

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

RELACIONES INTERNACIONALES

Tesis

La planeación turística de la Ciudad de México, un análisis del sistema actual y su valoración como sector emergente de desarrollo

Que presenta Citlalli Cordero Cuevas

Para obtener el título de Licenciada en Relaciones Internacionales

Director de Tesis

Dr. Leopoldo González Aguayo



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Al supremo por permitirme valorar la grandeza de la vida, esa que él mismo dio como regalo a las dos lucecitas que han iluminado mi camino con su amor y han desvanecido las tinieblas con su brillo.

Para aquellos hombres que comparten mi sangre y que me han antecedido en la lucha.

Porque sin todos ellos, mi triunfo no sería triunfo, porque esto solo sea el comienzo de una larga senda de victorias.

Con una gratitud inmensa e incontrolable de mi alma
A TI DIOS, A TI PADRE, A TI MADRE, A USTEDES TRES

Índice

	Página
Introducción	1
Capítulo 1. Marco conceptual y teórico	4
1.1 Conceptualización	4
1.1.1 Turismo	4
1.1.2 Turismo Internacional	7
1.1.3 Turista	7
1.1.4 Industria turística	8
1.1.5 Recursos turísticos	11
1.1.6 Servicios turísticos	11
1.2 Clasificación básica del turismo	12
1.3 El turismo como fenómeno contemporáneo en el mundo	14
1.4 Teorías	16
1.4.1 La teoría de sistemas en el estudio del turismo	16
1.4.2 Globalización y turismo	20
Capítulo 2. El turismo mundial y nacional	25
2.1 Tendencias	26
2.2 El turismo durante el 2002	30
2.2.1 Turistas de Internación por origen	33
2.2.2 Turistas de internación por motivos de viaje	34
2.3 El turismo durante el 2003	34
Capítulo 3. Planificación turística	37
3.1 Concepto	38
3.2 Características	42
3.3 Metodología	43
3.3.1 Fase de definición:	44

Diagnosis	45
Prognosis	45
Fines	46
Estrategias	47
Instrumentos	48
3.3.2 Fase de aplicación:	48
Programación	49
Presupuestación	49
Instrumentación	50
Evaluación	51
Capítulo 4. El turismo en la Ciudad de México	52
4.1 La Planificación en la Secretaría de Turismo del Distrito Federal	53
4.1.1 Dirección de Programas Estratégicos	53
4.1.2 Dirección Ejecutiva de Planeación y Desarrollo Turístico	54
4.1.3 Dirección General de Servicios Turísticos	54
4.1.4 Instituto de Promoción Turística del Distrito Federal	55
4.2 Plan Estratégico de Mercadotecnia	56
4.2.1 Misión	58
4.2.2 Imagen objetivo	58
4.2.3 Objetivos estratégicos	59
4.3 Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal	60
4.3.1 Planificación y Desarrollo Turístico	60
4.3.2 Promoción turística	61
4.3.3 Servicios turísticos:	63
Rutas turísticas de la Ciudad	65
4.4 Principales estadísticas del turismo	77
4.4.1 Perfil del turista	80

4.5 Otros recorridos	85
Capítulo 5. Limitantes del turismo en la Ciudad de México	89
5.1 Deterioro ambiental en la Ciudad de México	89
5.2 Problemas de Movilidad	91
5.3 Ambulantaje	95
5.4 Situación Ambiental	96
5.5 Seguridad Pública	98
Conclusiones	106
Propuestas	113
Anexos	119
Fuentes	157

Introducción

Las cualidades que presenta México son únicas para el turista, su gran diversidad cultural, su variada geografía, así como su clima templado la mayor parte del año, favorecen enormemente las posibilidades de satisfacer todas las expectativas.

Es un lugar al alcance de todos los presupuestos que posee una extensa red de comunicaciones como: aeropuertos internacionales, supercarreteras a los destinos turísticos importantes y transportación marítima nacional e internacional. Cuenta con playas por el pacífico y el Caribe, grandes reservas naturales, zonas arqueológicas, ciudades coloniales y modernos centros urbanos, ejemplo claro de ello es la Ciudad de México.

Comparativamente con la mayor parte de las ciudades del continente americano, la Ciudad de México ofrece una cantidad impresionante de atractivos para el turismo internacional así como para el turismo interno. Cuenta con 591 hoteles de diversos tipos y categorías, con más de 120 museos patrimonio histórico y arquitectónico, restaurantes, salas de espectáculos, plazas y jardines que son parte de un enorme acervo de elementos del patrimonio de México.

Posee una gran cantidad de atractivos naturales que equilibran armoniosamente las altas construcciones de los edificios, tales como los parques nacionales del Ajusco, el Desierto de los Leones, los Dinamos, Xochimilco, Bosque de Chapultepec, Bosque de Aragón, Las Fuentes Brotantes entre muchos otros espacios.

En la actualidad uno de los fenómenos que se está presentando es la reorientación de las economías nacionales hacia el sector servicios, ya que a

través de este se pretende generar mayores ingresos en materia de inversiones y de captación de divisas. Específicamente en el turismo, podemos encontrar estos dos elementos como promotores del crecimiento económico de una sociedad, amén de la recuperación de espacios públicos.

Por ser capital nacional y ofrecer los servicios más relevantes en materia de salud, de negocios empresariales, la Ciudad de México es un gran punto de atracción, tanto para el turismo nacional como internacional, sin embargo, es importante mencionar que las actividades económicas, sociales, políticas y culturales no se han organizado bajo una lógica turística en ningún momento de la vida de la urbe.

En este sentido el fomento de la planificación turística como modelo de desarrollo del turismo es importante, ya que México cuenta con muchos atractivos que pueden ser aprovechados y que podrían llegar a convertirse en elementos reactivadores del crecimiento económico. El turismo ha estado entre las tres principales actividades generadoras de divisas junto con el petróleo y la maquila, pero esta actividad no solo es importante por el nivel de ingresos que genera, sino por la captación de inversiones y creación de empleos a que da lugar, además de que puede convertirse en un impulsor para la competitividad internacional. México tiene la capacidad para incrementar su actividad turística, lo que da ánimos de una mayor especialización en esta área.

La integración del turismo en la Ciudad de México podría constituirse en un instrumento de política económica de alto impacto en el desarrollo regional y nacional y podría perfilarse como una alternativa viable para fortalecer la posición competitiva de los destinos y atractivos turísticos nacionales ante el incremento de la competencia mundial.

Es por esta razón que el presente trabajo enfatiza la planificación turística como instrumento de desarrollo nacional en el que se presentarán sus diferentes fases y su aplicación, así como también los programas que ha llevado a cabo el gobierno del Distrito Federal a través de la Secretaría de Turismo con la finalidad de analizar las diferentes directrices de actuación que ha llevado a cabo el gobierno de la Ciudad para fomentar y fortalecer el papel de este sector en la economía local. La intención es realizar un balance de las acciones emprendidas, sus fallas, aciertos, así como también sus debilidades para valorar y mejorar el sistema turístico actual. Esto con miras a mejorar los servicios turísticos para incrementar la afluencia turística y a su vez aprovechar las ventajas que trae consigo el ingreso de divisas al país.

El objetivo será reimpulsar la economía aprovechando la fuerza del turismo como actividad próspera de gran potencial para atraer inversiones y revitalizar actividades productivas, recuperar la calidad de los paisajes y espacios urbanos y mejorar, en consecuencia, el bienestar de las comunidades.¹ Es decir, el turismo, como una alternativa de desarrollo económico para la Ciudad de México a través de la planificación estratégica en función del aprovechamiento de los recursos turísticos con que cuenta para impulsar la oferta turística complementaria y como actividad de reforzamiento de la economía del área. La planificación turística permite la recuperación del patrimonio histórico y arquitectónico de la Ciudad, lo que beneficia su buena imagen y repercute en la mayor captación de turistas.

La idea que pretendo enfatizar en el presente trabajo es que la planificación turística de la Ciudad de México es una pieza clave el óptimo desarrollo del turismo del área, siendo esta una actividad potencial que incrementa el ingreso de divisas, inversiones y creación de empleos, es decir, actividad revitalizadora de la economía de la zona.

¹ *Boletín: Hechos y tendencias del turismo*, No. 5, Marzo 2002, SECTUR, p. 10 en www.sectur.gob.mx

Capítulo I

Marco Conceptual y teórico

1.1 Conceptualización

1.1.1 Turismo

Definir al turismo desde una sola conceptualización encierra un problema, ya que es un tema de estudio muy amplio, debido a su dimensión social, económica, cultural, psicológica etc., es decir, que no se trata solo de un fenómeno económico sino que tiene implicaciones sociales y psicológicas. Aunque es necesario fijar una definición precisa de lo que es el turismo, a fin de poder situarnos, primero haré alusión a su sentido general.

Etimológicamente, el vocablo “turismo” procede de las raíces *tour* y *turn*, ambas procedentes del latín *tornus* (torno) como sustantivo (redondear, tornear labrar a torno, y en latín vulgar, girar) y *tornare* como verbo (de las que se aprecia por la raíz común la idea de giro, de viaje circular y de vuelta al punto de partida).¹ Por tanto esta palabra etimológicamente hace referencia a la idea de giro, de viaje circular, de vuelta al punto de partida, es decir, cumplir un ciclo. Esto se relaciona con los viajes en el sentido de que los turistas salen de su lugar de origen para desplazarse a un destino y después de un tiempo regresaran al lugar de residencia.

Los sufijos *ista* e *ismo* que completan las palabras *turista* y *turismo* se refieren a la acción que recae sobre una persona o grupo de ellas.

El concepto de turismo ha ido evolucionando de acuerdo a los momentos históricos determinados llenando de la conceptualización más sencilla hasta la más acabada. Así, Glucksmann decía en 1929 que *el turismo es un vencimiento del*

¹ Ramírez, Blanco. *Teoría general de turismo*, Ed. Diana, México, 1994, p. 29

*espacio por personas que afluyen a un sitio donde no poseen lugar de residencia fijo.*²

Bormann, en 1939, lo definía como *el conjunto de viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales, profesionales y otros análogos y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal.*³

Unos años antes de la Segunda Guerra Mundial, para el alemán Benschmidt *el turismo era el conjunto de relaciones pacíficas entre viajeros que se detienen en un sitio, las personas domiciliadas allí y los naturales de esa región.*

Posteriormente en 1942 los investigadores Kraft y Hunzinker, elaboraron una definición de gran aceptación:

*Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto dicha permanencia y desplazamiento no estén motivados por una actividad lucrativa.*⁴

En 1955 el profesor Arriaga declaró: *el turismo es todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro: el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar.*⁵

Por su parte, el Instituto Mexicano de Investigación Turística interesado en disponer de una definición que, sin ambigüedades, precise el todo de la cosa definida; consideró conveniente distinguir al fenómeno social del desplazamiento

² Rojo, Martín. *Dirección y Gestión de empresas del sector turístico*, Ediciones pirámide, 2000, p.47

³ *Ibidem*, p. 48

⁴ Lanquar, Robert. *Le tourisme international*, Ed. Presses Universitaires de France, Francia, 1977, p.11.

⁵ Ortuño, Manuel. *Introducción al estudio del turismo*. Ed. Porrúa, México, 1980, p. 38.

humano temporal de la industria que lo explota con fines económicos. El fenómeno se apreció como:

*El desplazamiento humano de un espacio vital a otro temporal. Entendido el primero como aquel ámbito geográfico donde un individuo se desenvuelve socialmente y obtiene de fijo los medios económicos de subsistencia.*⁶

Es así como vemos que este concepto se ha ido ampliando con el paso del tiempo, desde las primeras definiciones, que hablaban del turismo simplemente como un abandono temporal del lugar de residencia, hasta considerar al turismo como un fenómeno social con una importantísima repercusión económica.

En este sentido cabe enunciar la definición que da la Organización Mundial de Turismo:

El turismo se describe como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

La utilización de este amplio concepto permite identificar tanto el turismo entre países como el turismo dentro del propio país. *El "turismo" se refiere a todas las actividades de los visitantes, es decir incluidos los "turistas (visitantes que pernoctan)" y los "visitantes del día (excursionistas)".*⁷

⁶ Ramírez, *Op. Cit.* p. 242

⁷ www.world-tourism.org

1.1.2 Turismo Internacional

Se incluyen en esta definición los desplazamientos turísticos efectuados más allá de las fronteras nacionales en sus modalidades de turismo receptivo (el que arriba a un país) y egresivo (el que sale del mismo).⁸

1.1.3 Turista

Esta definición se configura desde la manera más sencilla hasta la más elaborada:

El turista es la persona que hace una o más excursiones especialmente alguien que hace esto por recreación.⁹

Turistas son todos aquellos que se desplazan fuera de su domicilio habitual común con intención de regresar.¹⁰

O bien, como se describe en la Ley Federal de Turismo, en el artículo 3°:

Turista es la persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilice algunos de los servicios turísticos a que se refiere esta ley, sin perjuicio de lo dispuesto para efectos migratorios por la Ley General de Población.¹¹

Y a diferencia de lo que se establece en la Ley de Turismo del Distrito Federal, que también se encuentra en el artículo 3°:

⁸ Getino, Octavio. *Turismo y desarrollo en América Latina*, Ed. Noriega, México, 1987, p. 174

⁹ *Ibidem*, p. 35

¹⁰ Rojo, *Op cit*, p. 53

¹¹ *Ley Federal de Turismo 2000 en www.sectur.gob.mx*

*Persona que en el Distrito Federal utilice alguno de los servicios turísticos a que se refiere esta Ley, sin perjuicio de lo dispuesto para efectos migratorios por la Ley General de Población.*¹²

1.1.4 Industria Turística

Dentro de la definición de este concepto encontramos varias opiniones de los autores acerca de si puede llamarse industria turística a un sector propiamente terciario y por ello considero necesario hacer referencia de como es que se llega a adoptar dicho concepto.

La industria turística no es sinónimo de turismo, puede afirmarse que el turismo es el todo y que una de las formas en que se manifiesta es lo que se denomina industria. En este caso la industria turística se relaciona con el negocio del turismo, con su parte operativa.

Sin embargo, de acuerdo con la clasificación de las actividades económicas, el turismo se encuentra en el sector terciario, en donde se agrupan el comercio y los servicios y no en el secundario, el que comprende la industria y la construcción. Así al estar el turismo en el sector terciario, no puede quedar simultáneamente en el secundario, el cual, si abarca las industrias. En este sentido, incluso las denominaciones “industria hotelera”, “industria restaurantera” o de transportes son inadecuadas, ya que dichas ramas de la economía brindan servicios y por tanto son del sector terciario.¹³ No obstante, la exitosa penetración e inserción del modelo industria turística en las economías latinoamericanas se explica por la existencia de condiciones de dependencia y por la necesidad de revertir el empobrecimiento constante de estos países, por ello era necesario promover la industrialización la cual fue asociada con “modernización” y “progreso” y en vista de ello para que el turismo ganara legitimidad política, económica y social,

¹² *Ley de Turismo del Distrito Federal*, Secretaria de Turismo del Gobierno del Distrito Federal, en www.mexicocity.gob.mx

¹³ Molina Sergio. *Conceptualización del Turismo*, Ed. Limusa, México, 1997, pp. 52-53

comienza a ser conocido como industria, así todo lo relacionado con él contendría “lo moderno” y el “progreso”.¹⁴

Sin embargo, es necesario mencionar que en la actualidad el término industria turística ha sido usado para designar a todo un conjunto de servidores turísticos, por ello describiré como es que se adoptó y que continúa vigente en nuestros días.

Como modelo económico la industria turística surge y evoluciona después de la Segunda Guerra Mundial, principalmente se manifestó inducido por la intervención del Estado dentro del marco y la planificación para el crecimiento. En la medida en que el modelo se fue expandiendo, las compañías transnacionales, fueron teniendo creciente influencia en su contenido ideológico, político, comercial, financiero, de manera que el control por parte del Estado fue disminuyendo.

De esta manera es como se adopta este concepto en el marco turístico y hasta nuestros días es entendido en estos términos.

Por lo anterior es necesario definir y describir los elementos de la industria turística.

*La Industria turística es un sector económico de servicios básicos, de alojamiento y alimentación vinculados con agencias de viajes y con el transporte de pasajeros; complementados por otros de recreación y venta de productos típicos y apoyados en conjunto, por una serie de actividades productoras de bienes y servicios.*¹⁵

Así la industria turística como institución, la componen tres grandes grupos de organizaciones: los transportes, los alojamientos y los intermediarios. Estos tres grupos, con el paso de los años y su constante extensión, han llegado a constituir enormes complejos económicos, que representan intereses inmensos y que cubren la totalidad de los países del mundo. Su significación económica, tanto nacional como internacional alcanza un relieve que nadie puede negar.

¹⁴ *Ibidem*, pp.54-55.

¹⁵ Ramírez, *Op. Cit.* p. 242

a) Los transportes

El transporte turístico se realiza mediante el uso creativo e imaginativo de todos los medios de transporte conocidos: aviones, barcos, trenes, autobuses, automóviles, motocicletas, bicicletas, etc. Por aire, tierra, por mar la red de transportes está siendo utilizada intensa y permanentemente , a favor del turismo.

b) Los alojamientos

Los primeros hoteles nacieron como respuesta a una demanda especial: clientela de lujo, poco atenta a los precios que tenía que pagar por los servicios. Son los grandes “palace” que han sobrevivido hasta hoy. Pero a comienzos del siglo XX, junto a los grandes hoteles comienzan a aparecer otros de categoría media. Con el fin de la Segunda Guerra Mundial, la masificación del turismo, la incorporación al disfrute de las vacaciones de grupos procedentes de todas las clases sociales, conduce a la creación de nuevas formas de alojamiento.

c) Los intermediarios

El transporte y el alojamiento y el resto de los servicios, pueden ofrecerse directamente a los turistas, pero en forma a veces excesivamente costosa y de escaso rendimiento. Esto obligó a que, la idea del turismo moderno naciera ligada a la actividad profesional de los “agentes de viajes”, como el núcleo más importante de los intermediarios. Pero no hay que olvidar a los *promotores*, personas o entidades especializadas en la realización de campañas de difusión y de publicidad; los *creadores de oferta* instituciones y organismos que tienen la tarea de dirigir la planeación, de fomentar el desarrollo de la estructura y de establecer el marco de los bienes turísticos.

Es así como aparece la industria turística como el resultado de la actividad de un conjunto de empresas integradas en una dirección común, con un solo objetivo, en el que todo funciona de acuerdo a esquemas determinados.

1.1.5 Recursos Turísticos

*Los recursos turísticos son aquellos elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y razonada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico.*¹⁶

Cabe recordar que los recursos son fenómenos vivientes que se expanden y se contraen de acuerdo con el esfuerzo y comportamiento que el hombre ejerce sobre ellos, de ahí que su adecuado estudio y manejo tenga una gran significación en las tareas de promoción y planeación turística.

1.1.6 Servicios Turísticos

*Toda actividad realizada por una persona física o moral, pública o privada, tendiente a satisfacer necesidades específicas directamente planteadas por el desplazamiento turístico.*¹⁷

Entre los *servicios turísticos generales* que son todos aquellos servicios que se ofrecen de forma gratuita al turista por el simple hecho de serlo, y los proporciona tanto al sector público como el privado. Podemos encontrar:

- a) Las oficinas de información turística públicas y privadas.
- b) El servicio exterior, diplomático o consular.
- c) El servicio de tramitación aduanal y migratoria.
- d) Servicios de los aeropuertos, puertos marítimos, terminales de autobús
- e) Policías políglotas.
- f) Guías oficiales que se desempeñen en recintos culturales y sociales de acceso público.

¹⁶*Ibidem*, p.61

¹⁷ *Ibidem*, p. 66

- g) Espectáculos y eventos artísticos y deportivos.
- h) Publicidad impresa y documental sobre atractivos y servicios turísticos de una localidad, región o nación.

Los *servicios turísticos específicos* son los que proporciona generalmente el sector privado que reúne ciertos requisitos, entre los que prevalece, la capacidad de corresponder a la prestación con una remuneración económica. Las empresas que proporcionan estos servicios son las de alojamiento, alimentación, agencias de viajes, guías de turistas transporte especializado, recreación, comercios especializados y otros complementarios provenientes de la rama bancaria y financiera.¹⁸

1.2 Clasificación básica del turismo

Las motivaciones de los turistas, las características de los destinos turísticos, las peculiaridades de cada producto turístico, etc, dan lugar a la existencia de distintos tipos de turismo. En este sentido, se pueden hacer distintas clasificaciones atendiendo a diversos criterios:

Para la Organización Mundial de Turismo, las formas de turismo son:

- Turismo interno: es el turismo de los visitantes residentes, en el territorio económico del país de referencia;
- Turismo receptor: es el turismo de los visitantes no residentes, en el territorio económico del país de referencia;
- Turismo emisor: es el turismo de los visitantes residentes, fuera del territorio económico del país de referencia;
- Turismo interior: es el turismo de los visitantes, tanto residentes como no residentes, en el territorio económico del país de referencia;

¹⁸ *Ibidem*, pp.67-68

- Turismo nacional: es el turismo de los visitantes residentes, dentro y fuera del territorio económico del país de referencia.¹⁹

Sin embargo podemos hacer otra diferenciación más específica:

Según su origen:

Nacional: Cuando lo llevan a cabo residentes de un mismo país, dentro de los límites de su propio territorio.

Intrarregional: es el que se realiza en el plano internacional, pero entre individuos de países que por razones geográficas, históricas, políticas o culturales conforman una determinada región.

Internacional: se refiere al turista extranjero procedente de países diferentes a los que conforman una determinada región, o a los turistas nacionales que se dirigen al extranjero.

Según el motivo de viaje:

Consiste en identificar al turismo según el motivo principal del viaje o por el propósito de la visita a un determinado destino. De acuerdo a este criterio, puede dividirse en tres categorías, del cual pueden desprenderse otras subclasificaciones, de las cuales se hablará más adelante.

- a) Turismo convencional o de tipo vacacional.
- b) Turismo especializado.
- c) Turismo de interés común (profesional, religioso).

¹⁹ www.world-tourism.org

Según la forma de viaje:

- a) Turismo individual.
- b) Turismo de grupo.

Según la permanencia en el lugar de destino:

- a) Turismo itinerante (de permanencia muy corta).
- b) Turismo residencial, o de estadía (mayor permanencia, asociado al uso de sistemas de alojamiento extrahoteleros).²⁰

1.3 El turismo como fenómeno contemporáneo en el mundo

El hombre desde siempre ha realizado viajes de un sitio a otro, sin embargo, la actividad viajera en épocas anteriores era motivada en forma preponderante por razones de índole económica que tendían específicamente a la satisfacción de necesidades como comercio o guerras y solo como una excepción y en un número reducido por el deseo de descanso, placer, salud, etc. Ejemplo de ello eran los viajes en Grecia y Roma por el conocimiento hacia otras culturas, este fue un motivo muy importante para la realización de viajes, sobretodo para los miembros de la monarquía y la nobleza.

En este sentido el turismo comenzó a afirmarse mundialmente después de la Segunda Guerra Mundial, cuando se incorporó al circuito mercantil la voluntad de desplazamientos y de nuevos modos de uso del tiempo libre. Al consolidarse el poder de las naciones más industrializadas sobre el resto del mundo, proceso simultáneo de mayores posibilidades socioeconómicas por parte de la población de la grandes metrópolis, el turismo quedó convertido en un recurso disponible para su oferta en el mercado.

²⁰ Getino, *Op. Cit.* pp. 43, 44.

La importancia del turismo fue formalmente reconocida cuando la Asamblea General de Naciones Unidas designó a 1967 como el año internacional del turismo con la resolución unánime que se expresa como sigue:

“El turismo es la básica y más deseable actividad humana digna de ser ponderada y estimulada por todas las personas y todos los gobiernos”.²¹

En la actualidad las características peculiares del mundo en que vivimos: tecnificación, facilidad, seguridad y rapidez de la transportación, acceso de grandes masas de población a bienes económicos suficientes, vacaciones anuales y descansos semanales, hacen posible que grupos numerosos de personas viajen de un sitio a otro por el simple deseo del placer, hasta llegar a formar auténticas corrientes de viajeros de circulación continua.

La participación de la sociedad en el turismo da origen a toda una serie de actividades: transportes, alojamiento, alimentación y distracción, las cuales generan toda una serie de efectos sobre el ambiente natural, social y económico en el cual se desarrollan.

Esos efectos y de manera especial los de índole económico, son los que han predispuesto favorablemente en los últimos años a los países en vías de desarrollo a fomentar el incremento de la actividad turística, con miras a obtener los beneficios que indudablemente ésta brinda, ya que este recurso se ha convertido en fuente de divisas para muchos países, por su tendencia a mantener ingresos constantes, aunque, también hay que decirlo, pueden producirse fluctuaciones como resultado de circunstancias especiales vividas en algunas naciones o regiones (conflictos sociales, políticos) que también afecten el nivel de afluencia a los distintos destinos del mundo.

Sin embargo, el turismo como medio de desarrollo económico para un país, es una gran alternativa, ya que es un recurso de fácil acceso y manejo para todas las

²¹ Burkart, A. *Tourism*, Ed. Heineman, London, 1987, p. 63

naciones que aunque también presenta variaciones de acuerdo con las condiciones de un país, el nivel de daño no es de la magnitud de perjuicio como sucede con las materias primas tradicionales, principal fuente de divisas para un gran número de países subdesarrollados.

1.4 Teorías

1.4.1 La Teoría de Sistemas en el estudio del turismo

El conocimiento y evaluación de hechos y fenómenos pueden realizarse por medio de dos enfoques básicos: el enfoque reduccionista o merológico (de meros = parte, relacionado con las partes) y el holístico (del griego holos = relacionado con el todo) o integral.

El reduccionismo aborda la realidad descomponiendo los problemas al reducirlos y sacarlos de su marco global. Una vez que se separa se le analiza y prescribe su solución, pero sin tomar en cuenta el contexto del problema, esta forma de pensar corresponde al razonamiento analítico.

En cambio la Teoría General de Sistemas se relaciona con el modo de pensamiento totalizador u holístico.

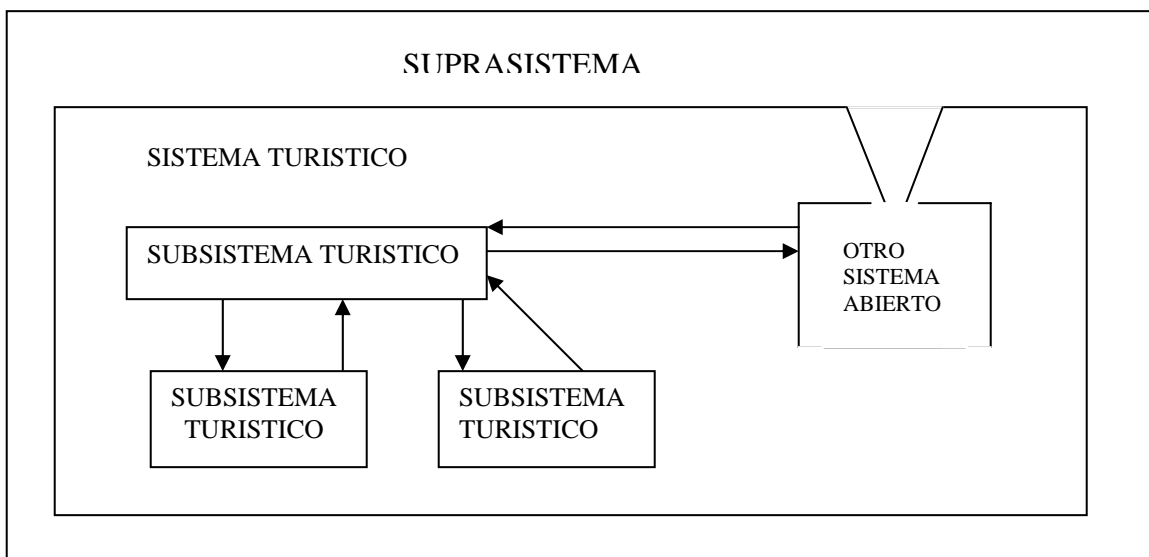
El sistema está compuesto de elementos o entidades que funcionan de modo interrelacionado y que tienen un objeto común. Los elementos o entidades son las partes, que junto con sus interrelaciones conforman el todo y son también llamados, subsistemas.

El suprasistema equivale al entorno o ambiente físico, económico, social político y cultural que condiciona y determina el funcionamiento de los sistemas.²²

²² Boullón, Roberto. *Un nuevo tiempo libre, tres enfoques teórico prácticos*, Ed. Trillas, México, 1993, p. 13

El sistema turístico es el conjunto de elementos (superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, equipamiento e infraestructura) interrelacionados que propiciarán satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre.²³

La relación que mantiene el sistema turístico con el entorno es dinámica, ya que como fenómeno contemporáneo, se particulariza por ser un sistema estrechamente relacionado con las partes restantes y fundamentales del suprasistema que integra. Está vinculado con casi todas las manifestaciones del hombre, por lo tanto es sensible a los cambios ocurridos en otros sistemas. Es posible que estos cambios afecten su esencia o sus propias manifestaciones. (Figura 1).²⁴



De tal manera que como sistema abierto (aquel que intercambia energía, materiales e información con su entorno, por medio de canales de entrada y salida, importan y exportan comerciando con su entorno), también tiene su propio funcionamiento donde importa la información, por ejemplo, necesidades y

²³ *Ibidem*, p. 17

²⁴ *Ibidem*, p. 25

expectativas de la población en torno al uso de su tiempo libre; la cual es procesada por el sistema para elaborar productos y servicios que satisfagan esas necesidades y expectativas. Dichos productos y servicios son exportados por el mismo sistema y se ofrecen a la población en general.

Estructura del Sistema Turístico

El Sistema turístico está integrado por un conjunto de partes o subsistemas que se interrelacionan e interactúan con el fin de alcanzar un objetivo común y son:

1. *Superestructura*. Asume la función de regular el sistema turístico, recogiendo los intereses, expectativas y objetivos de los subsistemas restantes.
2. *Demanda*. Esta constituida por los turistas y por sus necesidades físicas y espirituales, esta demanda esta compuesta por turistas residentes en el país y por residentes en el extranjero.
3. *Atractivos*. Son aquellos que se constituyen en uno de los principales motivadores y orientadores del flujo turístico. Estos pueden ser naturales o culturales.
4. *Equipamiento e instalaciones*. Comprende al conjunto de establecimientos especializados en la prestación de servicios turísticos y a las instalaciones que los apoyan.
5. *Infraestructura*. Es la que presta los servicios básicos o de apoyo al sistema turístico. Sirve, también en la gestión de otras actividades económicas. Esta puede ser interna, como redes telefónicas, alcantarillado, agua potable y externa como aeropuertos, carreteras, telégrafos, es decir, aquellos que contribuyen a enlazar un destino turístico con otro.

6. *Comunidad local*. Está conformada por grupos de individuos que residen en forma permanente en los centros turísticos. También son conocidos como comunidad receptora.²⁵

En este contexto, **la ciudad** puede entenderse como un complejo sistema de elementos o partes conectadas, donde las actividades humanas están enlazadas por comunicaciones que interactúan, en este sistema cualquier variación o alteración, origina una reacción en cadena que modifica o influye en las otras partes del sistema. El enfoque sistémico persigue resolver los grandes desequilibrios generados por el proceso de urbanización a través de una organización de los sistemas de actividades urbanas, la conservación y gestión de los recursos naturales y la mejora de la calidad de vida.

Las actividades que se llevan a cabo en una localidad complementan y por lo tanto afectan las actividades que se producen en otras localidades. Los centros funcionalmente dominantes articulan las actividades regionales y polarizan las interacciones urbanas. Los centros funcionalmente dependientes organizan sus actividades y consumo de servicios en función del desarrollo y accesibilidad de los centros dominantes.

En pocas palabras la ciudad y su área de influencia inmediata puede contemplarse como una sistema funcional, entendiendo este como un conjunto de componentes relacionados entre sí para la consecución de unos fines comunes. Los sistemas urbanos existen en un determinado entorno (contexto socioeconómico o medio ambiente) e interactúan con él de manera constante. Todo sistema urbano deberá identificar los cambios en su entorno y adaptar su funcionamiento a ellos.

El enfoque sistémico reconoce que los elementos no son autónomos, que no actúan en el vacío, sino inmersos en una compleja red de interdependencias, que

²⁵ Molina, *Conceptualización....Op. Cit.* p. 39

son afectados unos por otros y que su estado actual no puede ser entendido si no se consideran desde una perspectiva de conjunto.²⁶

1.4.2 Globalización y turismo

Los últimos años se han caracterizado por una serie de transformaciones sociales, culturales y tecnológicas que parecen no tener un final inmediato. Vivimos en un mundo de constantes cambios que hace que se generen nuevas reorientaciones en el comportamiento de los diversos elementos de la dinámica mundial. Por este hecho el turismo no escapa a estas manifestaciones y tiende a adaptarse a la más reciente realidad que le exige la conducta mundial.

Las sucesivas crisis petroleras y económicas que sufrieron las sociedades del mundo capitalista desde comienzos de la década de los setenta, obligaron a replantear las políticas internacionales y paralelamente condujeron a revisar los modelos nacionales. En muchos países se consideró que el proteccionismo generalizado constituía una barrera que dificultaba los procesos de desarrollo, pues representaba una forma de paternalismo que afectaba la posibilidad de satisfacer las necesidades de la sociedad.

En la década de los ochenta se pusieron en marcha en diversos países de Latinoamérica, políticas tendientes a superar la crisis, el concepto común a estas políticas era la liberalización, que implicaba soltar las ataduras para la inversión pública y privada.

Para los años noventa se advierte un recrudecimiento de la lucha comercial, la formación de bloques económicos, en este contexto internacional se negoció la liberalización de barreras proteccionistas y se crearon estímulos para incrementar el intercambio comercial entre países, que dinamizaron el sistema internacional.

²⁶ Fernández, Guell José Miguel. *Planificación estratégica de Ciudades*, Ed. Gustavo Gili, México, 1997, pp. 60-61

Es así como comienza el periodo de la globalización mundial, comprendido como un todo interrelacionado de las actividades en cada rincón de la tierra. Fenómenos económicos, sociales, culturales, políticos repercuten en cada uno de ellos y por lo tanto en cada ámbito, ante lo cual el turismo no escapa a dicha realidad.

En este sentido la globalización juega un papel muy importante en el desencadenamiento de estos fenómenos, la formación de grandes mercados comunes está transformando aceleradamente el comportamiento empresarial y gubernamental en el campo del turismo, en un contexto del mundo interrelacionado donde la gente conceptualiza una interacción económica y social, en una macro escala. Anteriormente en el marco de mercados protegidos estas entidades encontraban excelentes oportunidades para captar grandes volúmenes de turistas. Pero en la actualidad al ampliarse los límites geográficos de los mercados, incorporándose nuevas regiones, la actuación de compañías y de los gobiernos se torna riesgosa ante los repentinos cambios políticos, económicos y ante la inminente competencia por ofrecer el mejor servicio.

En el campo del turismo, la liberalización ha tenido impactos dispares para los países y las empresas que se desenvuelven en el mercado internacional: quiebras, absorciones, desplazamientos del mercado y guerra de tarifas, han sido las manifestaciones más relevantes.

La complejidad y diversidad de intereses del mercado global no solo está marcada por las características de la demanda y sus exigencias de calidad, sino también por la conformación e influencia alcanzada por fuertes grupos y consorcios empresariales, por la aplicación de sistemas administrativos y organizacionales de base científica y por la presencia de conflictos locales e internacionales de diversa naturaleza.

En términos de competencia internacional y global existe una clara tendencia a ofrecer una amplia, variada y distinta oferta de productos y servicios turísticos,

combinando elementos culturales y naturales con procesos tecnológicos altamente sofisticados, equilibrando el peso de la oferta hotelera con la de otros servicios. De esta manera la globalización transforma a las empresas, las políticas turísticas estatales, en pocas palabras, el modelo turístico tradicional.

Ante lo cual las exigencias de la globalización en el contexto turístico pueden reducirse en:

1. Ingreso de capitales foráneos y determinación de facilidades para una circulación menos restrictiva de utilidades. El incremento de los flujos de capital
2. Cambios estructurales internos en el orden político, social, económico y cultural que faciliten la desregulación interna
3. Promoción intensa de las exportaciones tradicionales (destinos de playa) y no tradicionales (ciudades coloniales, ecoturismo)
4. Desburocratización y mayor simplificación administrativa, financiera y comercial
5. Mejoramiento de la infraestructura de comunicaciones y de transportes
6. Racionalización y mejoramiento de la educación así como de la capacitación
7. Impulso y favorecimiento de la competencia en el mercado interno.²⁷

Modernidad y globalización

La modernidad como una forma de conceptualizar al mundo comienza en el siglo XIX debido a los cambios causados por la industrialización y con ello la emergencia de un sistema capitalista que aparece para reemplazar las tradicionales formas de la organización social. Así, la modernización es un

²⁷ Molina, Sergio. *Modernización de empresas turísticas, un enfoque para el logro de la calidad total*, Ed. Diana, México, 1994, p. 73

proceso que se originó en los países altamente desarrollados, los cuales poseen los recursos necesarios para promover el incesante desarrollo científico y tecnológico.

Los países menos desarrollados reciben estas olas incesantes de conocimientos modernos, quienes en la mayoría de las veces se insertan en sus realidades, aunque no siempre de la forma más óptima ya que cada país tiene condiciones muy específicas. El flujo modernizante es constante y en la actualidad presiona con mayor fuerza para incentivar los cambios.

En este sentido las instituciones de gobierno han tenido que elaborar propuestas que se adapten al status emergente: nuevas leyes, políticas de fomento con lineamientos de mayor amplitud, también son ejemplos de la reconceptualización y reingeniería que ha estado experimentando el turismo.²⁸

De tal manera los cambios en el turismo moderno son constantes, inevitables y generalizados, puesto que alcanzan a todas las ramas de la actividad. El sector turismo en México es uno de los más dinámicos en la captación de divisas y por muchos años ha sido una actividad en constante crecimiento, competitiva en el mercado internacional que ha contribuido a difundir una imagen de modernidad en el exterior. Aún así el turismo en México requiere de importantes cambios para mantener y ganar posiciones en el mercado global.

Así la modernización constituye un proceso de cambio que se origina en las transformaciones internas, pero que también obedece a variaciones estratégicas ocurridas más allá de las fronteras de país, dentro del mercado global.²⁹

Es importante mencionar que los procesos de globalización no se producen al margen de las ciudades, sino que estas participan activamente en ellos. La

²⁸ *Ibidem*, p.19

²⁹ *Ibidem*, p.71

atracción de las ciudades se basa en una combinación de factores entre los que se incluye la cualidad de los recursos humanos, la capacidad de innovación, la dotación infraestructural y la calidad ambiental y social. De tal manera que la ciudad toma un nuevo papel en el desarrollo global, convirtiéndose en uno de los actores primordiales en la recuperación económica del territorio. En este contexto la competencia entre ciudades, se ha acrecentado enormemente en los últimos años.³⁰

Sin embargo la cooperación también es uno de los elementos que marcan las relaciones en el sistema urbano mundial. La cooperación necesaria para insertarse en el sistema internacional, que tiene como objetivo mejorar la competitividad, se coopera para competir mejor.

Es por esta razón que la Ciudad de México puede llegar a convertirse en un centro turístico de gran importancia mundial, que responde a las exigencias propias de una era en constantes cambios, bajo la tela de la globalización.

³⁰ Borja, Jordi. *Local y Global, la gestión de las ciudades en la era de la información*, Ed. Taurus, México, 1997, p. 319

Capítulo II

Turismo Mundial y Nacional

El turismo se está convirtiendo rápidamente en uno de los sectores más relevantes del mundo y los ingresos generados por el mismo suponen una parte importante de la economía mundial. Las tendencias están apuntando, a que este fenómeno seguirá creciendo y que se desarrollarán nuevas características en el mismo.

A su vez, muchos países están empezando a reconocer los beneficios que el turismo puede aportar a su economía en términos de generación de empleos e ingreso de divisas.

Sin embargo, el turismo no está exento de problemas y el llamado turismo de masas ha demostrado tener ciertos efectos negativos en los destinos. Además del deterioro de los recursos naturales, contaminación o tensiones sociales que son solo algunos ejemplos de esos impactos, consecuencia de un crecimiento sin planificación.¹

En forma contraria y por fortuna, el turismo ha alcanzado una nueva generación. El llamado turismo alternativo o turismo temático, por ejemplo el turismo cultural o el ecoturismo, son solo algunos que entre muchas ventajas ofrecen oportunidades para concebir y poner en práctica nuevos modelos viables de desarrollo turístico. Estos nuevos productos ofrecen una nueva experiencia al viajero, ya que los turistas buscan algo más que vacaciones, buscan una experiencia única e irrepetible.

¹ Serie de documentos técnicos, *Como desarrollar productos turísticos competitivos*, SECTUR, 2001, Vol. 3, p.3

Sin lugar a dudas las tendencias mundiales del turismo, nos indican algunas consideraciones del rumbo de actuación a nivel nacional, es decir, nos muestran los efectos e influencia del contexto exterior en la toma de decisiones del interior, ya que como sistema mundial, lo que ocurre en una parte repercute en las demás, y en este caso la situación del turismo también requiere de un estudio a escala internacional.

Por ello, este capítulo esta designado para hacer un breve análisis tanto de estas tendencias, como de los flujos turísticos expresados en cifras, a la vez de exponer algunos elementos de la situación turística nacional. Todo esto con la finalidad de explicar la importancia que tienen estos factores en la toma de decisiones en la planificación turística de la Ciudad de México.

Quizás lo más notorio del desempeño del turismo a nivel mundial, ha sido su capacidad de seguir creciendo, a pesar de la crisis estructural del sistema mundial que ha afectado las condiciones de vida de la población, ya no solo en países subdesarrollados sino también en los desarrollados, los mayores emisores de turistas al mercado mundial.

Por lo anterior es necesario tomar en cuenta el hecho de que el crecimiento del turismo mundial no es uniforme, ya que depende totalmente de la situación económica, social y política del área.

Estas son variables que merecen la pena ser mencionadas, en lo que es conocido como tendencias internacionales, donde podemos apreciar la resonancia de ciertos hechos mundiales en el turismo nacional.

2.1 Tendencias

En este sentido sería difícil encontrar en los últimos años una crisis de confianza comparable a la que sacudió al mundo en el 2001. Los atentados terroristas del 11 de septiembre conmocionaron al sector turismo en todo el mundo. El tráfico aéreo

internacional de pasajeros se vio especialmente afectado y este hecho tuvo repercusión en el sector hotelero y en las redes de distribución, sin embargo a tres años, cabe decir que el turismo va en camino a la recuperación.

Los años 2000 y 2001 fueron años excepcionales para el turismo. En 2000, el turismo internacional crecía en cuarenta y cinco millones de llegadas y alcanzaba cuotas sin precedentes. En 2001 las llegadas internacionales disminuían 0.6 por ciento.²

Año	Llegadas (millones)	Aumento en valores Absolutos (millones)
1996	586	34
1997	610	24
1998	629	19
1999	652	23
2000	697	45
2001	692	-5

Fuente: Organización Mundial del Turismo

Los acontecimientos del 11 de septiembre deterioraron los resultados del turismo internacional en 2001, sin embargo este fue solamente uno de los factores del descenso de las estadísticas turísticas. La situación económica de los países occidentales como Alemania y Estados Unidos, había comenzado a deteriorarse a fines de 2000 y el proceso se había iniciado incluso antes en Asia. Los efectos de la recesión económica en el turismo receptor de regiones como América, Asia Meridional y Oriente Medio se observaban en los ocho primeros meses de 2001.³

² www.world-tourism.org

³ *Idem.*

La saturación de imágenes de la tragedia en los medios de comunicación, la reiteración de los mensajes asociados a ella y la magnificación de las reacciones diplomáticas y militares, originaron una contracción de los movimientos turísticos internacionales, lo que se vio reflejado en los meses posteriores a septiembre de 2001.

En forma sistemática podemos mencionar cuáles fueron las principales tendencias después del 11 de septiembre:

Internacionales:

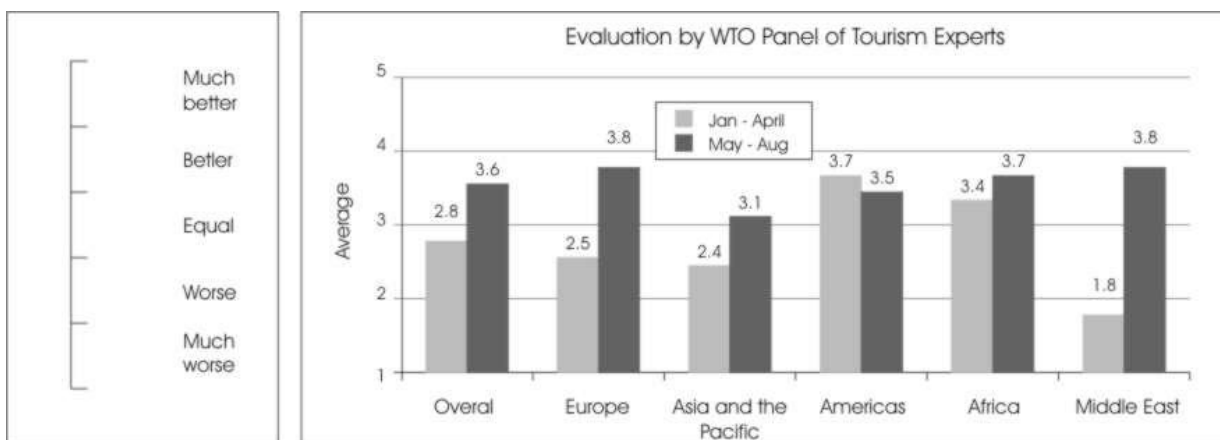
- Las crisis de confianza se vuelven un factor determinante en la elección de destinos
- De acuerdo a las características especiales cada destino reajusta sus estrategias
- Los turistas americanos redujeron sus viajes en avión al igual que los que tenían intención de viajar a los Estados Unidos
- Los viajes vacacionales se posponen y se escogen destinos más cercanos
- La seguridad en el viaje se vuelve el factor más importante en la planeación de los viajes

Nacionales:

- Durante los meses subsecuentes hubo un efecto drástico en la afluencia de turismo, particularmente el de origen norteamericano
- Mayor impacto en destinos de playa dependientes del mercado norteamericano
- Mayor efecto en los hoteles de mayor categoría
- El segmento de congresos y convenciones sufre un impacto negativo por posposiciones de eventos

- México se vuelve alternativa para los europeos que tenían previsto viajar a los Estados Unidos en 2002.⁴

Para 2003 las tendencias mundiales se vieron influenciadas principalmente por el conflicto en Irak que comenzó a mediados de marzo y terminó hacia finales de abril, sin embargo los efectos se sintieron en todo el primer cuatrimestre y justo cuando la guerra en Irak se perfilaba a su fin, nuevos problemas se avecinaban, el brote del Síndrome Respiratorio Agudo Severo (SARS) en Asia una enfermedad respiratoria con síntomas de pulmonía acaparó rápidamente los titulares acortando los viajes y afectando los planes de los paseantes especialmente en los mercados asiáticos, a pesar de ello en las estadísticas mundiales Europa ha mostrado un notable incremento; África y América mantienen un ritmo muy parejo, pero mejor que en los meses anteriores; Asia y el Pacífico reflejan claramente la influencia del SARS, sin embargo, se tienen muy buenas expectativas sobre el mejoramiento de la zona, según el estudio realizado por un grupo de expertos de la Organización Mundial de Turismo.⁵



Fuente: www.world-tourism.com

En este sentido la primera parte de 2003 ha sido predominantemente una continuación del escenario del 2002 constituido por una economía insegura debido

⁴ *Plan Estratégico de Mercadotecnia 2002*, Secretaría de Turismo del GDF, pp. 18-20

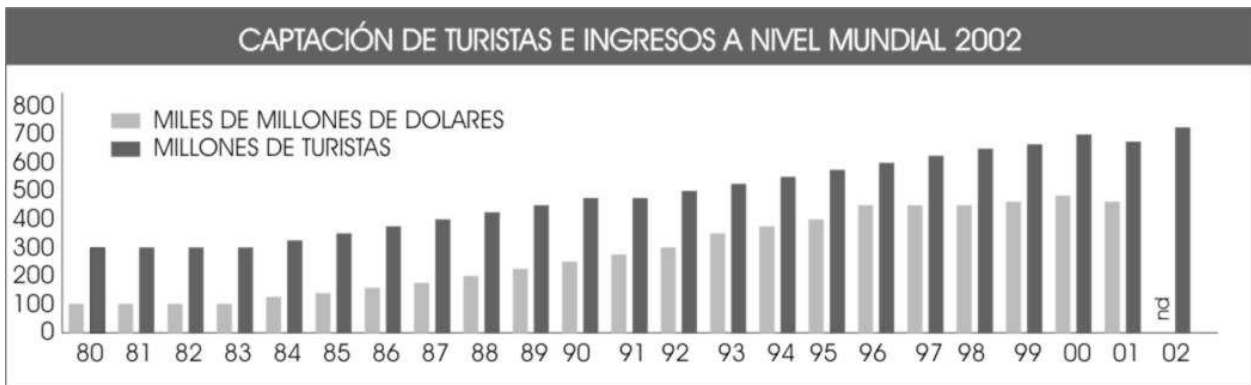
⁵ www.world-tourism.org

a la incertidumbre provocada por el conflicto de Irak lo que ocasionó una disminución considerable de visitantes en esta zona, sin embargo subsiste el optimismo de los expertos hacia un mejoramiento gradual de las condiciones económicas y la reducción de las tensiones internacionales.

2.2 El Turismo durante el 2002

2002 ha pasado a la historia del turismo por ser el año en que se rebasa la frontera de los 700 millones de llegadas de turistas internacionales, demostrando el sector turístico su resistencia ante eventos desalentadores y panoramas políticos y económicos en crisis.

De acuerdo con las cifras preliminares de la Organización Mundial del Turismo, durante el 2002 se registraron 714.6 millones de llegadas turísticas, esto es, un 3.17% más que en el 2001.⁶



Así mismo, se observó un cambio sustancial en el mapa del turismo mundial, en el que Europa mantiene el primer lugar, mientras la región de Asia y el Pacífico alcanza el segundo desplazando a las Américas al tercero. Esta última región registró durante el 2002, una nueva reducción en el número de llegadas. La

⁶ *El Turismo en México 2002*, SECTUR, p. 2 en www.sectur.gob.mx

tendencia general es hacia una recuperación, que sin embargo se comienza a ver inhibida por la tensión que causa la guerra en el medio oriente.⁷

De tal manera para el 2002, según informes de la Organización Mundial de Turismo, los países más visitados en el mundo fueron los siguientes:

Países más visitados en el mundo⁸

Arribo de turistas internacionales						Ingresos		
	Lugar	2001 (millones)	Tasa de crecimiento 2002/2001	2002 (millones)	Participación en el Mercado (%)	Lugar	2001 (billones de euros)	Participación en el Mercado (%)
Francia	1	75.2	2.0	76.7	10.7	3	33.5	4.7
España	2	50.1	3.3	51.7	7.2	2	36.7	5.1
USA	3	45.5	-0.1	45.4	6.4	1	80.7	11.3
Italia	4	39.1	1.0			4	29.0	4.1
China	5	33.2	11.0	36.8	5.1	5	19.9	2.8

Fuente: Organización Mundial de Turismo

Datos recopilados en enero de 2003

En el caso de México, durante este año, se observó una recuperación en los flujos de llegadas de turistas internacionales, sin embargo, para el total del año, no se alcanzó a rebasar el nivel de 2001. Se registraron 19.7 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que supone una caída marginal de 0.7%.

Los ingresos de divisas en este rubro aumentaron en 5.4%, alcanzándose la cifra de 8.858 millones de dólares. Esto como producto del incremento del gasto promedio de los turistas de internación que creció en 5.2 %.

La llegada de turistas a México en los primeros meses de 2002 estuvo marcada por las secuelas del 11 de septiembre y durante el verano por la lentitud de la recuperación económica de los Estados Unidos. A partir del mes de septiembre

⁷ *Idem.*

⁸ *www.world-tourism.org*

cuando la comparación con 2001 ya involucra los niveles críticos que se observaron a fines de ese año, se aprecia una notable recuperación que resulta particularmente significativa en diciembre de 2002.⁹

Visitantes Internacionales a México¹⁰

Visitantes Internacionales (miles de personas)			
Mes	2002	2003	2004
Enero	9,285.47	8,205.51	8,245.96
Febrero	8,428.01	7,774.36	8,149.45
Marzo	8,963.33	7,870.16	8,754.64
Abril	8,584.80	7,655.78	8,429.58
Mayo	8,041.84	7,492.60	8,102.27
Junio	7,665.77	7,352.94	7,538.62
Julio	7,640.50	7,543.21	8,234.09
Agosto	7,759.81	7,664.48	8,105.87
Septiembre	7,632.85	7,457.64	7,764.35
Octubre	8,104.34	7,725.42	8,337.36
Noviembre	8,404.53	8,296.54	8,493.77
Diciembre	9,641.93	8,935.96	10,212.29
Total	100,153.18	93,974.60	100,368.25

Fuente: Banco de México

En esta tabla podemos ver el comportamiento mensual del total de arribo de visitantes internacionales a la República Mexicana, se puede apreciar fácilmente la variación existente en los dos años consecutivos. Para 2003 el total fue de 93,974,600 visitantes, para 2004 mostró un incremento de más de 6 millones, siendo de 100,368,250 visitantes.

Pero es importante mencionar que de ese total de visitantes internacionales el total de turistas receptivos en 2003 fue de 10,353,400 visitantes y en 2004 de 11,552,740 visitantes, que en términos reales es el número de turistas que pernoctan en el país.

⁹ *El turismo en México, Op. Cit.* p. 5

¹⁰ Banco de México en www.banxico.org.mx

Numero de Visitantes Internacionales a México¹¹

	2002	2003	2004
Balanza Turística (Millones de Dólares)	2,798.29	3,203.83	3,879.84
TOTAL	100,153.19	93,974.60	100,368.27
+ Turistas Internacionales	19,666.68	18,665.40	20,617.74
Turistas Receptivos	9,882.68	10,353.40	11,552.74
Turistas Fronterizos	9,784.00	8,312.00	9,065.00
+ Excursionistas Internacionales	80,484.51	75,309.23	79,750.51

Fuente: Secretaría de Turismo

2.2.1 Turistas de internación por origen

De acuerdo con los datos del Banco de México, Estados Unidos se mantiene como principal emisor de turistas de internación a México, 88.2%, esto es el resultado de una participación de 85% en los turistas de internación por vía aérea y de 97.4% en el flujo por vía terrestre.

Europa es el segundo mercado de origen de turistas de internación con 4.8% de las llegadas, 6.5% de las llegas por vía aérea y 7.4% del ingreso de divisas por turismo de internación, lo que equivale a 447.2 millones de dólares.

¹¹ Secretaría de Turismo en www.sectur.gob.mx

2.2.2 Turismo de internación por motivos de viaje

En el 2002, nuevamente predominaron los viajes de placer y por visita a familiares y amigos, los viajes por estos motivos representaron el 92.9% del total. Asimismo cabe señalar que los viajes de negocios aumentaron su participación en el total, aunque siguen en niveles relativamente bajos, lo que lo convierte en una oportunidad para la industria turística mexicana.¹²

2.3 El turismo durante el 2003

La captación de divisas entre enero y octubre ascendió a 7,251.7 millones de dólares, 6.7 % más que en igual lapso de 2002, a su vez el total de visitantes fue de 76,742 millones, 6.5% menos que en el mismo periodo del año anterior. El gasto promedio de cada turista de internación fue de 651 dólares según datos del Banco de México.

Así mismo el total de empleos en el mismo mes de octubre fue de 1,787,209 que en 2002 fue de 1,763,789, lo que significó un incremento de 23,420.

El total de vuelos nacionales fue de 308,548 y 89,317 internacionales y el total de pasajeros nacionales fue de 16,302,556. Los internacionales ascendieron a 8,566,042. De las cifras anteriores, los vuelos nacionales con destino a las grandes ciudades fue de 146,556 y 44,244 internacionales. El total de pasajeros nacionales hacia las grandes ciudades fue de 8,452,977 e internacionales de 3,915,289.¹³

La siguiente tabla muestra el total de Divisas recibidas de 2002 a 2004. Para 2002 los ingresos por concepto de turistas fue de 6,724 millones de dólares, para el 2003 de 7,251 y en 2004 ascendió a 8,382 millones de dólares. En el saldo

¹² *Ibidem*, p. 6

¹³ *Aeropuertos y servicios auxiliares* en www.sectur.gob.mx

notamos también la diferencia de un año a otro. Para 2002 fueron 2,798 millones de dólares, en 2003 fue de 3,203 y para 2004 de 3,879 millones de dólares.

Balanza Turística 2002-2004¹⁴

(Millones de dólares)

Balanza Turística (Millones de dólares)			
Concepto	2002	2003	2004
Ingresos			
Turistas	6,724.7	7,251.7	8,382.2
Excursionistas	2,133.3	2,205.4	2,456.7
Total	8,858	9,457.1	10,838.9
Egresos			
Turistas	2,777.6	2,835	3,227.3
Excursionistas	3,282	3,418.3	3,731.7
Total	6,059.6	6,253.3	6,959
Saldo	2,798.4	3,203.4	3,879.9

Después de una breve revisión de las principales cifras del turismo mundial y nacional, es necesaria hacer referencia a la planificación turística en su sentido teórico y a su aplicación en sentido real en la Ciudad de México que es nuestro objetivo de estudio y que será analizado en los siguientes capítulos.

¹⁴ Banco de México en www.banzico.org.mx

Capítulo III

Planificación Turística

El turismo ha desempeñado un papel fundamental en el desarrollo económico de México, registrando una tendencia ascendente en la captación de ingresos y visitantes. Sin embargo, la globalización económica mundial, la re-orientación de las preferencias de los turistas y el desarrollo de nuevos productos durante los últimos diez años, han aumentado la competencia entre los distintos centros mundiales en su intento por lograr una mayor participación de mercado.

Esta situación ha originado que los gobiernos y empresas privadas hayan iniciado un intenso proceso de modernización y consolidación de su respectiva oferta turística. En consecuencia, México enfrenta la necesidad de fortalecer e incrementar la competitividad de sus centros y productos turísticos.

Para ello hace uso de la planificación turística que es el tema que trataremos en este capítulo.

En las últimas décadas, la actividad de planificación en el nivel nacional y regional ha adquirido cada vez mayor relevancia entre las actividades que desempeñan los Estados con el fin de lograr el bienestar y prosperidad para la comunidad. La labor de planificación ha contribuido a racionalizar los recursos para el logro de ciertas metas, especialmente en el campo económico.¹

En esta época, la economía mexicana, como la de otros países con una economía distorsionada, inequitativa y estructuralmente dependiente, requiere coordinar las diferentes actividades para emplear mejor los recursos disponibles, por lo que se ha pretendido hacer tal coordinación por medio de la planificación estratégica.

¹ Acerenza, Miguel Ángel. *Administración del turismo*, Ed. Trillas, México, 1997, Vol. 2. p. 21

Con seguridad se puede afirmar que la planificación continúa siendo y será una estrategia y un instrumento valioso para orientar el sistema turístico, aún en un mundo globalizado, con una liberalización no solo económica sino también social y cultural. De tal manera que el proceso de planificación está cambiando de una planificación centralizada a una más participativa, que reconoce las capacidades e intereses locales y regionales y las realidades de los grupos humanos y económicos que actúan en sus respectivas áreas.²

El desarrollo de intereses empresariales también se encuentra cada vez más ligado al uso del instrumento. En la medida en que el turismo se hace más complejo, las empresas toman decisiones en escenarios de mayor complejidad, expuestos a cambios imprevistos y rápidos. Por esto deben recurrir a un instrumento que disminuya la incertidumbre con la cual operan; en este caso, la planeación y sus técnicas se transforman en soportes básicos que les otorgan alta garantía de racionalidad en sus decisiones y operaciones.³

3.1 Concepto de planificación estratégica

La planificación estratégica de ciudades, que es nuestro tema de investigación, puede definirse como una forma sistemática de manejar el cambio y de crear el mejor futuro posible para una ciudad. Más específicamente, la planificación estratégica es un proceso creativo que sienta las bases de una actuación integrada a largo plazo, establece un sistema continuo de toma de decisiones, identifica cursos de acción, formula indicadores de seguimiento sobre los resultados e involucra a los agentes sociales y económicos locales a lo largo de todo el proceso.⁴

La planificación consiste en determinar los objetivos de trabajo, ordenar los recursos materiales y humanos disponibles, establecer los métodos y técnicas por

² Molina, Sergio. *Planificación integral del turismo*, Ed. Trillas, México, 1991, p. 12

³ *Ibidem*, p. 12

⁴ Fernández, *Op. Cit.* p. 54

emplear y precisar la forma de organización requerida y que sea encauzada de manera racional hacia el logro de los resultados que se pretenden, a su vez haciendo un análisis de la realidad circundante y estableciendo los medios que le permitirán transformarla de acuerdo con los intereses y aspiraciones que se tengan.⁵

De una manera más clara, la planificación estratégica establece los grandes ejes del desarrollo turístico y se puede entender como el proceso destinado a determinar los objetivos generales del desarrollo, las políticas y las estrategias que guiarán los aspectos relativos a las inversiones, el uso y el ordenamiento de los recursos utilizables con este fin.⁶

La planeación estratégica generalmente incluye acciones respecto a:

- Accesibilidad y movilidad
- Equilibrio social
- Recursos humanos
- Información y telecomunicaciones
- Servicios
- Calidad de administración pública
- Calidad de servicios públicos
- Cultura
- Infraestructuras económicas

En este sentido vale la pena nombrar la jerarquía realizada por The Globalization and World Cities Study Group and Network (GaWC), de la Universidad Británica de Loughborough y que es mencionada por Robert Fossaert en su artículo sobre las ciudades mundiales⁷, en donde las categoriza de acuerdo con los servicios con que cuentan, en este caso a México se le ubica en la clase beta, es decir, dentro

⁵ Molina, *Planificación....Op. Cit*, p. 51

⁶ Acerenza, *Op. Cit*, p. 73,

⁷ Fossaert, Robert. *Les villes mondiales, villes du système mondial*, en revista Herodote, No. 101, 2° trimestre 2001, Géopolitique des grandes villes, pp. 14-15

de las mejores ciudades mundiales, en compañía de Bruselas, Madrid y Sao Paulo.

Clasificación de las Ciudades Mundiales según GaWC⁸

<p>A. Alpha World Cities (full service world cities)</p> <p><i>Londres, Nueva York, Paris, Tokyo</i></p> <p><i>Chicago, Frankfurt, Hong Kong, Los Angeles, Milan, Singapur</i></p>
<p>B. Beta World Cities (major world cities)</p> <p><i>San Francisco, Sydney, Toronto , Zurich</i></p> <p><i>Bruselas, Madrid, Ciudad de México, Sao Paulo</i></p> <p><i>Moscú, Seul</i></p>
<p>C. Gamma Wold Cities (minor world cities)</p> <p><i>Amsterdam, Boston, Caracas, Dallas, Genova, Houston, Osaka, Santiago, Washington, Praga, Melbourne, Johannesburgo , Taipei</i></p> <p><i>Bangkok, Beijing, Montreal, Roma, Stocolmo, Warsaw</i></p> <p><i>Atlanta, Barcelona, Berlin, Buenos Aires, Copenague, Hamburgo, Estambul, Kuala Lumpur, Manila, Miami, Minneapolis, Munich, Shangai.</i></p>

De tal manera es importante, ver como la Ciudad de México rebasa las expectativas que se hubieran tenido en cuanto a otras ciudades europeas, incluso

⁸ *Ibidem*, p. 14

respecto a la misma capital estadounidense. Más aún, según el informe del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo Humano, conocido como índice de Desarrollo Humano realizado en el 2003, el Distrito Federal es la entidad que tiene mejores condiciones en esta área, que incluye acceso a la educación, esperanza de vida y acceso a los recursos económicos para una vida decorosa. Esta situación hace que sus habitantes se encuentren más cerca de los niveles de Hong Kong o España. También se incluyen variables como acceso a servicios tecnológicos y participación de la mujer en actividades económicas y políticas.⁹

Los beneficios de la planificación estratégica que se mencionan comúnmente son:

- Ayudar a identificar el uso más efectivo de los recursos
- Posicionar la ciudad para aprovechar las oportunidades
- Identificar y desarrollar los productos líderes
- Visión del futuro
- Concentrar energías
- Ganar perspectiva
- Objetividad
- Colaboración entre sectores público y privado
- Conciencia de ciudad y construcción de consenso
- Definir acciones prioritarias¹⁰

Es importante mencionar que en la elaboración de un plan estratégico deben tomarse en cuenta muchos aspectos entre los cuales están:

- a) Existencia de un plan nacional o regional, de una ley o un programa de gobierno que le proporcione una base política o jurídica
- b) Posibilidad de acordar una decisión compartida entre los principales actores responsables de su aprobación y ejecución
- c) Oportunidad financiera, política y física

⁹ *Ofrece la capital mejor desarrollo*, en Reforma, miércoles 25 de junio del 2003, sección B, p. 1A

¹⁰ Borja, *Op. Cit.*, pp. 240-241

- d) Existencia de un promotor u operador líder del proyecto
- e) Consenso social en el que se incluye la aceptación por la opinión pública y los medios de comunicación ¹¹

3.2 Características

Entre sus características más significativas encontramos:

- a) *Visión a largo plazo y carácter plurilegislativo.* Una decisión estratégica que implica modificar el rumbo de una comunidad resulta costosa en tiempo y recursos. Por esta razón, un plan estratégico debe ser un proyecto común de toda la comunidad para que pueda desarrollarse a lo largo de varias legislaturas.
- b) *Consideración del entorno.* la planificación estratégica ayuda a una comunidad a identificar sus ventajas en relación el entorno exterior (la región y el mundo)
- c) *Identificación de la ventaja competitiva.* La planificación estratégica trata de mejorar la posición competitiva de una ciudad, tomando medidas para mejorar sus posiciones apoyándose en sus puntos fuertes y atenuando los débiles.
- d) *Visión integral de la realidad urbana.* Un plan estratégico no solo considera la dimensión física del territorio sino que también contempla la complejidad socioeconómica y política de la comunidad analizada.
- e) *Concentración de temas críticos.* La planificación estratégica se centra en temas críticos, oportunidades y problemas que afronta una comunidad. Uno de sus aspectos más atractivos es que ayuda a distinguir las decisiones verdaderamente importantes de aquellas que tienen un impacto solo temporal.
- f) *Orientado a la acción.* La planificación estratégica está orientada a la acción: persigue desde el primer momento asegurar la viabilidad de sus

¹¹ *Ibidem*, pp. 245-246

propuestas, identificar recursos para su ejecución e involucrar a los responsables de tomar decisiones.

g) *Fomento y coordinación de la participación de todos los agentes sociales.*

El éxito del plan estratégico requiere la participación de todos los agentes sociales y económicos de una comunidad urbana. La planificación estratégica constituye un poderoso proceso para desarrollar asociaciones significativas entre el sector público y el privado.

h) *Modernidad de la administración.* La planificación estratégica exige una nueva cultura de administración, tanto de los políticos como de los técnicos, representada por un alto grado de cualificación, poca burocracia y capacidad para coordinar y dinamizar las fuerzas de la ciudad.¹²

3.3 Metodología

A pesar de que no existe un método general para planificar, es posible describir el proceso lógico de pensamiento que implica el hecho de planificar, la forma que tome la planificación dependerá básicamente de la naturaleza del problema, de los medios disponibles, de las características de quienes intervendrán en el proceso y de quienes resultarán afectados por su implicación así como de las aspiraciones de estos. Lo anterior desde una perspectiva muy amplia, ante lo cual es necesario destacar tres condiciones básicas a satisfacer en la selección del enfoque metodológico de la planificación estratégica de ciudades.

Estas son:

a) *Inclusión de técnicas de prospectiva.* La planificación estratégica asume que el futuro es enormemente incierto, razón por la cual tiene que hacer uso de instrumentos de prospectiva eficaces y manejables.

¹² Fernández, *Op. Cit.* p. 56

- b) *Aplicación del enfoque sistémico.* El reto de una ciudad es observarse a sí misma como un sistema funcional que puede absorber cambios traumáticos y adaptarse rápida y efectivamente a las nuevas situaciones.

- c) *Desarrollo de una participación operativa.* La planificación requiere la involucración de los agentes clave de la comunidad en el proceso, asegurando que su participación tiene lugar en el momento adecuado.¹³

El proceso de la planificación se va concretando en la elaboración de diferentes documentos y en la ejecución de diversas actividades. En este sentido he seleccionado la metodología de planificación estratégica descrito por Molina, que me ha parecido uno de los más completos, sin dejar de lado que existen múltiples ejemplos, pero que en lo esencial comparten la estructura que a continuación haré referencia.

Se puede decir que el proceso de planificación se divide en dos fases: la primera se denomina fase de definición y la segunda fase de aplicación.¹⁴

3.3.1 Fase de definición

Esta primera parte del proceso se reduce a un documento conocido como plan, el cual se caracteriza por su relativa generalidad y por no ser aplicable en la práctica por sí solo. Los planes analizan la situación del objeto de planificación, establecen objetivos y metas respecto de su desenvolvimiento en el futuro y proponen las formas e instrumentos que deberán emplearse con el fin de alcanzar los objetivos planteados. Los planes cumplen funciones de diagnóstico, pronóstico, establecimiento de fines y mención y determinación de estrategias e instrumentos de desarrollo del objeto de planificación.

¹³ *Ibidem*, p. 67

¹⁴ Molina, *Planificación....Op. Cit*, p. 58

a) Diagnósis

Una vez que se decide experimentar cambios por medio de la planificación, el primer paso que se da es la elaboración de un diagnóstico del objeto de planificación. Este consiste en un análisis detallado de la evolución que el fenómeno ha experimentado, en el cual se pretende conocer en detalle su situación. A través del diagnóstico deben explicarse los fenómenos y cada una de las variables que le afectan, las razones de su composición y comportamiento.

A manera de definición, el diagnóstico es la primera etapa del proceso de planificación en la que se analiza la situación del objeto u objetos que se pretende modificar con el fin de comprender su estructura, composición y comportamiento actual, así como la función que cumple en el marco general donde se desenvuelve.¹⁵

b) Prognosis

Una vez elaborado el diagnóstico, se procede a efectuar un pronóstico; esto es, la predicción respecto del comportamiento futuro del objeto de planificación. Solamente a partir de un diagnóstico es posible efectuar un pronóstico, el cual consiste en una proyección de las variables identificadas en el diagnóstico, tal como se habrían de desenvolver en el futuro.

El pronóstico debe estimar las condiciones futuras del fenómeno en el corto, mediano y largo plazo. En su elaboración se deben tomar en cuenta todas las variables que puedan afectar el fenómeno ya que de esto depende la confiabilidad del pronóstico. En la elaboración del pronóstico se requiere de mucha información para poder fundamentar los argumentos que se emitan. Para ello el especialista debe de contar con información de tipo cualitativo y cuantitativo, así como también

¹⁵ *Ibidem*, p. 60

deberá considerar las variables externas e internas, ya que este comportamiento lo afecta.¹⁶

El análisis externo que se pueda realizar, relaciona las oportunidades y amenazas derivadas de los acontecimientos externos que afectan a la ciudad, pero que están fuera de su control, esta tarea consta de tres subanálisis: entorno, demanda y competidores.

A su vez, el análisis interno en paralelo al análisis externo diagnostica los principales elementos de la oferta urbana, entre los cuales sobresalen los recursos humanos, las actividades productivas, las comunicaciones, la calidad de vida y el apoyo público.¹⁷

c) Establecimiento de fines

Después de pasar por las dos anteriores etapas, pasamos a la etapa de identificación y fijación de fines. Dichos fines pueden ser de dos tipos:

- 1) *Cualitativo*. Conocidos generalmente como objetivos. No son susceptibles de ser cuantificados en toda su amplitud.
- 2) *Cuantitativo*. Llamados también metas. Constituyen la expresión en cifras de los anteriores.

Las metas, referidas a cifras, son fines complementarios de los objetivos y se deben determinar en relación a estos. Desafortunadamente en países como el nuestro, el logro de las metas ha desplazado en importancia al de los objetivos. A este respecto es importante mencionar que los objetivos y las metas de cada sector deben ser resultado de las demandas de las sociedades nacionales,

¹⁶ *Ibidem*, p.61

¹⁷ Fernández, *Op. Cit*, p. 68

tomando en cuenta criterios tanto del orden político como social, técnico y económico.

Las diferentes aspiraciones deben ser alcanzadas total o parcialmente en el tiempo; existen, pues, objetivos de corto, mediano y largo plazos. De igual modo, dependiendo de la magnitud espacial de la planificación, los fines pueden ser a escala nacional, regional, estatal, y municipal. Estos fines deben ser verificados en el periodo asignado, de lo contrario, la planificación no pasaría de ser un trabajo de escritorio por demás inútil y costoso, así con la revisión y evaluación periódica, se puede medir el éxito del esfuerzo realizado.¹⁸

d) Selección de estrategias

Por estrategia puede entenderse la forma en que se han de lograr los fines, comprometiendo para ello los recursos disponibles. La estrategia estará compuesta por una serie de lineamientos, orientaciones y directrices que permitirán el logro de los fines de desarrollo propuestos, es decir, la estrategia se integra por un conjunto de políticas respecto del fenómeno u objeto de planificación. La estrategia deberá tener un grado de flexibilidad tal que le permita adaptarse a las nuevas necesidades y situaciones.¹⁹

e) Selección de Instrumentos

En el proceso de planificación, los instrumentos contribuyen a condicionar de una u otra manera el logro de los objetivos y metas y también afectan a las estrategias ya que los instrumentos definidos determinarán el grado de eficiencia de las mismas. La definición de instrumentos, de los papeles que vayan a desempeñar y de la importancia relativa que tendrán, depende de la disponibilidad de recursos

¹⁸ Molina, *Planificación....Op. Cit.* pp. 62-63

¹⁹ *Ibidem*, p. 64

de toda índole, de los costos que cada segmento social esté dispuesto a absorber y de la orientación política del gobierno.

Los instrumentos más importantes de la planificación son los siguientes:

1. *Financiamiento.* Tiene la capacidad de movilizar recursos humanos, técnicos, materiales, tecnológicos. En el caso de la planificación promovida por el sector público, el financiamiento se puede obtener por los impuestos, créditos internos y externos, etc.
2. *Presupuesto de egresos (gasto público).* Afecta directamente a la estrategia global de desarrollo y al ritmo de crecimiento de la economía y de los sectores sociales. A mayor gasto público corresponde mayor intervención del gobierno y por el contrario a menor gasto, menor intervención gubernamental.
3. *Presupuesto de ingresos (ingresos públicos).* Este instrumento ayuda a la determinación y puesta en marcha de las diferentes actividades y proyectos que se derivan de una plan.
4. *Normas jurídicas.* Les corresponde el papel de definir las responsabilidades, atribuciones y limitaciones de las cuales deben atenerse las instituciones involucradas en el proceso de planificación.²⁰

3.3.2 Fase de aplicación

Esta fase se refiere a los aspectos relacionados con la vinculación entre las propuestas del plan y la realidad. Esta fase incluye la programación, presupuestación, instrumentación y evaluación de las acciones necesarias para modificar el objeto de planificación. Así las actividades de dicha fase se resumen en programas y proyectos que contribuyen a aproximar el estado de cosas existente al estado de cosas ideal.

²⁰ *Ibidem*, p. 65

a) Programación

La programación de las actividades que ha de dar acceso al estado de cosas deseado se deriva de la etapa anterior, constituye el inicio de la fase de aplicación. La programación consiste en la elaboración de los paquetes de actividades. Mediante la programación se pueden determinar los diferentes pasos, actividades y tareas que dan forma al desarrollo. Asimismo, se asignarán plazos de culminación de todas las tareas, pasos y actividades de tal manera que vayan respondiendo al estado de cosas deseado.²¹

Como resultado de esta etapa, se elaboran los programas de desarrollo documentos que se refieren a los diferentes instrumentos seleccionados en la fase de definición, pudiendo así existir programas de desarrollo de atractivos, planta o equipamiento e infraestructura.

Los programas consideran el desarrollo de obras físicas o actividades concretas denominadas proyectos siempre que estos guarden una íntima relación con los objetivos y metas que se pretenden alcanzar. En virtud de esto, el programa puede ser definido como un conjunto de proyectos integrados entre sí y que guardan una relación de coherencia, interdependencia y periodicidad. Los diferentes programas que se identifican durante el proceso pueden tener vigencia o aplicación en distintos espacios y tiempos.²²

b) Presupuestación

Esta consiste, básicamente, en la asignación de partidas financieras necesarias a cada actividad o tarea programada, con el fin de conocer el costo total de la planificación.

²¹ *Ibidem*, p. 66

²² *Idem*.

Mediante la presupuestación se determinan los gastos de determinada obra o iniciativa y ésta alcanza la categoría de etapa del proceso como resultado de la necesidad de conocer, en países con relativa escasez de capital, el costo de los planes de desarrollo. Solo mediante una presupuestación adecuada, será posible canalizar los escasos recursos de nuestras comunidades a actividades más importantes, evitando con ello el compromiso con agentes financieros del exterior y el despilfarro de los recursos.²³

c) Instrumentación

La instrumentación recibe comúnmente el nombre de formulación y evaluación de proyectos. La noción de instrumentación se refiere a la puesta en marcha de acciones concretas tanto en el campo de la inversión como en los aspectos supraestructurales referidos a la política económica, social y ambiental, legislación, promoción, capacitación y organización. En todos estos casos se puede hablar de proyectos, entendiéndolos como las acciones concretas, derivadas del proceso de planificación.

Así existen proyectos de inversión en equipamiento o infraestructura al igual que proyectos de conservación ecológica, proyectos de integración de la comunidad a las actividades turísticas, proyectos de ley, proyectos de desarrollo de atractivos, etc.

El desarrollo de los proyectos de inversión requiere especial cuidado dada su inflexibilidad respecto de las necesidades de modificación que pudieran presentarse, por ello el desarrollo de inversión en infraestructura y equipamiento requiere de una serie de estudios y evaluaciones que garanticen resultados óptimos para los interesados, no solo en el corto plazo sino en el futuro mediano. Este tipo de proyectos debe contemplar el análisis de variables de tipo técnico, financiero, de mercado, político, legal, social, ecológico y económico.²⁴

²³ *Ibidem*, p. 67

²⁴ *Ibidem*, p. 68

d) Evaluación

Esta fase del proceso se encuentra presente en todo momento, en cada una de las fases de la metodología de planificación. La evaluación es una actividad que consiste en la comparación de lo deseado, de lo preestablecido, con lo logrado, con lo realizado. Al evaluar se mide la diferencia habida entre la situación deseada y los resultados efectivamente logrados, identificando las variables que han incidido en la diferencia.

La evaluación como una actividad constante, se realiza en tres momentos:

1. Evaluación ex -ante. Se lleva a cabo antes de la acción, trata de prever las consecuencias de una actividad antes de que esta se materialice.
2. Evaluación durante. Se registra durante la actividad.
3. Evaluación ex –post. Se verifica una vez que la acción o la actividad se ha llevado a cabo. Es una evaluación que deriva en acciones correctivas si ha habido desviaciones.²⁵

Es importante mencionar que lo descrito con anterioridad obtiene su validez en la aplicación real que se le da a la planificación turística de la Ciudad de México, ya que en el estudio práctico se puede realizar un análisis de las deficiencias y oportunidades tangibles. Por ello el siguiente capítulo está encauzado a mencionar los diferentes programas y proyectos que está llevando a cabo la Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal para dar alcance a los objetivos del Programa General de Desarrollo que es la base jurídica del Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal (2002- 2006).

²⁵ *Ibidem*, pp. 70-71

Capítulo IV

El Turismo en la Ciudad de México

Comparativamente con la mayor parte de las ciudades del continente americano, la Ciudad de México ofrece una cantidad impresionante de atractivos para el turismo internacional así como para el turismo interno. Museos, patrimonio histórico y arquitectónico, restaurantes, salas de espectáculos, plazas, jardines, son parte de un enorme acervo de elementos del patrimonio de México. Por otra parte a la imagen de otras ciudades del mundo, la Ciudad de México es el receptáculo de una enorme diversidad cultural, fruto no solo del mestizaje cultural que dio lugar a su creación, sino también por las riquezas de las culturas del interior del país.

La Ciudad de México constituye uno de los centros de atracción turística más importantes del país tanto por sus atractivos y actividades como por ser una de las puertas principales de internación para los viajeros internacionales. A pesar de ser uno de los primeros destinos turísticos del país tanto por su peso económico como por su riqueza histórica, artística y cultural; el patrimonio de la Ciudad se ha ido deteriorando. Instalaciones y sitios con valor histórico enfrentan el olvido o la falta de recursos para su mantenimiento, restauración o rehabilitación.

Para atacar este problema se plantean acciones para revalorar, diversificar y difundir los atractivos y servicios turísticos de la ciudad, esta es una de las intenciones que se plasman en el Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal que junto con el Plan Estratégico de Mercadotecnia como instrumento de planeación son los dos documentos oficiales que guiarán el presente capítulo.

4.1 La Planificación en la Secretaría de Turismo del Distrito Federal

Antes de comenzar con la revisión de dichos documentos es importante mencionar las atribuciones de las cuatro direcciones que conforman a la Secretaría de Turismo del Distrito Federal.

4.1.1 Corresponde a la *Dirección de Programas Estratégicos*:

- Planear el desarrollo de la actividad turística a través del uso eficiente de los recursos turísticos.
- Formular el Programa Sectorial e integrar el Programa de Trabajo de la Secretaría de Turismo, en concordancia con el Programa General de Desarrollo del Distrito Federal.
- Impulsar el desarrollo de los recursos del Distrito Federal, de conformidad con las políticas y Programas de Desarrollo del Distrito Federal y, en su caso, de común acuerdo con los grupos sociales involucrados.
- Promover la creación de nuevos productos turísticos de la Ciudad de México.
- Planificar, diseñar y coordinar los proyectos estratégicos para el Desarrollo del Turismo en la Ciudad de México.
- Acordar y coordinar, por instrucciones del(a) Titular de la Secretaría, con los organismos y dependencias oficiales, el sector privado y el sector social el establecimiento de los proyectos estratégicos para el Desarrollo de Turismo en la Ciudad de México.¹

¹ www.mexicocity.gob.mx

4.1.2 Corresponde a la *Dirección Ejecutiva de Planeación y Desarrollo Turístico*:

- Llevar el registro de los prestadores de servicios turísticos del Distrito Federal, así como emitir la cédula de registro y revalidaciones correspondientes.
- Elaborar y actualizar anualmente el catálogo de servicios y lugares de interés turístico de la Ciudad de México.
- Recabar y generar la información estadística y de mercado para el establecimiento y desarrollo de los programas de promoción.
- Desarrollar el sistema de información turística.²

4.1.3 Corresponde a la *Dirección General de Servicios Turísticos*:

- Promover y concertar mecanismos de apoyo crediticio y de asistencia técnica a los prestadores de servicios turísticos del Distrito Federal, así como promover la inversión en infraestructura turística.
- Elaborar los proyectos de programas para la protección, información y apoyo al turista.
- Participar en la ejecución de los programas orientados a ofrecer, en el ámbito del Distrito Federal, protección, información y apoyo al turista.
- Coordinar los servicios de orientación al turismo y módulos de atención al turista ubicados en los principales puntos de aforo o concentración de turistas en el Distrito Federal.

² *Idem.*

- Instrumentar en coordinación con instituciones, asociaciones y cámaras correspondientes, los mecanismos necesarios para el desarrollo de la cultura turística, la formación y actualización profesional del personal que preste servicios de turismo en el Distrito Federal, tanto del sector privado, como de los sectores social y público.³

4.1.4 Corresponde al *Instituto de Promoción turística del Distrito Federal*:

- Colaborar con la Secretaría de Turismo en la integración de objetivos, métodos y estrategias de promoción turística.
- Formular el programa de promoción turística de la Ciudad de México.
- Coordinar la operación del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México.
- Definir la imagen turística institucional de la Ciudad de México y supervisar su uso.
- Promocionar y difundir las actividades, servicios y atractivos turísticos del Distrito Federal.
- Promover la realización de eventos que contribuyan a la difusión de la oferta turística de la Ciudad de México.
- Promover la concertación y coordinación de acciones de promoción turística de la Ciudad de México, con los sectores público, social y privado.

³ *Idem.*

- Establecer el sistema de comunicación permanente con los medios nacionales e internacionales para promover los atractivos turísticos de la Ciudad de México.
- Recabar y difundir la información pertinente que sobre la actividad turística la Ciudad de México se emita a través de los medios de comunicación.⁴

La finalidad de mencionar las actividades de estas cuatro áreas de la Secretaría de Turismo del Distrito Federal es hacer énfasis en sus atribuciones y con ello describir la significación de la contribución de cada una de estas instancias en la consecución de los objetivos planteados en el Programa Sectorial de Turismo. Esto nos ayudará a tener una visión mas completa de la realización e importancia de la planificación turística ya que podemos ver las responsabilidades de cada dependencia, es decir, dar cuenta de quienes son los responsables de la elaboración de los proyectos, su manejo y funcionamiento en el desarrollo del turismo en la Ciudad.

De acuerdo con el procedimiento explicado en el capítulo anterior, la planificación estratégica requiere de un análisis de las condiciones y del entorno para saber de los factores positivos y negativos con que se cuenta, es decir, se requiere de un estudio de la situación existente, para adaptar todos los elementos y lograr alcanzar los objetivos proyectados. Esto es lo que se conoce como análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

4.2 Plan Estratégico de Mercadotecnia

La Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal en la elaboración del Plan Estratégico de Mercadotecnia 2002, utiliza dicho análisis FODA, es decir, las Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades con las que cuenta la Ciudad de México.

⁴ *Idem.*

Dicho análisis en el siguiente:

Fortalezas

- + Riqueza cultural
- + Alta concentración de atractivos
- + Centralidad
- + Puerta de entrada al país y buenas vías de comunicación
- + Localización privilegiada para mercados emisores
- + Potencial para el turismo especializado

Debilidades

- + Idea de inseguridad del destino
- + Imagen turística poco definida
- + Difusión e información insuficiente sobre atractivos y servicios
- + Escasez y desconocimiento de los productos turísticos existentes
- + Calidad irregular de los servicios
- + Escasa cultura turística
- + Disturbios civiles que dificultan el flujo de turistas por la Ciudad

Oportunidades

- + Voluntad política para priorizar el desarrollo del turismo
- + Liderazgo en América Latina
- + Importante flujo de viajeros de negocios que representa por sí mismo un mercado "in situ" al que se le pueden ofrecer alternativas para alargar su estadía
- + Viajeros en escala hacia otros sitios
- + Ubicación geográfica

Amenazas

- + Recrudescimiento de los conflictos bélicos e inmovilidad de los flujos turísticos
- + Crisis económica en el primer mundo
- + Competencia de otros destinos nacionales e internacionales

- + Políticas de los medios de comunicación
- + Deterioro ambiental
- + Crimen organizado
- + Inequidad social⁵

4.2.1 Misión

La misión de la Ciudad de México como destino turístico dentro del mismo Plan de mercadotecnia como instrumento de planeación es el de planificar, implementar y desarrollar las acciones necesarias para consolidar el posicionamiento de la Ciudad de México, como uno de los destinos turísticos más atractivos del mundo y fomentar las condiciones para que el desarrollo de la actividad turística contribuya al desarrollo económico, social y cultural de sus habitantes.

4.2.2 Imagen objetivo

En este sentido también es importante mencionar la imagen objetivo:

a) Definición de la personalidad turística de la Ciudad a través del desarrollo de corredores.

- 2002 Corredor de Negocios. Reforma- Centro Histórico
- 2003 Corredor Religioso. Basílica- Catedral
- 2004 Corredor Ecológico. Zonas Verdes y rurales del sur de la Ciudad de México

b) Información confiable, oportuna y de fácil acceso para los visitantes asiduos y potenciales sobre la diversidad de servicios y atractivos de la Ciudad de México.

c) Amplia gama de productos turísticos organizados que permitan diversificar la oferta efectiva de la ciudad.

⁵ *Plan Estratégico de Mercadotecnia, Op. Cit, pp. 9-12*

d) Excelencia en la calidad de los servicios e instalaciones turísticas.

e) Consolidación de los segmentos más rentables (negocios, recreación, cultura) y desarrollo de los segmentos potenciales religioso y alternativo.

Los segmentos prioritarios en la actualidad son:

- 1) Negocios. Que con sus diversas modalidades de Congresos y Convenciones, Ferias y Exposiciones. Representa el 40% de los visitantes a la Ciudad que se hospedan en hoteles.
- 2) Recreación y Cultura. Representa el 30% de los visitantes a la Ciudad. Relacionado con el uso y disfrute de los atractivos más importantes de esta ciudad que son esencialmente de índole cultural.

En desarrollo:

- 3) Religioso. La Basílica de Guadalupe es visitada anualmente por 14 millones de peregrinos. En esas condiciones nos encontramos ante una gran oportunidad de integrar servicios que permitan que esos peregrinos se conviertan en turistas.
- 4) Alternativo. La iniciativa de desarrollar las modalidades de turismo que se enmarcan en este segmento surge de la necesidad de ofrecer alternativas de desarrollo económico a las zonas verdes y rurales de la ciudad que representan el 52 % de la superficie del Distrito Federal.

4.2.3 Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos son los siguientes:

- a) Incrementar el gasto y la estadía de los turistas
- b) Fomentar los turistas “clientes” (visitantes repetitivos)
- c) Disminuir los efectos negativos de la temporalidad. (Ciudad Turística todo el año)

d) Realizar una mercadotecnia integral vinculando las áreas de desarrollo y servicios al proceso de promoción.⁶

4.3 Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal 2002- 2006

Al respecto en el Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal 2002- 2006, se hace una descripción de los subprogramas que forman parte de las tres líneas de trabajo de la Secretaría:

4.3.1 Planificación y Desarrollo Turístico

- Desarrollo turístico para los Corredores Turísticos y Culturales. Los corredores turísticos son los espacios que concentran el mayor número y variedad de actividades turísticas y recreativas en la Ciudad.
- Difusión cultural de estos corredores
- “En el Corazón de México” este subprograma forma parte del trabajo coordinado con los estados del centro en el que se promueve el intercambio turístico
- Turismo Alternativo. Impulsar actividades turísticas alternativas dentro de la Ciudad
- Sistema de evaluación y seguimiento. De las acciones que se llevan a cabo y del cumplimiento de metas y objetivos
- Sistema de información estadística. El cual, buscará, ordenará y difundirá la información turística, que guiará las decisiones de planeación y promoción
- Registro de prestadores de servicios y atractivos.

Líneas de Acción

1. Investigación de información relativa a las tendencias y situación que guarda el turismo en el Distrito Federal

⁶ *Ibidem*, pp. 14-17

2. Coordinación intersectorial con los organismos responsables de recreación, deporte, cultura y economía.
3. Realización de actividades de animación, entretenimiento y difusión cultural.
4. Automatización y actualización de formatos.
5. Divulgación periódica de información
6. Incremento de conexiones de red.⁷

4.3.2 Subprogramas que se establecen en la Promoción Turística del programa:

- Promoción y captación.
Objetivo: Promover a la Ciudad de México como destino de congresos, eventos, vacaciones, cultura, negocios.
- Visitantes de negocios.
Objetivo: con el propósito de incrementar la estadía y la derrama económica del segmento de negocios
- Congresos, Convenciones y Exposiciones.
Objetivo: Posicionar a la ciudad de México como destino principal en Latinoamérica para sede de congresos, a través de este programa se desarrollará, captará y enlazará a los comités organizadores de estos eventos con los prestadores de servicios de la ciudad.
- Viajes de familiarización.
Objetivo: dar a conocer la infraestructura, riqueza cultural y diversidad turística que ofrece la Ciudad como destino a los diferentes actores que influyen en la selección de los destinos para grupos, en la inclusión de la Ciudad en los catálogos de los mayoristas y en general a quienes tienen una influencia en el mercado de viajes sobre las decisiones de compra de los turistas.
- Imagen positiva de México en los mercados.

⁷ Programa Sectorial de Turismo del DF 2002-2006, Secretaría de Turismo del GDF.

Objetivo: Reforzar en los mercados los factores de competencia en los que se tiene una ventaja y una oportunidad de mercado.

- Manejo de Crisis.

Objetivo: Dar coherencia a los mensajes que las diferentes instancias del turismo de la ciudad emiten con motivo de los numerosos acontecimientos de la vida capitalina.

Líneas de acción

1. *Recopilación de los prestadores de servicios turísticos*
2. *Distribución de material informativo*
3. *Campañas de publicidad*
4. *Participación en ferias especializadas nacionales e internacionales*
5. *Viajes de inspección y familiarización*
6. *Mantenimiento de línea 800*
7. *Celebración de convenios de colaboración con escuelas de turismo.*⁸

"De Fiesta en el D.F"

"De Fiesta en el D.F." es un programa de promoción turística de la Ciudad de México, orientado fundamentalmente hacia el mercado nacional y tiene como objetivo atraer visitantes los fines de semana, puentes y periodos vacacionales.

El programa reúne a numerosos prestadores de servicios de la Ciudad de México que promueven paquetes turísticos económicos que por primera vez incluyen la posibilidad de adquirir boletos para espectáculos culturales, deportivos y recreativos.

Se ha realizado una campaña masiva en televisión, radio y medios impresos. Se ha publicado un suplemento mensual "De Fiesta en el D.F." con un tiraje de 100 mil ejemplares.

⁸ *Idem.*

Se creó el sitio en internet www.defiestaeneldf.com, que contiene una cartelera de espectáculos constantemente actualizada.

Se han publicado y distribuido gratuitamente una variedad de impresos promocionales del programa, tales como:

- Una cuponera de descuentos en restaurantes, centros comerciales, recreativos y culturales.
- El suplemento "De fiesta en el D.F.", distribuido a través de diarios de circulación nacional y de forma directa
- El Manual del Turista Apasionado, guía turística de la ciudad.⁹

4.3.3 En el área de Servicios encontramos:

- Capacitación, actualización y certificación de los prestadores de servicios turísticos.
- "Vive tu ciudad". Este programa tiene el objetivo de facilitar a los habitantes de la Ciudad de México el acceso a los sitios turísticos, históricos y culturales de esta capital, bajo la perspectiva de fomentar el interés por la riqueza cultural y generar paulatinamente un mayor sentido de identidad y pertenencia entre la población. El programa está dirigido principalmente a los sectores de escasos recursos y a los grupos más vulnerables, que por su condición socioeconómica tienen pocas posibilidades de conocer y disfrutar el patrimonio cultural y turístico que ofrece la capital. Es así como el programa "Vive tu Ciudad" promueve y desarrolla el turismo social mediante la realización de visitas guiadas, facilitando el acceso a los recintos y proporcionando los servicios de guía cultural y transporte de

⁹ Programa "De Fiesta en el DF", CD. Interactivo, Secretaría de Turismo del GDF.

manera gratuita, todo esto en coordinación con las 16 delegaciones políticas, las áreas de desarrollo social del GDF y organizaciones del ámbito civil. Varía año con año, dependiendo del presupuesto asignado para tales recorridos.¹⁰

Con base en lo anterior, este programa se subdivide de la manera siguiente:

- a) Visitas para grupos vulnerables. Dirigidas a grupos de adultos mayores, niñas y niños en situación de calle, jóvenes en riesgo, personas con discapacidad, mujeres violentadas, trabajadoras sexuales e indígenas originarios, facilitando de manera gratuita los servicios de guía cultural y transporte, así como el acceso a los diferentes atractivos turísticos- culturales con los que cuenta la Ciudad de México. Asimismo, se busca garantizar su derecho a la recreación y un trato digno.
- b) Visitas Delegacionales. Son dirigidas al público en general y se llevan a cabo todos los sábados. En este recorrido se realiza una visita a diferentes puntos de la Ciudad, las Delegaciones son las encargadas directas de la organización y coordinación de estas visitas una Delegación es anfitriona y asigna el transporte y las 15 restantes asisten al recorrido. Se invita a grupos de la tercera edad y a Asociaciones vecinales. La Secretaria apoya de forma gratuita con el servicio de guías culturales.
- c) Visitas Escolares. Dirigidas a alumnos de escuelas públicas de los niveles primaria y secundaria, a quienes la Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal apoya de manera gratuita con los servicios de guía cultural y transporte. La

¹⁰ Programa de Recorridos Turísticos 2003 “Vive tu Ciudad”, Secretaría de Turismo del GDF.

Secretaría es quien calendariza estas visitas, se realiza el recorrido en diferentes puntos turísticos de la Ciudad los días martes y jueves de cada semana.

- d) Visitas de Verano. Estas visitas son similares a los recorridos escolares, solo dista el sector al que están dirigidas, se hace la invitación a grupos del Centro de Desarrollo Comunitario que son los que realizan cursos de verano.
- e) Visitas especiales. Se atienden grupos del sector empresarial, intelectual y visitantes nacionales y extranjeros interesados en conocer la oferta turística de la Ciudad de México, que en sus lugares de origen o trabajo tienen la posibilidad de promover como un importante destino turístico al Distrito Federal, se proporciona de manera gratuita únicamente el servicio de guía cultural los días miércoles y/o viernes.

Rutas turísticas de la Ciudad

Para la operación del programa se han establecido previamente 13 rutas turísticas- culturales, las cuales se ubican dentro de los dos principales corredores turísticos de la Ciudad de México: corredor Fuente de Petróleos- Reforma- Zócalo integrado por nueve rutas, que a su vez se distribuyen en tres zonas importantes como son el Centro Histórico, la Alameda Central y el Bosque de Chapultepec, y el Corredor Catedral- Basílica de Guadalupe, integrado por las cuatro rutas restantes.¹¹ Anteriormente se distribuían folletos de estos recorridos, mismos que pueden apreciarse en la parte de los anexos, pero el programa dejó de tener vigencia y por tanto se les dejó de distribuir. Actualmente solo se promueven algunos que muestran a manera general los atractivos turísticos de la Ciudad de México.

¹¹ *Idem.*

Corredor Fuente de Petróleos- Reforma- Zócalo

Zona Centro- Histórico

Ruta 1

Palacio Nacional, Catedral Metropolitana, Zona Arqueológica, Museo del Templo mayor.

Ruta 2

Primera Universidad, Palacio del Ex Arzobispado, Museo Nacional de las Culturas, Primera Imprenta, Templo de Santa Inés.

Ruta 3

Portal, Plaza y Templo de Santo Domingo, Ex Palacio de la Santa Inquisición.

Zona Alameda

Ruta 4

Casa de los Azulejos, Edificio de Correos, Palacio de Bellas Artes, Alameda Central.

Ruta 5

Museo Franz Mayer, Plaza de la Santa Veracruz, Templo de la Santa Veracruz, Museo del Ejército, Instituto México- Israel.

Zona Chapultepec

Ruta 6

Circuito Chapultepec: Monumento a los Niños Héroes, Fuente de la Templanza, Audiorama, Baños de Moctezuma, Fuente del Quijote, Calzada de los Poetas, Casa del Lago.

Ruta 7

Museo de Historia, Castillo de Chapultepec.

Ruta 8

Zoológico de Chapultepec

Ruta 9

Museo de Antropología

Corredor Catedral- Basílica de Guadalupe

Zona Basílica de Guadalupe

Ruta 10

Antigua Basílica de Guadalupe, Nueva Basílica de Guadalupe, Convento de Capuchinas.

Ruta 11

Antigua Basílica de Guadalupe, Nueva Basílica de Guadalupe, Parroquia de Indios, Capilla del Pocito.

Ruta 12

Antigua Basílica de Guadalupe, Nueva Basílica de Guadalupe, Plaza de las Américas, Carillón Guadalupano, Baptisterio.

Ruta 13

Antigua Basílica de Guadalupe, Nueva Basílica de Guadalupe, Parque de la Ofrenda, Capilla del Cerrito, Panteón del Tepeyac.¹²

- *“Turismo social. Turismo para todos”*. Para fomentar que los grandes núcleos de población como empleados, jóvenes estudiantes y personas de

¹² *Idem.*

la tercera edad, así como aquellos con alguna capacidad accedan a actividades de turismo en la Ciudad de México.

- *“Gózala, es tu casa”.*

Busca coordinar acciones para dignificar la imagen de la Ciudad de México, operando una red interinstitucional que oriente y atienda las demandas que en materia de seguridad y turismo requieran los visitantes y turistas que ingresan a la Ciudad.

- *Red de información turística.*

Este subprograma busca fortalecer la difusión y orientación de la información turística dirigida a los habitantes y visitantes, sobre los atractivos turísticos culturales ubicados en la Ciudad de México. Esto a través de los módulos de información turística de la Ciudad de México en donde se pueden obtener datos acerca del patrimonio turístico y cultural, así como de los servicios turísticos: museos, hoteles, restaurantes, teatros, centros comerciales, parques de diversión, ecoturismo, turismo alternativo, galerías, salas de conciertos, monumentos históricos, centros comerciales, zonas arqueológicas, exposiciones, programaciones, carteleras, horarios, entre otros. Además se cuenta con información de servicios públicos, de emergencia (policía, auxilio médico, ministerio público), transporte local y turístico. Se cuenta con material gráfico en español e inglés. Material que puede verse en los anexos de este trabajo.

Líneas de Acción

1. Realización de paneles escuela- industria
2. Convocatoria y premiación “Reconocimiento estudiantil y docente”
3. Edición de directorio de escuelas, instructores y capacitadores en turismo del Distrito Federal
4. Visitas Guiadas
5. Convenios de colaboración delegacional.¹³

¹³ *Programa Sectorial..., Op. Cit.*

Todos estos programas forman parte de los diversos proyectos que se enfatizan en el Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal y que se han estado realizando a partir del 2002.

Por ello también mencionaremos la inversión que ha realizado el Gobierno del DF para renovar la imagen del corredor turístico Reforma- Centro Histórico.

Sección Reforma

El corredor turístico y cultural Reforma-Centro Histórico es un eje emblemático de la Ciudad de México. En él se encuentran importantes monumentos, edificios y parques históricos. Entre estos destaca el Ángel de la Independencia, que se ha convertido en el símbolo de la Ciudad, así como el Bosque de Chapultepec, principal pulmón y lugar de esparcimiento de la ciudad. El corredor Reforma-Centro Histórico concentra asimismo la mayor oferta hotelera, turística y cultural de la zona metropolitana:¹⁴

Obra Pública

El gobierno de la Ciudad ha efectuado obra pública durante los últimos 3 años por más de 214 millones de pesos, en este importante eje turístico de la ciudad. Entre las principales acciones efectuadas se encuentran:

+ Proyecto de mobiliario urbano y señalización

Se renovó totalmente la señalización y mobiliario urbano del tramo Insurgentes-Arquímedes, incluyendo:

- 1000 bancas nuevas
- 1300 bolardos

¹⁴ Programa “De Fiesta en el DF”, Op.Cit.

- 200 botes de basura
- 200 señales
- 176 semáforos

+Proyecto de pisos y pavimentos

En el tramo Lieja-Insurgentes se ampliaron banquetas, se rehabilitaron camellones y se restauraron las bancas de cantera y las esculturas que adornan el Paseo.

- Se rehabilitó la Plaza de los Voladores ubicada frente al Museo Nacional de Antropología.

+Proyecto de alumbrado público

Se instalaron luminarias nuevas en el tramo Lieja-Fuente de Petróleos y el Paseo Gandhi y se renovaron las existentes en el Bosque de Chapultepec.

+Proyecto de áreas verdes

Se realizó una poda sanitaria de árboles a lo largo del Paseo de la Reforma, se renovaron jardines de camellones y se dio mantenimiento mayor a jardines del Bosque de Chapultepec.

+Proyecto Bahías de acceso

Se construyeron 3 bahías de acceso al Bosque de Chapultepec, que entrarán en servicio próximamente. Estas permitirán un cómodo ascenso y descenso del Turibus y de los transportes escolares que visitan la zona y ofrecerán los siguientes servicios:

- Área de ascenso y descenso de pasajeros
- Baños públicos
- Bebederos
- Guardarropa
- Renta de carreolas y bicicletas
- Teléfonos
- Cajeros automáticos
- Máquinas expendedoras

Seguridad y Tránsito

+ Patrullas

Se pusieron en operación 14 patrullas de la policía turística.

+ Policía turística

Se creó un cuerpo de 250 elementos de la policía turística. Hacia fines de 2003 se contempla contar con 1150, policías en el Corredor Reforma-Centro Histórico.

+ Transporte y vialidad

Reordenamiento de paraderos del transporte público, sincronización de semáforos, y mejora de la geometría de cruces importantes.¹⁵

Promoción de Inversiones

+ Impulso a la inversión privada

Se ha fomentado en los últimos 3 años la inversión privada por más de 4,000 millones de pesos.¹⁶

¹⁵ *Idem.*

¹⁶ *Idem.*

- Ejemplo de ello es la construcción de la Torre Mayor y el inicio de otros proyectos inmobiliarios en Paseo de la Reforma.

+ Cafés-terrazas al aire libre

Próximamente se iniciará la construcción de 4 Cafés al aire libre en puntos estratégicos de los camellones renovados del Paseo de la Reforma.

- Se calcula en este rubro una inversión de 137 millones de pesos

Promoción Turística

+ Eventos turísticos

Se llevan a cabo continuamente importantes eventos turísticos y culturales a lo largo del corredor turístico. Entre otras actividades, se realiza:

- Festival de las Flores y Plantas
- Dos exhibiciones de fotografía: "La tierra vista desde el cielo" y "Naturaleza Viva"
- Desfiles de autos clásicos
- Muestra gastronómica nacional
- Muestra gastronómica internacional
- Desfiles de charros

Sección Centro Histórico

El Gobierno de la Ciudad, preocupado por el deterioro de algunas áreas del Centro Histórico de la Ciudad de México derivado de los sismos de 1985 creó, en colaboración con diversas instituciones públicas y privadas, el Fideicomiso Centro Histórico de la Ciudad de México, que conjunta esfuerzos y capitales públicos y

privados con el objetivo de mejorar la imagen, servicios y condiciones de vida en esa zona de la Ciudad.¹⁷

El centro histórico de la Ciudad de México es el más grande de América Latina. Abarca una extensión de poco más de 9 Km², contiene 668 manzanas, cerca de 1500 edificios de valor monumental, se ubican 196 monumentos civiles y 67 religiosos, 53 museos, 78 plazas y jardines, 19 claustros, 28 fuentes y 12 sitios con murales.

A pesar de esta riqueza única en el continente, durante los últimos 20 años el centro histórico ha perdido la tercera parte de su población, debido a diversos factores, desde la salida de los recintos universitarios a mediados de la década de los cincuenta, hasta los sismos de 1985, pasando por el deterioro de inmuebles, la inseguridad y el comercio en vía pública. Por lo anterior, se convierte en una tarea urgente la revitalización de este espacio turístico, conformándose para ello el 14 de agosto de 2001 el Consejo Consultivo para el Rescate del Centro Histórico de la Ciudad de México, el cual está representado por un Comité Ejecutivo presidido por el Ing. Carlos Slim, que se reúne mensualmente para discutir proponer y recomendar acciones de rescate en esta parte de la Ciudad.¹⁸

El Fideicomiso del Centro Histórico de la Ciudad de México, no depende de este Consejo Consultivo, aunque participa en las reuniones mensuales del Comité Ejecutivo. Este fideicomiso fue creado hace poco más de 10 años, era de carácter privado y fue reactivado como público y dependiente del Gobierno del Distrito Federal.

¹⁷ *Idem.*

¹⁸ *Fideicomiso del Centro Histórico de la Ciudad de México, Documento informativo*, 6 de mayo de 2002, p.

Entre las principales acciones emprendidas por el Gobierno capitalino, a través del Fideicomiso del Centro Histórico de la Ciudad de México se encuentran las siguientes¹⁹:

- Rehabilitación integral de las redes vial, hidráulica y sanitaria del Primer Cuadro.
- Mejora de la imagen urbana

+ Con el fin de mantener y realzar la belleza de las calles y los edificios del Centro Histórico, se ha llevado a cabo el proyecto de arreglo de fachadas, que comprende:

- Regularización de anuncios, toldos y enseres en la vía pública.
- Limpieza y pintura de fachadas de 189 inmuebles.

+ Alumbrado público e iluminación de inmuebles.

Se ha rehabilitado el alumbrado en las 34 manzanas del primer núcleo urbano a través de:

- Instalación de 599 nuevas luminarias
- Rehabilitación de 268 postes
- Instalación de 321 postes nuevos
- Iluminación especial en fachadas de 18 edificios emblemáticos

Alameda Central

En las calles aledañas a la Alameda Central, una de las zonas más afectadas por los sismos de 1985, se inició un magno proyecto de rehabilitación y dignificación

¹⁹ Programa de revitalización del Centro Histórico, Alameda Central y Conjunto Plaza Juárez. Acciones y Resultados 2002-2003. GDF, Fideicomiso del Centro Histórico.

de la zona, que ha conjuntado importantes inversiones públicas y privadas. Entre las principales acciones emprendidas figuran las siguientes²⁰:

- Programa de demoliciones del perímetro más afectado por los sismos.
- Inversión privada en construcción de hoteles (Hoteles Sheraton y Fiesta Inn).
- Inversiones en obra pública: Remodelación de andadores, fuentes y jardineras en la Alameda Central y construcción de la Plaza Juárez, lugar público contiguo al ex templo de Corpus Christi que comprende una fuente escultórica diseñada por el artista Vicente Rojo y la readaptación del ex templo, que albergará próximamente al Archivo General de Notarías del DF.

La realización de estos programas es de gran importancia ya que tiene como finalidad la mejora de la imagen de la Ciudad. Sin embargo, estos datos se convierten en estadísticas gubernamentales que justifican la realización de proyectos que no siempre son los más productivos o para justificar gastos que no son los reales, es decir, se traduce en el discurso político del partido.

Como ejemplo de ello:

El constante cambio de flores en los jardines sobre los camellones de reforma demuestra un gasto totalmente innecesario. La buena imagen de estas áreas se soluciona con el mantenimiento de las jardineras.

La creación de las bahías de acceso ha sido inútil ya que no solo no han sido usadas con la finalidad por las que fueron creadas, sino que aún no cuentan con todos los servicios planeados, además de que su ubicación dificultaría el tránsito

²⁰ *Idem.*

del área, ya que no tienen el espacio suficiente para que el turibus pueda entrar y salir fácilmente.

Estos son solo algunos de los problemas que podemos encontrar en este tipo de proyectos ante lo cual me parece interesante hacer mención del *Plan de Fomento del Turismo de la Región de Murcia*²¹, ya que califica al sector con una enorme potencialidad de crecimiento, sobre todo en los segmentos y productos menos tradicionales, aquellos ajenos al clásico de sol y playa. Esto, a través de una identificación de productos segmentados, la creación de nuevos productos y la coordinación sistemática de una promoción que servirá para garantizar y fomentar la existencia de un turismo adecuado a las necesidades y demandas de una clientela más exigente y sofisticada.²²

Esto me parece muy importante ya que España se ubica dentro de los primeros destinos turísticos mundialmente hablando, es decir, es unos de los países que ponen gran énfasis en el desarrollo de este sector ya que constituye uno de los principales actores en su economía, por lo tanto, constituye un ejemplo a estudiar, pues en este documento podemos observar la importancia se que se le concede al fomento del turismo de Ciudad.

En conjunción a lo descrito con anterioridad es necesario hacer mención de algunas cifras para el análisis del comportamiento turístico de la Ciudad de México durante el 2002.

²¹ www.carm.es

²² *Idem.*

4.4 Principales estadísticas del turismo

La fuente de las siguientes cifras corresponde a los Indicadores Estadísticos y Perfil del Turista a la Ciudad de México que es un estudio anual que realiza la Secretaría de Turismo del Distrito Federal.

Oferta de atractivos²³

	2002	2003
Naturales	65	66
Arqueológicos	9	9
Culturales	223	272
Arquitectónicos	467	470
Sitios Históricos	21	22
Parques y Estadios	38	37
Actividades Turísticas	42	45
Total	865	921

La oferta de atractivos es importante ya que da un breve panorama de la cantidad de atractivos con que cuenta la Ciudad de México y de la creación de nuevas ofertas turísticas.

Visitantes a centros del INAH²⁴

Concepto	2002	2003
Monumentos y Zonas arqueológicas	206,890	339,224
Nacionales	199,370	310,197
Extranjeros	7,520	29,027
Museos	3,296,366	3,668,991
Nacionales	2,885,398	3,270,877

²³ *Indicadores estadísticos y perfil del turista a la Ciudad de México 2003*, SECTUR GDF. (Oferta registrada y validada por las oficinas de turismo de las Demarcaciones Políticas).

²⁴ *Ibidem*, p. 26

Extranjeros	410,968	398,114
Total	3,503,256	4,008,215
Nacionales	3,084,768	3,581,074
Extranjeros	418,488	427,141

Estos datos nos proporcionan las preferencias de visita de los turistas durante el 2002 con lo cual obtenemos un acercamiento a los gustos y creación de nuevas ofertas de visita. De tal manera es importante mencionar que dentro de los servicios turísticos de la Ciudad contamos con 632 establecimientos de hospedaje, 1,533 Restaurantes, 851 Agencias de Viajes, 74 Arrendadoras, 110 Museos y 50 Galerías, 70 espacios para Congresos y Convenciones (55 dentro de hoteles y 15 Autónomos).²⁵

Resultados de los Principales indicadores turísticos en la Ciudad de México²⁶

Concepto	Enero- Septiembre 2003	Enero- Septiembre 2004	Variación
Empleos (enero-junio)*	645,458	675,258	4,6%
Establecimiento de hospedaje	623	632	9 hoteles Adicionales
Cuartos	46,386	46,762	376
Turistas hospedados en hoteles	7,607,268	8,469,556	11.3%
Gasto Total (mill. De pesos)	27,250,950	32,338,312	18.7%

* Los empleos se consideran al mes de junio, debido a que es el último dato de asegurados permanentes del IMSS de que dispone el INEGI.

²⁵ *Indicadores del turismo en la Ciudad de México 2003, Op. Cit. p. 17*

²⁶ *Informe de la Secretaría de Turismo del GDF 2004, en www.mexicocity.gob.mx*

Esta tabla nos muestra las nacionalidades de los turistas que registran un mayor número de arribo a la Ciudad de México.

Registro de entrada de extranjeros por el AICM²⁷

<i>Nacionalidad</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>
Total	1,123,285	856,038
Norteamérica	571,294	388,946
Estados Unidos	523,769	353,432
Canadá	47,525	35,514
Europa	256,131	220,744
Reino Unido	31,210	24,102
Italia	32,051	26,278
Alemania	27,116	34,250
España	52,662	39,983
Francia	53,472	44,053
Holanda	18,805	13,872
Oceanía	8,945	7,129
Australia	7,248	5,818
Nueva Zelanda	1,697	1,311
Centro y Sudamérica	217,119	165,462
Argentina	31,008	26,736
Brasil	28,011	22,959
Colombia	24,817	17,081
Costa Rica	23,785	16,462
Chile	17,616	12,434
Guatemala	17,477	13,593

²⁷ *Indicadores del turismo en la Ciudad de México, Op. cit. P. 14*

Cuba	10,902	8,465
Asia	49,359	35,135
Japón	27,181	20,310
República de Corea	10,229	7,724
Israel	5,679	4,518
Otros	232,242	38,622

En este sentido la generación de empleos en el Distrito Federal fue de:

Empleos²⁸

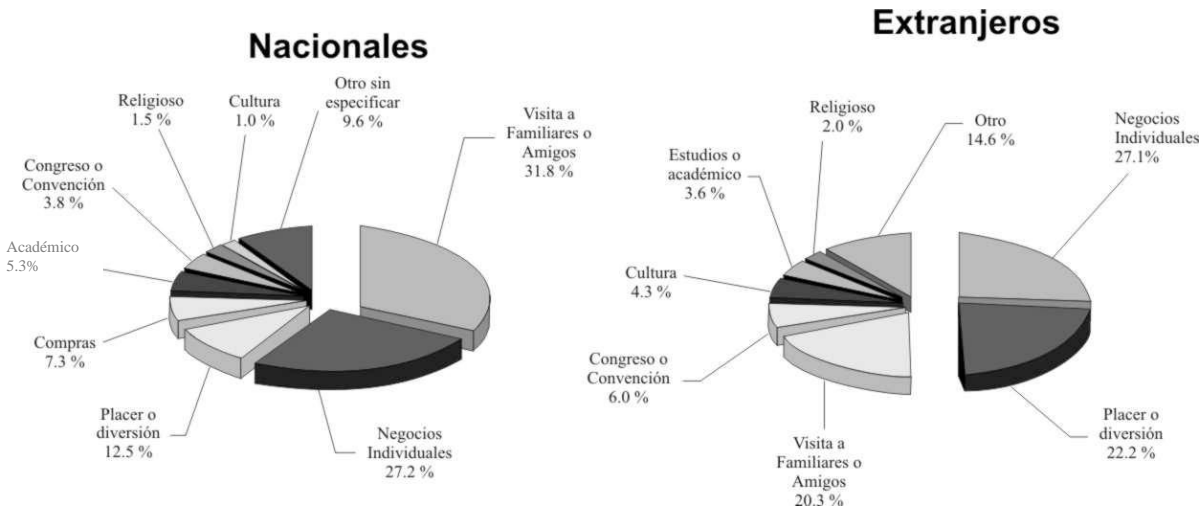
Concepto	2001	2002	2003
Empleos en restaurantes y hoteles	626,640	638,789	656,310
Directos	179,040	182,511	187,517
Indirectos	447,600	456,278	468,793

4.4.1 Perfil del Turista

Estos datos nos ayudan a atender de una mejor manera las necesidades del turista, ya que determina los motivos que los impulsaron a visitar la Ciudad así como su procedencia tanto (nacional y extranjera).

²⁸ *Ibidem*, p.32

Motivo de Visita ²⁹



El motivo de visita es muy importante porque determina la intención del visitante por permanecer y conocer la Ciudad de México.

Por su origen ³⁰

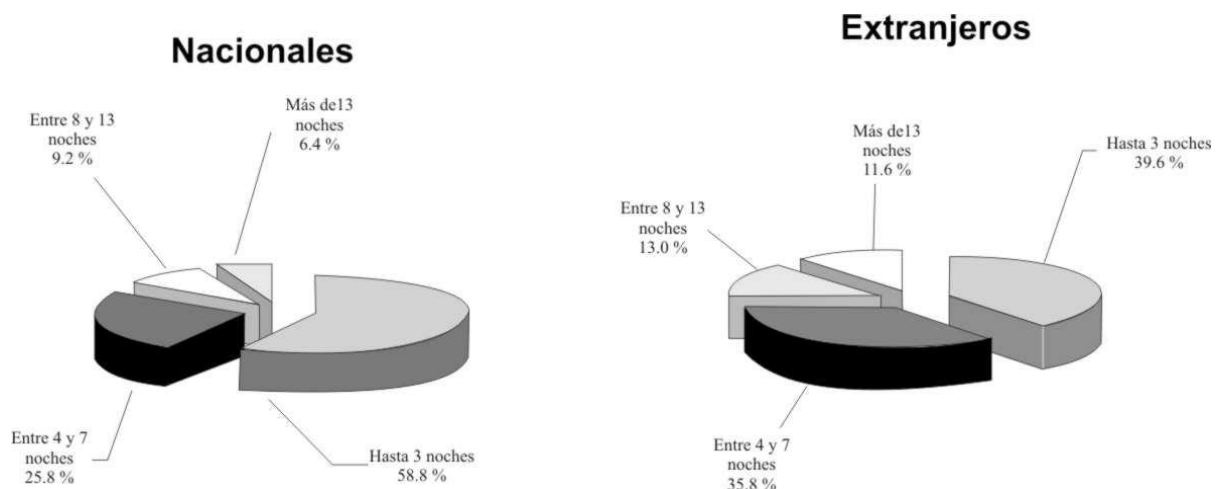
Nacionales	2002	2003	2002	
			Extranjeros	
Estado de México	11.7%	5.1%	Estados Unidos	41.3%
Puebla	9.0%	9.2%	Francia	7.1%
Guerrero	7.5%	14.1%	Japón	6.5%
Veracruz	7.5%	12.2%	Colombia	5.5%
Morelos	7.5%	6.8%	Canadá	5.3%
Hidalgo	6.7%	5.2%	Alemania	4.0%
Michoacán	5.3%	3.0%	Suiza	3.6%
Jalisco	4.2%	7.6%	Suecia	3.1%
			Argentina	2.4%

²⁹ *Ibidem*, p. 36

³⁰ *Ibidem*, p. 37

La estancia es importante porque nos muestra el número total de días de permanencia en la Ciudad, con lo cual se puede hacer una proyección de los lugares a visitar, a su vez el hospedaje, ambos dan un panorama del nivel de gasto. Que es lo que se pretende incrementar.

Estancia 2002³¹



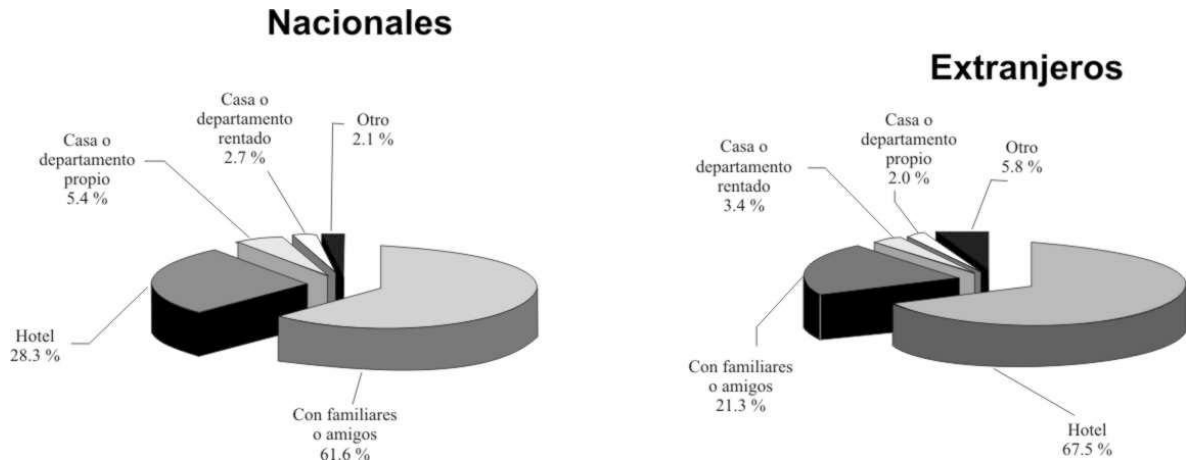
Estancia de turistas nacionales³²

Permanencia	2002	2003
3 noches	58.6%	75.3%
Entre 4 y 7 noches	25.8%	23.8%
Entre 8 y 13 noches	9.2%	0.7%
Más de 13 noches	6.4%	0.2%

³¹ *Ibidem*, p. 38

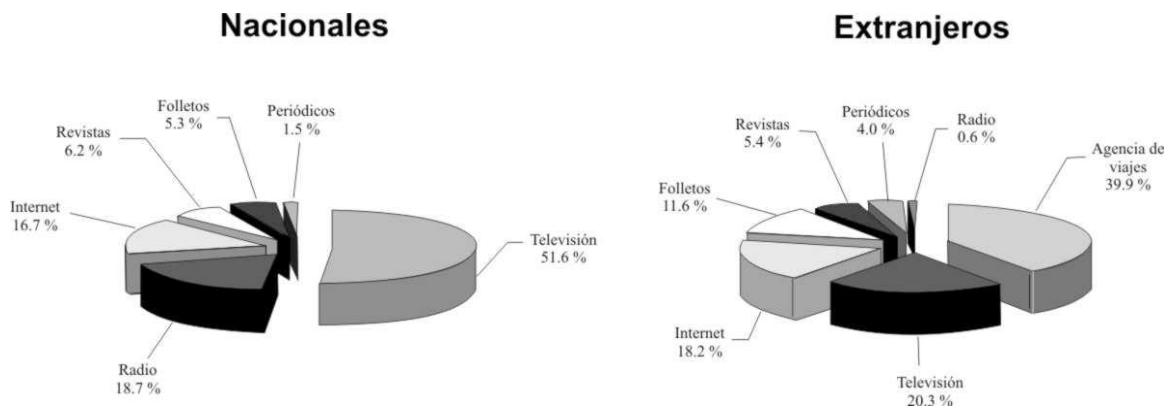
³² *Ibidem*, P. 12

Lugar de hospedaje³³



La información acerca del tipo de hospedaje y de días de permanencia es importante porque a través de estos se fija el nivel de gasto del turista.

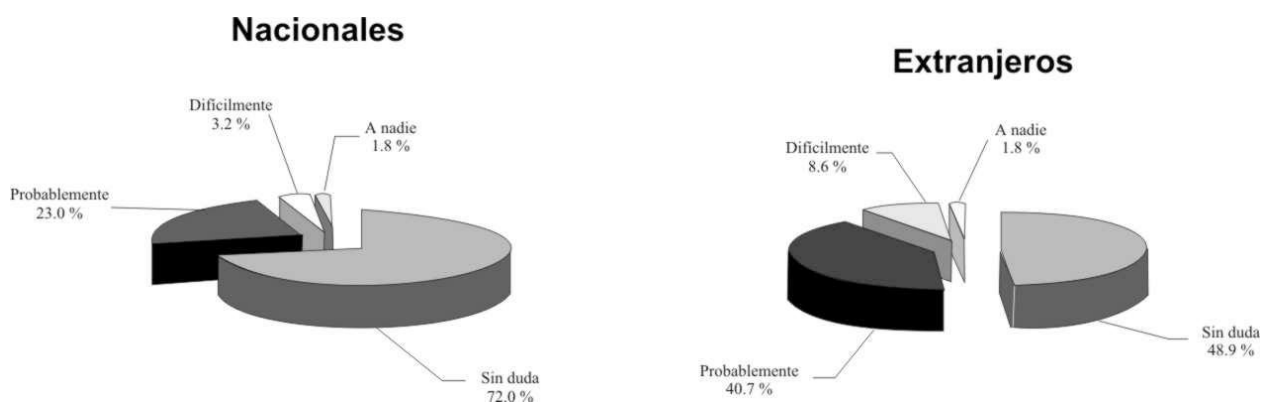
Medio que influyo en su decisión de visita³⁴



¿Recomienda la Ciudad de México como destino turístico?³⁵

³³ *Ibidem*, p. 39

³⁴ *Ibidem*, p.43



Estos indicadores nos ayudan a visualizar cuales han sido las tendencias del turismo ciudadano recientemente, constituyen herramientas que podemos usar a nuestro beneficio en la creación de nuevas ofertas que respondan a las demandas reales del turista. Sin embargo, considero que estos elementos se han descuidado o aún no han sido tomados en cuenta. Es decir, es importante hacer una revisión de la forma en cómo se están resolviendo las demandas de estos turistas, ya que esta visión teórica del turismo de la Ciudad de México tiene otra cara, que es la que el papel no muestra y que vale la pena mencionar, en este sentido aunado a las estadísticas, es fundamental revisar las necesidades e inquietudes de los turistas que arriban al Distrito Federal ya que en base a este informe se pueden crear los servicios y mejorar los ya existentes para proporcionarles mayor satisfacción, traduciéndose esto en un incremento en la captación de recursos económicos, ya que se podrían ofrecer muchos servicios que no dependerían solo del sector privado, además de promover la buena imagen de la Ciudad como excelente anfitrión lo que permitiría ganar presencia a nivel mundial.

En este sentido habría que elaborar un análisis de los problemas que enfrenta la ciudad, las deficiencias y las ventajas que tiene pero sustentado en la experiencia práctica de las necesidades del turista, no solo que se establezcan en un documento como trámite administrativo sino que refleje una realidad que los directivos no pueden ver.

³⁵ *Idem.*

La solución de estos problemas haría más viable el buen funcionamiento de los objetivos diseñados en el plan, para ello la creación de un inventario de recursos turísticos, por principio, sería de gran utilidad, ya que en función de esta se darían a conocer mejor los productos y servicios que estarían al alcance de un mayor número de visitantes. Para ello la existencia de los módulos de información turística son de gran importancia ya que a través de ellos se difunde y se promueve el turismo en la ciudad y es una manera directa de relacionarse con el turista.

4.5 Otros recorridos

Además de los recorridos mencionados en páginas anteriores, directamente administrados por la Secretaría de Turismo en conjunción con las Delegaciones. El Gobierno del Distrito Federal organiza otros recorridos turísticos por la Ciudad entre los cuales destacan:

1. Los organizados por la Secretaría de Cultura. Se realizan mensualmente, visitan únicamente museos y edificios históricos del centro histórico, son totalmente gratuitos y se les puede consultar vía internet, en donde se informa el punto de reunión. La desventaja de estos recorridos es que no son difundidos y por lo tanto es muy poca la gente que sabe y acude a ellos.
2. Recorridos que organiza el Fideicomiso del Centro Histórico. Estos recorridos son temáticos, se realizan en diferentes días de la semana, tienen un costo y de igual manera son muy poco difundidos.
 - a) Paseo de Plateros. Recorrido por edificios y calles en donde se han desarrollado las historias y las leyendas del Centro Histórico.
 - b) Los ocios y los sabores, el arte del buen vivir en el Centro Histórico. Consiste en recorrer los lugares de diversión y entretenimiento y las costumbres de las diferentes clases sociales en las distintas épocas y circunstancias del Centro Histórico.

- c) Del pulque al vino tinto, sin olvidar la taberna. La historia de la cantinas de la Ciudad de México desde el siglo XVI hasta nuestros días.
- d) Maravillas de Catedral. Después de llegar a la catedral en tranvía el visitante admirará con ayuda de luz y sonido, música y teatro el esplendor de este recinto, para finalizar con un concierto de órgano.
- e) Paseo nocturno especial. Una hora recorriendo las calles, edificios y leyendas más significativas del Centro Histórico.³⁶

3. Turibus

Autobus que ofrece una vista panorámica durante su recorrido en un circuito cerrado. Tiene un costo de 100 pesos entre semana y 115 los fines de semana por persona. Comienza desde el auditorio nacional corriendo por paseo de la reforma, condesa, centro histórico, polanco, primera y segunda sección de Chapultepec. Cuenta con audífonos que dan una breve explicación de los principales puntos de interés en seis idiomas. Este servicio tiene la ventaja de que el boleto puede ser utilizado por un día subiendo y bajando las veces que se desee por las veinticuatro paradas con las que cuenta el recorrido y que están ubicadas estratégicamente para conocer cada uno de los diferentes puntos turísticos a los alrededores. La desventaja de este tour es que el precio no está al alcance de toda la población, además de que los únicos descuentos que aplica es del 50% a personas de la tercera edad y a niños de 5 a 12 años. Excluyendo incluso a las personas con capacidades diferentes. Por esta razón se piensa que es un servicio exclusivo para turistas extranjeros, siendo que los mismos habitantes pudieran usarlo.

4. Tranvía

³⁶ *¡Vive en Centro Histórico!, Un viaje al pasado en tranvía*, Fideicomiso del Centro Histórico, dirección de promoción y difusión.

Este servicio ofrece un viaje más corto que incluye una visita guiada de los principales atractivos turísticos de las calles circundantes del centro histórico de la ciudad, el costo es de 35 pesos adultos y 20 pesos niños, ofreciendo descuento del 50% a estudiantes, profesores y a personas de la tercera edad, excluyendo a personas con capacidades diferentes, además de ser un servicio que no cubre toda la demanda, sobre todo en temporada alta y por lo tanto hay que esperar mucho para poder abordarlo. Otra desventaja es que no ofrece el servicio de guías en inglés, más que con previa reservación, lo que considero debería cambiar, pues el centro histórico es una de las zonas más visitadas por turistas extranjeros. Creo que sería una excelente opción dar este servicio en horarios determinados para ofrecer otra alternativa de entretenimiento cultural.

Casi ocurre lo mismo con los que se encuentran en el centro de Coyoacán ya que de igual manera ofrece el recorrido por las principales calles del centro, con servicio de visita guiada, se ofrece únicamente descuento a personas de la tercera edad y no establecen un horario definido, además de que el recorrido es solamente en español, excluyendo a los visitantes extranjeros de realizar este tour.

5. Locales

Cada fin de semana en la Delegación Coyoacán se realizan visitas guiadas a tres zonas del centro, estos son al Barrio de la Conchita, al Barrio de Santa Catarina y a la Parroquia de San Juan Bautista y la Casa de Cortés. Son visitas gratuitas y como único requisito es que sean mínimo cinco personas. Desgraciadamente estos recorridos no son difundidos además de que solo se ofrecen tres al día y únicamente en español.

La revisión de las acciones emprendidas por la Secretaría de Turismo del Distrito Federal, así como por los diferentes prestadores de servicios del sector público y privado, dejan al descubierto la falta de interés político por promover el turismo, si

bien en estos últimos tres años se han llevado a cabo actividades de promoción de la Ciudad, hay una carencia total de una política turística que demuestre el interés por estudiar e impulsar esta actividad, ya que es posible observar que el Turismo no es un sector de prioridad para el gobierno federal y muy poco para el gobierno capitalino y debería ser muy importante ya que es un recurso que financiaría el desarrollo nacional, si no hay una política no existe la idea del valor del turismo, siendo una alternativa viable de explotación de un recurso que tenemos en abundancia pero que aún no ha sido descubierto.

Capítulo V

Limitantes del turismo en la Ciudad de México

Si bien es cierto que la Ciudad de México cuenta con una gran cantidad de atractivos dignos de ser visitados, también es cierto que atraviesa por un momento de crisis en todos los sentidos. Pues no hay que olvidar que son distintos los elementos que le permiten al turista visualizar el destino al cual se dirigen, es decir, la realidad social, política y económica del área son determinantes en la elección del lugar que se desea visitar.

Con esto quiero decir, que es importante mencionar los diferentes aspectos que intervienen en la vida urbana y que determinan la permanencia o elección de la Ciudad de México como destino turístico.

Así pues, esta problemática se vierte en diversas direcciones pero que finalmente tienen que ver unas con otras o alguna de ellas desencadena a las demás.

Entre la gran variedad de problemas destaca la sobrepoblación, el deterioro ambiental, los problemas de movilidad provocados por manifestaciones, congestionamiento vial, ambulanteo, así como también problemas de pobreza extrema y delincuencia que hacen más difícil el desarrollo positivo del turismo en la Ciudad.

5.1 Deterioro ambiental en la Ciudad de México

Atrapada entre las montañas del eje volcánico central, la cuenca de México ha sido y es el centro cultural, político, económico y social de la nación mexicana. Es también la sede del mayor complejo urbano del mundo, uno de los ejemplos más notorios del fenómeno de concentración urbana en los países del tercer mundo.

La situación ambiental de la cuenca de México se ha deteriorado muy rápidamente durante los últimos cuarenta años. Como en muchas otras partes de América

Latina, la industrialización de México en el siglo XX trajo como resultado un proceso de migración acelerada de campesinos hacia las grandes ciudades; en su rápido crecimiento, la Ciudad de México fue devorando los pueblos circundantes, hasta convertirse en la inmensa megalópolis que es actualmente, abarcando no solo el DF, sino también una fracción importante del Estado de México.¹

Las cadenas montañosas al sur y al oeste de la cuenca, hasta hace unos quince años poco afectadas por el crecimiento de la Ciudad, sufren ya las consecuencias del desarrollo urbano explosivo.

Esta megalópolis es un ejemplo claro del desarrollo urbano del siglo XX, donde el crecimiento de la población va superando continuamente el de las infraestructuras que posee la urbe. Conforme la Ciudad se fue expandiendo, no se produjeron los viejos modelos, es decir, los nuevos desarrollos son más densos, menos planeados y por lo general incluyen menos espacios abiertos, pues se comienza a construir sobre las laderas generando erosión. Los predios para agricultura y pastoreo van desapareciendo y prácticamente ya no existen en la Ciudad, estas zonas están ocupadas con fábricas y desarrollos habitacionales. Las zonas verdes están desapareciendo aunque esto también depende mucho de la posición social de sus habitantes, así, en las áreas más pobres y nuevas, los terrenos baldíos se convierten en terrenos para casas nuevas, dejando menos áreas verdes por persona que en los vecindarios más pudientes.

La evolución urbana y demográfica de la Cuenca de México constituye una de las principales preocupaciones de los ambientalistas. Parte de la preocupación se explica por las posibles consecuencias de la concentración de población, que según 0estimaciones del Consejo Nacional de Población, son:

¹ www.rnw.nl/informarn/html

Población del Distrito Federal²

Entidad federativa o municipio	2000	2001	2002	2003	2004
República Mexicana	100 569 263	101 826 249	103 039 964	104 213 503	105 349 837
Distrito Federal	8 813 141	8 812 401	8 812 585	8 813 276	8 814 123
Azcapotzalco	449 022	443 820	438 789	433 904	429 147
Coyoacán	655 490	655 179	654 921	654 686	654 449
Cuajimalpa de Morelos	155 608	157 088	158 568	160 039	161 495
Gustavo A. Madero	1 260 006	1 248 713	1 237 739	1 227 023	1 216 514
Iztacalco	419 324	415 504	411 801	408 194	404 665
Iztapalapa	1 821 399	1 829 765	1 838 036	1 846 136	1 853 997
Magdalena Contreras, La	228 124	229 469	230 809	232 135	233 437
Milpa Alta	99 985	101 552	103 126	104 700	106 272
Alvaro Obregón	704 272	705 566	706 868	708 149	709 382
Tláhuac	313 546	320 063	326 521	332 903	339 198
Tlalpan	598 522	603 570	608 581	613 530	618 393
Xochimilco	381 904	387 673	393 427	399 148	404 819
Benito Juárez	368 169	367 325	366 544	365 808	365 101
Cuauhtémoc	526 915	523 778	520 763	517 845	515 001
Miguel Hidalgo	360 060	358 705	357 434	356 227	355 069
Venustiano Carranza	470 795	464 631	458 658	452 849	447 184

Fuente: Consejo Nacional de Población

En esta tabla podemos ver la cantidad de población con que cuenta la República Mexicana siendo de 105,349,837 habitantes y del Distrito Federal 8,814,123, habitantes, sin embargo si sumamos esta última cifra con la población de la zona conurbada en el DF, nos da como resultado un total de casi 20 millones de habitantes, que conformaría el total de población de la Ciudad de México. Esta situación da origen a muchos fenómenos que dificultan la permanencia y disfrute de la zona, claro ejemplo de ello es la movilidad, ya que no se cuenta ni con las vialidades ni con el número de transporte necesario para el desplazamiento de toda esta población.

5.2 Problemas de movilidad

El problema de movilidad no puede dissociarse del crecimiento caótico que ha tenido la Ciudad de México. En una cuenca cerrada ubicada a 2,240 metros sobre

² www.conapo.gob.mx

el nivel del mar, hace más de cinco décadas inició la ocupación masiva de su territorio por una población en crecimiento constante y con actividades muy diversas que excedió los límites administrativos y políticos de la ciudad, para mezclarse con los municipios del vecino Estado de México y que hoy integra a las 16 delegaciones del DF, 58 municipios del Estado de México y uno del Estado de Hidalgo para configurar la zona metropolitana del Valle de México.³

La población pasó de 2 millones 953 mil habitantes en 1950 a 18 millones 813 mil en el año 2000. La ocupación física del territorio pasó de 22 mil 960 hectáreas a más de 741,000 Ha., siendo en este fragmento del territorio la concentración humana, industrial, comercial y financiera más importante del país, donde se asientan 35 mil industrias y 3.5 millones de vehículos con altos consumos de energía fósil y todo ello en una cuenca que favorece la retención de emisiones contaminantes.⁴

El proceso de concentración de la población en las áreas circundantes de la Ciudad, ha provocado importantes cambios en los patrones de viaje, predominando los viajes largos que los cortos. La demanda de viajes no ha ido acompañada de una red de infraestructura de transporte adecuada. Así la movilidad en el Valle de México se enfrenta a varias distorsiones e insuficiencias tanto en los modos de transporte como en la red vial disponible.⁵

Así, los cerca de 3.5 millones de vehículos, las vialidades saturadas, la ineficiencia en la coordinación de los diferentes modos de transporte afectan la velocidad, los tiempos empleados, las emisiones de contaminantes y la salud de los habitantes.

La saturación de las vías primarias como Anillo Periférico, Tlalpan, Circuito Interior y Calzada Zaragoza entre otras, ha provocado que la velocidad de desplazamiento en la Ciudad en general se haya reducido drásticamente. Aunado a esto la

³ www.fimevic.df.gob.mx/problemas

⁴ *Idem.*

⁵ *Idem.*

programación deficiente de los semáforos que crean focos de emisiones contaminantes, contribuyen en gran medida al congestionamiento de las vialidades, además de la escasa educación vial de los ciudadanos con malas prácticas para conducir y para estacionar sus vehículos haciendo más compleja la circulación.

La base sustancial de transporte público en la Ciudad de México es el transporte de superficie, sin embargo, mientras en 1986 predominaban los autobuses de mediana capacidad, éstos fueron sustituidos por microbuses y combis de mediana y baja capacidad, esto provoca una saturación de vialidades, inseguridad para el usuario y alto impacto en el ambiente. Sin dejar de olvidar que existe un predominio por los autos particulares, esto debido a la cada vez mayor facilidad por adquirir un auto, por las distancias más largas, deficiencias del transporte público, facilidades de crédito y ambición de status.

También es importante mencionar otro factor, y es que para lograr las intersecciones entre varios modos de transporte existen los paraderos, concebidos originalmente para agilizar el transbordo, actualmente se encuentran saturados ya que su diseño no previó el incremento de la demanda del transporte público, por lo que se presenta insuficiencia de espacios. Esto causa congestinamiento dentro y fuera de las instalaciones en las horas pico, lo que contribuye a incrementar la contaminación y los accidentes. En horas donde no se registra saturación, la problemática no solo se origina por los excesivos tiempos de permanencia de las unidades, sino también por la invasión de las calles de la periferia por unidades en espera durante largos periodos, que utilizan espacios de la vía pública.⁶

La deficiencia del metro es otra situación que perturba enormemente el desplazamiento de la gente. Además de la falta de mantenimiento, la utilización de este transporte se ha visto rebasado por la sobrepoblación, es decir, la cantidad de usuarios es mayor al número de trenes de que dispone este sistema de transporte. A pesar de que la utilización de este servicio disminuye el tiempo de

⁶ *Idem.*

desplazamiento, genera incomodidad por la falta de aire acondicionado y la gran cantidad de personas en los vagones en horas pico. Impidiendo su fácil acceso y creando fastidio a sus usuarios, entre ellos al turista, ya que prefiere evitar esta incomodidad, permaneciendo poco tiempo en la Ciudad y generándole una imagen de inseguridad y miedo al usar este servicio.

La siguiente tabla muestra la situación del sistema de transporte público en la Ciudad de México, algunas cifras que nos ayudarán a entender mejor la demanda de estos servicios.

<p style="text-align: center;">Demanda de movilidad</p> <ul style="list-style-type: none">- Número de viajes metropolitanos (cruzan el límite del DF y el Edo. Mex) por día: 4.2 millones
<p style="text-align: center;">Sistema de Transporte Colectivo</p> <ul style="list-style-type: none">- Kilómetros de vías dobles del STC-Metro: 200- Líneas del STC Metro: 11- Estaciones del STC Metro: 175- Trenes del STC Metro: 302- Vueltas anuales realizadas por los 201 trenes en operación diaria en el STC Metro: Un millón 157 mil 490- Pasajeros transportados por el STC Metro en un día laborable: 4.2 millones de pasajeros
<p style="text-align: center;">Servicio de Transportes Eléctricos</p> <ul style="list-style-type: none">- Extensión de la red actual de trolebuses: 422.14 Km.- Líneas de la red de trolebuses: 17- Trolebuses en operación: 344- Extensión del Tren Ligero: 13 kilómetros de doble vía.- Trenes en operación: entre 12 y 15
<p style="text-align: center;">Red de Transporte de Pasajeros (RTP)</p> <ul style="list-style-type: none">- Unidades de parque vehicular: mil 400.- Unidades en operación por día: mil 140- Kilómetros recorridos al día por las unidades de RTP: 250 mil kilómetros.

- Rutas operadas por la RTP: 100
- Longitud de las rutas cubiertas por la RTP: 3 mil 061 Kilómetros.
- Horario diario de servicio: 04:00 a 23: 00 hrs.
- Promedio de pasajeros transportados en día hábil: 750 mil

Organizaciones y empresas del transporte concesionado.

- Empresas concesionarias de autobuses: 9
- Parque vehicular de las empresas concesionadas: mil 197 unidades
- Rutas que cubren las empresas concesionadas: 97
- Extensión de las 9 rutas concesionadas: 3 mil kilómetros
- Pasajeros transportados por día en las rutas concesionadas: un millón 200 mil
- Placas para el servicio de ruta fija: 27 mil 928
- Taxis libres (90%) y de sitio (10%) en la ciudad de México: 102 mil 110 unidades
- Viajes diarios atendidos por taxis: 1.1 millones

(Fuente: Programa Integral de Transporte y Vialidad 2001 – 2006)⁷

Este breve esbozo nos muestra algunas de las principales causas de congestión vial, como vemos, la sobrepoblación exige una serie de requerimientos que poco a poco dificultan la circulación en la Ciudad, traduciéndose esto en un estado de malestar y stress en sus habitantes y por ende para las personas que la visitan.

5.3 Ambulantaje

Dentro de los problemas de desplazamiento también encontramos el comercio en vía pública, conocido como ambulante, siendo un impedimento a la movilidad vehicular y al tránsito peatonal, contribuye a su vez a la mala imagen de las calles y contaminación de la vista. Refleja la mala situación económica y social del país y genera una sensación de inseguridad en la zona. Como caso particular, basta con ver la cantidad de ambulantes que circulan por las calles del Centro Histórico,

⁷ [Hwww.setravi.df.gob.mx/noticias/index.html](http://www.setravi.df.gob.mx/noticias/index.html)

siendo este uno de los principales lugares de arribo y visita en la Ciudad. Uno de los más grandes factores de inseguridad y criminalidad de la zona es motivado por este comercio irregular que de manera desleal compite con los comercios establecidos, este factor puede entenderse de distintas formas: con relación al exceso de reglamentos gubernamentales; como una fuente de empleo; como una actividad de subsistencia, “informal” y por tanto marginal al conjunto de la sociedad; como actividad relacionada con distintos aspectos de la delincuencia y como una actividad que se debe a la corrupción.

La ciudad requiere incrementar la eficiencia de sus sistemas de circulación vehicular y peatonal, así como mejorar su imagen urbana y el ambulante es uno de los grandes impedimentos para lograr este propósito.

Esta situación afecta enormemente la calidad de la estancia del turista ya que genera desconfianza, malestar y rompe la armonía del paisaje del lugar que se visita. Lo que se traduce en una mala recomendación y disminución de su estancia.

5.4 Situación ambiental

Entre muchos factores de permanencia de los turistas en la Ciudad de México, es el referente a los problemas de contaminación ambiental, es decir, para los turistas entrar en un medio altamente contaminado define su comodidad y por ende influye en su tiempo de estancia. Convirtiéndose en una desventaja para la promoción de la Ciudad como destino turístico.

La situación de crisis ambiental en la Ciudad de México es resultado, del agotamiento de suministro de agua, la contaminación del aire, la sedimentación del sistema de drenaje y las inundaciones resultantes de la deforestación.

De acuerdo con el Programa de Calidad del Aire 2002-2010, los vehículos automotores son la principal fuente de contaminación atmosférica. Este alto impacto ocurre por diversos factores: la cantidad de automotores, superior a los

tres millones de unidades (vehículos particulares, taxis, microbuses, camiones, autobuses y camiones de carga), la expansión de la marcha urbana la cual impacta en el incremento del kilometraje recorrido por viaje y la saturación creciente de la red vial que obliga a incrementar el tiempo de operación de los motores y bajas velocidades de circulación.

Otra causa es un factor natural, la cadena montañosa que rodea a la Ciudad de México constituye una barrera que dificulta la libre circulación del viento y la dispersión de los contaminantes. Esta capacidad de la cuenca para retener aire y contaminantes se acentúa por el fenómeno de inversiones térmicas que ocurren en el valle y que provocan un estancamiento temporal de las masas de aire en la atmósfera.

Como consecuencia se ha demostrado que la exposición a la contaminación del aire está relacionada con serios trastornos a la salud, entre los cuales destacan incremento en las enfermedades respiratorias, disminución de la capacidad respiratoria, e incremento en los casos de enfermedades cardíacas.

Este fenómeno afecta de manera grave la salud y los tiempos perdidos al transportarse.

Otro de los problemas que tienen que ver con la imagen de las calles y por ende de la Ciudad en su conjunto es el de la basura, que se debe en parte a la alta densidad de población y sus malos hábitos de arrojarla en cualquier lugar. Las personas que circulan por las principales zonas de afluencia turística dejan a su paso una cantidad impresionante de basura que se va acumulando creando problemas ambientales y que se traduce en una pésima imagen para los turistas.

En la ciudad de México mensualmente la familia urbana promedio (que consta de 5 personas) produce un metro cúbico de basura, lo que se traduce en términos de la ciudad entera, en tres millones de metros cúbicos.

Este problema puede ser abordado desde el punto de vista cultural y educativo ya que en definitiva carecemos de una cultura del cuidado ambiental. Aunque también se debe a la explosión demográfica, el desarrollo económico y al crecimiento de los grandes centros urbanos, aunque esto puede variar de acuerdo a la zona de que se trate, dependiendo tanto de los patrones de consumo de los habitantes como de las actividades comerciales o industriales que se realicen. Sin embargo es tarea fundamental comenzar a crear una sociedad con consciencia ambiental.

5.5 Seguridad Pública

El problema de la seguridad pública es un asunto de suma importancia ya que recientemente ha cobrado mucha relevancia. Son diversos los factores que intervienen en este fenómeno y hablar de una solución a corto plazo es casi imposible.

Como consecuencia de su magnitud demográfica y como resultado de las políticas económicas de las últimas décadas, la capital de nuestro país es actualmente la ciudad con mayores niveles de actividad delictiva, la inseguridad constituye uno de los problemas más señalados.

La corrupción y por tanto la falta de confianza en las autoridades públicas, las instituciones de procuración de justicia hace de este problema un asunto sin solución inmediata. También podría decirse que el incremento reciente de los niveles de inseguridad y delincuencia es resultado directo de las crisis económicas y el desempleo. Pero también es cierto que el desempleo y la pobreza aunque sean una causa fundamental no pueden explicar por sí solos la violencia que acompaña a la mayoría de los delitos.

La gente percibe que el gobierno es incapaz de garantizar la seguridad ciudadana y lo que es aún peor, la policía y los organismos de procuración de justicia se consideran como parte integral del problema de la inseguridad.⁸

La percepción que tiene la sociedad refleja con claridad que la delincuencia ha crecido, que los índices de impunidad son notablemente altos y que hay policías y elementos encargados de la procuración de justicia que están coludidos con los delincuentes, los protegen e incluso llegan a realizar ellos mismos los delitos.⁹

La falta de una figura pública que vigile y garantice la seguridad de la población, hace que la gente se sienta totalmente desprotegida y vulnerable a los diversos delitos que pueden cometerse en la Ciudad y por ende, los delincuentes cuentan con mayor oportunidad para actuar con mayor libertad.

Un fenómeno interesante que se está presentando en los informes de la Procuraduría de Justicia del Distrito Federal es la tendencia a la baja en el comportamiento de los índices delictivos, como veremos en las siguientes tablas:

Comportamiento de los Índices Delictivos en el Distrito Federal 1994-2004¹⁰

Denuncias	1/Dic/1994 4/Dic/1997	Promedio Diario	5/Dic/1997 6/Dic/2000	Promedio Diario	5/Dic/2000 31/Jul/2004	Promedio Diario
Total de denuncias	719,386	653.99	641,861	585.64	628,254	470.60
Homicidio Doloso	3,281	2.98	2,566	2.34	2,757	2.07
Violación	4,173	3.79	4,070	3.71	4,650	3.48
Robo a casa	24,878	22.62	23,045	21.03	25,062	18.77

⁸ www.georgetown.edu/sfs/programs/clas/mexico/grants/REPORTE.htm

⁹ www.pgjdf.gob.mx

¹⁰ *Idem.*

habitación						
Robo a negocio	59,141	53.76	44,706	40.79	46,799	35.06
Robo a transeúnte	85,915	78.10	118,136	107.79	78,201	58.58
Robo a Transporte	69,076	62.80	47,867	43.67	34,357	25.74
Robo de vehículo	171,145	155.59	136,894	124.90	128,069	95.93
Lesiones dolosas	64,892	58.99	68,195	62.22	55,682	41.71
Otras	236,886	215.35	196,382	179.18	252,677	189.27

Esta tabla nos muestra la variación del total de denuncias en un periodo de diez años, casi son cien mil los delitos de diferencia. Pero también es importante considerar que estas cifras son en base a las denuncias reportarlas y en la actualidad se presenta un fenómeno que es el del miedo a realizarlas. Es decir, hablar de estas cifras como reales, es totalmente relativo ya que vivimos en una sociedad con problemas de corrupción, falta de confianza en las autoridades, poca eficiencia policiaca e insatisfacción de la población que cada vez se ve más sorprendida por la violencia.

En esta tabla también cabe destacar que las cifras más elevadas son las referentes al robo a transeúnte, lo que indica la enorme inseguridad que los turistas pueden tener al circular por las calles. Esto es muy negativo para la Ciudad ya que es el máximo temor que tienen los visitantes por permanecer en la Ciudad.

Comportamiento del índice delictivo por delegación¹¹

Delegación	2002		2003		2004	
	Delitos	Promedio Diario	Delitos	Promedio Diario	Delitos	Promedio Diario
Alvaro Obregón	9,533	34.92	8,268	30.29	7,797	28.46
Azcapotzalco	6,791	24.88	6,855	25.11	7,044	25.71
Benito Juárez	11,336	41.52	10,619	38.9	10,828	39.52
Coyoacán	9,936	36.4	9,647	35.34	8,994	32.82
Cuajimalpa	1,353	4.96	1,487	5.45	941	3.43
Cuauhtémoc	20,191	73.96	20,243	74.15	16,418	59.92
Gustavo A. Madero	16,527	60.54	15,106	55.33	14,056	51.3
Iztacalco	5,444	19.94	5,460	20	5,248	19.15
Iztapalapa	18,103	66.31	18,681	68.43	18,569	67.77
Magdalena Contreras	1,637	6	1,659	6.08	1,842	6.72
Miguel Hidalgo	9,554	35	9,366	34.31	8,162	29.79
Milpa Alta	699	2.56	707	2.59	628	2.29
Tláhuac	2,375	8.7	2,883	10.56	2,624	9.58
Tlalpan	6,966	25.52	7,264	26.61	6,712	24.5
Venustiano Carranza	10,483	38.4	9,960	36.48	8,518	31.09
Xochimilco	3,924	14.37	3,146	11.52	3,351	12.23

Las delegaciones que presentan mayor número de delitos son Iztapalapa, Cuauhtémoc, Gustavo A. Madero y Benito Juárez. Siendo que en la delegación

¹¹ *Idem.*

Cauhtemoc hay un gran número de atractivos turísticos y por consecuencia una mayor circulación de visitantes nacionales e internacionales.

Delitos cometidos en el periodo 2002-2004¹²

Delitos	Ene-Sep 2002		Ene-Sep 2003		Ene-Sep 2004	
	Delitos	Promedio Diario	Delitos	Promedio Diario	Delitos	Promedio Diario
Robo a Transeúnte	16,142	59.13	17,006	62.29	15,250	55.66
Robo a Transporte	7,759	28.42	5,740	21.03	4,739	17.3
Robo de Vehículo	26,150	95.79	25,514	93.46	23,423	85.49
Robo a Casa habitación	5,136	18.81	5,200	19.05	5,205	19
Robo a negocio	9,322	34.15	9,909	36.3	9,844	35.93
Homicidio Doloso	566	2.07	543	1.99	537	1.96
Violación	974	3.57	1,012	3.71	940	3.43
Lesiones Dolosas	12,108	44.35	12,026	44.05	10,418	38.02

¹² *Idem.*

Zonas Criminógenas

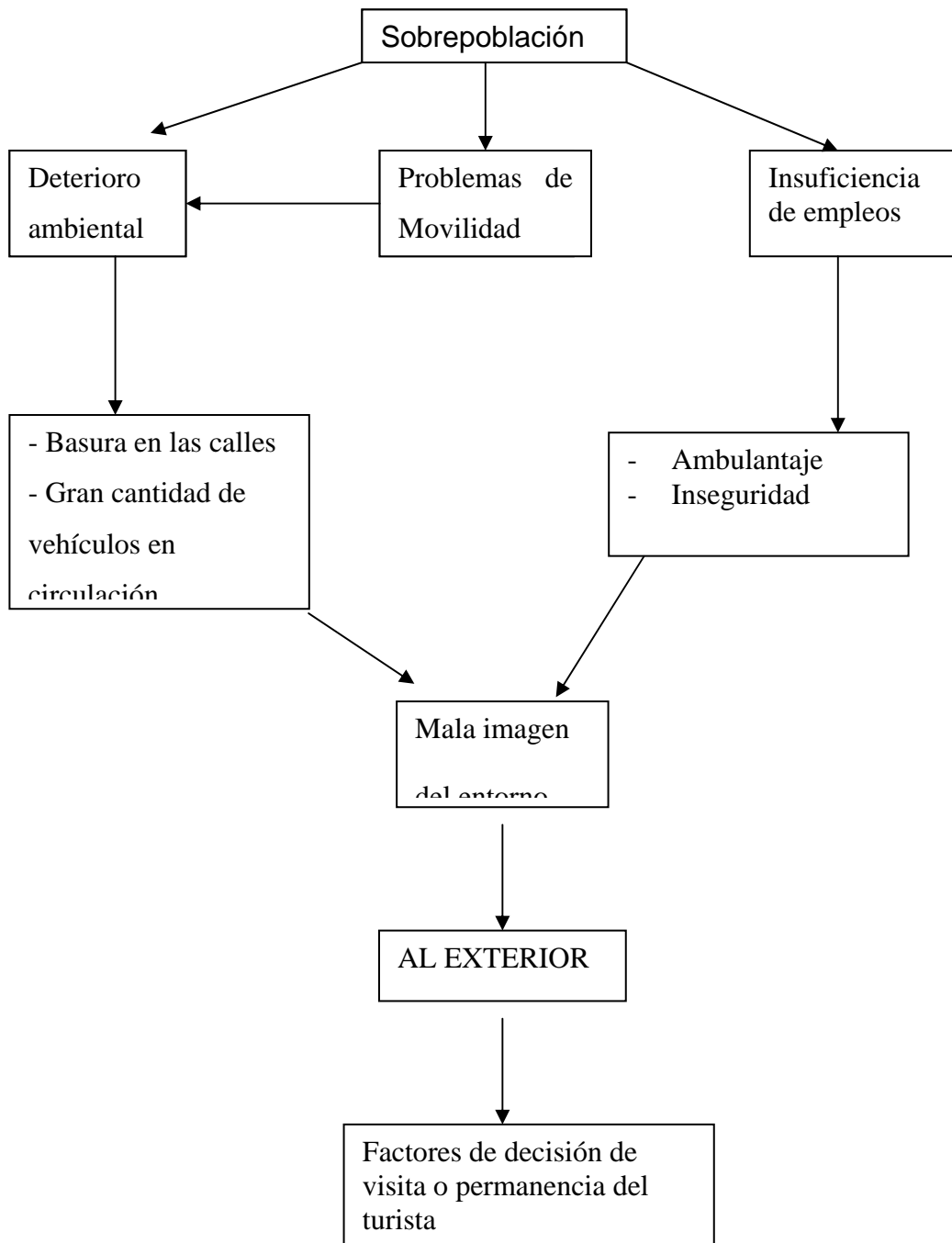
Seguimiento de las Colonias de mayor incidencia delictiva¹³

Colonias	Ene-Sep 2002		Ene-Sep 2003		Ene-Sep 2004	
	Delitos	Promedio Diario	Delitos	Promedio Diario	Delitos	Promedio Diario
Centro	4,559	16.7	5,161	18.9	3,803	13.88
Del Valle	2,243	8.22	2,065	7.56	2,115	7.72
Roma	1,883	6.9	1,646	6.03	1,271	4.64
Narvarte	1,594	5.84	1,572	5.76	1,497	5.46
Agrícola Oriental	1,147	4.2	1,094	4.01	1,152	4.2
Doctores	1,357	4.97	1,348	4.94	1,132	4.13
Juárez	1,237	4.53	1,104	4.04	1,053	3.84
Guerrero	1,196	4.38	1,267	4.64	993	3.62
Portales	999	3.66	903	3.31	852	3.11
Santa Ma. La Ribera	1,115	4.08	1,033	3.78	802	2.93

En esta tabla podemos ver diez de las colonias con mayor delincuencia en el Distrito Federal, de las cuales tres son zonas turísticas. El Centro con 13 delitos diarios en promedio; la Roma con 4 delitos y la colonia Juárez registrando en promedio 3 delitos.

¹³ *Idem.*

Como hemos podido ver a través de este capítulo los problemas que afectan el comportamiento del turismo en la ciudad son muchos y cada uno de ellos genera otro. Tal fenómeno lo podemos ver en el siguiente esquema:



En términos generales estos son los factores reales que inhiben el óptimo desarrollo del turismo en la Ciudad de México, pero pensar en una solución inmediata es imposible ya que por su naturaleza no se puede detener la migración hacia la capital de la República que como se ha visto en la tabla anterior, la sobrepoblación origina los problemas que aquejan a la Ciudad.

Estos son las limitantes reales a un aumento de la actividad turística del Distrito Federal, que finalmente se convierten en problemas no solo locales, sino también federales, es decir, la imagen que se genera de México depende mucho de la imagen de su capital y si se pretende hacer de la Ciudad de México un lugar de arribo turístico, debe comenzarse con el cambio de visión y conceder al turismo la importancia que merece. Es aquí donde la planificación adecuada a las necesidades de los visitantes y en principio de la población dará mejores resultados en la consecución de este objetivo.

Si bien es cierto no podemos dejar de lado estos aspectos negativos, considero que es necesario trabajar y puntualizar los aspectos positivos que brinda la Ciudad a los visitantes, ya que se tiene problemas como cualquier otra Ciudad grande del mundo, sin embargo es tarea fundamental del gobierno trabajar en su solución y garantizar la seguridad de la población y por ende de la gente que la visita. La Ciudad de México puede convertirse en una opción de permanencia y no solo de paso obligado hacia otros destinos turísticos del país, es decir, el tránsito de los turistas por esta zona puede ser aprovechada para ofrecerle una permanencia segura y llena de opciones para todos los gustos.

.

Conclusiones

El presente trabajo me ha permitido conocer diferentes aspectos que se generan con el desempeño de la actividad turística en una ciudad. Son diversos los elementos que intervienen en la conformación de la planeación estratégica, lo importante ha sido analizar de que manera estos elementos se han aplicados y si realmente han respondido a las necesidades turísticas de la Ciudad.

El turismo ha implicado muchas ventajas en el sistema económico actual, desde la generación de empleos, promoción de inversiones, recuperación de espacios de esparcimiento entre muchas otras que han permitido el desarrollo del sector servicios en la Ciudad. A su vez puede considerarse un recurso de aprovechamiento sustentable en el presente y en el futuro, es decir, como actividad generadora de beneficios a corto, mediano y largo plazo.

La atracción de las ciudades se ha basado en una combinación de factores entre los que se incluye la cualidad de los recursos humanos y la capacidad de innovación, la dotación infraestructural (accesibilidad, comunicaciones) y la calidad ambiental y social. De tal forma que la ciudad ha tomado un papel nuevo en el desarrollo global convirtiéndose en uno de los actores primordiales en la recuperación económica del territorio,¹ así, la importancia de la Ciudad de México radica en su presencia nacional como espacio de interacción política, económica y social y como símbolo de identidad nacional.

En el presente trabajo mostré algunas de las principales características del turismo dentro del contexto internacional que es un elemento de suma importancia ya que las tendencias mundiales han condicionado el desempeño del turismo local que responden a un sistema en el cual la alteración de cada una de las partes lo modifica. En el caso específico de las ciudades en la escena mundial cabe destacar una creciente internacionalización de la economía, la cultura y la

¹ Borja, *Ibidem*, p. 319

información, lo que ha afectado en su forma de producción e intercambio, ya que dicha internacionalización genera nuevos procesos de desequilibrio.

Los conflictos locales e internacionales han determinado la movilización de los turistas, esta globalización ha penetrado en el sistema turístico, ante lo cual nuevas manifestaciones han obligado a realizar cambios, la liberalización ha traído quiebras, absorciones, desplazamientos del mercado, guerra de tarifas y creación de nuevas ofertas en el sector, estas nuevas prácticas administrativas y organizacionales le conceden importancia a la planificación turística.

Una de las tendencias más firmes que se ha venido observando en el cambiante contexto de la globalización y del turismo internacional, consiste en la fuerte competencia de ciudades, que han encontrado en el turismo y el entretenimiento, una alternativa real para reestructurarse y posicionarse como destinos de clase mundial. El desarrollo del turismo urbano ha favorecido el mejoramiento de la calidad de vida de las ciudades, detonando cambios en su economía.

En este sentido resulta cada vez más frecuente identificar grandes ciudades y segundas ciudades, que están pugnando por capitalizar oportunidades en el mercado del turismo, transformando valores simbólicos en valores comerciales.

En el presente trabajo he conocido los diferentes aspectos administrativos y reales de la situación del turismo en la Ciudad de México, aspectos administrativos que a mi parecer no siempre han respondido a las verdaderas necesidades del turista. Claramente se ha demostrado tener un interés por alcanzar cifras pero no dar una mejor calidad en el servicio, es decir, hay una intención por alcanzar metas pero no objetivos. Si bien es cierto que existe un programa sectorial de turismo en el Distrito Federal que señala el curso que cada una de las direcciones que conforman la Secretaría de Turismo debe seguir, no existe un plan estratégico de desarrollo turístico, hay una completa ausencia de planeación en este ámbito. Pues el sistema turístico es condicionado a los cambios políticos y económicos que se van presentando, es decir, no se tiene una línea de seguimiento y

consecución clara de objetivos, sino que se improvisa de acuerdo a las demandas políticas que requiere el gobierno local, no hay ni claridad ni preocupación real por atender las necesidades de la realidad turística de la Ciudad.

El turismo pudiera convertirse en una herramienta de suma importancia para la economía nacional, sin embargo, no se tiene una visión clara del rumbo que debe tener, me parece que la tendencia apunta a adquirir una presencia política de partido más que a la consecución de una política turística bastante necesaria para el desarrollo del turismo en la Ciudad.

La realidad turística en la Ciudad de México nos plantea analizar los diferentes atractivos con que cuenta para llevar a cabo su planificación, es decir, que de la gran diversidad de riqueza turística, se originen nuevas ofertas que puedan resultar muy interesantes para el visitante. En este sentido considero que hay una carencia total de una política turística que lleve a cabo el gobierno del Distrito Federal, ya que no hay un eje que guíe el buen desempeño del turismo ciudadano. La Secretaría de Turismo del Distrito Federal es relativamente joven, por lo que la realización de programas requiere de grandes esfuerzos y de una visión innovadora que incluya la gran cantidad de espacios turísticos que tiene el Distrito Federal.

Por tal motivo creo necesario que se debería considerar al turismo como un medio de revitalización de la Ciudad en todos los sentidos, es decir, en el plano económico, arquitectónico y cultural, ya que el Distrito Federal constituye una entidad de suma importancia no solo por ser una de las Ciudades más grandes del mundo sino porque tiene alcance como destino turístico y como símbolo de identidad nacional, es decir, constituye el centro político, religioso, cultural y económico del país.

En ella se encuentran los poderes de la nación; el recinto católico más importante de América Latina; se llevan a cabo las transacciones financieras más importantes

de la República. Históricamente sistematiza el centro del poder de México, desde la época prehispánica, con el establecimiento de la civilización azteca; hispánica, con la presencia de los virreyes, máximos representantes políticos del poder español en la Nueva España; hasta nuestros días con la presencia y centralización de los poderes de la nación. Es la Ciudad mejor equipada del país en cuanto a servicios y comunicaciones, cuenta con una amplia red del metro que conecta y facilita el tránsito urbano.

La visita a la gran Ciudad implica un punto de partida de turistas nacionales e internacionales a otros destinos del país, es una ciudad de tránsito y como tal debe ser aprovechada, para darla a conocer y propiciar el regreso para visitarla.

Se debe de valorar la importancia de ser anfitrión ya que al dar buen trato a los turistas se hace una promoción directa del destino turístico y esto constituye una parte esencial de los proyectos a realizar dentro de la planeación estratégica. Si el turista se lleva una buena imagen de la Ciudad promoverá verbalmente al país lo que se traducirá en visitantes futuros.

Sin embargo y a pesar de las enormes ventajas con las que cuenta esta ciudad no podemos olvidar que hay elementos que coexisten en esta inmensidad urbana y que han afectado enormemente su afluencia turística, tal es el caso de la contaminación, la inseguridad y de la problemática social como la venta ambulante, los niños de la calle y los problemas viales que se gestan en ella y que han respondido a cuestiones de administración y organización política.

La imagen de la Ciudad de México en el exterior es de suma importancia y por lo tanto contribuir a modificarla es una tarea que requiere de mucho esfuerzo, pues es innegable que los problemas existen y que su erradicación depende de muchos factores. La falta de atención gubernamental como generación de empleos, educación y otros fenómenos como la sobrepoblación originada por la migración a

la Ciudad consecuencia entre otros factores a la centralización de poderes y oportunidades que se generan en el centro del país, son muy difíciles de detener.

La industrialización en otras zonas o en las llamadas ciudades medias, es decir, aquellas sin tanta población como Guadalajara y Monterrey, contribuiría a detener la migración en busca de trabajo, ya que existiría mayores ofertas y oportunidades en otras regiones de la república, frenando la migración y la centralización de la ciudad de México.

La Ciudad de México es considerada como una de las urbes con mayor contaminación atmosférica en el mundo, debido principalmente a la situación geográfica en la que se encuentra inmersa, el crecimiento desmedido de la población que demanda una mayor cantidad de servicios y por ende en el consumo de energéticos e incremento en el número de industrias y de la flota de automóviles que circulan en ella. Durante los últimos años el gobierno ha adoptado diferentes acciones para abatir la contaminación en los centros urbanos más poblados, sin embargo, éstas se han visto prácticamente nulificadas, en gran medida por el incremento en la población que no permite que las acciones emprendidas en pro del mejoramiento del ambiente resulten efectivas.

Sumada a esto se encuentra la falta de consistencia y continuidad en los programas que emprenden las diferentes autoridades y dependencias que tienen a su cargo el mejoramiento en la calidad del medio ambiente y por la escasa educación de la gente de poner la basura en los basureros y también por la carencia de estos en lugares de mayor visita. Es tarea de todos contribuir a que la imagen física de la ciudad cambie, es decir, sería conveniente que dentro de los programas que actualmente promueve la Secretaría de Turismo del DF, como es el caso de “De fiesta en el DF”, se invitara a poner la basura en su lugar.

El problema de movilidad en la Ciudad podría disminuir si las unidades de servicio colectivo fueran organizados e implementados acorde a los requerimientos reales de la demanda de usuarios, es decir, con mayor capacidad y comodidad, lo que

permitiría el fácil desplazamiento y utilización de este medio, ya que como se mencionó en el capítulo anterior, la indecisión de su uso se debe a la poca comodidad y seguridad que brinda el transporte público.

La delincuencia en la Ciudad de México es una realidad y como imagen mundial es un aspecto negativo que tiene que cambiar, aunque no es una tarea fácil es conveniente promover la parte sensible de su gente la cual es cálida y dispuesta a recibir al turista con amabilidad.

El tema de la inseguridad es un problema de fondo que equivale a decir que la realidad económica del país no ha respondido a las necesidades laborales de la ciudadanía, por lo tanto se convierte en un problema político que no esta en nuestras manos resolver, sin embargo creo que el fomento del turismo como creador de empleos contribuiría con su granito de arena para disminuir esta situación. No hay que olvidar que como en cualquier otra ciudad grande en el mundo es una ciudad con problemas.

La Ciudad no solo es delincuencia y contaminación, es un espacio de movilización y cultura lleno de atractivos turísticos de distinta naturaleza que merecen ser visitados.

Es tarea de la planificación turística el tomar en consideración estos elementos que intervienen en la decisión de permanencia del turista

Según las estadísticas mostradas durante el presente trabajo, es necesario realizar un sondeo de los motivos de visita y el tiempo de permanencia de los turistas para crear diferentes alternativas de viaje según los diversos intereses que puedan presentarse, es decir, tener la oferta al alcance de todos los gustos y necesidades. La planificación estratégica incluye toda una serie de lineamientos a seguir y a ser considerados para alcanzar los objetivos propuestos, su importancia radica en que como consecuencia se logra una mejor promoción de la Ciudad, en la obtención de recursos a través de una mayor permanencia y mayor gasto y por

lo tanto en la generación de empleos, ya que al tener nuevas ofertas se generan nuevos prestadores de servicios.

Como ejemplo de esto encontramos el Plan de Fomento de la Región de Murcia en España que incluye estos elementos y que genera una visión de potencialidad de crecimiento en el sector turismo, especialmente en el turismo de ciudad. Por ello considero importante estudiar los casos específicos como este, en el cual un País como España concede la importancia al desarrollo de la actividad turística como sector primordial de crecimiento económico, pues como es bien sabido, España se ubica dentro de los principales destinos turísticos del mundo.

Considero que la tarea que el gobierno del Distrito Federal tiene que llevar a cabo en materia de turismo es muy grande, ya que es un sector de creciente importancia y de reciente consideración. La tarea fundamental consiste en poner atención a las verdaderas demandas turísticas de planeación y promoción de una ciudad multifacética y que el interés político fluya en esta vertiente, es decir, por la capacidad y voluntad política de acción real en el turismo urbano.

Esto permitiría el desarrollo no solo local, ni regional, sino que permitiría al país abrirle las puertas a un turismo alternativo, ya no solo de playa, es decir, sería el ingreso a una opción turística diferente, un turismo alternativo de disfrute no convencional.

Propuestas

Creación de nuevas ofertas

A pesar de que existen diversos recorridos turísticos por la Ciudad, es importante decir que no son los suficientes, en este sentido, los recorridos que organiza la Secretaría de Turismo del Distrito Federal, podrían ser más aprovechables ya que no son promovidos como se debiera, además de que se podrían crear nuevos destinos en los que se fomentan otras zonas dentro del Distrito Federal que no son muy difundidos, es decir, la creación de nuevos destinos turísticos incrementaría no solo la afluencia a delegaciones con potencial turístico que no han sido involucradas en su totalidad, sino que se generarían empleos, se impulsarían nuevas zonas y se captarían más ingresos dentro de este sector.

Esto a consecuencia de la demanda de muchos turistas extranjeros y nacionales que buscan visitas guiadas por la Ciudad, en este sentido mi propuesta es que se creara una institución pública encargada de realizar estas visitas y que en base a una buena organización se pudiera elaborar un convenio con las instancias indicadas para contratar un servicio de transporte, guías de turismo en diferentes idiomas y que estas visitas tuvieran un costo. Esta propuesta la titulo paseos urbanos y estaría conformada por los siguientes recorridos.

“Paseos Urbanos”

- *Turismo Alternativo*. Que incluya zonas como Los Dinamos, Desierto de los Leones, Parque Ecológico de Xochimilco, Parque Nacional de las Fuentes Brotantes, Parque Ejidal de San Nicolás Totolpan; recorridos en bicicleta por Milpa Alta, Ajusco, volcán Xitle; visita al sensorama; nado y buceo con delfines en el delfinario del Bosque de Aragón; Cuentos y Cantos en trajinera; promoción de los

baños de temascal; visita al escalódromo, entre muchas otras actividades no convencionales para aquellos turistas con inquietudes de otro tipo.

- *Turismo Cultural*. El turismo cultural puede asociarse tanto a sitios urbanos como a centros de atracción no urbanos (zonas arqueológicas por ejemplo). Las actividades culturales pueden llegar a tener un papel central en el interés de viaje de los turistas, o bien a convertirse en una oferta complementaria al turismo de playa. Este tipo de turismo no debe ser entendido solamente a partir del concepto de cultura de elite, es decir, los museos, los sitios históricos famosos etc. Sino a la esencia misma de la cultura local que puede ser de grandes expectativas para los turistas, es decir, en donde el turista se involucre en las actividades tradicionales del entorno, como la celebración de las fiestas religioso- populares, festivales de música, cine, entre muchas otras¹.

Creación de recorridos temáticos

- a) *Templos*. En el que se incluyeran recorridos por los templos más significativos de la ciudad, arquitectónicamente hablando y por zonas, es decir, en el que se involucren todas las delegaciones.
- b) *Monumentos*. Que pueden organizarse por rutas, Hemiciclo a Juárez, Monumento a Cortés, Cuauhtemoc, El Ángel a la Independencia, La Diana Cazadora, Monumento a los Niños Héroes, etc.
- c) *Murales*. Centro Histórico.- Palacio Nacional, Edificio de la SEP, Antiguo Colegio de San Ildefonso, Palacio de Bellas Artes, Museo Mural Diego Rivera, Casa de los Azulejos. Ciudad Universitaria.- Relieve de Diego Rivera en el Estadio Olímpico, Rectoría.
- d) *Zonas Arqueológicas*. Tlatelolco, Templo Mayor, Cuicuilco, Cerro de la Estrella, Ruinas de Pino Suárez.
- e) *Edificios Históricos*.
- f) *Museos*.

¹ *El Turismo en la Ciudad de México*, Secretaria de Turismo del GDF, 2001.

g) *Fiestas Populares*. En los que por mes se programarían dependiendo de las fiestas tradicionales de cada Delegación.

- *Turismo Infantil*. Realización de diferentes actividades y recorridos, creación de festivales en verano e invierno

- a) Visita a ecotecas, ludotecas, museos
- b) Promoción de los talleres impartidos en museos
- c) Visita a parques de diversiones (La Feria, Divertido, Six Flags, Perimágico, Planeta Azul, Centro de Convivencia Infantil)
- d) Visita a parques ecológicos
- e) Visita a zonas arqueológicas
- f) Zoológicos (Chapultepec, “Los Coyotes”)
- g) Otros (Visita a Acuarios, sensorama)

- *Turismo de Negocios*. Los tipos de turismo de negocios son diversos entre los cuales pueden incluirse las convenciones empresariales o de grupos laborales, los grandes eventos académicos, los viajes individuales o de equipos de trabajo por motivos de negocios, entre otros. Lo cierto es que estas personas no son totalmente turistas ya que el motivo de negocios predomina a su desplazamiento, sin embargo, es preciso señalar que estos flujos de personas se han incrementado considerablemente en los últimos años y en el caso de México constituyen un mercado importante a desarrollar ya que a pesar de que estos dejan grandes divisas por hospedarse en hoteles de alta categoría y por venir con todos los gastos pagados, no escatiman en consumir. Una de las desventajas es que solo vienen por un tiempo determinado por lo que aprovechan los pocos días que tienen libres para conocer de la cultura mexicana. Por ello es importante explotar estos días promoviendo actividades que les permitan conocer los espacios turísticos urbanos y que les dejen una buena imagen de la Ciudad.

“Diversión y Cultura”

Promoción de Actividades Culturales, festivales de cine, conciertos de música popular, obras de teatro. Enfocados principalmente a los turistas de negocios, como oferta complementaria a la visita de atractivos turísticos.

“Ruta Sur del Turibus”

Turibus en el Sur. La creación de una nueva ruta del Turibus que incluya el sur de la Ciudad de México que parta de la Zona Rosa pasando por Av. Insurgentes llegando a San Ángel, Coyoacán y Xochimilco.

“Museo Card”

Es necesaria la creación de una tarjeta que permita visitar varios museos con la obtención de algún descuento, o bien, que en su compra se permita la visita de museos sin costo alguno.

Hospedaje Alternativo

La estancia promedio del turista en la Ciudad de México es de 3 a 4 días, en muchas ocasiones solo de paso, ya que la Ciudad representa un punto central de traslado hacia otros destinos turísticos nacionales, por lo tanto, considero que estos días deben aprovecharse para dar a conocer los atractivos del Distrito Federal, principalmente con la intención de invitarles a un próxima visita. En este sentido la creación de un “hospedaje alternativo” ayudaría a incrementar la estancia del turista con pocos recursos.

“Hospedaje familiar”

La participación de la familia mexicana en el alojamiento de turistas (previa certificación) por una cantidad determinada, le permitiría al visitante extranjero el

contacto directo con la cultura mexicana, a su vez que generaría ingresos a arrendatario, ejemplo de ello es el turista “mochilero”(de jóvenes con poco dinero) que podría disfrutar de una mayor estancia.

Deficiencias del Programa

- Carencia de mapas turísticos que incluya la Basílica de Guadalupe y Xochimilco.

- Carencia de un Mapa de Turismo alternativo

- Carencia de Souvenirs de la Ciudad de México. Es un importante elemento de difusión.

- Poca difusión de atractivos de la Ciudad, deberían de crearse folletos con imágenes, eso incrementaría la inquietud de los turistas por conocer el lugar.

- Deficiencia en la obtención y difusión de actividades culturales en la ciudad. Esto es un problema ya que la mayoría de las veces, las delegaciones políticas realizan actividades que no son divulgadas. Esto se resolvería si existiera alguna colaboración directa con la Secretaría de Turismo y los “departamentos” de cultura de cada Delegación.

- Otra de las inquietudes de los turistas es la inseguridad en la ciudad, este es un problema que radica en su imagen y por lo tanto es un factor de determinación en la elección del destino turístico, por lo tanto, es importante trabajar en la implementación de una imagen diversa, que resalte los aspectos positivos.

- Una de las deficiencias en los módulos de información turística de la Ciudad es la falta de folletos de los Estados de la República, la existencia de estos, ayudaría a orientar de una mejor manera al turista y le invitaría a conocer los diferentes atractivos con que cuenta México.

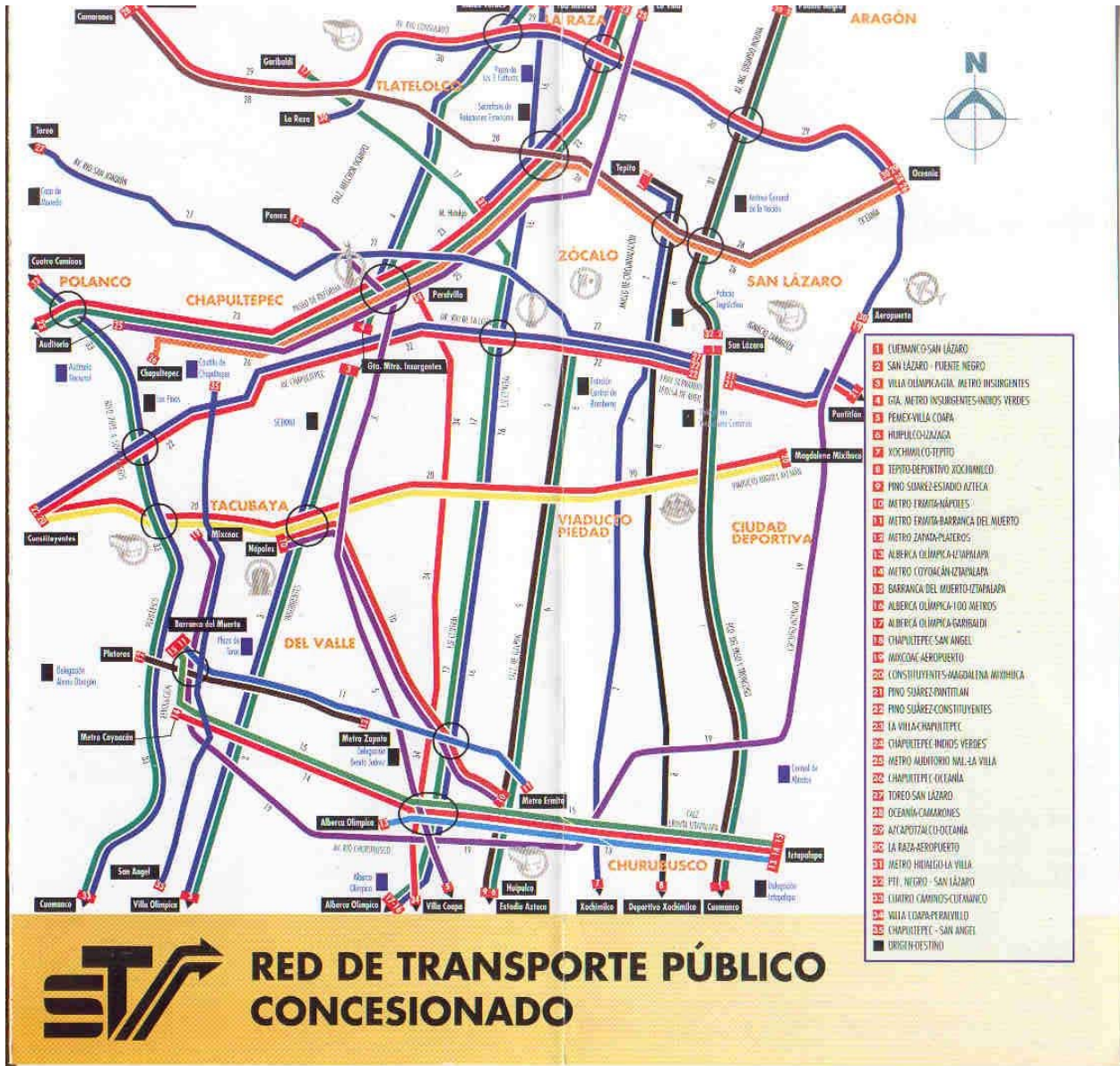
- La atención al turista es de elemental importancia ya que representa el contacto directo del anfitrión hacia el turista en sus necesidades, por lo que el buen trato es de suma relevancia ya que constituye una parte de la imagen que este se lleva de México. En este sentido la capacitación que se da a los promotores en los módulos de información turística es muy deficiente, existe poco interés en promover realmente a la Ciudad.

- Hay una carencia de preparación en los ministerios públicos para atender las denuncias de los extranjeros, en la mayoría de los casos no hay traductores que auxilien la denuncia del turista extranjero.

- Existencia de una oficina de guías de turistas autorizados en puntos estratégicos de interés turístico. Muchas veces se carece de la presencia de estos servidores de fácil acceso para los turistas. Esto permitiría el mayor empleo a este sector y la promoción histórica- cultural de la Ciudad de forma directa.

Estos son solo algunos de los temas que considero deben ser revisados y atendidos por el Gobierno del Distrito Federal. Si se mejoran estas debilidades, se mejorará el bienestar de los turistas contrarrestando aquellos aspectos negativos que tiene la Ciudad, lo que conllevará al subsecuente éxito de los objetivos planteados en materia de turismo, económicos y hasta políticos.

Anexos



**Red de transporte público
concesionado**



Mucho más que vacaciones

PASSPORT[®]

GUÍA TURÍSTICA / TOURIST GUIDE

méxico

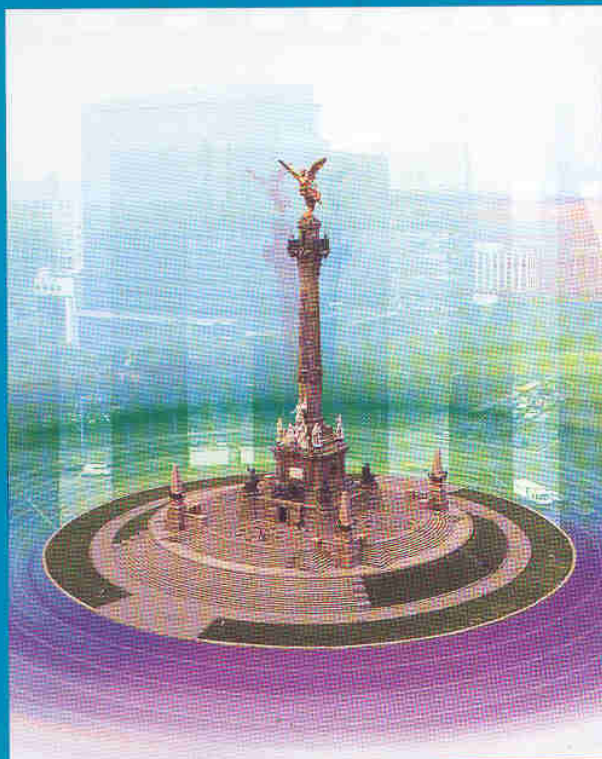


Foto: María Couzar

Directorios y Mapas • Información Turística
Directories and Maps • Tourist Information

Ejemplar de cortesía • Verano '03 / *Complimentary • Summer '03*

MEXICO

**Guía turística
Passport**



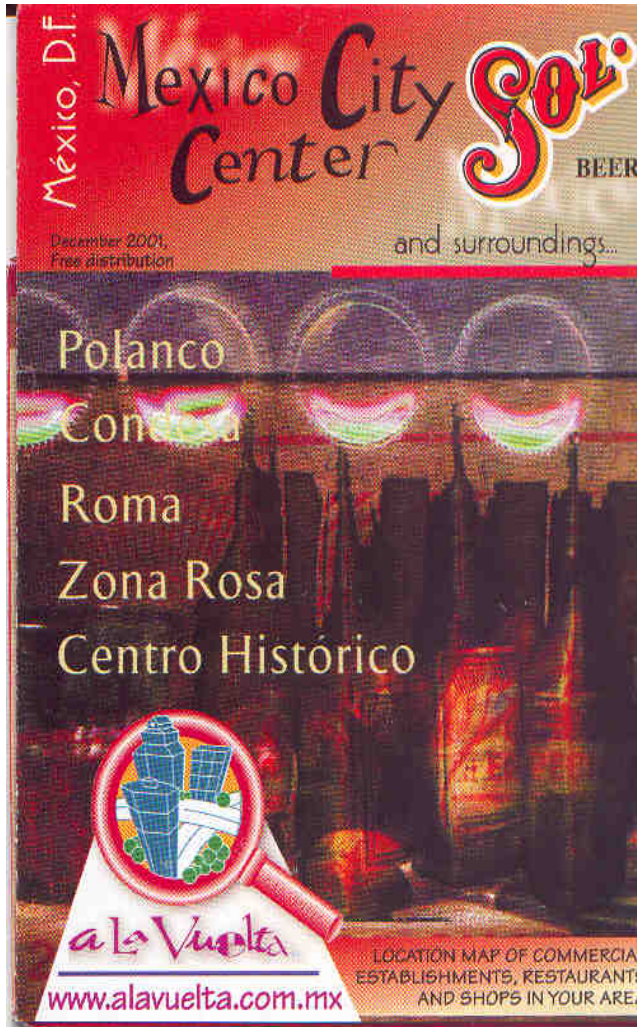
**Mapa pocket
Centro histórico**



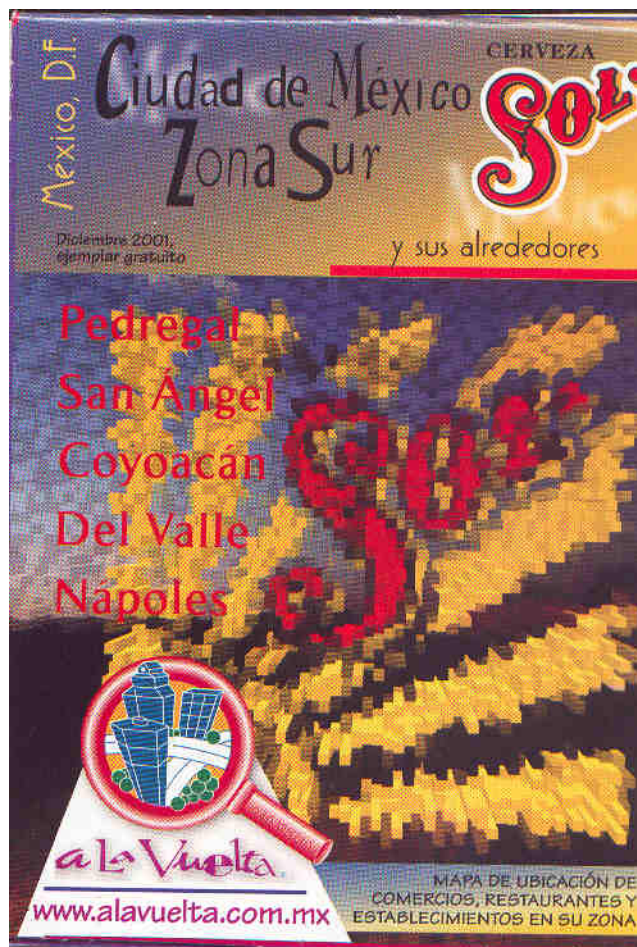
Mapa pocket
San Ángel y Coyoacán



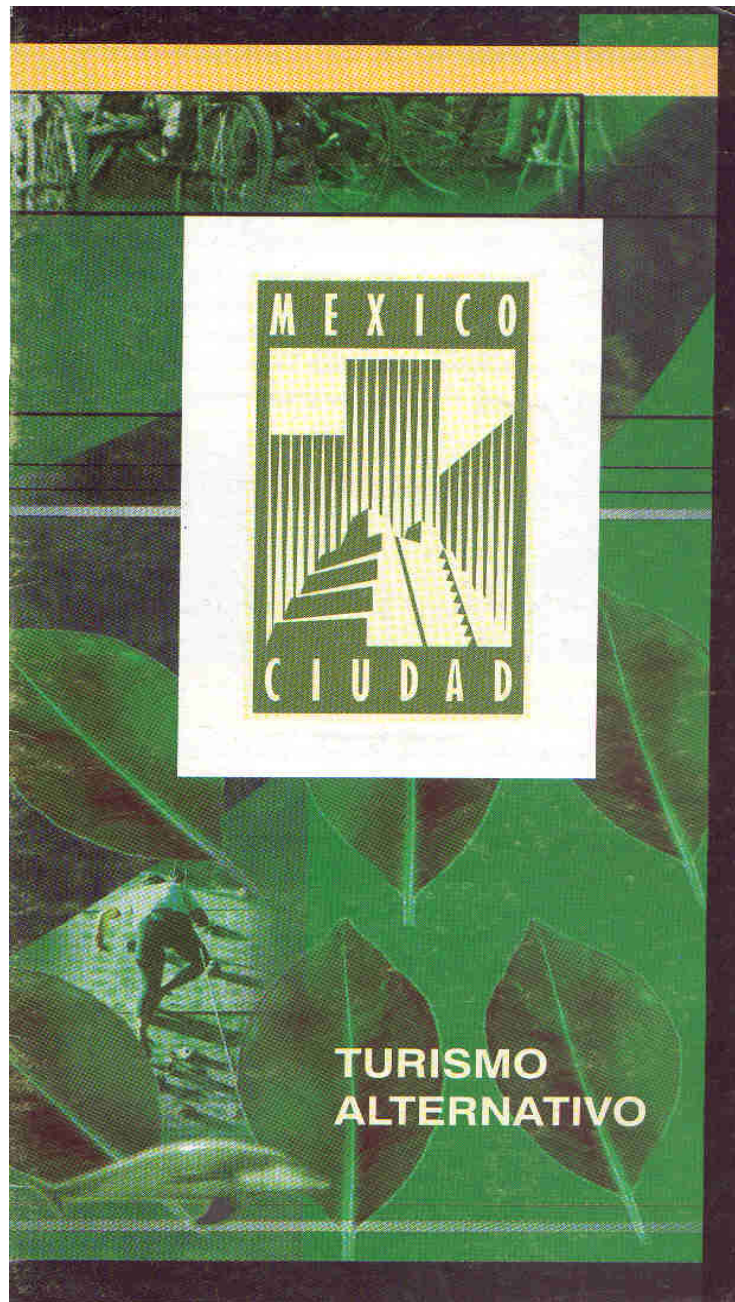
Mapa pocket
Polanco y chapultepec



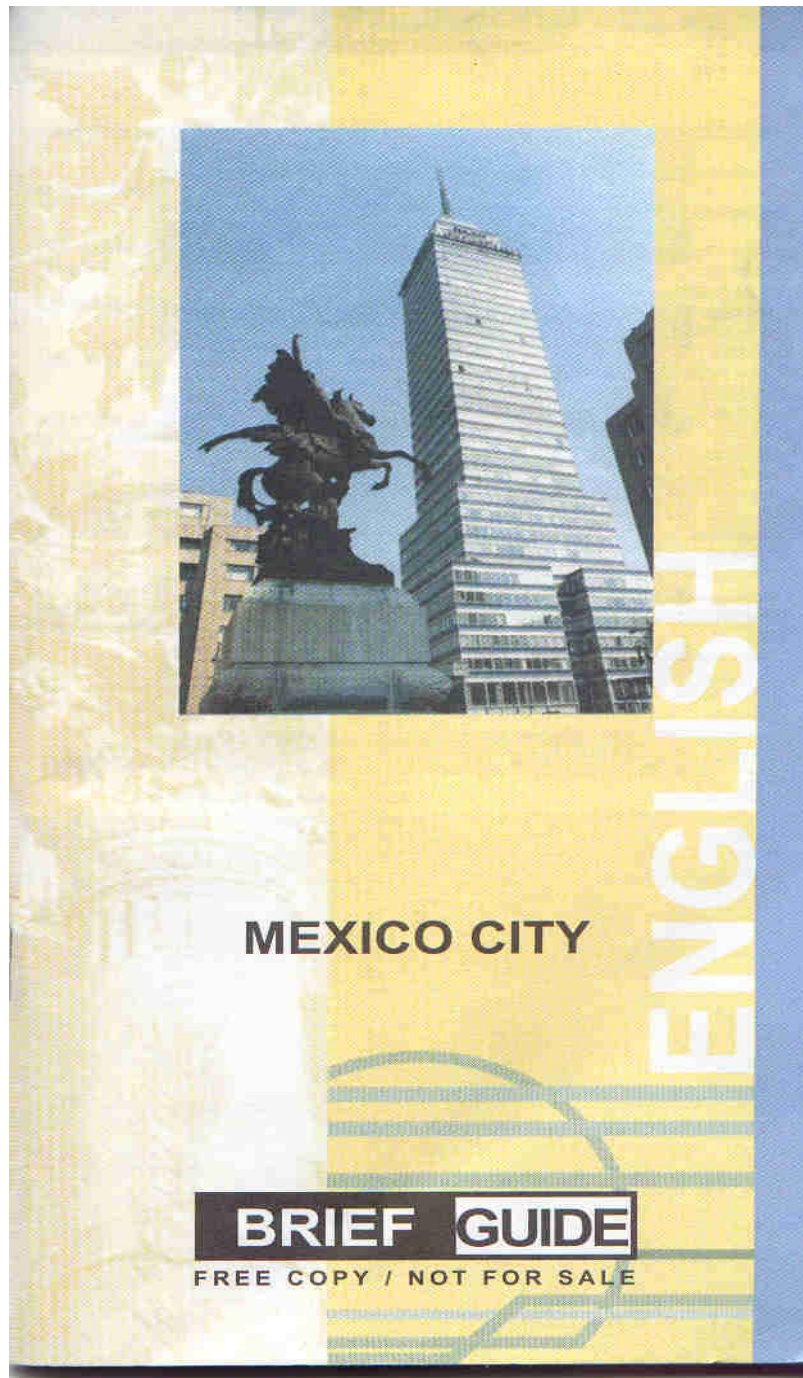
**Mapa a la Vuelta
Center**



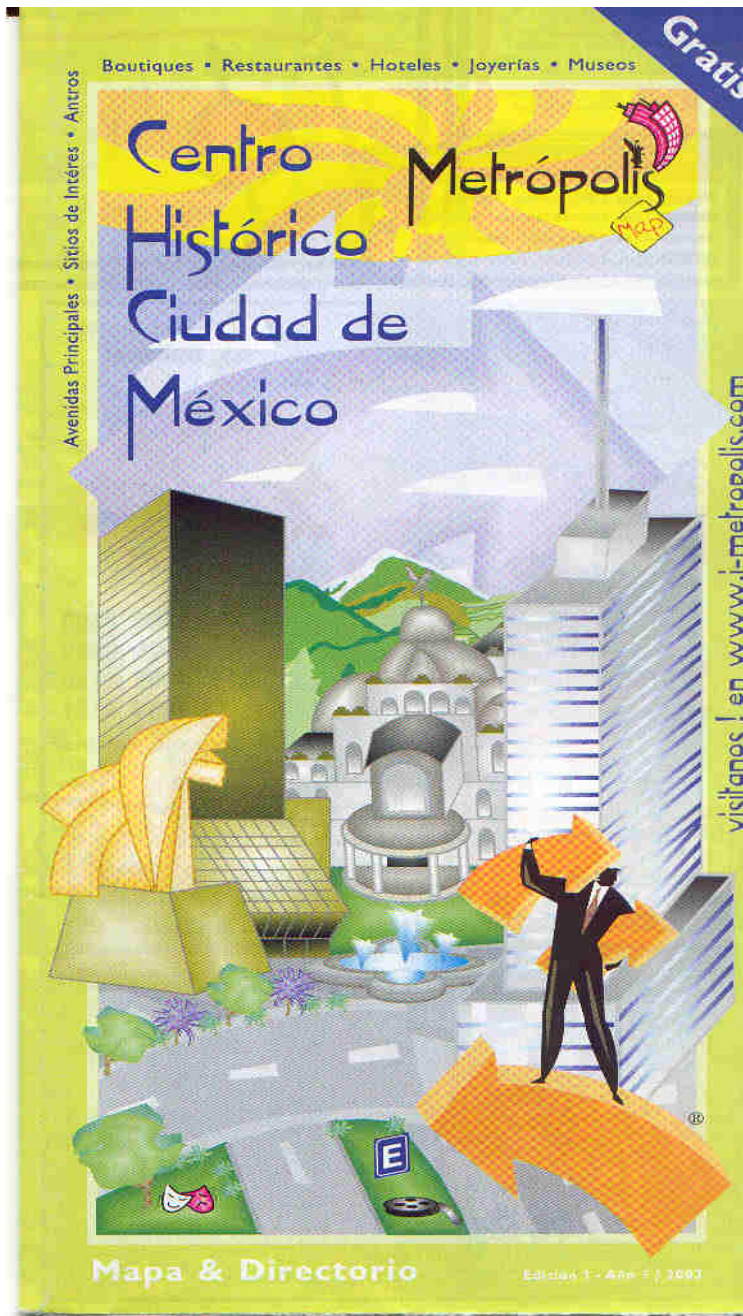
**Mapa a la Vuelta
Zona sur**



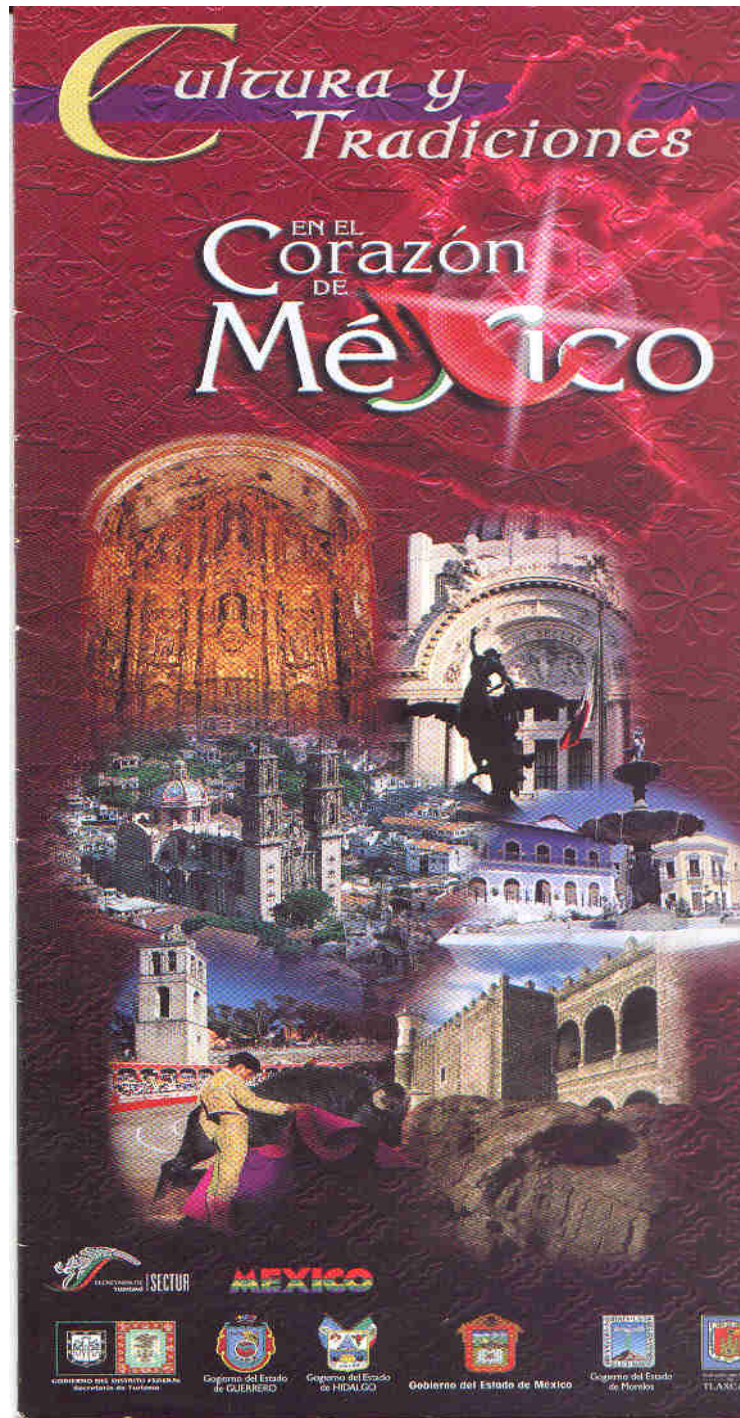
**Turismo Alternativo
En la Ciudad de México**



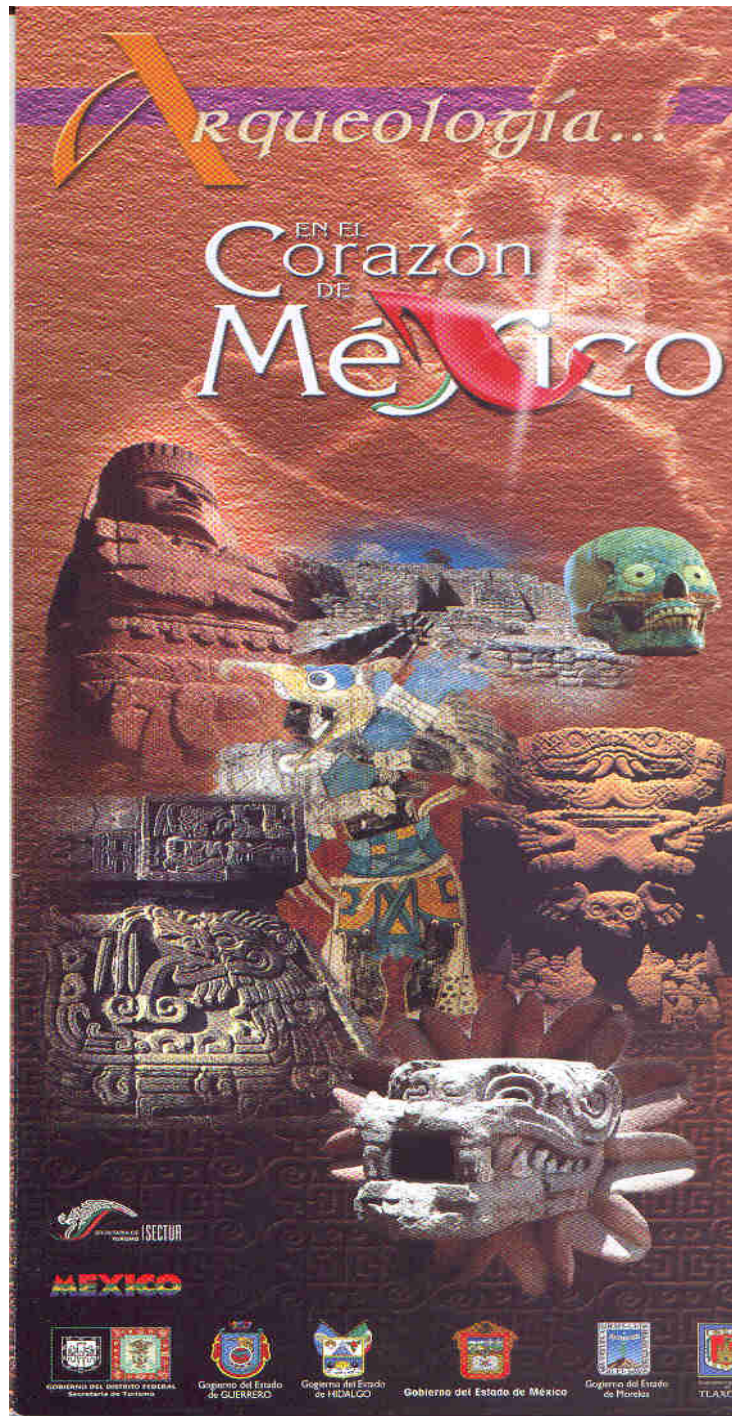
Brief Guide of Mexico City



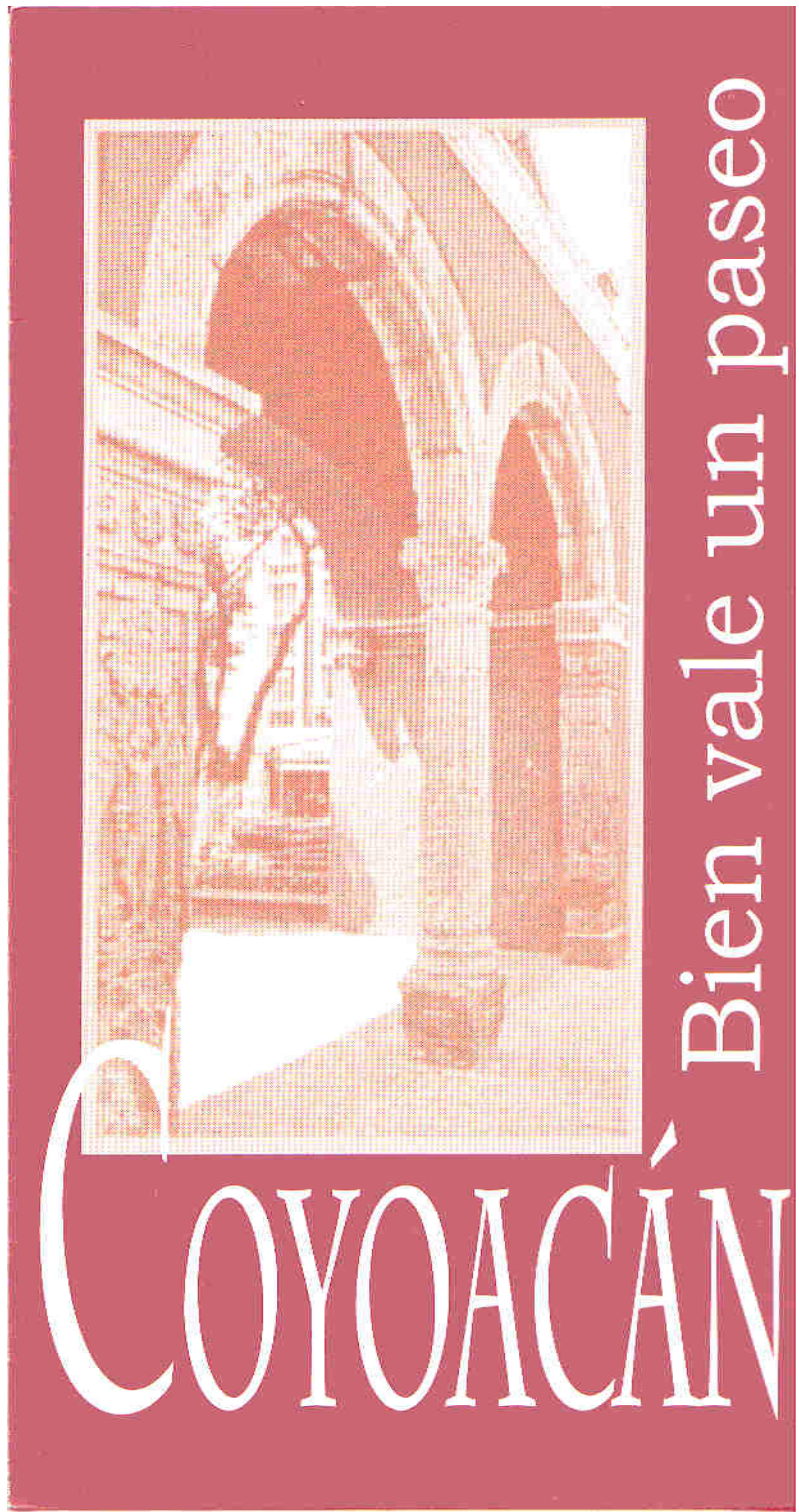
Mapa del Centro Histórico Metrópolis



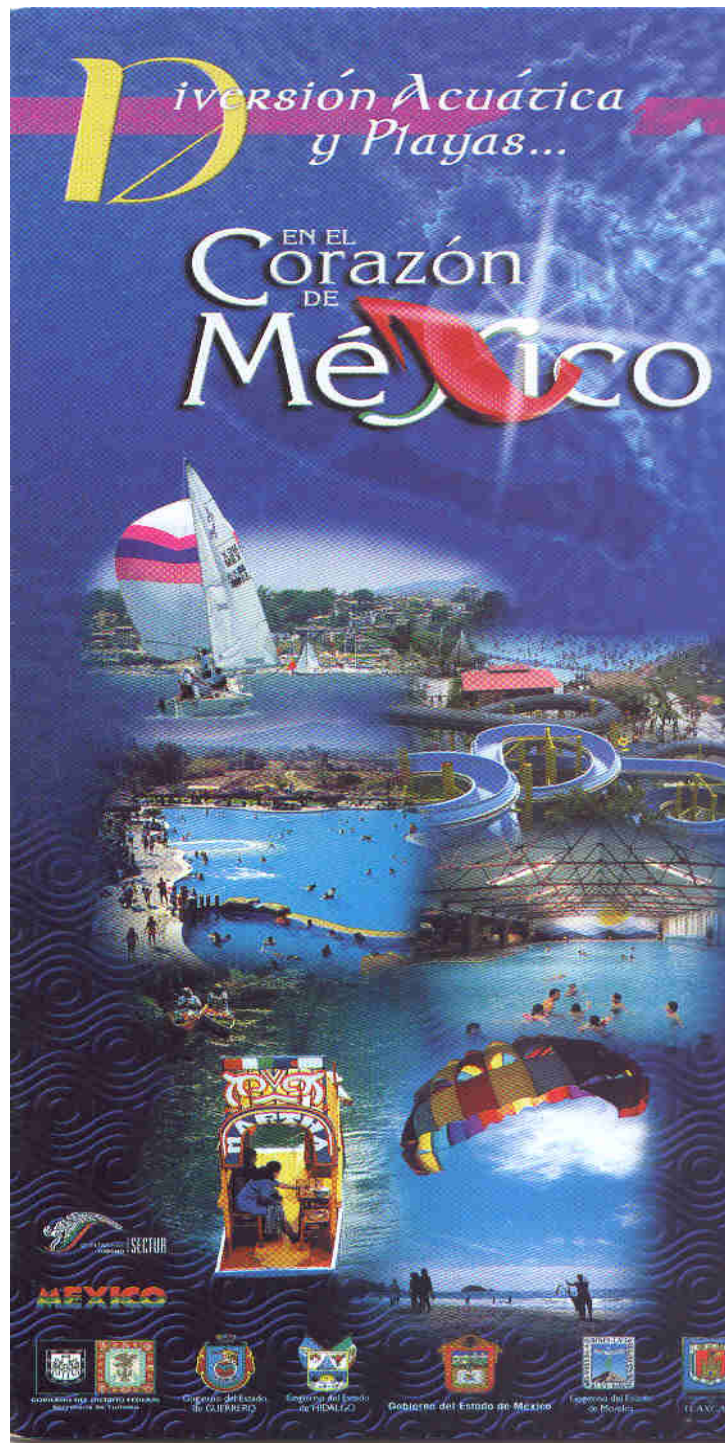
**En el Corazón de México
Cultura y tradiciones**



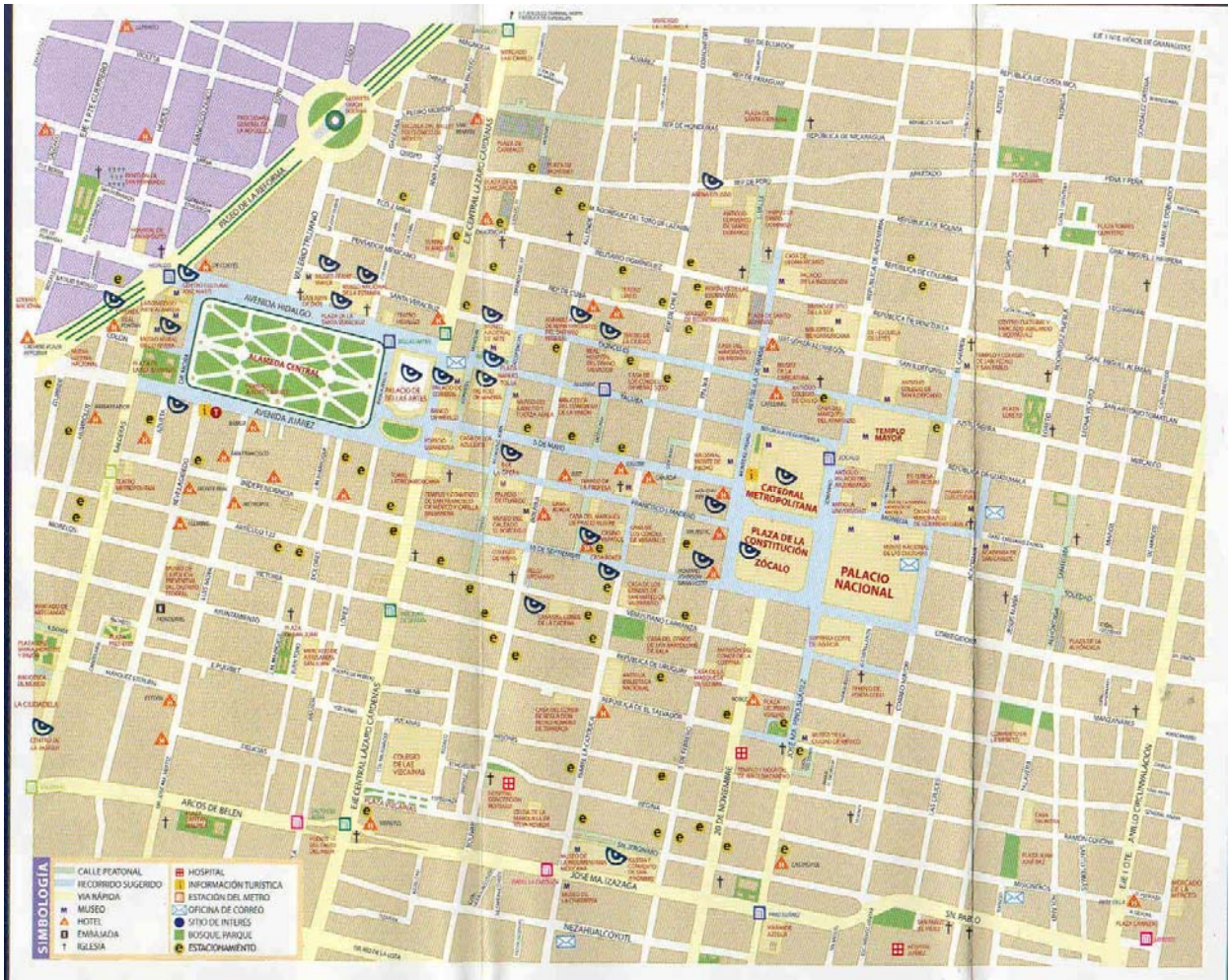
**En el Corazón de México
Arqueología**



Mapa de Coyoacán



**En el Corazón de México
Diversión acuática y playas**



Mapa del Centro Histórico



Mapa a la Vuelta Coyoacán del Valle

TELÉFONOS DE EMERGENCIA

Radio Patrullas
060

Protección Civil
Siniestros, Incendios, Fugas de Gas, Enjambres.
5683 1154

Secretaría de Transporte y Vialidad
¿Auxilio Vial en las Calles?
(Apoyo Radar)
5531 7045 y 5531 9199

Sistema de Transporte Colectivo METRO
Nosotros te llevamos a donde quieras
5627 4741

Módulos de Información Turística
SECTUR GDF
01800 008 9090

Módulo de Información Turística
SECTUR Federal
5250 0123 / 01 800 90 39 200

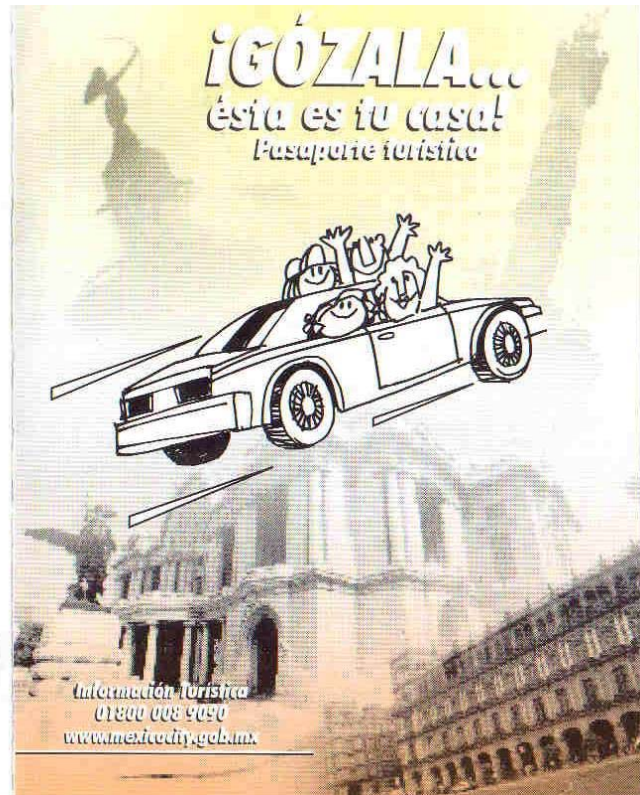
Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO)
Quejas de productos o servicios
5568 8722

Procuraduría Social
Orientación y quejas
5209 6650

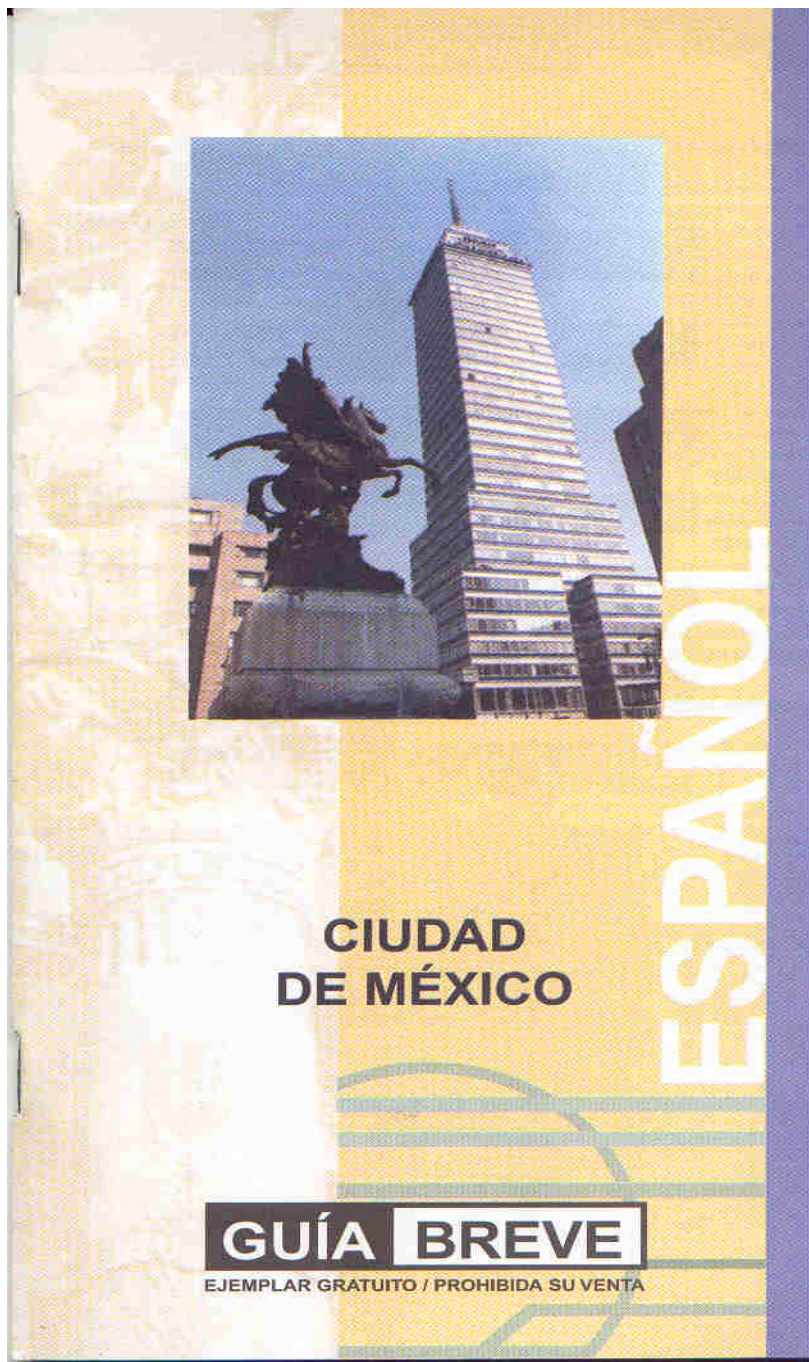
Mayor orientación comunícate a
LOCATEL 5658 1111



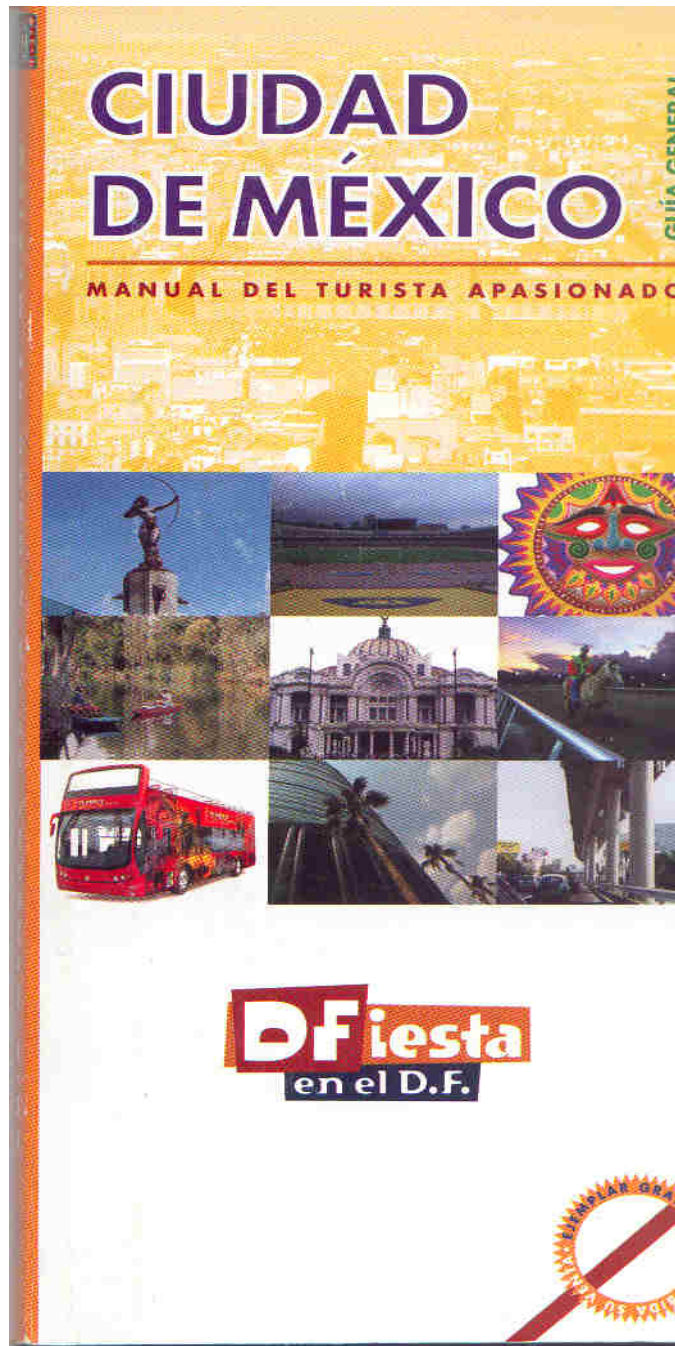
GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL
Secretaría de Turismo



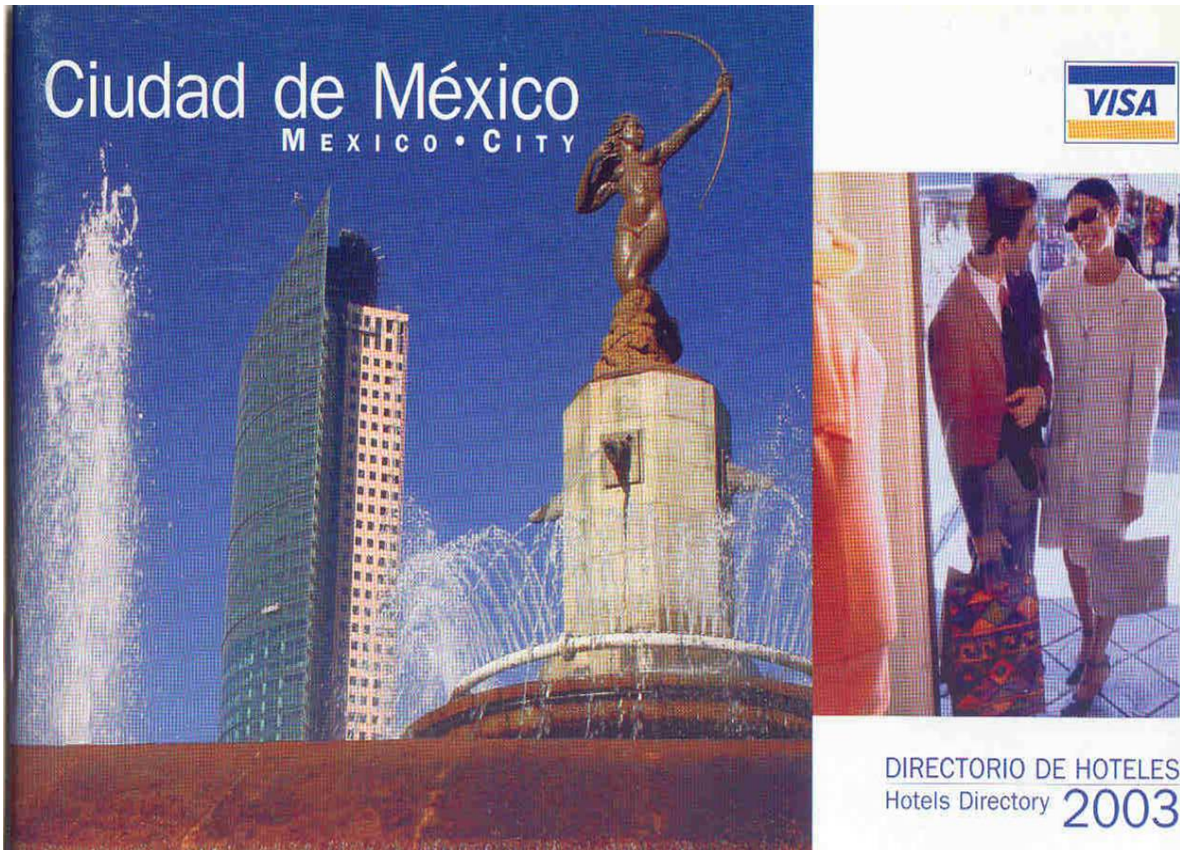
**Programa
¡Gózala esta es tu casa!**



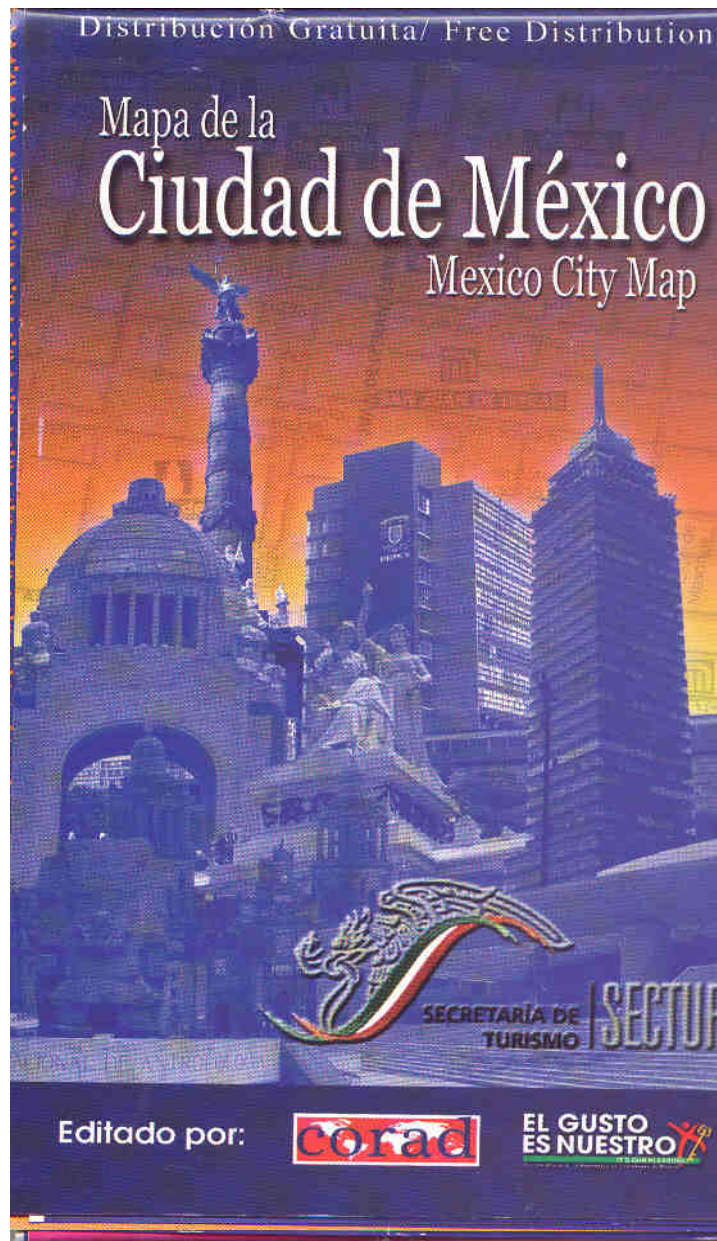
Guía Breve de la Ciudad de México



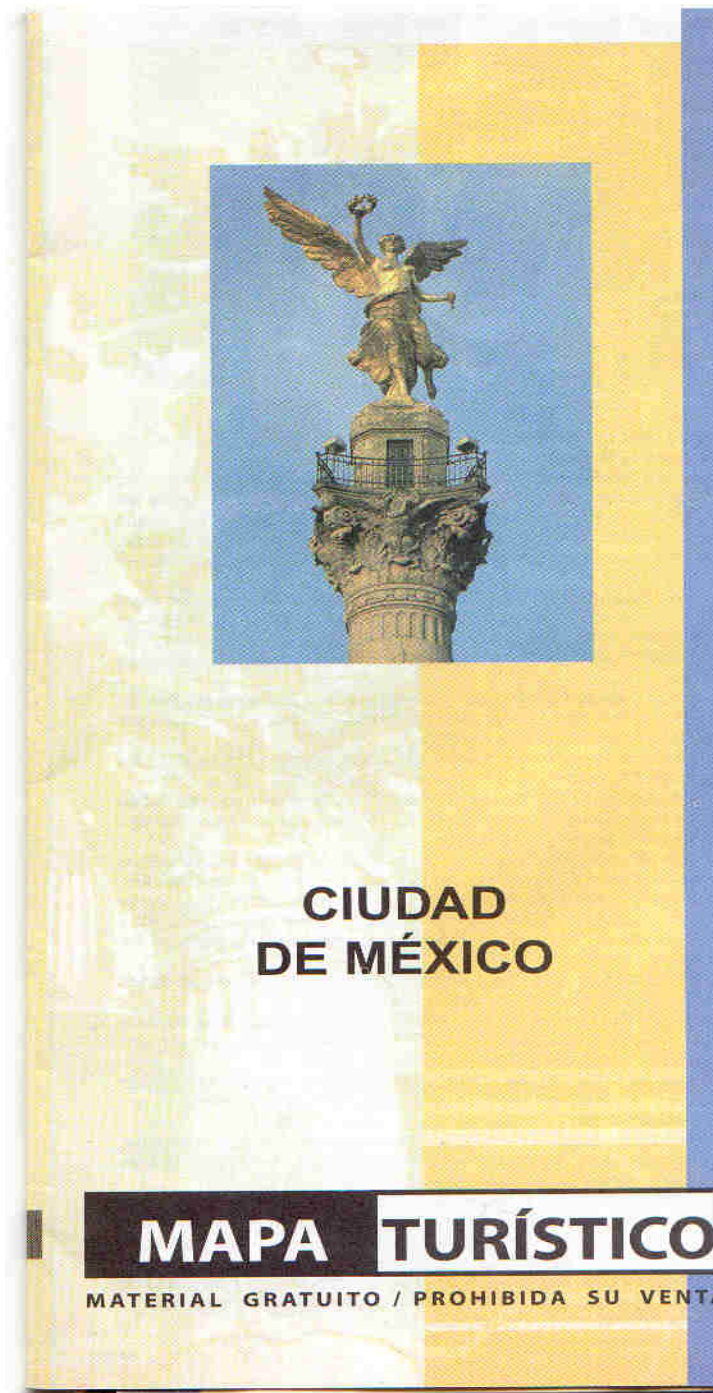
**Manual del turista apasionado
de la Ciudad de México**



**Directorio de hoteles 2003
de la Ciudad de México**



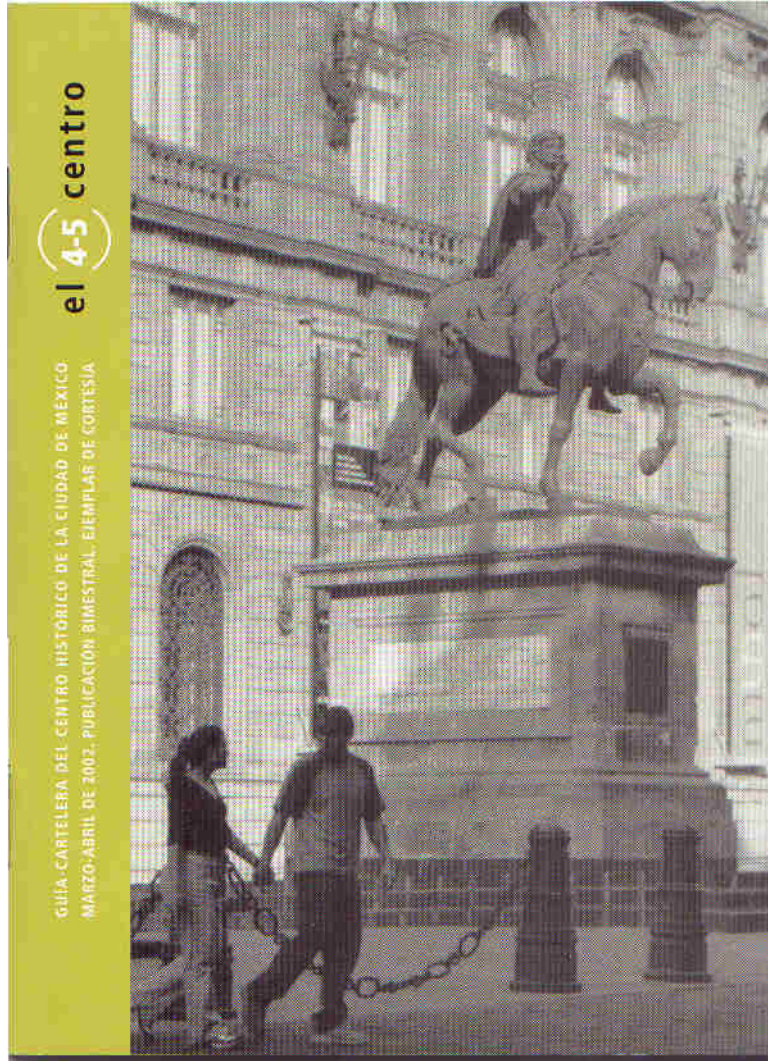
**Mapa de la Ciudad de México
SECTUR**



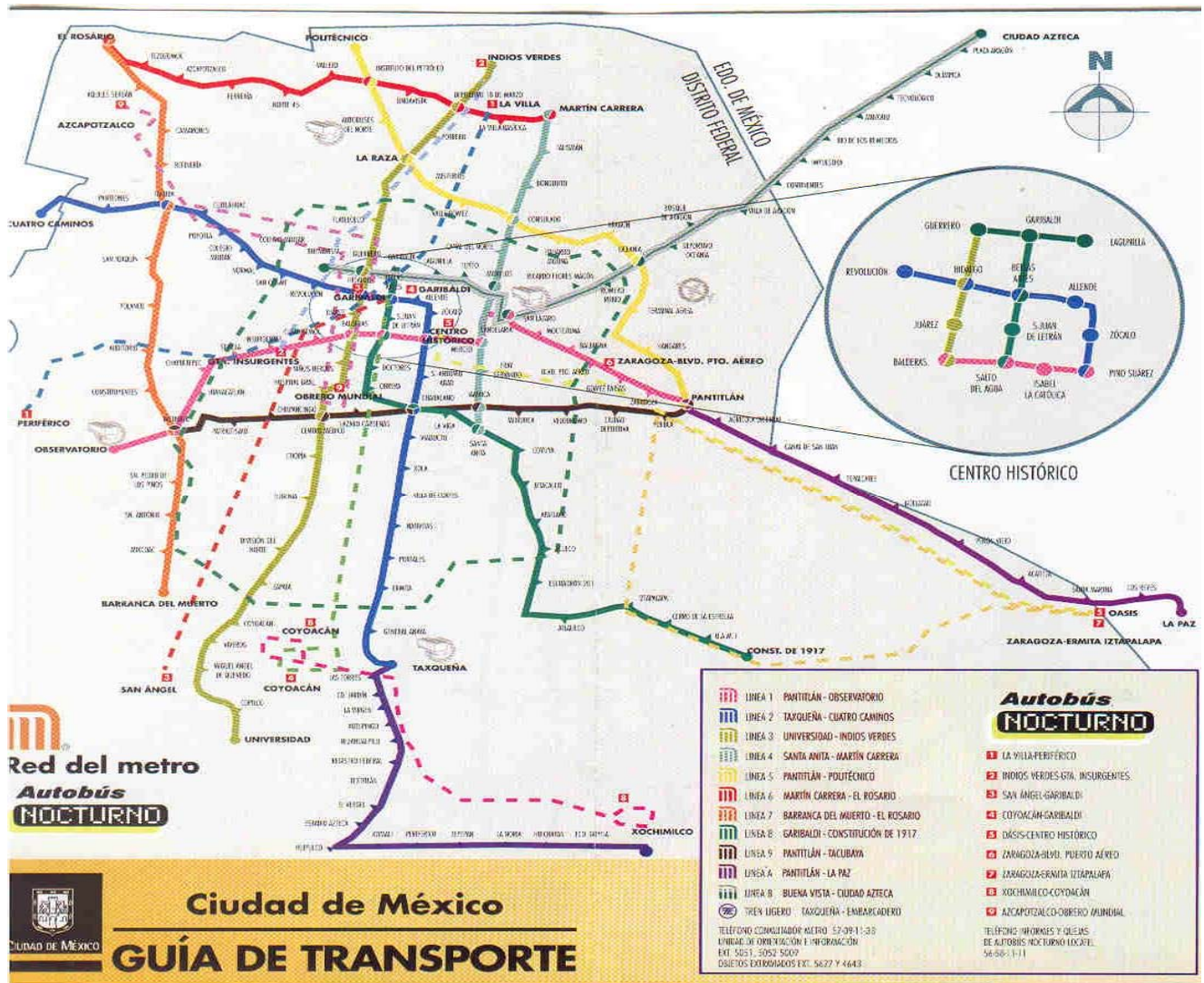
Mapa turístico de la Ciudad de México



**Interior del mapa turístico
Principales avenidas y sistema del metro**



Guía cartelera del Centro Histórico De la Ciudad de México



Guía de transportes de la Ciudad de México Red del metro

POCKET MAP
Mexico city



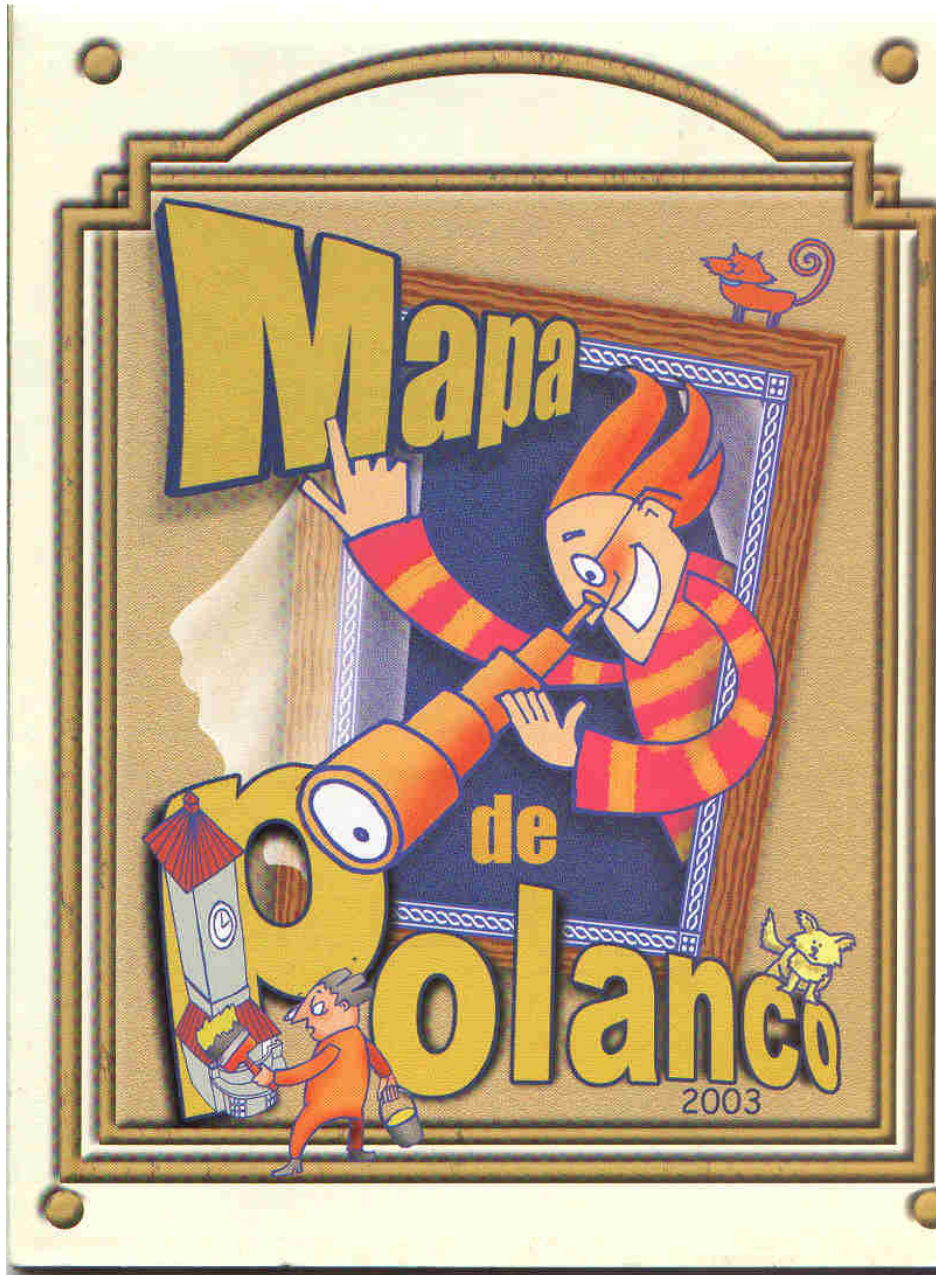
**Mapa pocket
Mexico city**



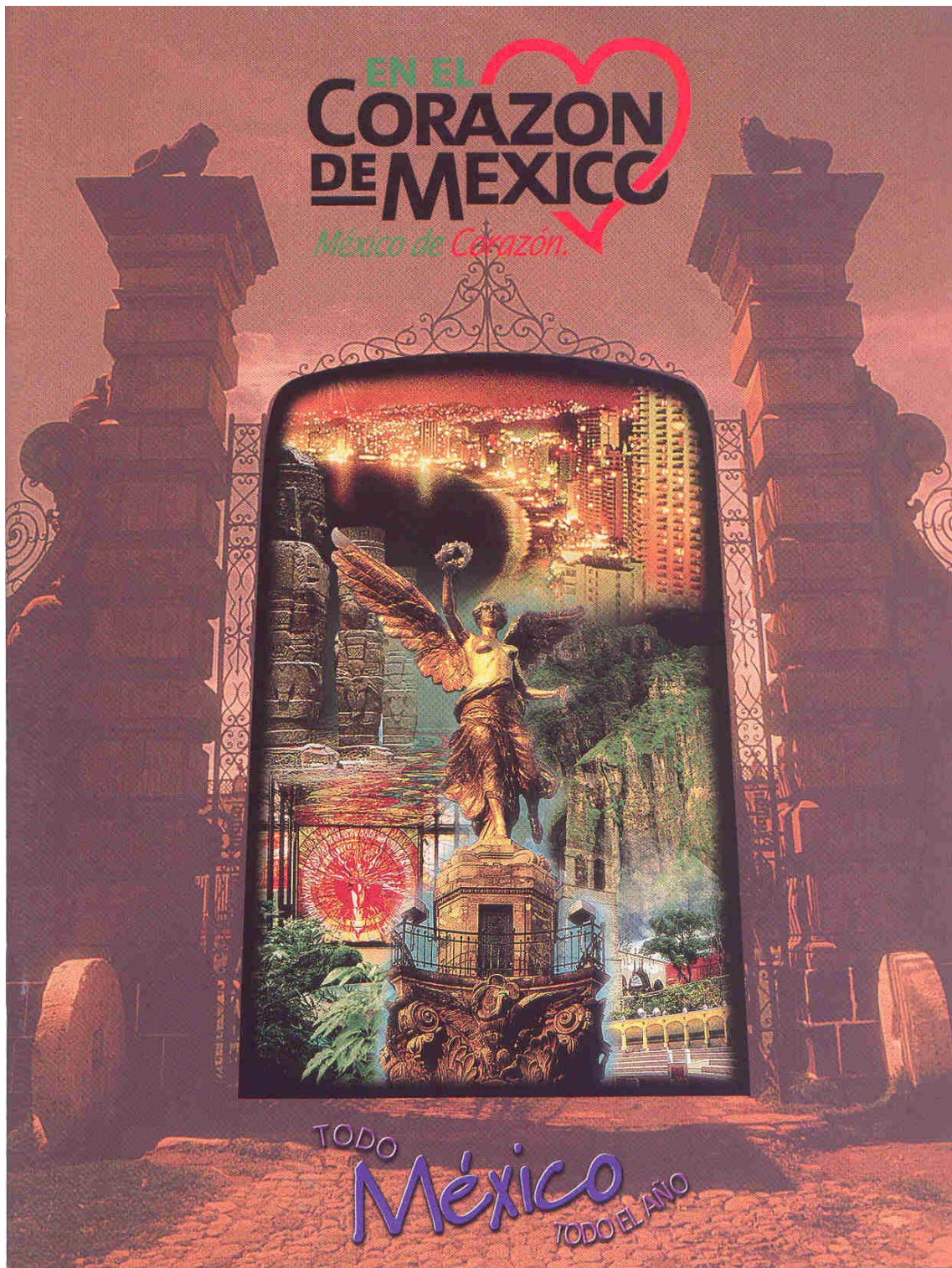
**Mapa pocket
Vista general de la Ciudad**



Mapa pocket
Zona Rosa



Mapa de polanco



Revista en el
Corazón de México



Red de transporte de pasajeros RTP

TURIBUS
CIRCUITO TURISTICO
CHAPULTEPEC · CENTRO HISTÓRICO

City Tour

**Circuito Turístico en
Autobús Panorámico**

Disfrute nuestro
servicio Turibús en:

- Cd. de México
- Puebla
- Mérida




**Suba y Baje todo el día
All day hop-on hop-off**

VENTA DE BOLETOS ABORDO
TICKETS ON BOARD

CONSERVE SU BOLETO
KEEP YOUR TICKET

www.turibus.com.mx

DFiesta
en el D.F.

Mapa del Turibus



**Visitors Guide
of Mexico City**



Vive tu Ciudad
Recorrido de las rosas



**Vive tu Ciudad
Recorrido por los terrenos de madero**

Fuentes

Bibliografía

- Acerenza Miguel Ángel. *Administración del Turismo*, Ed. Trillas, México, 1997. Vol. 1 y 2
- Borja, Jordi y Manuel Castells. *Local y Global, la gestión de las ciudades en la era de la información*, Ed. Taurus, México, 1997
- Boullón, Roberto. *Un nuevo tiempo libre, tres enfoques teórico prácticos*, Ed. Trillas, México, 1993, pp. 80
- Burkart, A. *Tourism*, Ed. Heineman, London, 1987
- *El turismo en la Ciudad de México*, Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal, 2001
- Fernández, Guell. José Miguel. *Planificación estratégica de ciudades*, Ed. Gustavo Gili, México, 1997
- *Fideicomiso del Centro Histórico de la Ciudad de México, Documento informativo*, 6 de mayo de 2002
- Getino, Octavio. *Turismo y desarrollo en América Latina*, Ed. Noriega, México, 1987
- *Indicadores del turismo en la Ciudad de México 2002*, Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal

- *Indicadores estadísticos y perfil del turista a la Ciudad de México 2002*, Secretaria de Turismo del Gobierno del Distrito Federal. (Oferta registrada y validada por las oficinas de turismo de las Demarcaciones Políticas)
- Lanquar, Robert. *Le tourisme international*, Ed. Presses Universitaires de France, Francia, 1977
- Molina Sergio. *Conceptualización del Turismo*, Ed. Limusa, México, 1997, pp.113
- Molina Sergio, Rodríguez Sergio. *Planificación integral del turismo*, Ed. Trillas, México, 1991, pp. 99
- Molina, Sergio. *Modernización de empresas turísticas, un enfoque para el logro de la calidad total*, Ed. Diana, México, 1994
- Ortuño, Manuel. *Introducción al estudio del turismo*. Ed. Porrúa, México, 1980
- *Plan Estratégico de Mercadotecnia 2002*, Secretaria de Turismo del Gobierno del Distrito Federal, pp. 70
- *Programa "De Fiesta en el DF"*, CD. Interactivo, Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal
- *Programa de Recorridos Turísticos 2003 "Vive tu Ciudad"*, Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal
- *Programa de Revitalización del Centro Histórico, Alameda Central y Conjunto Plaza Juárez. Acciones y Resultados 2002-2003*. GDF, Fideicomiso del Centro Histórico

- *Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal 2002- 2006*, Secretaria de Turismo del Gobierno del Distrito Federal
- Ramírez Blanco. *Teoría general de turismo*, Ed. Diana, México, 1994, pp.243
- Rojo, Martín. *Dirección y Gestión de empresas del sector turístico*, Ediciones pirámide, 2000, pp.85
- Serie de documentos técnicos, *Como desarrollar productos turísticos competitivos*, SECTUR, 2001, Vol. 3
- *¡Vive en Centro Histórico!, Un viaje al pasado en tranvía*, Fideicomiso del Centro Histórico, Dirección de promoción y difusión.

Ciberografía

- Aeropuertos y servicios auxiliares en www.sectur.gob.mx
- Boletín: Hechos y tendencias del turismo, No. 5, Marzo 2002, SECTUR, p. 10, en www.sectur.gob.mx
- El Turismo en México 2002, SECTUR, p. 2 en www.sectur.gob.mx
- Ley Federal de Turismo 2000 en www.sectur.gob.mx
- Ley de Turismo del Distrito Federal, Secretaria de Turismo del Gobierno del Distrito Federal en www.mexicocity.gob.mx

- Plan de Fomento del Turismo de la Región de Murcia en www.carm.es
- Organización Mundial del Turismo www.world-tourism.org
- Consejo Nacional de Población www.conapo.gob.mx
- Fideicomiso para el mejoramiento de las vías de comunicación del Distrito Federal www.fimevic.df.gog.mx/problemas
- Secretaría de transportes y vialidad del Distrito Federal en www.setravi.df.gob.mx/noticias/index.html
- Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal en www.pgjdf.gob.mx
- Instituto Nacional de Ecología en www.ine.gob.mx
- Congreso mundial de arquitectos, julio del 2002 en www.rnw.nl/informarn/html
- La inseguridad en la Ciudad de México en www.georgetown.edu/sfs/programs/clas/mexico/grants/REPORTE.htm
- Banco de México en www.banxico.org.mx

Hemerografía

- Fossaert, Robert. *Les villes mondiales, villes du système mondial*, en revista Herodote, No. 101, 2° trimestre 2001, Géopolitique des grandes villes, p. 14-15.

- *Ofrece la capital mejor desarrollo*, en Reforma, miércoles 25 de junio del 2003, sección B, p. 1A