellas	2	183	92	93	273
3 Estrellas	2	98	49	35	137
2 Estrellas	1	54	54	12	69
1 Estrellas	0	0	0	0	0
Sin Clasificar	1	11	11	4	19
Total	6	346	58	144	498

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

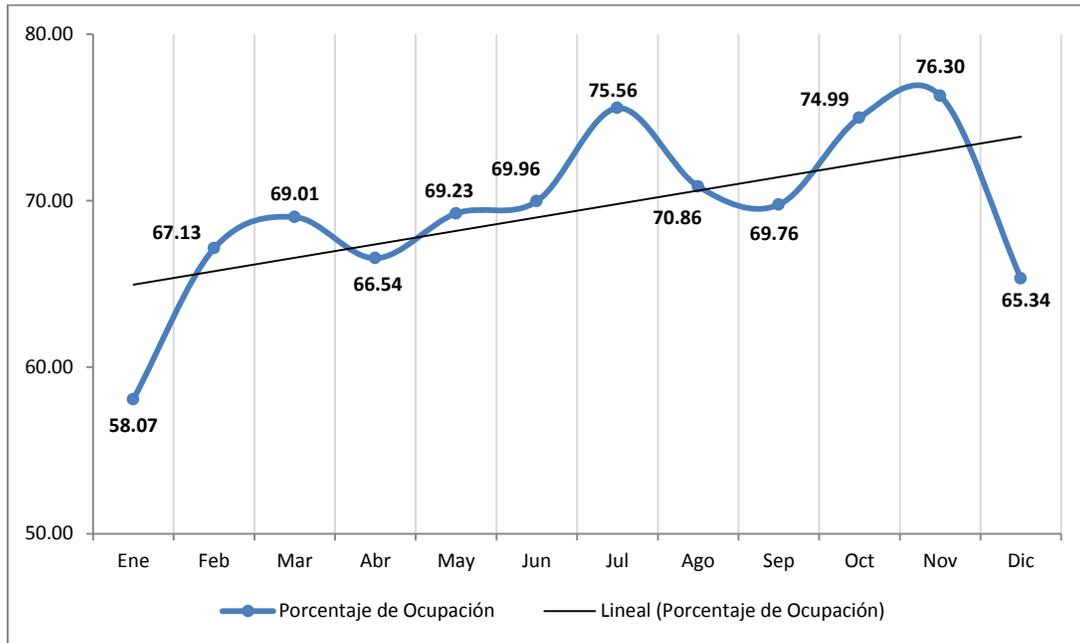
De acuerdo con los datos del Registro de Prestadores de Servicios de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México que se aprecian en el cuadro anterior, en 2015 en la Delegación se localizan 6 hoteles con una disponibilidad total de 346 habitaciones y 498 camas. Estos hoteles generan empleo directo para un total de 144 personas.

OCUPACIÓN HOTELERA

Durante el bienio 2013-2014 los hoteles de la Delegación alcanzaron un promedio de ocupación del 66.21%, para 2015 se incrementa a. En 2013 recibieron un total de 89 mil turistas. Para 2014 esta cifra presentó un ligero aumento, cercano al 8%, para alcanzar la cifra de 96 mil turistas. En 2015 se recibieron 98,500 turistas, con un incremento del 2.6%. De éstos, en promedio en los tres años, el 17% corresponde a turistas internacionales, mientras que el 83% restante a turistas nacionales.

En la gráfica que se presenta a continuación, correspondiente al año 2015, se observa el comportamiento del porcentaje de ocupación en los seis hoteles de la Delegación.

**GRÁFICA 41. Porcentaje de ocupación hotelera, 2015
Delegación Xochimilco**



En la gráfica se puede apreciar cierta estacionalidad con picos en los meses de marzo y julio y, especialmente, en el bimestre octubre-noviembre, así como una sensible baja en los meses de diciembre-enero. El pico del mes de marzo corresponde a las fiestas de La Flor más Bella del Ejido, mientras que el pico de noviembre coincide con las fiestas de muertos, ambos picos de ocupación se observaron también en 2014; el pico de julio, el más alto del 2015, corresponde al inicio de las vacaciones escolares.

**Cuadro 16. Llegada de turistas a los establecimientos de hospedaje de la Delegación Xochimilco.
(Enero 2014 – Diciembre 2015)**

Delegación	Porcentaje de Ocupación	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Total de turistas
ene-14	59.16	6,279	1,270	7,549
feb-14	66.98	5,584	1,292	6,876
mar-14	66.50	6,443	1,226	7,669
abr-14	65.16	6,880	1,262	8,142
may-14	66.25	6,229	1,195	7,424
jun-14	66.39	6,317	1,235	7,552
jul-14	71.21	6,847	1,127	7,974
ago-14	68.92	6,847	1,460	8,307
sep-14	68.72	6,874	1,174	8,048
oct-14	70.75	6,570	1,899	8,469
nov-14	75.94	7,372	1,463	8,835
dic-14	63.43	7,313	1,771	9,084
ene-15	58.07	5,726	1,170	6,896
feb-15	67.13	6,413	1,942	8,355
mar-15	69.01	6,795	1,688	8,483
abr-15	66.54	5,694	1,311	7,005
may-15	69.23	6,367	1,486	7,853
jun-15	69.96	6,893	1,388	8,281
jul-15	75.56	7,716	1,248	8,964
ago-15	70.86	7,066	1,595	8,661
sep-15	69.76	6,917	1,257	8,174
oct-15	74.99	7,526	1,482	9,008
nov-15	76.30	7,232	1,482	8,714
dic-15	65.34	6,577	1,511	8,088

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

TURISMO RECEPTIVO EN XOCHIMILCO

De acuerdo con las recomendaciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT), en las estadísticas turísticas de un país no únicamente deben tomarse en cuenta los turistas que se hospedan en los establecimientos comerciales. También deben tomarse en cuenta los visitantes del lugar que hacen uso de formas no comerciales de hospedaje, tales como visita a casas de familiares y amigos, casas o departamentos propiedad de los visitantes, hostales y otros establecimientos informales o no registrados. Para este tipo de turistas no existen registros fehacientes, pero es posible realizar estimaciones con base 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 Xochimilco son los siguientes:

**CUADRO 17. Llegada de visitantes a la Delegación Xochimilco
(Miles de personas)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes a la delegación	998	1,108	1,201	1,157	1,172	1,205	1,207
Llegada de Turistas (Con pernocta)	597	690	768	724	733	760	762
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	95	111	122	96	89	96	98
Nacionales en alojamiento comercial	78	96	105	80	75	80	81
Internacionales en alojamiento comercial	17	14	17	16	14	16	18
En casa de familiares y amigos	438	505	563	548	563	581	580
En casa o residencia propia	30	35	39	38	39	40	39
Otro tipo de hospedaje	34	39	43	42	43	44	44
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	392	408	422	422	427	432	433
Excursionistas del interior del país a la Delegación	92	104	116	114	118	121	121
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	300	303	306	308	309	311	313
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	9	10	12	11	12	12	12

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

Según esta serie, los turistas que recibió la Delegación y que se hospedaron en los seis hoteles registrados en 2013 fueron 89 mil, cifra que para 2014 aumenta en 7 mil para llegar a 96 mil turistas. En 2015 la cifra asciende a 98.5 mil. Si se incluye la estimación antes mencionada de los visitantes que pernoctaron al menos una noche en la demarcación pero que no se hospedaron en establecimientos comerciales de alojamiento, el número de visitantes a la Delegación aumenta al multiplicarse por un factor de 8 respecto de los turistas hospedados en los establecimientos comerciales. Tres cuartas partes del incremento, están integradas por los turistas hospedados en casas de familiares y amigos, en concordancia con la reconocida hospitalidad de los mexicanos, que se acrecienta cuando se trata de recibir en el hogar precisamente a familiares y amigos. Esta cifra pasa de 733 a 762 mil turistas en el bienio.

Siguiendo las recomendaciones de la OMT mencionadas en la primera parte de este trabajo, en las estadísticas deben considerarse asimismo los visitantes que no pernoctan en el lugar que visitan, a los cuales de acuerdo con la práctica internacional se les denomina excursionistas. En la Delegación, al igual que en el resto de la ciudad, este tipo de visitantes provienen tanto de la zona metropolitana del Valle de México como de los demás estados del interior del país, en una proporción de 72% y 28% respectivamente. La estimación de este concepto para la delegación, agrega 427 mil visitantes en 2013, 432 mil en 2014 y 433 mil para 2015, todos ellos adicionales a los antes señalados como turistas con pernocta de al menos una noche. De esta manera es posible establecer el número total de visitantes a la Delegación Xochimilco en un millón 172 mil en 2013, un millón 205 mil en 2014 y en un millón 207 mil en 2015, una tasa de incremento del 2.6 % anual. Es necesario acotar que en esta cifra total de visitantes a la demarcación se incluyen cada año, en promedio, 12 mil personas 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 y que por lo tanto deben ser clasificados al mismo tiempo como turistas y como excursionistas en las estadísticas anuales.

DERRAMA ECONÓMICA

El cuadro siguiente nos muestra el gasto estimado para cada tipo de visitante, en pesos corrientes del año que se indica. El gasto total asciende a mil 446 millones de pesos en 2015, a mil 395 millones en 2014 y a mil 250 en 2013, para un incremento promedio anual de 7.6%. Destaca el gasto efectuado por los turistas hospedados en casa de familiares y amigos, por 723 millones en 2015, el cual significa 50% del total. Los turistas alojados en hoteles arrojan un gasto para el año de 496 millones de pesos, es decir el 34.3% y los excursionistas uno de 95 millones, que representa el 6.5%. Este resultado se correlaciona con la actividad hotelera de la demarcación, la cual se considera relativamente baja, respecto de los visitantes que se hospedan en alojamiento no comercial. Como es de suponer, los turistas hospedados en hoteles efectúan individualmente gastos mayores en comparación con aquellos que se hospedan con familiares y amigos o que utilizan otros tipos de alojamiento no comercial. A su vez este tipo de turista gasta más que los diferentes tipos de excursionistas. A este concepto se le denomina gasto medio.

**CUADRO 18. Gasto de los visitantes a la Delegación Xochimilco
(Millones de pesos)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	986	1,126	1,312	1,241	1,250	1,395	1,446
Llegada de Turistas (Con pernocta)	905	1,032	1,204	1,132	1,137	1,272	1,322
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	381	407	472	409	381	451	496
Nacionales en alojamiento comercial	220	277	319	247	237	266	272
Internacionales en alojamiento comercial	161	130	153	162	144	186	224
En casa de familiares y amigos	458	546	639	632	660	718	723
En casa o residencia propia	32	38	44	43	45	49	49
Otro tipo de hospedaje	35	42	49	48	50	54	55
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	64	73	84	84	88	95	95
Excursionistas del interior del país a la Delegación	51	59	70	70	73	79	79
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	13	13	14	15	15	16	16
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	18	21	24	24	25	28	28

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

Mientras que los turistas hospedados en hoteles arrojan un gasto medio por turista, por día de 5 mil 037 pesos (12 mil 740 los internacionales y 3 mil 366 los nacionales) para los que utilizan

hospedaje no comercial es de 1,245.5 pesos y para los excursionistas es de apenas 220 pesos en promedio. Estas cifras se aprecian en el cuadro siguiente:

**CUADRO 19. Gasto medio de los visitantes en la Delegación Xochimilco
(Pesos)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	988.14	1,016.66	1,091.88	1,072.07	1,066.16	1,158.09	1,197.30
Llegada de Turistas (Con pernocta)	1,516.85	1,497.30	1,567.97	1,563.92	1,549.71	1,673.82	1,735.60
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	4,014.64	3,674.68	3,859.74	4,242.78	4,273.86	4,706.41	5,037.69
Nacionales	2,813.62	2,877.47	3,033.16	3,094.28	3,171.61	3,341.47	3,366.25
Internacionales	9,641.08	9,003.49	8,923.24	9,818.52	9,977.79	11,338.11	12,740.18
En casa de familiares y amigos	1,044.68	1,081.00	1,133.46	1,152.72	1,173.10	1,235.89	1,245.48
En casa o residencia propia	1,044.68	1,081.00	1,133.44	1,152.73	1,173.10	1,235.90	1,245.48
Otro tipo de hospedaje	1,044.66	1,081.01	1,133.46	1,152.72	1,173.10	1,235.89	1,245.46
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	165.76	178.89	198.63	199.38	205.13	219.59	220.22
Excursionistas del interior a la Delegación	551.53	570.71	598.40	608.57	618.33	652.54	657.54
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	42.87	44.36	46.55	47.37	48.14	50.77	51.19
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	1,924.67	1,991.69	2,088.18	2,123.66	2,157.83	2,277.15	2,294.66

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

TURISMO EGRESIVO DE XOCHIMILCO

Utilizando los mismos conceptos y criterios 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 (en este caso no es posible cuantificar a los turistas de la Delegación que salen del país) arroja para 2015 un total de 2 millones 130 mil de turistas y excursionistas que visitaron otros lugares del país y se integra de la manera siguiente:

**CUADRO 20. Salida de Turistas y Excursionistas de la Delegación Xochimilco
(Miles de personas)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Salida total de turistas y excursionistas de la delegación	1,925	1,994	2,038	2,059	2,080	2,094	2,130
Salida de Turistas (Con pernocta)	655	688	709	719	728	733	748
Nacionales en alojamiento comercial	263	276	284	288	292	294	300
En casa de familiares y amigos	343	361	372	377	381	384	392
En casa o residencia propia	23	24	25	25	25	26	26
Otro tipo de hospedaje	26	28	28	29	29	29	30
Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	1,219	1,251	1,273	1,284	1,295	1,303	1,324
De la Delegación al interior del país	512	537	554	561	568	572	584
De la Delegación a la ZMVM	707	714	719	723	727	731	740
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	51	54	55	56	57	57	58

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

El 35% está constituido por turistas que pernoctaron en los lugares visitados, de los cuales cuatro de cada diez se hospedaron en hoteles y los restantes 6 utilizaron hospedaje no comercial. El 62% de las salidas 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, es decir, dentro de la misma Ciudad de México o en los municipios conurbados que forman parte de la Zona Metropolitana. Si comparamos las cifras de las salidas con las correspondientes a los visitantes tenemos que para 2015 la cifra de las salidas de la delegación es superior a la de los visitantes en 895 mil personas, siendo este resultado consistente en los años anteriores de la serie, ya que en promedio las salidas superan a los visitantes en 892 mil personas anualmente. Si analizamos las cifras para los distintos segmentos de mercado

GASTO DEL TURISMO EGRESIVO (TURISTAS Y EXCURSIONISTAS)

El gasto efectuado por los turistas egresivos de la Delegación en los lugares que visitaron, asciende en 2015 a 2,124 millones de pesos. Esta cifra es 678 millones de pesos inferior a la correspondiente al gasto efectuado por los visitantes a la Delegación en el mismo año. Es decir que la proporción entre ingresos turísticos de la demarcación y el gasto de sus habitantes fuera de ella en viajes turísticos resulta desfavorable.

**CUADRO 21. Gasto de la salida de turistas y excursionistas de la Delegación Xochimilco
(Millones de pesos)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto Total de salida de turistas y excursionistas	1,560	1,687	1,824	1,884	1,947	2,065	2,124
Salida de Turistas (Con pernocta)	1,149	1,242	1,344	1,389	1,438	1,524	1,568
Nacionales en alojamiento comercial	739	795	862	892	926	982	1,010
En casa de familiares y amigos	359	390	421	434	448	475	488
En casa o residencia propia	24	26	28	29	30	32	33
Otro tipo de hospedaje	27	30	32	33	34	36	37
Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	312	338	364	376	386	410	422
Excursionistas de la Delegación al interior del país	282	307	331	341	351	373	384
Excursionistas de la Delegación a la ZMVM	30	32	33	34	35	37	38
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	98	107	116	119	123	130	134

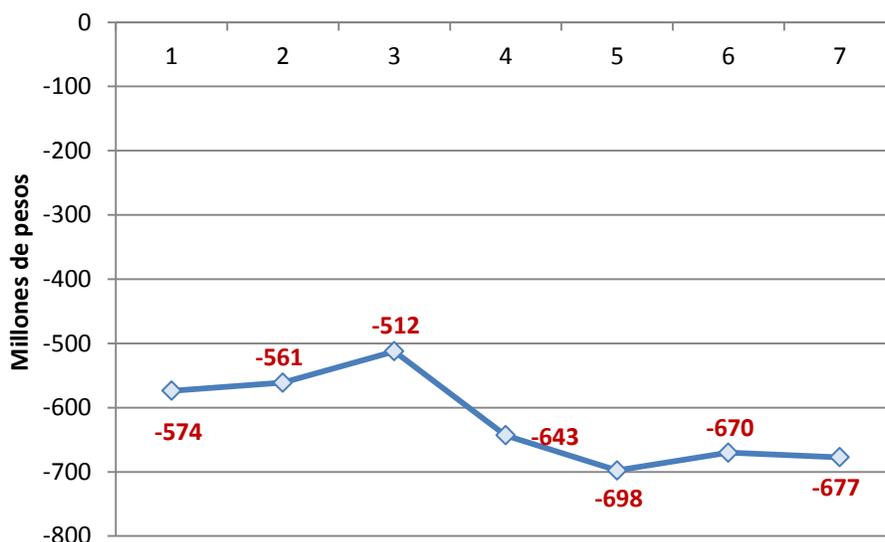
Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México.

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

SALDO TURÍSTICO DE LA DELEGACIÓN

Con los resultados anteriores ya estamos en condiciones de determinar el saldo turístico de la Delegación, el cual para 2015 alcanza la cifra de -667 millones de pesos, desfavorable para Xochimilco, toda vez que la derrama económica generada por los turistas y excursionistas que salieron de la delegación visitar lugares fuera de ella, es mayor que la derrama causada por los visitantes que llegaron a la demarcación durante en este año. Para 2014, se registró saldo también negativo por 670 millones y de 698 millones en 2013. El crecimiento anual del saldo negativo fue de 79 millones de pesos que representan un crecimiento en el saldo turístico negativo de la delegación del 4.1%. En la gráfica siguiente se muestra el saldo turístico de los últimos 6 años. Durante este lapso los gastos efectuados por los turistas y excursionistas de salida de la Delegación fueron superiores a los efectuados por los turistas visitantes. El promedio del periodo es de mil 473 millones de pesos corrientes. A lo largo del periodo la tasa promedio de crecimiento del saldo de 6.9% anual es superior la inflación observada, de manera que la actividad turística no constituye una fuente de ingresos para la Delegación. Este resultado puede ser explicado por la insuficiente infraestructura turística en la delegación, lo que obliga a los turistas que planean pernoctar durante visita a buscar alojamiento en hoteles ubicados fuera de la demarcación.

**GRÁFICA 42. Saldo Turístico de la Delegación Xochimilco
2009-2015**



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

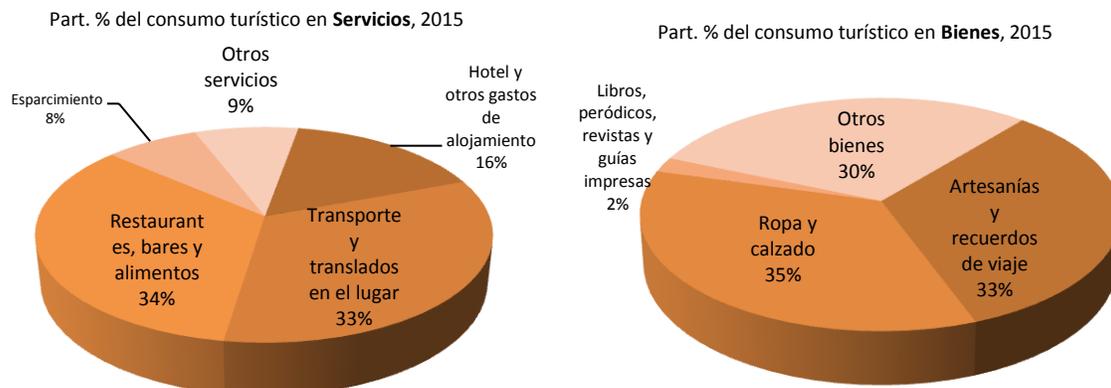
ESTRUCTURA DEL GASTO DE LOS VISITANTES

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

GRÁFICA 43. Estructura del Consumo de Turistas en la Delegación Xochimilco, 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	244.06	198.39	618.81	1,061.25
Hotel y otros gastos de alojamiento	75.22	67.21	32.97	175.41
Transporte y traslados en el lugar	34.88	11.50	305.02	351.40
Restaurantes, bares y alimentos	73.12	65.33	221.71	360.16
Esparcimiento	26.50	23.67	32.39	82.56
Otros servicios	34.33	30.67	26.72	91.72
Total bienes	28.35	25.33	207.57	261.24
Artesanías y recuerdos de viaje	17.44	15.59	53.63	86.66
Ropa y calzado	2.49	2.23	86.69	91.41
Libros, periódicos, revistas y guías impresas	1.43	1.27	2.72	5.42
Otros bienes	6.98	6.24	64.52	77.75
Total servicios+bienes	272.40	223.72	826.37	1,322.49

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

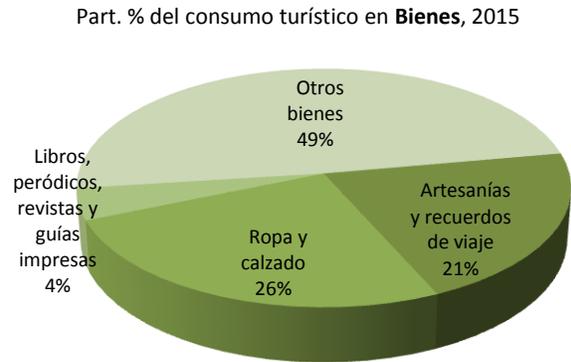
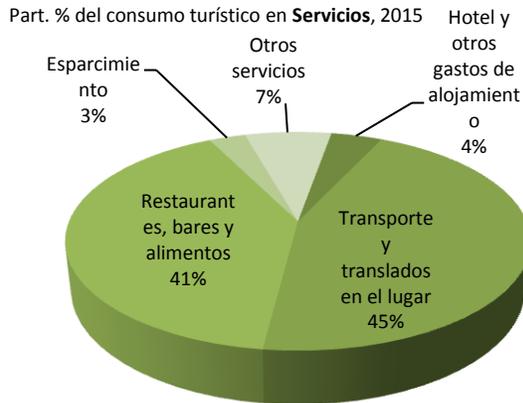


Los turistas que visitaron la Delegación en 2015 efectuaron gastos por un total de 1,322.5 millones de pesos, de los cuales 1,061 cubrieron gastos en servicios, el 80%. La mayor parte de este importe comprendió alimentos consumidos en restaurantes y bares 34%, así como gastos de transporte y traslados en el lugar también con 33%, los gastos de hospedaje, con 16%, son menos significativos, así como los de esparcimiento y otros no especificados. Del importe gastado en bienes, por 254 millones de pesos, destaca el gasto en artesanías y recuerdos de viaje con 33%, ropa y calzado con 35% y otros bienes no especificados con 30%.

GRÁFICA 44. Estructura del Consumo de Excursionistas en la Delegación Xochimilco, 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	55.59	13.10	22.12	90.81
Hotel y otros gastos de alojamiento	0.00	0.00	3.83	3.8
Transporte y traslados en el lugar	29.38	4.61	6.90	40.9
Restaurantes, bares y alimentos	21.30	8.11	7.44	36.9
Esparcimiento	1.05	0.16	1.53	2.7
Otros servicios	3.87	0.22	2.42	6.5
Total bienes	23.85	2.90	5.60	32.35
Artesanías y recuerdos de viaje	5.04	0.00	1.77	6.8
Ropa y calzado	6.09	0.96	1.19	8.2
Libros, periódicos, revistas y guías impresas	0.99	0.14	0.25	1.4
Otros bienes	11.72	1.79	2.40	15.9
Total servicios + bienes	79.44	16.00	27.72	123.16

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



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 123 millones de pesos, de los cuales 90.81 millones corresponden a servicios y 32.3 a bienes. Dentro del rubro de servicios destacan los conceptos Transporte y traslados en el lugar, con 45% y; Consumo de alimentos en restaurantes y bares, también con 41%. Hotel y otros gastos de hospedaje, con 4%; Cabe aclarar que en este último concepto, Hotel y otros gastos de alojamiento, no se incluye hospedaje, pues se trata de gastos efectuados por excursionistas que, conforme a la definición no pernoctan en la ciudad, es decir se trata de otro tipo de gastos en servicios proporcionados por los hoteles, tales spas, salón de belleza, etc. así como servicios asociados a reuniones, congresos y convenciones. En el rubro de bienes destacan los conceptos Artesanías y recuerdos de viaje, con 21% y ropa y calzado, con 26%, además del rubro otros bienes, con 49%.

INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

De acuerdo con la información captada por el Registro de Prestadores de Servicios Turísticos de la Secretaría de Turismo del Distrito Federal, además de los hoteles antes mencionados, en la Delegación se cuenta con otros oferentes de servicios. Entre ellos destacan 6 Agencias de Viajes, tres de ellas minoristas, una especializada y dos touroperadores uno mayorista y uno minorista. También se tienen registradas dos tiendas de artesanías, una de ellas especializada en joyería artesanal. La Delegación cuenta únicamente con un guía turístico general registrado. No cuenta con centros de capacitación en la materia turística, aunque se estima que existe mercado para guías locales que orientan a los visitantes nacionales y extranjeros.

MOVILIDAD

Con base en la Encuesta de Origen y Destino, para 2015 se estima que dentro de la Delegación se realiza un promedio de 261.3 millones de viajes anuales, 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 significa que diariamente se realizan 716.3 miles de viajes.

CUADRO 22. Viajes totales desde y hacia la delegación Xochimilco.

Año	Producidos	Atraídos	Internos	Producidos + atraídos	Total
2009	101,490,475	101,625,855	56,346,175	203,116,330	259,462,505
2010	102,468,493	102,605,227	56,889,248	205,073,720	261,962,968
2011	102,689,721	102,826,662	57,012,144	205,516,383	262,528,527
2012	102,567,601	102,704,306	56,944,230	205,271,907	262,216,137
2013	102,447,649	102,584,233	56,877,471	205,031,882	261,909,353
2014	102,327,309	102,463,641	56,810,772	204,790,950	261,601,722
2015	102,205,072	102,341,404	56,743,060	204,546,476	261,289,536

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 encontraban registrados en el año 2013 un total de 121.5 mil automóviles y 4,300 motocicletas, además de 1,547 camiones de pasajeros, así como 980 camiones y camionetas de carga. Para 2011 SETRAVI tenía registrados 29 parques de estacionamiento público con una capacidad total de 1,603 cajones. Adicionalmente, la Secretaría de Movilidad, tiene registrados 31 sitios y bases de taxis regularizados ubicados dentro de la Delegación.

Por lo que se refiere al de transporte público de pasajeros, la Delegación recibe los servicios del sistema Tren Ligero, que consiste en una línea que conecta el centro de Xochimilco con la estación Taxqueña del Metro. De donde los pasajeros pueden acceder a todo el sistema Metro y Metrobús. cinco de las 18 estaciones del tren ligero se ubican en la demarcación, la que además cuenta con dos Centros de Transferencia Modal que permiten conectar al tren ligero con la red de autobuses de transporte público, del que se cuenta con 31 rutas del servicio RTP, nueve de ellas con servicio Atenea, 18 de servicio regular y 4 expreso, estas últimas corriendo sobre el anillo periférico que también sirve como distribuidor de pasajeros. Adicionalmente, la Delegación es cruzada en todas direcciones por rutas de transporte colectivo con servicio privado (colectivos y peseras).

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

CUADRO 23. Viajes por concepto de compras, social y diversión y comida.

Año	Producidos	Atraídos	Total
2009	8,385,510	7,779,935	16,165,445
2010	8,466,320	7,854,907	16,321,227
2011	8,484,599	7,871,864	16,356,463
2012	8,474,512	7,862,495	16,337,007
2013	8,464,601	7,853,306	16,317,907
2014	8,454,656	7,844,068	16,298,724
2015	8,444,555	7,834,704	16,279,259

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

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

Cuadro 24. Aforo anual de los sitios y recintos turísticos de Xochimilco.

Número de Recintos / Sitios	Segmento	Aforo 2014	Participación
11	Recreación	870,000	47.3
3	Compras	360,000	19.6
2	Museo	295,893	16.1
2	Ferias y festivales	125,000	6.8
2	Entretenimiento	76,440	4.2
1	Deportes	50,000	2.7
1	Religión	30,000	1.6
1	Sitio de interés	30,000	1.6
1	Tradiciones y costumbres	2,000	0.1
24	Total	1,839,333	100

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

EMPLEO EN RESTAURANTES Y HOTELES

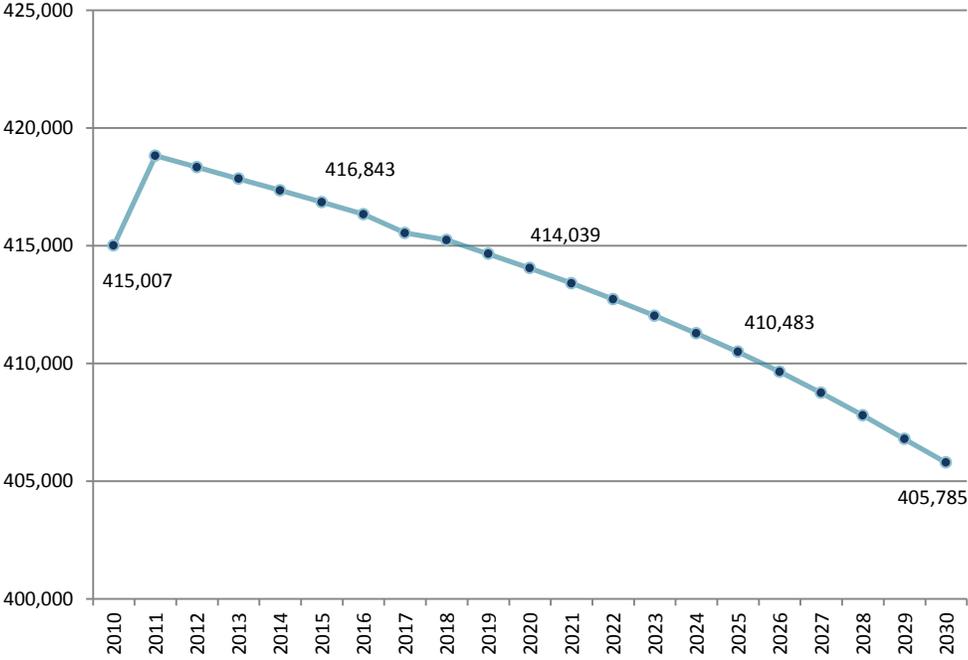
De acuerdo con los últimos datos de INEGI disponibles los establecimientos de hotelería y restaurantes localizados en la Delegación generaron en 2013 un total de 15.7 mil empleos, 29% de ellos directos y 71% indirectos.

PROYECCIÓN POBLACIONAL

De acuerdo con las proyecciones de CONAPO basadas en el censo de 2010 la población asentada en la Delegación está declinando en 2010 contaba con un total de 419.3 miles de habitantes, para

2014 se espera ubicar el conteo en 417.3 miles. La tendencia seguirá en el sentido de una ligera reducción, marcando 414 en 2020, 410.5 en 2025 y 405.8 en 2030.

Grafica 45. Proyección poblacional de la Delegación Xochimilco 2010-2030



ANÁLISIS FODA DEL TURISMO EN LA DELEGACIÓN XOCHIMILCO

FORTALEZAS

- La zona chinampera de Xochimilco fue declarada como patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1987.
- Las formas tradicionales de cultivo de la tierra que subsiste en las chinampas son el último vestigio de las técnicas y procedimientos prevalecieron en la zona lacustre en tiempos prehispánicos y constituyen un atractivo único a nivel mundial.
- Los pueblos de Xochimilco cuentan con una importante tradición artesanal que les otorga fisonomía cultural, como la elaboración de dulces típicos mexicanos, el arreglo y cultivo de plantas de ornato, la elaboración de helados, el ornato de trajineras y canoas, etc. los cuales pueden constituirse, junto con la vida rural subsistente, en la base de la construcción de experiencias turísticas que respondan a algunas de las tendencias actuales de las corrientes turísticas.
- Xochimilco cuenta con una importante identidad como atractivo cultural conocido en el plano turístico y en muchos otros países.
- El embarcadero ecológico constituye una experiencia única de rescate y preservación sustentable del ecosistema de la región.
- Las ferias y fiestas tradicionales de los pueblos y barrios de Xochimilco se extienden por varios días atrayendo visitantes a la zona.
- EL Cambio de Mayordomía del Niñoopa, que es una de las tradiciones más importantes en la demarcación por ser es la imagen religiosa más venerada en la región alrededor de la que pueblos y barrios desarrollan sus celebraciones, revela un grado de organización social avanzado para la consecución de objetivos comunes.
- Los pueblos y barrios conservan rasgos culturales, de origen indígena que le proporcionan identidad a la demarcación.
- Las colecciones del Museo Dolores Olmedo Patiño, consideradas entre las más grandes de los artistas Diego Rivera y Frida Kahlo proporcionan a la Delegación un atractivo conocido a nivel mundial.
- La itinerancia de algunas obras proporciona al museo Dolores Olmedo exposición en los circuitos global del arte mexicano, como es el caso de la exposición temporal de algunas obras en el museo de L'Orangerie de Paris.
- Las ferias y fiestas más importantes en la delegación que aunque tienen un fuerte carácter local, le permiten ocupar la quinta posición en el registro de aforos por ese motivo. Destacan la feria de la Alegría y el Olivo, La Flor más Bella del Ejido, así como el concurso de la Canoa Alegórica.
- Una de las actividades más representativas no solo de la delegación también de la ciudad, es el paseo en trajineras en las cuales se recorren los 10 embarcaderos que ofrecen música, comida y artesanías típicas. Las tarifas están reguladas por la dirección de turismo en la delegación.

- La Pista Olímpica de Remo y Canotaje Virgilio Uribe, con longitud de 2200 m es única a nivel nacional y en muchos países de Latinoamérica, constituye un sitio popular para la práctica del deporte, pero también es foco de atracción de visitantes nacionales e internacionales.
- La demarcación posee un importante patrimonio cultural religioso, en el que destaca la Parroquia de San Bernardino de Siena, fundada por frailes franciscanos durante el siglo XVI, es una de las más importantes joyas del arte novohispano.
- Dentro de la delegación se ubican 5 estaciones del tren ligero. Este servicio permite la conexión con el metro en la estación taxqueña.
- La delegación cuenta con 5 mercados en los cuales se comercializan plantas y arbustos de ornato de alta calidad directamente de los productores locales.

OPORTUNIDADES

- La experiencia de rescate y preservación del parque ecológico debe ser reproducida en otras áreas de la zona de canales y chinampas que padecen un fuerte deterioro ambiental y por la invasión de los terrenos por casas habitación en muchos casos irregulares.
- La conservación de la identidad cultural de los pueblos y barrios hacen necesario el rescate de las técnicas y materiales tradicionales de construcción, estos podrían ser utilizados en edificios y construcciones de servicio público.
- La identidad cultural de Xochimilco con su cartel nacional e internacional puede ser aprovechada para hacer promoción al turismo alternativo, para lo que se requiere impulsar los criterios de sustentabilidad ambiental y cultural en los emprendimientos de los prestadores de servicios turísticos.
- La urgencia de tomar medidas de saneamiento ambiental en la zona de canales podría ser el fundamento para una reordenación integral y ambiciosa del área, con criterios de sustentabilidad ambiental y cultural.
- El rescate del centro histórico de Xochimilco y del área del mercado podría ser detonador del resurgimiento del potencial turístico de la demarcación.
- Es urgente incluir a Xochimilco en los programas de transporte público masivo de la ciudad, ya que desde la construcción del tren ligero ha estado al margen.
- Lograr el dialogo entre la población local y las autoridades puede mejorar la regulación en cuanto al uso de suelo para actividades productivas sustentables así como actividades ecoturísticas de bajo impacto ambiental.
- Los remeros y dueños de oferta turística comprenden la importancia del turismo en la región, aprovechar ese interés puede mantener constante la participación para capacitación y certificaciones turísticas.
- La mejora de la oferta turística y cultural puede lograr la ocupación laboral de la población local, según INEGI el 27% se encuentra en las edades de 15 a 19 años, quienes podrían

convertirse en los anfitriones con la capacidad técnica y sensibilidad de la actividad turística, así dueños de negocios locales de calidad.

- Mejorar los bosques de Nativitas y San Luis Tlaxialtemalco, para desarrollar actividades y oferta ecoturística principalmente para la población local y el visitante Interdelegacional.
- Parte de la recuperación de la identidad de Xochimilco está asociada a la protección y recuperación del ajolote el cual se encuentra en peligro de extinción y cual es especie endémica del lugar.

DEBILIDADES

- El deterioro ambiental y la invasión habitacional de la zona de canales reducen el potencial turístico de Xochimilco
- Las dificultades de traslado a la zona por transporte público, con fuertes embotellamientos los fines de semana se agudizan por la inexistencia en la zona de barrios y pueblos de la demarcación de calles y avenidas que permitan el tráfico privado, es indispensable y urgente promover que en los programas de transporte público masivo
- Escaso mantenimiento en zonas de alta afluencia turística que impacta en el valor estético y cultural de la demarcación.
- Pocas vías de acceso para llegar a Xochimilco, además que se cuentan con estaciones de metro y metrobús que brinden movilidad en la delegación.
- El tren ligero está muy próximo a su saturación permanente, en horas pico de traslado de los residentes a sus trabajos la sobresaturación es extrema.
- Disminución paulatina pero permanente del sistema productivo de canales y chinampas, así como también la flora y fauna del lugar.
- Insuficiente conservación de los monumentos históricos localizados dentro del centro de Xochimilco así como en la zona arqueológica de Cuahilama y esta misma.
- Paraderos de microbuses caóticos y que impactan negativamente la imagen de los embarcaderos.
- Contaminación de los canales por desechos y aguas negras, en el 2006 hubo un estancamiento que ocasiono la muerte de flora y fauna, situación que no se ha resuelto de manera efectiva.
- Falta de regulación en la capacidad y control del tipo de actividades y número de personas que suben a las trajineras para garantizar su seguridad.

AMENAZAS

- Los problemas de contaminación generalizada principalmente en las zonas y suelos de conservación ponen en riesgo el título de Patrimonio de la Humanidad otorgado por la UNESCO.
- Aumento del parque vehicular que disminuya la calidad y aumente los tiempos de traslados.

- Accidentes en los paseos de trajineras afectan la percepción en la calidad y seguridad del servicio que ofrecen en los embarcaderos.
- Crecimiento acelerado de la mancha urbana, invasión a los suelos de conservación, extracción masiva de agua de los acuíferos de la zona, así como la disminución de la calidad del agua en canales y lagos.
- Asentamientos y construcciones irregulares en zonas ecológicas y suelos de conservación.
- Percepción de inseguridad en las calles y zonas céntricas de Xochimilco.
- Creación de mega proyectos comerciales en la región afectarían la calidad de vida de la población así como la conservación de las zonas lacustres, bosques y suelos de conservación de Xochimilco.

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 del Distrito Federal: 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 el Distrito Federal.

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 del Distrito Federal.

Consejo: el Consejo Consultivo de Turismo del Distrito Federal.

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 del Distrito Federal.

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 el Distrito Federal, 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 el Distrito Federal.

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 de Xochimilco (Del. Xochimilco).

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 Xochimilco
(Personas)**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes a la delegación	998,253	1,107,621	1,201,276	1,157,286	1,172,016	1,204,565	1,207,430
Llegada de Turistas (Con pernocta)	596,752	689,503	767,568	724,023	733,456	760,222	761,982
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	94,872	110,669	122,336	96,347	89,084	95,929	98,482
Nacionales en alojamiento comercial	78,183	96,267	105,168	79,891	74,657	79,555	80,922
Internacionales en alojamiento comercial	16,689	14,402	17,168	16,456	14,427	16,374	17,560
En casa de familiares y amigos	438,202	505,393	563,366	548,038	562,615	580,889	580,195
En casa o residencia propia	30,163	34,788	38,779	37,723	38,727	39,507	39,460
Otro tipo de hospedaje	33,515	38,653	43,087	41,915	43,030	43,897	43,845
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	392,314	407,698	422,076	421,836	426,809	432,217	433,367
Excursionistas del interior a la Delegación	91,869	104,205	116,317	114,266	117,512	121,259	120,813
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	300,445	303,493	305,759	307,570	309,297	310,958	312,554
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	9,187	10,420	11,632	11,427	11,751	12,126	12,081

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

Cuadro 2. Gasto de los visitantes en la Delegación Xochimilco

(Pesos)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	986,410,578	1,126,079,229	1,311,653,686	1,240,688,036	1,249,554,498	1,394,997,020	1,445,653,716
Llegada de Turistas (Con pernocta)	905,180,886	1,032,391,569	1,203,527,309	1,132,313,397	1,136,646,652	1,272,472,182	1,322,494,415
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	380,877,113	406,673,479	472,185,377	408,778,782	380,732,640	451,480,909	496,121,469
Nacionales en alojamiento comercial	219,977,096	277,005,152	318,991,219	247,205,270	236,783,027	265,830,715	272,403,987
Internacionales en alojamiento comercial	160,900,017	129,668,327	153,194,158	161,573,512	143,949,613	185,650,195	223,717,482
En casa de familiares y amigos	457,781,091	546,328,148	638,550,635	631,733,896	660,005,056	717,913,005	722,618,991
En casa o residencia propia	31,510,744	37,605,762	43,953,772	43,484,551	45,430,558	48,826,548	49,146,610
Otro tipo de hospedaje	35,011,938	41,784,180	48,837,525	48,316,168	50,478,398	54,251,720	54,607,345
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	63,547,779	72,934,292	83,836,626	84,107,611	87,551,222	94,912,168	95,437,485
Excursionistas del interior a la Delegación	50,668,853	59,470,338	69,604,113	69,538,999	72,661,319	79,126,188	79,438,953
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	12,878,926	13,463,955	14,232,513	14,568,613	14,889,903	15,785,980	15,998,533
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	17,681,913	20,753,367	24,289,751	24,267,028	25,356,625	27,612,670	27,721,816

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

Cuadro 3. Gasto de los visitantes en la Delegación Xochimilco (Dólares)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	72,732,053	89,125,958	105,310,551	94,519,376	97,825,272	104,778,289	91,160,697
Llegada de Turistas (Con pernocta)	66,732,940	81,708,729	96,622,385	86,263,057	88,984,451	95,571,727	83,397,587
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	28,015,366	32,168,380	37,887,744	31,131,448	29,793,369	33,876,414	31,320,099
Nacionales en alojamiento comercial	16,257,560	21,929,151	25,622,814	18,828,825	18,541,857	19,965,833	17,155,684
Internacionales en alojamiento comercial	11,757,806	10,239,229	12,264,930	12,302,623	11,251,513	13,910,580	14,164,415
En casa de familiares y amigos	33,805,160	43,254,762	51,282,499	48,136,613	51,681,028	53,949,255	45,538,981
En casa o residencia propia	2,326,933	2,977,383	3,529,962	3,313,419	3,557,394	3,669,185	3,097,188
Otro tipo de hospedaje	2,585,481	3,308,204	3,922,180	3,681,577	3,952,660	4,076,873	3,441,319
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	4,693,610	5,774,080	6,737,127	6,407,212	6,855,468	7,131,951	6,015,940
Excursionistas del interior a la Delegación	3,741,017	4,708,568	5,590,849	5,298,756	5,689,180	5,944,955	5,006,646
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	952,593	1,065,512	1,146,278	1,108,456	1,166,288	1,186,996	1,009,294
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	1,305,503	1,643,149	1,951,039	1,849,107	1,985,353	2,074,611	1,747,170

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

Cuadro 4. Gasto medio de los visitantes en la Delegación Xochimilco (Pesos)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	988.14	1,016.66	1,091.88	1,072.07	1,066.16	1,158.09	1,197.30
Llegada de Turistas (Con pernocta)	1,516.85	1,497.30	1,567.97	1,563.92	1,549.71	1,673.82	1,735.60
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	4,014.64	3,674.68	3,859.74	4,242.78	4,273.86	4,706.41	5,037.69
Nacionales en alojamiento comercial	2,813.62	2,877.47	3,033.16	3,094.28	3,171.61	3,341.47	3,366.25
Internacionales en alojamiento comercial	9,641.08	9,003.49	8,923.24	9,818.52	9,977.79	11,338.11	12,740.18
En casa de familiares y amigos	1,044.68	1,081.00	1,133.46	1,152.72	1,173.10	1,235.89	1,245.48
En casa o residencia propia	1,044.68	1,081.00	1,133.44	1,152.73	1,173.10	1,235.90	1,245.48
Otro tipo de hospedaje	1,044.66	1,081.01	1,133.46	1,152.72	1,173.10	1,235.89	1,245.46
Llegada de Excursionistas (Sin Pernocta)	165.76	178.89	198.63	199.38	205.13	219.59	220.22
Excursionistas del interior a la Delegación	551.53	570.71	598.40	608.57	618.33	652.54	657.54
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	42.87	44.36	46.55	47.37	48.14	50.77	51.19
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	1,924.67	1,991.69	2,088.18	2,123.66	2,157.83	2,277.15	2,294.66

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

Cuadro 5. Gasto medio de los visitantes en la Delegación Xochimilco (Dólares)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de los visitantes de la delegación	72.86	80.47	87.67	81.67	83.47	86.98	75.50
Llegada de Turistas (Con pernocta)	111.83	118.50	125.88	119.14	121.32	125.72	109.45
Nacionales + Internacionales en Alojamiento comercial	295.30	290.67	309.70	323.12	334.44	353.14	318.03
Nacionales en alojamiento comercial	207.94	227.80	243.64	235.68	248.36	250.97	212.00
Internacionales en alojamiento comercial	704.52	710.96	714.41	747.61	779.89	849.55	806.63
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	85.59	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)	142.10	157.69	167.73	161.82	168.95	171.09	144.62

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

Cuadro 6. Salida de Turistas y Excursionistas de la delegación Xochimilco (Personas)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total de salida de turistas y excursionistas	1,925,063	1,993,575	2,037,776	2,059,099	2,080,074	2,093,677	2,129,381
Salida de Turistas (Con pernocta)	655,236	688,381	709,469	718,758	727,993	733,248	747,501
Nacionales en alojamiento comercial	262,750	276,041	284,497	288,222	291,925	294,032	299,748
En casa de familiares y amigos	343,344	360,712	371,762	376,630	381,469	384,222	391,690
En casa o residencia propia	22,933	24,093	24,831	25,156	25,479	25,664	26,163
Otro tipo de hospedaje	26,209	27,535	28,379	28,750	29,120	29,330	29,900
Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	1,218,675	1,251,454	1,272,921	1,284,230	1,295,249	1,303,187	1,323,525
Excursionistas de la Delegación al interior del país	511,524	537,399	553,861	561,113	568,322	572,424	583,551
Excursionistas de la Delegación a la ZMVM	707,151	714,055	719,060	723,117	726,927	730,763	739,974
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	51,152	53,740	55,386	56,111	56,832	57,242	58,355

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

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

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto total de la salida de turistas y excursionistas	1,560,240,208	1,687,240,545	1,824,073,940	1,883,794,233	1,947,308,769	2,065,042,787	2,122,946,352
Gasto de la Salida de Turistas (Con pernocta)	1,149,485,863	1,241,676,558	1,344,029,454	1,388,953,851	1,438,275,160	1,524,431,555	1,567,509,643
Nacionales en alojamiento comercial	739,235,453	795,406,080	862,471,783	892,416,349	926,395,032	981,888,178	1,009,634,992
En casa de familiares y amigos	358,883,946	390,394,037	421,262,945	434,367,149	447,788,821	474,612,134	488,023,358
En casa o residencia propia	23,971,046	26,075,621	28,137,512	29,012,847	29,909,228	31,701,276	32,597,602
Otro tipo de hospedaje	27,395,418	29,800,820	32,157,213	33,157,506	34,182,081	36,229,967	37,253,690
Gasto de la Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	312,309,800	338,465,280	364,481,399	375,660,375	386,373,300	410,348,444	421,520,753
Excursionistas de la Delegación al interior del país	281,985,774	306,769,435	330,986,704	341,402,302	351,366,943	373,250,125	383,635,377
Excursionistas de la Delegación a la ZMVM	30,324,025	31,695,846	33,494,696	34,258,073	35,006,357	37,098,319	37,885,376
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	98,444,545	107,098,707	115,563,088	119,180,007	122,660,308	130,262,788	133,915,956

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

Cuadro 8. Gasto de la salida de Turistas y Excursionistas de la Delegación Xochimilco (Dólares)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto total de la salida de turistas y excursionistas	115,296,478	133,608,983	147,128,722	143,386,641	152,585,771	155,289,641	133,890,631
Gasto de la Salida de Turistas (Con pernocta)	84,963,487	98,325,090	108,396,678	105,715,468	112,706,539	114,673,788	98,831,009
Nacionales en alojamiento comercial	54,640,043	62,986,232	69,557,951	67,923,312	72,594,439	73,861,523	63,657,181
En casa de familiares y amigos	26,526,719	30,914,166	33,975,820	33,060,284	35,089,759	35,702,207	30,769,725
En casa o residencia propia	1,771,807	2,064,852	2,269,355	2,208,208	2,343,756	2,384,696	2,055,269
Otro tipo de hospedaje	2,024,918	2,359,840	2,593,552	2,523,664	2,678,586	2,725,362	2,348,834
Gasto de la Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	23,061,957	26,802,960	29,409,392	28,598,593	30,268,988	30,824,448	26,610,819
Excursionistas del interior a la Delegación	20,816,989	24,292,684	26,706,921	25,993,691	27,524,672	28,033,872	24,220,027
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	2,244,968	2,510,277	2,702,471	2,604,902	2,744,316	2,790,577	2,390,792
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	7,271,034	8,480,933	9,322,652	9,072,580	9,610,243	9,791,405	8,448,802

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 Xochimilco (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	1,932.44	1,975.67	2,079.01	2,097.00
Nacionales en alojamiento comercial	2,813.46	2,881.48	3,031.57	3,096.28	3,173.40	3,339.39	3,368.28
En casa de familiares y amigos	1,045.26	1,082.29	1,133.15	1,153.30	1,173.85	1,235.25	1,245.94
En casa o residencia propia	1,045.26	1,082.29	1,133.16	1,153.32	1,173.88	1,235.24	1,245.94
Otro tipo de hospedaje	1,045.27	1,082.29	1,133.13	1,153.30	1,173.84	1,235.25	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
Excursionistas del interior a la Delegación	551.27	570.84	597.60	608.44	618.25	652.05	657.42
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	42.88	44.39	46.58	47.38	48.16	50.77	51.20
Ambos tipos de viaje (Turistas + Excursionistas)	1,924.55	1,992.90	2,086.50	2,124.00	2,158.30	2,275.65	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 Xochimilco (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	62.9
Gasto medio de la Salida de Turistas (Con pernocta)	129.67	142.84	152.79	147.08	154.82	156.39	132.22
Nacionales en alojamiento comercial	207.95	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	91.99	92.92	78.56
Otro tipo de hospedaje	77.26	85.70	91.39	87.78	91.98	92.92	78.56
Gasto medio d la Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	18.92	21.42	23.10	22.27	23.37	23.65	20.11
Excursionistas del interior a la Delegación	40.70	45.20	48.22	46.33	48.43	48.97	41.50
Excursionistas de la ZMVM a la Delegación	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 Xochimilco

Cuadro 11. Viajes totales producidos, atraídos e internos desde y hacia la Delegación Xochimilco

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	259,462,505	261,962,968	262,528,527	262,216,137	261,909,353	261,601,722	261,289,536
Producidos + atraídos	203,116,330	205,073,720	205,516,383	205,271,907	205,031,882	204,790,950	204,546,476
Producidos en la delegación	101,490,475	102,468,493	102,689,721	102,567,601	102,447,649	102,327,309	102,205,072
Atraídos de las demás delegaciones	101,625,855	102,605,227	102,826,662	102,704,306	102,584,233	102,463,641	102,341,404
Internos de la propia delegación Xochimilco	56,346,175	56,889,248	57,012,144	56,944,230	56,877,471	56,810,772	56,743,060

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

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	16,165,445	16,321,227	16,356,463	16,337,007	16,317,907	16,298,724	16,279,259
Producidos en la delegación	8,385,510	8,466,320	8,484,599	8,474,512	8,464,601	8,454,656	8,444,555
Atraídos de las demás delegaciones	7,779,935	7,854,907	7,871,864	7,862,495	7,853,306	7,844,068	7,834,704

Cuadro 13. Viajes turísticos por concepto de compras desde y hacia la delegación Xochimilco

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	10,046,752	10,143,570	10,165,468	10,153,376	10,141,504	10,129,585	10,117,491
Producidos en la delegación	5,608,261	5,662,306	5,674,531	5,667,784	5,661,154	5,654,504	5,647,750
Atraídos de las demás delegaciones	4,438,491	4,481,264	4,490,937	4,485,592	4,480,350	4,475,081	4,469,741

Cuadro 14. Viajes turísticos por concepto social y de diversión desde y hacia la delegación Xochimilco

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	5,001,495	5,049,696	5,060,597	5,054,578	5,048,667	5,042,734	5,036,710
Producidos en la delegación	2,269,802	2,291,678	2,296,625	2,293,896	2,291,212	2,288,521	2,285,786
Atraídos de las demás delegaciones	2,731,693	2,758,018	2,763,972	2,760,682	2,757,455	2,754,213	2,750,924

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

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	1,117,198	1,127,961	1,130,398	1,129,053	1,127,736	1,126,405	1,125,058
Producidos en la delegación	507,447	512,336	513,443	512,832	512,235	511,631	511,019
Atraídos de las demás delegaciones	609,751	615,625	616,955	616,221	615,501	614,774	614,039

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 Xochimilco

Viajes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total (Pesos)	692,950,926	724,061,578	761,346,309	773,825,953	785,558,245	827,376,570	831,744,963
Producidos en la delegación	359,454,808	375,592,903	394,933,682	401,407,512	407,493,259	429,186,004	431,451,830
Atraídos de las demás delegaciones	333,496,118	348,468,676	366,412,627	372,418,441	378,064,986	398,190,566	400,293,133
Total (Dólares)	51,300,691	57,327,422	61,223,947	58,795,407	61,504,397	62,182,583	52,416,386

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

Cuadro 17. Gasto Medio de los viajes producidos y atraídos

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

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

Cuadro 18. Flujos Turísticos totales de la delegación Xochimilco (Personas)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	19,088,761	19,422,423	19,595,515	19,553,392	19,569,997	19,596,966	19,616,070
Entradas	998,253	1,107,621	1,201,276	1,157,286	1,172,016	1,204,565	1,207,430
Salidas	1,925,063	1,993,575	2,037,776	2,059,099	2,080,074	2,093,677	2,129,381
Flujos delegacionales	16,165,445	16,321,227	16,356,463	16,337,007	16,317,907	16,298,724	16,279,259
Producidos en la delegación (Salidas)	8,385,510	8,466,320	8,484,599	8,474,512	8,464,601	8,454,656	8,444,555
Atraídos por la delegación (Entradas)	7,779,935	7,854,907	7,871,864	7,862,495	7,853,306	7,844,068	7,834,704

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

Cuadro 19. Gasto de los Flujos Turísticos totales de la delegación Xochimilco (Pesos)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	3,239,601,711	3,537,381,352	3,897,073,935	3,898,308,222	3,982,421,513	4,287,416,377	4,400,345,031
Entradas	986,410,578	1,126,079,229	1,311,653,686	1,240,688,036	1,249,554,498	1,394,997,020	1,445,653,716
Salidas	1,560,240,208	1,687,240,545	1,824,073,940	1,883,794,233	1,947,308,769	2,065,042,787	2,122,946,352
Flujos delegacionales	692,950,926	724,061,578	761,346,309	773,825,953	785,558,245	827,376,570	831,744,963
Producidos en la delegación (Salidas)	359,454,808	375,592,903	394,933,682	401,407,512	407,493,259	429,186,004	431,451,830
Atraídos por la delegación (Entradas)	333,496,118	348,468,676	366,412,627	372,418,441	378,064,986	398,190,566	400,293,133

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

Cuadro 20. Gasto de los Flujos Turísticos totales de la delegación Xochimilco (Dólares)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	239,329,222	280,062,363	313,663,220	296,701,424	311,915,440	322,250,513	277,467,714
Gasto en la delegación por concepto de entradas	72,732,053	89,125,958	105,310,551	94,519,376	97,825,272	104,778,289	91,160,697
Gasto fuera de la delegación por concepto de salidas	115,296,478	133,608,983	147,128,722	143,386,641	152,585,771	155,289,641	133,890,631
Gasto de los Flujos delegacionales (producidos y atraídos)	51,300,691	57,327,422	61,223,947	58,795,407	61,504,397	62,182,583	52,416,386
Producidos en la delegación (Salidas)	26,611,235	29,737,488	31,758,739	30,499,001	31,904,225	32,256,043	27,190,000
Atraídos por la delegación (Entradas)	24,689,456	27,589,933	29,465,208	28,296,407	29,600,172	29,926,540	25,226,386

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

Cuadro 21. Saldo de la Balanza Turística (Entradas - Salidas) de la delegación Xochimilco (Dólares)

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto por entradas - Gasto por salidas (Pesos)	-573,829,631	-561,161,316	-512,420,254	-643,106,197	-697,754,271	-670,045,767	-677,292,636
Gasto por entradas - Gasto por salidas (Dólares)	-42,564,425	-44,483,025	-41,818,171	-48,867,265	-54,760,498	-50,511,353	-42,729,933

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

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

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

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

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

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

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

Cuadro 24. Viajes atraídos diario según lugar de destino 2007

Lugar de destino	Viajes atraídos			Participación		Porcentaje
	ZMVM	Distrito Federal	Xochimilco	ZMVM	Distrito Federal	
Hogar	9,933,320	4,957,769	216,603	2.18%	4.37%	54.84%
Escuela	3,253,052	1,992,743	62,567	1.92%	3.14%	15.84%
Centro comercial, tienda, mercado	2,000,835	1,262,498	30,764	1.54%	2.44%	7.79%
Otro	1,397,733	882,944	23,061	1.65%	2.61%	5.84%
Oficina	2,230,896	1,786,332	20,311	0.91%	1.14%	5.14%
Otra vivienda	951,321	551,169	19,876	2.09%	3.61%	5.03%
Fábrica	691,198	355,086	5,338	0.77%	1.50%	1.35%
Hospital, clínica, consultorio	760,958	548,256	5,221	0.69%	0.95%	1.32%
Deportivo, gimnasio	157,149	99,299	5,097	3.24%	5.13%	1.29%
Parque, centro recreativo	88,181	62,237	2,598	2.95%	4.17%	0.66%
Taller, laboratorio	254,440	154,209	2,524	0.99%	1.64%	0.64%
Restaurante, bar, cafetería	235,074	181,073	981	0.42%	0.54%	0.25%
Total	21,954,157	12,833,615	394,941	1.80%	3.08%	100.00%

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

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

Número	Distrito	Producidos	Atraídos	Internos
77	La Noria	181,927	182,158	46,743
78	Tulyehualco	105,631	106,040	36,379
79	Nativitas	106,857	106,743	24,972
	Total	394,415	394,941	108,094

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

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

Año	Producidos	Atraídos	Internos
2010	102,468,493	102,605,227	56,889,248
2011	102,689,721	102,826,662	57,012,144
2012	102,567,601	102,704,306	56,944,230
2013	102,447,649	102,584,233	56,877,471
2014	102,327,309	102,463,641	56,810,772
2015	102,205,072	102,341,404	56,743,060
2016	102,080,191	102,216,392	56,673,639
2017	101,916,585	102,052,533	56,582,725
2018	101,788,548	101,924,229	56,511,620
2019	101,676,912	101,812,488	56,449,674
2020	101,530,053	101,665,483	56,368,190
2021	101,375,988	101,511,312	56,282,730
2022	101,214,425	101,349,496	56,193,054
2023	101,044,938	101,179,758	56,098,963
2024	100,866,732	101,001,273	55,999,892
2025	100,678,221	100,812,516	55,895,270
2026	100,478,028	100,611,920	55,784,089
2027	100,264,510	100,398,191	55,665,513
2028	100,037,146	100,170,582	55,539,418
2029	99,795,950	99,928,899	55,405,424
2030	99,550,016	99,682,590	55,268,850

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 Xochimilco estimado para el período 2010 – 2013 y proyectado 2014 – 2030

Año	Producidos	Atraídos	Total
2010	5,662,306	4,481,264	10,143,570
2011	5,674,531	4,490,937	10,165,468
2012	5,667,784	4,485,592	10,153,376
2013	5,661,154	4,480,350	10,141,504
2014	5,654,504	4,475,081	10,129,585
2015	5,647,750	4,469,741	10,117,491
2016	5,640,849	4,464,283	10,105,132
2017	5,631,808	4,457,125	10,088,933
2018	5,624,733	4,451,523	10,076,256
2019	5,618,563	4,446,643	10,065,206
2020	5,610,449	4,440,220	10,050,669
2021	5,601,935	4,433,490	10,035,425
2022	5,593,008	4,426,420	10,019,428
2023	5,583,642	4,419,007	10,002,649
2024	5,573,794	4,411,212	9,985,006
2025	5,563,380	4,402,969	9,966,349
2026	5,552,315	4,394,207	9,946,522
2027	5,540,517	4,384,872	9,925,389
2028	5,527,953	4,374,932	9,902,885
2029	5,514,623	4,364,378	9,879,001
2030	5,501,035	4,353,618	9,854,653

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 Xochimilco estimado para el período 2010 – 2013 y proyectado 2014 – 2030

Año	Producidos	Atraídos	Total
2010	2,291,678	2,758,018	5,049,696
2011	2,296,625	2,763,972	5,060,597
2012	2,293,896	2,760,682	5,054,578
2013	2,291,212	2,757,455	5,048,667
2014	2,288,521	2,754,213	5,042,734
2015	2,285,786	2,750,924	5,036,710
2016	2,282,995	2,747,568	5,030,563
2017	2,279,334	2,743,162	5,022,496
2018	2,276,472	2,739,714	5,016,186
2019	2,273,975	2,736,710	5,010,685
2020	2,270,688	2,732,759	5,003,447
2021	2,267,246	2,728,614	4,995,860
2022	2,263,630	2,724,264	4,987,894
2023	2,259,840	2,719,703	4,979,543
2024	2,255,857	2,714,906	4,970,763
2025	2,251,638	2,709,832	4,961,470
2026	2,247,162	2,704,438	4,951,600
2027	2,242,386	2,698,696	4,941,082
2028	2,237,302	2,692,576	4,929,878
2029	2,231,907	2,686,080	4,917,987
2030	2,226,406	2,679,458	4,905,864

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 Xochimilco para el período 2010 – 2013 y proyectado 2014 -2030

Año	Producidos	Atraídos	Total
2010	512,336	615,625	1,127,961
2011	513,443	616,955	1,130,398
2012	512,832	616,221	1,129,053
2013	512,235	615,501	1,127,736
2014	511,631	614,774	1,126,405
2015	511,019	614,039	1,125,058
2016	510,395	613,291	1,123,686
2017	509,576	612,309	1,121,885
2018	508,936	611,541	1,120,477
2019	508,378	610,870	1,119,248
2020	507,645	609,986	1,117,631
2021	506,875	609,062	1,115,937
2022	506,066	608,091	1,114,157
2023	505,220	607,073	1,112,293
2024	504,327	606,003	1,110,330
2025	503,384	604,869	1,108,253
2026	502,385	603,666	1,106,051
2027	501,315	602,381	1,103,696
2028	500,180	601,016	1,101,196
2029	498,974	599,568	1,098,542
2030	497,744	598,090	1,095,834

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 Xochimilco por concepto de compras, social y diversión, y comida estimado para el período 2010 – 2013 y proyectado 2014 - 2030

Año	Producidos	Atraídos	Total
2010	8,466,320	7,854,907	16,321,227
2011	8,484,599	7,871,864	16,356,463
2012	8,474,512	7,862,495	16,337,007
2013	8,464,601	7,853,306	16,317,907
2014	8,454,656	7,844,068	16,298,724
2015	8,444,555	7,834,704	16,279,259
2016	8,434,239	7,825,142	16,259,381
2017	8,420,718	7,812,596	16,233,314
2018	8,410,141	7,802,778	16,212,919
2019	8,400,916	7,794,223	16,195,139
2020	8,388,782	7,782,965	16,171,747
2021	8,376,056	7,771,166	16,147,222
2022	8,362,704	7,758,775	16,121,479
2023	8,348,702	7,745,783	16,094,485
2024	8,333,978	7,732,121	16,066,099
2025	8,318,402	7,717,670	16,036,072
2026	8,301,862	7,702,311	16,004,173
2027	8,284,218	7,685,949	15,970,167
2028	8,265,435	7,668,524	15,933,959
2029	8,245,504	7,650,026	15,895,530
2030	8,225,185	7,631,166	15,856,351

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 Xochimilco para el período 2010 – 2013 y proyectado 2014 – 2030

Año	Atraídos Compras	Atraídos Social y Diversión	Atraídos Comida	Total
2010	4,481,264	2,758,018	615,625	7,854,907
2011	4,490,937	2,763,972	616,955	7,871,864
2012	4,485,592	2,760,682	616,221	7,862,495
2013	4,480,350	2,757,455	615,501	7,853,306
2014	4,475,081	2,754,213	614,774	7,844,068
2015	4,469,741	2,750,924	614,039	7,834,704
2016	4,464,283	2,747,568	613,291	7,825,142
2017	4,457,125	2,743,162	612,309	7,812,596
2018	4,451,523	2,739,714	611,541	7,802,778
2019	4,446,643	2,736,710	610,870	7,794,223
2020	4,440,220	2,732,759	609,986	7,782,965
2021	4,433,490	2,728,614	609,062	7,771,166
2022	4,426,420	2,724,264	608,091	7,758,775
2023	4,419,007	2,719,703	607,073	7,745,783
2024	4,411,212	2,714,906	606,003	7,732,121
2025	4,402,969	2,709,832	604,869	7,717,670
2026	4,394,207	2,704,438	603,666	7,702,311
2027	4,384,872	2,698,696	602,381	7,685,949
2028	4,374,932	2,692,576	601,016	7,668,524
2029	4,364,378	2,686,080	599,568	7,650,026
2030	4,353,618	2,679,458	598,090	7,631,166

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 Xochimilco (2015)

Prestador	Cantidad
Alojamiento (Establecimientos)	6
Cuartos	346
Agencia de Viajes	7
Alimentos y Bebidas	5
Turismo Alternativo	5
Otros Servicios	3
Guías de Turistas	2
Artesanos	2
Museos	2
Deporte y recreación	1
Teatros	1
Transportación	1
Filmaciones	1
Total	36

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

Cuadro 33. Por categoría de los establecimientos (2015)

Categoría	Establecimientos	Cuartos	Promedio de Cuartos / Establecimientos	Empleo	Camas
Gran Turismo	0	0	0	0	0
5 Estrellas	0	0	0	0	0
4 Estrellas	2	183	92	93	273
3 Estrellas	2	98	49	35	137
2 Estrellas	1	54	54	12	69
1 Estrellas	0	0	0	0	0
Sin Clasificar	1	11	11	4	19
Total	6	346	58	144	498

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

Cuadro 34. Por Zona Turística (2015)

Zona Turística	Establecimientos	Cuartos	Promedio de Cuartos / Establecimientos	Empleo	Camas
Xochimilco-Milpa Alta-Tláhuac	6	346	58	144	498
Total	6	346	58	144	498

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

Cuadro 35. Por Colonia (2015)

Colonia	Establecimientos	Cuartos	Promedio de Cuartos / Establecimientos	Empleo	Camas
Barrio Xaltocan	1	54	54	12	69
El Cedral	1	11	11	4	19
Guadalupita	1	60	60	22	84
Potrero de San Bernardino	1	100	100	51	149
San Lorenzo la Cebada	1	38	38	14	53
Tierra Nueva	1	83	83	42	124
Total	6	346	58	144	498

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

Cuadro 36. Llegada de turistas a los establecimientos de hospedaje de la Delegación Xochimilco (Enero 2014 – Diciembre 2015)

Delegación	Porcentaje de Ocupación	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Total de turistas
ene-14	59.16	6,279	1,270	7,549
feb-14	66.98	5,584	1,292	6,876
mar-14	66.50	6,443	1,226	7,669
abr-14	65.16	6,880	1,262	8,142
may-14	66.25	6,229	1,195	7,424
jun-14	66.39	6,317	1,235	7,552
jul-14	71.21	6,847	1,127	7,974
ago-14	68.92	6,847	1,460	8,307
sep-14	68.72	6,874	1,174	8,048
oct-14	70.75	6,570	1,899	8,469
nov-14	75.94	7,372	1,463	8,835
dic-14	63.43	7,313	1,771	9,084
ene-15	58.07	5,726	1,170	6,896
feb-15	67.13	6,413	1,942	8,355
mar-15	69.01	6,795	1,688	8,483
abr-15	66.54	5,694	1,311	7,005
may-15	69.23	6,367	1,486	7,853
jun-15	69.96	6,893	1,388	8,281
jul-15	75.56	7,716	1,248	8,964
ago-15	70.86	7,066	1,595	8,661
sep-15	69.76	6,917	1,257	8,174
oct-15	74.99	7,526	1,482	9,008
nov-15	76.30	7,232	1,482	8,714
dic-15	65.34	6,577	1,511	8,088

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 Xochimilco (Enero 2013 – Diciembre 2014)

Mes	Capacidad de hospedaje disponible	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Total de turistas
ene-14	40.84	4,334	877	5,210
feb-14	33.02	2,753	637	3,390
mar-14	33.50	3,245	618	3,863
abr-14	34.84	3,678	675	4,353
may-14	33.75	3,173	609	3,782
jun-14	33.61	3,198	625	3,824
jul-14	28.79	2,768	456	3,224
ago-14	31.08	3,088	659	3,747
sep-14	31.28	3,129	534	3,664
oct-14	29.25	2,716	785	3,501
nov-14	24.06	2,335	463	2,799
dic-14	36.57	4,217	1,021	5,238
ene-15	41.93	4,134	845	4,979
feb-15	32.87	3,139	951	4,090
mar-15	30.99	3,051	758	3,809
abr-15	33.46	2,863	659	3,522
may-15	30.77	2,829	660	3,490
jun-15	30.04	2,960	596	3,556
jul-15	24.44	2,495	404	2,899
ago-15	29.14	2,906	656	3,562
sep-15	30.24	2,999	545	3,543
oct-15	25.01	2,511	494	3,005
nov-15	23.70	2,246	460	2,707
dic-15	34.66	3,489	802	4,291

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 Xochimilco

Mes	Porcentaje de Ocupación	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Total de turistas
ene-14	100.00	10,613	2,147	12,759
feb-14	100.00	8,337	1,929	10,266
mar-14	100.00	9,688	1,844	11,532
abr-14	100.00	10,558	1,937	12,495
may-14	100.00	9,402	1,804	11,206
jun-14	100.00	9,515	1,860	11,376
jul-14	100.00	9,615	1,583	11,198
ago-14	100.00	9,935	2,119	12,054
sep-14	100.00	10,003	1,708	11,712
oct-14	100.00	9,286	2,684	11,970
nov-14	100.00	9,707	1,926	11,634
dic-14	100.00	11,530	2,792	14,322
ene-15	100.00	9,860	2,015	11,875
feb-15	100.00	9,552	2,893	12,445
mar-15	100.00	9,846	2,446	12,292
abr-15	100.00	8,557	1,970	10,527
may-15	100.00	9,196	2,146	11,343
jun-15	100.00	9,853	1,984	11,837
jul-15	100.00	10,211	1,652	11,863
ago-15	100.00	9,972	2,251	12,223
sep-15	100.00	9,916	1,802	11,717
oct-15	100.00	10,037	1,976	12,013
nov-15	100.00	9,478	1,942	11,421
dic-15	100.00	10,066	2,313	12,379

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

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

Año	Porcentaje de Ocupación	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Total de turistas	Concepto
2015	69.40	80,922	17,560	98,482	Grado de utilización
	30.60	35,623	7,830	43,453	Grado de desocupación
	100.00	116,545	25,390	141,935	Capacidad al 100%

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

Cuadro 40. Grados de utilización y desocupación de la infraestructura hotelera de la delegación Xochimilco (Enero 2014 – Diciembre 2015)

Delegación	Grado de utilización	Grado de desocupación	Capacidad total
ene-14	59.16	40.84	100.00
feb-14	66.98	33.02	100.00
mar-14	66.50	33.50	100.00
abr-14	65.16	34.84	100.00
may-14	66.25	33.75	100.00
jun-14	66.39	33.61	100.00
jul-14	71.21	28.79	100.00
ago-14	68.92	31.08	100.00
sep-14	68.72	31.28	100.00
oct-14	70.75	29.25	100.00
nov-14	75.94	24.06	100.00
dic-14	63.43	36.57	100.00
ene-15	58.07	41.93	100.00
feb-15	67.13	32.87	100.00
mar-15	69.01	30.99	100.00
abr-15	66.54	33.46	100.00
may-15	69.23	30.77	100.00
jun-15	69.96	30.04	100.00
jul-15	75.56	24.44	100.00
ago-15	70.86	29.14	100.00
sep-15	69.76	30.24	100.00
oct-15	74.99	25.01	100.00
nov-15	76.30	23.70	100.00
dic-15	65.34	34.66	100.00

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

Cuadro 41. Estacionalidad en la llegada de turistas a los establecimientos de hospedaje de la delegación Xochimilco, (2009 - 2015)

Mes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ene	6,376	7,964	5,023	6,589	5,653	6,279	5,726
Feb	6,361	8,332	8,918	5,627	5,786	5,584	6,413
Mar	6,521	6,880	8,884	6,148	7,670	6,443	6,795
Abr	6,639	7,881	8,942	6,427	5,511	6,880	5,694
May	2,603	6,790	8,870	5,925	6,239	6,229	6,367
Jun	5,208	6,892	8,101	5,958	5,673	6,317	6,893
Jul	9,429	8,188	9,203	7,533	6,198	6,847	7,716
Ago	7,561	8,818	9,469	7,994	5,861	6,847	7,066
Sep	4,690	7,769	8,991	7,309	5,614	6,874	6,917
Oct	8,006	7,751	9,485	7,896	6,399	6,570	7,526
Nov	8,324	10,378	9,566	6,245	8,263	7,372	7,232
Dic	6,465	8,624	9,716	6,240	5,790	7,313	6,577
Total	78,183	96,267	105,168	79,891	74,657	79,555	80,922

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

Cuadro 42. Llegada de turistas internacionales a los hoteles de la delegación Xochimilco, (2009 - 2015)

Mes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ene	1,682	1,299	1,043	1,038	1,093	1,270	1,170
Feb	1,350	1,177	1,218	1,382	1,376	1,292	1,942
Mar	1,584	1,314	1,529	1,727	1,315	1,226	1,688
Abr	1,918	1,174	1,311	1,837	972	1,262	1,311
May	447	1,448	1,761	1,348	998	1,195	1,486
Jun	833	1,184	1,475	1,597	1,069	1,235	1,388
Jul	1,615	1,242	1,315	1,223	1,105	1,127	1,248
Ago	2,355	1,258	1,263	1,236	998	1,460	1,595
Sep	1,202	1,476	1,423	1,372	1,164	1,174	1,257
Oct	1,354	910	1,569	1,249	1,359	1,899	1,482
Nov	1,041	1,122	1,690	1,244	1,739	1,463	1,482
Dic	1,308	798	1,571	1,203	1,239	1,771	1,511
Total	16,689	14,402	17,168	16,456	14,427	16,374	17,560

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 Xochimilco, (2009 – 2014)

Mes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ene	8,058	9,263	6,066	7,627	6,746	7,549	6,896
Feb	7,711	9,509	10,136	7,009	7,162	6,876	8,355
Mar	8,105	8,194	10,413	7,875	8,985	7,669	8,483
Abr	8,557	9,055	10,253	8,264	6,483	8,142	7,005
May	3,050	8,238	10,631	7,273	7,237	7,424	7,853
Jun	6,041	8,076	9,576	7,555	6,742	7,552	8,281
Jul	11,044	9,430	10,518	8,756	7,303	7,974	8,964
Ago	9,916	10,076	10,732	9,230	6,859	8,307	8,661
Sep	5,892	9,245	10,414	8,681	6,778	8,048	8,174
Oct	9,360	8,661	11,054	9,145	7,758	8,469	9,008
Nov	9,365	11,500	11,256	7,489	10,002	8,835	8,714
Dic	7,773	9,422	11,287	7,443	7,029	9,084	8,088
Total	94,872	110,669	122,336	96,347	89,084	95,929	98,482

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

Cuadro 44. Otros servicios turísticos

Agencias de Viajes	Cantidad
Minorista	3
Especializada	2
Tour Operadora Mayorista	1
Tour Operadora Minorista	1
Total	7
Artesanos	Cantidad
Tienda de artesanías	1
Joyerías	1
Total	2
Museos	Cantidad
Arte	1
Histórico	1
Total	2
Guías de Turistas	Cantidad
Generales	2
Total	2
Otros Servicios Turísticos	Cantidad
Filmaciones	1
Parques de Diversiones	1
Arrendadoras de automóviles	0
Galerías	0
Líneas Aéreas	0
Casa de Cambio	0
Oficina de Reservasiones	0
Centros Comerciales	0
Congresos y Convenciones	0
Otros Giros	15
Total	17

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

Cuadro 45. Densidad de Servicios por Zona Turística

(Empresas y prestadores turísticos)

Zona Turística	Cantidad
Xochimilco-Milpa Alta-Tláhuac	36
Total	36

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

Concentración del recurso turístico en la delegación Xochimilco (Aforo 2014)

Cuadro 46. Por segmento:

Número de Recintos / Sitios	Segmento	Aforo 2014	Participación %
11	Recreación	870,000	47.3
3	Compras	360,000	19.6
2	Museo	295,893	16.1
2	Ferias y festivales	125,000	6.8
2	Entretenimiento	76,440	4.2
1	Deportes	50,000	2.7
1	Religión	30,000	1.6
1	Sitio de interés	30,000	1.6
1	Tradiciones y costumbres	2,000	0.1
24	Total	1,839,333	100.0

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

Cuadro 47. Por zona turística

Número de Recintos / Sitios	Corredor Turístico	Aforo 2014	Participación %
24	Xochimilco-Milpa Alta-Tláhuac	1,839,333	100.0
24	Total	1,839,333	100

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

Cuadro 48. Por jerarquía:

Número de Recintos / Sitios	Segmento	Aforo 2014	Participación
2	Plantas y flores	330,000	17.9
1	Bosque urbano	300,000	16.3
1	Ecoturismo	300,000	16.3
1	Pintura y arte popular	283,293	15.4
9	Paseos en trajinera	270,000	14.7
1	Regional tradicional	100,000	5.4
1	Teatros	73,440	4
1	Canotaje	50,000	2.7
1	Artesanías	30,000	1.6
1	Arquitectura religiosa	30,000	1.6
1	Producción forestal	30,000	1.6
1	Gastronomía	25,000	1.4
1	Arqueología prehispánica	12,600	0.7
1	Competencias charras / Eventos sociales	3,000	0.2
1	Celebración católica religiosa	2,000	0.1
24	Total	1,839,333	100

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

Actividad gastronómica de la Delegación Xochimilco

Cuadro 49. Resumen de establecimientos por zona:

Oferta gastronómica por zona	Número de establecimientos	Diaria	Anual	Empleo
Xochimilco-Milpa Alta-Tláhuac	42	2,100	766,500	252
Total	42	2,100	766,500	252

Fuente: Queremoscomer.com, Socio estratégico de Sectur DF.

Cuadro 49.1. Zona Xochimilco-Milpa Alta-Tláhuac por característica y especialidad

Especialidad	Número de establecimientos	Capacidad de atención		Empleo
		Diaria	Anual	
Cafetería	9	450	164,250	54
Mexicana	7	350	127,750	42
Panadería	6	300	109,500	36
Internacional	4	200	73,000	24
Japonesa y Sushi	3	150	54,750	18
Argentina	2	100	36,500	12
Hamburguesas	2	100	36,500	12
Italiana	2	100	36,500	12
Pizzas	2	100	36,500	12
Baguettes	1	50	18,250	6
Birria	1	50	18,250	6
Francesa	1	50	18,250	6
Helados	1	50	18,250	6
Pozole	1	50	18,250	6
Total	42	2,100	766,500	252

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Cuadro 53. Empleos en restaurantes y hoteles 2013

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Total de Grupos de edad en la delegación Xochimilco								
Año	0-14	15-29	30-44	45-64	65+	Total	Despoblamiento	
							Anual	Acumulado
2010	100,925	110,658	97,148	76,597	29,679	415,007		
2011	102,853	110,381	98,580	80,822	26,182	418,818	3,811	3,811
2012	100,894	109,171	98,214	82,898	27,151	418,328	-490	3,321
2013	99,011	107,980	97,760	84,917	28,171	417,839	-489	2,832
2014	97,201	106,788	97,247	86,863	29,247	417,346	-493	2,339
2015	95,452	105,602	96,685	88,719	30,385	416,843	-503	1,836
2016	93,751	104,448	96,074	90,466	31,589	416,328	-515	1,321
2017	92,794	103,747	95,629	91,193	32,172	415,535	-793	528
2018	90,497	102,192	94,798	93,562	34,186	415,235	-300	228
2019	88,952	101,057	94,181	94,891	35,570	414,651	-584	-356
2020	87,463	99,930	93,579	96,065	37,002	414,039	-612	-968
2021	86,055	98,797	92,972	97,098	38,475	413,397	-642	-1,610
2022	84,740	97,661	92,336	98,006	39,981	412,724	-673	-2,283
2023	83,504	96,529	91,678	98,795	41,511	412,017	-707	-2,990
2024	82,390	95,340	91,030	99,454	43,059	411,273	-744	-3,734
2025	81,576	93,906	90,405	99,980	44,616	410,483	-790	-4,524
2026	80,974	92,307	89,802	100,379	46,181	409,643	-840	-5,364
2027	80,372	90,752	89,206	100,664	47,752	408,746	-897	-6,261
2028	79,767	89,246	88,596	100,852	49,332	407,793	-953	-7,214
2029	79,157	87,789	87,961	100,957	50,919	406,783	-1,010	-8,224
2030	78,545	86,368	87,314	101,023	52,535	405,785	-998	-9,222
Variación absoluta	-22,380	-24,290	-9,834	24,426	22,856	-9,222	-9,222	
TCMA	-1.25%	-1.23%	-0.53%	1.39%	2.90%	-0.11%		

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	-22,380	-1.25%
15-29	-24,290	-1.23%
30-44	-9,834	-0.53%
45-64	24,426	1.39%
65+	22,856	2.90%
Total	-9,222	-0.11%

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 Xochimilco (Hombres)								
Año	0-14	15-29	30-44	45-64	65+	Total	Despoblamiento	
							Anual	Acumulado
2010	51,442	56,533	47,831	36,281	13,218	205,305		
2011	52,598	56,267	48,635	38,200	11,383	207,083	1,778	1,778
2012	51,548	55,622	48,549	39,125	11,844	206,688	-395	1,383
2013	50,550	54,958	48,423	40,026	12,325	206,282	-406	977
2014	49,602	54,268	48,270	40,895	12,829	205,864	-418	559
2015	48,690	53,570	48,091	41,726	13,358	205,435	-429	130
2016	47,805	52,886	47,882	42,511	13,914	204,998	-437	-307
2017	47,308	52,482	47,706	42,836	14,183	204,515	-483	-790
2018	46,111	51,556	47,411	43,911	15,100	204,089	-426	-1,216
2019	45,302	50,901	47,169	44,518	15,726	203,616	-473	-1,689
2020	44,520	50,261	46,920	45,060	16,369	203,130	-486	-2,175
2021	43,780	49,630	46,651	45,546	17,026	202,633	-497	-2,672
2022	43,085	49,011	46,350	45,985	17,692	202,123	-510	-3,182
2023	42,424	48,410	46,021	46,380	18,364	201,599	-524	-3,706
2024	41,851	47,764	45,682	46,727	19,039	201,063	-536	-4,242
2025	41,449	46,982	45,340	47,022	19,714	200,507	-556	-4,798
2026	41,145	46,132	44,999	47,267	20,388	199,931	-576	-5,374
2027	40,841	45,311	44,654	47,466	21,061	199,333	-598	-5,972
2028	40,534	44,526	44,289	47,627	21,735	198,711	-622	-6,594
2029	40,225	43,778	43,898	47,757	22,410	198,068	-643	-7,237
2030	39,915	43,052	43,498	47,871	23,096	197,432	-636	-7,873
Variación absoluta	-11,527	-13,481	-4,333	11,590	9,878	-7,873	-7,873	
TCMA	-1.26%	-1.35%	-0.47%	1.40%	2.83%	-0.20%		

TCMA: Tasa de crecimiento media anual.

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

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

Grupos de edad (años)	Hombres y mujeres	TCMA
0-14	-11,527	-1.26%
15-29	-13,481	-1.35%
30-44	-4,333	-0.47%
45-64	11,590	1.40%
65+	9,878	2.83%
Total	-7,873	-0.20%

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 Xochimilco (Mujeres)								
Año	0-14	15-29	30-44	45-64	65+	Total	Despoblamiento	
							Anual	Acumulado
2010	49,483	54,125	49,317	40,316	16,461	209,702		
2011	50,255	54,114	49,945	42,622	14,799	211,735	2,033	2,033
2012	49,346	53,549	49,665	43,773	15,307	211,640	-95	1,938
2013	48,461	53,022	49,337	44,891	15,846	211,557	-83	1,855
2014	47,599	52,520	48,977	45,968	16,418	211,482	-75	1,780
2015	46,762	52,032	48,594	46,993	17,027	211,408	-74	1,706
2016	45,946	51,562	48,192	47,955	17,675	211,330	-78	1,628
2017	45,486	51,265	47,923	48,357	17,989	211,020	-310	1,318
2018	44,386	50,636	47,387	49,651	19,086	211,146	126	1,444
2019	43,650	50,156	47,012	50,373	19,844	211,035	-111	1,333
2020	42,943	49,669	46,659	51,005	20,633	210,909	-126	1,207
2021	42,275	49,167	46,321	51,552	21,449	210,764	-145	1,062
2022	41,655	48,650	45,986	52,021	22,289	210,601	-163	899
2023	41,080	48,119	45,657	52,415	23,147	210,418	-183	716
2024	40,539	47,576	45,348	52,727	24,020	210,210	-208	508
2025	40,127	46,924	45,065	52,958	24,902	209,976	-234	274
2026	39,829	46,175	44,803	53,112	25,793	209,712	-264	10
2027	39,531	45,441	44,552	53,198	26,691	209,413	-299	-289
2028	39,233	44,720	44,307	53,225	27,597	209,082	-331	-620
2029	38,932	44,011	44,063	53,200	28,509	208,715	-367	-987
2030	38,630	43,316	43,816	53,152	29,439	208,353	-362	-1,349
Variación absoluta	-10,853	-10,809	-5,501	12,836	12,978	-1,349	-1,349	
TCMA	-1.23%	-1.11%	-0.59%	1.39%	2.95%	-0.03%		

TCMA: Tasa de crecimiento media anual.

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

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

Grupos de edad (años)	Hombres y mujeres	TCMA
0-14	-10,853	-1.23%
15-29	-10,809	-1.11%
30-44	-5,501	-0.59%
45-64	12,836	1.39%
65+	12,978	2.95%
Total	-1,349	-0.03%

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 del Distrito Federal

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

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

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

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

PRESTADOR REGISTRADO	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	COLONIA	C.P.
ALOJAMIENTO	Hotel Campo Real	Prolongación División del Norte 5171	Potrero de San Bernardino	16030
	Hotel Caban	Guadalupe I. Ramírez 578	Tierra Nueva	16050
	Hotel Misión Macen	Prolongación División del Norte 4931	San Lorenzo la Cebada	16035
	Hotel Cabanna	Aquiles Serdán 386	Guadalupita	16740
	Hotel Ex-Hacienda Xaltocan	Camino de Nativitas 491 A	Barrio Xaltocan	16090
	Quinta Alma Sofía Hostal Campestre	Camino a San Francisco 7904	El Cedral	16870
AGENCIAS DE VIAJES	Xochimilco Mágico	Clavel 15	San Lorenzo	16040
	Viajes Maresal	Rincón del Puente 24	Bosque Residencial del Sur	16010
	Alejandro Álvarez Fraga	Avenida Canal Nacional 839	Culhuacán CTM	04909
	Grupo Travel Coapa	División del Norte 4901 local 10 Plaza Vaqueritos	San Lorenzo La Cebada	16035
	Iguana Travel - Camp	Prolongación 16 de Septiembre 81 interior 2	Tablas de San Lorenzo	16090
	Axochitla	Pino 1	San Juan	16000
Ecotura	Avenida la Noria 21 interior 1	Paseos del Sur	16010	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	Francés de la Montaña	Carretera Fed. A Cuernavaca 7575	Santiago Tepalcatlalpan	16200
	Pizzas Don Qu	Clavel 60 1	Potrero San Bernardino	16030
	Rosticería Molinos	Avenida José María Morelos 63 C y 65 A	Barrio El Rosario	16070
	Madonna Pizzas	Avenida Guadalupe I. Ramírez 232 1 A	Barrio San Marcos	16050
	Chantico	Azalea 39 (antes 74)	Barrio Xaltocan	16090
	Restaurant Toño	Plan Sexenal 24	Tierra Nueva	16050
TURISMO ALTERNATIVO	Servicios Turísticos Xochiquetzalli	Violetas 72	Barrio de Santa Crucita	16070
	Educamping Club	camino a San Francisco 7904	El Cedral	16870
	22KN	Avenida México 5510	Huichapan	16030
	Tlanezi Ollin	Periferico Sur	La Asunción	16000
OTROS SERVICIOS	Morphodesign	Dinteles 48	Jardines del Sur	16050

PRESTADOR REGISTRADO	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	COLONIA	C.P.
	IPC S.A. de C.V	Potrero de San Bernardino 53	Potrero de San Bernardino	16030
	Centro Cultural Hacienda Los Ángeles	Azalea 39	Xaltocan	16090
GUÍAS DE TURISTAS	Alberto Jiménez Macías	Emiliano Zapata 10	Nativitas	16450
	Alberto Jiménez Valencia	Emiliano Zapata 10	Nativitas	16450
ARTESANOS	Amanecer Ropa Hecha a Mano	Cerrada de Bugambilias 37	Tepexomulco pertenece a Santiago Tepalcatlalpan	16800
	Creaciones A.V.R.	Moreras 23	Ampliación San Marcos	16038
MUSEOS	Museo Dolores Olmedo	Av. México 5843	La Noria Xochimilco	16030
	Museo Arqueológico de Xochimilco	Av. Tenochtitlan S/N	La Planta	16500
DEPORTE Y RECREACIÓN	Parque Ecológico de Xochimilco	Periférico Oriente 1	Barrio Belén	16070
TEATROS	Teatro Carlos Pellicer	Avenida México 5682	La Noria	16030
TRANSPORTACIÓN	Business Transportación	Avenida Acueducto 645 interior 9	Santiago Tepalcatlalpan	16200
FILMACIONES	Ctt Exp & Rentals	Guadalupe I. Ramírez 763	Santa María Tepepan	16020

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, VAQUERITOS	Avenida Prolongación División Del Norte 4901	San Lorenzo La Cebada	16035
BURGER KING, XOCHIMILCO	Prolongación División Del Norte 5151	Paseos Del Sur	16010
CAFÉ URANTIA	Avenida Guadalupe I. Ramírez 63 A	San Marcos	16039
CHANTICO	Azalea 39	Barrio Xaltocan	16090
CLUB ALEMÁN	Cerrada Club Alemán sin número	Santa María Tepepan	16020
COZZAGLIA, CHALCO	Avenida Manuel Ávila Camacho 44	Barrio La Guadalupana	16629
DON Q PASTA & PIZZA	Avenida México 58 A	Barrio San Antonio	16000
EL BUEN SAZÓN	Avenida Francisco I. Madero 87	Villa Xochimilco	16058
EL CONEJO FRESA	Ciclamen 18	Barrio Xaltocan	16090
EL GLOBO, ARENAL	Periférico Sur 4991	Santa María Tepepan	16020
EL MEXICANO	Prolongación División del Norte 6624	San Marcos	16039
FINCA LA ANTIGUA	Pedro Ramírez del Castillo 2	Barrio San Juan	16000
FINCA SANTA VERACRUZ, INSTITUTO NACIONAL DE REHABILITACIÓN	México Xochimilco 289	Arenal	16808
LA ESPERANZA, XALTOCAN	Heliótopo 49	Barrio Xaltocan	16090
LA ZARZA, XOCHIMILCO	Camino a Nativitas 14	Barrio Xaltocan	16090
LE MONTAGNE	Carretera Federal a Cuernavaca kilómetro 27 7575	Santiago Tepalcatlalpan	16200
LOBSTER'S	Prolongación División del Norte 5089	Bosque Residencial del Sur	16010
LOS BISQUETS OBREGÓN, XOCHIMILCO	Avenida San Lorenzo 96	San Lorenzo La Cebada	16035
MADONNAS PIZZA, XOCHIMILCO	Guadalupe I. Ramírez 232	San Marcos	16039
MANSIÓN DE OLMEDO	Antiguo Camino a Xochimilco 5860	La Noria	16030
MARÍA ISABEL RESTAURANTE	Hermenegildo Galeana 362	Barrio Xaltocan	16090
METAL ROSE KAFE	Avenida Miguel Hidalgo 152	San Mateo Xalpa	16800
NUTRISA, WALMART TLALPAN	Calzada de Tlalpan 1037	Nativitas	16797
PARRILLA LA ALBICELESTE	Prolongación Ignacio Aldama 161	Residencial Aldama	16010
PETHRA CAFÉ	Lobelia 1	Barrio Xaltocan	16090

NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	COLONIA	C.P.
POYOYO	Camino Real al Ajusco 135	La Noria	16030
POZOLE Y ANTOJITOS JUANITA	Cuauhtémoc 7	Santa María Nativitas	16450
PUERTO CAPELLI	Francisco I Madero 53	Santiaguito	16776
SABOR DE LUNA	Guadalupe I. Ramírez 180	San Marcos	16039
SACHER,XOCHIMILCO	Capulín 189	Las Peritas	16010
SAKANA SUSHI	Calzada Arenal 842	Santa María Tepepan	16020
SANBORNS, XOCHIMILCO	Guadalupe I. Ramírez 318	San Marcos	16039
SUBWAY, LA NORIA	Camino Real Xochimilco 25	La Noria	16030
SUSHI ITTO, TEPEPAN	Periférico Sur 6399	Santa María Tepepan	16020
SUSHI TAKO OISHI	12 de Octubre 66	Huichapan	16030
TACOS FONDA ARGENTINA, XOCHIMILCO	Avenida Prolongación División del Norte 5089	San Lorenzo la Cebada	16035
TOHAA CAFETERÍA	Avenida 16 de Septiembre 52	Santa María Tepepan	16020
VIPS, VAQUERITOS	Prolongación División del Norte 4901	San Lorenzo La Cebada	16035
XOCHIMILKOFI	Avenida de la Noria 11	Paseos del Sur	16010
XOCHITL CALLI	Canal 27 3	Santa María Nativitas	16450

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



CDMX
CIUDAD DE MÉXICO

