

ACUERDO POR EL QUE SE APRUEBA EL PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2013-2018

MIGUEL ÁNGEL MANCERA ESPINOSA, Jefe de Gobierno del Distrito Federal, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 122, Apartado C, Base Segunda, fracción II, inciso b) de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 8º fracción II, 12 fracciones V y IX, 67 fracciones II, XVI y XXXI, y 118 fracción II, del Estatuto de Gobierno del Distrito Federal; 1, fracción VI, 7 fracción IV, 32, 33, 34, 37, 47, 48 y 49 de la Ley de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal; 24 y 25 de la Ley de Presupuesto y Gasto Eficiente del Distrito Federal; y

C O N S I D E R A N D O

Que mediante Acuerdo publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal, el 11 de septiembre de 2013, se aprobó el Programa General de Desarrollo 2013-2018, mismo que establece los objetivos, metas y líneas de acción que servirán de base para la definición e implementación de las políticas públicas de la Ciudad de México hasta el año 2018.

Que el Programa General de Desarrollo está integrado por 5 ejes: Equidad e Inclusión Social para el Desarrollo Humano; Gobernabilidad, Seguridad y Protección Ciudadana; Desarrollo Económico Sustentable; Habitabilidad y Servicios, Espacio Público e Infraestructura; y, Efectividad, Rendición de Cuentas y Combate a la Corrupción, los cuales se encuentran ligados a ocho enfoques transversales que involucran a las diferentes entidades de Gobierno con criterios de orientación, los cuales son: Derechos Humanos, Igualdad de Género, Participación Ciudadana, Transparencia, Innovación, Ciencia y Tecnología, Sustentabilidad, Desarrollo Metropolitano y Acción Internacional.

Que los programas sectoriales son los documentos que desagregan en objetivos y metas de mediano plazo los lineamientos contenidos en el Programa General para una materia específica de desarrollo y que registrará las actividades del sector administrativo que corresponda.

Que los programas sectoriales se realizarán con base en las orientaciones generales establecidas en los componentes rectores de la planeación para las áreas que determine el Comité de Planeación en la instrumentación del Programa General.

Que la Secretaría de Turismo coordinó la elaboración del Programa Sectorial de Turismo para el periodo 2013-2018, siguiendo las directrices previstas en el Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018.

Que el Programa Sectorial de Turismo para el periodo 2013-2018, fue validado en el seno del Comité de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal, acorde a lo establecido en la Ley de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal, y fue sometido a consideración del Ejecutivo Local a mi cargo para efectos del presente Acuerdo; por lo que he tenido a bien emitir el siguiente:

ACUERDO POR EL QUE SE APRUEBA EL PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO PARA EL PERIODO 2013-2018

PRIMERO.- Se aprueba el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018.

SEGUNDO.- El Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, será de observancia obligatoria para la Administración Pública del Distrito Federal, en el ámbito de sus respectivas competencias.

TERCERO.- La Secretaría de Turismo, los órganos desconcentrados y entidades agrupadas en el sector coordinado por ella, de conformidad con el Programa Sectorial y las disposiciones jurídicas aplicables, elaborarán sus respectivos programas operativos anuales y anteproyectos de presupuesto. Estos últimos deberán destinar los recursos presupuestarios correspondientes para el eficaz cumplimiento de los objetivos y metas del Programa General de Desarrollo y de dicho Programa Sectorial.

CUARTO.- Los alcances establecidos en el presente Programa Sectorial estarán en función de la disponibilidad financiera del Gobierno del Distrito Federal, por lo que las Unidades Responsables del Gasto determinarán las acciones para lograr dichos alcances, supeditándose a su capacidad operativa y presupuesto autorizado, evitando en todo momento contraer compromisos que excedan a éstos.

QUINTO.- La Secretaría de Turismo, con la participación que conforme a sus atribuciones le corresponde a la Secretaría de Finanzas, Contraloría General y Oficialía Mayor, en los términos de las disposiciones aplicables, darán seguimiento a la implementación de las acciones y al cumplimiento de los objetivos establecidos en el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, y reportarán los resultados obtenidos con base en las metas e indicadores correspondientes.

SEXTO.- La Contraloría General y la Oficialía Mayor, en el ámbito de su competencia, vigilará el cumplimiento de las obligaciones derivadas de las disposiciones contenidas en el presente Acuerdo. Asimismo definirá los criterios para el control, seguimiento y vigilancia de los objetivos y prioridades del Programa General, las medidas necesarias para los programas y los programas delegacionales, disponiendo la corrección de posibles desviaciones en su ejecución.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- Publíquese en la Gaceta Oficial del Distrito Federal.

SEGUNDO.- El presente Acuerdo entrará en vigor el día siguiente de su publicación en la Gaceta Oficial del Distrito Federal.

Dado en la Residencia Oficial del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, en la Ciudad de México, a los once días del mes de septiembre de dos mil catorce.- **EL JEFE DE GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL, MIGUEL ÁNGEL MANCERA ESPINOSA.- FIRMA.- EL SECRETARIO DE TURISMO, MIGUEL TORRUCO MARQUÉS.- FIRMA.**

PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO DEL DISTRITO FEDERAL 2014 – 2018

Presentación del Jefe de Gobierno

Los Programas Sectoriales 2013-2018, son el resultado de un esfuerzo de cooperación, coordinación y diálogo entre los entes públicos del Gobierno del Distrito Federal para lograr mayor alineación, eficiencia y eficacia en la gran tarea de servir a los habitantes de la Ciudad de México.

Estos programas sectoriales, derivan del Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013–2018, instrumento de planeación resultado de un amplio y abierto proceso de elaboración con la participación activa de los ciudadanos que aportaron ideas, sugerencias y conocimiento, y donde se plasmaron las bases para construir la ciudad que queremos.

Cada programa sectorial, enuncia el objetivo general, hace referencia a los ejes y áreas de oportunidad que corresponden al Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018, y las políticas públicas relevantes que juntos decidimos y sobre las que trabajaremos hacia un modelo de Capital Social.

Incluyen las metas y las acciones con las que los servidores públicos estaremos desempeñándonos de forma coordinada, sumando esfuerzos y compartiendo responsabilidades en la construcción de mejores condiciones que contribuyan a mejorar el nivel de vida para todos los habitantes de la Ciudad de México.

Además, se agrega el elemento innovador de indicadores puntuales de resultados, que nos permitirán darle seguimiento a la realización de las metas establecidas, y en su caso, hacer los cambios necesarios para asegurar su cumplimiento y éxito. Estos programas sectoriales no son rígidos sino flexibles para enfrentar las circunstancias cambiantes de una gran comunidad como nuestra Ciudad.

Invito a todos los que colaboramos en el Gobierno del Distrito Federal a estudiar su contenido, aplicarlo en su ámbito y sugerir las modificaciones que consideren pertinentes para enriquecerlos y así mejorar nuestras tareas en beneficio de nuestra querida Ciudad de México.

Miguel Ángel Mancera Espinosa
Jefe de Gobierno del Distrito Federal

Contenido

Presentación

Introducción

Fundamento Legal

Antecedentes

El turismo y su impacto en la economía nacional y local

Contexto Internacional

Mercado turístico internacional de México

Agenda de Competitividad Turística de la Ciudad de México

Diagnóstico

Actividad turística en el Distrito Federal

La oferta turística

La demanda turística

Ingreso por divisas

En lo global

Conclusiones

Proyecciones de los indicadores clave

FODA General de la Actividad Turística en la Ciudad de México

Misión

Visión

Objetivos

Alineación a las Metas Nacionales y Sectoriales a nivel Federal y del Distrito Federal

Estrategia Sectorial

Ejes estratégicos, metas, indicadores y políticas públicas del Programa Sectorial

Eje 1. Equidad e Inclusión Social para el Desarrollo Humano

TURISMO SOCIAL

Eje 3. Desarrollo Económico Sustentable

CALIDAD EN SERVICIOS TURÍSTICOS

MERCADO DE TRABAJO TURÍSTICO

AMPLIAR Y MEJORAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

AMPLIAR LA OFERTA TURÍSTICA

CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE LA CIUDAD PRESTA AL TURISTA

POSICIONAMIENTO DE LA CIUDAD DE MÉXICO COMO DESTINO TURÍSTICO

Eje 4. Habitabilidad y Servicios, Espacio Público e Infraestructura

DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Eje 5. Efectividad, Rendición de Cuentas y Combate a la Corrupción

GESTIÓN DEL DESTINO

Anexo. Consulta Pública y Resultados

Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal 2014 – 2018

El turismo requiere de un alto sentido de organización que exige buena voluntad, sentido de responsabilidad, capacidades técnicas y sincronismo de actividades, espíritu de servicio, seriedad, competencia y dedicación.

Alemán Valdés, Miguel, Quince lecciones de turismo. Editorial Diana, 2ª. Impresión, octubre de 1986, México, Distrito Federal

Presentación

Con base en el Programa General de Desarrollo del Distrito Federal (PGDDF) 2013-2018 en donde se establecen los objetivos, metas y líneas de acción que servirán para la definición e implementación de las políticas públicas de la Ciudad de México hasta el 2018, se elaboró el Programa Sectorial de Turismo 2014 – 2018 (PSTDF).

Al igual que el PGDDF, el presente Programa Sectorial se basó en una amplia consulta pública que recogió las propuestas de la ciudadanía, de las delegaciones políticas y de los principales actores involucrados en la actividad turística de la Ciudad de México. Esto se llevó a cabo a través de 10 foros de consulta en donde se captó la opinión sobre los problemas y necesidades de los diferentes sectores involucrados, con lo cual se refrendó el compromiso democrático de la actual administración encabezada por el Doctor Miguel Ángel Mancera Espinosa, Jefe de Gobierno del Distrito Federal.

El Programa Sectorial también involucró por primera ocasión un intenso diálogo y trabajo conjunto entre los diferentes entes que integran la Administración Pública del Distrito Federal, a fin de asegurar la implementación coordinada de las acciones del gobierno. En el grupo participaron activamente 12 secretarías, 2 organismos desconcentrados y 4 fideicomisos y fondos relacionados con la cultura y la promoción de la Ciudad.

Como lo establece el Programa General de Desarrollo del Distrito Federal, la visión turística se enmarcó en “Ciudad con Capital Social”, en donde las personas ejercen plenamente sus derechos en igualdad de condiciones y oportunidades; donde se apoya de manera digna y corresponsable a las personas en situación de vulnerabilidad y que por lo tanto es equitativa e inclusiva; una ciudad de libertades y tolerancia, donde la diversidad se constituye en un valor social, cultural y humano y se respeta plenamente la igualdad de género; una ciudad segura; una ciudad dinámica, compacta, policéntrica, competitiva y sustentable, que potencia las vocaciones productivas y fomenta la inversión y finalmente, en una ciudad del conocimiento, digital e inteligente, con un gobierno profesional, efectivo, transparente, participativo, honrado y responsable.

De lo anterior y como un ejercicio inicial de planeación, se elaboró la “Agenda de Competitividad de la Actividad Turística de la Ciudad de México” (ACTCM), que además forma parte de un proyecto a nivel nacional y tiene como objetivos fundamentales: elevar el número de los turistas nacionales e internacionales que visitan México; incrementar la permanencia, gasto y niveles de satisfacción de dichos turistas, y lograr que el incremento de la actividad turística impacte positivamente la economía de las familias vinculadas al sector y a la conservación de los recursos culturales y naturales de la Ciudad.

La ACTCM se integra a una estrategia conjunta con el Gobierno Federal pues acompaña a otras 43 agendas de competitividad de los principales destinos turísticos del país. Este esfuerzo inédito, se deriva de una nueva Política Nacional Turística que fue anunciada el pasado 13 de febrero de 2013 en Nayarit por el Presidente de la República.

Por último, cabe hacer mención que la política turística de la Ciudad Capital, incide en cuatro de los Ejes estratégicos del PGDDF. Estos son: Eje 1. Equidad e Inclusión Social para el Desarrollo Humano; Eje 3. Desarrollo Económico Sustentable; Eje 4. Habitabilidad y Servicios, Espacio Público e Infraestructura, y Eje 5. Efectividad, Rendición de Cuentas y Combate a la Corrupción.

Por la metodología aplicada para su elaboración, el Programa Sectorial de Turismo también garantiza la transversalidad de la prioridad turística con las acciones de otras dependencias de la administración, en virtud de que el turismo incide en un gran número de actividades económicas.

Introducción

La Ciudad de México se ubica como el multidesino turístico más importante del país, en virtud de concentrar al año la mayor afluencia de visitantes nacionales y, de ser el segundo en cuanto a los internacionales que arriban al país. Es la capital de todos los mexicanos, concentra la sede de los Tres Poderes de la Unión, de los principales centros financieros del país, de empresas multinacionales, así como canaliza la inversión pública y privada, tanto nacional como extranjera.

Constituida por las 16 delegaciones políticas, la ciudad incorpora a sus habitantes en un mosaico pluricultural influenciado con raíces procedentes de todas las entidades federativas del país. Asimismo, también ha sido y es influenciada por los extranjeros que en ella residen y se han asentado en su geografía y sociedad, pues se caracteriza por ser hospitalaria, y por la libertad y tolerancia de que gozan propios y extraños, dada su muy particular forma de gobierno con alto sentido social.

Se incorpora y complementa con la población y la actividad agrícola, industrial, comercial, de servicios y cultural de otros estados y municipios que la acompañan en el devenir de la Zona Metropolitana del Valle de México, razón por la cual, es importante verla con un sentido metropolitano como la ciudad más poblada del país, y también de las más pobladas del continente y del mundo.

Se integra al grupo de ciudades globales, las cuales presentan morfologías complejas en su funcionamiento político, económico y social, en ellas se asientan empresas multinacionales y, por su importancia, trascienden a los países donde actúan. Por tal motivo, se hace necesario analizar su funcionamiento desde diferentes puntos de vista económico, político, social, y para este caso en particular: el turístico, pues las refiere a un plano diferente al de otros destinos internacionales como es el caso de los de “sol y playa”.

El enfoque turístico de la Ciudad de México es incomparable a nivel nacional. Sería una acción estéril e impropio ponerla en la balanza con otros destinos turísticos del país, dada su naturaleza de metrópoli y el alcance que brinda a sus visitantes, tanto en el ámbito de su jurisdicción como de las delegaciones políticas, como también en los municipios conurbados que la acompañan. Sus recursos constituyen un área de oportunidad con acceso a la cultura, espectáculos, la recreación, la educación, la atención médica y la salud; brinda oportunidades comerciales y de negocios, así como alternativas para el ocio y el descanso, entre otros.

En su complejidad, la ciudad, concibe a las demás zonas metropolitanas, ciudades medias, ciudades pequeñas y localidades del país, como mercados potenciales para promover entre sus habitantes la visita a su Ciudad Capital y para los extranjeros, el conocimiento de una amalgama cultural difícil de encontrar en otra metrópoli del mundo.

Como lo establece el Doctor Miguel Ángel Mancera Espinosa, Jefe de Gobierno del Distrito Federal en el PGDDF: “Debemos recordar que pocas ciudades en el mundo han sido por siglos, como la Ciudad de México, expresión y sede de una cultura milenaria. En los últimos 16 años, los gobiernos progresistas de izquierda han buscado recuperar para la Ciudad una presencia y dignidad acordes con esa gran historia, entre otras cosas, restaurando muchos de sus espacios públicos y colocándola en una posición de vanguardia en materia de tolerancia, diversidad cultural y derechos humanos”.

La Ciudad de México es y será la ciudad turística por excelencia...

Fundamento Legal

Marco normativo nacional

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su artículo 25, que corresponde al Estado la conducción del desarrollo nacional que articule las políticas públicas y el proyecto de nación del Gobierno de la República. Asimismo, en su artículo 26, apartado A se determina que: “El Estado organizará un sistema nacional de planeación democrática del desarrollo que imprima solidez, dinamismo, competitividad, permanencia y equidad al crecimiento de la economía para la independencia y la democratización política, social y cultural de la nación.”

En este sentido, los fines del proyecto nacional contenidos en la Constitución, de conformidad con el segundo párrafo del artículo 26, determinarán los objetivos de la planeación; misma que será democrática. Para ello se contará con la participación de los diversos sectores sociales y se recogerán las aspiraciones y demandas de la sociedad para incorporarlas al plan y los programas de desarrollo. De forma tal que habrá un plan nacional de desarrollo al que se sujetarán obligatoriamente los programas de la Administración Pública Federal (APF).

Conforme a lo anterior, el 20 de mayo de 2013 se aprobó por Decreto del Ejecutivo Federal y se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018, en el cual se expone la ruta que el Gobierno de la República ha trazado para contribuir al desarrollo y crecimiento del país, y define las metas nacionales para lograr un: México en Paz, México Incluyente, México con Educación de Calidad, México Próspero y México con Responsabilidad Global. Asimismo describe tres estrategias transversales: Democratizar la Productividad, Gobierno Cercano y Moderno, y Perspectiva de Género, buscando conseguir mediante objetivos, estrategias y líneas de acción, que México logre alcanzar su máximo potencial.

Con ello y en términos de las disposiciones de los artículos 2, 16, 21, 22 y 23 de la Ley de Planeación, corresponde a las dependencias de la APF la elaboración de los programas sectoriales en congruencia con lo que defina el PND 2013–2018. Para la construcción de dichos programas se tomará en cuenta las propuestas de las entidades del sector, gobiernos locales, así como la sociedad. Su vigencia no excederá el período constitucional de la gestión gubernamental en que se apruebe y, deberán especificar los objetivos, estrategias, prioridades, instrumentos y responsables de su ejecución conforme a las previsiones contenidas en el PND.

Por otra parte, con base en lo dispuesto en el artículo 42, fracción I de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal (LOAPF) y el artículo 4 de la Ley General de Turismo (LGT), la Secretaría de Turismo ejercerá la facultad de formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística nacional que corresponde al Poder Ejecutivo Federal. Asimismo, conforme al artículo 2 de la LGT, se deberán establecer las bases para la política, planeación y programación de la actividad turística en todo el territorio nacional, bajo criterios de beneficio social, sustentabilidad, competitividad y desarrollo equilibrado de los Estados, Municipios y el Distrito Federal, a corto, mediano y largo plazo; de igual manera, se da sustento con base en las atribuciones previstas por el artículo 9 del mismo ordenamiento.

El Programa Sectorial de Turismo (PROSECTUR) 2013-2018, publicado en el Diario Oficial de la Federación de fecha 13 de diciembre de 2013, el cual se inscribe en el esfuerzo de planeación estratégica de la Administración Pública Federal y se deriva del PND 2013-2018, específicamente del objetivo 4.11 que dispone, “Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país”, del cual se desprenden cuatro estrategias a seguir: impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico; impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico; fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos; e impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.

Fundamento Legal del Programa Sectorial

El presente Programa es provisto por un marco legal de actuación para el Distrito Federal con base en las siguientes normas y lineamientos:

Estatuto de Gobierno del Distrito Federal (Sección I, Art. 42, Fracciones XIV y XV; Capítulo III, Art. 115 Fracción I y Artículo 12, Fracciones V y IX).

Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal (Artículos 15° Frac. XI, Art. 16° Fracción III, Art. 32° Fracciones I, II, III y V).

Reglamento Interior de la Administración Pública del Distrito Federal, Sección XI, Art. 96°, Fracciones I, II y III.

Ley de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal (Art. 5° , Fracciones I, II, III, IV; Art. 9° Fracciones I, III, IV, VI y VIII, Título Tercero, Capítulo I, Artículos 11°, 12° , 13° y 14° ; Capítulo II, Artículo 15° , Fracciones I, II, III y IV; Título Cuarto, Capítulo I, Art. 25° , 27° Fracciones I, II, III, IV, V y VI; Capítulo II, Art. 32° , Art. 37° , Fracciones I, II, III, IV, V, VI y VII.

Ley de Turismo del Distrito Federal (Título Segundo, Capítulo I, Fracción VI, Capítulo II, Art. 7° , Fracción III y XIII, Capítulo V, Art. 14° , Fracciones I,II,III, V, VII, VIII, X y XIV; Título Tercero, Capítulo I, Art. 15° , 17° ,18° , 19° y 21°
Reglamento de la Ley de Turismo del Distrito Federal (Capítulo IV, Art. 25, Fracciones I, II, III, IV, V, VI, VII y VIII, Capítulo VII, Art. 39).

Acuerdo por el que se aprueba el Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018.

Declaratoria de prioridad de la actividad turística como política de Gobierno del Distrito Federal.

Acuerdo por el que se emite la declaratoria de prioridad de la actividad turística como Política del Gobierno del Distrito Federal.

Norma de Prioridad Turística.

Aviso por el cual se da a conocer el Acuerdo de la Comisión Ejecutiva de Turismo que establece la Norma de Prioridad Turística.

Guía metodológica para el desarrollo de los componentes de los programas derivados del Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018.

El Acuerdo número SE/IV/03/2013, de la cuarta sesión extraordinaria 2013, de fecha 10 de diciembre de 2013 del Comité de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal, en donde se aprueban los “Lineamientos para la elaboración, aprobación y seguimiento a los programas derivados del Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018” publicados en la Gaceta Oficial del Distrito Federal de fecha 11 de diciembre de 2013, en los considerandos establece:

“Que el 11 de septiembre de 2013, fue publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el acuerdo por el que se aprueba el Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018, el cual establece los objetivos, metas y líneas de acción que servirán de base para la definición e implementación de las políticas públicas de la Ciudad de México hasta el año 2018. Que a partir del Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018, se elaborarán los programas sectoriales, institucionales y especiales, y se desarrollará la programación, presupuestación y evaluación de los mismos;

Que en términos del ordinal tercero del acuerdo por el que se aprueba el Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018, las dependencias, órganos desconcentrados y entidades llevarán a cabo las acciones necesarias, en los términos de la Ley de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal, a efecto de someter oportunamente a consideración y aprobación del Jefe de Gobierno los programas sectoriales, institucionales y especiales, y estar en posibilidad de publicarlos en la Gaceta Oficial del Distrito Federal, en los plazos establecidos en el acuerdo señalado;

Que corresponden a los órganos centrales de la Administración Pública del Distrito Federal, las atribuciones de planeación, organización, normatividad, control, evaluación y operación, referidas a la planeación del desarrollo del Distrito Federal.” Derivado de lo anterior, el Acuerdo No. COPLADE/SE/I/03/2014 de la Segunda Sesión Extraordinaria del 13 de marzo de 2014 en que los integrantes del Comité de Planeación del Distrito Federal aprobaron la denominación de los programas sectoriales derivados del Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018, así como los grupos de trabajo, a efecto de someter oportunamente a consideración y aprobación del Jefe de Gobierno y estar en posibilidad de publicarlos en la Gaceta Oficial del Distrito Federal.

Es así como en cumplimiento de la normatividad referida, se presenta el Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal 2014 – 2018, mismo que fue coordinado para su elaboración por la Secretaría de Turismo del Distrito Federal, con la participación de las secretarías de Cultura, Desarrollo Económico, Desarrollo Social, Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, Desarrollo Urbano y Vivienda, del Medio Ambiente, Obras y Servicios, Salud, del Trabajo y Fomento al Empleo, Finanzas, Seguridad Pública, Protección Civil; así como de la Autoridad de la Zona Patrimonio Mundial Natural y Cultural de la Humanidad en Xochimilco, Tláhuac y Milpa Alta, de la Autoridad del Espacio Público, del Fideicomiso del Centro Histórico, del Fideicomiso Museo de Arte Popular Mexicano, del Fideicomiso Museo del Estanquillo y del Fondo Mixto de Promoción Turística.

En el marco de la planeación participativa, para la elaboración del Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal 2014-2018, se realizaron 10 foros de consulta en agosto de 2013, en los que participaron 130 representantes involucrados en la actividad turística. En ellos se reflexionaron los 14 temas propuestos. Las aportaciones fueron incorporadas, desde el diagnóstico hasta la definición de las políticas públicas. Un resumen se encuentra en el Anexo. Consulta Pública y Resultados.

Antecedentes

El turismo y su impacto en la economía nacional y local

La naturaleza transversal del turismo lo coloca como un importante motor de progreso. Por una parte, en México agrupa a más de 50 actividades económicas, genera oportunidades principalmente para las micro, pequeñas y medianas empresas, MIPyMES y es capaz de crear encadenamientos productivos de mayor valor agregado para el país. Por otro lado, es un catalizador del desarrollo, representa un poderoso instrumento para elevar el bienestar de las comunidades receptoras, genera un sentido de pertenencia y contribuye a la preservación de la riqueza natural y cultural (PROSECTUR 2013-2018, DOF, 13 de diciembre de 2013).

Para México el turismo representa una de las principales fuentes de divisas dado que en el 2013 se captaron por concepto de gasto más 13 mil 819 millones de dólares, con un saldo positivo de la Balanza Turística de 4 mil 766 millones de dólares (Banco de México). Participa con el 8.4 por ciento del PIB y más de 2.2 millones de empleos directos. Asimismo, genera un consumo total de 1,817 miles de millones de pesos a nivel nacional, del cual el 87.7% correspondió al consumo interno, el 9.8% al receptivo y el 2.5% al consumo emisor (gastos previos) (INEGI, Banco de México. En promedio, entre 2003 y hasta el primer trimestre de 2014, el país recibió por concepto de remesas 6, 967.7477 millones de dólares).

El Distrito Federal aporta el 17.1% del PIB Nacional, y aunque aún no se cuenta claramente con el cálculo de la participación del turismo en el PIB local, el Sector 72 correspondiente a “Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas” (INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales), del Distrito Federal representa el 15.2% del total nacional. El Sector 71 “Servicios de esparcimiento, culturales, y otros servicios recreativos”, muy relacionado con el turismo en la Ciudad, participa con el 32.9%.

Adicionalmente, de acuerdo al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y al INEGI, en el 2013 el turismo generó 1,036,885 empleos, de los cuales 296,253 fueron directos y 740,632 fueron indirectos. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo publicada por el INEGI, en 2013, la población ocupada en la actividad turística en el Distrito Federal se mantuvo alrededor del 9% del total nacional, porcentaje similar al que la Organización Mundial del Turismo (OMT) reporta para el sector en todo el mundo. Es relevante señalar que es el principal empleador de mujeres y jóvenes a nivel nacional.

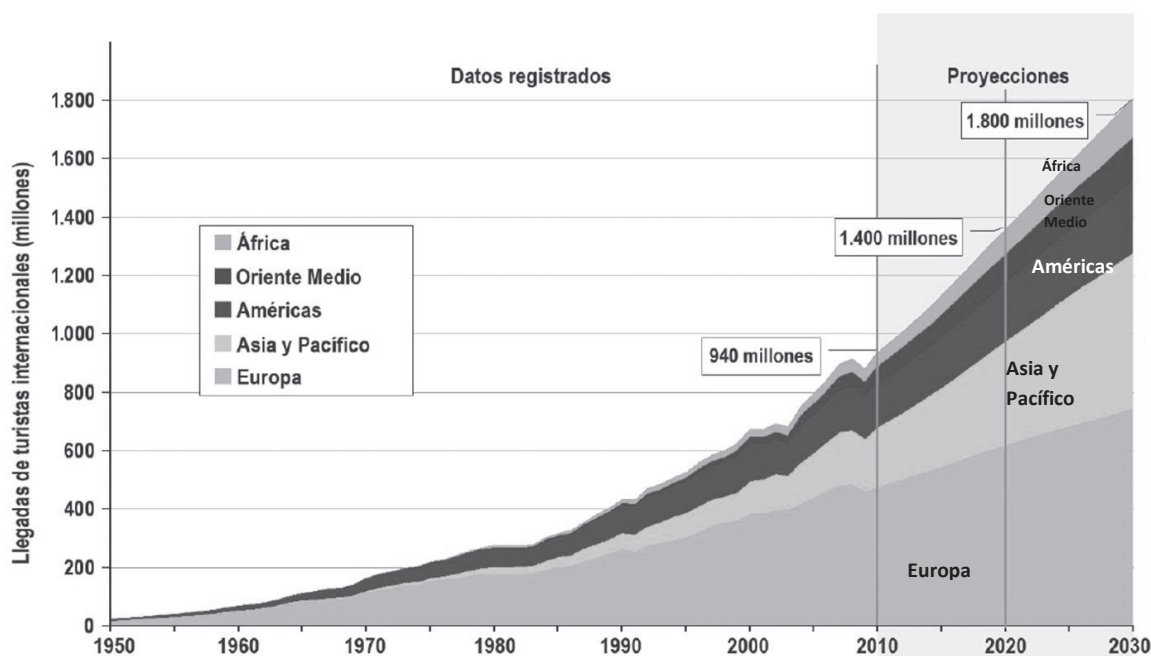
Esto reafirma la importancia de la actividad turística en la economía de la Ciudad, situación que la ubica en un plano relevante y estratégico.

Contexto Internacional

Mercado turístico internacional de México

Los viajes de turistas internacionales alrededor del mundo, crecieron un 5% en el 2013 hasta alcanzar los 1,087 millones, según el último reporte de la Organización Mundial de Turismo (OMT, Barómetro del Turismo Mundial, 2013). A pesar de las dificultades económicas que ha experimentado el mundo, los resultados estuvieron muy por encima de las expectativas, y en 2013 viajaron 52 millones de turistas internacionales más que el año anterior. Para 2014, la OMT prevé un crecimiento de entre el 4% y el 4.5%, superando nuevamente las proyecciones a largo plazo que anticipaban de un 3.8% anual de incremento entre 2010 y 2030 (OMT, El turismo hacia 2030: Tendencias y proyecciones 1950-2030).

El turismo hacia 2030: Tendencias y proyecciones 1950-2030



De acuerdo con la OMT, de 2000 a 2012 el turismo creció a una tasa promedio anual de 3.6% en el mundo, generó 9 puntos del Producto Interno Bruto (PIB) mundial, uno de cada 10 empleos y participó con el 6% de las exportaciones mundiales.

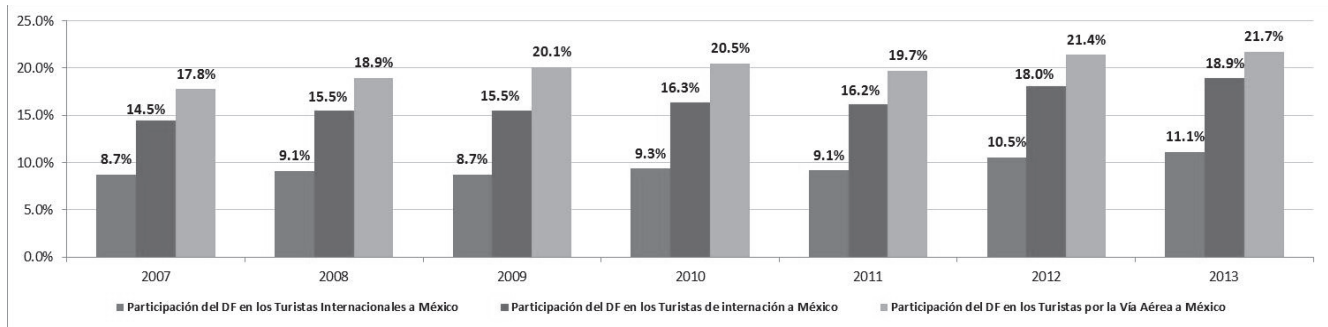
En la lista de los principales países receptores de turismo en el mundo para el año 2013, de acuerdo con las cifras que la OMT reporta anualmente, en el 2012 México como país, se ubicaba en la décimo tercera posición por debajo de Francia, Estados Unidos, China, España, Italia, Turquía, Alemania, Reino Unido, Federación de Rusia, Malasia, Austria y Hong Kong.

Con base en información preliminar, es probable que México ocupe la 15ª posición en 2013, dado que el número de turistas internacionales que arribaron el año pasado fue de 23.9 millones, tan sólo un 2% por arriba del 2012, porcentaje mucho menor que el crecimiento a nivel mundial.

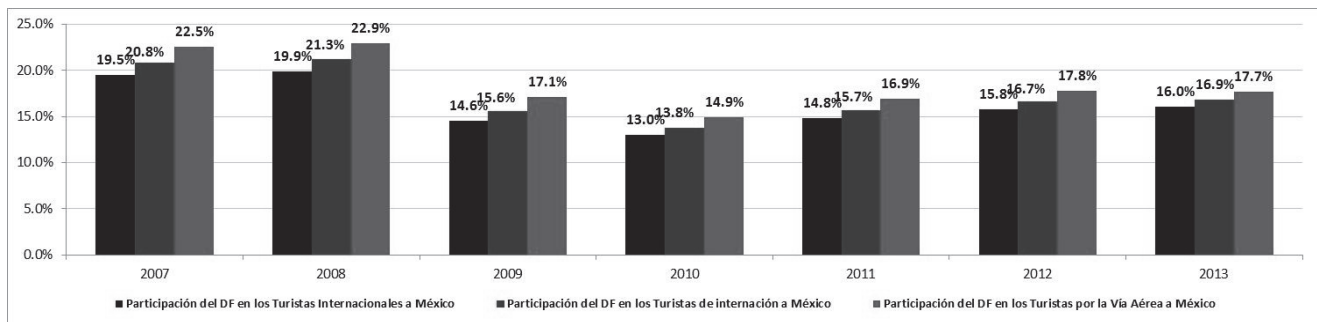
Sin embargo, de acuerdo al gasto que los extranjeros ejercieron en territorio nacional durante el 2013, se alcanzó una cifra record de 13,852 millones de dólares (Banxico), 8.7% superior a la de 2012, razón por la cual es probable que el país ascienda dos posiciones en cuanto a los ingresos a nivel mundial, al pasar de la 24ª que ocupó en 2012, a la 22ª posición en 2013.

Participación del Distrito Federal en la actividad turística internacional

El Distrito Federal juega un papel relevante en la recepción de turistas internacionales. El Estado de Quintana Roo es el principal receptor de turistas internacionales, le sigue la Ciudad de México, al haber recibido durante el 2013 a 2, 650,172 turistas de 211 diferentes nacionalidades que arribaron por la vía aérea al Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (Centro de Estudios Migratorios de la Unidad de Política Migratoria de la SEGOB). Esto representó el 11.1% de los Turistas Internacionales a México; el 18.9% de los Turistas de internación, y el 21.7% de los Turistas al interior por la Vía Aérea.



En cuanto al gasto, la Ciudad de México recibió en el 2013, el 13.6% del total del gasto de los visitantes internacionales a México; el 16% del gasto de los turistas internacionales a México; el 16.9% del gasto de los turistas de internación, y el 17.7% del de los turistas al interior por la vía aérea.



Cabe hacer mención que por el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México AICM, regresaron del extranjero 2, 864,920 turistas nacionales, lo que representó el 70.6% del total de turistas egresivos que por la vía aérea reportó en su cuenta de viajeros internacionales el Banco de México. Esto ubica al aeropuerto de la ciudad como la principal puerta de entrada aérea al país de los mexicanos que viajan al extranjero.

El AICM es el aeropuerto que mayor volumen de pasajeros maneja en vuelos regulares internacionales que por vía aérea llegan al país.

Agenda de Competitividad Turística de la Ciudad de México

En el marco del Convenio de Coordinación para la Reasignación de Subsidios, entre la Secretaría de Turismo Federal y la del Distrito Federal, se integró conjuntamente con el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, a través de su Escuela de Gobierno y Política Pública, la Agenda de Competitividad.

Tiene como objetivo determinar el estado que guarda la competitividad turística de la Ciudad de México considerando activos tangibles e intangibles (tecnología, capital humano, innovación y gestión del destino), para incrementar la eficiencia en su uso y elevar la competitividad de la Ciudad como destino turístico.

Las principales conclusiones de la Agenda fueron:

- 1) La Ciudad de México cuenta con el potencial para convertirse en un destino turístico internacional de avanzada en la medida en que logre desarrollar los proyectos necesarios para elevar su competitividad.
- 2) Sigue manteniendo un liderazgo nacional en muchos aspectos de la actividad turística, lo que le ha permitido registrar un crecimiento constante de visitantes nacionales a lo largo de los años.
- 3) No obstante, en lo que respecta a la llegada de turistas internacionales, su crecimiento se ha estancado, al igual que la derrama económica que genera la actividad turística.
- 4) A nivel internacional, la competitividad de la Ciudad de México está por debajo de otras grandes urbes como Nueva York, Hong Kong, Londres, Los Ángeles, Madrid.
- 5) El Distrito Federal cuenta con los recursos turísticos suficientes para cambiar estos resultados, impulsando acciones concretas y focalizadas.
- 6) Es necesario ampliar la capacidad institucional de gestión turística de la Ciudad, así como reformar aspectos del marco normativo que están inhibiendo el crecimiento de la actividad turística.
- 7) Una de estas acciones es replantear la estrategia de promoción turística que se ha estado realizando a fin de elevar su impacto a nivel nacional, pero sobre todo en los nuevos mercados internacionales.
- 8) Asimismo, se tiene que fortalecer la infraestructura turística con la que se cuenta actualmente y desarrollar una oferta más integrada, diversificada en todas las zonas que integran al Distrito Federal Destaca la riqueza ambiental con el que cuenta la Ciudad y que no se está aprovechando.
- 9) Finalmente es necesario fortalecer los mecanismos de evaluación en todas las áreas y contar con información estratégica que permita el desarrollo de nuevos productos turísticos en función de los recursos con los que cuenta la Ciudad.

Diagnóstico

Actividad turística en el Distrito Federal

La oferta turística

El turismo en la Ciudad de México se constituye en una actividad económica relevante y compleja, que implica la interacción con otras actividades también importantes para la ciudad. Requiere de una gran coordinación de acciones para que los visitantes que arriban, se puedan desplazar por ella libremente, cumplir con su cometido de viaje, y retornar a su lugar de origen sin contratiempo y con buenos recuerdos de su viaje.

Atender al visitante durante su arribo, estancia y partida, implica la sincronización de acciones entre múltiples actores y sectores relacionados con la actividad, tal es el caso de los tres órdenes de gobierno; los organismos y grupos empresariales y sociales representativos de los distintas ramas y especialidades del sector; la academia a través de las universidades, escuelas y centros de investigación y capacitación, y muy particularmente, la ciudadanía en su aceptación y trato hacia el visitante.

El Distrito Federal cuenta con una amplia gama de recursos de potencial turístico con capacidad de generar beneficios económicos a diferentes niveles y en diferentes zonas y comunidades de la Ciudad de México (Agenda de Competitividad

Turística de la Ciudad de México ACTCM, 2013). Su liderazgo se debe en gran medida a su condición de ser la Capital de la República, lo que se refleja entre otras cosas, en el desarrollo de su infraestructura, conectividad, recursos humanos y servicios.

Destaca la amplia y variada oferta turística, con atractivos para todos los gustos, preferencias y con la más variada gama de servicios para los diferentes segmentos demandantes de la actividad. (SECTURDF, Registro de recursos turísticos).

Oferta cultural: más de 181 museos, 129 galerías de arte, 775 salas de cine, 132 teatros, 228 casas y centros culturales, 413 bibliotecas públicas, 474 librerías y puntos de venta y distribución, así como 57 radiodifusoras. Cuenta con el Templo Mariano más importante de Latinoamérica; con 4 Sitios declarados por la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como Patrimonio Mundial de la Humanidad; con una amplia y variada oferta gastronómica nacional e internacional de calidad turística, así como con diversas actividades culturales y de tradiciones que durante todo el año se llevan a cabo en sus 16 delegaciones políticas.

Historia y tradición: Tiene 11 zonas arqueológicas; templos y edificaciones de la época virreinal, arquitectura contemporánea y de vanguardia, barrios antiguos y pintorescos, zonas naturales de recreación con canales y chinampas (Xochimilco y Tláhuac).

Recursos naturales: Cuenta con un bosque natural dentro de la propia ciudad. Alberga en su zona rural, más del 50% de su territorio, cerca del 2% de la biodiversidad mundial.

Servicios turísticos básicos: En el Registro Turístico de la Ciudad de México se encuentran 3 mil 606 prestadores de servicios, entre los que destacan: 610 establecimientos de hospedaje con un variado servicio de calidad que integra una oferta de 49 mil cuartos; 496 agencias de viajes; 1,181 establecimientos de alimentos y bebidas de calidad turística; 180 museos; 567 artesanos y 32 centros comerciales, entre otros.

Actividades complementarias: Para la celebración de congresos y convenciones, la ciudad cuenta con diversos recintos feriales de vanguardia, con más de 100 mil m² de área de exposiciones y con capacidad para atender simultáneamente a 125 mil personas. Parte importante son sus centros financieros y de negocios; clubes de industriales, cámaras y asociaciones gremiales, y una gran gama de hoteles con instalaciones para la atención de eventos de negocios y sociales, así como grandes centros comerciales y de espectáculos, estadios de fútbol y béisbol, autódromo, la plaza de toros más grande del mundo, instalaciones olímpicas, lienzos charros y parques de diversiones de primer nivel.

Turismo médico y de salud: la ciudad cuenta con la mayor concentración de hospitales, clínicas, camas y médicos del país, con los más altos estándares de especialidades, calidad y equipamiento, así como con un gran número de Spa's y centros de reconstitución física y de belleza.

Embajadas, consulados y representaciones internacionales, así como comunidades de origen internacional

Esta oferta turística está apoyada en una sólida infraestructura de transporte, urbana y de servicios, y en un amplio mercado nacional, regional e internacional. Por el número de operaciones, se cuenta con el aeropuerto más importante del país y de Latinoamérica. En 2013 el total de operaciones en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) sumaron 353 mil 57 vuelos, con 31 millones 522 mil pasajeros. Cuenta con vuelos directos a tres continentes: América, Europa y Asia, abarca a 40 ciudades en 21 diferentes países, que acerca a la Ciudad de México a una población equivalente a los 402 millones de personas.

La conexión con el transporte terrestre es la más amplia del país, a través de sus cuatro centrales camioneras que comunican la ciudad hacia los cuatro puntos cardinales del interior de la República. Las terminales aéreas y camioneras se conectan con una amplia red de transporte urbano intermodal (Metro, tren ligero, Metrobús, Trolebús, autobuses de pasajeros, colectivos y taxis). Concurren al Distrito Federal 5 autopistas de cuota que lo conectan con el resto del país.

También cuenta con la cobertura de servicios básicos para la población, el comercio, las industrias y los servicios que se involucran en la actividad económica, ejemplo de esto es el 97% de cobertura en la dotación de agua potable en la Ciudad.

La demanda turística

Volumen total de la llegada visitantes (Turistas y excursionistas)

En el 2013, arribaron al Distrito Federal poco más de los 103 millones de visitantes: 27.2% turistas (con pernocta), 70.9% excursionistas (sin pernocta) y 1.9% en ambos tipos (con y sin pernocta). (Cuadro 1).

Llegada de turistas

Entre los turistas, se distinguen cuatro grupos: los que hicieron uso de los servicios especializados de hospedaje (hoteles), 12,677,217, que representaron el 12.3% del volumen total de visitantes; los que arribaron a “casa de familiares o amigos”, que se estiman en 13,431,744, el 13% del total; los que llegaron a “casa o residencia propia”, 924,549 personas, el 0.9% de los turistas, y por último, 1,027,280 que utilizaron “otra forma de alojamiento” el 1.0%. En total, las personas que pernoctaron en la Ciudad de México, turistas, fueron 28, 060,790.

Cabe hacer mención que por origen, los turistas que arribaron a hoteles, fueron nacionales el 81.2% (10, 298,530 personas) e internacionales el 18.8% (2, 378,687 personas).

Llegada de excursionistas

Aquellos que visitaron la ciudad por unas cuantas horas y que retornaron a su lugar de origen el mismo día, fueron 73, 084,857 personas, 70.9% del total, por su origen se distinguen tres componentes: 20, 078,167 personas, correspondiente al 19.5% provenientes de los estados cercanos al Distrito Federal (sin incluir los municipios integrantes de la ZMVM); 52, 846,793 personas, el 51.2%, llegaron de los municipios conurbados integrantes de la ZMVM y, por último, 159,897 extranjeros en tránsito del AICM por efectos de conexión con vuelos del extranjero hacia otro destino turístico del país, equivalentes al 0.2% del total.

Por último, el grupo que realizó dos tipos de viaje (con y sin pernocta), alcanzó un volumen de 2, 007,811 personas, que representó el 1.9% del total de visitantes a la Ciudad de México.

Cuadro 1. Llegada de turistas nacionales e internacionales al Distrito Federal.

Concepto	Llegadas (personas)			Part: 2013
	2012	2013	Var. 13/12	
Llegada Total de Visitantes Nacionales e Internacionales (Con y Sin Pernocta)	101,468,897	103,153,458	1.7%	100.0%
Total de Llegadas de Turistas Nacionales e Internacionales (Con pernocta)	27,285,744	28,060,790	2.8%	27.2%
Total de llegada de turistas (Nacionales + Internacionales) a Hoteles	12,305,483	12,677,217	3.0%	12.3%
Llegada de Turistas Nacionales a Hoteles	10,028,535	10,298,530	2.7%	10.0%
Llegada de Turistas Internacionales a Hoteles	2,276,948	2,378,687	4.5%	2.3%
Llegada de Turistas Nacionales a Otra Forma de Alojamiento	14,980,261	15,383,573	2.7%	14.9%
Con Familiares y Amigos	13,079,604	13,431,744	2.7%	13.0%
Casa o residencia propia	900,312	924,549	2.7%	0.9%
Otros	1,000,345	1,027,280	2.7%	1.0%
Total de la Llegada de Excursionistas Nacionales e Internacionales (Sin Pernocta)	72,230,796	73,084,857	1.2%	70.9%
Excursionistas Nacionales del Interior (Sin Pernocta)	19,523,605	20,078,167	2.8%	19.5%
Excursionistas de la ZMVM (Sin Pernocta)	52,551,712	52,846,793	0.6%	51.2%
Excursionistas Internacionales en Tránsito (Sin Pernocta)	155,479	159,897	2.8%	0.2%
Ambos Viajes: Turistas y Excursionistas (Con y Sin Pernocta)	1,952,357	2,007,811	2.8%	1.9%

Fuente: Secretaría de Turismo del Distrito Federal.

Volumen total de la salida de visitantes (Turistas y excursionistas)

El Distrito Federal se constituye como el principal mercado emisor turístico para las entidades del interior de país. Se estima que en el 2013 los viajeros de la Ciudad de México a otras zonas del país fue del orden de los 49, 286,260 de visitantes; de ellos, fueron turistas 17, 379,950 de personas, equivalentes al 35.3% y excursionistas, 30, 549,515 de personas que representaron el 62%. En ambos tipos de viaje, 1, 356,795 personas con una participación del 2.8%. (Cuadro 2).

Salida de turistas

Siguiendo la misma distribución de las llegadas, los turistas del Distrito Federal que pernoctaron en hoteles nacionales fueron 6, 969,364 personas, el 14.1% del total; 9, 107,101 los que se hospedaron en casa de familiares y amigos el 18.5%; 608,292 personas en casa o residencia propia, el 1.2% (segunda residencia), y 695,193 personas, el 1.4% en alguna otra forma de hospedaje.

Salida de excursionistas

Los excursionistas del Distrito Federal que visitaron en el 2013 los estados circunvecinos por unas cuantas horas sin pernoctar en ellos, fueron 13, 568,006 personas, el 27.5% del total; mientras que 16, 981,509 personas el 34.5% hicieron algún viaje a los municipios conurbados integrantes de la ZMVM.

Cuadro 2. Turistas de la Ciudad de México al interior del país.

Concepto	Salidas (personas)			Part: 2013
	2012	2013	Var. 13/12	
Salida Total de Visitantes Nacionales e Internacionales (Con y Sin Pernocta)	48,771,575	49,286,260	6.2%	100.0%
Total de Salidas de Turistas del DF (Con pernocta)	17,154,063	17,379,950	4.0%	35.3%
Total de Salidas de turistas del DF a Hoteles	6,878,782	6,969,364	2.6%	14.1%
Salida de Turistas del DF a Otra Forma de Alojamiento	10,275,281	10,410,586	1.3%	21.1%
Con Familiares y Amigos	8,988,736	9,107,101	1.3%	18.5%
Casa o residencia propia	600,388	608,292	1.3%	1.2%
Otros	686,157	695,193	1.3%	1.4%
Total de la Salida de Excursionistas (Sin Pernocta)	30,278,351	30,549,515	0.9%	62.0%
Salida de Excursionistas del DF al Interior (Sin Pernocta)	13,391,661	13,568,006	1.3%	27.5%
Salida de Excursionistas del DF a la ZMVM (Sin Pernocta)	16,886,690	16,981,509	0.6%	34.5%
Ambos Viajes: Turistas y Excursionistas (Con y Sin Pernocta)	1,339,161	1,356,795	1.3%	2.8%

Fuente: Secretaría de Turismo del Distrito Federal.

Derrama económica neta

El gasto de los visitantes al Distrito Federal en 2013, estimado en 94, 262 millones de pesos, equivale a 7,378 millones de dólares se compone del gasto de turistas, el 79.4% (74,846 millones de pesos), de los excursionistas el 16% (15,084 millones de pesos), y de los que realizaron ambos tipos de viaje con el 4.6% (4,332 millones de pesos). (Cuadro 3)

Los visitantes de la Ciudad de México hacia otras zonas del país, gastaron 46,471 millones de pesos, equivalente a 3,640 millones de dólares. Al igual que las llegadas, el 73.9% (34,337 millones de pesos) lo realizaron los turistas, el 19.8% (9,206 millones de pesos) los excursionistas, y el 6.3% (2,928 millones de pesos), los visitantes que realizaron ambos tipos de viaje.

Al calcular la diferencia existente entre los ingresos y egresos por concepto de visitantes, el resultado es favorable a la Ciudad de México, con un superávit de 47,791 millones de pesos, lo que equivale a 3,738 millones de dólares.

Cuadro 3. Derrama económica neta del Turismo en el Distrito Federal.

Gasto Total (Pesos)	2012	2013
Entradas	89,252,382,983	94,262,129,126
Salidas	44,941,332,151	46,471,398,770
Saldo	44,311,050,832	47,790,730,356

Fuente: Secretaría de Turismo del Distrito Federal.

Ingreso por divisas.

El turismo se configura como una muy importante fuente de divisas para la Ciudad. En 2012, el turismo generó 1, 699.5 millones de dólares; para el mismo año, la industria química, que entre 2007 y 2012 representa el 48% de las exportaciones totales del DF, generó 1,517.9 millones de dólares y, las remesas que se recibieron en el mismo año fueron 1,013.6 millones de dólares. Para 2013 se estima que por la actividad turística ingresaron 1,880.6 millones de dólares mientras que por remesas, ingresaron 1,393.2 millones de dólares. Las tasas medias de crecimiento para estos rubros son: para las exportaciones (2007-2012) 4.01%; entre 2009 y 2013, las remesas presentan una tasa de crecimiento medio anual de 9.59% y los ingresos por turismo internacional, para el mismo periodo han crecido a una tasa media anual de 8.17% (Con datos de INEGI, Banxico).

En lo global

Los acontecimientos mundiales han tenido un impacto creciente en las ciudades, regiones y territorios donde se concentra gran parte de la sociedad contemporánea, desde un punto de vista económico y geográfico. A partir de 1998 la globalización ha convertido en objeto de estudio a las Ciudades y a las empresas, como centros de decisión que afectan el funcionamiento mundial y en algunos casos trascienden a los propios gobiernos nacionales.

La Ciudad de México se ubica como una “ciudad global α ”, de acuerdo a la categorización que de las ciudades más importantes del mundo lleva a cabo la Red de Investigación de Ciudades Globales (GaWC), con sede en el Departamento de Geografía de Universidad de Loughborough en el Reino Unido (<http://www.lboro.ac.uk>). Esta clasificación de GaWC, con base en diferentes factores, ubica a las ciudades en tres niveles básicos a partir de las letras del alfabeto griego α (alfa), β (beta) y γ (gama), los cuales se subdividen en α^{++} , α^+ , α y α^- ; β^+ , β y β^- , y por último γ^+ , γ y γ^- , así ofrece una visión geográfica y económica de las ciudades globales del mundo, basada en su configuración, evolución y conectividad internacional.

Si se observa el mundo desde el punto de vista de la conectividad de las principales ciudades, surge una nueva imagen donde cada ciudad está orientada prácticamente a otras ciudades del mismo nivel de interconectividad. Los mapas nacionales o continentales, dan paso a una nueva configuración mundial que pretende ser un archipiélago, donde cada ciudad aparece separada por completo de su situación geográfica (unidad política) pero rodeada y cerca de otras ciudades del mismo nivel. Los principales parámetros para la nueva configuración mundial o global, se basan en las conexiones mutuas, principalmente las generadas por los flujos económicos.

En esta clasificación, acompañan a la Ciudad de México en el mismo nivel otras 17 ciudades ubicadas en tres continentes y diferentes regiones americanas. Cabe destacar que de acuerdo con la clasificación, la ciudad de Los Ángeles se constituye en el principal punto nodal de conectividad de la Ciudad de México hacia otras ciudades ubicadas en diferentes regiones del mundo. De este análisis también se aprecia que desde un punto de vista latinoamericano, las ciudades que comparten el mismo nivel de conectividad son Buenos Aires en la Argentina y Sao Paulo en Brasil.

El Programa General de Desarrollo del Distrito Federal plantea que este se constituye en una ciudad dinámica, compacta, policéntrica, competitiva y sustentable. Estudios empíricos sobre regiones urbanas policéntricas tienden a analizar su organización espacial mediante el examen de un único tipo de vínculo funcional entre las ciudades. Sin embargo, generalmente se aceptó que las redes urbanas son fenómenos múltiples y que las interacciones espaciales entre ciudades no se pueden aislar y pueden tomar formas diferentes, por ejemplo, desplazamientos, compras, viajes y el comercio entre personas y empresas. La organización espacial de cada uno de estos vínculos funcionales no es necesariamente idéntica y, por tanto, una región puede parecer policéntrica - espacial – integrada, basado en el análisis de un tipo de vínculo funcional pero monocéntrica y conectada libremente basada en el análisis de otro tipo de vínculo funcional como puede ser el caso del turismo. (Burger, M.J., Knaap, B. van der y, Wall R.S. Polycentricity and the Multiplexity of Urban Networks GaWC).

El término policéntrico se ha introducido principalmente para fomentar una distribución espacial más equilibrada de las actividades económicas entre las unidades geográficas (metrópolis, ciudades, regiones), a través de áreas específicas con mayores niveles de competitividad urbana y regional. La lógica detrás de este tipo de políticas, difiere de una zona a otra y va desde la excesiva concentración de las actividades económicas en un lugar, y la infrautilización de los recursos en otros lugares, para evitar el éxodo de las zonas rurales, promover el desarrollo sostenible con el medio ambiente y aumentar la cohesión económica y social y la solidaridad en general.

El Turismo como actividad económica de los núcleos urbanos

Desde hace varias décadas, en las sociedades postindustriales, el turismo es una realidad inseparable de los procesos que viven las ciudades y sus áreas metropolitanas, básicamente porque las dinámicas asociadas a la reestructuración productiva favorecen que los núcleos urbanos se conviertan en entornos privilegiados para el desarrollo de la actividad turística. Por ello, cada vez es mayor el número de ciudades que tienen en el turismo uno de sus principales protagonistas, ya que esta actividad es capaz de reemplazar y complementar algunos de los sectores económicos tradicionales o ya desgastados (PricewaterhouseCoopers, Emerging 7 Cities Report 2013, A Cities of Opportunity special edition. 2013).

El turismo, cumple con una función claramente económica y de reestructuración del territorio, impulsado y acompañado de al menos tres grandes tendencias: el espectacular desarrollo de la movilidad recreativa y en particular del turismo de corta duración; el papel de los recursos culturales y patrimoniales que actúan como nuevas atracciones; y la reestructuración y regeneración del espacio urbano, el paisaje, su imagen y atractivo.

El turismo urbano y metropolitano permite hacer rentable social y económicamente parte importante de las grandes inversiones públicas, por lo que las dinámicas de producción y consumo turísticos forman parte del mismo proceso de construcción de las ciudades.

La concentración de atractivos, actividades, innovación, talento y creatividad en las grandes ciudades del mundo, hace que las metrópolis se conviertan aún en más productivas, hasta el punto de convertirse en motores principales de crecimiento económico y de la competitividad.

Las ciudades globales como la Ciudad de México, son puertas de entrada, centros de distribución, referentes culturales, de esparcimiento y núcleos de consumo, comercio, producción y negocios. En ellas el turismo y la innovación se convierten en verdaderos ingredientes de competitividad entre ciudades, en buena medida porque son estimuladores y avales de la misma competitividad y de la calidad de vida urbana. Son ejes centrales para mejorar estos dos conceptos.

La infraestructura de transporte y hospitalidad en las ciudades, tanto en cantidad como calidad, son claves para desarrollar las interconexiones como motores de su desarrollo. La ciudad, de México en su conjunto, representa un producto de consumo turístico relevante. Cuenta con algunas zonas claramente diferenciadas y destinadas a satisfacer la demanda de turismo, lo cierto es que la globalidad de la ciudad y de su territorio circundante actúan como atractivos naturales del flujo de visitantes, por lo que el conjunto de la realidad urbana se convierte automáticamente en el principal atractivo turístico.

En este panorama de crecimiento y de fuerza, la Ciudad de México es una auténtica megalópolis y su actividad se expande más allá de los límites administrativos de su territorio, superando así las clásicas delimitaciones y efectuando un verdadero salto de escala de sus dimensiones territoriales y simbólicas. La imagen, las infraestructuras de acceso y los equipamientos

(Alojamientos, servicios, centros feriales, museos, centros culturales, espacios y eventos de entretenimiento, comercio y restaurantes, etc.) y la capacidad de carga (física y percibida) marcan su capacidad de atracción y condicionan la calidad de vida de sus habitantes.

El alcance geográfico de un destino turístico se modifica con el paso del tiempo, y queda condicionado por las facilidades de movilidad, por la puesta en valor de nuevos sitios con atractivos y actividades turísticas y por la creación de nueva oferta de alojamiento.

Vivir y convivir sería un lema actual de la ciudad de México, basada en un modelo que aborde lo global desde lo local, de tal manera que, a pesar de las interconexiones con las principales ciudades del mundo -no sólo administrativas, también artísticas, tecnológicas o económicas- su identidad específica prevalece, algo fundamental para un turismo cada vez más exigente.

Avanzar en el sentimiento de la ciudad como algo propio, donde la vida cotidiana de cada cual está en continua vinculación con la arquitectura, los espacios verdes y las zonas de esparcimiento -con independencia de si es residente habitual o no- es la meta que hoy se persigue. La integración y fusión de culturas, la firme apuesta por la creación de eventos internacionales, la innovación constante y, la sostenibilidad a la hora de diseñar, con absoluto respeto del medio ambiente, los nuevos edificios que el crecimiento natural de la ciudad y sus extensiones en la zona metropolitana es el camino por el que la Ciudad de México transita.

Mercado turístico internacional de la Ciudad de México

La Ciudad de México cuenta con un mercado turístico diversificado, pues a diferencia del mercado internacional del país, no únicamente se depende de los viajeros norteamericanos, sino que poco a poco se ha venido ampliando y diversificando el mercado con otros países y regiones, tal es el caso del procedente de los países sudamericanos y centroamericanos. La distribución por regiones de la llegada de extranjeros a la ciudad en el 2013 fue de la siguiente forma: Norteamérica con el 39.2%; Sudamérica con el 26.9%; Europa con el 20%; Centroamérica con el 6.4%; Asia con el 4.8%, y el Caribe, Oceanía y África con participaciones marginales de tan sólo el 1.5, 0.9 y 0.3%.

Los 20 países más importantes de donde provienen los turistas de la Ciudad de México durante el 2013 fueron:

Estados Unidos con 947,405 turistas; de Colombia 153,556; Brasil con 144,400; de España 134,590; Argentina con 118,767; Venezuela con 103,834; Perú con 100,230; Francia con 91,702; Canadá con 91,173; Alemania con 76,167; Guatemala con 59,858; Italia con 52,310; Costa Rica con 48,158; Chile con 47,031; Reino Unido con 40,679; Japón con 40,110; Cuba con 28,273; Ecuador con 26,169; China con 22,407 y El Salvador con 22,325 turistas. En conjunto estos 20 países representaron el 89% del mercado internacional.

La conectividad aérea de la Ciudad de México con los diferentes aeropuertos del mundo a través del AICM, muestra una gran posibilidad de crecimiento, en virtud de que posibilita el acceso a un mercado potencial de 402 millones de personas. Considerando a la población reportada en los censos de cada país, se cuantifica el mercado potencial por región quedando de la siguiente manera:

El norteamericano se cuantifica en 157 millones 801 mil personas;

El mercado sudamericano en 76 millones 983 mil personas;

El mercado europeo en 62 millones 847 mil personas;

El mercado centroamericano con 7 millones 480 mil personas;

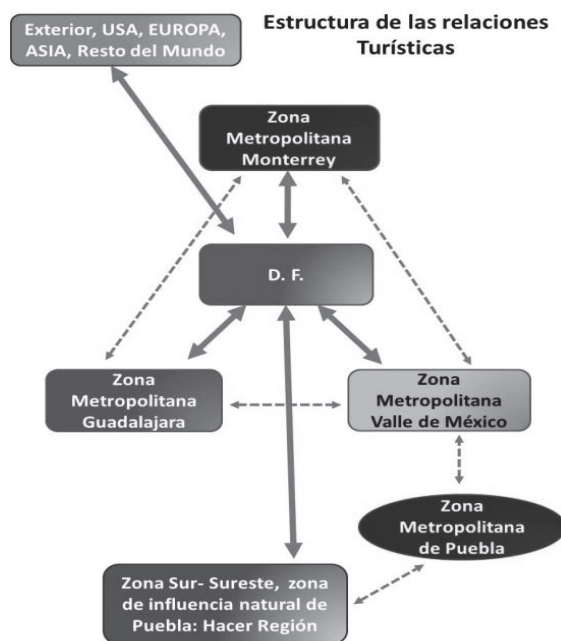
El mercado asiático con 87 millones 44 mil personas, y

El mercado caribeño con 9 millones 896 mil personas.

Esta estimación permite definir las estrategias de promoción para tres tipos de mercados en el exterior: los consolidados, los potenciales en crecimiento, y los exploratorios con posibilidades de apertura.

Contexto Nacional

A nivel nacional se puede entender que la Ciudad de México al ser sede de los poderes de la Unión, concentra gran parte de la actividad política y económica del país. Esto desde el punto de vista turístico, la ubica en una posición preponderante con las demás entidades federativas y con las principales zonas metropolitanas del país.



Desde el punto de vista nacional y de acuerdo con las distancias, el tiempo de desplazamiento y la llegada de viajeros por el medio terrestre y aéreo, se identifican claramente tres tipos de mercados: de corto, de mediano y de largo alcance. Estos no se circunscriben en un contexto estatal y/o de entidad federativa, sino en el metropolitano donde se concentra más del 70% de la población del país (INEGI y CONAPO. Estimaciones del Grupo Interinstitucional con base en el Censo de Población y Vivienda 2010, Marco Geoestadístico Nacional 2010, Declaratorias y Programas de ordenación de zonas conurbadas y zonas metropolitanas).

Los mercados de corto alcance son las zonas metropolitanas que muestran cercanía con la Zona Metropolitana del Valle de México la más grande del país (16 delegaciones políticas en el DF y 60 municipios conurbados: 59 del Estado de México y uno del Estado de Hidalgo) en la cual la participación del Distrito Federal es preponderante y que abordarán más específicamente cuando se analice el Contexto Regional y local.

Los mercados de mediano alcance lo constituyen: la ZM de Guadalajara en Jalisco (8 municipios), la ZM de Monterrey, Nuevo León (13 municipios); la ZM de Tampico – Madero en Tamaulipas (5 municipios), la ZM de Veracruz – Boca del Río en Veracruz (5 municipios), y la ZM de Villahermosa en Tabasco (2 municipios).

Los de largo alcance se integran por: ZM de Tijuana – Tecate – Ensenada, así como la de Mexicali en Baja California (5 municipios), las ZM de Chihuahua y Ciudad Juárez, en Chihuahua (4 municipios), la ZM de Culiacán en Sinaloa (1 municipio), la ZM de Mérida – Progreso en Yucatán (5 municipios), la ZM de Cancún – Playa del Carmen en Quintana Roo (4 municipios), y la ZM de Tuxtla Gutiérrez (3 municipios).

Con base en esta distribución geográfica, la integración de mercados se da por la influencia de los núcleos de población, que son sobre los que gravitan los flujos de personas hacia y desde la Ciudad de México.

El mercado turístico total de la Ciudad de México, lo integran 137 zonas metropolitanas del país, que concentran una población de más de 57.5 millones de habitantes, sin incluir la población de la Zona Metropolitana del Valle de México.

De acuerdo con la encuesta del Perfil del Turista que visita la Ciudad de México 2013, los turistas nacionales, provienen principalmente de los estados del Centro – Bajío del país (40%). Uno de cada tres viajeros proviene de cinco estados: Jalisco (8%); Estado de México (7.1%); Veracruz (6.7%); Puebla (6.7%) y Guerrero (5.4%).

Contexto Regional

El contexto regional lo integran los estados limítrofes con la ZMVM. Estos son: de la ZM de Puebla y Tehuacán en Puebla, parte del Estado de México, principalmente de la ZM de Toluca, Valle de Bravo e Ixtapan de la Sal, exceptuando los 59 municipios conurbados; de Veracruz particularmente de la ZM de Orizaba, Córdoba y Fortín de las Flores, así como de Perote; de Cuernavaca, Tepoztlán, Yautepec y Cuautla en Morelos; de Pachuca, Tula y Tulancingo en Hidalgo; de Zitácuaro, Cd. Hidalgo y Maravatío en Michoacán; de la ZM de Celaya y San Miguel de Allende en Guanajuato, de la ZM de Querétaro, San Juan del Río y Tequisquiapan, de la ZM de Tlaxcala, Huamantla y Apizaco, así como Iguala, Taxco y Chilpancingo en el Estado de Guerrero. Estas entidades concentran 23 zonas metropolitanas con 11.2 millones de habitantes, en un rango de acción de tres horas por la vía terrestre a la Ciudad de México. De estos estados existe un flujo importante de excursionistas hacia la Ciudad de México (viajes de ida y regreso), los cuales durante el 2013 se cuantificaron en poco más de 20 millones de viajes - personas (ver diagrama de llegadas al DF).

Contexto Metropolitano

La ZMVM encabeza el sistema nacional de ciudades como el principal lugar central oferente de bienes y servicios, y cuya área de influencia es, en mayor o menor intensidad, prácticamente la totalidad del territorio de la República Mexicana. Es reconocido su tamaño de población, pues en el 2013 se estimaba en 20 millones 885 mil habitantes (Estimación de SECTURDF a partir de las proyecciones poblacionales al 2030, del Consejo Nacional de Población (CONAPO), de los cuales los municipios conurbados al Distrito Federal (59 del Estado de México y 1 de Hidalgo), representaron el 57.4% y el Distrito Federal el 42.6%.

Para el 2018, se estima que la población de la ZMVM será del orden de los 21 millones 652 mil habitantes: 59.4% corresponderá a la población de los municipios conurbados y el restante 40.6% al Distrito Federal. La población del Distrito Federal se estima decrecerá (1.22%), en el período de 2013 a 2018, razón por la cual, la fuerza de trabajo se concentrará en los municipios conurbados, dado que ahí la población crecerá en el mismo período un 7.27%.

En el Distrito Federal la población envejecerá más, a diferencia de la que vive en el estado de México, pues se estima que el 34% se ubicará en los rangos de edad superiores a los 45 años. El número de hogares será mayor (2, 685,064 en 2018), pero sus integrantes disminuirán, al pasar de 3.5 miembros por hogar en 2013 a 3.3 en el 2018.

Así, mientras que el Distrito Federal se constituye fundamentalmente en el ámbito de trabajo, los municipios conurbados del Estado de México son de habitación, por lo que la relación funcional entre ambas entidades propicia una creciente e intensa movilidad cotidiana de la población en el interior de la ZMVM. Las zonas centrales de la Ciudad tienen mayor atractivo por la diversidad y mezcla de usos e historia, si a ésta zona se le agregan las zonas poniente y sur de la capital, dispone de mejores equipamientos de salud, educación, cultura y recreación y goza de mayor calidad y nivel de servicios públicos. Así se encuentra que el 60% del PIB de los servicios de la Zona Metropolitana del Valle de México se genera solamente en las delegaciones Miguel Hidalgo, Cuauhtémoc y Álvaro Obregón (INEGI, citado por Programa Sectorial de Desarrollo Urbano y Espacio Público).

En la ZMVM, se generan diariamente un volumen de 23, 043,204 viajes (Estimación de SECTURDF con base en INEGI, SETRAVI, Encuestas Origen – Destino 1994 y 2007) en días hábiles, lo que da un total de 5,792 millones de viajes personas al año, el 56.2% se producen en el Distrito Federal, y el restante 43.8% en los municipios conurbados.

La Encuesta Origen – Destino identifica los volúmenes de personas viajan de los municipios conurbados al Distrito Federal, y viceversa y, los propósitos de viaje. Por orden de importancia estos son: Regresar a casa (49.4%), Trabajo (25.5%), Ir a estudiar (8.8%), Llevar o recoger a alguien (5.5%), Compras (4.9%), Social y Diversión (2.8%), Trámite (1.8%), Relacionado con el trabajo (1.2%), Ir a comer (0.6%), y Otro (4.1%). Los viajes de acuerdo al ámbito geográfico se dan de la siguiente forma: 48.4% con origen y destino en el Distrito Federal; 9.9% del Distrito Federal al Estado de México; 10% del Estado de México al Distrito Federal; 31.3% con origen y destino en el Estado de México, y 0.45% para “otros” y “no especificados”.

De este volumen de viajes, y con base en la definición de “Turismo Social” como la actividad encaminada a que los habitantes de cualquier nivel socioeconómico, accedan a los atractivos turísticos de su localidad, para efectos turísticos se han considerado tres propósitos de viaje con impacto en el Distrito Federal (Excursionistas del Edo. de México e Hidalgo en

la ZMVM → DF - llegadas) y en el Estado de México (Excursionistas del DF → Edo. de Mex. e Hidalgo en la ZMVM - Salidas), estos son: por motivo de compras, los de social y diversión y los exclusivos para comer, lo que se conoce como excursionistas o, turistas sin pernocta.

Para 2013, se estima que los excursionistas por estos motivos fueron:

Llegaron al Distrito Federal, 52, 846,793 personas, de las cuales 32, 092,789 (60.7%) viajaron para “Compras”; 19, 460,591 (36.8%), por concepto de “Social y Diversión”, y 1, 293,413 (2.5%) para “Ir a comer”.

Salieron del Distrito Federal a los municipios conurbados, 16, 981,509 personas, de las cuales 5, 953,995 (35.1%) viajaron para “Compras”; 9, 048,924 (53.3%), por concepto de “Social y Diversión”, y 1, 978,590 (11.6%) para “Ir a comer”.

Es importante hacer referencia a varios conceptos que pudieran crear confusión en cuanto al turismo que se da en la ZMVM. Como se comentó dos párrafos arriba, el concepto de “Turismo Social” de acuerdo con la LTDF considera a toda la población de la localidad como sujetos de la actividad turística, que para este caso es el Distrito Federal y con un sentido social y metropolitano, también involucra a los municipios conurbados. De todo el volumen de viajes que se dan en la ZMVM, el considerado en la actividad turística de la ZMVM, de viajes hacia el Distrito Federal, representó el 2.1% del total de viajes que se generan en los municipios conurbados, y en los viajes del Distrito Federal hacia los municipios conurbados, tan sólo fue del 0.5% del total de viajes que se generan en las 16 delegaciones de la ciudad.

Se ha señalado que es difícil distinguir el consumo local del turístico. Es por ello que se requiere una estimación de la cuenta satélite de turismo metropolitana que permita medir el impacto del turismo en la actividad económica de la Ciudad. Con un sistema de contabilidad mundialmente aceptado, permitiría establecer una estimación confiable de este impacto.

Un concepto alternativo para los movimientos metropolitanos es el de “población flotante” (GARROCHO, et al. 2011. Población flotante, población en movimiento: conceptos clave y métodos de análisis exitosos ed. Raúl Romo Viramontes. CONAPO, Colegio Mexiquense AC). Sin embargo, no existe como tal una definición clara de lo que es, algunas de ellas para tratar de aclarar un poco más el concepto aquí incorporado en la estadística turística de la Ciudad de México. Las definiciones son:

En México, la población flotante se ha definido “como aquella que viaja de un lugar a otro y se encuentra en un momento dado en un lugar, independientemente del tiempo que tiene de vivir en el mismo, pero cuyo lugar de residencia habitual no es dicho lugar.” (Chávez y Corona, 2006: 2). Se entiende como población flotante “la población que no vive en la ciudad pero que la usa” Ziccardi (1999). La población flotante es “la que utiliza un territorio, pero cuyo lugar de residencia habitual es otro”. La población flotante, sumada a la población residente efectiva, permitirá determinar la “carga de población” que realmente soporta cada territorio.

Por otra parte las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo, (ONU, OMT, 2008) establece que “El entorno habitual de una persona”, es un concepto clave en turismo y se define como la zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales. Es una característica que sólo puede asignarse a una persona y que complementa el concepto de país de residencia utilizado en los sistemas de cuentas nacionales y la balanza de pagos, y el de lugar de residencia habitual utilizado en las estadísticas de los hogares.

El propósito de introducir el concepto de entorno habitual es excluir de la categoría de visitantes a aquellos viajeros que se desplazan habitualmente de su lugar de residencia habitual a su lugar de trabajo o estudio, o que visitan con frecuencia ciertos lugares en su vida cotidiana, por ejemplo, hogares de familiares o amigos, centros comerciales, lugares religiosos, centros de salud y cualesquiera otras instalaciones que puedan encontrarse a una distancia considerable o en una zona administrativa diferente, pero que se visitan con regularidad y frecuencia.

Sobre la base de los movimientos habituales, se recomienda que cada país determine el significado preciso de lo que se considera habitual y frecuente en el contexto de sus estadísticas de turismo (La perspectiva de la demanda: conceptos básicos y definiciones).

Por lo anterior y con base en las características de política social, el concepto de excursionista del área metropolitana, fue incorporado a la estadística básica de la ciudad.

Contexto local

Enmarcado en el concepto residencia y movimientos habituales, y con el propósito de cuantificar los flujos internos de excursionistas en el Distrito Federal, también se tomó en consideración las encuestas de origen – destino en la ZMVM.

Para cuantificar el impacto local, otro elemento de juicio fue el de considerar a cada delegación política como una demarcación municipal. Partiendo de estos dos elementos y con base en las encuestas antes mencionadas, se estima que los viajes atraídos internamente por las delegaciones para efectos turísticos durante el 2013 fueron: 283, 151,618 (100 %); de ellos, 167, 399,992 (59.1%) por propósito de “Compras”; 92, 957,205 (32.8%) por concepto de “Social y Diversión”, y 22, 794,421 (8.1%) para “Ir a Comer”. Este volumen representa el 8.7% del total de viajes atraídos por delegación.

De acuerdo con su importancia, la participación de las delegaciones por concepto de turismo (excursionistas) que llegan son: Cuauhtémoc con el 22.5%; Iztapalapa con el 12.7%; Gustavo A. Madero con el 9.4%; Benito Juárez con el 8.2%; Coyoacán con el 7.9%; Venustiano Carranza con el 7.2%; Miguel Hidalgo con el 6.3%; Álvaro Obregón con el 6.0%; Tlalpan con el 5.5%; Azcapotzalco con el 4.0%; Xochimilco con el 2.8%; Iztacalco con el 2.3%; Cuajimalpa de Morelos con el 2.2%; Tláhuac con el 1.2%; La Magdalena Contreras con el 1.1%, y Milpa Alta con tan sólo el 0.5%.

Conclusiones

La pregunta fundamental para la formulación del Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal 2014 – 2018 es: ¿Qué tan competitiva es la Ciudad de México en materia turística?

A nivel nacional es claro el liderazgo del Distrito Federal en muchos aspectos de la actividad turística. Esto se debe en gran medida a su condición de capital del país, lo que se refleja, entre otras cosas, en el desarrollo de su infraestructura, conectividad, recursos humanos y servicios.

Dentro de los aspectos destacables está la oferta de hospedaje con la que cuenta el Distrito Federal la cual se compone de 610 establecimientos con 49,801 habitaciones. Sirva como referencia que en 2011 había más cuartos que en Singapur, y países como Guatemala, Costa Rica y Panamá, representó el 95% del total de cuartos de Israel y el 72% de la oferta de cuartos de Chile.

También destaca la amplia y variada oferta turística de la Ciudad, que cuenta con atractivos para todos los gustos y preferencias: Oferta Cultural, Recursos Naturales, Historia y Tradición, Negocios y Servicios Turísticos de calidad.

Esta oferta turística está apoyada en una sólida infraestructura y un amplio mercado de visitantes de la Ciudad de México que asciende a poco más de los 103 millones al año.

Cuenta con la red de servicios de transporte más completa del país, con uno de los aeropuertos más importantes de Latinoamérica, una amplia cobertura de servicios básicos, es la Ciudad con mayor cantidad de centros de enseñanza turística en todo el país.

A nivel internacional la situación cambia al compararse con otras ciudades del mundo, el Distrito Federal tiene una menor competitividad turística:

Aunque tiene un desempeño positivo en lo que corresponde a la sustentabilidad de su actividad turística ya que se sumó a la red de ciudades que adoptan la denominada Agenda 21, que busca la sustentabilidad y el desarrollo local, se distingue por su legislación de avanzada en materia del respeto a la diversidad sexual, democrática, segura y justa, socialmente incluyente, sustentable y con un gobierno responsable y eficiente, lo que la ha colocado en una posición de vanguardia en el contexto nacional e internacional en materia de tolerancia y promoción de las libertades y en general de todos los derechos humanos.

Además, esta es la única ciudad a nivel nacional, que cuenta con un Acuerdo por el que se emite la Declaratoria de Prioridad de la Actividad Turística como Política del Gobierno.

No obstante, necesita mejorar sus resultados en cuanto al número de visitantes, la derrama económica que estos generan, en la atracción de inversiones, así como en la generación de bienestar para los participantes en esta industria.

La oferta turística de la Ciudad no está lo suficientemente bien estructurada para promover un mayor gasto del turista y por consecuencia una mayor derrama económica. Aunque se conocen los mercados potenciales, la promoción de la Ciudad de México no ha logrado tener un impacto en el mercado objetivo, principalmente en los turistas internacionales. No se ha aprovechado la gran riqueza medio ambiental que tiene el Distrito Federal ni se ha promovido el mercado ecoturístico.

Es necesario elevar la calidad de los servicios turísticos que se ofrecen a fin de generar un mayor valor agregado y mejores precios para estos servicios.

La Ciudad de México tiene que diversificar aún más su mercado internacional e identificar nuevos segmentos que tengan potencial.

Los empresarios turísticos sienten un ambiente poco favorable para hacer negocios, especialmente por la inseguridad y la normatividad existente.

No se ha logrado tener una comunicación adecuada con los turistas a través del uso de las Tecnologías de Información y Comunicación.

Proyecciones de los indicadores clave

De acuerdo a la tendencia mostrada, la tasa de crecimiento de los turistas hospedados en hoteles entre 2013 y 2018 se mantendría alrededor de 1.4%. Aquí se presenta una proyección del comportamiento de los indicadores bajo esta hipótesis, los indicadores que se publican cotidianamente en el sitio web de la secretaría de Turismo tendrían el siguiente comportamiento.

Expectativas de Indicadores clave de la actividad turística en la Ciudad de México 2014 – 2018

Concepto	2012	2013	2014 ^{1/}	2015 ^{1/}	2016 ^{1/}	2017 ^{1/}	2018 ^{1/}	Acumulado 2014-2018
Establecimientos de hospedaje ^{2/3/}	603	605	605	605	605	605	605	605
Cuartos ^{2/3/}	49,194	48,844	48,844	48,844	48,844	48,844	48,844	48,844
Turistas hospedados en hoteles	12,305,483	12,677,217	12,448,395	12,591,367	12,636,483	12,741,145	12,859,874	63,277,264
Turistas nacionales hospedados en hoteles	10,028,535	10,298,530	10,008,779	10,098,656	10,170,323	10,261,713	10,295,519	50,834,990
Turistas internacionales hospedados en hoteles	2,276,948	2,378,687	2,439,616	2,492,711	2,466,160	2,479,432	2,564,355	12,442,274
Turistas hospedados en casa de familiares, amigos y otros	14,980,261	15,383,573	14,950,750	15,085,005	15,192,059	15,328,574	15,379,072	75,935,460
Gasto Total en mdp ^{4/}	53,348	56,710	59,224	62,144	63,903	66,110	68,854	320,236
Gasto Total de internacionales en mdp ^{4/}	22,312	24,050	26,609	28,285	28,853	29,879	31,667	145,294
Gasto Total de nacionales en mdp ^{4/}	31,036	32,660	32,615	33,859	35,050	36,231	37,187	174,942
Gasto Total en mdd ^{5/}	4,064	4,438	4,387	4,489	4,514	4,582	4,706	22,679
Gasto total de internacionales en mdd ^{5/}	1,700	1,881	1,971	2,043	2,038	2,070	2,164	10,286
Gasto total de nacionales en mdd ^{5/}	2,365	2,557	2,417	2,446	2,477	2,512	2,542	12,393
Porcentaje de ocupación	60.28	64.79	63.62	64.35	64.58	65.12	65.72	65.72

^{1/} Cifras estimadas.

^{2/} Oferta disponible al final de cada periodo. Los cuartos y los establecimientos se mantienen constantes para estimación de turistas para el periodo 2014-2018.

^{3/} Incluye Clase Especial y Sin Clasificación

^{4/} Solo considera el efectuado por turistas hospedados en establecimientos de hospedaje. El gasto en pesos no coincide con lo publicado anteriormente, debido a que se llevó a cabo un cambio en la metodología; en lugar de tomar en cuenta el índice inflacionario se toma el índice nacional de precios al productor Base junio 2012=100 (SCIAN 2007) del INEGI, Producción total según actividad económica (finales más intermedios, clasificación SCIAN 2007), actividades terciarias, 72 servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas, 721 servicios de alojamiento temporal. Para el gasto de los internacionales se toma el dato del gasto en dólares de los turistas de internación que publica BANXICO, aplicando el tipo de cambio FIX.

Para el Gasto en mdd de los turistas internacionales, se toma el dato en dólares de los turistas de internación que publica BANXICO. Para el periodo 2014-2018, se estimó considerando el comportamiento del tipo de cambio FIX y el gasto en dólares de los turistas de internación mediante tendencia estadística. Para el gasto en mdd de los nacionales, se obtiene de dividir el gasto en pesos entre el tipo de cambio FIX. Para el periodo 2014-2018, mediante tendencia estadística del Índice nacional de precios al productor, producción total, según actividad económica de origen SCIAN 2007 del INEGI

Nota: En el 2012 se llevó a cabo una validación exhaustiva de la oferta de establecimientos de hospedaje, lo que permitió identificar y eliminar establecimientos que estaban registrados sin operar.

Para el dato de turistas hospedados en casa de familiares, se tomó como base la Encuesta Ingreso-Gasto de Hogares en Turismo de INEGI-SECTUR Federal 2011.

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal.

FODA General de la Actividad Turística en la Ciudad de México.

A fin de realizar el análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) para establecer la mejor estrategia a seguir en el futuro, se tomó como base la información generada en el Diagnóstico Situacional previo, así como en las encuestas aplicadas a empresarios y representantes del sector turístico del Distrito Federal por parte del Tecnológico de Monterrey y la información comentada por los diferentes sectores turísticos en los foros de consulta que se realizaron para la elaboración del Programa Sectorial de Turismo de la Ciudad de México (ACTCM).

	Fortalezas	Debilidades
1	La oferta turística del Distrito Federal, desde el punto de vista de producto, presenta importantes ventajas comparativas como singularidad, diversidad, autenticidad, complementariedad y flexibilidad.	Conocimiento parcial de las características y comportamiento de los visitantes que llegan a la Ciudad.
2	Existencia de atractivos de todo tipo, principalmente culturales e históricos, que pueden ser integrados en circuitos y rutas, a fin de aprovechar la amplia oferta turística complementaria en el todo el destino.	Planeación y regulación del turismo del Distrito Federal que cuenta con escasa participación local (Delegaciones).

3	Nivel competitivo de precios a nivel internacional, aunque en el contexto regional se puede considerar un destino con precios altos.	Las instituciones del gobierno del Distrito Federal cuentan con agendas propias en relación al turismo, propiciando desinformación y descoordinación dentro del sector.
4	Existencia de recursos institucionales para efectuar campañas promocionales, tanto internas como externas, de gran alcance.	Deficiente desarrollo del ordenamiento del territorio (tanto urbano como rural) para promover el sector turístico.
5	Leyes e instituciones turísticas que son favorecedoras del desarrollo integral del sector.	Estructuración desordenada de la oferta de productos turísticos e insuficiente implementación de los servicios complementarios de acuerdo a las necesidades de los mercados actuales.
6	Importantes asociaciones turísticas, operadores y desarrolladores turísticos con poder de interlocución y comprometidos con el desarrollo de la actividad.	Baja percepción de turistas y oferentes de servicios turísticos respecto a la seguridad de la ciudad y a la calidad de sus servicios públicos.
7	Existencia de un mercado real y potencial de relevancia para la actividad turística de la Ciudad.	Deficiencia y/o carencia de infraestructura básica, así como de vías de acceso y equipamiento turístico en algunas zonas de la ciudad (falta de zonas de ascenso/descenso de transportes, espacios para aseo personal y para la observación de recursos turísticos).
8	Factibilidad real -técnica, política y económica- de estructurar nuevos productos, servicios y actividades en función de las necesidades de los mercados específicos detectados.	Falta de capacitación sobre el turismo y su importancia en el personal que no pertenece directamente a la industria pero que tiene un acercamiento directo con los visitantes (ej. Policías).
9	El principal aeropuerto internacional del país se ubica en la Ciudad de México, lo que facilita el acceso de visitantes.	Insuficientes investigaciones y estudios especializados del sector turístico con análisis estadístico y cuantitativo que esté vinculado con problemáticas directas de la industria.
10	Crecimiento de los vuelos de larga distancia desde y hacia Europa, Asia y América Latina.	Falta mayor información y datos de la actividad turística (ej. PIB turístico) y la existencia de un sistema o plataforma que permita la actualización de la misma por parte de los principales actores del sector en el Distrito Federal.
11	Existencia de universidades -públicas y privadas- que realizan importantes esfuerzos para formar nuevos profesionales para el sector turismo, así como investigaciones en la materia.	Existencia de espacios urbanos con gran valor turístico en condiciones de abandono y/o con presencia de residuos sólidos, generando mala imagen a la Ciudad.
12	Se cuenta con una oferta turística complementaria sólida (amplia oferta gastronómica, red de guías de turistas y prestadores de servicios turísticos, así como numerosos recursos turísticos).	Zonas rurales con potencial turístico desaprovechadas por falta de infraestructura y vías de acceso para los visitantes.

	Fortalezas	Debilidades
13	Es una ciudad moderna y cosmopolita en donde aún existen grupos sociales que conservan costumbres de origen ancestral, con un atractivo turístico significativo.	Difusión insuficiente y descoordinada de todas las actividades turísticas que se realizan en el Distrito Federal.
14	Se cuenta con vestigios arquitectónicos de importantes civilizaciones anteriores, con un valor cultural y turístico a nivel internacional.	Campañas de promoción y publicidad de organismos públicos y privados con bajo impacto en los turistas, sin enfoque en los nichos que generan mayor beneficio.
15	Está presente una arquitectura de vanguardia y hay una activa participación de artistas internacionalmente reconocidos en el mobiliario y revestimiento urbano.	Imposibilidad para lograr mayores tasas de crecimiento del turismo internacional en comparación con otras ciudades del mundo.
16	Es una ciudad multicultural, lo que facilita y hace posible su apertura al mundo.	Esquema de crecimiento centrado en los primeros cuadros de la ciudad, lo que ha provocado una dependencia en estas zonas y una débil diversificación de la oferta turística.
17	Fuerte posicionamiento, nacional e internacional, de la imagen de la Ciudad de México.	Falta de mayores apoyos a la creación de micro empresas turísticas.
18	Existencia de leyes, planes y programas que promueven el desarrollo del turismo a nivel federal y local, como una de las actividades relevantes en el desarrollo económico del país.	Poca efectividad para informar sobre programas turísticos impulsados por el Gobierno del Distrito Federal (ej. Pase Turístico).
19		Peligro de degradación de los atractivos turísticos con fuerte presencia de naturaleza, por su uso masificado o inadecuado (ej. Xochimilco).
20		Mayor intensidad en el uso de recursos naturales, como el agua, gas y la vegetación, con el consecuente impacto negativo en diferentes zonas de la ciudad.
21		Necesidad de generar una mayor participación del sector privado en el desarrollo de proyectos públicos, mediante una figura de Asociaciones Público-Privadas en el Distrito Federal.
22		Persistencia de inestabilidad política-social en el país que provoca la presencia de marchas, plantones y manifestaciones con perjuicio de la imagen del Distrito Federal a nivel nacional e internacional.

	Oportunidades	Amenazas
1	En la Ciudad de México se ubican las principales agencias de atención al ciudadano, policíacas y de atención a trámites, lo que facilita la resolución a problemáticas administrativas y de procedimiento que enfrente el turista.	Percepción de México como país inseguro lo cual afecta la imagen de la Ciudad.
2	Por su calidad de capital del país, en la Ciudad se ubican las matrices de los principales corporativos de empresas, de agencias gubernamentales tanto nacionales como internacionales, así como embajadas y consulados, lo que promueve un mayor número de visitas de turistas.	Disminución en el poder adquisitivo de las familias mexicanas con posibilidad de viajar.
3	Interés creciente de visitantes hacia el turismo cultural, el turismo de aventura, el gastronómico y el de naturaleza.	Incertidumbre en el crecimiento económico a nivel mundial, lo que genera la postergación de decisiones de viaje de turistas internacionales.
4	Creciente tendencia internacional en el uso de tecnologías amigables con el medio ambiente en los procesos de prestación de servicios en los destinos turísticos.	Creciente competencia de destinos internacionales con orientación hacia el turismo cultural. En especial, ciudades de Sudamérica, el Caribe y Asia.
5	Nuevos canales institucionales e interés por parte del Jefe de Gobierno de la Ciudad de México para impulsar la actividad turística, así como para fomentar la participación de los diversos actores involucrados en la gestión y organización del turismo.	
6	Existe un proceso de agilización de medios de información, comunicación, promoción y tomas de decisiones apoyadas en las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs).	
7	Mayor exigencia de calidad, seguridad y certidumbre por parte de los turistas, en particular los de mayor poder adquisitivo, a nivel mundial.	
8	Posición geográfica privilegiada. El principal país emisor de turismo en el mundo, Estados Unidos de Norteamérica (EE.UU.), es vecino geográfico y tiene una importante conexión aérea con la Ciudad de México.	
9	Crecimiento de los flujos de personas que arriban al Distrito Federal desde entidades aledañas (crecimiento de excursionistas).	
10	Existencia de metodologías nuevas que permiten profundizar en la información de los visitantes con el uso de aplicaciones innovadoras (TICs).	

Misión

Fomentar el crecimiento y desarrollo sustentable de la actividad turística de la Ciudad de México mediante la planificación, promoción y coordinación de los servicios y atractivos turísticos que potencien las acciones de gobierno, vinculando la participación activa de los actores del sector privado, las diferentes instancias del sector público con las necesidades y expectativas de los visitantes para que estos obtengan una experiencia turística única de calidad y calidez, fortaleciendo la recordación y fidelidad de marca, lo que permitirá al turismo ser un eficaz instrumento de desarrollo económico y un generador de empleos en beneficio de la ciudad y sus habitantes.

Visión

Ser una de las ciudades turísticas más competitivas del mundo, con productos y experiencias únicas y singulares sustentadas en su oferta local, metropolitana y regional; atractivos, actividades e instalaciones de clase mundial, en donde se manifiesta un total respeto a su entorno natural, a las tradiciones y cultura, y donde la inclusión social es un valor.

Objetivos

Elevar el número de los visitantes nacionales e internacionales que visitan la Ciudad de México.

Incrementar la permanencia, gasto y niveles de satisfacción de dichos turistas.

Promover el fomento y desarrollo de la actividad a partir de una mayor inversión pública y privada.

Lograr que el incremento de la actividad turística impacte positivamente la economía de las familias vinculadas al sector y a la conservación de los recursos culturales y naturales de la Ciudad.

Alineación a las Metas Nacionales y Sectoriales a nivel Federal y del Distrito Federal

Con el propósito de realizar un trabajo coordinado e intersectorial entre los tres órdenes de gobierno mediante la alineación de esfuerzos de la acción pública con un sentido de transversalidad, a continuación se muestra la alineación de las metas y objetivos nacionales establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018, con los ejes estratégicos del Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013 – 2018, y con los programas sectoriales de turismo Federal y local.

Alineación de los objetivos de los programas sectoriales Federal y del DF con el PND					
Meta Nacional	Objetivo de la Meta Nacional	Estrategia(s) del Objetivo de la Meta Nacional	Objetivos del Programa Sectorial Federal	Ejes Estratégicos del PGDDF	Objetivo del Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal
México Próspero	Objetivo 4.11. Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.	Estrategia 4.11.1. Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico.	1. Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico.	Eje 3. Desarrollo Económico Sustentable	Objetivo 1. Elevar el número de los visitantes nacionales e internacionales que visitan la Ciudad de México.
		Estrategia 4.11.2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.	2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística.		Objetivo2. Incrementar la permanencia, gasto y niveles de satisfacción de dichos turistas.

		<p>Estrategia 4.11.3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos.</p>	<p>3. Facilitar el financiamiento y la inversión público - privada en proyectos con potencial turístico.</p> <p>4. Impulsar la promoción turística para contribuir a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector.</p>		<p>Objetivo 3. Promover el fomento y desarrollo de la actividad a partir de una mayor inversión pública y privada.</p>
		<p>Estrategia 4.11.4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.</p>	<p>5. Fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras.</p>	<p>Eje 1. Equidad e Inclusión Social para el Desarrollo Humano</p>	<p>Objetivo 4. Lograr que el incremento de la actividad turística impacte positivamente la economía de las familias vinculadas al sector y a la conservación de los recursos culturales y naturales de la Ciudad.</p>

Estrategia sectorial

I. IMPULSO AL TURISMO SOCIAL: Realizar acciones para que más personas disfruten de la oferta turística con la que cuenta el Distrito Federal.

Aumentar el acceso a la recreación de los grupos vulnerables: personas con discapacidad, adultos mayores, mujeres, jóvenes y niños mediante programas que otorgan descuentos, ofertas y paquetes. (Turismo social en la Ciudad de México).

Fomentar la participación de los habitantes de la Ciudad de México y de sus visitantes en las diversas expresiones del turismo, nacional e internacionales.

II. IMPULSO A LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS. Fomentar la mejora continua en las empresas del sector a través de programas de capacitación y certificación.

Atención a MIPyMES

Promoción de la certificación de competencias laborales

III. CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS INTEGRALES Y SUSTENTABLES: Desarrollo de productos novedosos e integrales que incorporen las mejores prácticas a nivel mundial, manteniendo la identidad cultural de la Ciudad de México y promoviendo el desarrollo sustentable de la actividad turística.

Diversificar e innovar nuevos productos turísticos para desarrollar los diversos segmentos potenciales con que cuenta la Ciudad (Diversificación e innovación de los productos turísticos).

- a. Religioso
- b. Cultural
- c. Espectáculos
- d. Deportivo
- e. Gastronómico

- f. Compras
- g. Salud y bienestar

Desarrollar y promover, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad, la oferta turística basada en criterios de sustentabilidad, ecoturismo, turismo rural, comunitario, de aventura. (Turismo Verde).

IV. POSICIONAMIENTO DE LA CIUDAD DE MÉXICO: Promover al Distrito Federal como un destino de clase mundial y hacer énfasis en la promoción de atractivos turísticos dirigidos a segmentos específicos: cultura, negocios, turismo de naturaleza, salud y religión a través de nuevos canales de comunicación e información apoyados en el uso de las tecnologías de información y comunicación.

Desarrollo de espacios de libre acceso a Wifi en zonas turísticas así como de aplicaciones tecnológicas móviles con información turística para fortalecer los canales de comunicación con el turista a través del uso de tecnologías de información y comunicación.

Posicionar la Ciudad de México en mercados con potencial de crecimiento futuro o emergente. (Inteligencia de Mercados).

V. DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA: Desarrollo y mejoramiento de la actual infraestructura del Distrito Federal vinculada con la actividad turística, permitiendo un uso intensivo de las nuevas tecnologías de información y comunicación y eco-tecnologías.

Mejorar la imagen urbana, equipamiento y señalamiento vial en cinco zonas y corredores con alta potencialidad turística. (Compactación y Reconversión de Zonas Maduras).

Integrar a nivel macro y micro, los sitios turísticos metropolitanos y regionales favoreciendo la conectividad y la creación de nodos logísticos. (Agenda Turística Metropolitana)

Reforzar la movilidad turística de la Ciudad de México (Turista en Movimiento).

Impulso a la aplicación de tecnologías limpias en la infraestructura actual de la Ciudad de México. (Por un turismo urbano más verde).

Desarrollo de infraestructura hotelera sustentable e infraestructura básica en espacios aledaños a zonas de suelo de conservación de la Ciudad de México (Proyecto de Desarrollo Hotelero Hidrosustentable).

VI. FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN TURÍSTICA: Incrementar la capacidad de gestión que tiene la estructura institucional turística del Distrito Federal a través del fortalecimiento de las funciones, estructura y presupuesto de la SECTURDF, una mayor participación del sector privado y una simplificación del marco regulatorio del sector.

Modernización tecnológica del Sistema de Información Turística.

Sistema de Información Turística de la Ciudad de México.

Digitalización de la Red de Centros y Módulos de Información Turística.

Elaboración del Atlas Turístico de la Ciudad de México

Implementar un sistema de registro en línea que permita agilizar y facilitar el control de los prestadores de servicios turísticos y desplegar un programa intensivo de capacitación, certificando a los distintos proveedores en estándares de calidad y competencias laborales. (Fortalecimiento de la Competitividad de Servicios Turísticos en el Distrito Federal)

Incorporar las zonas de desarrollo turístico sustentable en la Ciudad de México, al Programa de Zonas de Desarrollo Económico y Social (ZODES) (Ciudad Turística Sustentable)

Rediseñar, simplificar y unificar trámites administrativos para facilitar la gestión de empresas turísticas y empresas de servicios complementarios.

Ejes estratégicos, metas, indicadores y políticas públicas del Programa Sectorial

Eje 1. Equidad e inclusión social para el desarrollo humano

DIAGNÓSTICO

A pesar que el Distrito Federal tiene un Índice de Desarrollo Humano superior a la media nacional existen focos de población en situación de marginación y pobreza. De acuerdo a estimaciones del CONEVAL, en la ciudad de México en 2010 existían más de 2 millones de personas en situación de pobreza. A su vez, 192 mil personas vivían en pobreza extrema con alguna carencia social: servicios de salud, educación, alimentación, además de no contar con el ingreso necesario para cubrir sus necesidades básicas.

La pobreza está íntimamente relacionada con el desarrollo humano, por lo que el acceso y la inclusión al disfrute del patrimonio cultural y turístico de esta Ciudad es ya una mejora en la calidad de vida de sus habitantes, por lo que en un sentido amplio e integral, facilitar el acceso al disfrute es dar amplio cumplimiento a los derechos humanos, a los que aspira la ciudad.

El reto social de la Ciudad, identificado en el PGDDF, establece que para crear nuevas formas de convivencia urbana propias de una ciudadanía democrática, se requiere fortalecer la identidad, el sentido de pertenencia, el autorreconocimiento y las capacidades ciudadanas interculturales, que valoren y respeten la diversidad.

Con la convicción de que el turismo contribuye a la integración, convivencia y acceso a bienes como la cultura, a la recreación y al esparcimiento, se rediseñó el programa de “Turismo social”. En el 2012 se atendieron a un total de 12 mil personas mediante el programa “Turismo para Ti”. A partir del 2013, se dio un giro a este programa, tanto por el número de personas a atender, como por las condiciones en las que habrían de ser incorporados a la práctica turística. Este programa conocido como “Sonrisas por tu Ciudad” permitió multiplicar por cinco el número de beneficiarios logrado anteriormente, al alcanzar a casi 60 mil personas pertenecientes a grupos vulnerables como adultos mayores, discapacitados, personas en situación de calle, madres solteras y familias de escasos recursos, atendiéndolos con 70 diferentes recorridos por las 16 delegaciones, cubriendo 10,824 kilómetros por toda la Ciudad. Esto fue posible gracias a la participación de la interacción entre los dos niveles de gobierno, las instituciones del gobierno de la Ciudad y asociaciones civiles.

OBJETIVO 1

Realizar acciones que permitan el ejercicio pleno de los derechos de las personas, independientemente de su origen étnico, condición jurídica, social o económica, migratoria, de salud, de edad, discapacidad, sexo, orientación o preferencia sexual, estado civil, nacionalidad, apariencia física, forma de pensar o situación de calle, entre otras, para evitar bajo un enfoque de corresponsabilidad la exclusión, el maltrato y la discriminación.

TURISMO SOCIAL

El programa de turismo social está enfocado a fomentar el desarrollo cultural, educativo y social de los grupos vulnerables de la población, especialmente trabajadores, niños, jóvenes, estudiantes, discapacitados, adultos mayores, indígenas y otros grupos que, por razones físicas, económicas, sociales o culturales se hayan visto marginados de la práctica turística, con el propósito de sensibilizarlos acerca de la importancia de nuestro patrimonio turístico como generador de bienestar y de su conservación.

META SECTORIAL

Impulsar la participación de 400 mil personas pertenecientes a los grupos vulnerables de la población, entre 2013 y 2018 en el programa de Turismo Social, contribuyendo a su integración, inclusión, desarrollo emocional, arraigo con su territorio y tradiciones, y orgullo por los elementos que les dan identidad.

POLÍTICAS PÚBLICAS

La Secretaría de Turismo, en coordinación con el Instituto para la Atención de Adultos Mayores y el Instituto de Asistencia e Integración Social instrumentarán las acciones que permitan acercar a las personas mayores y a las que se encuentren en situación vulnerable al ejercicio de la actividad turística, principalmente en la Ciudad de México.

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Autoridad del Espacio Público y la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, así como las Delegaciones Políticas, promoverán las inversiones que tiendan a incrementar las instalaciones adecuadas para personas con discapacidad que garanticen el acceso y disfrute de los atractivos turísticos.

La Secretaría de Turismo en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, la Secretaría de Cultura, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda y la Secretaría de Medio Ambiente, así como la Autoridad de la Zona Patrimonio Mundial Natural y Cultural de la Humanidad en Xochimilco, Tláhuac y Milpa Alta en su caso y, las Delegaciones gestionará la incorporación de puntos de interés cultural, social y ambiental para desarrollar el turismo social. Asimismo, gestionará ante las dependencias y organismos gubernamentales, la incorporación en sus sitios web, de información referente a los programas de turismo social para grupos vulnerables, así como la promoción de este programa entre su población objetivo, las unidades de género, el Instituto de la Juventud, el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia.

La Secretaría de Turismo celebrará convenios con prestadores de servicios turísticos, para definir y diseñar paquetes, precios y tarifas reducidas que hagan posible el cumplimiento del disfrute turístico de los grupos vulnerables de la población.

CUADRO 1

Nombre	Fórmula	Unidad de Medida	Objetivo	Tipo de indicador	Periodicidad	Documentos Relacionados	Parámetros, Estadísticas o Indicadores Relacionados	Línea Base	Meta al 2018	Justificación
Tasa de variación de las personas que participan en Turismo Social	$\left(\frac{\text{Personas participantes en el año}}{\text{Personas participantes el año anterior}} - 1 \right) * 100$	Variación porcentual	Conocer los cambios en la atención del número de personas que participaron en el programa	Gestión	Anual	Registros de la Secretaría de Turismo. Registros de las instituciones promoventes	Registros de la Secretaría de Turismo	15%	25% acumulado	PGDDF: Eje1 Área de Oportunidad 1, Objetivo 1

RESPONSABLE: SECRETARÍA DE TURISMO DEL DISTRITO FEDERAL

Eje 3. Desarrollo económico sustentable

CALIDAD EN SERVICIOS TURÍSTICOS

DIAGNÓSTICO

A partir del 2012, la Secretaría de Turismo y la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional realizan la investigación para conocer el perfil del turista que visita la Ciudad de México, con base en encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros. Entre los aspectos que se evalúan está la calidad del servicio de hospedaje. En los resultados del 2013 se observa una calificación promedio de 8.79 en este concepto, a partir de siete elementos: la limpieza de la habitación (9.3), la seguridad (9.0), el desempeño del personal y la capacidad de atención al turista (8.9), la relación costo-calidad (8.8) y la experiencia de alojamiento (8.6). El servicio de internet es el que registra la calificación más baja con 8.2.

En la evaluación del cumplimiento de las obligaciones normativas, siete de cada 10 entrevistados declararon tener buena percepción de cumplimiento. Consistentemente, la limpieza de las instalaciones y el cumplimiento de precios y promociones fueron los que registraron la mayor cantidad de menciones (75% y 74% respectivamente), seguidos de información de precios y promociones, entorno seguro y personal capacitado con 70%, mientras que la tecnología para la atención, las instalaciones para discapacitados y la existencia de espacios para quejas recibieron las calificaciones más bajas con 61%, 60% y 54% respectivamente.

Por el lado de la oferta, como en el resto de la economía, la mayor parte de las empresas del sector son micro, pequeñas y medianas que comparten con otros sectores los retos de la competitividad y la productividad en: control de calidad; pocas posibilidades de contratar personal especializado y capacitado; capacitar al existente; organización deficiente, acceso limitado a fuentes de financiamiento; a mejora del equipo, y a la incorporación de nuevas tecnologías. Sin embargo, además de ser las principales fuentes de empleo y su contribución al desarrollo local y regional, entre sus fortalezas se encuentran su gran flexibilidad para ampliar o disminuir el tamaño de la planta laboral, para cambiar los procesos técnicos, y en la asimilación y adaptación de la tecnología. En la actividad turística, estas empresas constituyen la parte fundamental del tejido social de la economía y son las que imprimen el sello local, ofreciendo y mostrando a los visitantes las costumbres y tradiciones características de la ciudad.

Características de los establecimientos

El éxito de una empresa se refleja en su permanencia en el mercado. Con base en la información de los Censos Económicos y la muestra probabilística para diseñar el censo 2014, El INEGI estudió la probabilidad de que una empresa se mantenga operando a partir de tres elementos: actividad económica en la que se registra, tamaño o estrato de la empresa y, entidad federativa.

Entre abril de 2009 y mayo de 2012, el DF presentó una tasa de crecimiento en establecimientos de 0.3% y, en personal ocupado, mostró un decrecimiento de (2.4%). Por sector de actividad, el comercio presentó tasas de crecimiento negativas: -0.4%, en establecimientos y, -1.1% en personal ocupado, asociada a una tasa de crecimiento negativa (-0.3%) en los establecimientos que ocupan de 0 a 10 personas. En servicios privados no financieros, entre los que se incluye al turismo, registró una tasa de crecimiento de 3.6% en los establecimientos que ocupan de 0 a 10 personas, lejos del 8.2% a nivel nacional. A pesar del crecimiento, el personal ocupado decreció en -2.2%.

A nivel nacional, la supervivencia de los establecimientos de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas ha cambiado poco en el tiempo, de acuerdo con los registros de 2003 y 2008, mientras que en 2003 el 40.2% de las empresas existían antes de 1998 y las que fueron fundadas en 2003 correspondían al 27.9%. Para 2008, las que tenían más de seis años fueron el 40.9% y las que se abrieron ese año representaron el 25.6%, muy cerca del comportamiento para todas las actividades económicas a nivel nacional. La actividad más longeva fue la de "Electricidad, agua y suministro de gas" con más del 80% de las unidades de 6 años o más y la menos longeva fue "Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación" con 24.2% de unidades económicas que iniciaron operaciones antes de 1998.

Las actividades que tienen alrededor de la mitad de sus empresas con más de seis años de antigüedad son: Servicios educativos 50.7%; Comercio al por mayor 50%; Servicios profesionales, científicos y técnicos 49.1%; Otros servicios excepto actividades gubernamentales 42.9%; Servicios financieros y de seguros 42.4%; Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas 40.9%.

El comportamiento general está altamente relacionado con el tamaño de las empresas. Las que tienen de 0 a 2 personas ocupadas en 2008, representaron el 64.7% del total de unidades económicas, y el 75.3% del total de unidades económicas de nueva creación en ese año. La supervivencia de más de cinco años para este grupo de empresas entre 1994 y 2004, estuvo en alrededor del 35% y, en 2009 mejoraron sus posibilidades al lograr el 40.5% de ellas, tener más de 6 años. Para el siguiente estrato, de 3 a 5 personas, las de más de seis años representaron el 47.1%.

Entre mayor es el tamaño de la unidad económica, es mayor el porcentaje de empresas de más de 6 años. Así, en los dos últimos estratos de 501 a mil personas, y de mil uno o más, la tasa es de 83.4 y 86.1% respectivamente. En promedio la probabilidad de encontrar unidades con más de 6 años, aumenta en 3.43% entre rango y rango.

A lo anterior se suma la característica de que el turismo es una actividad altamente competida en el mundo, por lo que la calidad del servicio es un elemento fundamental y, la certificación juega un papel importante, tanto por la certeza de calidad que brinda al consumidor, como en la información disponible para quienes deciden el destino de su viaje.

El Distrito Federal es la entidad con mayor número de negocios turísticos participantes en programas de gestión de la calidad a nivel nacional, gracias al conjunto de acciones de promoción y acompañamiento emprendido por el Gobierno de la Ciudad a través de la Secretaría de Turismo, en favor de la profesionalización de la micro, pequeña y mediana empresa turística y, al esfuerzo y compromiso de los empresarios participantes.

Las certificaciones nacionales de calidad son: certificaciones “M” de Moderniza, que avala la adopción de las mejores prácticas de gestión y reconoce como empresa modelo a quienes lo obtienen; Distintivo “H” de Manejo Higiénico de los Alimentos, que se otorga a establecimientos fijos de alimentos y bebidas que cumplen con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX 2004, y Tesoros de México, que identifica características exclusivas, Premium en instalaciones y servicios.

A la par de estas certificaciones, la Ciudad de México creó el “Modelo de Excelencia Turística del Distrito Federal” (MextDF), que integra la gestión de calidad, el control alimentario y las buenas prácticas de higiene y sanidad, dicha certificación es verificada por el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (IMNC), cuya vigencia es de un año. Certificación MextDF. En 2013 inició la renovación del sello para las 90 empresas que lo obtuvieron en 2012. Adicionalmente solicitaron su ingreso 150 empresas, dicho proceso finalizará en el primer semestre de 2014. En 2014 para el Distintivo “M” de moderniza 45 empresas se agregaron a las 270 que ya contaban con el distintivo, por lo que en el año se atendieron 320 empresas en total. En el distintivo “H” de Manejo Higiénico de Alimentos, financiado totalmente por los solicitantes, el DF ocupa el 1º lugar nacional con más de 600 distintivos otorgados.

En el programa “Tesoros de México” actualmente existen 85 empresas con este certificado a nivel nacional. En 2012, cinco empresas de la Ciudad de México recibieron la certificación; en 2013 renovaron la certificación e ingresaron 6 más, con lo que actualmente se cuenta con 11 empresas con esta certificación. El proceso implica 1,500 horas de capacitación y consultoría, así como la canalización de recursos por Fondo PYME y de los empresarios interesados. Es interesante señalar que solamente una empresa es hotel y el resto son restaurantes.

OBJETIVO 2

Incrementar la productividad de las MIPyMES establecidas en la Ciudad de México, a través de programas y modelos encaminados a mejorar las capacidades gerenciales, brindar asistencia técnica, detectar y promover las mejores prácticas e incentivar la innovación tecnológica.

ATENCIÓN A MIPYMES TURÍSTICAS

El Programa tiene el propósito de acercar y acompañar a las empresas micro, pequeñas y medianas en las acciones para mejorar su competitividad y certificar su calidad.

META SECTORIAL 1

Apoyar por lo menos al 15% de las MIPyMES turísticas registradas, lo que significa atender alrededor de 4 mil empresas entre 2013 y 2018, mejorando la percepción en el consumidor de calidad en los servicios turísticos que se prestan, a través de la calificación de los servicios.

POLÍTICAS PÚBLICAS

La Secretaría de Turismo del Distrito Federal en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico del Distrito Federal, la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades y, el Instituto Nacional del Emprendedor y la Secretaría de Turismo Federal establecerán, de acuerdo a sus atribuciones y ámbitos de competencia, las acciones necesarias para promover la implementación y certificación de las empresas turísticas, la detección y difusión de las mejores prácticas implementadas, así como en la elaboración de un estudio diagnóstico de las necesidades tecnológicas de las MIPyMES turísticas.

CUADRO 2

Nombre	Fórmula	Unidad de Medida	Objetivo	Tipo de indicador	Periodicidad	Documentos Relacionados	Parámetros, Estadísticas o Indicadores Relacionados	Línea Base	Meta al 2018	Justificación
Empresas turísticas apoyadas	$(\text{Empresas turísticas certificadas} / \text{Empresas turísticas registradas Totales}) * 100$	Porcentaje	Conocer el avance en las empresas certificadas	Gestión	Anual	Registros de la Secretaría de Turismo. Censo Económico, INEGI.	Censo Económico	11%	15%	PGDDF Eje 3 Área de Oportunidad 6, Objetivo 2 Meta 1
Variación en el número de empresas inscritas por primera vez en los programas de certificación	$((\text{Empresas turísticas certificadas por primera vez} / \text{empresas turísticas certificadas por primera vez en el año anterior}) - 1) * 100$	Variación porcentual	Conocer el interés de las empresas por obtener la certificación de calidad.	Gestión	Anual	Registros de la Secretaría de Turismo. Certificados expedidos	Certificados	28.5%	50%	PGDDF Eje 3 Área de Oportunidad 6, Objetivo 2 Meta 1
Variación en la calificación de la calidad de servicios de hospedaje por los turistas	$((\text{Calificación obtenida en el año} / \text{calificación obtenida en el año anterior}) - 1) * 100$	Variación porcentual	Conocer la calificación promedio de la calidad del hospedaje opinión de los turistas, escala de 0 a 10	Resultado	Anual	Perfil del turista que visita la Ciudad de México	No Aplica	-2.24	1%	PGDDF Eje 3 Área de Oportunidad 6, Objetivo 2 Meta 1

... continúa en la siguiente página

Nombre	Fórmula	Unidad de Medida	Objetivo	Tipo de indicador	Periodicidad	Documentos Relacionados	Parámetros, Estadísticas o Indicadores Relacionados	Línea Base	Meta al 2018	Justificación
Cumplimiento normativo percibido por los consumidores	(Turistas entrevistados que perciben cumplimiento de obligaciones normativas / total de turistas entrevistados)* 100	Porcentaje	Conocer la percepción del consumidor sobre el cumplimiento de obligaciones normativas de los prestadores de servicios turísticos	Resultado	Anual	Perfil del turista que visita la Ciudad de México	No aplica	67%	75%	PGDDF Eje 3 Área de Oportunidad 6, Objetivo 2 Meta 1

RESPONSABLE DE LOS 4 INDICADORES: SECRETARÍA DE TURISMO DEL DISTRITO FEDERAL.

META SECTORIAL 2

Promover entre las MIPyMES turísticas los servicios de apoyo y asesoría en su gestión, para su inclusión en los programas de autorregulación ambiental, de crédito y, para la creación de nuevas empresas.

POLÍTICAS PÚBLICAS

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico, el Instituto de Capacitación para el Trabajo y la Secretaría de Trabajo y Fomento al Empleo, promoverán, con la participación de los prestadores de servicios turísticos, los servicios de apoyo y asesoría en la gestión de las empresas, así como el apoyo y financiamiento para las y los emprendedores en la creación y apertura de nuevas. En coordinación con la Secretaría de Trabajo y Fomento al Empleo, se promoverá y acompañará el proceso de constitución de cooperativas enfocadas a proyectos turísticos, entre personas en situación de discriminación o exclusión, fundamentalmente jóvenes.

De la misma forma, en coordinación con la Secretaría de Medio Ambiente y la Secretaría de Protección Civil, impulsará, la participación de los prestadores de servicios turísticos en la evaluación de los programas de riesgo, de autorregulación y los de recuperación ambiental, así como en todos aquellos que permitan la elaboración de diagnósticos y la mejora en la calidad en el servicio y de gestión de las empresas y su relación con el medio ambiente y la Ciudad.

CUADRO 3

Nombre	Fórmula	Unidad de Medida	Objetivo	Tipo de indicador	Periodicidad	Documentos Relacionados	Parámetros, Estadísticas o Indicadores Relacionados	Línea Base	Meta al 2018	Justificación
Reconocimientos de las buenas prácticas en el uso de agua de hoteles de la Ciudad de México	(Empresas reconocidas / Empresas registradas que participaron en el programa)*100	Porcentaje	Conocer la eficiencia de las pláticas y talleres efectuados para mejorar el uso del agua en los hoteles	Gestión	Anual	Registros Administrativos	No aplica	ND	100%	PGDDF Eje 3 Área de Oportunidad 6, Objetivo 7, Meta 1

RESPONSABLE: SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE DEL DISTRITO FEDERAL

META SECTORIAL 3

Identificar los trámites, registros y requisitos que se requieren realizar para la apertura y funcionamiento de un establecimiento turístico, con el propósito de facilitar el cumplimiento normativo de los negocios, apoyar la apertura de nuevos y, mejorar el ambiente regulatorio en el que se desarrollan las empresas turísticas y proponer en su caso, las modificaciones que faciliten el cumplimiento de la ley.

POLITICAS PÚBLICAS

La Secretaría de Turismo en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda y la Secretaría de Medio Ambiente, de acuerdo a las atribuciones y ámbitos de competencia de cada una, participarán en la elaboración de un mapa de los trámites que los negocios, en particular los turísticos, tienen que realizar para abrir y mantener en funcionamiento las empresas, así como difundir, entre los prestadores de servicios turísticos, una versión del mapa de trámites, actualizado, con el propósito de facilitar el cumplimiento de sus obligaciones normativas y, disfrutar en su caso, de los incentivos que la Ciudad otorgue a los empresarios cumplidos.

La Secretaría de Turismo participará en el diseño e implementación del sistema que permita realizar de manera remota los trámites de las empresas turísticas, difundiendo las ventajas entre los prestadores de servicios.

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Economía y la Secretaría de Turismo Federal, contribuirán a la identificación de las dificultades en el desarrollo de la actividad turística a través de estudios desarrollados para tal efecto.

CUADRO 4

Nombre	Fórmula	Unidad de Medida	Objetivo	Tipo de indicador	Periodicidad	Documentos Relacionados	Parámetros, Estadísticas e Indicadores Relacionados	Línea Base	Meta al 2018	Justificación
Ruta crítica sobre los trámites para la apertura de un establecimiento turístico	Desarrollo de la ruta crítica de trámites, registros y requisitos para abrir un establecimiento turístico	Absoluto	Poner a disposición de los ciudadanos los trámites, registros y requisitos que se requieren realizar para la apertura de un establecimiento mercantil	Resultados	Anual	Registros Administrativos	No aplica	0	1	PGDDF Eje 3, Área de Oportunidad 6, Objetivo 8, Metas 1 y 3

RESPONSABLE: SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

MERCADO DE TRABAJO TURÍSTICO

DIAGNÓSTICO

El empleo en el sector turístico en el Distrito Federal, ha crecido un 22.7% entre 2007 y 2013, medido por los registros del IMSS. Los puestos de trabajo totales en el sector pasaron de 844,984 a 1,036,885, y en particular los directos de 241,424 a 296,253. A nivel nacional se considera que el turismo es el principal empleador de jóvenes y mujeres, no obstante, también deben señalarse las oportunidades de mejora, tanto para la calidad de los servicios que se prestan, como para que la actividad sea fuente de bienestar para los que participan en ella directamente, como para la Ciudad y sus habitantes.

De todos los sectores de la actividad económica, a nivel nacional, las ramas de Turismo, Transformación y Comercio, emplean al mayor porcentaje de jóvenes entre 16 y 24 años de edad con el 21.2%, 19.9% y 18.3% respectivamente. El 58.4% de sus empleados son mujeres y, el 61.6% de los trabajadores en turismo son asalariados; el 21.1% son profesionales medios y 10.2% son profesionales con estudios superiores (Observatorio Laboral). En el Distrito Federal, se encuentran algunas características especiales, según la ENOE 2013, hay correspondencia entre el empleo de mujeres en la ciudad con la nacional, el 58.3% es de empleadas; no obstante, sólo empleó a cerca del 10% de jóvenes entre 16 y 24 años, y es mayor la participación de asalariados (77.34%) y hay más profesionales medios y con estudios superiores con el 35% de los ocupados.

Las percepciones de las y los jóvenes en el mercado laboral con nivel medio superior es de \$ 6,668.73, y del nivel superior de \$ 7,030.27, una diferencia promedio de 3.88%. En contraste, los puestos y las expectativas salariales en el sector turístico, van desde los \$10,260 el más alto para un Coordinador de Comedor, pasando por el sueldo de un Chef de \$8,750 pesos, hasta el más bajo de \$3,450 pesos para un Ayudante de Cocina.

Del total de los empleos directos que genera la actividad turística en la Ciudad de México, sólo el 3.3% de los trabajadores (8 mil) cuentan con un certificado (Por el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales, SEP. Acumulado de trabajadores certificados 2006 - 2012. No considera la certificación de instituciones como CONALEP, CROC). Sobresalen los 3,232 ubicados en Atención a Comensales (EC0038); los 1,072 en Preparación de Alimentos (EC0127) y los 1,032 en Preparación de Habitaciones para Alojamiento Temporal (EC0043); es decir el 67% de los trabajadores certificados se concentran en sólo tres ECL de los 28 registrados.

Entre las dificultades más señaladas para lograr mayor certificación se encuentran el que la formación de los recursos humanos no corresponde a las necesidades del desempeño en el campo laboral; además, la relación entre el sector educativo y las empresas es insuficiente y parcial y, no se reconoce al servicio social como entrenamiento laboral. Adicionalmente, en los últimos años se registra el crecimiento de escuelas particulares sin reconocimiento y validez oficial, lo que dificulta aún más las posibilidades de encontrar trabajo, sobre todo el de la primera vez.

Del total de las 30 cooperativas constituidas formalmente con el acompañamiento de la STyFE en 2013, 18 se dedican a actividades vinculadas con el turismo, cuatro de ellas están dedicadas al transporte público, tres a la elaboración de artesanías, una al hospedaje, tres al ecoturismo y siete a recorridos culturales y de esparcimiento.

OBJETIVO 2

Apoyar a las y los estudiantes del nivel medio-superior y superior para que adquieran las competencias necesarias que les permitan insertarse en el mercado laboral con un empleo acorde a su nivel de preparación.

META SECTORIAL 1

Establecer un programa de atención dirigido a las y los jóvenes egresados de las escuelas de turismo para apoyar su primer ingreso al mercado de trabajo, para establecer emprendimientos y/o para la constitución de cooperativas vinculadas al sector turístico.

META SECTORIAL 2

Ampliar las alternativas de apoyo institucional que estimulen la formación y el desarrollo de capacidades y habilidades para el trabajo.

POLÍTICAS PÚBLICAS

La coordinación entre la Secretaría de Turismo, la Secretaría de Trabajo y Fomento al Empleo y el Instituto de Capacitación para el Trabajo, permitirá acercar los servicios de la Comuna, vinculación, Ferias de Empleo y del Subprograma de Compensación a la Ocupación Temporal (SCOT), a fin de favorecer la incorporación laboral y el primer empleo de mujeres y hombres jóvenes egresados de instituciones de educación media superior y superior de este sector. Adicionalmente, se buscará atender las necesidades de capacitación y certificación laboral en el sector turístico, tanto de jóvenes recién egresados de las escuelas, como de las y los trabajadores que lo requieran.

La Secretaría de Turismo, promoverá y coordinará al grupo de trabajo para la profesionalización de los Recursos Humanos y la calidad de los servicios turísticos y de gastronomía, en coordinación con la Secretaría de Educación del Distrito Federal y la participación de 15 escuelas de educación turística media y media superior, las cámaras y asociaciones de prestadores de servicios turísticos, el Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior, AC (CENEVAL), el Consejo para la Calidad de la Educación Turística, AC (CONAET), con el propósito de establecer y evaluar las acciones que se establezcan para vincular a la educación con el trabajo.

CUADRO 5

Nombre	Fórmula	Unidad de Medida	Objetivo	Tipo de indicador	Periodicidad	Documentos Relacionados	Parámetros, Estadísticas o Indicadores Relacionados	Línea Base	Meta al 2018	Justificación
Porcentaje de estudios realizados sobre el mercado turístico	$(\text{Estudios e investigaciones realizadas} / \text{Estudios e investigaciones programadas}) * 100$	Porcentaje	Identificar los factores que inciden en la incorporación del “primer trabajo” de los egresados de las escuelas de turismo	Gestión	Anual	Estudios	No aplica	ND	100%	PGDDF Eje 3, Área de Oportunidad 7, Objetivo 2, Meta 1
Variación en la incorporación de hombres y mujeres jóvenes en igualdad de oportunidades en el sector turístico a través de los servicios de la STyFE	$((\text{Número de mujeres y hombres jóvenes en el sector turístico en el año actual} / \text{Número de Mujeres y hombres jóvenes incorporados en el sector turístico el año anterior}) - 1) * 100$	Variación porcentual	Identificar el éxito en la incorporación de trabajos a través de la STy FE	Resultados	Anual	Registros de la STyFE	No aplica	ND	12%	PGDDF Eje 3, Área de Oportunidad 7, Objetivo 2, Meta 2

RESPONSABLES: SECRETARÍA DE TURISMO DEL DISTRITO FEDERAL, PRIMER INDICADOR.

SECRETARÍA DE TRABAJO Y FOMENTO AL EMPLEO DEL DISTRITO FEDERAL, SEGUNDO INDICADOR.

AMPLIAR Y MEJORAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

DIAGNÓSTICO

Se carece de información precisa sobre los trabajadores del turismo en la Ciudad: posición en la ocupación, formalidad, edad, sexo, escolaridad, acceso a la seguridad social y rangos salariales de acuerdo a estas condiciones. Esta información es necesaria para tomar decisiones de inversión y de desarrollo económico y social así como apoyo en la toma de decisiones personales sobre las carreras, especialidades y acceso al mercado laboral formal. La CEPAL y la OIT han desarrollado metodologías sobre el concepto del trabajo decente, entendido como aquel que es deseable en una sociedad al permitir por un lado, el desarrollo personal de los y las trabajadoras y, por el otro, mide la capacidad de la sociedad para incorporar a sus integrantes a los frutos del crecimiento económico. Actualmente se cuenta con información de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), organizada por sector de actividad económica, por Delegación y entidad, por lo que el diseño de la investigación y la presentación de resultados para diversos fines es posible en el corto plazo.

Por otro lado, la Cuenta Satélite es un sistema de información para estimar las cadenas productivas del sector turismo y su impacto sobre la economía, estimada por el INEGI a nivel nacional. Dadas las características del sector en la Ciudad de México, se requiere la estimación de la Cuenta Satélite de la Ciudad como instrumento que mejorará tanto el conocimiento del sector como su comprensión en las relaciones con otros sectores de la economía de la Ciudad, permitiendo la construcción de indicadores sobre oportunidades de inversión, desarrollo y posibilidades de encadenamientos productivos que permitan potenciar los efectos del turismo sobre la Ciudad.

OBJETIVO 9

Diseñar e implementar un sistema de información económica propio de la Ciudad de México, cuyos indicadores definan tendencias y prospectivas y detecten polígonos de inversión, para apoyar la toma de decisiones del gobierno en materia de planes y programas de desarrollo económico, así como del sector privado en materia de inversiones.

META SECTORIAL 1

Ampliar y consolidar el Sistema de Información Turística de la Ciudad de México, incorporando un indicador de inversión, tanto pública como privada en el sector turismo, actualizándolo trimestralmente con el propósito que permita en el corto, mediano y largo plazos, su utilización continua para generar alertas tempranas sobre su comportamiento y, en relación con otros indicadores, y detectar oportunidades de inversión en la economía local, por sector de actividad económica y por espacio territorial.

META SECTORIAL 2

Crear e incorporar la información del mercado laboral al Sistema de Información económica y turística, con estándares internacionales para la Ciudad de México, con el fin de determinar las condiciones de vida de los trabajadores del Distrito Federal, alineados con el concepto de trabajo decente.

POLÍTICAS PÚBLICAS

En coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico, establecer el indicador sobre inversión en el sector turístico, distinguiendo sus componentes públicos y privados y actualizarlos al menos trimestralmente. Asimismo, establecer un grupo de trabajo con el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI, para generar la Cuenta Satélite de Turismo del Distrito Federal.

En coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico y la del Trabajo y Fomento al Empleo, se establecerá la metodología para la construcción de los indicadores del mercado laboral turístico en la Ciudad de México.

CUADRO 6

Nombre	Fórmula	Unidad de Medida	Objetivo	Tipo de indicador	Periodicidad	Documentos Relacionados	Parámetros, Estadísticas o Indicadores Relacionados	Línea Base	Meta al 2018	Justificación
Estudios realizados sobre el mercado de trabajo	(Estudios e investigaciones realizadas / Estudios e investigaciones programadas) *100	Porcentaje	Incorporar, ampliar y consolidar la información sobre las condiciones del mercado de trabajo turístico	Gestión	Anual	Estudios	No aplica	ND	100%	PGDDF Eje 3 Área de Oportunidad 7, Objetivo 1, Meta 1
Porcentaje de formalización de la relación con el INEGI en tomo a la Cuenta Satélite de Turismo	(Creación del Comité de estadística + Creación de agenda + Existencia de Grupo de trabajo) en el periodo / 3)*100	Porcentaje	Seguimiento a la colaboración del grupo de trabajo con el INEGI	Gestión	Anual	No disponible	No disponible	ND	100%	PGDDF Eje 3 Área de Oportunidad 7, Objetivo 1

RESPONSABLES: SECRETARÍA DE TURISMO DEL DISTRITO FEDERAL, PRIMER INDICADOR.

SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO DEL DISTRITO FEDERAL, SEGUNDO INDICADOR.

AMPLIAR LA OFERTA TURÍSTICA

DIAGNÓSTICO

El desarrollo de la actividad turística en la Ciudad de México, está más asociado a su carácter de centro político, económico y cultural del país que como resultado de un modelo o políticas deliberadas.

Así, aunque los turistas que visitan la ciudad perciben el potencial de desarrollo de diferentes actividades turísticas, a través de la encuesta para conocer el perfil y satisfacción del turista, se les solicita calificar la infraestructura y capacidad instalada para atender diferentes segmentos turísticos. El resultado general obtenido en el segundo semestre de 2013, resultó en una calificación de 8.79; el segmento mejor calificado fue el turismo cultural (9.08), le siguen el recreativo (8.95), el religioso (8.92), el comercial (8.88), congresos y convenciones (8.86) y de negocios (8.8). Con menores calificaciones al promedio se encontraron el turismo médico (8.71), el LGBT (8.6) y el ecoturismo (8.12). La capacidad instalada y el potencial percibido no corresponde directamente con el motivo principal del viaje: vacaciones, placer o diversión (37%), trabajo o negocios (13%), visita cultural (11%) y, visita a familiares y amigos (20%). Debe destacarse que vacacionar es la respuesta más frecuente entre los turistas internacionales y, la visita de familiares y amigos es la respuesta más frecuente entre los turistas nacionales.

Las actividades más frecuentes que realizan los turistas son: conocer la ciudad (22%), visitar museos (17%), visitar lugares turísticos (16%) y visita a familiares y amigos (10%). Menos del 10% de las menciones fueron para actividades laborales, de entretenimiento y religiosas.

Esta información es consistente con el hecho de que el promedio de estadía se mantenga en alrededor de 2 noches entre 2007 y 2013 y, que el gasto promedio del turista durante su estancia en 2013 sea, en dólares de 350 dólares (790.6 dólares en promedio para el turista internacional y, 248.6 dólares para el turista nacional).

Adicionalmente, si se considera que en 2013 el 85% de los turistas nacionales y el 40% de los turistas internacionales que llegaron a la Ciudad ya habían visitado la ciudad anteriormente, el reto es ofrecerles actividades y sitios de interés novedosos para mantener el interés de regresar.

Lograr la lealtad de los turistas que visitan la ciudad de México es resultado de mejorar la competitividad turística de la misma, por ello, además del énfasis en la calidad, es necesario innovar y diversificar la oferta turística, ofreciendo opciones para atraer nuevos visitantes y aumentar la estadía y gasto de los que ya nos han visitado. El Gobierno de la Ciudad de México a través de la Secretaría de Turismo, busca sentar las bases para el desarrollo y fomento de nuevos productos y consolidar los que posicionan a la Ciudad.

META SECTORIAL 1

Fomentar y promover el desarrollo de productos turísticos con motivo de salud y bienestar, así como impulsar el turismo de naturaleza, y la consolidación del turismo cultural y de negocios.

POLÍTICAS PÚBLICAS

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Salud, la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad de las Comunidades y Secretaría de Desarrollo Económico revisarán el marco jurídico para establecer las condiciones que permitan el desarrollo de productos turísticos relacionados con salud y bienestar e impulsar el turismo de naturaleza, así como la realización de estudios y análisis de mercados para definir las características y estrategias de comercialización más adecuadas.

Coordinada por la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad de las Comunidades y la Secretaría de Desarrollo Económico, se establecerán las acciones necesarias para implementación de un modelo redistribuidor de la riqueza, así como de mejora y aprovechamiento de espacios en la Ciudad, dentro de las funciones y atribuciones de la Secretaría de Turismo.

En coordinación con la Secretaría de Cultura, desarrollar acciones para aprovechar los espacios culturales tradicionales y de cultura urbana, brindando en ellos una oferta atractiva para los visitantes.

CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE LA CIUDAD PRESTA AL TURISTA

DIAGNÓSTICO

A través de la Red de Información Turística se proporciona información, orientación y apoyo sobre los atractivos y servicios turísticos que ofrece la Ciudad, dicha Red comprende: atención personalizada en las zonas turísticas prioritarias en donde se encuentran los Centros de Información Turística; atención telefónica y operación de la línea 01-800 (Central de llamadas); información de eventos del sector turístico; operativos especiales (brigadas de atención turística en campo, apoyo al programa paisano) y distribución de Información Turística.

La Red de Información Turística atendió durante el 2013 a 428,219 turistas y visitantes, el 70% nacionales y 30% extranjeros, dicha atención se proporcionó de forma personal y vía telefónica. El promedio de turistas atendidos anualmente es de 440,000 personas, lo que representa el 12% de los turistas que visitaron la Ciudad de México por primera vez en ese año.

Según los resultados del Perfil del Turista que visita a la Ciudad de México, en el periodo junio – diciembre del 2013, los entrevistados calificaron en promedio del periodo, los recursos turísticos de la ciudad, en una escala del 0 al 10, de la siguiente forma: el Patrimonio turístico 9.23, Infraestructura turística 8.87, la hospitalidad de los habitantes y en los servicios turísticos con 8.53, y la calidad de las actividades turísticas en términos del interés que despertaron y su diversidad con 8.72, obteniendo en promedio 8.73.

De acuerdo a las actividades de los turistas en ese periodo, el 55% realizó actividades en espacios públicos y la mitad de los turistas nacionales y cerca del 45% de los internacionales fueron usuarios de la red de transporte público colectivo de la ciudad durante su visita (taxi solamente fue utilizado por el 27% de turistas nacionales y 33% de turistas internacionales), por ello es relevante su percepción sobre temas de movilidad, medio ambiente y equidad e inclusión en la Ciudad. Así, la calificación de accesibilidad para discapacitados fue de 7.94, de transporte público 7.81, seguridad en las calles 7.76, acciones en pro del medio ambiente 7.67 y limpieza 7.58. La señalización turística recibió en 7.96 de calificación, mientras que los módulos turísticos recibieron un 7.9. En promedio, los turistas calificaron a los servicios de la Ciudad con 7.89 de calificación.

OBJETIVO 3

Promover la creación y financiamiento de MIPyMES en las industrias ligeras, como es el caso del turismo y de servicios de alto valor agregado.

OBJETIVO 1

Construir un gobierno inteligente, abierto, ágil y flexible, que utilice los más avanzados sistemas administrativos y tecnológicos para promover la eficacia gubernamental y hacer un uso más eficiente de los recursos públicos.

META SECTORIAL

Mejorar la cobertura y calidad de los servicios de información para facilitar el acceso y la planeación de la visita a los atractivos y recursos turísticos de la Ciudad, contribuyendo a la mejora de la calificación de los servicios que presta la Ciudad de México a los turistas.

POLITICAS PÚBLICAS

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Transporte y Vialidad establecerá un programa de atención al turista que entre otras, incluya la tarjeta multimodal, la capacitación a los operadores del transporte de primer contacto en el trato y manejo de información.

En coordinación con la Oficialía Mayor, establecerá el programa para migrar la red de información turística a las tecnologías de información para ampliar la capacidad de atención y la calidad de información que se proporciona al turista de acuerdo a sus necesidades y propósitos.

En coordinación de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda y la Secretaría de Transporte y Vialidad, establecerá un programa para la señalización turística que responda a las necesidades de los turistas.

En coordinación con la Secretaría de Cultura, la Autoridad del Centro Histórico, el Fideicomiso del Centro Histórico, los Museos, y los prestadores de servicios turísticos, mantener la publicación de las actividades actualizadas que pudieran ser de interés para el turista.

CUADRO 7

Nombre	Fórmula	Unidad de Medida	Objetivo	Tipo de indicador	Periodicidad	Documentos Relacionados	Parámetros, Estadísticas o Indicadores Relacionados	Línea Base	Meta al 2018	Justificación
Calificación del transporte público por los turistas	Promedio de calificación obtenida por el servicio de transporte, otorgada por turistas	Promedio	Calificación de la calidad de transporte público otorgada por los turistas.	Gestión	Anual	No disponible	Perfil del Turista que visita la Ciudad de México	7.81	8	PGDDF Eje 3, Área de Oportunidad 6, Meta 2
Calificación de los turistas a los servicios turísticos de la Ciudad	Promedio de calificación obtenida por la Ciudad, otorgada por los turistas	Promedio	Medir la percepción del turista sobre la calidad de los servicios que presta la Ciudad	Resultados	Anual	No disponible	Estudio Perfil del turista que visita la Ciudad de México	7.89	8	PGDDF Eje 3, Área de Oportunidad 6, Meta 2
Atención al visitante nacional y extranjero	(Visitantes atendidos en el periodo por la Unidad Turística Policial)	Valor absoluto	Conocer el número de personas atendidas por la policía Turística	Gestión	Anual	No disponible	Reportes de la Secretaría de Seguridad Pública del DF	No disponible	100,000	PGDDF Eje 3, Área de Oportunidad 6, Meta 2

RESPONSABLES: SECRETARÍA DE TURISMO DEL DISTRITO FEDERAL, PRIMEROS DOS INDICADORES.

SECRETARÍA DE SEGURIDAD PÚBLICA DEL DISTRITO FEDERAL, SEGUNDO INDICADOR.

POSICIONAMIENTO DE LA CIUDAD DE MÉXICO COMO DESTINO TURÍSTICO

DIAGNÓSTICO

Si bien la tendencia mundial del turismo muestra tasas de crecimiento positivas, superiores a las de las previsiones de la OMT, también lo es que hay modificaciones en las características de los viajes. Entre ellas se encuentran que aumentan los viajes de corta distancia y menor duración, y se reducen los de larga distancia y mayor duración. Como consecuencia, alrededor de las tres cuartas partes del turismo mundial es doméstico o nacional, y poco más de 1 de cada diez viajes es en la región de origen. Adicionalmente, se incorporan nuevos países emisores, entre los que destaca China y la India, que por el crecimiento de la clase media y los ingresos disponibles, se convierten en los principales emisores mundiales.

La Ciudad de México es anfitriona de turistas provenientes de todos los continentes, el principal emisor de turistas sigue siendo nuestro país, seguido de América del Norte y mostrando un crecimiento en los últimos años, los provenientes de Sudamérica y Centroamérica. Este comportamiento en la llegada de turistas internacionales, abre la posibilidad de definir estrategias de promoción para tres tipos de mercados en el exterior: los consolidados, los potenciales en crecimiento, y los exploratorios con posibilidades de apertura. La Ciudad de México tiene que diversificar aún más su mercado internacional e identificar nuevos segmentos que tengan potencial.

Para el Gobierno de la Ciudad de México es claro que un segmento turístico en expansión y con gran crecimiento en los últimos años, ha sido el relacionado con Turismo de Reuniones y de grandes eventos. En el año 2012, la capital celebró 51 congresos y/o convenciones internacionales, seguida por Cancún con 29 y Guadalajara con 17, de acuerdo con la International Congress and Convention Association (ICCA), situó a la Ciudad de México en la posición 5 en el ranking del Continente Americano y en el lugar 40 del ranking mundial, lo que significa haber escalado más de 20 peldaños desde el año 2007, cuando se ubicaba en la posición 64.

OBJETIVO 3

Promover la creación y financiamiento de MIPyMES en las industrias ligeras, como es el caso del turismo y de servicios de alto valor agregado.

META SECTORIAL 1

Promover a la Ciudad de México como destino turístico, realizando cada año 2 campañas, la nacional y la internacional, participando en ferias, incrementando la penetración de las Tecnologías de Información y Comunicación como instrumentos de promoción, empleando la marca ciudad.

META SECTORIAL 2

Establecer a la Ciudad de México como una de las principales sedes de grandes eventos y receptoras de la industria del turismo de reuniones en el mundo durante el periodo 2014- 2018.

POLÍTICAS PÚBLICAS

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Coordinación General de Asuntos Internacionales del Distrito Federal, promoverá a la Ciudad de México, como destino turístico cultural, de bienestar, educativo, de ecoturismo y de negocios, desarrollando los estudios de comportamiento de los mercados emisores, incluyendo la incorporación del uso intensivo de tecnologías de información.

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Coordinación General de Comunicación Social del Distrito Federal, el Fondo Mixto de Promoción Turística, la Coordinación de Asuntos Internacionales y, el Consejo de Promoción Turística de México, gestionará la presencia de la Marca Ciudad en las promociones de la Ciudad como estrategia de posicionamiento y diferenciación.

El Fondo Mixto de Promoción Turística del Distrito Federal promoverá a la Ciudad de México como sede para la realización de grandes eventos.

CUADRO 8

Nombre	Fórmula	Unidad de Medida	Objetivo	Tipo de indicador	Periodicidad	Documentos Relacionados	Parámetros, Estadísticas o Indicadores Relacionados	Línea Base	Meta al 2018	Justificación
Participación en ferias locales, nacionales e internacionales	(Ferias asistidas / Ferias programadas) *100	Porcentaje	Presencia y posicionamiento de la Ciudad de México en mercados locales, nacionales e internacionales	Gestión	Trimestral	Registros del Fondo Mixto de Promoción Turística	No Disponible	No disponible	100%	PGDDF Eje 3, Área de Oportunidad 6, Objetivo 3, Meta 2
Cumplimiento de la campaña de promoción nacional	Número de impactos de la campaña de promoción	Número entero	Conocer el cumplimiento en la realización de la campaña	Gestión	Anual	Registros del Fondo Mixto de Promoción Turística	No disponible	No disponible	10,000,000	PGDDF Eje 3, Área de Oportunidad 6, Objetivo 3, Meta 2
Campaña de promoción internacional	Número de impactos de la campaña de promoción	Número entero	Conocer el cumplimiento en la realización de la campaña	Gestión	Anual	Registros del Fondo Mixto de Promoción Turística	No disponible	No disponible	5,000,000	PGDDF Eje 3, Área de Oportunidad 6, Objetivo 3, Meta 2

RESPONSABLE: FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO FEDERAL, DE LOS 3 INDICADORES.

CUADRO 9

Nombre	Fórmula	Unidad de Medida	Objetivo	Tipo de indicador	Periodicidad	Documentos Relacionados	Parámetros, Estadísticas o Indicadores Relacionados	Línea Base	Meta al 2018	Justificación
Participación en eventos, congresos y convenciones para la promoción de la Ciudad de México relacionadas al turismo de reuniones	$\frac{\text{Eventos, congresos y convenciones asistidos}}{\text{Eventos, congresos y convenciones programados}} * 100$	Porcentaje	Presencia y posicionamiento de la Ciudad de México como destino de turismo de reuniones.	Gestión	Trimestral	Registros del Fondo Mixto de Promoción Turística	No Disponible	No disponible	100%	PGDDF Eje 3, Área de Oportunidad 6, Objetivo 3, Meta 2

RESPONSABLE: FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO FEDERAL.

Eje 4. Habitabilidad y servicios, espacio público e infraestructura

DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

El 57.12% de los turistas que pernoctaron en la Ciudad de México durante 2013, lo hicieron en la Delegación Cuauhtémoc, y el 12.3% en la Delegación Miguel Hidalgo, mientras que en las Delegaciones Magdalena Contreras, Tláhuac, Xochimilco, Tlalpan y Cuajimalpa, pernoctaron tan sólo el 4.4% de los turistas. También en la Delegación Cuauhtémoc están concentrados los recursos culturales, arquitectónicos y monumentales que identifican como destino turístico a la Ciudad.

Por otro lado, para ese mismo año, el estudio “Perfil del Turista que visita la Ciudad de México” señala que 42% de los turistas deciden su hospedaje por la ubicación y el 21% por precios y promociones. Las razones anteriores explican por qué la actividad turística está altamente concentrada en al menos dos zonas: el Centro Histórico y en la Delegación Miguel Hidalgo para turismo de negocios.

OBJETIVO 1

Orientar el desarrollo urbano hacia una ciudad compacta, dinámica, policéntrica y equitativa, que potencie las vocaciones productivas y que fomente la inversión, para alcanzar un patrón de ocupación eficiente que induzca la redistribución de la población a zonas que combinen los diversos usos del suelo, mejore la infraestructura pública, aproxime el empleo y los hogares a las redes de transporte público y propicie la equidad territorial.

META SECTORIAL 1

Identificar al menos tres Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable de la Ciudad, para promover su declaratoria formal.

OBJETIVO 2

Regenerar y redensificar zonas localizadas tanto en áreas centrales con potencial de reciclamiento, como en las áreas que pueden captar población adicional, tener un uso más intenso y diverso del suelo y ofrecer condiciones de sustentabilidad y rentabilidad.

OBJETIVO 3

Impulsar la coordinación interinstitucional que, con una visión interdisciplinaria y metropolitana, consolide la funcionalidad administrativa de la relación entre las dependencias y entidades vinculadas al desarrollo territorial, para ofrecer un servicio eficiente, transparente y expedito al ciudadano, sustentado en un marco normativo congruente que inhiba la corrupción y potencie el desarrollo de la Ciudad.

META SECTORIAL 2

Participar en la coordinación metropolitana en las materias de movilidad, accesibilidad y encadenamientos productivos regionales relacionados con la actividad turística.

POLÍTICAS PÚBLICAS

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda elaborará la metodología que permita identificar las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable. Incorporarán, en la coordinación para la creación de los planes estratégicos, en su caso, a la Secretaría de Desarrollo Económico, a la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, a la Autoridad del Centro Histórico, a la Autoridad de la Zona Patrimonio Mundial Natural y Cultural de la Humanidad en Xochimilco, Tláhuac y Milpa Alta y a la Autoridad del Espacio Público.

La Secretaría de Turismo participará en el Sistema de Información geográfica y el sistema de indicadores en el Desarrollo Urbano, con el Atlas Turístico de la Ciudad de México, buscando que la plataforma de georreferencia sea común entre las dependencias que requieren su utilización para diversos fines, entre ellos, la identificación de las vocaciones del territorio.

El Atlas tiene 3 propósitos: cumplir con la Ley de Turismo, desarrollar el sistema de información georeferenciada para el uso de turistas y ciudadanos y, apoyo técnico en la investigación, análisis, desarrollo, promoción y difusión de proyectos de la Ciudad que requieren los tres niveles de gobierno y el sector privado y social, coadyuvando en la toma de decisiones.

En coordinación con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, la Secretaría de Medio Ambiente, la Secretaría de Transportes y Vialidad, participar en la construcción de la agenda metropolitana, en el tema de encadenamientos productivos.

CUADRO 10

Nombre	Fórmula	Unidad de Medida	Objetivo	Tipo de indicador	Periodicidad	Documentos Relacionados	Parámetros, Estadísticas o Indicadores Relacionados	Línea Base	Meta al 2018	Justificación
Porcentaje de Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable identificadas	$\frac{\text{Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable Programadas}}{\text{Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable identificadas}} \times 100$	Porcentaje	Conocer el avance en la identificación de ZDTS	Gestión	Anual	Registros administrativos	No disponible	No disponible	100%	PGDDF Eje 4, Área de Oportunidad 1, Objetivo 1, Meta 2

RESPONSABLE: SECRETARÍA DE TURISMO DEL DISTRITO FEDERAL

OBJETIVO 1

Crear, recuperar y mantener los espacios públicos emblemáticos, las áreas verdes urbanas a diferentes escalas y en diferentes zonas de la Ciudad y las calles como elementos articuladores del espacio público, a fin de generar encuentros, lazos de convivencia, apropiación social, sentido de pertenencia y ambientes de seguridad para los habitantes y visitantes. (Espacio público AO2).

META SECTORIAL 1

Integrar al menos los planes maestros en 2 zonas de desarrollo turístico antes del 2018 que identifiquen puntos, nodos y corredores o la necesidad de crearlos en las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable.

POLÍTICAS PÚBLICAS

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda y la Autoridad del Espacio Público, y en su caso, de la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, la Autoridad del Centro Histórico, la Autoridad de la Zona Patrimonio Mundial Natural y Cultural de la Humanidad en Xochimilco, Tláhuac y Milpa Alta buscará identificar y establecer los puntos, sitios, corredores y polígonos para el mejoramiento o desarrollo de la infraestructura turística de la Ciudad, para el fomento y la promoción de actividades turísticas. De esta identificación se promoverá, gestionará e implementarán los planes maestros de desarrollo, de zonas, corredores y puntos turísticos susceptibles a ser modernizados integralmente, considerando su integración con el entorno urbano, comercial y de servicio, cultural y turístico.

CUADRO 11

Nombre	Fórmula	Unidad de Medida	Objetivo	Tipo de indicador	Periodicidad	Documentos Relacionados	Parámetros, Estadísticas o Indicadores Relacionados	Línea Base	Meta al 2018	Justificación
Porcentaje de integración de Planes Maestros en las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable	(Integración de Plan Maestro / Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable programadas) *100	Porcentaje	Conocer el avance en la integración de los Planes Maestros para el desarrollo de las ZDTS	Gestión	Anual	Planes	No disponible	No disponible	100%	PGDDF Eje 4, Área de Oportunidad 1, Objetivo 1, Meta 2

RESPONSABLE: SECRETARÍA DE TURISMO DEL DISTRITO FEDERAL

Eje 5. Efectividad, rendición de cuentas y combate a la corrupción

GESTIÓN DEL DESTINO

OBJETIVO 1

Impulsar el crecimiento de las fuentes propias de financiamiento para contar con los recursos necesarios y las condiciones de sustentabilidad que garanticen una adecuada provisión de bienes y servicios públicos así como la continuidad de programas sociales, al tiempo que favorezcan un ambiente óptimo para la inversión y el crecimiento económico de la Ciudad de México.

META SECTORIAL

Instrumentar el Registro Turístico del Distrito Federal, alineado al Registro Turístico Nacional, obligatorio para los prestadores de servicios de acuerdo a la Ley General de Turismo.

POLÍTICAS PÚBLICAS

En coordinación con los prestadores de servicios turísticos, la Secretaría de Desarrollo Económico, la Secretaría de Finanzas, el Instituto Nacional de Geografía e Informática y la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal, mantener actualizado el Sistema de Información Turística con la incorporación del Registro de Prestadores de Servicios Turísticos al Registro Nacional Turístico, de conformidad con la Ley General de Turismo.

OBJETIVO 1

Fortalecer la planeación gubernamental mediante mecanismos integrales, incluyentes y participativos que permitan una mejor definición de los retos de la Ciudad y las políticas públicas formuladas para atenderlos.

META SECTORIAL 1

Incorporar el Sistema de Información Turística al sistema estadístico y de información de la Ciudad de México y la Zona Metropolitana del Valle de México, que genere insumos para fortalecer los diagnósticos de las problemáticas de la Ciudad.

POLÍTICAS PÚBLICAS

En coordinación con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, con la Secretaría de Transporte y Vialidad y con la Secretaría de Gobierno del Distrito Federal, contribuir a los estudios de movilidad en la Zona Metropolitana del Valle de México con el propósito de realizar actividades turísticas, para determinar su volumen, actividades que impactan y su relación con la actividad social, cultural y recreativa de la Ciudad de México.

OBJETIVO 1

Construir un gobierno inteligente, abierto, ágil y flexible, que utilice los más avanzados sistemas administrativos y tecnológicos para promover la eficacia gubernamental y hacer un uso más eficiente de los recursos públicos.

META SECTORIAL 2

Establecer servicios digitales oportunos, eficaces y eficientes, así como sistemas informáticos orientados a la atención del visitante de la Ciudad de México y a los prestadores de servicios turísticos, generando aplicaciones descargables del sitio web de la Secretaría de Turismo del Distrito Federal.

POLÍTICAS PÚBLICAS

En coordinación con la Oficialía Mayor incorporar las Tecnologías de Información y Comunicación en la atención a los visitantes de la Ciudad de México y en la atención a los trámites que ante la Secretaría se realizan.

CUADRO 12

Nombre	Fórmula	Unidad de Medida	Objetivo	Tipo de indicador	Periodicidad	Documentos Relacionados	Parámetros, Estadísticas o Indicadores Relacionados	Línea Base	Meta al 2018	Justificación
Incremento de las visitas en el sitio web de la Secretaría de Turismo del Distrito Federal	$((\text{Visitantes al sitio web este año} - \text{Visitantes al sitio web en el año base}) / \text{Visitantes al sitio web el año base}) * 100$	Porcentaje	Conocer la variación anual en el número de visitantes	Gestión	Anual	Google Analytics	No aplica	24%	40%	PGDDF Eje 5, Área de Oportunidad 3, Objetivo 1, Meta 1

RESPONSABLE: SECRETARÍA DE TURISMO DEL DISTRITO FEDERAL

Anexo. Consulta Pública y Resultados

CONVOCATORIA

En el marco de la planeación participativa y con el propósito de identificar los problemas del sector y consensuar las propuestas para el Programa Sectorial, durante el mes agosto de 2013, se llevaron a cabo los foros de consulta a través de reuniones con prestadores de servicios turísticos y encargados de turismo de las delegaciones políticas a través de una convocatoria:

PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO DEL DISTRITO FEDERAL

Con fundamento en el Título Segundo, Capítulo Único, Artículo 5, Fracción IV y en el Artículo 9 Fracción III, de la Ley de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal; así como en el Título Sexto, Capítulo Segundo, Artículos 58 y 59 de la misma ley, el Gobierno del Distrito Federal, a través de la Secretaría de Turismo:

CONVOCA

A la sociedad en general a participar en la

CONSULTA PÚBLICA

"TURISMO PARA EL DESARROLLO DEL DISTRITO FEDERAL"

Para la integración del

PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2014-2018 DEL GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL de

conformidad con las siguientes

BASES

La consulta pública "Turismo para el desarrollo del Distrito Federal", tiene la finalidad de aportar elementos para la construcción de un modelo de desarrollo que permita orientar, ordenar y coordinar el trabajo sustantivo para la definición y ejecución de políticas públicas de aplicación al Turismo de la Ciudad de México. Esta consulta se realiza mediante la instrumentación de un esquema participativo que favorezca la contribución de todos los actores de la sociedad en general y del ámbito turístico en particular, para la formulación y ejecución de los instrumentos de planeación que permitan el pleno cumplimiento del objetivo y fines institucionales. La consulta pública es una estrategia de participación social que contribuye a la consolidación de propuestas para el desarrollo del sector y es fundamental para el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 del Distrito Federal, a partir de los siguientes temas:

- I) Conectividad de la ciudad de México con el exterior (vía aérea, terrestre, ferroviaria).
- II) Movilidad de los turistas dentro de la ciudad.
- III) Normatividad de la actividad (nivel federal, local y delegacional).
- IV) Financiamiento del sector.
- V) Coordinación e interrelación con otros subsectores de la actividad turística.
- VI) Promoción, marketing y relaciones públicas.
- VII) Uso de páginas web, redes sociales y otras herramientas de las Tecnologías de la Información para promoción (aplicaciones para Smartphone, etc.).
- VII) Coordinación e interrelación con la Secretaría de Turismo del Distrito Federal.
- IX) Capacitación de personal administrativo y operativo.
- X) Programas de certificación.

XI) Seguridad de la ciudad en general y de los sitios turísticos en particular.

XII) Vinculación con las entidades del gobierno federal y local responsables de promover la cultura y el desarrollo económico y social.

XIII) Vinculación con el sector académico.

XIV) Segmentos de mercado: Turismo cultural, turismo de negocios, turismo religioso, ecoturismo, turismo de salud, turismo de congresos y convenciones, etc.

Del 8 al 21 de agosto se realizaron 10 Foros de Consulta en los que participaron 130 representantes de los sectores involucrados en la actividad turística de la Ciudad de México: integrantes de la academia, de las agencias de viajes, de congresos y convenciones, de cultura, de las delegaciones, de los hoteles, de la industria de la hospitalidad, de turismo de naturaleza (turismo alternativo), de los restaurantes de calidad turística y del transporte terrestre especializado y en cada sesión se trataron los temas previstos en la convocatoria, de acuerdo al interés de los participantes.

Con la idea de generar una mayor participación, se dispuso de un espacio en la página de internet de la Secretaría, para quienes no pudieron estar presentes en los foros, manifestaran sus puntos de vista y/o propuestas. En los anexos se presenta la problemática y propuestas por tema de discusión y por reunión.

Foros de Consulta

FECHA	HORARIO	SECTOR	SEDE
Jueves 8	17:00 hrs.	Hotelería	Hotel Melía-Reforma
Viernes 9	12:00 hrs.	Turismo de naturaleza/alternativo	SECTURDF
Lunes 12	12:00 hrs.	Académico e investigación turística	SECTURDF
Lunes 12	17:00 hrs.	Hospitalidad y atención al turista	SECTURDF
Martes 13	12:00 hrs.	Turismo cultural	SECTURDF
Martes 13	17:00 hrs.	Turismo de negocios, congresos y convenciones	CANACO Ciudad de México
Jueves 15	17:00 hrs.	Industria restaurantera y entretenimiento	SECTURDF
Viernes 16	12:00 hrs.	Gestión local del turismo (delegaciones)	SECTURDF
Martes 20	10:00 hrs.	Transportación terrestre, turismo y movilidad	Terminal de autobuses de pasajeros de oriente –TAPO-
Miércoles 21	10:00 hrs.	Agencias de viajes y operadores de turismo	CANACO Ciudad de México

Estas acciones permitieron poner en marcha los trabajos relativos al Programa Sectorial de Turismo 2014 –2018, en cuyo diseño se incorporaron las aportaciones de los actores del sector público, privado, social y académico que atienden y toman parte en la actividad turística, desde el diagnóstico hasta la definición de áreas de oportunidad y líneas de acción, de acuerdo a la temática de la convocatoria.

FOROS DE CONSULTA PARA EL PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO

Tema: GESTIÓN Y TRÁMITES

Sector	Problema	Propuesta
HOTELERO	Existen muchos problemas y requisitos para la apertura y construcción de hoteles, desde autoridades, asociaciones de vecinos, etc.	Aumentar de Tarifas para ser más competitivos.
	Extorsión a los negocios.	El comercio electrónico ha abatido costos. Eliminación de visas para Colombia, Brasil y Perú ha resultado ser una buena estrategia, pues ha aumentado el turismo de Sudamérica.
	Extorsión a los turistas que llegan al Distrito Federal por carretera.	
	La movilidad a través del transporte público para los turistas, sigue estando por debajo del de otras Ciudades en el mundo. (Cd. de México - Cd. Global - Cd. Metropolitana).	
RESTAURAN-TERO	Existe sobrerregulación en este sector: 48 permisos para abrir un restaurante.	Creación de un centro de información y orientación para los empresarios restauranteros, para que conozcan sus derechos y obligaciones normativas.
	Autoridades federales, de la Ciudad y locales clausuran de inmediato, podría implementarse una especie de semáforo preventivo, para evitar un “cierre inmediato”, apercibimientos.	Realizar un censo de restaurantes.
	A los organismos que representan a este sector, nunca se les invita a participar en la consulta de los planes parciales de desarrollo urbano.	
CONGRESOS Y CONVENCIONES	Elaborar un catálogo de información sobre Congresos y Convenciones para ICCA.	Crear una Guía para la captura de información con conceptos básicos (SECTUR Federal).
	El DF reportó 720 eventos de alto impacto, ICCA solo certificó 52.	Crear una Plataforma oficial para recopilar información económica y estadística sobre el sector.
TRANSPORTA-CIÓN TERRESTRE TURÍSTICA	Falta de estacionamientos para el transporte turístico especializado.	SETRAVI: Manual de señalización (con participación de sectores); integración de los 4 modos de transporte; Reorganización de CETRAM.
	Autorización para que el transporte turístico especializado pueda transitar por vías primarias.	
	Ambulantaje y taxis piratas alrededor de las centrales de autobuses, causan muchos problemas y son focos de delincuencia.	

Sector	Problema	Propuesta
NATURALEZA, ECOTURISMO, AVENTURA	Tipo de tenencia de la tierra, ejidal y comunal. Sólo en Xochimilco hay propiedad privada. Los cambios en las autoridades ejidales y comunales dificultan la continuidad de los proyectos.	Promoción dentro de la comunidad.
	NOMBRE: El nombre de turismo alternativo crea confusión con el segmento LGBT, en el cual la Secretaría de Turismo ha venido trabajando y desarrollando.	General un Protocolo con los requisitos para establecer y operar servicios de turismo de naturaleza por cada tipo de giro
	Este es turismo de naturaleza, que incluye: ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, etc., que es como se conoce a nivel Federal e internacional.	
	¿Se requiere un convenio entre Turismo y SEDEREC para desarrollar este turismo?	
ATENCIÓN AL TURISTA Y HOSPITALIDAD	Falta de lugares para ascenso y descenso de pasajeros y equipaje, principalmente en el Centro Histórico.	
	Se requiere un permiso para ascenso y descenso, pero cuando hay cambio de administración se tiene que volver a tramitar todo.	
CULTURAL		Deducir impuestos a los que se incorporen a la promoción de la actividad cultural.
		Agenda Cultural y de eventos en la Ciudad, de preferencia coordinada con otros eventos para evitar confusiones.
		Establecer convenios con la Sociedad de Autores y Compositores y otros promotores de la cultura.
DELEGACIONES (GESTIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO)		Realización de un diagnóstico, por productos turísticos de cada delegación.
		Gestionar y ejecutar "Talleres de Enlaces Delegacionales" que permitan una estrecha comunicación y constante vinculación entre las Delegaciones y la Secretaría de Turismo" para trabajar coordinadamente en la gestión.
AGENCIAS DE VIAJES	Falta de regulación y certificación para las agencias de viajes. Existe "informalidad" en este sector. Hay que ver las necesidades de los diferentes tipos y categorías de agencias de viajes.	Ordenar, regular y reglamentar al sector agencias mediante el Registro de Agencias de Viajes del Distrito Federal.
	Se deben crear y desarrollar Paradores específicos y reglas claras para el estacionamiento de los transportes turísticos.	Circulación de autobuses turísticos por vías primarias.
	Conectividad entre las Centrales de Autobuses.	Permiso para unidades de 20 pasajeros.
	Excesiva regulación para el uso de moneda extranjera.	
	Limpieza y ordenamiento en los sitios de interés turístico.	

Tema: INVERSIÓN

Sector	Problema	Propuesta
HOTELERO	Se requiere definir los aspectos y zonas de oportunidad reales para inversionistas hoteleros.	
RESTAURANTE RO	Falta crédito para restaurantes medianos.	
	Su acceso es complejo y lento.	
CONGRESOS Y CONVENCIONES	La OCC requiere mayor presupuesto y estructura.	Proyecto "Guía electrónica" de Congreso y Convenciones.
ACADEMICO	No hay hoteles boutique que aprovechen inmuebles históricos.	Identificar zonas y/o rutas con potencial de desarrollo turístico para aumentar la inversión al turismo en la Cd. de México
	Incorporar soluciones tecnológicas para aprovechar oportunidades.	
NATURALEZA, ECOTURISMO, AVENTURA		Piden se incorpore un representante de la iniciativa privada de este sector en el Fondo Mixto de Promoción Turística del Distrito Federal.
DELEGACIONES (GESTIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO)	Es primordial determinar el producto por vocación delegacional.	Se solicitó la recopilación de la información de inversiones turísticas a través de Ventanilla Única. Impulsar e Innovar en proyectos, programas, festivales que puedan ser presentados a empresarios para la inversión en turismo de cada delegación.
	Faltan establecimientos de hospedaje, cabañas o campamentos en muchas delegaciones lo que se convierte en un área de oportunidad para inversionistas potenciales.	
AGENCIAS DE VIAJES	Falta crédito para desarrollar y apoyar a la agencias de viajes.	

Tema: LABORALES, FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN

Sector	Problema	Propuesta
HOTELERIA	La certificación debe tener un plus para el negocio.	La capacitación se debe dar a nivel institucional y a nivel empresarial.
RESTAURANTERO		Curso de capacitación a los restauranteros para que conozcan el “mapa” de las normas a cumplir y requisitos a cumplir.
ACADEMICO	El Servicio Social no es un instrumento de relación entre formación y mercado laboral.	IPN: Las incubadoras y los programas de emprendedores deben desarrollar además de empresarios, consultores e investigadores.
		No hay suficientes empresas evaluadoras para la certificación.
		COMITÉ PARA LA FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS PARA EL TURISMO, como Grupo de Trabajo del Consejo Consultivo.
		Definir con universidades los temas de calidad de formación y certificación laborales.
TRANSPORTACIÓN TURÍSTICA TERRESTRE		Retomar el trabajo de capacitación para conductores del transporte público entre CENFES, AC y Turismo del DF.
NATURALEZA, ECOTURISMO, AVENTURA	Miles de personas empleadas en el turismo informal, de manera desordenada y poco regulado. En el Ajusco, hay 2 mil personas; en el Río Magdalena, hay 132 microempresas, sobre todo en venta de comida.	Las MIPyMES del área rural requieren acompañamiento empresarial para su creación, desarrollo y maduración.
	Se requiere profesionalización, equipamiento y acreditación para 120 guías especializados en esta modalidad.	
	Considerar que el empresario de la comunidad y rural no es un empresario urbano y por tanto la certificación tiene que ser correspondiente.	
ATENCIÓN AL TURISTA Y HOSPITALIDAD		Incorporar a los estudiantes de turismo, historia y arquitectura (que hablen algún idioma adicional al español) hagan su servicio social como guías en zonas turísticas específicas.
CULTURAL		Desarrollo de circuitos culturales por Delegación. Promoción del Observatorio turístico en cada una de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad.
DELEGACIONES (GESTIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO)	Es necesario crear una certificación especializada en Turismo de Naturaleza.	Capacitación a prestadores de Servicios Turísticos, que fortalezca los programas de certificación y calidad turística.
		Fortalecer y promover los programas de "M", "H" "Excelencia turística" coordinadamente con las Delegaciones.
AGENCIAS DE VIAJES	Falta profesionalización en el sector. El Turismo independiente se ha incrementado un 26%, por lo tanto es necesario los operadores y agentes de viajes trabajen intensamente.	

Tema: INVESTIGACIÓN

Sector	Problema	Propuesta
HOTELERO	El producto Centro Histórico ha sido exitoso.	Conjuntar cultura y diversión.
	Desarrollar programas para cada región del Distrito Federal	Integrar regionalmente;
		Priorizar segmentos y productos turísticos;
		Diagnóstico por zonas o sectores de la Ciudad porque cada una tiene problemáticas diferentes y variadas.
		Desarrollo de productos y servicios “ad hoc” para tener al turista de negocios.
CONGRESOS Y CONVENCIONES	Detectar y desarrollar productos; elaborar la agenda post congreso.	
ACADEMICO	La investigación debe ser multi e intra disciplinaria para cumplir con sus objetivos.	Opciones para los empresarios certificados. Mejoras continuas. Observatorio para la actividad Turística. Centro de inteligencia con información abierta a los alumnos.
	Hay tesis e investigaciones que no se han aprovechado para el desarrollo de la actividad.	Creación de una Red de investigadores multidisciplinaria.
		Producción de diagnósticos específicos.
TRANSPORTACIÓN TURÍSTICA TERRESTRE	Estudio sobre la opinión de los turistas que salen por las Centrales Camioneras.	
	Los conductores del Transporte Público deben conocer la oferta turística de la Ciudad.	
NATURALEZA, ECOTURISMO, AVENTURA	No hay capacidad para dar acompañamiento técnico e institucional a las empresas rurales.	
DELEGACIONES (GESTIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO)	Determinar la vocación turística de cada demarcación.	Estudios e investigaciones de mercado que permitan tener información precisa del turismo y perfil de visitante de cada delegación.
AGENCIAS DE VIAJES	Diseño de productos para su venta.	Estadísticas participativas.
	Considerar todos los eslabones que generan y venden el producto.	Creación de productos en base a las necesidades y perfil de turistas. (No de los que llegan, sino de los que NO llegan).
	ESTADÍSTICAS. Que sean participativas, que sirvan para tomar decisiones y no para el consuelo.	
	Nuevo modelo de Centros de Información Turística.	

Tema: SUSTENTABILIDAD

Sector	Problema	Propuesta
NATURALEZA, ECOTURISMO, AVENTURA	Desarrollo de productos de acuerdo al ecosistema: Chinamperas, humedales, lacustre, boscosa y zonas de agricultura y ganadería.	Se requieren estudios de impacto ambiental.
		Apoyar proyectos de educación ambiental en las zonas rurales.
DELEGACIONES (GESTIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO)	Estudios de carga y de impacto ambiental por empresas locales.	Estudios de carga y de impacto ambiental por empresas locales. Desarrollar proyectos ecoturísticos, en trabajo con junto con SEDEREC, que sean Viables, sostenibles y mejoren la situación local de las delegaciones con esta oferta turística.
		Actualizar la información de ejidos y comunidades en las delegaciones. Crear programas que mejoren, promuevan y conserven los recursos de áreas naturales (Xochimilco, canales, Desierto de los Leones, Venadero, Ajusco etc.).

Tema: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Sector	Problema	Propuesta
HOTELERO	La prensa amarillista no contribuye a la imagen positiva de la ciudad y los esfuerzos para elevar la competitividad se esfuman por la divulgación excesiva de noticias negativas.	Campaña "Yo apoyo a la Ciudad" promoción orientada al mercado nacional y centroamericano.
	A la página web de SecturDF, le faltan muchos elementos, debe ser una herramienta de promoción y debe terminar en venta dura.	Campaña para el mercado nacional: "Conoce primero México".
		Se debe utilizar las redes sociales y las Tecnologías de Información para promover al turismo.
		La promoción orientada a segmentos y mercados prioritarios. Alianzas de promoción con los medios de comunicación.
RESTAURANTERO	No se ha promovido el vínculo de gastronomía y cultura.	Promoción cultura-gastronomía.
	No hay permisos para desarrollar actividades culturales en los restaurantes.	Permisos para desarrollar actividades culturales.
CONGRESOS Y CONVENCIONES	Faltan Viajes incentivo para CC.	Los viajes de incentivos tienen la ventaja de ofrecer la garantía del retorno a la Ciudad en un plazo máximo de un año y medio.
	Falta instrumentar la Campaña "tasa cero".	
	Promoción a través de las oficinas en el exterior de CPTM.	
TRANSPORTACIÓN TURÍSTICA TERRESTRE	Dar a conocer puntualmente la oferta turística de la Ciudad (Ej. Tan solo en el primer cuadro del Centro Histórico existen 30 museos, todos los fines de semana hay exposiciones en los diferentes recintos).	

NATURALEZA, ECOTURISMO, AVENTURA	No se menciona este segmento de turismo en la información que se proporciona en los módulos de información turística.	Generar y promover la cultura de montaña. Criterios claros en la asignación de lugares de visita del Programa Sonrisas por la Ciudad.
CULTURAL	Desde hace 30 años no se promueven sitios como el Jardín del Arte, la Ciudadela, el Bazar del Sábado. Exhiben arte y artesanías.	Realizar festivales culturales, gastronómicos, y espectáculos. Promover teatro y cine. Galerías de arte, vida nocturna y una visita a tumbas de famosos. Campaña de Ciudades Patrimonio con el CPTM.
DELEGACIONES (GESTIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO)		Que se promuevan en FITA los atractivos de cada delegación. Incluir en el Folleto turístico en 8 idiomas, la oferta turística y cultural de cada delegación. Agregar a las delegaciones dentro de los paquetes del programa "Disfruta Ciudad de México".
Sector	Problema	Propuesta
		Hacer un video promocional de la Ciudad, dónde se muestren las zonas turísticas de cada delegación. Aprovechar el recurso gastronómico, ferias, festivales y fiestas patronales para la promoción de las delegaciones, cómo también vincular a estos con CANIRAC para mejorar la Calidad de los servicios.
AGENCIAS DE VIAJES	Marca de la Ciudad de México. No debe cambiar, debe permanecer. Aprovechar la tecnología para promover a la Ciudad de México.	

Tema: INFRAESTRUCTURA

Sector	Problema	Propuesta
HOTELERO	Falta una adecuada señalización y señalética turística.	Ciudad Limpia, Segura y alumbrada.
RESTAURANTE RO	Se requiere una señalización mejor de la ciudad, ya que actualmente es complejo desplazarse por ella.	
	El transporte público, es una maraña.	
CONGRESOS Y CONVENCI- ONES	Hay 3 centros maduros: Banamex, WTC, y Bancomer.	
	Falta aprovechar los 14 recintos y los 100 hoteles con capacidad para desarrollar estos eventos.	
TRANSPORTA- CIÓN TURÍSTICA TERRESTRE	No hay una adecuada señalización turística y de tránsito acorde con estándares internacionales.	
NATURALEZA, ECOTURISMO, AVENTURA	Acceso y Comunicación deficientes: Vías, infraestructura, accesos vehiculares.	Vialidades, adecuadas para el desarrollo del turismo alternativo en la zona rural.
	Falta señalética adecuada.	El proyecto arco sur.
		Proyecto de periférico lacustre ajustar el equipamiento a la cultura de montaña.
ATENCIÓN AL TURISTA Y HOSPITALIDAD	No hay baños públicos para turistas, sobre todo en rutas para caminar.	Construcción de "Paraderos Turísticos" con Centros de información Turística en los sitios turísticos, con baños y trato profesional y personalizado.
CULTURAL		Generar un circuito de Arte para el Turibús que abarque los jardines de arte y artesanos.
NATURALEZA, ECOTURISMO, AVENTURA		Crear "Centros de Inteligencia y Atención Turística en cada delegación".
		Nuevas rutas y estaciones de turibus que permitan la difusión de los atractivos turísticos de cada demarcación.
		Utilizar el "Tranvía" para impulsar nuevas rutas en las delegaciones.
AGENCIAS DE VIAJES		Mejorar la infraestructura.
		Paradores turísticos.

Tema: SEGURIDAD

Sector	Problema	Propuesta
RESTAURANTERO	Las autoridades de tránsito de los municipios conurbados tratan mal a los turistas que ingresan por carretera.	Agenda Metropolitana.
CONGRESOS Y CONVENCIONES	Percepción de inseguridad en el exterior.	
	Afecta decisiones para realizar Congresos y Convenciones en la Ciudad de México.	
ACADEMICO	Mala publicidad para la Ciudad.	
TRANSPORTACIÓN TURÍSTICA TERRESTRE	Falta seguridad en las inmediaciones de los Centros de llegada: Dentro del AICM y las Centrales Camioneras hay buena seguridad. Fuera, hay ambulantes, piratas, robos y extorsiones. Supone que las víctimas están entre los que visitan familiares y amigos y los que buscan conexión con otro transporte.	
NATURALEZA, ECOTURISMO, AVENTURA	La afluencia de visitantes en la zona rural y suelo de conservación se ha reducido en los últimos seis años, asociado a la inseguridad ya que "siembran muertos" en dichas zonas.	
	Abuso de alcohol en fiestas tradicionales.	
DELEGACIONES (GESTIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO)	Falta de seguridad e imagen de desorden en los alrededores de la Basílica de Guadalupe.	Incrementar la seguridad en la zona de "Basílica". Para movilidad y seguridad de los turistas, generar un proyecto de ordenamiento urbano y ambulante.
AGENCIAS DE VIAJES	Trato inadecuado a los turistas, sobre todo sudamericanos que llegan por el AICM.	Trabajar por un "Aeropuerto Amable-Cd. Amable". Regulación de marchas y plantones.

Tema: PRODUCTIVIDAD

Sector	Problema	Propuesta
HOTELERO	El turismo de negocios tiene necesidades especiales: atención rápida, servicios que faciliten su trabajo.	Establecer call center especializado.
ACADEMICO	Falta una metodología para determinar la productividad del Turismo de la Ciudad.	Establecer metodología, vincular bases de datos y trabajar con las instituciones de investigación y educación superior.
TRANSPORTACIÓN TURÍSTICA TERRESTRE	La conectividad entre diferentes medios de transporte es el punto débil del transporte público.	Incorporar la tecnología en el servicio: mapas interactivos en las 4 centrales de autobuses, más información y mejor en el portal de internet y en las redes sociales.
NATURALEZA, ECOTURISMO, AVENTURA		Mesas especializadas para tratar temas de turismo alternativo.
DELEGACIONES (GESTIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO)		Reuniones constantes y tripartitas (Gobierno Federal, local y delegacional), para trabajar proyectos turísticos específicos, en pro del turismo en sus diferentes niveles.

Tema: OTROS ASPECTOS

Sector	Problema	Propuesta
HOTELERO	Enfoque Regional; Incorporar Acapulco, Cuernavaca, entre otras ciudades como parte del producto turístico del DF.	Objetivo: Destino turístico integral y alta calidad de los servicios.
	Diversión y cultura muy divorciadas de la prestación de servicios.	El impulso al segmento de Congresos y Convenciones asociándolo con el recreativo y cultural.
	Retomar el concepto del "PROGRAMA DE FIESTA DF". Se identifica al turismo de negocios como el principal, y con mayor potencial el de diversión y cultural.	
RESTAURANTERO	El servicio de taxis es deficiente.	Secretaría de Turismo facilitadora.
	Generar y difundir ampliamente un Protocolo de protección civil para caso de desastres y contingencias	Creación y difusión del Protocolo de protección civil para caso de desastres y contingencias.
ACADEMICO	Falta diseño de productos turísticos culturales	La concentración de la oferta turística y el agotamiento de los modelos requieren de la diversificación de productos y destinos, por tanto, utilizar mejor los recursos.
		Recuperación de tesis.
		No hay suficientes empresas evaluadoras.
TRANSPORTACIÓN TURÍSTICA TERRESTRE	Hace falta Cultura vial	Generar un Programa permanente de Cultura Vial.
NATURALEZA, ECOTURISMO, AVENTURA	En los últimos 5 años se han desarrollado 30 proyectos y 4 corredores de turismo alternativo.	Enlazar los productos de turismo alternativo con la ruta de Corazón de México o su equivalente de turismo regional.
	SE REQUIERE EL ACOMPAÑAMIENTO A LAS EMPRESAS DE TURISMO RURAL para el desarrollo de productos	Considerar a todos los prestadores de servicios turísticos de turismo alternativo en el diseño y operación del Programa de Turismo Social: "Sonrisas por tu Ciudad" y otros.
ATENCIÓN AL TURISTA Y HOSPITALIDAD CULTURAL		Los módulos deben tener capacidad para recibir quejas y opiniones y canalizar para denuncias.
AGENCIAS DE VIAJES		Incorporar a empresarios y comunales y promotores de la actividad cultural a los servicios de apoyo a las empresas.
		Cultura turística entre los habitantes de la Ciudad de México: trato y conocimiento. Actualización de los "40 porqués del turismo".

Glosario

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

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

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

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

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

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

Comisión: la Comisión Ejecutiva de Turismo del Distrito Federal.

Consejo: el Consejo Consultivo de Turismo del Distrito Federal.

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

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

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

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

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

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

Delegaciones Políticas: Los órganos político – administrativos en cada demarcación territorial.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Oferta turística: Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística:

Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas.

Establecimientos que venden su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto la mayoría de sus clientes sean turistas.

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

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

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

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

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

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

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

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

Programa: el Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

El Turismo Alternativo incluye:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Turismo rural: la categoría del turismo alternativo en la cual el turista participa en actividades propias de las comunidades rurales, ejidos y pueblos indígenas con fines culturales, educativos y recreativos, que le permiten conocer los valores culturales, forma de vida, manejo ambiental, usos y costumbres y aspectos de su historia, promoviendo con ello la generación de ingresos adicionales a la economía rural y a la preservación de los ecosistemas en los que habitan.

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

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

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

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

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

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

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

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

Los visitantes internos incluyen:

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

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

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

Los visitantes internacionales incluyen:

Turistas (visitantes que pernoctan): “un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado”;

Visitantes del día (excursionistas): “un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado”.

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

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

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

Siglas y Acrónimos

ACTCM Agenda de Competitividad de la Actividad Turística de la Ciudad de México.

AICM Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.

AHCM Asociación de Hoteles de la Ciudad de México.

APF Administración Pública Federal.

APDF Administración Pública del Distrito Federal.

Banxico Banco de México.

CANIRAC Cámara Nacional de la Industria Restaurantera.

CENEVAL Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior, AC.

CENFES, AC Centro para el Fomento de la Educación y la Salud de los operarios del transporte Público de la Ciudad de México, Asociación Civil.

CEPAL Comisión Económica para América Latina y el Caribe de la Organización de las Naciones Unidas

CETRAM Centros de Transferencia Modal. Paraderos de transporte.

CONAET Consejo para la Calidad de la Educación Turística, AC.

CONALEP Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica

CONAPO Consejo Nacional de Población.

CONEVAL Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.

COPLADE DF Comité de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal.

CPTM Consejo de Promoción Turística Mexicano.

DOF Diario Oficial de la Federación.

ENOE Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo.

FODA Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

GaWC Red de investigación con sede en el Departamento de Geografía de Universidad de Loughborough (Reino Unido).
<http://www.lboro.ac.uk>

ICATCDMX Instituto de Capacitación para el Trabajo de la Ciudad de México.

IMNC Instituto Mexicano de Normalización y Certificación.

IMSS Instituto Mexicano del Seguro Social.

INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

LGT Ley General de Turismo.

LTDF Ley de Turismo del Distrito Federal.

MIPyMES micro, pequeñas y medianas empresas.

OIT Organización Internacional del Trabajo

OMT Organización Mundial de Turismo.

PIB Producto Interno Bruto.

PND Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.

PGDDF Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018.

PROSECTUR Programa Sectorial de Turismo 2013-2018.

PSTDF Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal 2014 – 2018.

SCOT Subprograma de Compensación a la Ocupación Temporal.

SECTURDF Secretaría de Turismo del Distrito Federal.

SETRAVI Secretaría de Transporte y Vialidad del Distrito Federal.

STyFE Secretaría del Trabajo y Fomento al Empleo.

UNAM Universidad Nacional Autónoma de México

UNESCO Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

ZM Zona Metropolitana.

ZMVM Zona Metropolitana del Valle de México.

ZDTS Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable.

ZODES Zonas de Desarrollo Económico y Social.

“Los alcances establecidos en el presente Programa Sectorial estarán en función de la disponibilidad financiera del Gobierno del Distrito Federal, por lo que las Unidades Responsables del Gasto determinarán las acciones para lograr dichos alcances, supeditándose a su capacidad operativa y presupuesto autorizado, evitando en todo momento contraer compromisos que excedan a éstos.”
