



SECRETARÍA
DE TURISMO

SECRETARÍA DE TURISMO

PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES
Diciembre 2018 - Septiembre 2019





GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

SECRETARÍA
DE TURISMO

SECRETARÍA DE TURISMO

Primer Informe de Actividades

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

Secretario de Turismo de la Ciudad de México





GOBERNAR
A LA
CIUDAD
ES.
SERVIRLA





Presentación	9
Programa de Gobierno	10
Actividad turística en el mundo	11
Contexto económico-turístico en México	11
Actividad turística en la Ciudad de México	12
Eje 1. Ciudad turística para todos	17
Programa integral de turismo social “Sonrisas por tu Ciudad”	18
Turismo de barrio	19
Impulso a emprendedores turísticos	20
Capacitación y certificación turística de la Ciudad de México	20
Hackatón	21
Ventanilla de información y orientación a prestadores de servicios turísticos que requieren financiamiento	22
Inversión turística privada	22
Sistema de información turística	23
Atlas turístico de la Ciudad de México	23
Red de Información Turística	24
Eje 2. Atención a sectores clave de la actividad turística de la Ciudad de México	27
Congresos y convenciones	28
Turismo cultural	29
Turismo gastronómico	30
Turismo deportivo	31
Promoción de la Ciudad de México como un destino turístico incluyente	31
Eje 3. Renovación del equipamiento urbano – turístico de la Ciudad de México	33
Proyecto de mejoramiento y rescate del Canal Nacional	34
Promoción turística del corredor Chapultepec–Reforma–Centro Histórico	34
Apoyo y fomento al arte popular y artesanos de la Ciudad de México	35
Eje 4. Promoción turística en mercados consolidados	37
Comunicación y atención turística a través de medios electrónicos	38
Turismo LGBTTTI	40
Ferias nacionales	40
Viajes de promoción	41
Estrategia de promoción para fin de semana	41
Campañas de promoción	42
Ferias internacionales	43
Vinculación institucional	45
Glosario	47
Anexo Estadístico	55



CUIDADO CON EL ESCALON

PALACIO DE BELLAS ARTES



PRESENTACIÓN

A partir de lo dispuesto en el artículo 33 fracción 2 de la Constitución Política de la Ciudad de México y del artículo 254 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, me corresponde en calidad de Secretario de Turismo de la Ciudad de México, presentar un informe anual de mi gestión durante el mes de octubre y acudir a la respectiva sesión de comparecencia en el pleno del Congreso. Lo anterior, en complemento al Primer Informe de Gobierno que la Dra. Claudia Sheinbaum Pardo, Jefa de Gobierno de la Ciudad de México, rindió el pasado 17 de septiembre ante el Congreso de la Ciudad de México.

Es un privilegio reportar los resultados de un sector tan dinámico y vibrante, mismo que se ha consolidado como la Capital Cultural de América, así como un destino favorecido por los inversionistas turísticos, lo que refleja la confianza y el optimismo empresarial. Ante un entorno internacional de incertidumbre y una economía nacional en la que varios sectores reportan crecimientos marginales, el turismo en la Ciudad de México representa una energía transformadora para nuestra ciudad y en general para el país, reflejada tanto en las llegadas de turistas internacionales al Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, como en el gasto que realizan los turistas que se hospedan en la Ciudad de México, a través de su oferta de hospedaje tradicional y alternativa.

Asimismo, nos ilusiona mostrar al mundo y poner en valor una cara olvidada de la ciudad, el turismo de barrio, que ha despertado el interés de viajeros, comerciantes, residentes y medios de comunicación.

El documento que tengo a bien presentar, incluye las principales acciones realizadas por el equipo que conforma la Secretaría de Turismo y el Fondo Mixto de Promoción Turística. Estas acciones representan un profundo cambio en términos de política turística a partir de la presente administración, misma que se ha trazado como objetivos fundamentales la creación de empleos en la actividad turística a través del fomento a la inversión y el impulso al desarrollo de prestadores de servicios turísticos, la convergencia económica para toda la Ciudad de México a través del turismo y posicionar esta ciudad como una opción incluyente.

Este documento es también, un reconocimiento a los actores del sector privado, social y académico, así como al equipo de profesionales que entregan cuerpo y alma al interior de la Secretaría y del Fondo, que con esfuerzo y dedicación, generan la transformación turística de la Ciudad de México para convertirla en un mejor lugar para vivir y en consecuencia, en un mejor destino.

Carlos Mackinlay



PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

Programa de Gobierno

Alineación a Eje de Gobierno:

2. Ciudad Sustentable

2.1 Desarrollo económico sustentable e incluyente y generación de empleo

2.1.5 Fomento al turismo

La Ciudad de México es uno de los principales destinos de turismo extranjero en la república mexicana y una fuente importante de generación de empleos, de los cuales la mayor parte son de bajo impacto ambiental.

Más allá de su importancia económica, el turismo es una actividad que enriquece el desarrollo de las personas en lo cultural, artístico, gastronómico, histórico, y en el conocimiento de otras lenguas y saberes.

El turismo tiene una gran importancia para la economía de la Ciudad de México, como proveedora de servicios y en su contribución a la construcción de comunidades globales, comprensivas y tolerantes.

Se ha trabajado poco en la desconcentración de los servicios turísticos en el territorio, aun cuando hay zonas que poseen gran potencial histórico, cultural o natural cuyo desarrollo podría impulsar la generación de empleos verdes.

El objetivo es promover la actividad turística y la generación de empleos verdes para apoyar la inclusión de los sectores vulnerables a la economía productiva, y a su vez posicionarla como un derecho de los habitantes de la ciudad para mejorar su calidad de vida, reforzando los elementos identitarios y el tejido social; incorporar la actividad turística a la población de la Ciudad de México en calidad de usuarios, además de integrar los sitios de interés a las zonas que poseen potencial turístico y que se localizan fuera de las tradicionalmente visitadas.

Acciones:

- Potenciar los festivales y actividades culturales como eje de promoción turística nacional e internacional.
- Fortalecimiento del Registro de Turismo a nivel local, inscripción voluntaria y sin ningún costo de los prestadores de servicios turísticos en operación y con domicilio en cualquiera de las 16 Alcaldías.
- Incorporación del Oriente como nuevo destino de turismo cultural de la Ciudad de México.
- Impulsar la apertura de nuevas micro, pequeñas y medianas empresas turísticas con asistencia técnica y acompañamiento.
- Promoción de recorridos para población en condiciones de vulnerabilidad.
- Atender segmentos clave de la actividad turística en la Ciudad de México: Turismo de Romance, Turismo de Naturaleza, Turismo Médico, Turismo LGBTTTIQA, Turismo Deportivo, Turismo Religioso, Turismo Gastronómico y Turismo de Negocios.

Actividad turística en el mundo

Los indicadores del sector turístico han presentado comportamientos alentadores; durante los primeros meses del año (enero-junio), las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecieron en 4 por ciento en comparación con el mismo periodo del año pasado; sin embargo, se espera una tendencia de crecimiento más moderado para los meses subsecuentes. En todo caso, la OMT mantiene una proyección de incremento en este indicador entre el 3 y 4 por ciento. Para este 2019, se espera que se vea la consolidación entre los consumidores de tendencias emergentes como la búsqueda de “viajar para cambiar y mostrar”, “la búsqueda de opciones saludables” tales como caminar, de bienestar o el turismo deportivo, así como de “viajes multigeneracionales” como resultado de cambios demográficos y viajes más responsables.

Perspectivas 2019

Factores Positivos	Factores de Riesgo
<ul style="list-style-type: none">• Precio petróleo estable = Viajes aéreos asequibles• Mejor conectividad aérea• Fuerte demanda de mercados emisores emergentes	<ul style="list-style-type: none">• Ralentización Económica• Incertidumbre por el Brexit• Tensiones geopolíticas y comerciales• Actitud “ver y esperar” en inversores y viajeros

Fuente: Organización Mundial de Turismo (UNWTO), enero 2019

2019: Crecimiento cercano a las tendencias históricas

Proyecciones 2019 - Llegadas de turistas internacionales, crecimiento (%)

Mundo	+3% a +4%
Europa	+3% a +4%
Américas	+2% a +3%
Asia y el Pacífico	+5% a +6%
África	+3% a +5%
Oriente Medio	+4% a +6%

Fuente: Organización Mundial de Turismo (UNWTO), enero 2019

Contexto económico-turístico en México

Respecto a los indicadores económicos que de una u otra forma afectan a la actividad turística, el 31 de julio de 2019 el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) dio a conocer la estimación oportuna del Producto Interno Bruto (PIB) en México durante el segundo trimestre de este año. En este sentido, la variación del segundo trimestre del PIB respecto al mismo periodo del año anterior representó una ligera disminución de 0.7 por ciento, mientras que para las actividades terciarias, se registró un incremento de 0.1 por ciento.



PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

Con datos desestacionalizados, la estimación oportuna del PIB trimestral reportó un aumento real de 0.1 por ciento en el segundo trimestre de 2019 con relación al trimestre inmediato anterior. Por sectores, el de actividades terciarias creció 0.2 por ciento.

Lo anterior refleja que la actividad económica está pasando por un momento de ajuste, que se manifiesta por un menor consumo de turismo de los ciudadanos mexicanos dentro del país. Por el contrario, el consumo de turismo interno de ciudadanos extranjeros está aumentando en México, como lo reporta la encuesta de viajeros internacionales que publica regularmente el INEGI, que registra incrementos tanto de llegadas por vía aérea, como de gasto.

Por otra parte, las perspectivas de crecimiento económico se mantienen inciertas, debido a las condiciones económico-políticas imperantes en el orbe, a partir del entorno descrito por las recientes perspectivas de la economía mundial, que resaltan el conflicto comercial entre Estados Unidos y China, así como la aversión a la inversión. Como efecto de este diagnóstico, además del elaborado para México, el Fondo Monetario internacional ajustó la proyección de crecimiento para México en 2019 a 0.9 por ciento.

Durante el periodo enero-julio de 2019:

Las llegadas de visitantes internacionales a México fue de 56.5 millones, según datos de INEGI, lo que representa una disminución de 3.8 por ciento respecto al periodo enero-julio de 2018. Sin embargo, se observó que llegaron 26.2 millones de turistas internacionales, que representa un millón 950 mil turistas más a lo observado en el periodo enero-julio de 2018 y equivalente a un crecimiento anual de 8 por ciento.

El ingreso de divisas por concepto de viajeros internacionales ascendió a 15 mil 210 millones de dólares, lo que representó un incremento de 12.4 por ciento con respecto al lapso enero-julio de 2018. Asimismo, se registró un incremento del gasto promedio de los visitantes del 12.6 por ciento en el periodo, el cual pasa de 903.67 a mil 017.39 dólares.

El principal mercado para el sector son los turistas provenientes de Estados Unidos, al representar 56.4 por ciento del total, posteriormente le sigue Canadá que representa el 12.9 por ciento. La región de América del Sur representó el 11.2 por ciento del total, siendo Colombia y Argentina la mayor participación con el 2.8 por ciento y 2.2 por ciento del total, respectivamente. En el mismo periodo, la región de Europa tuvo una participación del 11.6 por ciento en el total, correspondiendo el 2.9 por ciento a ciudadanos del Reino Unido.

El porcentaje de ocupación hotelera en la agrupación de 70 centros turísticos que registra DataTur, fue de 61.8 por ciento.

Actividad turística en la Ciudad de México

El presente apartado describe la actividad hotelera de la Ciudad de México, realizando una comparación entre el período enero-julio de 2019 respecto del mismo lapso de 2018. Así mismo, explica la estructura de la oferta hotelera de la ciudad tomando en cuenta la categoría de los establecimientos de hospedaje. Por otro lado, se presenta el comportamiento de diversos indicadores de la actividad turística de la capital del país.

Es necesario advertir que el espectro en materia de turismo está cambiando aceleradamente y la Ciudad de México no es la excepción. En términos de la oferta de prestadores de servicios turísticos, destaca la aparición de cientos

de unidades de alojamiento que ofrecen hospedaje alternativo a los visitantes y que se caracterizan por comercializar sus servicios a través de plataformas digitales, que a su vez han registrado un acelerado crecimiento en los últimos años.

Por el lado de la demanda de los turistas, se percibe la necesidad de buscar y concretar nuevas experiencias que permitan su inserción inmediata en las comunidades receptoras, tanto en términos de alojamiento, como en la vivencia de disfrutar la cultura local.

El incremento observado en la llegada de turistas a hoteles de la Ciudad de México en el período enero-julio de 2019 respecto a 2018, tuvo un incremento del orden de 0.7%. Sin embargo, esta medición ya no refleja completamente las nuevas realidades del sector turístico de la Ciudad de México, como de ningún destino en el país y el mundo, lo cual representa un reto para la medición de las nuevas tendencias con base en instrumentos tradicionales que no se reflejan en los indicadores tradicionales de medición. Para atender esta nueva realidad en el mercado turístico, la Secretaría de Turismo realiza cálculos estadísticos relativos al hospedaje alternativo, a partir de un modelo econométrico, único en su género en la Ciudad de México y en el país.

La estimación del número de turistas hospedados en establecimientos de hospedaje en el período mencionado fue de 7 millones 787 mil 485 turistas, lo que significa un aumento de 0.7 por ciento respecto al mismo período de 2018. El 75 por ciento del total de los turistas que pernoctaron en hoteles de la ciudad fue de origen nacional. Asimismo, durante enero-julio de 2019, 5 millones 802 mil 443 turistas nacionales se hospedaron en hoteles.

Por su parte, el turismo internacional representó el 25.4 por ciento de los turistas hospedados en hoteles, es decir, un millón 985 mil 042 turistas extranjeros. En comparación con el mismo período de 2018, se hospedaron 312 mil 208 turistas más, que representó un incremento del 18.7 por ciento. Cabe advertir que estas estimaciones son preliminares, y se ajustarán conforme se fortalezcan los datos de la encuesta hotelera de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Es importante destacar que de acuerdo con estimaciones oficiales, la dependencia a mi cargo viene construyendo escenarios de medición alternativos e innovadores, que tienen como objetivo captar la dimensión que representaría en términos hoteleros, el fenómeno de hospedaje alternativo que experimenta la Ciudad de México.

Lo anterior quiere decir que, con base en ejercicios estadísticos, así como en registros del Impuesto por la Prestación de Servicios de Hospedaje, estimamos que la llegada de turistas que se hospedan en establecimientos de alojamiento o albergue temporal representa en términos de ocupación hotelera, alrededor de 5 puntos porcentuales de ocupación mensual. En otras palabras, considerando de manera conjunta al hospedaje en hoteles, así como en establecimientos alternativos, podemos afirmar que la llegada de turistas que pernoctan en la capital del país va en aumento, lo cual redundará en una mayor derrama en establecimientos de bebidas y alimentos, esparcimientos y muchos más, que a su vez genera fuentes de empleo tanto directas, como indirectas.

En términos de cuartos disponibles, se tuvo un registro de 51 mil 369 cuartos en dicho período. En este sentido, estamos observando paulatinamente la incorporación de nuevos establecimientos y cuartos, debido a la adición de hoteles al Registro de Prestadores de Servicios Turísticos de la Ciudad de



PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

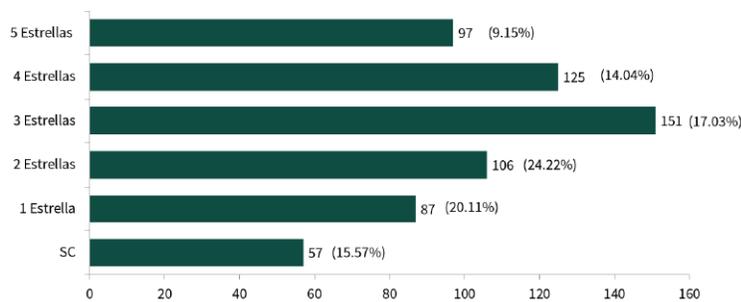
México, por invitación de la dependencia a establecimientos ya establecidos o de reciente inauguración. Existen condiciones para afirmar que esta tendencia se mantendrá durante los meses próximos.

El Sector Hotelero de la Ciudad de México en números 2019



A julio de 2019 la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México tuvo un registro de 623 establecimientos de hospedaje.

Total de Establecimientos de Hospedajes registrados en Julio, 2019



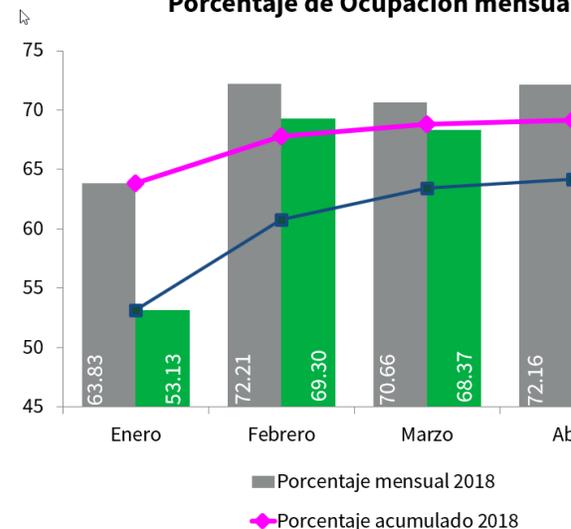
Adicionalmente, se tiene identificado un conjunto de proyectos en el ramo hotelero de diferentes categorías, que representa por lo menos, mil 330 cuartos adicionales que estarán añadiéndose a la oferta hotelera de la Ciudad de México, lo que representa el número de la planta hotelera de la Ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo. Destacan establecimientos como Sofitel, Ritz-Carlton, Novotel, Hyatt Regency, Stara Hotels, además de aquellos del Grupo Brisas y de la cadena City Express. Lo anterior es una importante señal de la confianza que muestra el sector turístico privado, para continuar invirtiendo en la Ciudad de México

Inversión hotelera en la Ciudad de México, 2019

Proyectos	Número de hoteles	Monto de inversión mdp
En curso	13	8,377
Anunciados al 30 de Septiembre	23	7,206

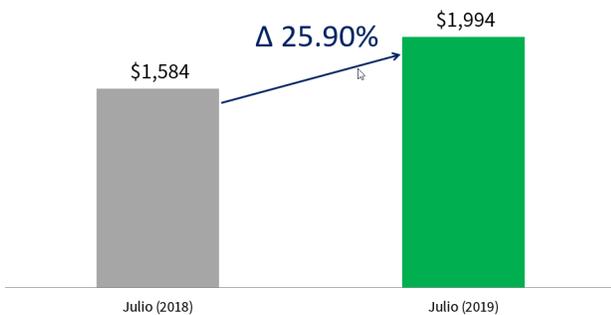
La ocupación en hoteles de la Ciudad de México durante el período enero-julio de 2019, se estimó en 66.18 por ciento. Respecto al año anterior, representa una disminución de 3.68 puntos porcentuales. Cabe advertir que esta estimación no considera el cálculo estadístico mencionado anteriormente, referente al hospedaje alternativo en términos de hospedaje en hoteles.

Porcentaje de Ocupación mensual



Para el tema de la tarifa hotelera, al mes de julio de 2019 la tarifa promedio se estimó en mil 994 pesos en promedio, con un aumento de 410 pesos en términos corrientes con respecto al mismo periodo del año anterior. Las categorías que observaron aumentos fueron la de 5 estrellas de 1,447 pesos, 2 estrellas de 18 pesos y 1 estrella de 43 pesos, en términos corrientes respecto al mismo mes del año anterior. Es importante advertir que estas estimaciones se sustentan en la muestra hotelera de la SECTUR Ciudad de México.

Tarifa Promedio al mes de Julio 2018-2019



Fuente: Gobierno de la Ciudad de México, Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, 2019.

Para el periodo enero-mayo de 2019, el dato de turistas internacionales hospedados en hoteles, se situó en 1,358,086 llegadas, lo que representa un incremento de 17.4 por ciento respecto del mismo periodo de 2018.

Asimismo, para el periodo enero-julio de 2019, con base en datos del IMSS estimamos un millón 264 mil 571 empleos en el sector que incluye a restaurantes, hoteles y otras actividades relacionadas con el turismo en la capital del país, lo que representa respecto al mismo periodo de 2018, la creación de 11 mil 897 empleos directos, así como 29 mil 743 indirectos. En términos porcentuales, representa una variación positiva de 4.5 por ciento.

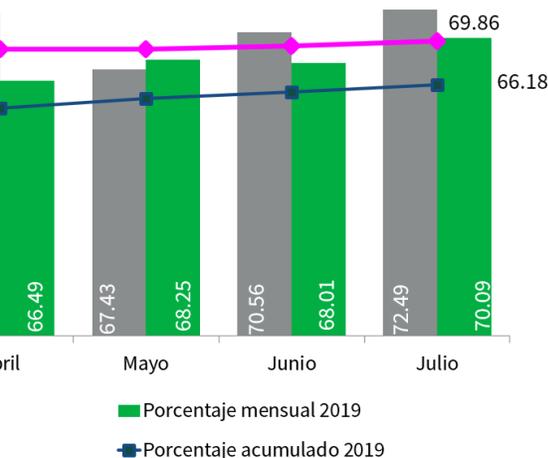
Número y tipo de espectáculos públicos

Durante enero-julio de 2019 se registraron un total de 2 mil 623 espectáculos públicos, de los cuales 422 fueron conciertos, 663 espectáculos, 125 culturales, 230 deportivos, 4 corridas de toros, 140 ferias y festivales, 36 automovilísticos, 858 exposiciones y congresos, así como 145 musicales. Cabe hacer mención que la clasificación se basa en criterios internos de la Secretaría, lo cual no necesariamente concuerda con criterios establecidos con otras instancias públicas o privadas.

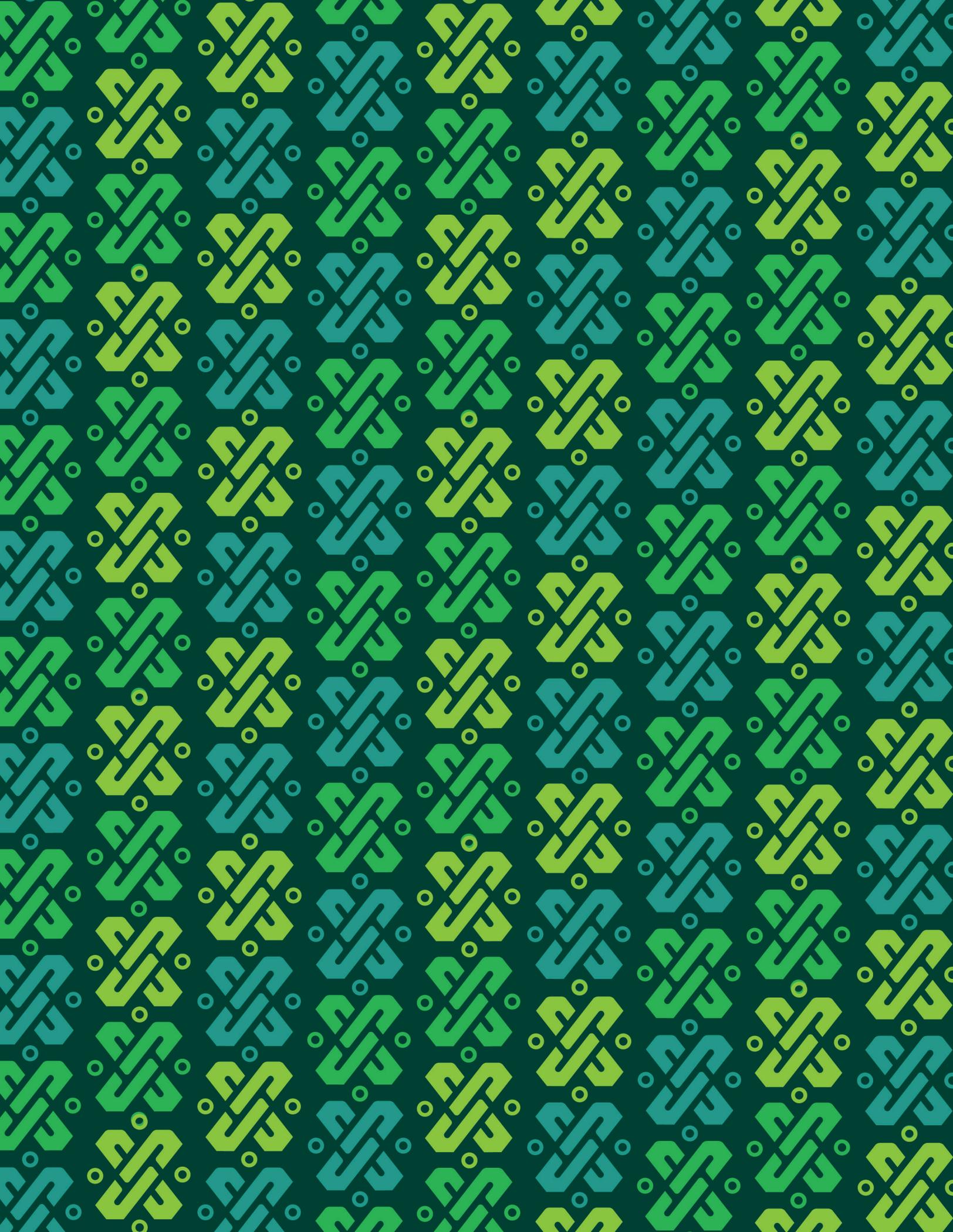
En relación con 2018, se suscitaron al menos 552 eventos adicionales.

En resumen, los primeros datos disponibles para el primer semestre del 2019 presentan resultados "atípicos", pero que demuestran la fortaleza del sector turístico de la Ciudad de México y sobre todo, su gran capacidad de adaptación a los tan importantes y súbitos cambios que se han sucedido alrededor del sector tanto a nivel internacional como nacional.

Porcentaje mensual y acumulado (tendencia) 2019



Fuente: Gobierno de la Ciudad de México, 2019.





**EJE 1. CIUDAD
TURÍSTICA PARA
TODOS**



PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

Eje 1. Ciudad turística para todos

Programa Integral de Turismo Social “Sonrisas por tu Ciudad”

Descripción y objetivo: La recreación en la Ciudad de México se ha consolidado como un derecho de la población local sin importar su situación económica, social o cultural al disfrute de opciones turísticas y de esparcimiento. Por lo anterior, se opera el Programa Integral de Turismo Social “Sonrisas por Tu Ciudad”, dirigido a todos los habitantes y visitantes de la Ciudad de México, especialmente a los sectores de población más vulnerables, mediante recorridos turísticos gratuitos.

Entre sus modalidades de operación se encuentran recorridos tradicionales, que incluyen transporte, guía de turistas y entrada a recintos; recorridos a pie; recorridos guiados en sitios de interés turístico; recorridos dramatizados, que consisten en recorridos guiados con personajes históricos, y circuitos cortos (Sonribús), que son recorridos guiados de 30 minutos en autobús turístico.

Como resultado de estas acciones, se ha beneficiado a 290 mil personas de distintos grupos, entre los que destacan adultos mayores, personas con discapacidad, personas en situación de calle, población indígena, niñas y niños, entre otros. Asimismo, estas acciones han sido coordinadas con más de 170 instancias públicas y privadas.

Al final de 2019, se logrará beneficiar a 400 mil personas con una derrama económica de 60 pesos por persona en cada recorrido realizado; asimismo se emplearán más de mil servicios de guías especializados y transportistas, que complementan los ingresos de más de 150 espacios turísticos.

Sin lugar a dudas este programa, cuyos inicios datan del año de la creación de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México (1998), es uno de los pilares de la actividad turística ciudadana; a lo largo de años, cientos de miles de capitalinos, por lo general de bajo recursos y en condiciones de vulnerabilidad, han tenido acceso a viajes de gran calidad turística, al conocimiento de museos, parques recreativos y de entretenimiento, exposiciones, ferias y otras actividades que les hubiesen sido imposibles de alcanzar sin la existencia de este gran programa, plenamente alineado con las políticas de inclusión de nuestro Gobierno.



**SONRISAS
POR TU CIUDAD**



Turismo de Barrio

Descripción y objetivo: Turismo de Barrio se creó para generar nuevos productos turísticos en todas las alcaldías de la ciudad, con especial énfasis en el sector oriente para contribuir a descentralizar y diversificar la oferta turística de los destinos tradicionales; el arribo de visitantes nacionales y extranjeros así como aumentar su pernocta.

Como parte de las acciones estratégicas para fomentar el Turismo de Barrio, se realizó un inventario de los recursos culturales con potencial turístico en las alcaldías de Milpa Alta, Xochimilco, Venustiano Carranza, Tláhuac, Iztacalco, Iztapalapa Gustavo A. Madero y el oriente de Coyoacán, con lo que se han identificado 564 recursos potencialmente turísticos. Para el caso de Gustavo A. Madero y Xochimilco ya fueron suscritos los respectivos convenios para el aprovechamiento integral de estos recursos.

Para impulsar la zona oriente de la ciudad como nuevo destino de turismo cultural, se han incluido en la página <http://cdmxtravel.com/paquetes>, en el marco de la campaña de promoción de la Ciudad de México como Capital Cultural de América, 40 promociones y paquetes de turismo de cultural y de naturaleza.



El Gobierno de la Ciudad de México apoya las expresiones escénicas de grupos de artísticos emergentes, de mediana y larga trayectoria y la activación de los espacios públicos, teatros y foros alternativos, a través del Teatro en plazas públicas, Teatro en Tu Barrio 2019, que captó la atención del público nacional y extranjero, en esta edición participaron de más de 22 mil espectadores locales y extranjeros, lo que representó un incremento del 10 por ciento en relación con 2018.

Asimismo, se realizó el Foro de Medicina Tradicional Indígena, en la Ciudad de México, evento que acreditó a la ciudad como destino turístico con diversidad cultural y métodos alternativos de atención a la salud, contó con la asistencia de 104 espectadores.

A partir de un convenio de colaboración y coordinación de acciones con FONDESOS suscrito el pasado 25 de marzo, se otorga asesoría para promover el acceso de emprendedores, micro, pequeñas y medianas empresas turísticas a un conjunto de servicios financieros que otorga el Gobierno de la Ciudad de México.

Se diseñó un programa de formación para anfitriones turísticos de barrio para apoyar a 450 emprendedores y micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, a través de asistencia técnica y acompañamiento para mejorar sus modelos de negocios turísticos.

Este esquema de formación considera los siguientes alcances:

- 50 personas en proceso de certificación como guía de turismo local
- 370 personas en proceso de formación como anfitriones
- 50 MIPyMES turísticas apoyadas con asistencia técnica
- 30 cocineras tradicionales en proceso de asistencia técnica
- 20 rutas identificadas
- Un inventario de atractivos turísticos del oriente de la Ciudad de México
- Una maqueta de la guía de turismo del oriente de la Ciudad de México
- 2 Convenios suscritos (Gustavo A. Madero y Xochimilco)
- Presentación de la estrategia de promoción y difusión de turismo de barrio



PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

Se otorga asistencia técnica a 370 emprendedores turísticos, 30 cocineras tradicionales y 50 micro, pequeñas y medianas empresas turísticas para impulsar la generación de empleos. Asimismo, resaltan las acciones siguientes, que permitirán para el segundo semestre del año:

- Contar con 450 nuevos prestadores de servicios turísticos, que apoyan a diversificar la actividad turística de la Ciudad de México.
- Realiar el Concurso de Poesía y Fotografía del Barrio y el Festival Gastronómico de Cocineras Tradicionales, para potenciar los festivales y actividades culturales como principal atractivo turístico.
- Impulsar 40 nuevas rutas, circuitos y experiencias turísticas.
- Realizar la Guía de Turismo de Barrio con amplia difusión en plataformas digitales, una campaña de promoción que incluya 30 viajes de familiarización para validar las nuevas rutas, circuitos y experiencias.

Impulso a Emprendedores Turísticos

Con la finalidad de los contribuir al desarrollo de emprendimientos turísticos e impulsar la creación de productos turísticos, así como incorporar al Oriente como nuevo destino de turismo cultural en la Ciudad de México, se han realizado las siguientes sesiones de asesoría y asistencia técnica dirigida a emprendedores y micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico.

A la fecha se han realizado los siguientes cursos, beneficiando a un total de 300 participantes:

- Curso “Cómo ser un Emprendedor Exitoso”
- Conferencia “Manejo turístico del patrimonio cultural de la Alcaldía de Iztacalco”
- Conferencia “Atractivos poco conocidos del Oriente de la ciudad, Algunos ejemplos”
- Conferencia “Desarrollo de productos turísticos. Cultura viva comunitaria”
- Conferencia “El Patrimonio cultural de la Alcaldía de Iztapalapa y su potencial como atractivo turístico”
- Reunión con Prestadores Turísticos para definir las criterios para promocionar sus paquetes turísticos
- Conferencia “El Turismo de Naturaleza como estrategia para fomentar el desarrollo de los Pueblos Indígenas”
- Conferencia “Fundamentos para ser un emprendedor turístico”

Capacitación y Certificación Turística de la Ciudad de México

La profesionalización de las empresas turísticas es determinante para que la Ciudad de México sea altamente competitiva y garantice a los visitantes nacionales e internacionales una estancia de calidad en la prestación de los servicios. A través de la iniciativa de capacitación y certificación turística de la Ciudad de México, se fortalecen las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas. Entre las acciones más relevantes se encuentran las siguientes:

Se presentó el programa de capacitación y certificación turística 2019 ante las 16 alcaldías, cámaras y asociaciones turísticas que tiene como meta el beneficiar a 600 micro, pequeñas y medianas empresas turísticas y 2 mil 300 prestadores de servicios turísticos. Estas acciones se orientan hacia áreas o rutas turísticas consolidadas o en proceso de articulación de producto turístico, mismo que



HACK

#TURISMOEI

Nombre:	Hackatón #turismoeinnovacion
Fecha:	2 de Marzo
Lugar:	Centro de Cultura Digital
Organizador:	Secretaria de Turismo de la Ciudad de México
Objetivo:	Crear soluciones de innovación turística a favor del ecosistema del turismo

¡Inscríbete!
Mayor información consulta la página:

GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO
CIUDAD INNOVADORA Y DE SERVICIOS

SECRETARÍA
DE TURISMO

incluye algunas zonas ubicadas en alcaldías de oriente que forman parte del Programa Turismo de Barrio.



En materia de certificación turística, se colabora en coordinación con la Secretaría de Turismo Federal el Programa de Calidad en el Servicio denominado “Moderniza” en beneficio del sector turístico; al mes de julio de 2019 se entregaron los primeros ocho distintivos y se recertificaron 10 más.

Se continúan las acciones con la Secretaría de Turismo Federal para mantener el nivel de calidad del Programa de Excelencia “Tesoros de México”, conformado por 13 restaurantes y hoteles de alto nivel de especialización que cumplen con los estándares de calidad en la atención al cliente con reconocimiento internacional.

En términos de atención a las quejas inherentes a la prestación de los servicios turísticos, se ha dado seguimiento y atención expedita y oportuna a las mismas.

Se realizaron 38 cursos de capacitación y certificación turística, en beneficio de 180 empresas y poco más de 700 prestadores de servicios turísticos.

Al cierre del ejercicio 2019, se adicionarán 87 cursos de capacitación y certificación en favor de 420 empresas y poco más de 1 mil 600 prestadores de servicios.

Hackatón

El 02 de marzo de 2019 fue realizado el Hackatón #TurismoInnovación 2019, en las instalaciones del Centro de Cultura Digital. Lo anterior con el propósito de promover la creación de soluciones digitales para problemáticas en torno al turismo de la Ciudad de México, a partir de prototipos tecnológicos que sean viables de concretarse en emprendimientos y ser asistidos por la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

En este evento 8 equipos, conformados por 5 integrantes, elaboraron 8 propuestas de solución de innovación tecnológica en materia turística. Tres de estas propuestas fueron seleccionadas por un jurado como las mejores propuestas, mismas que fueron premiadas por parte del sector privado. Paralelamente, se llevaron a cabo 4 mesas de Diálogos Públicos entre especialistas en temas relacionados con el turismo y la innovación. A estas mesas participaron 16 especialistas y 72 asistentes presenciales.

El Hackatón #TurismoInnovación 2019 convocó a jóvenes desarrolladores informáticos, programadores web, estudiantes de administración y turismo, interesados en crear soluciones tecnológicas y digitales para las necesidades del turismo actuales en la Ciudad de México y consolidar emprendimientos turísticos.

40 jóvenes trabajaron en equipos de cinco personas, quienes contaron con el apoyo de un mentor. Al cabo de las ocho horas de trabajo presentaron los proyectos desarrollados mediante un Pitch Elevator (presentación en menos de 2 minutos) frente al jurado conformado por expertos en turismo, innovación, empresas y soluciones tecnológicas. Los ejes desarrollados fueron 1) Turismo y Desarrollo Económico y 2) Turismo Cultural Comunitario.

Además, se realizaron en forma simultánea cuatro Diálogos Públicos sobre el





PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

Turismo en la Ciudad de México en los que participaron representantes de la iniciativa privada, gobierno capitalino y expertos. En estos Diálogos Públicos se abordaron los siguientes temas: I) Relación entre el Turismo y la Innovación; II) la Importancia de la Inversión Económica en Ciencia y Tecnología Aplicadas al Turismo; III) Turismo Cultural Comunitario y; IV) la Participación de Mujeres en el Desarrollo Turístico.

Ventanilla de Información y Orientación a Prestadores de Servicios Turísticos que requieren financiamiento

Descripción y objetivo: En fomento a la apertura de nuevas micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, se ha otorgado asesoría empresarial a emprendimientos turísticos sobre los servicios financieros que otorga el Gobierno de la Ciudad de México. Lo anterior en el marco del Convenio de Colaboración suscrito con FONDESO el pasado 25 de marzo.

Se ha atendido a 25 emprendimientos turísticos mediante la apertura de un micrositio de internet, para acceder a microcréditos que les permitan iniciar su operación y promover la generación de empleos.

Se atendió a 50 emprendimientos de servicios turísticos para que accedieran a microcréditos que les permitieron iniciar operaciones.

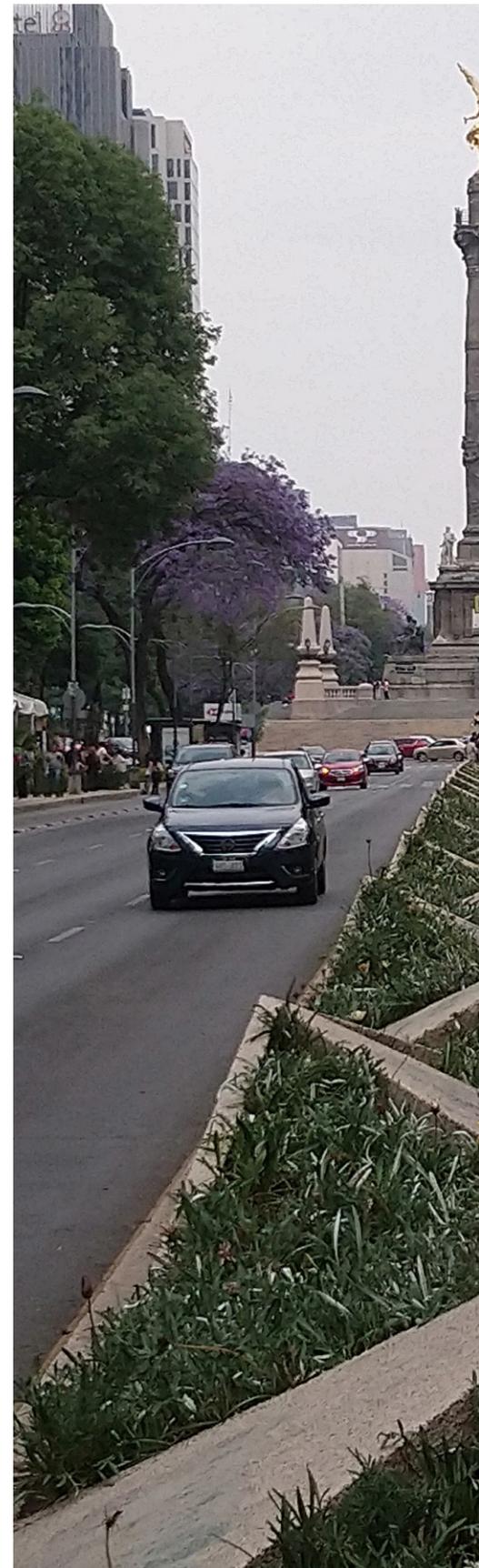
Se atenderá a 180 emprendimientos para acceder a microcréditos que les permitieron iniciar la operación de sus empresas.

Inversión Turística Privada

La Ciudad de México es a decir de varios inversionistas, el mejor destino para invertir hoy en día en materia turística en toda América Latina. En congruencia, la Secretaría de Turismo ha desarrollado diversas acciones de facilitación y gestión para fomentar la inversión turística privada en la capital del país. Un signo de la confianza del sector empresarial del ramo turístico, especialmente en el mercado de turismo de negocios o premier, es la próxima apertura de establecimientos como Sofitel, Ritz-Carlton, Novotel, Hyatt Regency, Stara Hotels, además de aquellos del Grupo Brisas y de la cadena City Express. La bolsa de inversión de estos negocios ronda 8 mil 377 millones de pesos.

En términos de habitaciones representa alrededor de mil 949 cuartos adicionales, que se añadirán a la oferta hotelera actual de la capital del país. Por lo que toca al empleo, si bien estas inversiones ya generaron cientos de puestos de trabajo en las etapas de construcción o remodelación, debido a la generosidad de la industria turística la nueva oferta se traducirá en por lo menos 6 mil 500 nuevos empleos directos e indirectos en la cadena de valor, que atenderá la demanda de los viajeros por los nuevos cuartos.

Por otro lado, se tiene identificado un conjunto de proyectos en el ramo hotelero de diferentes categorías, que representa por lo menos, 7 mil 206 millones de pesos adicionales. Estas inversiones serán realizadas una vez que se concreten compromisos específicos de los inversionistas, lo que nos permitirá agregar más fuentes de empleo al sector.





Sistema de Información Turística

Descripción y objetivo: Con el propósito de contribuir a elevar la competitividad de la actividad turística de la capital del país, se han realizado acciones de investigación, sistematización y difusión de datos estadísticos e información turística, disponible en las páginas oficiales del Gobierno de la Ciudad de México con datos como número de establecimientos de hospedaje, porcentaje de ocupación, arribo y derrama de turistas nacionales e internacionales, número de eventos turístico-culturales entre otros. Esta información se encuentra disponible en la página de Internet <https://turismo.cdmx.gob.mx/actividad-turistica>.

Con el Instituto Politécnico Nacional, se trabaja en el estudio “Perfil del Turista que visita la Ciudad de México”, para identificar oportunidades estratégicas y generar insumos analíticos para el desarrollo de políticas en materia turística, que aporten una imagen positiva de la Ciudad de México.

Se firmó un convenio con la Asociación de Hoteles de la Ciudad de México, para difusión de eventos en la capital del país, con prioridad a eventos culturales.

Se actualizó el Registro de Prestadores de Servicios Turísticos, en términos de la elaboración de polígonos y rutas turísticas en el marco del Programa Turismo de Barrio, conformado por 12 tipos distintos de prestadores de servicios turísticos.

Al concluir 2019, se contará con los resultados definitivos del Perfil del Turista que visita la Ciudad de México, para identificar oportunidades estratégicas y generar insumos analíticos para el desarrollo de políticas y programas en materia turística, con especial énfasis en la promoción turística.

Atlas Turístico de la Ciudad de México

Para dar cumplimiento al artículo 16 de la Ley de Turismo del Distrito Federal, que a la letra establece: “La información que la Secretaría recabe para la elaboración y actualización del Atlas Turístico de México a que se refiere la Ley General, se constituirá a su vez en el Atlas Turístico del Distrito Federal”, la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, en coordinación con la Secretaría de Turismo Federal, alimentó las capas de información correspondientes a la Ciudad de México en el Atlas Turístico de México, mismo que opera desde 2012. Lo anterior con la finalidad de atender el punto de acuerdo emitido por el Congreso de la Ciudad de México del pasado 23 de enero de 2019 relativo a la actualización de los contenidos relativos a los prestadores de servicios turísticos de la Ciudad de México en el Atlas Turístico.

Estas acciones permitieron fortalecer el trabajo coordinado entre ambos órdenes de gobierno además de generar ahorros para la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México al aprovechar sin costo alguno, la infraestructura disponible por parte del gobierno federal para dichos trabajos.



PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

Red de Información Turística

Descripción y objetivo: El Gobierno de la Ciudad de México tiene dentro de sus diversos objetivos promocionar y aumentar la llegada de turistas internacionales, con la finalidad de incrementar los ingresos y derrama de divisas que fortalezcan y mejoren las condiciones socioeconómicas de la población en general.

Se cuenta con una Red de Información y Orientación Turística ubicada en los sitios de mayor afluencia de visitantes, que brinda asesoría gratuita mediante “anfitriones turísticos bilingües”, que se complementa con material impreso y tecnología de apoyo.

Con el objeto de contribuir al cuidado del medio ambiente y movilidad de la ciudad, el “Programa de Atención y Apoyo al Turismo” también opera con bicicletas en zonas turísticas. Por su parte, de forma coordinada con las diferentes instancias, se realizaron acciones de acompañamiento y orientación personalizada a turistas y visitantes que han sido víctimas de alguna falta o delito.

Se brindó información de manera personalizada en los módulos de información turística a 291 mil 763 servicios de información mismos que se integran de la siguiente manera: 141 mil 263 servicios de manera personalizada y 150 mil 500 entregas de material impreso en la red y en diversos eventos del sector. A través de la Brigada de Atención y Apoyo al Turista se brindó información y orientación a 18 mil 685 personas nacionales y extranjeras.

Los resultados obtenidos representan un incremento de siete por ciento en comparación con el mismo periodo del año pasado. Al cierre de agosto de 2019, se otorgaron 421 mil servicios de información y orientación turística. Al cierre de 2019, se habrán otorgado 573 mil servicios de Información y Orientación Turística en todas sus modalidades.

Por razones de austeridad, se llevó a cabo la cancelación del servicio de información en el módulo ubicado en la terminal dos del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, que representaba un gasto de más de 1 millón 200 mil pesos anualmente.









**EJE 2. ATENCIÓN A
SECTORES CLAVE
DE LA ACTIVIDAD
TURÍSTICA DE
LA CIUDAD DE
MEXICO**



PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

Eje 2. Atención a sectores clave de la actividad turística de la Ciudad de México

Congresos y Convenciones

Al ser la capital del país, la CDMX no sólo es la sede del gobierno federal sino que concentra un gran número de empresas y cuenta con una gran infraestructura hotelera y de recintos para el turismo de reuniones, además de la conectividad aérea con el resto del país y cada vez más destinos en el mundo.

Pese a que el turismo de reuniones es el segundo segmento más importante de la industria sin chimeneas, al no contar con una oficina de Congresos y Convenciones, no había una forma organizada de promover a la ciudad para atraer eventos de alto impacto.

Con la apertura de esta nueva oficina, que está a cargo del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México (FMPT CDMX), se da plena atención especializada a este rubro, desde la visita de inspección, acciones de postulación y reuniones de reconocimiento, previo a lanzar una candidatura.

Esta nueva oficina “organiza, supervisa y coordina los esfuerzos de los sectores involucrados en el turismo de reuniones con el objetivo primordial de coadyuvar al posicionamiento de la CDMX”.

La intención es mantener altos los estándares de calidad en la prestación de servicios que involucran la realización de eventos de talla internacional en la capital. Durante la presente administración, ya se cuenta con un calendario de eventos ganados, principalmente en los rubros de salud, educación y movilidad y turismo de ciudad. Actualmente, la capital participa en 15 postulaciones para los próximos años, para atraer eventos relacionados con juventud, libertad de expresión y urbanismo.

Asimismo, se llevará a cabo el Congreso Conlatingraf que convoca la industria latinoamericana gráfica, el mismo tendrá como sede la Ciudad de México con la participación de la Ciudad de México.

Meeting and Tourism Industry Exposure (IMEX) America, Las Vegas, a realizarse en el mes de septiembre, evento en el cual se promueve a la Ciudad de México, para obtener 20 citas de trabajo y ofertar la infraestructura de la industria turística de la ciudad, para posibles postulaciones como sede de congresos, convenciones o viajes de incentivos. Se esperan 13,300 visitantes y 80 conferencistas y ponentes.

58th ICCA Congress, a realizarse en el mes de octubre, es un evento que permite el acceso al programa educativo sólido y diseñado a medida para profesionales de la industria de negocios, para buscar oportunidades en este segmento y tener encuentros con los 1000 asistentes en beneficio de la ciudad, así como, conocer la tecnología que ofrece la Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales además de obtener una red de contactos y oportunidades de negocios para la Ciudad de México.

Congreso World Futures Studies Federation (WFSF) a realizarse en el mes de octubre que tendrá como sede la Ciudad de México, con 200 visitantes y 80 conferencistas.



Turismo Cultural



La Secretaría de Turismo y el Fondo Mixto de Promoción Turística, apoyaron los siguientes festivales para impulsar el Turismo Cultural:

Feria Internacional de las Culturas Amigas, evento que fomenta el uso de espacios públicos de la ciudad e incentiva a la ciudadanía vivir una experiencia única llena de cultura, arte, gastronomía y tradiciones de los países expositores, durante la edición 2019 colaboraron 90 países con representación diplomática en la ciudad, 4 más al año pasado; la afluencia fue de 4 millones 790 mil visitantes que representa 15 por ciento mayor a la asistencia del año 2018.

Festival Ciudad que Baila, en el marco del día internacional de la Danza, el Gobierno de la Ciudad de México realiza la primera edición de este evento a través del cual reúne diversos géneros dancísticos, así como la realización de actividades gratuitas dentro de las que habrá clases masivas, bailes, intervenciones callejeras, desfiles y muestras de danza, participaron 3 mil bailarines de diversos géneros.

Femme Revolution Film Fest, Festival internacional de cine que celebra la creación femenina en todos los ámbitos de la industria cinematográfica con carácter inclusivo y perspectiva de género en el rubro artístico, difundir a la ciudadanía la igualdad sustantiva. Contó con 6,199 asistentes, 101 proyecciones, 10 sedes, talleres y conferencias, impactos de 10,560 en redes sociales y medios de comunicación y un retorno de inversión de 3.5 millones de pesos para la ciudad.



Exposición “Los Colores de Frida”, edición 2019, aproximó a los visitantes locales, nacionales y extranjeros del arte y cultura de Frida Kahlo, pintora mexicana considerada auténtico icono feminista y máxima representante del arte mexicano, en una de las zonas de mayor afluencia de la Capital. Exposición montada en un lugar abierto con un entorno amigable al medio ambiente, permitiendo captar un elevado número de espectadores, el beneficio logrado fue acercar gratuitamente a la ciudadanía del arte de una de las mujeres más representativa de la Ciudad de México. En su primer día asistieron 76,190 personas, segundo día 342,858 personas y tercer día 428,572 personas, reuniendo un total de 847,620 asistentes, así como un total de impactos de 89 millones 200 mil.

Mercedes Benz Fashion Week Mexico City, a realizarse en los meses de septiembre y octubre, consiste en una plataforma de moda que convoca diseñadores que se han proyectado internacionalmente y a través de la cual se promueve la Ciudad de México y su marca, se estima asistencia de 26 mil personas, que representa un 4 por ciento de incremento con respecto a la edición 2018 y destaca la inversión realizada con un ahorro del 87.6 por ciento, con respecto a la inversión efectuada en 2018.

Festival Vértice. Experimentación y Vanguardia, Festival a realizarse en el mes de octubre, con una programación conformada por actividades culturales en las áreas de la literatura y las técnicas vocales expandidas, la música contemporánea, la danza y el teatro experimentales, así como las plataformas transmedia, con el fin de fomentar el trabajo colaborativo entre creadores, así como desarrollar iniciativas, acciones ideológicas y creativas de avanzada. Se estima una asistencia de 13 mil personas lo que representa un incremento del 8 por ciento frente a su edición 2018.

Cinema Ciudad de México, evento del Gobierno de la Ciudad de México a



PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

realizarse en el mes de octubre mediante coordinación interinstitucional, integrado por distintas secciones de ficción y documental, tanto de cortos como de largometrajes. Promueve una red de exhibición cinematográfica gratuita en teatros, centros culturales, escuelas, pilares y plazas públicas, con la finalidad de que un gran número de personas ejerzan sus derechos culturales.

FOTOMÉXICO, Festival Internacional de Fotografía evento de colaboración interinstitucional a realizarse en el mes de octubre, convocando a fotógrafos, curadores, editores y coleccionistas internacionales para compartir experiencias del quehacer fotográfico.

Feria Internacional del Libro en el Zócalo (FIL Zócalo), evento de coordinación interinstitucional a realizarse durante el mes de octubre que proyecta a la Ciudad de México a nivel nacional e internacional, ya que cuenta con una amplia oferta editorial, programa de presentaciones, charlas y debates; grandes escritoras y escritores, académicos y periodistas de México y del mundo para presentar sus trabajos más recientes, así como una programación complementaria de música, intervenciones escénicas y exposiciones. Se estima una asistencia de 1.5 millones de asistentes para este año, lo que representa un incremento en la afluencia de 50 por ciento frente a 2018.

Desfile de Día de Muertos, evento a realizarse en el mes de octubre, previo a la celebración del Día de Muertos mediante coordinación interinstitucional, representa la mayor fiesta, como expresión de la cultura mexicana reúne elementos que van de la gastronomía a la danza. Contará con la participación de barrios de la Ciudad de México en donde se expresará el culto al día de muertos. Se estima una afluencia de 2.2 millones de personas lo que representa un incremento de 22 por ciento frente a su edición 2018, una ocupación hotelera de 200 mil personas lo que a su vez equivale a 38 por ciento de incremento en hospedaje frente a su edición inmediata anterior, así como una audiencia de más de 3 millones de personas y un alcance en redes sociales de 550 millones de personas.

Desfile de alebrijes monumentales” y alebrijes iluminados, con una colaboración interinstitucional, es un evento programado a realizarse en el mes de noviembre como producto de esfuerzos para fortalecer actividades artísticas urbanas y productivas desarrolladas en cartonería y otros materiales, generando un contenido turístico y cultural de alta calidad. Para 2019 se espera asistan 1 millón 400 mil personas, que representaría un incremento del 7 por ciento frente a 2018.

Radical Mestizo, Festival Internacional de Música, evento del Gobierno de la Ciudad de México a realizarse en el mes de diciembre mediante coordinación interinstitucional, su oferta incluye conciertos masivos gratuitos de culturas híbridas contemporáneas y ritmos de fusión para jóvenes, participarán grupos reconocidos y emergentes nacionales e internacionales presentándose en varios escenarios en función de los géneros musicales, así como exposiciones, conferencias, talleres, zona de comida y esparcimiento.



Turismo Gastronómico

El Gobierno de la Ciudad de México, a través del Fondo Mixto de Promoción Turística, apoyó el Festival Gastronómico Verbena, evento que generó la participación ciudadana en espacios públicos y la difusión de la cultura gastronómica, historia y tradiciones de Azcapotzalco, contó con 12 mil asistentes y 35 establecimientos. 100 notas en medios impresos, promoción



en medios nacionales e internacionales, 60 por ciento fue por internet; 20 por ciento en televisión; 10 por ciento prensa; 9 por ciento en radio, cobertura mediática de 27,650 impactos en redes sociales y retorno de inversión de 20 millones de pesos.

Sabor Es Polanco, oferta gastronómica que contó con Oaxaca como estado invitado, dentro de las acciones se presentaron más de 250 platillos, se realizó promoción de la marca CDMX y al Desfile de Día de Muertos, asimismo, la exhibición de los mexicraneos y alebrijes monumentales; se contó con 10,000 asistentes 67 por ciento más que en 2017, así como la participación de 75 restaurantes.

Turismo Deportivo

El Global Champions Tour, evento deportivo que proyecta a la Ciudad de México como sede de acontecimientos de clase mundial, atrayendo turistas nacionales e internacionales. En 2019 contó con 33,500 espectadores, una cobertura mediática de 151 medios nacionales e internacionales, 350 reporteros en sitio, ocupación hotelera de 2 mil cuartos por noche, 55 vuelos trasatlánticos, y una derrama de 143 millones 900 mil pesos, en comparación con 2018 la cobertura mediática aumento 48 por ciento y 12 por ciento de crecimiento en reporteros en sitio, 2 por ciento de incremento en afluencia, y un ahorro de 9.7 millones de pesos que representa un 81 por ciento.

Juegos Macabeos Panamericanos, contienda deportiva que mediante competencias, eventos sociales y culturales brinda a los asistentes locales, nacionales y extranjeros una experiencia de turismo deportivo. Contó con la asistencia de 50 mil personas de ellos 3,230 atletas y 22 países participantes.

Promoción de la Ciudad de México como un Destino Turístico Incluyente.

A continuación se reportan acciones adicionales en respeto a los logros establecidos en la Constitución de la Ciudad de México e impulso y apoyo a leyes y programas y demás ordenamientos que garanticen la igualdad, la no discriminación y la dignidad humana de las personas LGBTTTI:

El Gobierno de la Ciudad de México, abre espacios para diversas campañas que reconozcan la diversidad sexual, de los cuales, apoya dos eventos de difusión y promoción, el primero es el Festival LOVE4ALL celebrado el 22 de junio en su edición 2019, contando con una afluencia de 3,807 personas, que frente a 2018 representa un incremento del 75 por ciento; el segundo evento con la Marcha del Orgullo LGBT+CDMX celebrada el 29 de junio; ambos nacen de la necesidad de normalizar los diálogos en la sociedad mexicana, van dirigidos tanto al mercado nacional como internacional. La oferta se ha enfocado en generar cultura de inclusión, mediante talleres, pláticas educativas y actividades recreativas enfocadas a familia, empresa y sociedad.





**EJE 3.
RENOVACIÓN DEL
EQUIPAMIENTO
URBANO –
TURÍSTICO DE
LA CIUDAD DE
MÉXICO**

**PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES**

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

Eje 3. Renovación del equipamiento urbano - turístico de la Ciudad de México**Proyecto de Mejoramiento y Rescate del Canal Nacional**

Alineación a Proyecto Prioritario: 11. Saneamiento integral de ríos con 8 proyectos específicos.

Se ha participado en la planeación de este programa, de sus alcances y trabajos preliminares de las obras que se ejecutarán entre 2019, 2020 y 2021. El proyecto se propone la restauración del ecosistema y entorno urbano de Canal Nacional y brindará a la ciudad una obra ecoturística que restaura un tramo lineal de 8.5 kilómetros.

Como parte de estos trabajos, la Secretaría de Turismo elaboró los términos de referencia del Plan Maestro, así como los términos de referencia de los proyectos ejecutivos de las etapas uno y dos que corresponde a los tramos de Río Churubusco a Calzada de La Viga y de Calzada de la Viga a la Calle de Nimes; además se participó en los trabajos preparatorios para la consulta popular, junto con varios actores del sector público, privado y social.

Se elaboró el Plan Maestro y los Proyectos Ejecutivos de las Etapas 1 y 2 que corresponde a los tramos de Río Churubusco a Calzada de La Viga y de Calzada de la Viga a la Calle de Nimes.

Se completará el proyecto ejecutivo de la etapa 3 de la Calle de Nimes al Periférico y se concluirán las obras de la primera etapa que corresponde al tramo de Avenida Río Churubusco a Calzada de La Viga.

Promoción Turística del Corredor Chapultepec-Reforma-Centro Histórico

Se realizaron los festivales Expo Restaurantes así como Expo-Venta de Flores de primavera y verano para apoyar a artesanos, transformadores de alimentos y floricultores de la Ciudad de México, que promueven al mismo tiempo, el cuidado de los suelos de conservación en la ciudad y la integración social de sus habitantes mediante el comercio justo.

Cabe destacar que el Festival de las Flores, contó con una coordinación interinstitucional y del sector privado, para promover actividades culturales, sociales y gastronómicas, sustentabilidad y activación de la economía en apoyo al Corredor Turístico, en el que participaron 110 establecimientos; asimismo se estimuló la economía de los pequeños empresarios del mercado de Jamaica y productores de Xochimilco, asistieron 140 mil personas, 293,607 impactos mediáticos y un retorno de inversión de 13 millones de pesos.

Se programa un Festival más de exposición y venta de flores en otoño, con la intención de repetirse en los años siguientes, ya que se han reportado beneficios significativos para artesanos y floricultores, además de los beneficios sociales para turistas y residentes de la ciudad que asisten.

En total se realizarán cuatro Festivales de Expo y Venta de Flores de primavera, verano, otoño e invierno, para apoyar a floricultores de la Ciudad de México



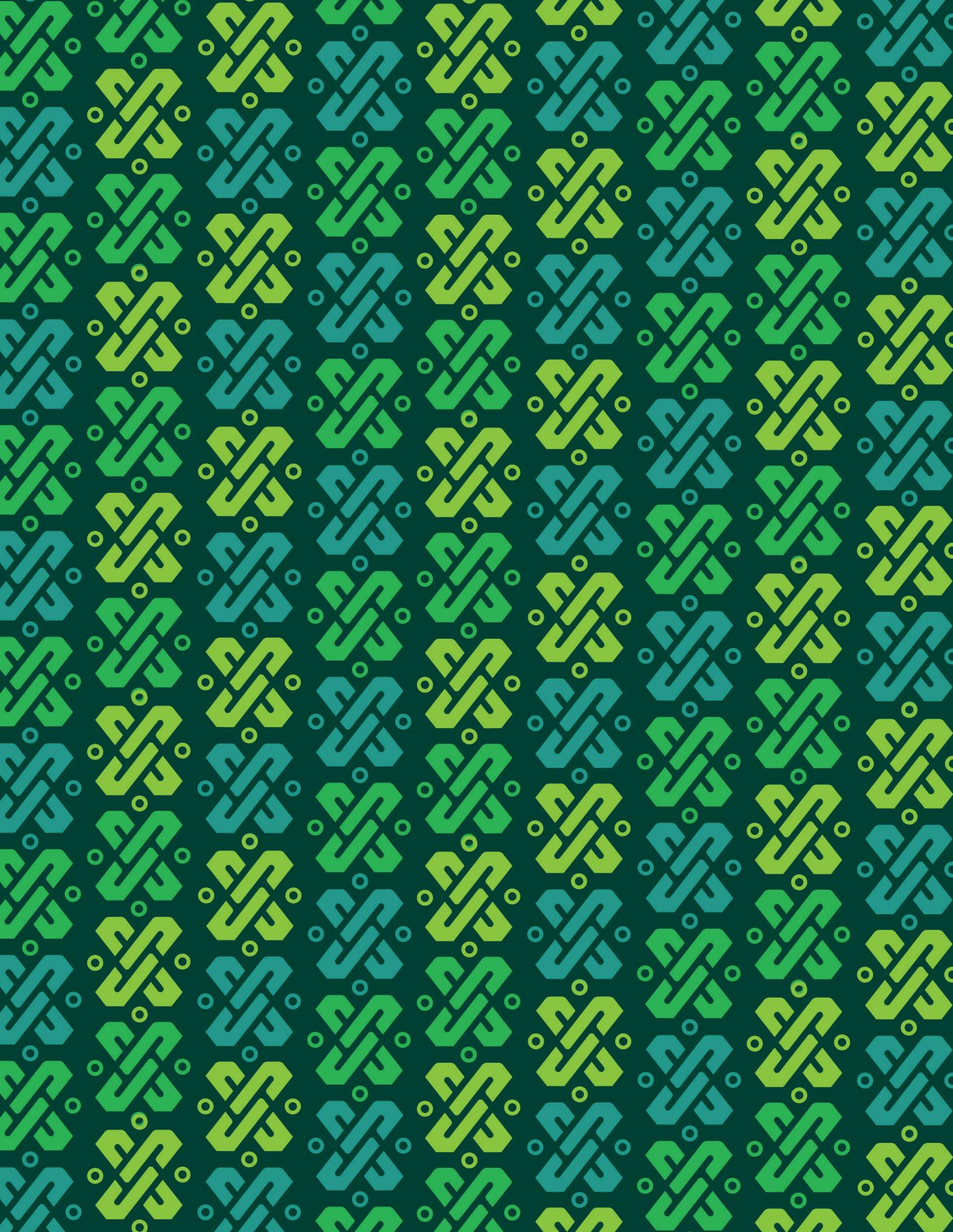
y promover el cuidado de los suelos de conservación y la integración social de sus habitantes mediante el comercio justo. Además de los cuatro Festivales de Flores en Paseo de la Reforma, se realizará una exposición y venta de artesanías y la Exposición de Nacimientos 2019.

Apoyo y Fomento al Arte Popular y Artesanos de la Ciudad de México

En Apoyo y Fomento al Arte Popular y Artesanos se llevan a cabo diversas actividades de las que destacan:

- La elaboración de un padrón de artesanos que participarán en el programa.
- La organización de la entrega del Premio Anual de Arte Popular.
- Se apoyará a la fiesta anual del Mercado de Artesanías de la Ciudadela y se desarrolla el Proyecto Ejecutivo para la remodelación de sus fachadas.
- En el mes de Noviembre, se realizará una Expo Venta de artesanías en el Paseo de la Reforma.







**EJE 4.
PROMOCIÓN
TURÍSTICA EN
MERCADOS
CONSOLIDADOS**



PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

Eje 4. Promoción turística en mercados consolidados

El Gobierno de la Ciudad de México, lleva a cabo acciones estratégicas en materia económica. Por medio de la promoción turística, cada día más visitantes nos eligen como su destino, de tal forma que medios como National Geographic reconocen a la Ciudad de México como destino número uno para viajar en 2019.

Comunicación y Atención Turística a través de Medios Electrónicos

La Secretaría de Turismo, con el objetivo de mejorar la cobertura y calidad de los servicios de información al turista, para promover a la Ciudad de México como destino turístico, así como sus productos turísticos ofertados, desarrolla actividades de investigación, análisis, redacción, toma de material fotográfico y producción de videos que difunden el conocimiento y los atractivos turísticos de la ciudad.

A través de sus plataformas y redes sociales, realizó la difusión y promoción de atractivos, lugares, eventos y estadísticas de la actividad turística en la Ciudad de México con los siguientes alcances:

Página web (www.cdmxtravel.com), las visitas para el periodo enero-agosto de 2019 fueron 1 millón 232 mil 772 sesiones, cabe mencionar que esta cifra fue 9.75 por ciento mayor que la alcanzada en el mismo lapso del 2018.

Facebook (CDMXtravel) durante este periodo 61 mil 586 personas en promedio diariamente señalaron que les gustaban los contenidos de la página; y 181 mil 129 personas en total visualizaron las publicaciones de esta red social.

Twitter (@turismoCDMX) se realizaron un total de 1 mil 289 publicaciones, que incluían imágenes propias y 135 videos elaborados, con los que se invita a visitar la Ciudad de México y a conocer sus diferentes actividades. En relación al alcance de estas publicaciones, fue de 5 millones 502 mil 374 impresiones en algún dispositivo electrónico de seguidores de la cuenta. En lo referente al número de seguidores, se llegó a un total de 254 mil 045 seguidores en esta cuenta de redes sociales. En relación a los videos publicados, se elaboró material por un total de 102 minutos de video, los cuales fueron reproducidos un total de 51 mil 892 veces, mismos que representan una reproducción total de 204 horas continuas de videos.

Facebook (@turismocdmx) Esta cuenta llegó a 652 mil 363 seguidores; el número de publicaciones en esta red social fue de un total de 743 publicaciones, de las cuales 562 contienen material fotográfico y 92 incluyen video; en relación al alcance de las publicaciones, fue de 7 millones 193 mil 302 personas.

Instagram (cdmxtraveloficial) se cuenta con 48 mil seguidores, en las que se ha publicado contenido sobre los atractivos y actividades en la Ciudad de México y que en un total de 141 publicaciones, se ha tenido gran impacto, por ejemplo, una sola publicación alcanzó a 42 mil 074 seguidores.

En lo referente a la página web institucional www.turismo.cdmx.gob.mx, se actualizaron diversos banners que contienen información oportuna para la difusión de actividades como la Cartelera de Turismo Cultural con información de eventos culturales, espectáculos, deportivos y convenciones en la Ciudad de México.





Con motivo de la Feria de la Culturas Amigas celebrada del 31 de mayo al 16 de junio, se realizó una cobertura en redes sociales durante la duración del evento. Asimismo, con el apoyo de la Coordinación General de Proyectos e Innovación, se aplicó un estudio cuantitativo a visitantes y expositores con 1 mil 492 entrevistas a visitantes y 148 entrevistas a expositores de 89 países participantes.

Página web (www.cdmxtravel.com), incremento el número de sesiones a 1 millón 400 mil, con las acciones de actualización, promociones y eventos.

Facebook (CDMXtravel) se incrementó el número de seguidores en 62 mil e incrementaron visualizaciones a 183 mil personas o visitantes potenciales.

Twitter (@turismoCDMX) Se han realizado un total de 650 publicaciones, considerando la promoción a grandes eventos en los meses de agosto y septiembre. En relación a su alcance, se llegó a 3 millones 700 mil impresiones y a 257 mil seguidores. En materia de videos, se elaboraron videos por un total de 30 minutos.

Facebook (@turismocdmx) alcanzaron 654 mil seguidores; con 200 publicaciones mensuales, mismas que contenido de material fotográfico y videos que alcanzaron 3 millones de impresiones.

Instagram (cdmxtraveloficial) con la producción de imagen gráfica de la Ciudad de México y las publicaciones de éstas, se alcanzaron 50 mil seguidores.

En lo referente a www.turismo.cdmx.gob.mx se continuó con la elaboración de estadísticas mensuales y con la actualización de la Cartelera de Turismo Cultural.

Página web (www.cdmxtravel.com), se estima alcanzar 1 millón 500 mil sesiones.

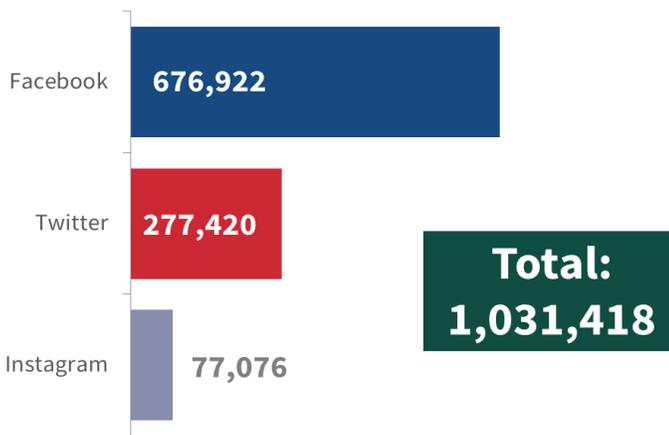
Facebook (CDMXtravel) 64 mil seguidores y 185 mil visualizaciones.

Twitter (@turismoCDMX) Se estima un total de 700 publicaciones, que contempla grandes eventos en los meses de octubre y noviembre. En relación al alcance, se espera llegar a 4 millones de impresiones y una meta de 260 mil seguidores.

Facebook (@turismocdmx) se espera alcanzar 655 mil seguidores; 200 publicaciones mensuales, y 3.1 millones de impresiones.

Instagram (cdmxtraveloficial) con la producción de imagen gráfica de la Ciudad de México, se espera alcanzar un total de 51 mil seguidores.

Número de seguidores en redes sociales



*Cifras al mes de septiembre

Promedio de visitantes mensuales a la Página Web



*Cifras al mes de septiembre



PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

Turismo LGBTTTI

Descripción y objetivo: La Ciudad de México tiene como uno de sus principales objetivos, atender puntualmente al segmento de la comunidad de personas lesbianas, gays, bisexuales, transgéneros, transexuales, travestis e intersexuales (LGBTTTI) que permita garantizar, promover y respetar sus derechos.

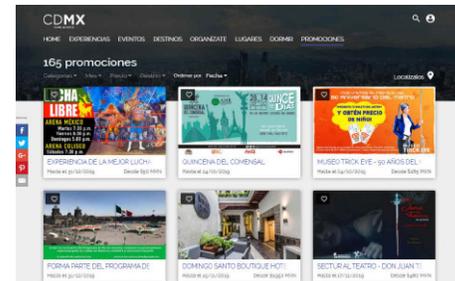
En atención a este segmento se realizó la apertura de la oficina LGBTTTI ante representantes de la diversidad sexual, empresarios claves de la industria turística y medios de comunicación. Asimismo, en el Tianguis Turístico México 2019 dentro del Pabellón de la Ciudad de México, se contó con un área destacada para el segmento LGBTTTI, durante el cual se generaron 135 citas de negocios.

Se difundió y promocionó el Festival Mix: Cine y Diversidad Sexual en espacios del mobiliario urbano con un impacto estimado en 5 millones de personas.

El 28 de junio se organizó la “Noche con Orgullo” durante la cual se difundieron más de 40 actividades con temática LGBTTTI como exposiciones, documentales, recorridos, conferencias, teatro y stand ups, realizadas en 25 lugares emblemáticos de la capital con una asistencia de 1 mil 400 personas, en el marco de la 41 edición de la Marcha del Orgullo de la Ciudad de México.

Se brindó apoyo logístico y de difusión en el desarrollo de la Décima Conferencia Científica Mundial sobre VIH/SIDA mediante la instalación de módulos y equipos de brigadas de información turística. El evento contó con más de 6 mil participantes provenientes de 120 países, estimándose una derrama económica de más de 120 millones de pesos durante sus 6 días de duración.

Se distribuirá la guía digital: Capital LGBTTTI en la cual se difundirán servicios turísticos respetuosos e incluyentes. En su primera edición, tendrá un impacto de 345 mil personas.



Ferias Nacionales

Descripción y objetivo: Las ferias turísticas nacionales son plataformas de difusión de la diversidad de productos y servicios turísticos, durante las cuales los destinos y sus prestadores de servicios turísticos se vinculan con compradores de servicios turísticos nacionales e internacionales.

En la edición XLIV del Tianguis Turístico México en Acapulco, Guerrero se generaron 47 mil 378 citas de negocios, de las cuales se derivaron transacciones por más de 424 millones de pesos, lo que representó un seis por ciento más en comparación con 2018 de acuerdo a la Secretaría de Turismo Federal.

Esta última edición de Tianguis Turístico, representa un récord histórico dado que la Ciudad de México fue anfitriona de 90 prestadores de servicios turísticos y 2 alcaldías, entre quienes, en un pabellón de 288 metros cuadrados generaron 2 mil 860 citas de negocios con compradores de destinos y servicios turísticos nacionales e internacionales.

A lo largo de cuatro días se realizaron actividades paralelas entre las que destacan:



- La Ciudad de México junto con otros 4 estados representados por Guanajuato, Jalisco, San Luis Potosí, y Zacatecas, presentaron ante 133 compradores de destinos y 17 medios de comunicación internacionales, los esfuerzos que habrá de realizar de manera conjunta la Región Centro del país en materia de promoción turística.
- Se suscribieron seis acuerdos de colaboración con Asociaciones de Hoteles y otros destinos del país con el propósito de realizar promociones cruzadas para multiplicar los esfuerzos en temas de estrategias de promoción, que impactan de manera más robusta al mercado nacional.

La Ciudad de México será sede de la primera edición de la feria “Los Mil Sabores de México” con un fin de semana artesanal, cultural, musical, gastronómico y de catas para saborear los destilados más emblemáticos del país. En esta edición se estiman 3 mil 800 asistentes.

Viajes de Promoción

Los viajes de familiarización forman parte medular de la estrategia de promoción turística, ya que muestran los atributos de la Ciudad de México a agencias de viajes y medios de comunicación de forma presencial para su posterior difusión y provocar una imagen positiva de esta metrópoli.

Como parte de estas actividades, la Ciudad de México atendió a 24 viajes de promoción como anfitriona de 610 visitantes nacionales e internacionales, entre representantes de agencias de viajes emisoras de turistas y medios de comunicación en todos sus formatos e influencers. Al periodo que se reporta se obtuvo un valor estimado de publicidad por 375 mil dólares.

Dentro de las actividades de promoción, se realizaron 12 viajes de promoción en la Ciudad de México como anfitriona de 315 visitantes nacionales e internacionales.

La Ciudad de México atenderá 14 viajes de promoción al ser anfitriona de 322 visitantes nacionales e internacionales. Se llevará a cabo la estrategia que permita la operación integral del evento anual denominado "Top 100 Mundial de Aeroméxico"; este evento es el más significativo para la aerolínea ya que durante el mismo se convocan a 120 touroperadores emisores internacionales provenientes de 23 países, como reconocimiento a sus altos niveles de producción. Se ha propuesto que la Ciudad de México sea la anfitriona de este evento, el cual está previsto para finales de octubre o principios de noviembre de este año.



Estrategia de Promoción para Fin de Semana

Descripción y objetivo: Incrementar la llegada de turistas y la ocupación hotelera los fines de semana, fines de semana largos y periodos vacacionales.

A través del micrositio <http://cdmxtravel.com/paquetes> se realiza la difusión de 170 paquetes y productos turísticos concebidos por diversos prestadores de servicios turísticos. En su etapa inicial de lanzamiento del micrositio (23 al 30 de junio), se tuvo un registro de 5 mil impactos generados.



PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

Entre enero y junio de 2019, la ocupación hotelera en fin de semana se establece en 64 por ciento, mientras que de junio a agosto de 2019 en 66 por ciento.

Al final de 2019, se contarán con más de 190 promociones turísticas exclusivas de los actores más representativos de la industria turística de esta ciudad.

Campañas de Promoción

Descripción y objetivo: Las campañas de publicidad tienen como objetivo atraer más visitantes así como enaltecer los atractivos turísticos representativos de sus 16 alcaldías con un enfoque especial hacia el turismo social.

La campaña invernal “Diciembre me gustó” tuvo 23 millones de impactos generados a través de diversos medios de publicitarios como espectaculares, prensa, radio, televisión, medios digitales y redes sociales. Ésta tuvo una repercusión positiva en la ocupación hotelera y derrama económica en Semana Santa 2019, misma que se ubicó en 1 mil 800 millones de pesos para Semana Santa y 2 mil millones para Semana de Pascua con una variación en la ocupación de 4 puntos más respecto del mismo periodo de 2018.

A partir del lanzamiento por parte de la Jefa de Gobierno el pasado 25 de junio, la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México utilizó sus portales y redes sociales para difundir al destino como la Capital Cultural de América, así como su programa promocional de paquetes turísticos de fin de semana.

Se estima impactar a una audiencia de 17 millones de personas, potenciales consumidoras de servicios turísticos.

El Gobierno de la Ciudad de México, apoya a siete festivales culturales con alcances nacionales e internacionales con beneficio a la ciudadanía, pues permiten el acceso al arte y cultura de la Ciudad de México a través de las expresiones artísticas; asimismo, se enfilan acciones para fomentar el turismo en diferentes vertientes para propiciar bienestar económico en la industria turística y generación de empleo a los habitantes de la ciudad, participando en doce eventos en el segmento del turismo de negocios, gastronómico y deportivo, con acontecimientos de importancia internacional y nacional. En conjunto estos eventos fomentan el turismo en la Ciudad de México y promueve el posicionamiento de la marca Ciudad de México (CDMX) como una ciudad destino turístico cultural, lo que se ve reflejado en la promoción de todos los proyectos y ferias en los que se difunde a la Ciudad de México para el mercado nacional e internacional como Capital Cultural de América.

Fiesta de Trova y Canción Urbana, a través del evento denominado Cantares, proyecto realizado en coordinación interinstitucional, se promueve la participación de nuevos talentos de la trova y la canción urbana, con conciertos de cantautores y trovadores de la ciudad en distintas plazas públicas, organizando clínicas y talleres de músicos invitados y reconocimiento a la trayectoria de músicos renombrados. Se contó con la asistencia de 100,000 personas.

Gira del Festival Internacional de Cine de la Universidad Nacional Autónoma de México, muestra la oferta cultural de cine independiente nacional e internacional de corte autorial con mayor impacto que aproxima las artes cinematográficas a las zonas más desfavorecidas del país, a través de 240 proyecciones con 20 sedes nacionales, se estima una afluencia de 11 mil personas.

*Diciembre
me gustó...*

para disfrutar la
Ciudad de México

y visitar el
Monumento a la
Revolución

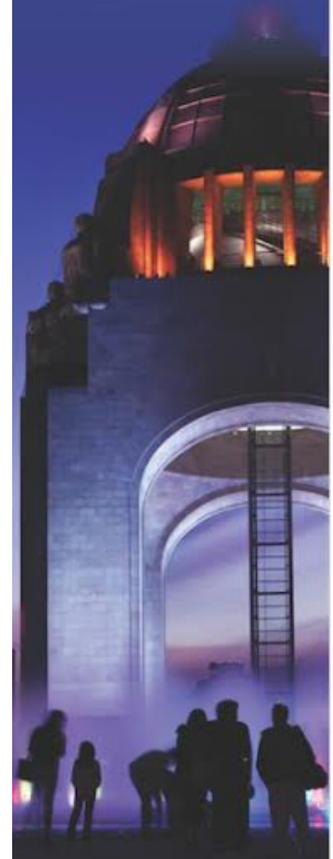


Foto: Brenda Islas



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

CDMX

www.turismo.cdmx.gob.mx

Ferias Internacionales

El Gobierno de la Ciudad de México, a través del Fondo Mixto de Promoción Turística, participó en las siguientes Ferias Internacionales:



Feria Internacional de Turismo, realizada en Madrid, España se concretaron dos convenios, uno con Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio, S.A. y otro con CEF Universidad a distancia de Madrid e Instituto Iberoamericano de Movilidad Internacional, ambos con el objeto de promover a la Ciudad de México en Madrid, en la edición 2019 se realizaron 72 reuniones de trabajo y una asistencia a la feria de 253,000 personas, que representó un 80 por ciento en relación con 2018, en la cual se realizaron únicamente 38 reuniones de trabajo por parte de la CDMX.

Vitrina Turística de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO) en Bogotá, Colombia, el Gobierno de la Ciudad de México lleva la oferta de la infraestructura, conectividad, productos, servicios e innovaciones de la Capital a Colombia que representa nuestro segundo mercado internacional, con el objeto de generar tráfico de turistas y por lo tanto aumento de la derrama económica y en la estadía de visitantes, en la edición de 2019 se realizaron 84 reuniones de trabajo que representó más del 100 por ciento que el año inmediato anterior, así como la asistencia de 38 mil 500 visitantes con una afluencia de superior a 2018 del 4 por ciento.



ITB Berlín, Alemania, se posiciona como una de las ferias más destacadas de Europa y del mundo, presenta países, destinos, operadores, reservas, hoteles y actividades que el turista desea realizar, en la edición 2019, reunió a compradores, expositores y visitantes de más de 180 países de 5 continentes: 79 por ciento Europa, 10 por ciento Asia, 5 por ciento América, 5 por ciento África y 1 por ciento Oceanía, se realizaron más de 34 citas de trabajo y se contó con la asistencia de 160 mil visitantes.

Arabian Travel Market, en Dubai, evento mundial líder para la industria de viajes entrantes y salientes de Oriente Medio se promovió a la Ciudad de México como destino turístico, esta feria atrae a 2,500 expositores de 153 países, con una asistencia de 28,000 personas. En este evento, se realizaron 24 citas de trabajo con diversos actores del sector.



IMEX Frankfurt, Alemania, la feria más importante para viajes de incentivo en Alemania, se promocionó a la Ciudad de México como destino turístico, con el propósito de acceder a público especializado del sector turístico y de negocios, se reunieron expositores procedentes de 160 países para interactuar con tomadores de decisiones globales con poder de compra. Para la edición 2019 asistieron 7,793 personas y se llevaron a cabo 69 reuniones de trabajo, 42 más que en 2018.

IBTM Americas, en Ciudad de México. IBTM Americas es una de las plataformas de negocios para la industria de reuniones más importantes de América Latina y del mundo, participaron como expositores en el pabellón de la CDMX 20 integrantes del segmento de reuniones, como beneficio para la Capital se obtuvo la sede de esta feria para el año 2020. En esta edición se realizaron 92 citas de trabajo, 19 más que el año inmediato anterior y la afluencia creció el 5 por ciento ascendiendo a 4 mil visitantes.

Women's Forum Americas, en la Ciudad de México, encuentro que posicionó al turismo como herramienta que promueve la igualdad de hombres y mujeres y los derechos humanos, con el fin de identificar enfoques innovadores para



PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

empoderar a las mujeres y asegurar una sociedad inclusiva. En la edición 2019 asistieron 900 personas, lo que representa un aumento del 6 por ciento en relación con 2017, además contó con 150 interlocutores en 30 sesiones de trabajo.

Promoción de la Ciudad de México en Aerolíneas Comerciales: campaña estratégica que difunde la oferta cultural, gastronómica, deportiva, de negocios, religiosa de la Ciudad de México y la marca CDMX, aprovechando la infraestructura de aerolíneas posicionadas en el mercado que concentra destinos y pasajeros de diversas regiones, para interesar al turista nacional y extranjero a que visite la ciudad, alcanzando los resultados siguientes: 60 aviones, 4,236 vuelos y 489,087 impactos con Interjet; 20 aviones, 3,885 vuelos y 307,375 impactos con Viva Aerobús.

Diálogos de verano evento de coordinación interinstitucional que aborda problemas contemporáneos mediante divulgación científica y las humanidades, con una afluencia de 125 mil personas que representa un incremento del 3 por ciento frente a 2018.

Dentro de los eventos apoyados a través del Fondo Mixto de Promoción Turística destacan los siguientes:

E-Cuerpo encuentro internacional de arte & tecnología Wearable, fashion-Tech y nuevas tecnologías, espacio de curaduría, difusión y encuentro de proyectos visionarios y actuales referentes al arte y tecnología vestible y nuevas tecnologías en el contexto global. Impulsa la innovación y exploración de nuevos paradigmas tecnológicos, vincula arte, moda y tecnología. Con alcances en redes sociales: Twitter: 27 mil 491 impactos, 2 mil 462 visitas al perfil; Instagram: 4 mil 180 impactos/interacciones.

Festival Internacional de Artes Escénicas, proyecto realizado en coordinación interinstitucional, impulsa el sistema de teatros, incluyendo distintas expresiones contemporáneas del teatro, la danza, la multidisciplina, el circo, el cabaret y el teatro de calle, así como el desarrollo de talleres, conferencias y actividades complementarias. Con actividades en ocho teatros y ocho sedes al aire libre así como funciones gratuitas.

Viernes de karaoke para fortalecer la Ciudad de México como destino turístico y a la vez robustezca a la Ciudad de México como Capital Cultural de América.

Festival Ambulante, evento posicionado que permite promover a la Ciudad de México como destino cultural y de expresiones de cine documental nacional a nivel internacional, a través de reuniones con los principales distribuidores, productores y agentes de venta de Perú, promoviendo a la Ciudad de México como ciudad destino cultural y fortaleciéndola como la Capital Cultural de América.

Expo Alcaldías, la Feria de tu Ciudad 2019, foro que impulsa y fomenta el desarrollo turístico, gastronómico, cultural y económico de la ciudad, mediante el acercamiento de los referentes de arte, productos y servicios de las 16 demarcaciones de la ciudad, con un beneficio a expositores de todas las alcaldías. Con 16 mil 200 asistentes que representa un crecimiento del 4.5 por ciento en relación con 2018.

Se apoya en la realización de ferias, festivales, fiestas, expos y un desfile, con los que se difunden expresiones culturales y artísticas para impulsar los espacios públicos y contenidos turísticos de la Capital, promover la Ciudad de México y posicionar la marca CDMX, al mismo tiempo que se realizan acciones tendientes a cumplir con el punto 89 del informe de 200 días del Gobierno de



la Ciudad de México, acciones que se detallan a continuación:



Feria de las Culturas Indígenas, Pueblos y Barrios Originarios, evento coyuntural de carácter interinstitucional, programado a realizarse en los meses de agosto y septiembre con el objeto de promover el conocimiento de la diversidad cultural de los pueblos indígenas del país y de los barrios originarios de la ciudad, con muestras de trabajo artesanal, gastronomía, así como de múltiples expresiones artísticas y culturales vivas. Se estima una participación de 650 expositores artesanales.

Promoción de la Ciudad de México y su marca CDMX en el Pabellón Mexico City Room-Pekín 122 ventanas en la Semana del Diseño de Beijing a realizarse en el mes de septiembre, presentando una muestra de creatividad y diseño que se desarrolla en la Ciudad de México. Se estima una asistencia de 9 millones de visitantes, lo que representa un incremento del 12.5 por ciento con respecto a su edición 2018; asimismo se espera que interactúen 22 millones de usuarios, que representa el 10 por ciento de incremento frente a su edición 2018.



JATA Tourism Expo, Japón 2019, a realizarse durante el mes de septiembre con el objeto de promover a la Ciudad de México. Se estima realizar 20 citas de trabajo, encuentros uno a uno, networking, con el objeto fomentar el turismo de diversión, compras, gastronómico, deportivo y cultural.

Asamblea General Ordinaria de la Asociación de la Heroica Escuela Naval Militar a realizarse en la Ciudad de México durante el mes de octubre con 2,100 participantes.

World Travel Market London, a realizarse en el mes de noviembre con el objeto de promover a la Ciudad de México, para obtener 20 citas de trabajo, con los 51 mil visitantes esperados, a fin de que conozcan la infraestructura de la industria turística de la ciudad, para posibles postulaciones como sede eventos.

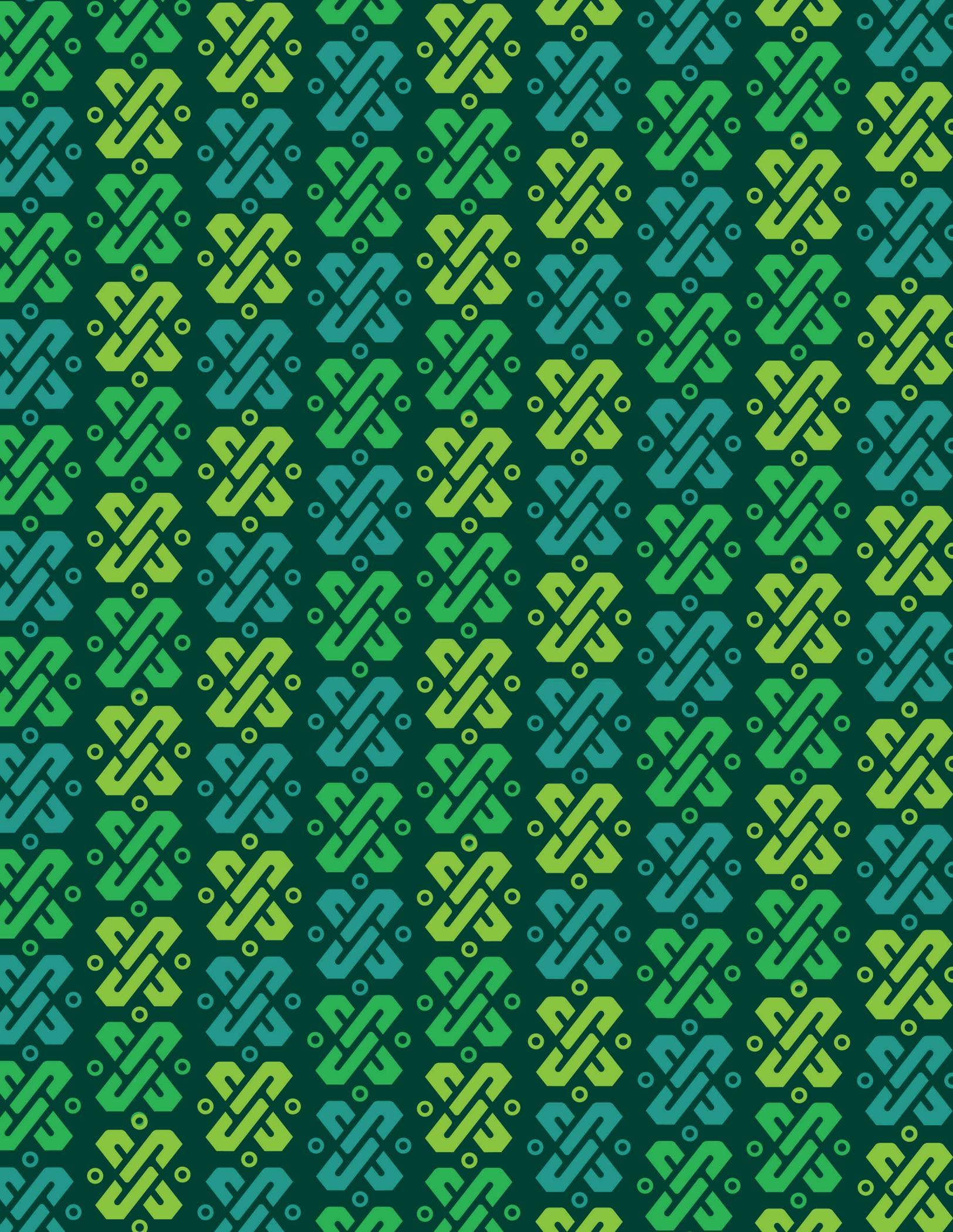
Activación de la Ciudad de México a realizarse en el mes de noviembre en Madrid España, se espera contar con 25 mil espectadores locales y extranjeros.

Vinculación Institucional

Descripción y objetivo: Las Alianzas Estratégicas le permiten a la Ciudad de México establecer vínculos medulares con los sectores públicos, privados y los principales actores representantes de la actividad empresarial turística.

Se restableció un plan de apoyo logístico y de gestión ante diversas dependencias que facilitaron a las televisoras “Zhe Jiang” de la República Popular China y “Channel TvN” de la República de Corea, generar contenido turístico y cultural representativo de las costumbres y lugares emblemáticos de las alcaldías de Benito Juárez, Cuauhtémoc, Gustavo A. Madero y Xochimilco, para ser transmitido hasta Asia ante una audiencia de más de mil millones de personas.

Adicionalmente, se generó un boletín digital turístico mensual que permite difundir eventos culturales, turísticos, exhibiciones y datos estadísticos relevantes para la actividad turística y cultural de la Ciudad de México, el cual se distribuye a 2 mil representantes estratégicos de la industria del turismo del destino. Al cierre de 2019, el boletín digital turístico, se habrá difundido a 48 mil representantes estratégicos.





GLOSARIO



PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Diciembre 2018 - Septiembre 2019

Glosario

Actividad Turística: Las que realizan las personas durante sus viajes y estancias temporales en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines de ocio, recreación, placer, descanso y otros motivos, independientemente de su lugar de origen, raza, religión, identidad sexual o cualesquier otras particularidades humanas.

Alcaldías: Los órganos político-administrativos en cada demarcación territorial;

Atlas Turístico de México: En términos de la Ley General, es 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 (de acuerdo a la Ley de Turismo del Distrito Federal vigente): El registro sistemático de carácter público de todos los bienes, recursos naturales y culturales que puedan constituirse en atractivos turísticos, sitios de interés y en general todas aquellas zonas y áreas territoriales del desarrollo del turismo, con que cuenta la Ciudad de México.

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.

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.

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.

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 las que se encuentra a menudo la comunidad de acogida; los destinos turísticos locales pueden establecer lazos y redes entre sí para constituir destinos mayores.

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.

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

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.

Líneas de Producto Turístico: Tipos de productos turísticos agrupados de acuerdo a una oferta específica:

a) **Turismo de Naturaleza:** La categoría de turismo que tiene como fin realizar actividades recreativas en contacto con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar de la conservación de los elementos y recursos naturales y culturales. El Turismo de Naturaleza incluye ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural:

I. **Ecoturismo:** La categoría de turismo de naturaleza basada en que la motivación principal de los turistas sea la observación, el conocimiento, y apreciación de la naturaleza, 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.

II. **Turismo de Aventura:** La categoría de turismo de naturaleza en la que se realizan diferentes actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, donde se participa en integración con el ambiente, respetando el patrimonio natural,



cultural, turístico e histórico.

III. **Turismo Rural:** La categoría de turismo de naturaleza que consiste en realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, ejido o pueblo indígena, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma con fines culturales, educativos y recreativos, que le permiten conocer los valores culturales, forma de vida, usos y costumbres y aspectos de su historia, promoviendo con ello la generación de ingresos adicionales a la economía rural y a la preservación de los ecosistemas en los que habitan.

b) **Turismo Cultural:** Se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico. El Turismo Cultural incluye rutas patrimoniales, turismo patrimonial, turismo de barrio, turismo gastronómico, turismo de artes y turismo religioso:

I. **Turismo Patrimonial:** Es el turismo vinculado con la interpretación y representación del pasado, que refiere visitas y actividades para conocer sitios, bienes y expresiones patrimoniales como museos, palacios, sitios arqueológicos, monumentos, arquitectura, entre otros.

II. **Turismo de Barrio:** La categoría del turismo cultural en la cual el turista tiene experiencias interactivas en espacios urbanos con fines culturales, educativos y recreativos, que involucran las actividades de la comunidad local: oficios, arte, música, gastronomía, fiestas y celebraciones, entre otras, lo que promueve la generación de ingresos adicionales para sus habitantes;

III. **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.

IV. **Turismo de Artes:** Es la actividad turística que se desarrolla en torno a las artes tales como el cine, la danza, la música, la pintura y el teatro, que considera actividades como festivales, muestras de cine, galerías de arte, conciertos, y sitios de interés literario y fílmico.

V. **Turismo Gastronómico:** Es la categoría de turismo que se refiere a los viajes que realizan los turistas para probar o conocer de la gastronomía de un país o región.

c) **Turismo Reuniones:** Es la línea de producto turístico relacionado con los congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivo y otros eventos de características similares.

d) **Turismo Deportivo:** Es la actividad turística que es motivada por la asistencia a eventos deportivos pudiendo ser competitivos o no competitivos, y de carácter internacional, nacional, regional o local.

e) **Turismo de Salud y Bienestar:** Se define como aquel viaje turístico motivado Para obtener tratamientos terapéuticos y preventivos de mejora del bienestar físico y mental, a la vez que se visita el destino.

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.

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.

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: El conjunto de actividades, estrategias y acciones de comunicación persuasiva, que tienen por objeto dar a conocer en los ámbitos regional, nacional e internacional los atractivos turísticos, el patrimonio turístico y los servicios turísticos de la Ciudad de México

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

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

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

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



Segmento de Mercado: Es la clasificación del mercado turístico en función de las características específicas de la demanda turística.

a) **Turismo Social:** Encaminado a que las personas de cualquier nivel socioeconómico, accedan a los atractivos turísticos de la Ciudad de México.

b) **Turismo Accesible:** Se trata del fomento a la inclusión para que personas con discapacidad disfruten y realicen las actividades recreativas de los destinos turísticos.

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

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

Turismo OMT: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros (UNWTO: COLLECTION OF TOURISM EXPENDITURE STATISTICS, TECHNICAL MANUAL, 1995, pág. 1).

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.

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”.





ANEXO ESTADÍSTICO



Resumen de Indicadores Turísticos

Enero - Julio 2009-2019

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019/p
Habitaciones en hoteles	48,723	48,790	48,592	48,463	49,101	49,655	50,353	51,560	52,042	51,923	51,369
Porcentaje de Ocupación en hoteles	43.63	49.98	54.22	59.21	62.51	64.59	65.01	65.69	68.49	69.86	66.18
Llegada de Turistas hospedados en hoteles	5,432,691	6,186,003	6,900,896	6,832,819	7,127,540	7,290,787	7,464,592	7,464,824	7,578,044	7,733,183	7,787,485
Nacionales	4,415,955	5,133,889	5,702,578	5,510,193	5,835,844	5,903,322	5,921,041	5,854,716	5,939,476	6,060,349	5,802,443
Internacionales	1,016,736	1,052,114	1,198,318	1,322,626	1,291,696	1,387,465	1,543,551	1,610,108	1,638,568	1,672,834	1,985,042
Turistas Noche ^{2/} en hoteles	9,510,536	11,374,570	13,107,054	13,281,490	13,380,440	13,210,855	15,520,487	16,794,839	18,690,313	19,105,564	17,032,296
Nacionales	7,470,511	9,087,089	10,369,291	10,458,673	10,676,770	10,197,849	11,599,130	12,351,748	13,715,061	14,017,900	12,377,955
Internacionales	2,040,025	2,287,481	2,737,763	2,822,817	2,703,670	3,013,006	3,921,357	4,443,091	4,975,252	5,087,664	4,654,341
Cuartos Ocupados ^{2/} en hoteles	4,505,696	5,149,699	5,584,951	6,021,010	6,520,425	6,786,757	6,922,753	7,175,470	7,529,734	7,689,893	7,186,700
Nacionales	3,589,482	4,134,099	4,447,999	4,748,753	5,218,543	5,318,105	5,307,084	5,572,850	5,909,386	6,034,806	5,286,195
Internacionales	916,214	1,015,600	1,136,952	1,272,257	1,301,882	1,468,652	1,615,669	1,602,620	1,620,348	1,655,086	1,900,505
Estadía ^{3/} en hoteles	1.75	1.84	1.90	1.94	1.88	1.81	2.08	2.25	2.47	2.47	2.19
Nacionales	1.69	1.77	1.82	1.90	1.83	1.73	1.96	2.11	2.31	2.31	2.13
Internacionales	2.01	2.17	2.28	2.13	2.09	2.17	2.54	2.76	3.04	3.04	2.34
Densidad ^{4/} en hoteles	2.11	2.21	2.35	2.21	2.05	1.95	2.24	2.34	2.48	2.48	2.37
Derrama total de turistas hospedados en hoteles (mdd) ^{5/}	1,646.5	1,932.5	2,333.8	2,277.5	2,482.5	2,675.9	2,614.8	2,509.6	2,546.5	2,599.5	3,234.0
Derrama total de turistas hospedados en hoteles (mdp) ^{5/}	22,933.0	24,492.2	27,545.3	30,081.2	31,253.3	35,034.4	39,872.4	45,523.8	48,686.8	49,520.0	61,921.8
Llegada de extranjeros por el AICM ^{6/}	1,080,873	1,346,415	1,193,080	1,393,897	1,494,428	1,666,384	1,906,714	2,208,106	2,584,158	2,835,321	2,944,387

Notas:

p/ Cifras preliminares.

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

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

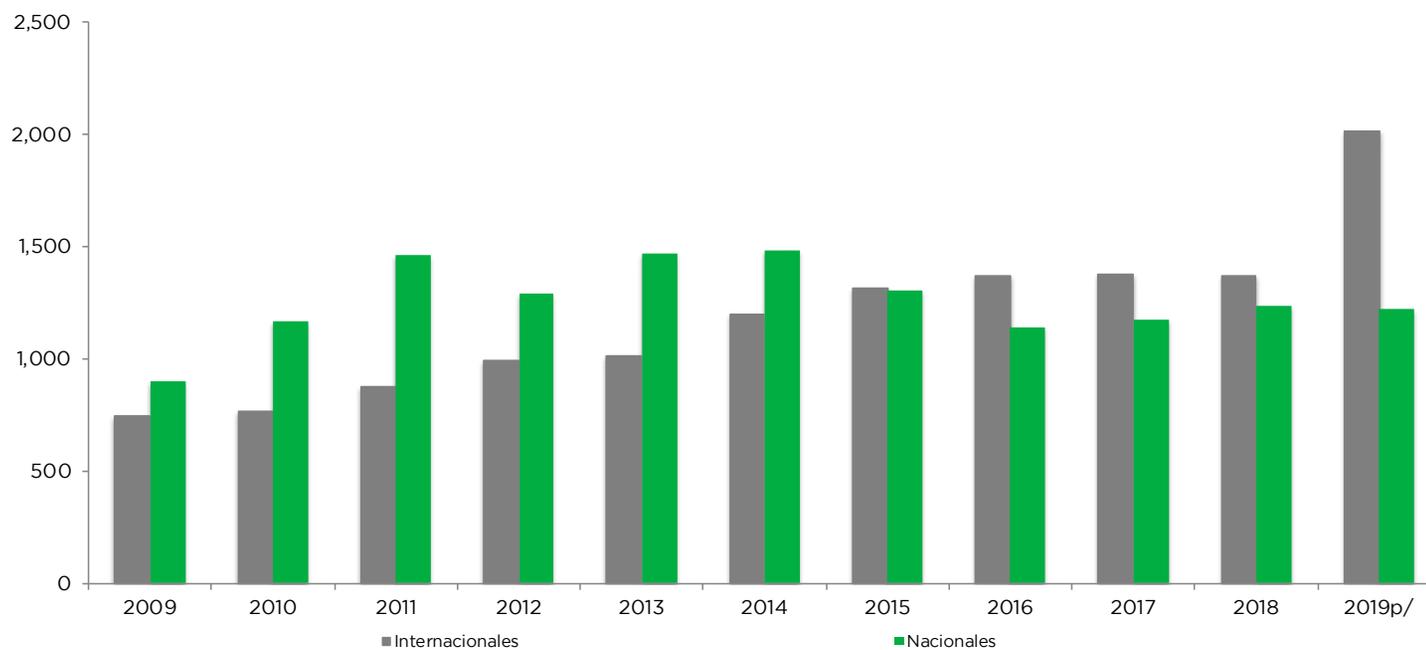
3/ Lapso de permanencia de una persona o personas en determinado lugar.

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

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

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

Derrama económica de los turistas hospedados en hoteles 1/ (millones de dólares) Enero - Julio 2009-2019



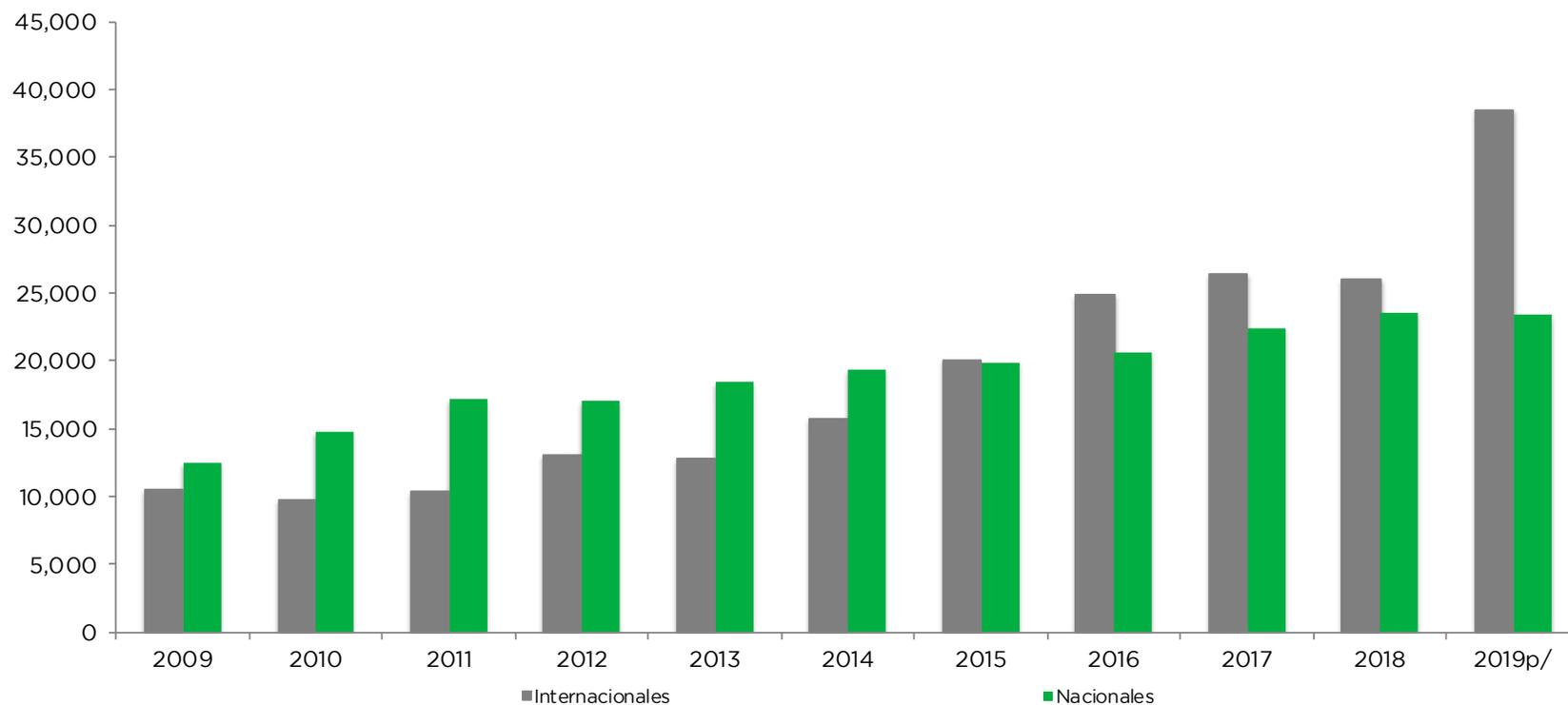
Turistas	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
Internacionales	734.7	727.5	732.1	747.8	784.0	863.7	852.0	850.4	838.5	816.2	1001.1
Nacionales	203.7	227.3	255.4	233.8	251.9	250.3	219.5	194.8	197.4	203.6	214.8
Gasto Promedio	303.1	312.4	338.2	333.3	348.3	367.0	350.3	336.2	336.0	336.2	417.3

p/ Cifras preliminares.

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Derrama económica de los turistas hospedados en hoteles 1/

(millones de pesos)
Enero - Julio 2009-2019



Turistas	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
Internacionales	10,464.1	9,704.0	10,360.2	13,065.8	12,752.4	15,694.4	20,028.8	24,862.5	26,349.3	26,026.2	38,508.6
Nacionales	12,469.0	14,788.2	17,185.1	17,015.4	18,500.9	19,340.0	19,843.6	20,661.3	22,337.5	23,493.9	23,413.2
Total	22,933.0	24,492.2	27,545.3	30,081.2	31,253.3	35,034.4	39,872.4	45,523.8	48,686.8	49,520.0	61,921.8

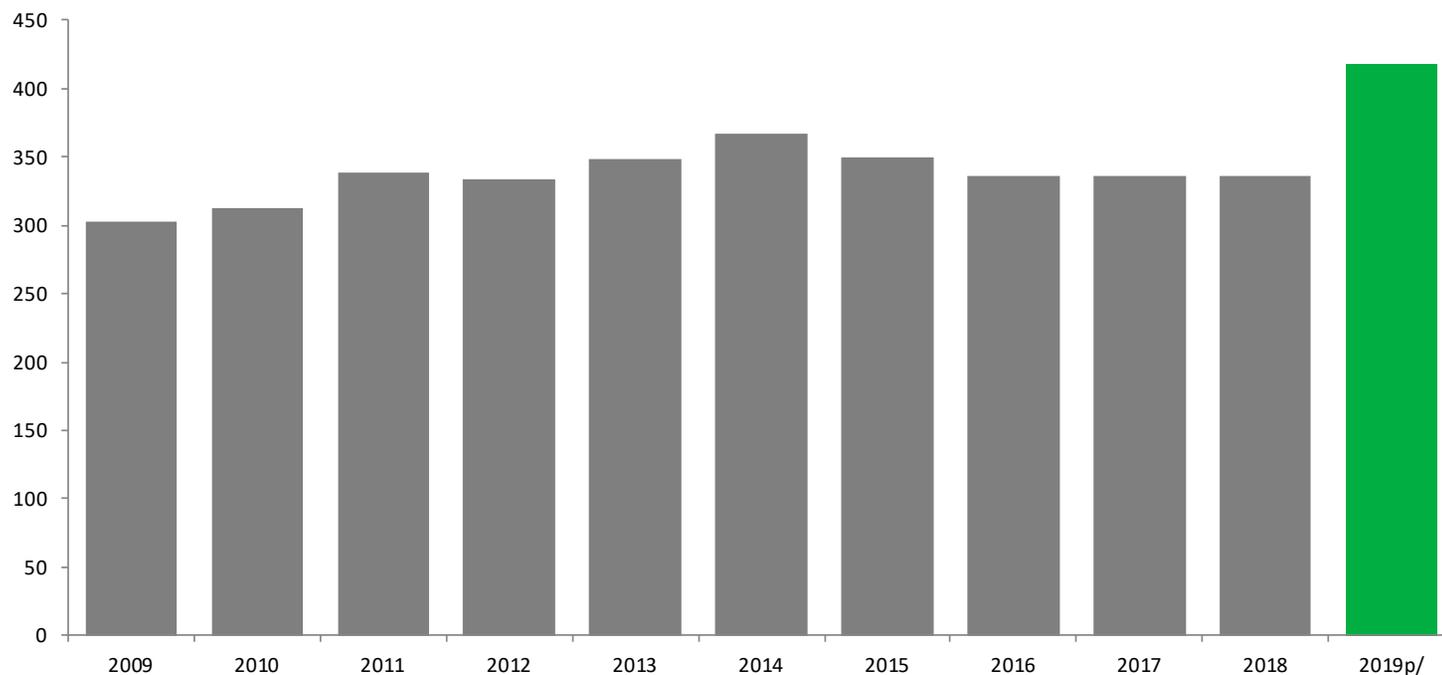
p/ Cifras preliminares.

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Gasto promedio por turista hospedado 1/

(dólares)

Enero - Julio 2009-2019



Turistas	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
Internacionales	734.7	727.5	732.1	747.8	784.0	863.7	852.0	850.4	838.5	816.2	1001.1
Nacionales	203.7	227.3	255.4	233.8	251.9	250.3	219.5	194.8	197.4	203.6	214.8
Gasto Promedio	303.1	312.4	338.2	333.3	348.3	367.0	350.3	336.2	336.0	336.2	417.3

1/ Se refiere a la erogación media realizado por turista.

NOTA: A partir de Octubre 2018, se modificó la metodología de cálculo del Gasto Medio por Turista Internacional. Era elaborado por BANXICO, y desde entonces por el INEGI.

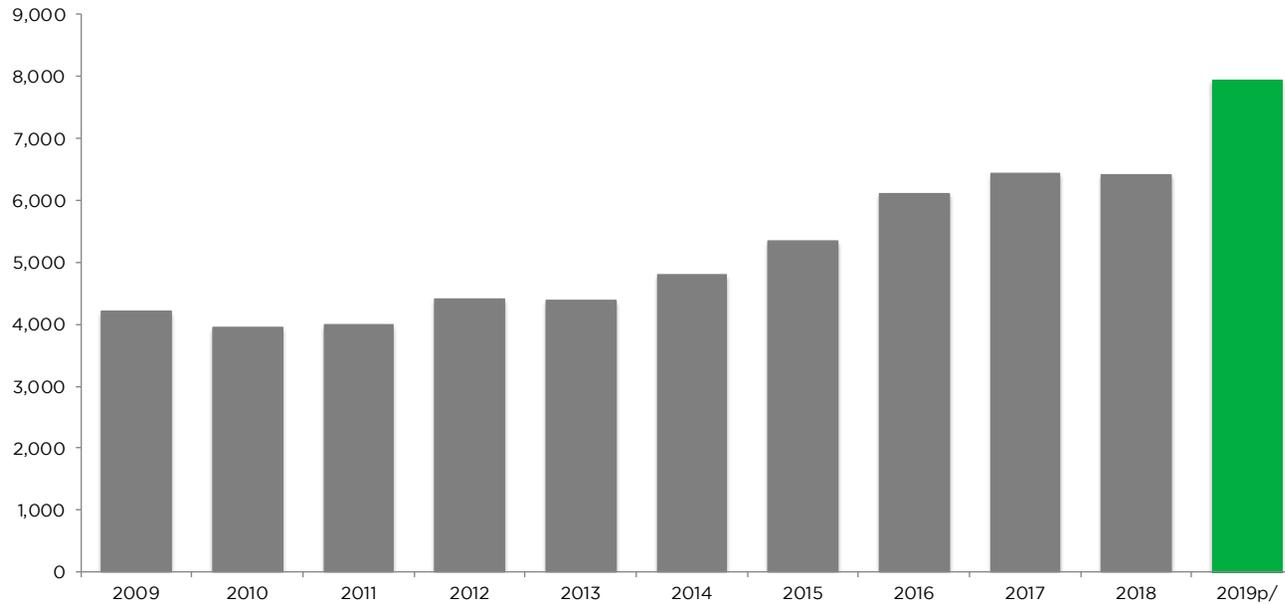
p/ Cifras preliminares.

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Gasto promedio por turista hospedado 1

(pesos)

Enero - Julio 2009-2019



Turistas	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
Internacionales	10,291.8	9,223.3	8,645.6	9,878.7	9,872.6	11,311.6	12,975.8	15,441.5	16,080.7	15,558.1	19,074.9
Nacionales	2,823.6	2,880.5	3,013.6	3,088.0	3,170.2	3,276.1	3,351.4	3,529.0	3,760.9	3,876.7	4,093.0
Gasto Promedio	4,221.3	3,959.3	3,991.6	4,402.5	4,384.9	4,805.3	5,341.5	6,098.4	6,424.7	6,403.6	7,951.5

1/ Se refiere a la erogación media realizado por turista.

p/ Cifras preliminares

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Turistas hospedados en hoteles 1/

Enero - Julio 2009-2019

Mes	2009		2010		2011		2012		2013		2014	
	Nacionales	Internacionales										
Enero	672,143	162,987	719,079	138,254	619,757	132,111	707,701	127,961	755,895	164,179	841,582	193,397
Febrero	657,792	154,665	722,182	150,788	791,257	150,404	730,870	180,389	813,593	190,857	726,914	200,963
Marzo	708,917	187,781	710,778	166,300	927,929	200,044	857,077	218,108	989,509	201,431	826,578	193,599
Abril	665,390	179,087	750,275	152,028	817,139	162,190	785,805	218,248	773,840	182,693	908,346	195,876
Mayo	319,332	54,906	685,341	164,521	898,141	204,263	734,301	170,018	889,122	191,213	841,925	209,367
Junio	548,973	104,946	729,249	144,740	729,432	175,512	773,644	211,832	783,838	180,495	823,671	220,176
Julio	843,408	172,364	816,985	135,483	918,923	173,794	920,795	196,070	830,047	180,828	934,306	174,087
Agosto	740,237	237,972	839,307	140,682	900,958	143,844	966,184	185,546	854,165	169,258	893,316	223,116
Septiembre	578,039	204,453	758,282	190,344	865,636	170,309	951,529	214,272	816,266	212,684	928,003	194,788
Octubre	788,651	161,417	789,530	154,023	957,994	194,890	945,176	192,372	908,913	216,177	927,200	268,069
Noviembre	836,949	175,210	932,458	152,153	908,898	182,814	810,532	183,829	1,090,584	277,519	944,911	256,932
Diciembre	654,193	156,695	790,667	141,241	970,378	183,419	844,921	178,303	792,758	211,353	910,054	258,088
Total	8,014,024	1,952,483	9,244,133	1,830,557	10,306,442	2,073,594	10,028,535	2,276,948	10,298,530	2,378,687	10,506,806	2,588,458

Mes	2015		2016		2017		2018		2019p/	
	Nacionales	Internacionales								
Enero	737,023	185,057	730,896	199,217	728,584	208,052	744,773	212,884	729,768	235,229
Febrero	816,548	255,753	725,915	192,773	707,054	197,291	722,420	201,832	754,516	241,910
Marzo	819,108	227,518	964,283	247,444	916,923	256,014	937,161	261,945	910,811	303,310
Abril	953,762	235,045	930,039	214,934	955,294	221,741	976,584	226,956	870,938	285,079
Mayo	775,986	211,069	803,135	252,117	879,485	248,257	897,407	253,473	787,955	292,558
Junio	877,965	221,006	778,320	234,302	804,509	238,386	818,433	242,413	885,136	301,110
Julio	940,649	208,103	922,128	269,321	947,627	268,826	963,571	273,331	863,319	325,846
Agosto	877,084	245,136	845,943	291,963	884,190	317,965	899,259	323,014		
Septiembre	869,099	215,440	950,118	269,143	930,902	272,533	947,217	276,256		
Octubre	960,459	239,881	989,625	318,679	971,231	324,450	983,081	327,740		
Noviembre	923,965	224,568	1,029,384	262,558	1,005,192	286,736	1,015,811	289,046		
Diciembre	864,973	239,811	902,847	257,671	902,228	273,387	912,585	275,017		
Total	10,416,621	2,708,387	10,572,633	3,010,122	10,633,219	3,113,640	10,818,302	3,163,907	5,802,443	1,985,042

1/ Visitante que permanece por lo menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

p/ Cifras preliminares.

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Turistas hospedados en hoteles por categoría

Enero - Julio 2009-2019

Categoría	2009		2010		2011		2012	
	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales
5 Estrellas	836,073	449,216	1,046,539	506,992	1,229,924	568,158	1,302,616	623,103
4 Estrellas	810,117	382,028	967,510	353,555	1,126,106	338,812	1,170,330	426,139
3 Estrellas	834,460	71,038	976,422	101,191	1,156,956	155,121	1,299,126	122,801
2 Estrellas	1,027,155	86,852	940,243	61,756	924,860	94,761	860,948	104,921
1 Estrella	488,497	1,388	582,319	7,051	629,989	6,166	648,998	14,325
Sin Clasificar 1/	419,653	26,214	620,856	21,569	634,743	35,300	228,175	31,337
Total	4,415,955	1,016,736	5,133,889	1,052,114	5,702,578	1,198,318	5,510,193	1,322,626

Categoría	2013		2014		2015		2016	
	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales
5 Estrellas	1,321,302	654,223	1,209,632	626,077	1,128,916	613,939	1,258,265	627,557
4 Estrellas	1,230,603	387,801	1,168,215	370,650	1,365,179	480,125	1,720,904	476,766
3 Estrellas	1,289,712	99,905	1,441,862	184,495	1,619,501	205,156	1,512,738	181,167
2 Estrellas	806,742	82,562	938,923	73,354	820,450	60,030	700,294	88,914
1 Estrella	789,150	54,308	641,326	71,050	687,239	93,345	551,249	75,401
Sin Clasificar	398,335	12,897	503,364	61,839	299,756	90,956	111,266	160,303
Total	5,835,844	1,291,696	5,903,322	1,387,465	5,921,041	1,543,551	5,854,716	1,610,108

Categoría	2017		2018		2019p/	
	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales
5 Estrellas	1,265,000	661,625	1,286,581	673,888	1,465,292	766,269
4 Estrellas	1,760,014	493,556	1,806,229	506,469	1,380,003	383,296
3 Estrellas	1,529,335	166,280	1,553,122	168,881	1,394,609	354,233
2 Estrellas	717,773	83,097	734,851	85,062	754,593	143,914
1 Estrella	559,217	75,358	569,275	76,720	599,728	84,337
Sin Clasificar	108,138	158,652	110,291	161,814	208,218	252,993
Total	5,939,476	1,638,568	6,060,349	1,672,834	5,802,443	1,985,042

p/ Cifras preliminares.

NOTA: A partir de 2018 se consideran seis categorías: Sin clasificar, 1 Estrella, 2 Estrellas, 3 Estrellas, 4 Estrellas y 5 Estrella, de acuerdo a los Lineamientos del Sistema de Clasificación Hotelera, publicado por la Secretaría de Turismo Federal, en el Diario Oficial de la Federación el 13 de Septiembre de 2016.

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Porcentaje de ocupación por mes y acumulado

Enero - Julio 2009-2019

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

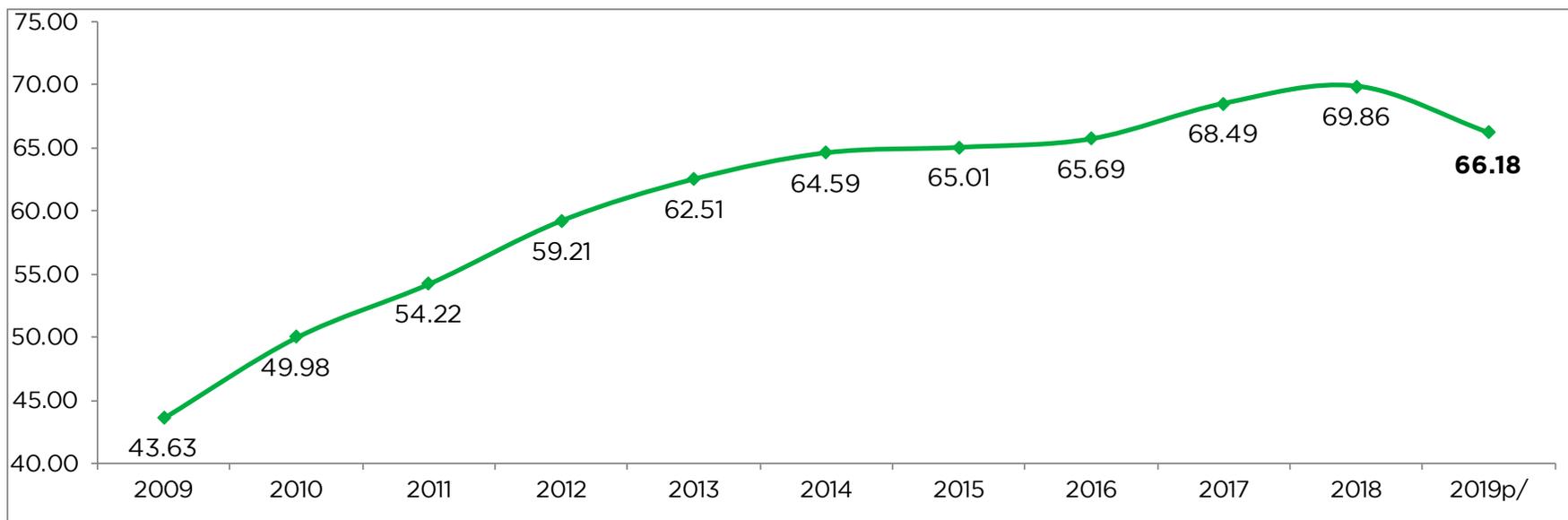
Mes	2015		2016		2017		2018		2019p/	
	Mensual	Acumulado								
Enero	56.47	56.47	59.74	59.74	62.57	62.57	63.83	63.83	53.13	53.13
Febrero	65.17	60.60	67.68	63.59	70.78	66.47	72.21	67.81	69.30	60.80
Marzo	67.98	63.14	66.84	64.70	69.27	67.43	70.66	68.79	68.37	63.40
Abril	64.51	63.48	67.35	65.36	70.73	68.26	72.16	69.18	66.49	64.18
Mayo	64.67	63.73	63.58	64.99	66.11	67.81	67.43	69.18	68.25	65.01
Junio	65.97	64.10	66.57	65.25	69.19	68.04	70.56	69.41	68.01	65.51
Julio	70.33	65.01	68.23	65.69	71.07	68.49	72.49	69.86	70.09	66.18
Agosto	67.34	65.31	66.70	65.82	69.03	68.56	70.39	69.93		
Septiembre	67.08	65.51	67.58	66.01	70.13	68.73	71.54	70.10		
Octubre	72.92	66.28	74.14	66.84	77.22	69.59	73.17	70.44		
Noviembre	73.13	66.90	76.00	67.67	78.87	70.43	75.58	70.91		
Diciembre	62.31	66.50	64.07	67.36	66.73	70.11	65.45	70.45		

p/ Cifras preliminares.

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Porcentaje de ocupación por categoría

Enero - Julio 2009-2019



Categoría	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
5 Estrellas	44.69	53.67	32.06	65.04	64.93	66.07	65.28	67.72	71.25	72.74	69.65
4 Estrellas	46.45	55.14	57.02	62.81	68.23	67.78	72.10	74.35	78.00	80.57	69.32
3 Estrellas	39.39	44.30	47.91	51.39	55.07	64.84	67.87	66.62	69.68	71.08	65.90
2 Estrellas	51.28	51.23	55.53	58.62	55.77	62.71	55.47	53.11	56.57	57.70	58.06
1 Estrella	32.82	40.08	42.50	51.69	62.87	51.03	46.17	48.38	51.75	52.78	56.99
Sin Clasificar	44.95	49.60	43.02	50.25	61.38	61.78	60.71	52.81	54.53	55.62	58.55
Promedio	43.63	49.98	54.22	59.21	62.51	64.59	65.01	65.69	68.49	69.86	66.18

p/ Cifras preliminares.

Nota: A partir de 2018 se consideran seis categorías: Sin Clasificar, 1 Estrella, 2 Estrellas, 3 Estrellas, 4 Estrellas y 5 Estrellas, de acuerdo a los Lineamientos del Sistema de Clasificación Hotelera publicado por la Secretaría de Turismo Federal, en el Diario Oficial de la Federación el 13 de Septiembre de 2016.

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Turistas hospedados por Alcaldía 1/

Enero - Julio 2009-2019

Alcaldía	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
Álvaro Obregón	67,647	78,215	88,079	152,033	269,611	261,485	252,675	295,897	299,166	305,290	313,633
Azcapotzalco	94,561	106,466	115,278	92,606	94,741	105,050	98,762	86,027	87,905	89,704	114,622
Benito Juárez	407,149	481,125	538,343	536,330	562,601	581,585	601,740	614,963	623,347	636,108	606,887
Coyoacán	109,116	122,032	136,865	133,016	117,955	115,802	117,543	143,181	145,491	148,470	150,632
Cuajimalpa	9,477	11,298	35,565	36,021	45,805	101,485	118,272	127,934	129,531	132,183	153,801
Cuauhtémoc	3,131,457	3,512,791	3,877,532	3,777,084	3,873,994	3,917,458	4,024,734	3,908,641	3,969,018	4,050,272	4,036,178
Gustavo A. Madero	230,761	266,132	308,504	307,325	324,953	359,039	373,858	329,265	335,727	342,600	331,577
Iztacalco	79,414	94,154	105,336	101,018	107,330	117,534	113,805	121,352	123,008	125,526	140,873
Iztapalapa	174,736	193,777	217,379	217,794	171,791	175,930	229,938	257,202	260,929	266,270	236,377
Magdalena Contreras	28,596	34,517	39,914	39,476	38,929	30,173	29,622	36,366	36,954	37,710	42,879
Miguel Hidalgo	617,171	728,281	809,163	793,913	850,582	842,678	806,830	819,133	831,155	848,171	909,019
Tláhuac	10,499	11,565	12,583	13,274	11,547	10,765	12,548	14,583	14,702	15,003	13,964
Tlalpan	118,010	139,507	166,268	167,816	161,924	162,252	172,062	198,491	201,174	205,292	201,623
Venustiano Carranza	301,531	344,378	382,494	410,754	445,119	456,365	456,366	455,175	462,534	472,004	489,401
Xochimilco	52,566	61,765	67,593	54,359	50,658	53,186	55,837	56,614	57,405	58,580	46,019
Total	5,432,691	6,186,003	6,900,896	6,832,819	7,127,540	7,290,787	7,464,592	7,464,824	7,578,044	7,733,183	7,787,485

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

p/ Cifras preliminares.

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Turistas hospedados por Zona Turística 1/

Enero - Julio 2009-2019

Zona Turística	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
Aeropuerto-Foro Sol	392,702	448,773	500,101	527,174	565,939	583,386	579,967	586,360	595,463	607,653	638,614
Centro Histórico-Alameda	1,108,800	1,210,757	1,306,402	1,253,761	1,288,179	1,350,415	1,367,737	1,297,409	1,319,828	1,346,848	1,343,909
Chapultepec-Polanco	380,466	449,033	497,635	512,633	557,764	531,183	506,166	543,624	550,854	562,131	591,039
Condesa-Roma	188,895	220,964	248,650	242,355	251,319	266,796	265,831	260,847	264,797	270,218	289,401
Coyoacán	13,485	17,862	20,653	20,429	20,144	32,098	36,565	40,345	40,825	41,661	39,506
Iztapalapa-Central de Abasto	174,736	193,777	217,379	217,794	171,791	175,930	229,938	257,202	260,929	266,270	236,377
Norte-Basílica de Guadalupe	752,452	863,010	948,793	871,853	925,642	1,034,726	1,034,879	910,454	928,241	947,244	1,003,379
Perisur-Ajusco	140,705	166,992	197,439	203,043	198,833	186,274	193,882	226,719	229,858	234,563	234,905
Santa Fe-Desierto de los Leones	77,124	89,513	123,644	187,844	315,576	367,814	377,868	431,351	436,333	445,265	476,255
Tlalpan-Taxqueña	657,109	739,003	806,346	753,449	756,366	770,597	793,105	767,422	780,514	796,493	809,755
Torre Mayor-Zona Rosa	1,135,277	1,300,276	1,496,780	1,519,952	1,520,498	1,435,160	1,500,820	1,545,853	1,565,454	1,597,502	1,547,357
W.T.C.-San Ángel-C.U.	347,875	412,713	456,898	454,899	493,284	492,457	509,449	526,041	532,843	543,752	517,005
Xochimilco-Milpa Alta-Tláhuac	63,065	73,330	80,176	67,633	62,205	63,951	68,385	71,197	72,107	73,583	59,983
Total	5,432,691	6,186,003	6,900,896	6,832,819	7,127,540	7,290,787	7,464,592	7,464,824	7,578,044	7,733,183	7,787,485

1/ Estimación con base en la composición de hoteles por categorías en cada zona turística.

p/ Cifras preliminares.

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Porcentaje de ocupación por Zona Turística 1/

Enero - Julio 2009-2019

Zona Turística	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
Aeropuerto-Foro Sol	44.62	50.31	54.02	59.74	62.74	65.24	65.68	65.97	68.78	70.16	66.25
Centro Histórico-Alameda	42.93	48.31	51.43	56.82	60.63	62.64	62.21	62.28	65.12	66.42	63.76
Chapultepec-Polanco	43.71	52.80	61.02	63.73	64.19	65.33	64.73	66.79	69.47	70.86	68.62
Condesa-Roma	44.15	50.18	53.26	58.00	62.10	65.60	66.98	67.03	69.97	71.37	66.42
Coyoacán	47.12	54.34	61.73	65.06	66.19	68.21	69.79	71.78	74.60	76.09	69.48
Iztapalapa-Central de Abasto	43.75	49.94	52.88	57.91	62.85	64.75	67.31	66.64	69.55	70.94	65.74
Norte-Basílica de Guadalupe	41.90	46.76	49.47	54.60	58.73	62.18	61.41	60.60	63.42	64.69	63.00
Perisur-Ajusco	44.10	51.59	57.90	61.15	62.90	66.08	67.02	68.63	71.38	72.81	68.29
Santa Fe-Desierto de los Leones	44.85	52.66	59.66	63.84	65.80	67.30	68.67	70.74	73.50	74.97	69.30
Tlalpan-Taxqueña	42.38	47.76	50.86	56.44	60.93	62.76	62.62	62.61	65.37	66.68	63.86
Torre Mayor-Zona Rosa	45.02	52.28	57.50	61.87	64.39	65.99	67.14	68.57	71.32	72.75	68.06
W.T.C.-San Ángel-C.U.	44.57	51.71	55.33	60.74	64.24	65.75	67.33	68.43	71.34	72.77	67.19
Xochimilco-Milpa Alta-Tláhuac	45.34	51.75	53.03	58.90	63.50	66.29	68.75	69.34	72.37	73.82	67.04
Promedio	43.63	49.98	54.22	59.21	62.51	64.59	65.01	65.69	68.49	69.86	66.18

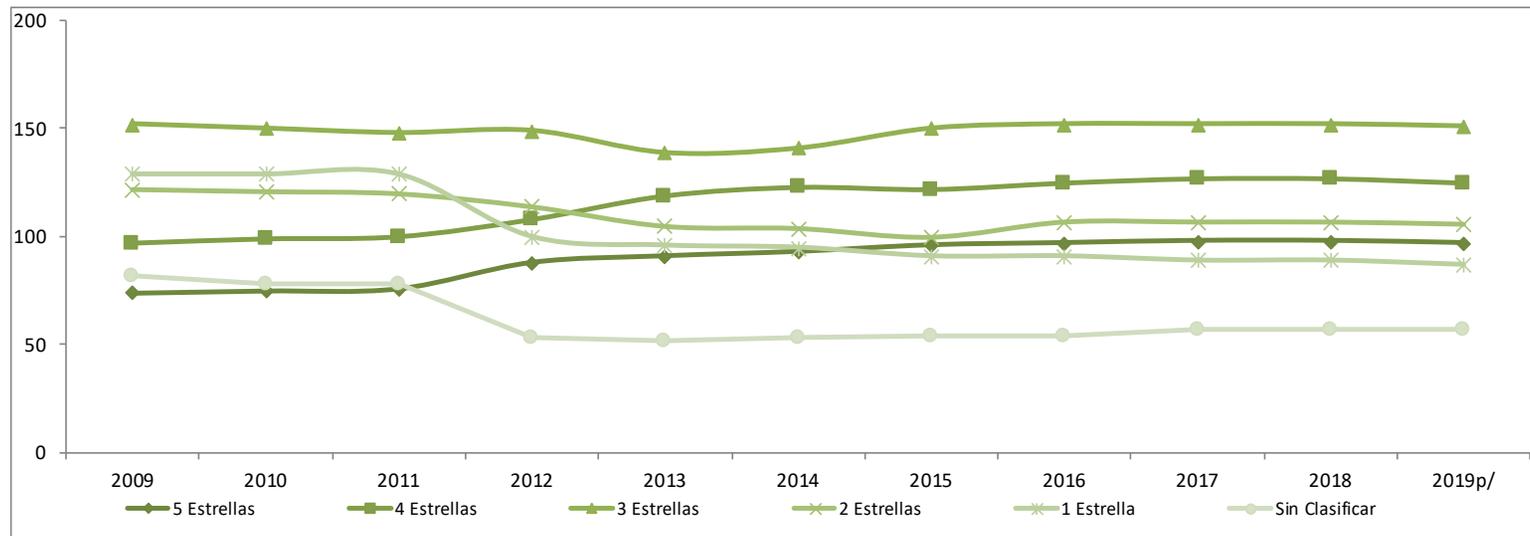
1/ Estimación con base en la composición de hoteles por categorías en cada zona turística.

p/ Cifras preliminares.

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Establecimientos de hospedaje por categoría 1/

Enero - Julio 2009-2019



Categoría	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
5 Estrellas	74	75	76	88	91	93	96	97	98	98	97
4 Estrellas	97	99	100	108	119	123	122	125	127	127	125
3 Estrellas	152	150	148	149	139	141	150	152	152	152	151
2 Estrellas	122	121	120	114	105	104	100	107	107	107	106
1 Estrella	129	129	129	100	96	95	91	91	89	89	87
Sin Clasificar	82	78	78	53	52	53	54	54	57	57	57
Total	656	652	651	612	602	609	613	626	630	630	623

1/ Oferta al final de cada periodo.

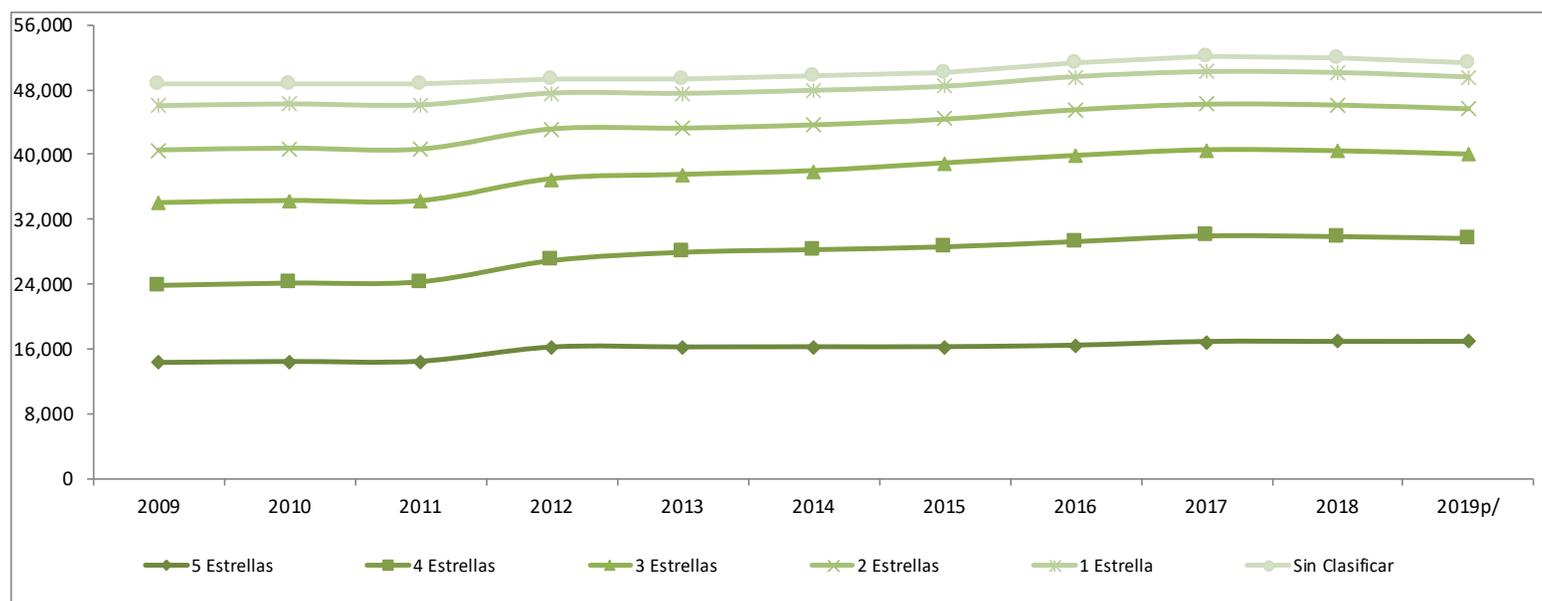
p/ Cifras preliminares.

Nota: A partir de 2018 se consideran seis categorías: Sin Clasificar, 1 Estrella, 2 Estrellas, 3 Estrellas, 4 Estrellas y 5 Estrellas, de acuerdo a los Lineamientos del Sistema de Clasificación Hotelera, publicado, por la Secretaría de Turismo Federal, en el Diario Oficial de la Federación el 13 de Septiembre de 2016.

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Cuartos por categoría 1/

nero - Julio 2009-2019



Categoría	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
5 Estrellas	14,341	14,460	14,494	16,224	16,235	16,259	16,267	16,453	16,905	16,908	16,920
4 Estrellas	9,535	9,709	9,834	10,724	11,750	12,049	12,393	12,858	13,106	13,021	12,773
3 Estrellas	10,122	10,096	9,915	10,012	9,511	9,666	10,260	10,541	10,540	10,495	10,320
2 Estrellas	6,521	6,489	6,393	6,221	5,789	5,722	5,493	5,759	5,762	5,778	5,715
1 Estrella	5,504	5,482	5,482	4,398	4,262	4,227	4,014	4,008	3,925	3,918	3,852
Sin Clasificar	2,645	2,554	2,525	1,736	1,706	1,738	1,775	1,750	1,803	1,803	1,789
Total	48,668	48,790	48,643	49,315	49,253	49,661	50,202	51,369	52,041	51,923	51,369

1/ Oferta al final de cada periodo.

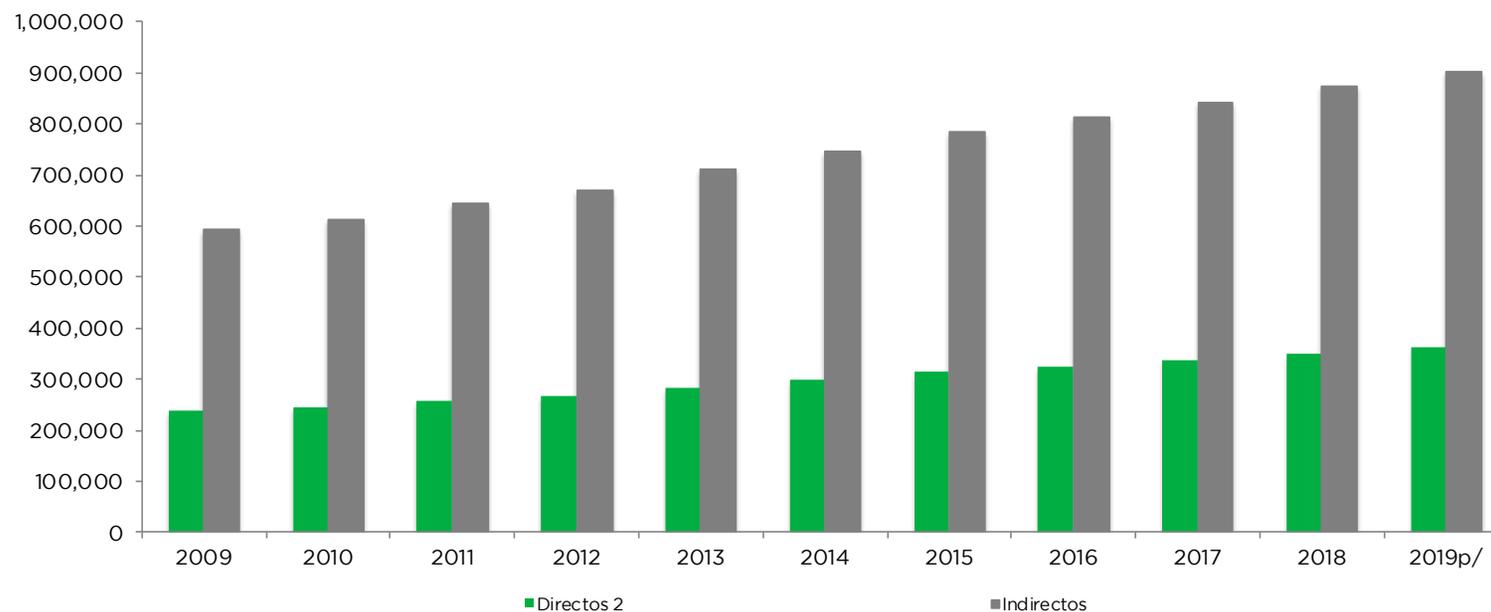
p/ Cifras preliminares.

Nota: A partir de 2018 se consideran seis categorías: Sin Clasificar, 1 Estrella, 2 Estrellas, 3 Estrellas, 4 Estrellas y 5 Estrellas, de acuerdo a los Lineamientos del Sistema de Clasificación Hotelera, publicado, por la Secretaría de Turismo Federal, en el Diario Oficial de la Federación el 13 de Septiembre de 2016.

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Empleos en restaurantes y hoteles /1

Enero - Julio 2009-2019



Empleos	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
Directos 2	237,457	244,856	258,212	268,326	284,051	298,675	313,699	325,397	336,351	349,409	361,306
Indirectos	593,642	612,140	645,530	670,815	710,128	746,687	784,247	813,492	840,877	873,522	903,265
Total	832,443	855,624	903,546	937,010	986,948	1,051,694	1,096,784	1,126,632	1,171,985	1,210,111	1,264,571

1/ Estas cifras pueden no coincidir con las publicadas anteriormente debido a un cambio metodológico aplicado por el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)
 2/ Los empleos directos están conformados por el personal ocupado en restaurantes y hoteles. Los datos de 2002 a 2009 se estimaron aplicando la tasa de crecimiento de asegurados permanentes en el IMSS del Sector “Servicios para Personas y el Hogar”, donde se incluye esta actividad al Subsector 93 clasificado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

p/ Cifras preliminares.

Fuente: Instituto Mexicano del Seguro Social.

Llegada de extranjeros por el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México

Enero - Julio 2009-2019

Mes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
Enero	177,250	187,614	159,433	200,268	214,973	246,791	250,107	294,261	342,877	396,836	402,962
Febrero	170,785	182,571	153,999	187,399	194,123	229,324	242,747	292,027	327,401	380,218	395,130
Marzo	188,116	205,494	174,652	198,614	215,078	239,847	277,053	311,955	378,762	422,002	438,125
Abril	147,098	169,926	160,167	173,677	191,194	206,940	247,285	284,238	344,554	365,775	379,609
Mayo	69,140	172,389	165,458	182,188	199,432	226,436	267,025	301,961	349,694	387,356	411,064
Junio	140,672	198,050	179,749	218,195	234,144	245,862	304,404	351,906	412,102	431,680	452,439
Julio	187,812	230,371	199,622	233,556	245,484	271,184	318,093	371,758	428,768	451,454	465,058
Agosto	171,939	189,918	181,782	210,326	223,055	249,366	286,650	327,887	384,655	405,972	
Septiembre	139,637	133,020	159,437	176,050	193,627	209,427	242,556	285,066	321,492	341,759	
Octubre	168,348	159,994	190,231	200,125	229,305	252,895	291,114	333,245	366,350	411,564	
Noviembre	172,536	158,982	187,983	203,560	231,836	249,352	281,827	328,263	381,239	396,832	
Diciembre	209,858	188,479	226,782	248,476	277,921	290,806	344,703	401,673	460,602	467,260	
Total	1,943,191	2,176,808	2,139,295	2,432,434	2,650,172	2,918,230	3,353,564	3,884,240	4,498,496	4,858,708	2,944,387

p/ Cifras preliminares.

Fuente: Centro de Estudios Migratorios de la Unidad de Política Migratoria, Secretaría de Gobernación.

Visitantes atendidos en Módulos de Información Turística

Enero - Julio 2009-2019

Mes	2009		2010		2011		2012		2013		2014	
	Nacionales	Internacionales										
Enero	30,301	11,937	18,165	8,847	27,429	10,916	17,386	9,608	22,714	11,022	22,122	12,563
Febrero	23,826	10,893	16,380	8,485	22,921	9,884	19,201	9,251	20,730	10,112	22,122	12,563
Marzo	34,597	12,178	22,296	10,022	21,820	8,928	18,662	9,131	29,460	13,127	4,828	2,103
Abril	31,573	8,787	25,075	9,528	31,628	10,238	26,483	9,260	23,076	10,228	12,652	3,810
Mayo	18,066	3,090	18,677	8,036	25,575	8,701	21,053	8,083	22,871	10,113	13,675	5,107
Junio	24,642	5,312	20,106	9,270	26,545	8,561	22,849	8,376	23,173	9,928	10,341	3,596
Julio	25,143	6,994	29,794	13,991	25,326	9,124	29,814	9,896	29,230	10,447	16,478	8,873
Agosto	20,106	6,055	24,684	12,024	24,469	8,977	28,115	10,555	17,269	7,636	7,984	3,992
Septiembre	13,835	786	22,625	9,661	19,555	7,685	22,595	7,943	22,714	11,022	8,317	4,546
Octubre	24,101	8,359	23,953	9,929	30,029	9,812	25,116	9,324	11,723	7,520	8,397	3,631
Noviembre	21,920	8,501	18,802	9,142	25,952	9,700	23,929	9,193	18,602	9,544	9,715	4,700
Diciembre	28,855	5,831	29,770	12,420	28,082	9,092	28,483	9,960	21,943	10,046	10,668	6,789
Total	296,965	88,723	270,327	121,355	309,331	111,618	283,686	110,580	263,505	120,745	147,299	72,273

Mes	2015		2016		2017		2018		2019p/	
	Nacionales	Internacionales								
Enero	1,587	963	8,535	5,515	39,341	29,067	5,379	8,202	4,473	7,455
Febrero	1,762	1,002	18,492	14,621	38,790	28,622	4,101	7,292	4,888	7,076
Marzo	1,345	982	32,346	21,928	48,997	34,895	6,041	7,870	10,233	7,727
Abril	6,334	5,528	36,728	21,065	56,087	39,909	12,345	12,982	16,457	7,766
Mayo	12,411	6,222	34,304	22,873	46,190	31,728	11,373	13,299	14,687	8,618
Junio	9,063	5,987	33,071	21,986	53,513	31,198	7,527	14,028	25,067	7,979
Julio	14,332	8,499	39,128	25,545	55,396	38,463	12,793	14,048	23,260	11,605
Agosto	14,959	9,178	46,683	31,274	49,339	34,632	9,787	11,840		
Septiembre	11,106	7,179	41,361	27,079	39,248	27,619	9,504	10,095		
Octubre	18,986	12,030	57,219	37,842	39,310	24,538	10,839	13,200		
Noviembre	17,446	10,926	47,519	33,160	6,247	7,742	9,819	13,092		
Diciembre	17,559	10,445	42,603	30,039	6,558	7,531	15,793	12,080		
Total	126,890	78,941	437,989	292,927	479,016	335,944	115,301	138,028	99,065	58,226

p/ Cifras preliminares.

Notas: En Enero del 2015 los módulos no abrieron horario completo, por lo que se presentó una considerable baja en el número de personas atendidas.

En Abril del 2015 se regularizó la operación de la Red de Información Turística con módulos urbanos y digitales.

Los módulos virtuales (CDMX Travel) empezaron a reportar operaciones en 2016. A partir del mes de Junio inició la operación de 21 estaciones digitales.

Las cifras para 2016 no coinciden con las publicadas anteriormente debido a revisión por parte del área operativa.

* Información a partir de Junio de 2018. No es posible diferenciar entre Nacionales e Internacionales.

N.d. No disponible.

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Llamadas atendidas a través del 01 800 008 9090

Enero - Julio 2009-2019

Mes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
Enero	557	594	472	268	374	529	123	151	222	189	346
Febrero	371	438	361	405	300	193	187	166	188	195	218
Marzo	509	1,036	461	397	433	211	137	299	289	243	259
Abril	1,475	984	912	901	430	58	112	256	310	1,050	382
Mayo	566	489	348	368	480	326	127	396	151	815	415
Junio	587	627	310	359	436	387	358	324	135	501	277
Julio	1,719	854	671	945	1,033	1,753	583	389	668	1,022	760
Agosto	986	653	335	489	745	983	872	484	552	880	
Septiembre	1,719	692	255	471	438	981	489	361	134	768	
Octubre	489	569	204	579	522	185	437	318	500	864	
Noviembre	571	855	417	635	475	167	543	376	880	821	
Diciembre	980	632	892	785	740	149	606	436	285	265	
Total	10,529	8,423	5,638	6,602	6,406	5,922	4,574	3,956	4,314	7,613	2,657

p/ Cifras preliminares.

Nota: A partir del mes de Abril del 2015 se regularizó la operación de la Red de Información Turística con módulos urbanos y digitales.

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

Visitas a los Sitios Oficiales de la Secretaría de Turismo 1/

Enero - Julio 2009-2019

Mes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
Enero	151,674	219,007	235,137	151,740	131,801	148,818	154,163	121,439	141,929	155,148	172,567
Febrero	122,594	291,759	195,321	159,345	122,245	154,573	147,972	127,181	159,941	164,166	163,327
Marzo	209,594	295,350	219,164	161,271	162,047	184,166	181,527	171,115	201,144	231,331	196,489
Abril	173,740	276,274	360,246	177,304	145,879	184,034	175,947	154,813	215,083	212,022	237,064
Mayo	157,780	275,321	205,763	194,292	152,048	172,086	135,090	141,451	197,312	209,683	207,986
Junio	172,850	235,444	224,981	168,511	141,522	177,686	128,037	133,664	193,957	183,584	195,463
Julio	175,340	248,134	247,850	203,340	162,964	244,081	128,635	154,340	197,087	205,739	208,404
Agosto	190,210	208,573	249,214	241,352	140,209	180,856	124,028	153,283	195,918	200,411	
Septiembre	191,244	253,240	184,322	254,496	148,868	199,111	139,672	159,565	155,743	196,551	
Octubre	197,582	273,654	205,352	348,215	180,261	193,743	128,141	165,057	209,281	208,735	
Noviembre	259,723	281,349	218,377	215,646	172,745	166,657	127,277	171,468	618,601	208,992	
Diciembre	289,713	406,234	197,411	145,967	136,596	146,869	78,154	134,444	145,756	210,196	
Total	2,292,044	3,264,339	2,743,138	2,421,479	1,797,185	2,152,680	1,648,643	1,787,820	2,631,752	2,386,558	1,381,300

1/ Se refiere al número de sesiones.

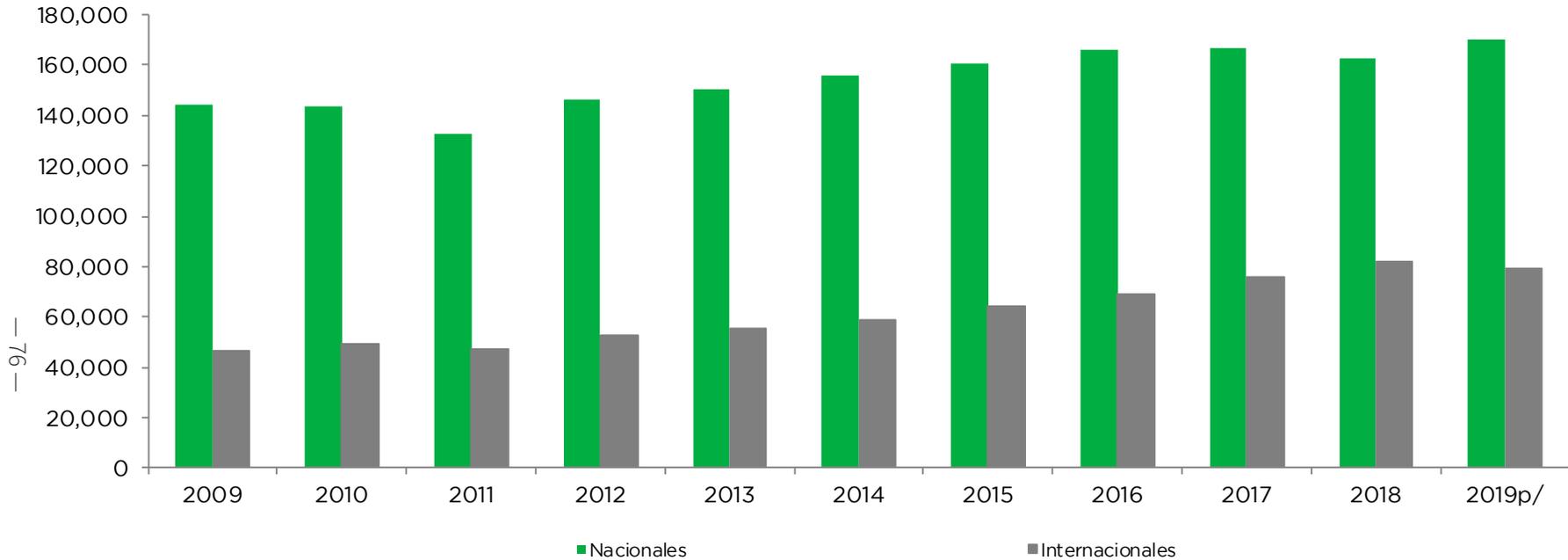
p/ Cifras preliminares.

Nota: En el año 2017 se creó la página oficial de la Secretaría de Turismo <http://www.turismo.cdmx.gob.mx/>

Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Vuelos comerciales en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México 1/

Enero - Julio 2009-2019



Vuelos	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
Nacionales	144,397	143,571	132,941	146,227	150,320	155,711	160,929	165,780	166,753	162,536	169,893
Internacionales	46,298	49,460	46,968	52,550	55,476	59,027	64,182	69,226	75,598	81,672	79,314
Total	162,809	162,699	151,875	168,094	174,466	181,471	214,766	240,015	206,308	244,208	249,207

1/ Incluyen llegadas y salidas.

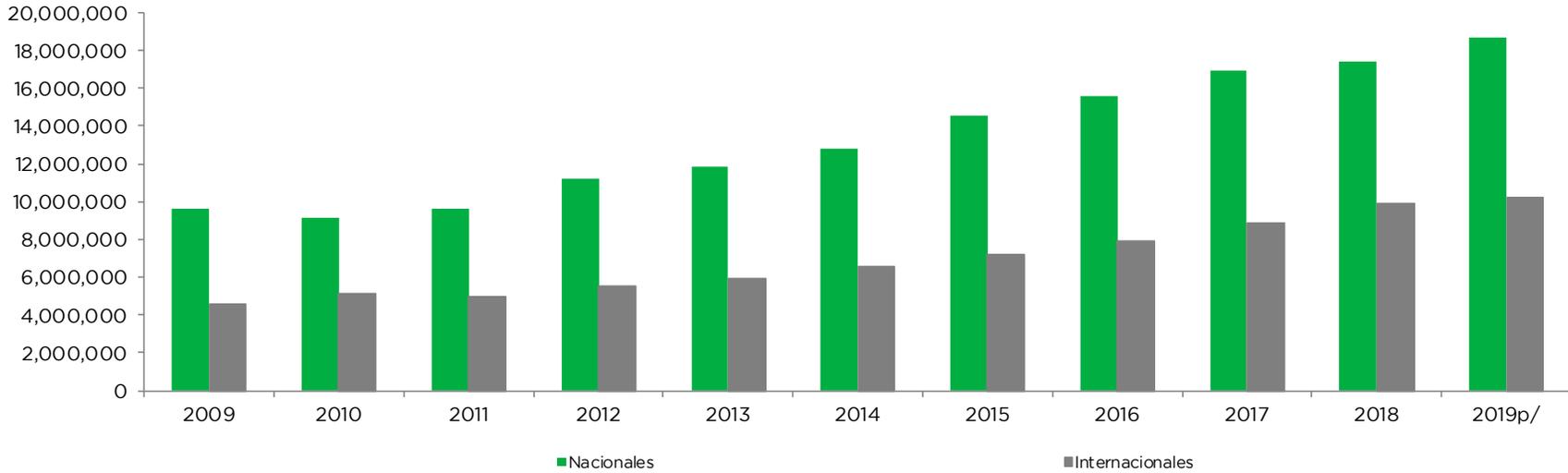
p/ Cifras preliminares.

Nota: Las cifras de vuelos internacionales en 2016 pueden no coincidir con las publicadas anteriormente, debido a una corrección de cifras.

Fuente: Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México.

Movimiento de Pasajeros en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México 1/

Enero - Julio 2009-2019



Pasajeros	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
Nacionales	9,628,054	9,117,460	9,641,733	11,234,244	11,820,030	12,783,052	14,584,111	15,579,466	16,951,682	17,432,597	18,717,591
Internacionales	4,554,576	5,141,469	4,947,786	5,546,904	5,971,197	6,555,993	7,204,406	7,947,357	8,898,503	9,886,866	10,239,458
Total	14,182,630	14,258,929	14,589,519	16,781,148	17,791,227	19,339,045	21,788,517	23,526,823	25,850,185	27,319,463	28,957,049

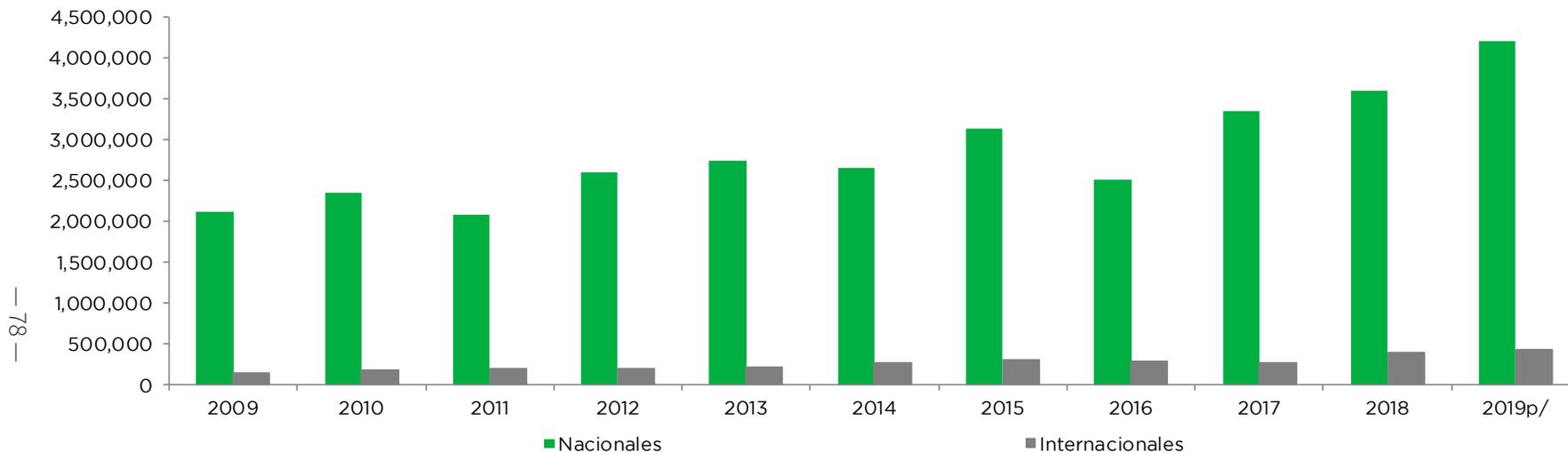
1/ Incluyen llegadas y salidas.

p/ Cifras preliminares.

Fuente: Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México.

Visitantes a centros del Instituto Nacional de Antropología e Historia

Enero - Julio 2009-2019



Visitantes	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
Nacionales	2,118,300	2,348,366	2,086,546	2,606,923	2,734,802	2,660,886	3,131,908	2,518,482	3,345,482	3,604,389	4,209,880
Internacionales	152,491	184,150	201,590	195,650	220,217	269,850	299,845	283,811	272,915	389,217	441,095
Total	2,270,791	2,532,516	2,288,136	2,802,573	2,955,019	2,930,736	3,431,753	2,802,293	3,618,397	3,993,606	4,650,975

p/ Cifras preliminares.

Fuente: Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Corridas de origen por Centrales de Autobuses

Enero - Julio 2017-2019

Central	2017				2018				2019 p/			
	Norte	Poniente	Oriente	Sur	Norte	Poniente	Oriente	Sur	Norte	Poniente	Oriente	Sur
Enero	65,857	49,750	38,530	26,060	65,775	48,088	38,051	25,884	64,162	44,705	37,548	N.D.
Febrero	58,875	44,597	34,718	23,387	58,099	39,356	33,991	23,086	57,108	40,709	38,149	N.D.
Marzo	65,246	47,295	38,385	24,869	67,285	46,645	39,221	27,132	63,119	46,485	38,585	N.D.
Abril	68,339	47,295	39,600	27,351	63,926	N.D.	37,089	24,659	65,246	44,786	39,191	N.D.
Mayo	64,579	48,538	37,808	31,728	64,400	N.D.	37,739	24,724	N.D.	44,161	38,331	N.D.
Junio	66,459	46,727	37,887	24,986	62,807	N.D.	36,750	23,888	N.D.	43,481	37,330	N.D.
Julio	67,729	51,078	39,007	27,026	68,826	N.D.	38,866	27,411	N.D.	N.D.	39,369	N.D.
Agosto	65,297	56,968	38,379	26,640	66,887	N.D.	38,659	N.D.				
Septiembre	66,879	49,305	39,467	23,013	62,367	N.D.	36,913	N.D.				
Octubre	65,473	48,950	38,197	24,674	64,317	N.D.	37,949	N.D.				
Noviembre	67,895	49,369	36,585	27,854	62,734	N.D.	39,711	N.D.				
Diciembre	65,693	48,988	38,051	27,449	68,541	N.D.	40,773	N.D.				
Total	788,321	588,860	456,614	315,037	775,964	134,089	455,712	176,784	249,635	264,327	268,503	N.D.

p/ Cifras preliminares.

Nota: Las cifras de la Terminal Central Sur pueden no coincidir con las publicadas anteriormente, debido a una corrección en los meses de Enero y Febrero del 2015, así como Octubre y Noviembre de 2016.

N.d. No disponible.

Fuente: Secretaria de Comunicaciones y Transportes.

Pasajeros transportados por Centrales de Autobuses

Enero - Julio 2017-2019

Central	2017				2018				2019 p/			
	Norte	Poniente	Oriente	Sur	Norte	Poniente	Oriente	Sur	Norte	Poniente	Oriente	Sur
Enero	974,108	875,600	678,128	475,882	1,017,040	937,716	741,995	463,400	1,062,624	1,028,215	863,604	N.D.
Febrero	858,907	829,505	659,642	455,444	852,477	787,120	679,820	423,451	871,240	936,387	953,725	N.D.
Marzo	974,334	879,011	852,185	475,405	1,120,842	1,035,519	847,174	573,290	998,735	1,069,257	964,625	N.D.
Abril	1,191,821	879,011	897,120	617,302	991,249	N.D.	801,123	463,568	1,180,467	985,292	979,775	N.D.
Mayo	999,792	931,930	771,768	462,793	972,856	N.D.	815,163	450,709	N.D.	1,104,025	958,275	N.D.
Junio	1,159,710	883,141	797,431	468,087	950,787	N.D.	808,500	453,562	N.D.	1,217,468	1,045,240	N.D.
Julio	1,219,122	1,103,285	842,552	542,400	1,241,765	N.D.	874,485	559,421	N.D.	N.D.	1,102,332	N.D.
Agosto	1,053,970	1,110,876	785,546	509,297	1,130,696	N.D.	869,828	N.D.				
Septiembre	1,237,262	961,448	789,340	401,846	956,012	N.D.	830,543	N.D.				
Octubre	1,137,473	1,106,827	698,880	438,958	1,011,015	N.D.	872,827	N.D.				
Noviembre	1,188,163	962,696	713,408	543,153	1,022,214	N.D.	873,642	N.D.				
Diciembre	1,090,423	956,666	771,454	626,171	1,343,045	N.D.	897,006	N.D.				
Total	13,085,085	11,479,996	9,257,454	6,016,738	12,609,998	2,760,355	9,912,106	3,387,401	4,113,066	6,340,644	6,867,576	N.D.

p/ Cifras preliminares.

Nota. Las cifras de la Terminal Central Sur pueden no coincidir con las publicadas anteriormente, debido a una corrección en los meses de Enero y Febrero del 2015, así como Octubre y Noviembre de 2016.

N.d. No disponible.

Fuente: Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Pases turísticos emitidos por Entidad Federativa 1/

Enero - Julio 2009-2019

Entidad Federativa	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019 p/
Aguascalientes	1,147	1,659	2,954	2,118	3,515	4,524	4,142
Baja California	69	158	399	251	404	410	446
Baja California Sur	37	62	139	100	124	243	326
Campeche	154	280	521	485	702	821	712
Coahuila	756	1,021	1,760	1,371	2,115	2,464	2,582
Colima	239	398	744	615	940	947	835
Chiapas	482	819	1,289	925	1,457	1,702	1,743
Chihuahua	347	635	1,242	1,023	1,345	1,776	1,658
Durango	241	502	1,019	872	1,279	1,342	1,361
Guanajuato	309	928	1,919	1,260	12,344	1,673	0
Guerrero	3,739	6,281	13,392	8,958	14,654	18,002	18,670
Hidalgo	226	320	39	0	845	111	0
Jalisco	4,333	6,645	12,038	9,565	14,377	15,999	15,065
Michoacán	298	946	2,215	2,115	8,480	5,788	2,691
Morelos	409	682	111	0	12,539	1,557	0
Nayarit	185	236	370	226	411	485	450
Nuevo Leon	2,367	3,286	5,497	4,737	6,231	7,128	7,104
Oaxaca	407	614	1,257	869	1,225	1,458	1,812
Puebla	208	1,052	454	0	2,413	13	0
Querétaro	302	1,038	2,547	1,495	15,692	2,181	0
Quintana Roo	318	585	1,060	796	1,348	2,569	2,270
San Luis Potosí	2,620	4,341	7,477	5,944	10,250	12,336	12,337
Sinaloa	290	533	943	844	982	1,063	1,080
Sonora	106	240	439	345	574	547	656
Tabasco	757	1,128	1,821	1,607	2,459	2,665	2,523
Tamaulipas	1,024	1,868	3,810	3,246	4,383	4,415	4,392
Tlaxcala	51	91	13	0	748	125	0
Veracruz	4,035	6,512	15,713	11,137	17,897	22,103	21,803
Yucatán	164	282	519	446	877	1,530	2,466
Zacatecas	493	773	1,526	1,226	1,865	2,138	1,712
Extranjero	407	655	1,246	940	1,383	2,119	1,595
Total	26,520	44,570	84,473	63,516	143,858	120,234	110,431

1/ Las cifras pueden no coincidir con las publicadas anteriormente debido a que no todos los pases gestionados son utilizados.

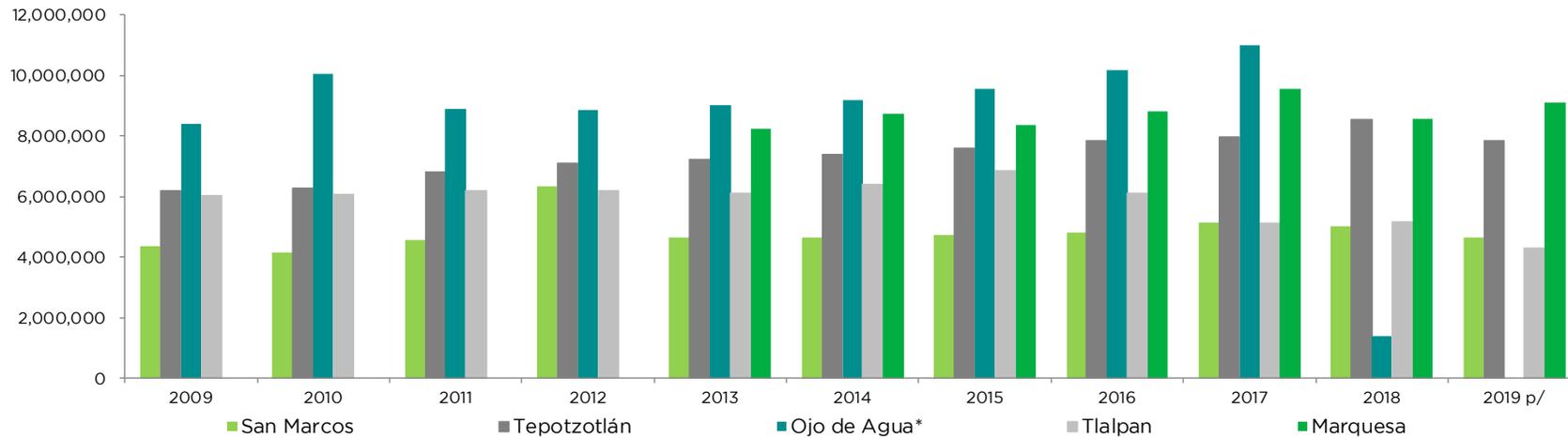
2/ Datos a partir de marzo. Cifras revisadas.

p/ Cifras preliminares.

Fuente: Secretaría del Medio Ambiente.

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

Enero - Julio 2009-2019



Casetas	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019 p/
San Marcos	4,348,408	4,139,007	4,574,064	6,323,018	4,641,869	4,663,399	4,751,547	4,808,025	5,144,134	5,015,473	4,664,538
Tepotzotlán	6,209,354	6,273,798	6,813,118	7,113,090	7,224,225	7,372,689	7,612,875	7,855,040	7,985,753	8,542,482	7,849,661
Ojo de Agua*	8,401,047	10,058,375	8,896,468	8,847,021	9,028,633	9,175,846	9,566,175	10,172,904	11,001,154	1,406,790	N.D.
Tlalpan	6,043,203	6,076,287	6,194,132	6,177,080	6,115,560	6,411,260	6,871,370	6,095,955	5,115,746	5,148,905	4,296,425
Marquesa	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	8,221,245	8,746,069	8,362,925	8,819,577	9,562,789	8,571,749	9,106,056
Total	25,002,012	26,547,467	26,477,782	28,460,209	35,231,532	36,369,263	37,164,892	37,751,501	38,809,576	27,278,609	25,916,680

p/ Cifras preliminares.

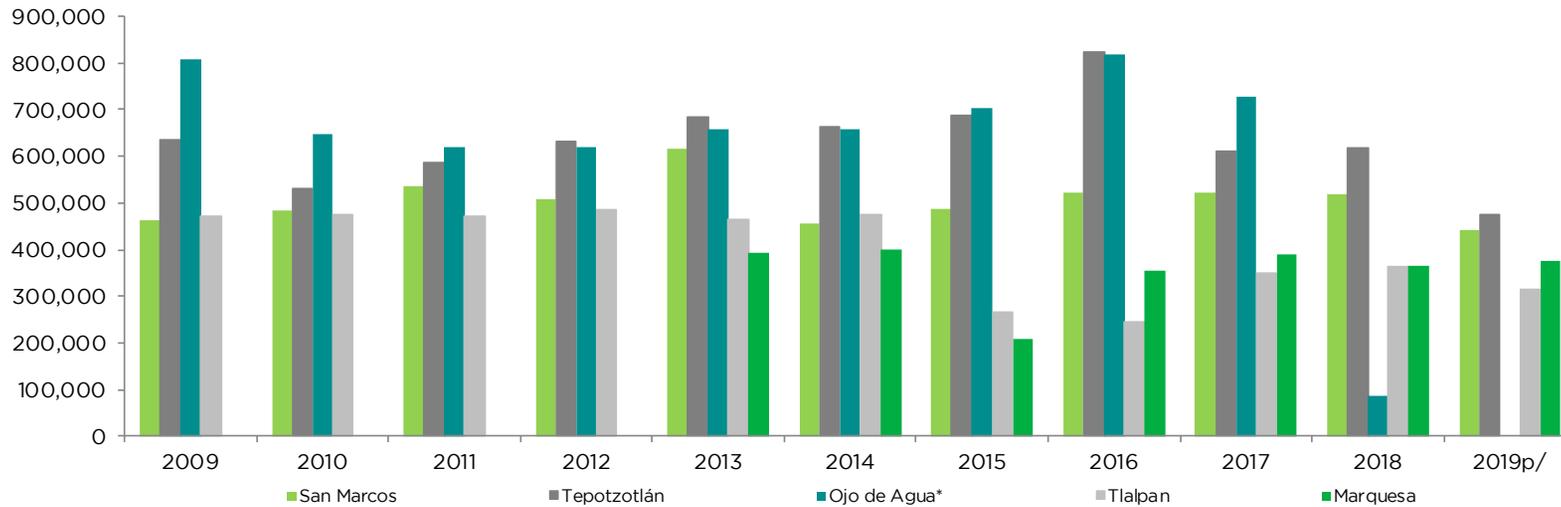
N.d. No disponible.

* A partir de Febrero de 2018 no se reporta información.

Fuente: Caminos y Puentes Federales.

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

Enero - Julio 2009-2019



Casetas	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019p/
San Marcos	463,053	482,676	535,017	506,477	615,535	455,678	485,413	523,506	521,002	519,460	442,667
Tepotztlán	634,149	530,615	587,948	631,317	683,768	664,327	688,704	822,548	611,574	618,738	476,570
Ojo de Agua*	808,182	648,795	618,769	621,172	657,540	658,504	704,065	817,044	727,484	86,822	N.D.
Tlalpan	470,465	474,462	471,287	484,248	465,154	473,244	265,139	246,282	348,134	361,893	314,753
Marquesa	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	392,337	399,675	208,945	353,327	390,290	364,723	377,163
Total	2,375,849	2,136,548	2,213,021	2,243,214	2,814,334	2,651,428	2,352,266	2,762,707	2,598,484	1,864,814	1,611,153

N.d. No disponible.

* A partir de Febrero de 2018 no se reporta información.

Fuente: Caminos y Puentes Federales

Directorio

Secretaría de Turismo de la Ciudad de México

Carlos Mackinlay

Secretario de Turismo de la Ciudad de México

Francisco Ruíz Herrera

Director General de Equipamiento Turístico

Armando Mújica Romo

Director General de Competitividad Turística

Jorge Guerrero Carrasco

Director General de Servicios al Turismo

Sara Riojas De la Peña

Directora General del Instituto de
Promoción Turística de la Ciudad de México

Anabel Ortega Muñoz

Asesora del Secretario de Turismo de la
Ciudad de México

Arturo Cruzalta Martínez

Director de Administración y Finanzas

Paola Pintado Peréz

Directora de Asuntos Jurídicos

Fondo Mixto de Promoción Turística

Sara Paola Galico Félix Díaz

Directora General del Fondo Mixto de Promoción Turística

Rafael Hernández Alarcón

Director de Administración

Giovanny Melgar Hernández

Dirección de Congresos y Convenciones

Integración y Edición

Dirección General de Competitividad Turística

Armando Mújica Romo
Everardo Francisco Franco Cortés
Miguel Heras Villanueva
Arturo Muñoz Canales
Mary Cruz Cabrera Toledo



