



Vol 5, Nº 12 (junio/junho 2012)

VISION DE LAS AUTORIDADES Y PERCEPCIONES DEL TURISMO: CIFRAS Y RELATOS SOBRE LA CIUDAD DE MÉXICO

Anna María Fernández Poncela

Universidad Autónoma Metropolitana (Xochimilco)

México DF

fpam1721@correo.xoc.uam.mx

RESUMEN

El texto presenta brevemente el proyecto gubernamental de la promoción turística de las autoridades de la Ciudad de México. También muestra el panorama y la caracterización del turismo actual a esta ciudad, con los datos de encuestas y los testimonios de entrevistas, las percepciones turísticas de quienes visitan esta gran urbe desde otros países o desde otros estados de la República mexicana.

Palabras clave: Ciudad de México, turismo, características, percepciones, cifras, relatos.

ABSTRACT: The text briefly presents the Government draft of the tourist promotion of the authorities of the city of Mexico. It also shows the panorama and the characterization of the current tourism to this city, with survey data and testimonies of interviews, tourist perceptions of those who visit this great city from other countries or other States of the Mexican Republic.

Keywords: City of Mexico, tourism, features, perceptions, figures, stories.

“Las ciudades existen por el ámbito imaginario suscitado por ella y que retorna a ella, ese ámbito alimentado por la ciudad y del cual ella se nutre, al cual da nacimiento y que la hace renacer a cada instante” (Augé, 1998:111).

“A partir de 2008 y bajo los lineamientos del Programa Sectorial de Turismo 2008-2012, se ha impulsado decididamente la imagen de la Ciudad de México como destino de clase mundial, logrando posicionar contundentemente a nuestra Ciudad como el principal destino de México y el segundo más visitado de América Latina solo abajo de Sao Paulo” (Secretaría de Turismo DF, 2011c:9).

En últimas fechas tiene lugar una gran campaña publicitaria en torno a la Ciudad de México como foco de atención y atracción turística principalmente desde el gobierno de la ciudad y fundamentalmente a través de dos vías: la reconstrucción y reactivación del patrimonio –presentizar el pasado- y la creación de nuevos símbolos e imágenes –presentizando el futuro-. Algo así como que a la histórica y tradicional Tenochtitlan y sus sitios arqueológicos y la ciudad de los palacios coloniales, ahora se suma la ciudad del diseño y de vanguardia como reza la publicidad oficial con sus edificios inteligentes y arquitecturas de avanzada. Con ello se configuran imaginarios y representaciones sociales, cuando no incluso memoria social y deseos de consumir la ciudad misma, su historia, cultura, espacios, sus atractivos y su cotidianidad.

Aquí interesa específicamente la reflexión en torno a la relación de ciudad y turismo, desde la visión y proyecto gubernamental, hasta las miradas y concepciones que quienes la visitan tienen de ella pasando por la caracterización de las y los turistas. Lo cual se realiza por medio de dos enfoques y técnicas de investigación, uno cuantitativo con las encuestas que la Secretaría de Turismo del DF realiza mensualmente sobre lo que denomina el “perfil del turista”. Y otro cualitativo con las entrevistas realizadas a las y los turistas con objeto de profundizar y dar sentido a las cifras y tendencias con imágenes y opiniones, con experiencias y vivencias, con deseos y recuerdos, los testimonios recabados para este trabajo.

Así descripción y reflexión se dan cita en estas páginas, sobre el despliegue de una política pública, la reactivación turística, y en torno a las representaciones e imaginarios de las y los turistas en su visita a la ciudad, toda vez que se realiza una fotografía de las características de éstos.

INTRODUCCIÓN

Conceptos y reflexiones: la ciudad y el turismo

Según Marc Augé “**La ciudad** es un mundo. Es un mundo, en un primer sentido, porque es un lugar, es un espacio simbolizado, con sus puntos de referencia, sus monumentos, su fuerza de evocación, es decir, todo aquello que comparten quienes se dicen de una determinada ciudad” (Augé, 2006:149). Por su parte, Michel De Certeau señala que “El imaginario urbano está constituido para empezar por las cosas que lo deletrean...Las casas

ruinosas...Son actores, héroes de leyenda. Organizan en torno suyo la novela de la ciudad...tienen la función de la historia..."ánimas" del lugar. Como sus ancestros divinos, tienen papeles de actores en el casco antiguo de la ciudad" (De Certeau, 2006:137-8). La ciudad siempre está cargada de significados, entre memorias sociales y colectivas, representaciones e imaginarios para quienes la habitan, pero y también para aquellos que llegan a sus calles con objeto de visitarla y a su manera revivirla, reinterpretarla.

Dentro de las ciudades, en algunas y en ocasiones, destacan los centros históricos, como en el caso que nos ocupa. Se trata de espacios públicos, símbolos de identidad, memoria colectiva, testimonio histórico y monumental, lugares de encuentro, hoy día también recurso y atractivo para el turismo, sin dejar de ser origen de legitimación histórico identitaria y simbólica para la población de la ciudad se convierte en eje del turismo cultural. Así la urbe derrama paisajes y significados para propios y extraños.

El **turismo cultural**, si bien inicialmente fue considerado como minoritario y alternativo, hoy puede decirse que es parte de la comercialización de la cultura y masivo (Santana, 2003). En general para todo tipo de turismo, éste se inscribe en el anhelo, entre otras cosas, de divertirse toda vez que acercarse a otros espacios y sociedades diferentes. Deseo que en el marco de globalización y fragmentación que tiene lugar en el mundo, se ve atravesado por la necesidad psicológica (Maslow, 1982) de una búsqueda de lo diferente, tradicional o exótico, auténtico e idealizado. Hay quien afirma incluso que "El turismo, más que un componente social y económico de los flujos de viajeros, es un proceso de construcción de imágenes, relaciones, signos, representaciones identitarias. No sólo es experiencia, sino también un conjunto de discursos sobre el mundo ajeno y el propio...Se basa sobre enunciados, expresa creencias, objetiva la experiencia en imágenes y encuentros de miradas, inventa estilos de identidad, programa eventos y lugares proveyendo sus motivaciones y sistemas sémicos distintivos" (Simonicca, 2006:43). Todo ello en el afán o búsqueda de "la autenticidad y del exclusivismo de los monumentos se ve subvertida, a cada instante, por el mercado de la autenticidad (textos científicos, guías, folletos explicativos, que le son colocados por una serie de agentes promocionales públicos o privados), por las tradiciones e historias imaginadas por sujetos descentrados y por la misma comercialización de la cultura. Agréguese a esto el proceso de comercialización al que los monumentos, como otros ejemplares del patrimonio histórico...Divagamos cuando vemos el monumento y, como espectadores, somos puestos frente a un instante dramático singular que nosotros mismos nos encargamos de generar y administrar. No es raro que podamos dejarnos transportar a un universo fantástico de imaginación personal, tanto histórico como estético o político." (Fortuna, 1998:70-71). Y en esta búsqueda hay algo más, se persigue un encuentro con creencias, tradiciones, seguridades de un pasado que en la sociedad contemporánea se pierde, un vistazo a las raíces del otro cuando las propias se han desdibujado, constatar que éstas existen en otros lugares y otras personas, con la esperanza consciente o inconsciente que las propias también existen de alguna manera aunque ya no se perciban.

Anotaciones metodológicas: encuestas y entrevistas

Para este trabajo se utilizaron fuentes y métodos cuantitativos y cualitativos. En concreto se cuenta con la información de la encuesta mensual que la Secretaría de Turismo del DF realiza y publica, además de los testimonios de ciudadanía y visitantes recabados a través de entrevistas *ex profeso* en el desarrollo de la presente investigación.

En cuanto a las encuestas diremos que mensualmente tiene lugar la publicación de reportes con base en la aplicación de encuestas por parte de la Secretaría de Turismo del DF y la Universidad Autónoma Metropolitana. Se trata de una encuesta polietápica –cuestionarios aplicados en tres turnos del día y en diferentes días de la semana todas las semanas-. La muestra es de 543 encuestas levantadas mensualmente: 160 en el aeropuerto en salida nacional, 208 en las cuatro centrales de autobuses, 32 en dos carreteras y 143 en el aeropuerto salida internacional. Las personas son seleccionadas independientemente de su sexo por el hecho que tengan más de 16 años –se aborda al individuo tras eliminar a las cuatro personas presentes que se cuentan en el punto de salida y así sucesivamente hasta completar el cupo establecido- (Secretaría de Turismo, 2011b). A efectos de esta investigación vamos a tomar como base la información y datos de diciembre del año 2011, por ser un mes donde el turismo se incrementa y tal vez es más representativo de la época vacacional, si bien también revisamos cuestiones sobre el tema de todo lo estudiado entre agosto y diciembre del año 2011 fechas que coinciden con los tiempos de la aplicación de las entrevistas cualitativas.

En el informe de diciembre del 2011 se encuestó a un total de 543 personas, 400 nacionales y 143 visitantes internacionales. En cuanto a los primeros 56.50% de la muestra eran mujeres y 43.50% de hombres. Los rangos etarios fueron: 9.50% de 16 a 23 años, 21.25% de 24 a 29, 17% de 30-35, 15.75% de 36-41, 12.50% de 42-47, 9.75% de 48-53, 5.25% de 54-59 y 9% de 60 y más años. Respecto a los de procedencia extranjera 51.05% fueron hombres y 48.95% mujeres. Sus edades fueron 4.90% de 16 a 23 años, 16.78% de 24-29, 11.89% de 30-35, 22.38% de 36-41, 14.68% de 42-47, 10.49% de 48-53, 8.39% de 54-59 y 10.49% de 60 años y más.¹

Sobre las entrevistas señalar que se realizaron un total de 20, mitad hombres y mitad mujeres. La condición de la entrevista es que tuvieran más de 18 años y que no estuvieran de visita a sus familiares, pues estar personas si bien hacen turismo también es algo diferente, no tratándose del objetivo principal del traslado. Además que no se entrevistara a más de uno cuando van en pareja o en grupo. Sus edades van de los 22 a los 34 años, la mitad extranjeros y mitad nacionales. En cuanto a las nacionalidades de origen: tres de Francia, dos de Italia, dos de España, uno de Austria otro de Guatemala y otro de Colombia.² Sus ocupaciones: diseño gráfico, profesora, pedagoga, ama de casa, profesionalista, informático, economista, arquitecto, comunicación, administrador.

¹ Aquí traemos una parte de la información seleccionada con cuadros de elaboración propia y lo más resumidos posible para el análisis realizado.

² “La Ciudad de México es visitada anualmente por turistas de 188 países, entre los que destacan por su número de llegadas Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, España, Francia, Argentina, Alemania, Italia, Brasil, Chile, Japón, Venezuela, Holanda y Costa Rica” (Secretaría de Turismo del DF 2011c:9). Algunas de estas nacionalidades coinciden con las personas entrevistadas. Eso sí se considera que alrededor de 80% del turismo es nacional y 20% internacional.

Los estados fueron: Chiapas, Chihuahua, Morelos, Nuevo León, Oaxaca, Querétaro, Tamaulipas, Veracruz y Zacatecas, una persona de cada estado y dos de Nuevo León. Ocupación: tres estudiantes, músico, administrativo, gerente de tienda, recepcionista, diseño, estilista, profesora. Su aplicación fue realizada entre agosto del 2011 y diciembre del 2011 en el Centro histórico, Hostal Mundo joven, Colonia Condesa, Colonia Roma, Colonia Escandón, Museo Nacional de Antropología, Palacio de Bellas Artes, lugares donde los turistas se encuentran.³

La promoción turística de la ciudad de México

“El turismo en la Ciudad de México ha dejado de ser visto como una actividad de entretenimiento para ser considerado con todo su potencial, como una de las actividades económicas más importantes y con más potencial de nuestra gran metrópoli” (Secretaría de Turismo del DF, 2011c:9).

Varios documentos y declaraciones de autoridades se refieren a la intención de catapultar la capital del país como una ciudad turística, entre los primeros destaca el “Programa Sectorial de Turismo 2008-2012” como marco de planeación en que se marcan estrategias y compromisos para políticas públicas sobre turismo en la ciudad. De hecho, en su presentación dice el Jefe de Gobierno Marcelo Ebrard: “consolidar a nuestra ciudad como un destino turístico mundial de excelencia” y “La Ciudad de México, primer destino turístico de nuestro país, tiene el compromiso de consolidar a la industria de este sector como un motor de desarrollo económico para la Ciudad, impulsor sólido de generación de empleos y como apoyo al desarrollo turístico de otras entidades, en su papel de distribuidor de turismo al interior de nuestro país. Aquí se vive la historia y la tradición, en esta Ciudad, la Gran Tenochtitlán, convive el pasado y el presente, y se escribe el futuro día con día. Queremos que ese futuro sea fuente de desarrollo, progreso y oportunidades para todos los ciudadanos” (Marcelo Ebrard en Secretaría de Turismo DF, 2008:7-8).

Como resultado de la crisis económica internacional, quizás también de los llamados de varios países a no visitar México a sus conciudadanos, o de las noticias sobre la inseguridad que circulan en los medios de comunicación, el turismo ha disminuido en el país, pero al parecer no así o no tanto, en la Ciudad de México que es el primer destino de éste y el segundo del continente latinoamericano, además de la puerta de ingreso para desplazarse a otros lugares del país.

“En total, anualmente nos visitan más de 46 millones de turistas, de los cuales más de 11 millones se hospedan en hoteles y más de 35 millones pernoctan en casas de familiares y amigos, lo que genera más de 900 mil empleos directos e indirectos y produce una derrama económica estimada en 45 mil millones de

³ Agradezco la colaboración en la aplicación y transcripción de Jessica García y Juan Carlos Velasco. También es necesario aclarar que dichas entrevistas y sus preguntas en concreto fueron algunas redactadas de manera tal que pudieran adecuarse a algunos de los interrogantes de la encuesta, ello debido a la intención inicial de combinar la información de ambas técnicas y complementar enfoques. Por otra parte se trae a esas páginas parte de la transcripción de las mismas con objeto de ilustrar de manera directa la interpretación de las mismas. También se procedió a corregir algunas expresiones que por la dificultad del idioma para las y los extranjeros eran incorrectas.

pesos anuales de los turistas hospedados en hoteles, más 70 mil millones de pesos de quienes pernoctan en casas”. (Secretaría de Turismo del DF, 2011c:11).

Si se revisan las cifras de la última década (2000-2011) se observa, por ejemplo, que en cuanto a ocupación hotelera en la Ciudad de México sí ha habido disminución de 61.57% al inicio de la década y 56-88% al finalizarla, con un descenso importante en 2009 –producto de la influenza y la crisis económica-. Porcentajes que corren paralelos a las llegadas de turistas que se hospedan en hoteles, siendo 9 millones en 2000 y 12 millones en 2011 -10 nacionales y 2 millones extranjeros-. Si bien la derrama económica parece que se ha mantenido o aumentado, de 2,808.9 millones de dólares en 2000 a 3,7710.2 en 2011. Eso sí, el gasto promedio por turista ha decrecido, de 307.86 dólares a 298.37. por otra parte los empleos directos –personal hoteles y restaurantes- e indirectos se han ido incrementando, repetimos con la brusca caída en 2009, de 178,375 directos en 2000 y 445,938 indirectos en ese mismo año a 270,500 para los primeros y 676,250 para los segundo en el año 2011 (Secretaría de Turismo, 2011d).

En los últimos años ha tenido lugar una agresiva campaña turística por todo el mundo de varios destinos de México. De manera especial el gobierno de la Ciudad de México y su Secretaría de Turismo han promocionado dicho lugar por todos los medios posibles y de forma dinámica y atractiva. No en vano en el año 2011 dicha Secretaría recibió la distinción de la Ciudad de México como el Mejor Destino de Excelencia, en organización, difusión y promoción, por la Organización Mundial del Turismo, en el marco de a la Feria Internacional del Turismo (FITA) que se realiza cada septiembre en esta ciudad. Y no en vano también y según las autoridades en la materia de la ciudad, se reciben varios millones de visitantes cada año y se habla de un ingreso de 42 mil millones de pesos por dicho concepto a las arcas locales (Secretaría de Turismo, DF 2010, 2011a).

“La meta plasmada en el Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal 2008-2012 es hacer del Turismo el sector estratégico más importante para la Ciudad de México, el factor económico rector que genere incrementos en la derrama económica de divisas, aumento en los empleos directos e indirectos, elevar la ocupación hotelera, así como el consumo y el uso de los servicios turísticos, a través de la promoción, la mejora continua en servicios, el mantenimiento y la innovación en la infraestructura, incentivando las inversiones” (Secretaría de Turismo del DF, 2011c:11).

Como se mencionó se construyen imaginarios sociales del turismo, y para ello se reconstruye y/o reactiva el patrimonio cultural e histórico que es inconmensurable, desde la llamada época prehispánica, pasando por la colonia, la etapa moderna y la contemporánea, toda vez que se crean nuevos símbolos a través de la realización de eventos multitudinarios o fabricación de imágenes territoriales, todo con vocación promocional, además de la campaña publicitaria constante sobre la Ciudad. Eso sí, esta política conlleva, entre otras cosas, a veces la recuperación de espacios públicos o de identificaciones grupales urbanas, por lo que la promoción turística nacional e internacional va de la mano con cierto posicionamiento identitario territorial de la ciudad, y la

abertura de espacios y realización de actividades que redundan en beneficio y disfrute ciudadanos.

CIFRAS, IMÁGENES, OPINIONES Y RELATOS DE LAS Y LOS VISITANTES

“La Ciudad de México es una megalópolis universal y fascinante, pero sobre todo, mágica. Alberga más de 100 museos y más de 100 teatros, 20 grandes centros comerciales, más de 640 hoteles con casi 50 mil habitaciones, 50 galerías, más de 1,600 establecimientos de alimentos y bebidas, parques, zoológicos, zonas arqueológicas con los vestigios de las grandes pirámides de Tenochtitlan y Cuicuilco, templos coloniales, barrios antiguos que guardan con celo sus tradiciones, en medio de grandes avenidas modernas con muestras de imponente arquitectura, zonas de canales prehispánicos y chinampas en armonía contemporánea con centros financieros vanguardistas, construcciones de edificios corporativos y su Centro Histórico y cultural, testigo imponente de la grandeza de su historia y elocuente espejo de su diversidad cosmopolita” (Alejandro Rojas en Secretaría de Turismo del DF, 2008:9-10).

Las autoridades del gobierno del DF con respecto al sector turismo anuncian año con año el aumento de este fenómeno y su influencia positiva en el empleo y los negocios, y también señalan que se debe en buena parte por la percepción de una ciudad segura, hospitalaria, tranquila y fascinante, motivos que decantaron la elección de la urbe como destino turístico sobre otros en el país, según dicen (Aldaz, 2011a).

Por otra parte un estudio realizado entre turistas sobre el Centro Histórico de la ciudad en la primavera del año 2010 arrojó el siguiente diagnóstico: “Mejorar el servicio de hospedaje y restaurantes, diversificar la oferta gastronómica y cultural, peatonizar más calles, así como dar mejor información turística son algunas de las peticiones que los visitantes nacionales y extranjeros piden para mejorar los servicios turísticos del Centro Histórico de la Ciudad de México” (Ibarra, 2010:5).

Así las cosas, pueden observarse las cuestiones positivas que la ciudad posee con relación a la actividad turística, lo mismo que también hay cosas que podrían mejorarse. Con relación a esto la Secretaría de Turismo del DF realiza una encuesta mensual entre las y los visitantes, nacionales e internacionales, alrededor de varios temas, parte de la cual vamos a analizar a continuación de manera cuantitativa y la vamos a profundizar y enriquecer, en la medida de lo posible, con la información cualitativa recabada a través de varias entrevistas realizadas a tal efecto –la información metodológica sobre ambas fuentes ya la presentamos con anterioridad-.

Para iniciar con las informaciones y datos de la encuesta del mes de diciembre del año 2011 y que traemos a estas páginas con objeto de ilustrar el tema, lo haremos con cuestiones de carácter general para enmarcar el estudio y con objeto de comparar el perfil de turistas nacionales y extranjeros que la encuesta posibilita. Acto seguido se aterrizará en otros asuntos, mismos que

ampliaremos con los testimonios recabados en las entrevistas realizadas *ex profeso* para ello, como ya se dijo.

El motivo principal del viaje a la Ciudad de México para las personas que llegan del interior de la República es la visita a familiares y amigos con más de un tercio de la muestra consultada para la encuesta que traemos a estas páginas, y en segundo lugar es el trabajo y negocios. En el caso de aquellos que proceden de otro país tanto el trabajo y los negocios como el placer y la diversión son el motivo central con casi un tercio de la población para cada opción. Lo cual redundará en tipos de turismo diferente, uno más familiar que seguro los lleva a residir en casa de parientes o conocidos, y el otro que se hospeda en hoteles por tratarse de una visita de placer o de trabajo. Por supuesto en ambos casos de seguro van a visitar diversos destinos de la urbe, pero también seguramente con diferencias. Este mismo interrogante se aplicó en las entrevistas, en esta ocasión, los resultados no son representativos, no obstante, las respuestas iban en el sentido de: vacaciones, turismo, conocer, pasear, visitar, distraerme, divertirme, descansar y compras.

Aquí destacó el placer o diversión, recordemos que no se entrevistaron a personas que estuvieran visitando a la familia.⁴

Motivos del viaje a la Ciudad de México %

	Nacionales	Internacionales
Trabajo/Negocios	29.50	30.77
Placer o Diversión	16.25	30.77
Visita a familiares y amigos	37.50	28.66

Fuente: elaboración propia con los datos del Informe del "Perfil del Turista que visita la Ciudad de México. Reporte Diciembre 2011" Secretaría de Turismo del DF.⁵

Motivos por los que visita la Ciudad de México.

Sexo	Edad	Origen	Respuesta
F	31	Italia	Vacaciones.
F	34	España	Turismo.
F	29	España	Vacaciones.
F	29	Guatemala	Paseo, conocer y divertirse en la ciudad.
F	25	Francia	Vacaciones.
M	23	Francia	Conocer el país.
M	28	Australia	Vacaciones.
M	29	Italia	Vacaciones.
M	28	Francia	Conocer Latinoamérica.
M	26	Colombia	Vine a conocer porque mi papá vino por trabajo y yo lo alcance.
M	22	Chiapas	Visita por las vacaciones de la temporada decembrina.
M	26	Monterrey	Vacaciones.
M	22	Veracruz	Conocer la capital del país y por lo tanto turistar.
M	28	Oaxaca	Turismo.
M	32	Tamaulipas	A descansar del trabajo.
F	28	Chihuahua	Turismo, viene de vacaciones

⁴ Las personas a quienes se les aplicó la entrevista también fueron abordadas en lugares turísticos, paseando, mientras las de la encuesta en espacios cuando dejan la ciudad o el país, carreteras, centrales camioneras y aeropuerto.

⁵ Para la elaboración de los cuadros se tomó la información publicada por la Secretaría de Turismo del DF, sin embargo, los cuadros han sido reelaborados con objeto de comparar turistas nacionales y extranjeros, así también se han tomado únicamente los temas que interesan y también se ha reducido datos por motivos de espacio.

F	27	Zacatecas	Turismo y a visitar museos.
F	23	Monterrey	A conocer la capital.
F	25	Querétaro	Vengo a distraerme un rato.
F	29	Cuernavaca	Visita y de compras.

Fuente: entrevistas propias.

Sobre el nivel educativo o grado de escolaridad, la mayoría de los turistas internacionales poseen licenciatura, mientras eso también acontece con los nacionales pero en menor porcentaje. De hecho varios extranjeros poseen maestría mientras los del país casi ninguno.

Nivel de estudios %

	Nacionales	Internacionales
Licenciatura	46.25	72.03
Preparatoria/Bachillerato técnico	23.25	14.68
Secundaria	14	4.09

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Respecto a la ocupación tanto unos como otros son en general profesionistas, si bien entre los nacionales hay más obreros y empleados y muchas más amas de casa, reflejo de cómo es la población económicamente activa en cada país y la inserción y mantenimiento de las mujeres en el mercado laboral, en su caso.

Ocupación %

	Nacionales	Internacionales
Profesionistas	34.50	44.76
Empleado/Obrero	22.50	18.88
Ama de casa	15.50	5.59

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Sobre el lugar de residencia de las y los turistas, y por razones obvias se ha listado su procedencia, sin comparar en este caso entre los que llegan de los Estados Mexicanos y los provenientes de otras latitudes. Lo interesante es como michoacanos y guerrerense son los que más visitan la ciudad según esta muestra, seguidos de Nuevo León y Veracruz. Para las y los extranjeros Alemania, Guatemala, Francia, España e Italia son los países que más llegan a la ciudad, si bien quien más lo hace es las y los ciudadanos estadounidenses de varios estados de ese país, en especial los sureños. Y es que en otro interrogante sobre su lugar de nacimiento, 37.87% de las personas de otra nacionalidad que llegan como extranjeros nacieron en México: por lo cual parece claro que muchos de quienes llegan del país de norte fueron emigrantes en su momento.

Lugar de residencia turistas nacionales %

Michoacán	11.25
Guerrero	10.75
Nuevo León	7
Veracruz	7
Jalisco	5.75
Guanajuato	5.50
Quintana Roo	5.50
Chiapas	5.25
Morelos	5
Tabasco	4.50

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Lugar de residencia turistas internacionales %

Alemania	9.79
Guatemala	8.37
Illinois	7.69
Texas	6.99
Francia	6.99
California	6.29
Florida	6.29
España	5.59
Ontario	4.20
Italia	4.20

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Otra cuestión es si viaja sólo o acompañado y en este segundo caso con quién y cuántos. En general las personas procedentes del extranjero viajan en mayor número y porcentaje solos, y quienes llegan a la ciudad de procedencia nacional lo hacen acompañados. De éstos últimos 52.98% viajan en pareja, 25% tres son las personas quienes se trasladan juntas y 14.28% son cuatro. Mientras que en el caso de los turistas extranjeros 72.73% de los que viajan acompañados lo hacen de a dos y tres para 27.27%.

Viaja solo o acompañado %

	Nacional	Internacional
Solo	58	76.92
Acompañado	42	23.08

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Se preguntó sobre el número de veces que había visitado la ciudad en los últimos 12 meses, y para casi la mitad de los internacionales fue una única vez, mientras que los nacionales parecen que la han visitado en más ocasiones, como por otra parte cabría esperar.

Número de veces que ha visitado la ciudad en los últimos 12 meses %

	Nacionales	Internacionales
1	25	49.65
2	24.74	20.28
3	16.50	14.69

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

El tiempo de planeación del viaje fue también mucho más breve para los nacionales que los internacionales. Quizás por facilidades con el mismo por proximidad geográfica, idioma, costumbres y conocimiento en general. También, tal vez, por cuestiones culturales en el sentido de que hay sociedades algo más planificadas y organizadas y otras menos planificadoras y más espontáneas, sin juzgar dicha descripción.

Tiempo de anticipación en que planeó el viaje %

	Nacionales	Internacionales
Menos de 7 días	46.50	20.28
De 7 a 15 días	16.25	13.99
De 16 días a un mes	15.50	29.37
De 1 a 3 meses	15.50	26.57

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

También seguramente en sentido similar al interrogante anterior, los extranjeros parecen haber realizado más reservaciones de transporte y

alojamiento, mientras que pocos nacionales en comparación lo hicieron. El tratarse de un país extranjero y desconocido quizás influyó.

Tipo de reservaciones que realizó %

	Nacionales	Internacionales
No realizó	72.25	24.47
Transporte	16.50	40.56
Alojamiento	6	4.90
Transporte y alojamiento	4.50	29.37

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Sobre cómo reservaron o porque medio lo hicieron, parece que el Internet en general es el más importante, mientras que el teléfono destaca en segundo lugar entre los turistas nacionales y las agencias de viaje entre los que llegan de otros países.

Tipo del medio de información que utilizó para reservar %

	Nacionales	Internacionales
Agencia	3.60	18.88
Teléfono	18.02	2.80
Internet	63.06	51.70
Línea aérea	10.81	0.70

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Mientras los turistas nacionales durmieron mayoritariamente en casa de amigos y familiares, los extranjeros si bien usaron esta posibilidad también lo hicieron en porcentaje importante en hoteles.

Dónde durmió en su estancia en la ciudad %

	Nacionales	Internacionales
Hotel	26.05	44.05
Familiares o amigos	65.25	46.15
Casa o departamento propio	5.25	4.90
Casa o departamento rentado	2.75	4.20

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Los turistas extranjeros pernoctaron más tiempo que los nacionales en general, lo cual también parece lógico.

Noches que pasó en la ciudad %

	Nacionales	Internacionales
1	21.50	14.69
2	29.50	22.38
3	21.75	20.28
Entre 4 y 7	19.50	27.27

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

A la hora de identificar de dónde provenía la información que le hizo elegir la visita a la ciudad, en las y los visitantes del país la mayoría fue ninguno, mientras que para los que llegan de otros lugares algo influyó el Internet.

Información que utilizó para elegir la ciudad %

	Nacional	Internacional
Internet	8.75	25.87
Ninguno	84.25	58.74

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Una pregunta obligada son los sitios o atractivos turísticos que la o las personas visitaron en la ciudad y para todos las y los visitantes el Centro histórico es como el más importante a bastante distancia de los otros, no en vano hay quien dice que es el más amplio y rico de las ciudades coloniales del continente.

Sitios o atractivos turísticos que visitó durante su estancia %

	Nacionales	Internacionales
Centro histórico	35.75	28.67
Nada	14.50	12.58
Teotihuacán	-	13.28
Chapultepec	6.25	5.59
Basílica/ La Villa	6	4.90
Museos	5.75	8.39
Coyoacán	5	5.59
Bellas Artes	4.75	3.50
Xochimilco	3.50	3.50
Reforma	3	4.20
Alameda	1.50	-

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

La entrevista interrogó sobre el tema, si bien también se le pidió expresara qué sintió y cómo lo trató la gente. El Centro histórico es, como vemos y seguiremos haciéndolo, el lugar más visitado y también apreciado. Luego Reforma, Chapultepec, Ciudad Universitaria, Templo mayor, Tlatelolco, Garibaldi, Museo Nacional de Antropología, Xochimilco, Bellas Artes, Condesa, Six Flags, el Papalote Museo del niño, la Basílica de Guadalupe, Insurgentes, Universum, Museo de la Luz, Coyoacán. Y aquí sí los visitantes internacionales señalan la amabilidad de la gente, el sentirse muy bien y bienvenido, las personas mexicanas son calificadas de atentas y con un trato agradable. Mientras que algunos visitantes de otros estados de la República apuntan a que la gente es a veces agresiva y te miran extraño por el acento, y es que andan a las prisas, dicen. Esta diferente percepción es importante señalarla, pues cada grupo califica o descalifica, según sus parámetros educacionales y sociales o ritmo de vida y costumbres cotidianas de su lugar de residencia. Así también quizás los habitantes de la ciudad tratan al turista de forma diferencial según su origen o éstos se mueven con grupos, espacios o transportes diferentes por la urbe con lo cual contactan con ciertos estratos y caminan por determinados lugares distintos.

Lugares que visitó y, ¿cómo se sintió?, ¿cómo lo trató la gente?

Sexo	Edad	Origen	Respuesta
F	31	Italia	Visité el Centro y museos de Reforma y Chapultepec, la gente es amable y me ayudó siempre que lo necesitamos.
F	34	España	Visité el Centro, el Museo de Antropología y las pirámides de Teotihuacán, me sentí un poco apretada por toda la gente de alrededor, pero siempre amables.
F	29	España	Ya visité toda la ciudad, el centro, Ciudad universitaria, y los mexicanos me tratan siempre muy bien, no me quejo de nada.
F	29	Guatemala	Tajín, Monte Albán, Mitla, Teotihuacán, Templo mayor, Centro histórico y la colonia Condesa, la gente ha sido muy amable en los lugares que he visitado.
F	25	Francia	Centro histórico, museos, exposiciones, Chapultepec, Ciudad universitaria, el trato que me dio la gente siempre fue de lo

			mejor.
M	23	Francia	El Centro histórico, Tlatelolco, Garibaldi, Yucatán y Chiapas. En todos los lugares me gustaron mucho, y la gente siempre me recibió y me trato muy bien.
M	28	Australia	Museo de Antropología, Xochimilco, Es muy verde, su aire se siente limpio, además creo que la gente de la ciudad es muy atenta con los extranjeros.
M	29	Italia	Bellas artes, el Zócalo, Teotihuacán, bares en la colonia Condesa, esta muy interesante, la gente es muy amable y los monumentos muy interesantes.
M	28	Francia	Centro histórico, pirámides, Oaxaca, Yucatán, la gente muy buenas personas, no me han hecho sentir mal en ningún momento.
M	26	Colombia	Las avenidas como Reforma y algunos centros comerciales, también fuimos a cenar detrás del palacio de Bellas artes y todo es muy bonito, muy bonito de noche, la gente es amable y muy atenta.
M	22	Chiapas	Sixflags agradable el trato, el zoológico de Chapultepec increíble, Museo de Antropología excelente, palacio de bellas artes muy bien.
M	26	Monterrey	El Centro, Ciudad universitaria, unos bares de la colonia Condesa, varios museos de Chapultepec, son todos amables y a los que no les importas pues ni te ven y ya.
M	22	Veracruz	Six flags, papalote museo del niño, basílica de Guadalupe, feria de Chapultepec, me sentí muy a gusto y la gente muy amable.
M	28	Oaxaca	Las avenidas como Reforma, Insurgentes, el museo de historia, Antropología, el Universum, el Museo de la Luz, la gente que trabaja ahí me ha tratado muy bien, pero la gente en general se pone loca, medio agresiva.
M	32	Tamaulipas	El Centro de la ciudad es muy bonito, todos lados para donde miras solo hace falta que levantes la mirada y encuentras muchas formas y arquitecturas muy interesantes, cada edificio es único, no se diga Bellas artes, es mi favorito.
F	28	Chihuahua	El Centro, Chapultepec, Reforma, Coyoacán, y la gente me ha tratado bien, se me quedan viendo extraño cuando escuchan mi acento y notan que no soy de aquí.
F	27	Zacatecas	He visitado el Centro histórico y la colonia Condesa vine a ver una expo de un amigo.
F	23	Monterrey	El centro, Chapultepec, Six flags, en todos la gente se ha portado muy bien, sin ningún problema con nadie, al contrario te sientes bienvenido.
F	25	Querétaro	He visitado todo el centro, Chapultepec, reforma, los museos, el Papalote, siempre me siento muy bien, la gente es buena, a veces andan a las prisas y ni se fijan por donde andan pero creo que eso pasa en todos lados.
F	29	Cuernavaca	Visito lugares específicos para las compras y cuando acabo me doy oportunidad de recorrer sus museos, siempre encuentro cosas nuevas muy interesantes.

Fuente: entrevistas propias.

Un interrogante de la encuesta giraba en torno a la opinión sobre la ciudad, y en este punto y al parecer quienes llegan de otras tierras tienen una mejor impresión de la misma que los connacionales.

Opinión sobre la ciudad %

	Nacionales	Internacionales
Excelente	29.75	53.85
Buena	62.25	46.15

Mala	7	-
Pésima	1	-

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Otra pregunta de la encuesta que también fue formulada en la entrevista. Se trata de qué es lo que más gustó de la ciudad, en el primer ejercicio se solicitó en concreto la respuesta en una palabra, en el segundo se interrogó sobre lo que le gustó más y el porque. Según la encuesta parece claro que a los visitantes internacionales les gustó la gente, su calidez y hospitalidad, en primer lugar, seguido del Centro histórico, y la comida y restaurantes. Por su parte, a los nacionales todo les gustó seguido también del Centro histórico. Como se observa y según los datos que se recabaron a lo largo de encuestas y entrevistas el Centro histórico aparece como el principal atractivo de la ciudad de México.

En una palabra lo que más le gustó de la ciudad %

	Nacionales	Internacionales
La gente, calidez, hospitalidad	8	14.68
Todo	12.50	-
Centro histórico	11.75	13.98
Comida/ Restaurantes	5.75	13.98
Teotihuacán	-	6.29
Muchos lugares que visitar	6.29	-
Museos	4.25	4.20
Clima	4	-
Coyoacán	-	3.50
Cultura / actividades culturales	3.25	3.50
Nada	3	-
Bellas Artes	-	2.80
Historia	-	2.80
Centros nocturnos	-	2.80
Negocios, trabajo	2.50	-

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

El mismo interrogante pero de manera abierta y con un por qué fue hecho como decimos en las entrevistas, y de nuevo la gente, la calidad, amabilidad y hospitalidad de la gente fue lo más apreciado según los testimonios recabados, y de manera especial como en la encuesta, para los turistas internacionales más que para los de México; de hecho éstos no la mencionan aquí. También la comida, el clima, la historia y la cultura, además de los lugares a visitar y los espacios de convivencia, tales como museos, parques, bares, sitios de entretenimiento, eventos culturales, las calles y las tiendas, y lugares concretos, tales como y sobre todo el Centro histórico –de nuevo- Reforma, Bellas Artes, etc. Otra cuestión a destacar en las entrevistas es como varias expresiones van en el sentido de adjetivar lo visto: diversidad, mucho, grande, diferente, interesante, que se reiteran en las narraciones, como valoración positiva. Coincidiendo con lo expresado en la propaganda turística del DF. Y es que la Ciudad es así.

¿Qué le gusto más de la Ciudad de México? Y ¿Por qué?

Sexo	Edad	Origen	Respuesta
F	31	Italia	Los edificios del Centro, Bellas artes, la comida. Todo me parece muy interesante además de la gente tan amable.
F	34	España	La gente, porque hay turistas de todos lados, conoces mucha gente y los mexicanos siempre se portan amables.

F	29	España	México está lleno de historia, me gusta Reforma, el Zócalo, Centro histórico, pues su amplitud y su belleza.
F	29	Guatemala	Las zonas arqueológicas, están llenas de magia y emanan mucha energía cada sitio de estos, ha visitado el centro, el templo mayor, Teotihuacán y otros estados.
F	25	Francia	La gente, en este tiempo hice muy buenos amigos, muchos mexicanos, llevo muy buen recuerdo de su hospitalidad.
M	23	Francia	La gente y su amabilidad, además, la ciudad tiene una buena variedad de cosas que ver y descubrir.
M	28	Australia	Su gente, son muy cálidos, amables y están dispuestos a ayudarte siempre en todo.
M	29	Italia	La gente y su calidez, los museos, la comida, toda la historia y cultura es muy diferente.
M	28	Francia	Su gran diversidad de eventos culturales y museos, así como de lugares de entretenimiento.
M	26	Colombia	Los lugares para visitar, como parques, museos, bares, hay mucha fiesta por estos lugares y todo muy rico.
M	22	Chiapas	El zoológico de Chapultepec y los museos, aunque en Chiapas también tenemos zoológico, este es muy grande al igual que los museos, hay muchísimos muy grandes y muy buenos.
M	26	Monterrey	Su oferta cultural, siempre casi todos los días puedes encontrar alguna actividad que te interese, hay muchísimos sitios culturales, museos, expos, eventos, bares.
M	22	Veracruz	Que tienes mucho a donde ir para salir, recorrer y conocer; y el clima.
M	28	Oaxaca	Museos, parques, sus comercios. Hay muchos museos, todo puedes comprar en la ciudad.
M	32	Tamaulipas	Me gusta por los conciertos que tienen, siempre vengo a unos recitales que dan en Bellas artes, me trajo mi papá cuando estaba yo chico y jamás dejé de hacerlo.
F	28	Chihuahua	Me gusta el área donde está el Ángel, Reforma, y el Centro, Zócalo y Bellas artes, sino fuera por basura, me gustan sus calles la arquitectura de los edificios es muy bonita.
F	27	Zacatecas	Su diversidad, hay muchísimo que mirar y hacer, tan solo en una sola colonia como la Condesa hay tiendas, galerías, café, bar y todo ahí junto.
F	23	Monterrey	Sus lugares turísticos como el Centro y Chapultepec, creo que son muy interesantes y te distraen.
F	25	Querétaro	Sus calles del Centro y sus tiendas hay muchas cosas por ver y comprar, muchos museos, mucha diversión y mucha gente también.
F	29	Cuernavaca	Sus tiendas porque acá encuentro muchas cosas que necesito, soy maestra de arte y encuentro todo lo que usaré en mis clases, además de sus parques y entretenimiento.

Fuente: entrevistas propias.

Lo mismo pero en el sentido de qué fue lo que más les molestó de la ciudad: el tráfico. Y tal parece que obtuvo un acuerdo con más de un tercio de la población extranjera y de la población de otros estados de la República también, aquí hubo más que acuerdo, coincidencia total. En segundo lugar y también para ambas procedencias de los visitantes la contaminación, rubro en el cual se sumó basura, ruido y smog, eso sí algo más entre los extranjeros que entre los del país, pero repetimos el segundo lugar de molestas. Otra vez el tercer lugar coincidió y fue “nada”, o sea, nada molestó, eso sí con mayor porcentaje a los visitantes internacionales en este caso.

En una palabra lo que más le molestó de la ciudad %

	Nacionales	Internacionales
Tráfico	36	36.36
Contaminación (Basura, ruido, smog, etc.)	22.50	29.37
Nada	9	15.38
Inseguridad, peligroso, delincuencia	8	4.90
Exceso de gente, demasiada gente	4.50	1.40
Gente (negatividad, poca amabilidad, grosera)	4	-
Clima	1.75	2.80
Dinámica, movimiento	2.25	-
Desorden, desorganización	1.75	-
Vendedores ambulantes	1.50	-
Corrupción	-	1.40
Infraestructura (servicios públicos)	-	1.40
Transporte público	-	1.40

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

A la hora de revisar las entrevistas sobre el mismo tema se observan algunas diferencias, si bien esta fuente no es representativa lo que sobresale es “mucha gente”, eso sí el tráfico y la contaminación fue señalada por varias personas. La basura, el ruido, medios de transporte, los ambulantes, los limpia autos, la inseguridad y robos son otras opiniones recabadas. Aquí la explicación ahondaba en el porque de la molestia, por ejemplo, en el caso del tráfico, éste causa pérdida de mucho tiempo. Y en el tema de la gente el problema tiene que ver con la dificultad de moverse en espacios, en las calles porque hay mucha gente, o también la gente anda a las carreras a un ritmo acelerado, y además es mal educada. Esto es, molesta la cantidad de gente y su descortesía o mala educación –nótese que en la encuesta cierto porcentaje de turistas nacionales apuntaron también a la gente. Además se responsabiliza a la gente de los problemas de la basura en las calles y su falta de cultura al respecto. En los testimonios parece claro como se alude a la gente, para los visitantes nacionales por el caos de tanta gente, y remarcan también el tráfico. En cuanto a los turistas internacionales, la mucha gente y el hecho de que tiren la basura en la calle, aunque también el tráfico es apuntado como problema.

¿Qué le molesto más de la Ciudad de México? Y ¿Por qué?

Sexo	Edad	Origen	Respuesta
F	31	Italia	La basura y la gente que la tira sin cuidado, parece que no les importa o no saben el mal ecológico y cultural que eso crea.
F	34	España	La basura, parece que la gente no está muy informada de los problemas que pueden causar a su ciudad y a su tierra.
F	29	España	Mucha gente en empleos de calle como en esquinas limpiando autos, y muchos puestos afuera del metro, no dejan pasar.
F	29	Guatemala	Basura, la gente no tiene cultura del medio ambiente, ni conciencia acerca de ello. Inseguridad, por todos lados hay robos.
F	25	Francia	El trafico, te hace muy difícil la vida, la contaminación se siente, esos son factores que me harían pensar en no llegar a vivir en esta ciudad, además se gasta mucho tiempo en llegar a algunos lugares.
M	23	Francia	El tráfico y los medios de transporte en general, no creo que estén adecuados al tamaño de la ciudad y a su ritmo acelerado.

M	28	Australia	El tráfico, porque está es una ciudad que sin tráfico se recorrería en tiempos muy cortos y eso la haría mucho más atractiva.
M	29	Italia	El tráfico porque para llegar a un lugar haces mucho tiempo.
M	28	Francia	Nada en particular, la gran mayoría de los lugares que he visitado han sido muy lindos y siempre con gente agradable.
M	26	Colombia	Hay mucha gente en algunos lugares y es un poco difícil moverte en algunos espacios pero nada que no se solucione esperando un poco.
M	22	Chiapas	La contaminación y el tráfico, en Chiapas estas cosas no se ven, mucho menos tanto smog.
M	26	Monterrey	La basura que la gente tira sin pensarle, hay muchos lugares con botes de basura y los papeles afuera de ellos, un poco el tráfico, aunque allá también hay mucho coche, no estamos tan llenos.
M	22	Veracruz	Que hay mucha inseguridad, todo mundo anda a las carreras, muchos carros, mucha contaminación.
M	28	Oaxaca	Es caótico, mucha gente, mucha aglomeración.
M	32	Tamaulipas	El tráfico, hay muchísimos coches, yo llego manejando porque me gusta pero entrando aquí, dejo mi coche y ando en el transporte, ya conozco bien y la verdad está mejor.
F	28	Chihuahua	El tráfico, que hay muchísima gente, en las calles, en el metro y que además es mal educada, hay espacios en el metro y metrobús que son especiales para mujeres, y veo que 50% de los que están ahí son hombres, cuando hay personas mayores o embarazadas que necesitan el lugar, no lo tienen por esas personas que ocupan los lugares.
F	27	Zacatecas	El ruido de la calle y el tráfico, tardas mucho en llegar a lugares que no están tan lejos.
F	23	Monterrey	Tráfico, inseguridad y basura, la gente tira basura donde sea, es muy lento moverse a lugares donde visitas.
F	25	Querétaro	Eso, mucha gente por todos lados, a veces ni se puede caminar bien en algunas calles, también hay inseguridad, hay que saber hasta donde caminar y donde ya no es seguro.
F	29	Cuernavaca	Lo único que no me gusta es el ritmo tan acelerado, Cuernavaca a pesar de estar tan cerca y que también es una ciudad, no llega a tener tanto movimiento o tanta prisa.

Fuente: entrevistas propias.

En cuanto al atractivo que agregaría a la ciudad, ya sea turístico, un servicio o una actividad, tanto visitantes nacionales como de otros países dijeron en primer lugar que “nada” –también hubo quien no contestó esta pregunta del cuestionario-, y en segundo coincidieron en que más limpieza, también para ambas procedencias. La seguridad, mejores vialidades y reducción de tráfico fueron otras respuestas obtenidas en este estudio cuantitativo.

En una palabra qué atractivo turístico, servicio o actividad le agregaría a la ciudad %

	Nacionales	Internacionales
Nada	28.26	28.75
Más limpieza	10.75	14.68
Más seguridad	7.50	6.99
Reducir tráfico	7.25	4.90
Mejores vialidades, calles y carreteras	6.50	6.29
No contestó	7	4.90
Más organización	5.50	3.50
Transporte público	5	-
Infraestructura (servicios públicos)	-	3.50

Regular exceso de población	-	2.80
Parques recreativos	2.75	-
Cultura/Actividades culturales	-	2.80
Amabilidad	1.75	-

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

En el mismo sentido se preguntó en el ejercicio cualitativo sobre qué le faltaría a la ciudad, ya sea servicio, actividad o atractivo turístico, y hubo aquí una diversidad de respuestas y propuestas muy variadas. Y más que faltar las respuestas apuntaron que nada o en todo caso cosas para mejorar lo que ya hay: mayor información sobre festividades, tradiciones y lugares interesantes; más actividades culturales gratis; más parques y espacios verdes; promover el deporte; seguridad. Eso sí, un grupo se centró en lo que más les molestó: el tráfico. Así sus sugerencias iban en dicho sentido: más calles peatonales, más medios de transporte para evitar el tráfico, más rutas de transporte rápidas, menos autos y más bicis, más transportes, más rápidos y menos coches.

¿Qué le faltaría a la ciudad como atractivo turístico, servicio o actividad que usted agregaría para el turismo? Y explíquelo.

Sexo	Edad	Origen	Respuesta
F	31	Italia	Más información acerca de las festividades y eventos tradicionales que existen en la ciudad, eventos propios del país.
F	34	España	Promover el deporte con espacios para todas las edades, y en turismo los autobuses que dan tour con el techo abierto, son muy buenos.
F	29	España	Seguridad estricta, mas actividades culturales gratis o más baratas.
F	29	Guatemala	En realidad no hay nada que pudiera faltar, estas zonas son las más ricas culturalmente hablando, además sería mucho mejor mantener en buen estado estas zonas, es lo único que podría faltar.
F	25	Francia	Ofrecer más información sobre sus lugares interesantes en las guías que normalmente usan los extranjeros.
M	23	Francia	Desarrollar más las aceras y las comodidades para los peatones, más calles peatonales en los lugares turísticos, más espacios verdes y parques.
M	28	Australia	En las ciudades grandes como estas hace falta actividades deportivas y más propaganda respecto a actividades culturales.
M	29	Italia	Más medios de transporte para evitar el tráfico, lugares para llevar a los niños a visitar, museos etc.
M	28	Francia	Crear más rutas de transporte rápidas, y un poco menos de autos y más bicicletas no le caería mal.
M	26	Colombia	Calles para andar a pie, he visto muy pocas y esta ciudad tiene muchos edificios muy bonitos para disfrutar con calma sin un coche que este pitando.
M	22	Chiapas	Más seguridad para el turismo, pues uno viene con el temor de lo que se mira en la televisión, y pues tratamos de no meternos mas que en los lugares bien conocidos.
M	26	Monterrey	Poner más parques, lugares culturales, además de más publicidad en otros estados, allá sí se ve uno que otro anuncio pero nada como venir y ver todo lo que hay.
M	22	Veracruz	Un buen tour con distintos paquetes para distintos gusto, uno por todos los museos, otro por los estadios de futbol, otro por los antros, otro por las calles más recorridas.
M	28	Oaxaca	No, no agregaría nada.
M	32	Tamaulipas	Yo creo que se podría explotar más el lado cultural de la

			ciudad, yo es por eso que la visito cada que puedo, si todos los turistas aparte de visitar lo tradicional se dieran oportunidad de conocer esa otra cara quedarían fascinados.
F	28	Chihuahua	No agregaría nada, en ese aspecto está bien, tiene museos, conciertos, muchas cosas para estar en la ciudad.
F	27	Zacatecas	Que los transportes fueran más rápidos, pero bueno eso necesitaría que hubieran menos coches y pues ya en eso no es cosa del turismo ya es de la ciudad.
F	23	Monterrey	Unos paquetes deportivos, acá hay mucho futbol y a la gente que nos gusta estaría muy padre que nos llevaran a los estadios que tiene a ver unos juegos.
F	25	Querétaro	Yo creo que es muy completa, mentiría si dijera algo, a mi me funciona muy bien todo lo que hay.
F	29	Cuernavaca	Esta muy bien como la tienen, la verdad no podría pensar en que agregarle.

Fuente: entrevistas propias.

El ejercicio estadístico del gobierno local centró una cuestión en lo que falta con relación y en concreto a la información turística, algo que en las entrevistas apareció espontáneamente al aludir la necesidad de mejorar la promoción de actividades varias o incluso más información. Sobre el tema la mayoría de la población encuestada dijo que nada o ninguna o simplemente no respondieron. Los pocos que sí lo hicieron es en el sentido de información impresa en español e inglés, más módulos de información y guías de actividades culturales y mapas de la ciudad.

Qué tipo de información turística cree le falta a la ciudad %

	Nacionales	Internacionales
Nada/ ninguna	51.50	41.25
No contestó	12.50	15.38
Información impresa en inglés y español	4.75	6.99
Más módulos de información turística	5.75	4.90
Guía de actividades culturales	3.50	6.29
Señales viales	3.50	4.90
Mapas de la ciudad	4.75	4.90
Difusión de información turística en medios de comunicación	2.50	3.50
Guía de tránsito	-	2.80
Información del estado del tiempo y del tránsito	-	2.80
Información de zonas peligrosas	1.75	-
Letreros con información turística de la ciudad	-	1.75

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Sobre si recomendaría a alguien la visita a esta ciudad, los extranjeros y los visitantes de otros estados afirman en su mayoría que sin lugar a dudas. El reducido número que señaló difícilmente o a nadie fueron nacionales

Recomendaría a alguien que visite la ciudad %

	Nacionales	Internacionales
Sin duda	89.75	86.01
Probablemente	7.50	13.99
Difícilmente	1	-
A nadie	1.75	-

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Referente a si volvería a visitar la urbe en el siguiente año, la mayoría tuvo una respuesta afirmativa en la encuesta, si bien más los nacionales que los internacionales, por razones obvias que tienen que ver con la visita de la familia los primeros y la facilidad del traslado, cuestión esta última no tan fácil para los segundos.

Regresaría en los próximos 12 meses %

	Nacionales	Internacionales
Sin duda	92.75	64.34
Probablemente	5.75	26.57
Difícilmente	0.75	7.69
No	0.75	1.40

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

También la información cualitativa retomó el tema de si volvería y si la recomendaría como destino turístico, eso sí subrayando los motivos de tal recomendación en el sentido de qué diría para promocionarla entre amistades y familiares. Así se puede saber que el sin duda de la encuesta va encaminado en el sentido de la gente, la diversidad, la riqueza cultural, la comida, la historia, el clima y hasta el mezcal. Eso sí como una visitante de Chiapas destaca, también se advirtió de la precaución de la inseguridad y la paciencia en el tráfico y los tumultos de gente. Pero en general todos los testimonios subrayaron los aspectos positivos, para volver y para recomendarla, entre la gente y la cultura, además de la diversidad de cosas que ver y hacer.

¿Volvería a la ciudad o la recomendaría como destino turístico? ¿Por qué motivos y que diría sobre ella para promocionarla entre sus familiares o amigos?

Sexo	Edad	Origen	Respuesta
F	31	Italia	Sí, si volvería, me gusta la gente y su forma de ser con los extranjeros, no te sientes incomodo. Lo recomendaría por su diversidad, además de otros estados del país.
F	34	España	Sí, sí lo haría, no sé si a la ciudad le dedicaría el mismo tiempo, pues ya la he estado conociendo en estos días, pero seguro al país he de volver. Y para que vengan los demás, les hablaría de su riqueza cultural y de su gente sonriente.
F	29	España	Sí la recomendaría, hablando de la gente y su amabilidad, de la rica comida, la historia en sus calles, playas y el mezcal.
F	29	Guatemala	Por su puesto, lo único es que la inseguridad le resta puntos, fuera de eso recomendaría los lugares visitados a mis conocidos y regresaría para visitar los restantes.
F	25	Francia	Si volvería y también lo recomendaría, hablaría del mexicano y su forma de ser con energía y sonrisa, además yo volvería a visitar a los amigos que ahora tengo.
M	23	Francia	Volvería por los amigos que hice tan pronto en el país, pero no lo recomendaría para una semana de vacaciones, mejor serían otros lugares del país, o sí la recomendaría para uno o dos días, por el ambiente diferente que puedes encontrar en las ciudades de Europa.
M	28	Australia	Sí, si volvería, no sé mucho de lo que hablaría acerca de ella, como los lugares que visitar, mas que el centro, Xochimilco y Garibaldi, son los únicos que he visitado.
M	29	Italia	Se respira generosidad, la gente es muy amable, los paisajes hermosos, muy diferentes acá, el clima muy bueno y templado, la comida deliciosa aunque muy picante, la mayoría de las atracciones y restaurantes baratos.
M	28	Francia	Yo creo que sí lo haría, hay mucho por ver y hacer, a todo

			América he de volver más de una vez, y en esos otros viajes, haré escala en algún otro lugar del país. A mis amigos les podría hablar sobre la calidez de los amigos mexicanos.
M	26	Colombia	Sí, sí regresaría, y lo haría con un poco de más tiempo, traería a mi hermana que le gusta mucho viajar y visitar museos, acá he visto varios y de eso podría hablarle para que viniera.
M	22	Chiapas	Sí vendría de nuevo, es muy lindo, se pueden aprender muchas cosas interesantes, pero hay que tener mucha precaución y claro mucha paciencia para estar en el tráfico y en medio de los tumultos de gente.
M	26	Monterrey	Sí si vengo, allá tenemos muchas cosas pero el D.F. tiene muchísimo más, el único asunto es el tráfico tardas como el doble en llegar la misma distancia de lo que nos hacemos allá. A mis conocidos les contaría de eso mismo, de las opciones para todos los gustos que tiene el D.F.
M	22	Veracruz	Sí, sí volvería. Sí la recomendaría pero no como prioridad, no diría nada sobre ella, solo que vayan la conozcan y den su propia opinión.
M	28	Oaxaca	Sí volvería, y sí la recomendaría, como lugar turístico está padre, pues aquí se concentra mucha información de la historia de México.
M	32	Tamaulipas	Pues claro, lo hago a cada rato, a la gente le cuento del aspecto cultural, de la ciudad de una forma que luego les pasa desapercibida.
F	28	Chihuahua	Sí, aquí no te aburres, en una semana puedes venir a obras a museos, al centro, a las pirámides, hay muchas cosas. Si la recomendaría.
F	27	Zacatecas	Sí claro, regreso y me traigo a alguien más, por eso de las actividades tan diversas que encuentras.
F	23	Monterrey	Sí yo si regreso, no me alcanzó a acabar la ciudad en unos días, además no está tan caro venirte, encuentras lugares baratos donde quedarte y de entretenimiento hay para todos los gustos.
F	25	Querétaro	Claro que regresaría, de hecho lo hago, estamos muy cerca así que uso el D.F. para pasear cada que puedo además de que vengo a hacer compras para el negocio, me sirve para distraerme y hasta para ahorrar.
F	29	Cuernavaca	Pues lo hago, tanto por gusto como por conveniencia, me resulta un lugar muy útil y aparte placentero.

Fuente: entrevistas propias.

Una batería de preguntas que evaluaba la ciudad con relación a diferentes temas fue hecha en el ejercicio estadístico. Uno de ellos, la hospitalidad de sus habitantes, la cual obtuvo una respuesta más positiva entre los visitantes internacionales que entre los nacionales en la categoría de excelente, en la de buena, al revés, y en la de mala solo lo juzgaron así los que la visitan de otros estados de la República. En las entrevistas –como se vio- dicha tendencia se reitera junto al testimonio cualitativo sobre el tema, destacando como los extranjeros valoran mucho la gente y su calidez y amabilidad. Otro tema fue la limpieza, donde si bien la mayoría dijo que buena, hubo un importante porcentaje que señaló que mala también, y esto vale para los nacionales como para los internacionales –más para los primeros-. Continuando con la evaluación también se hizo sobre el transporte público, el cual apareció en el nivel de bueno, pero hubo quien apuntó el excelente como y también el malo, en este punto un porcentaje notable de extranjeros no contestó, posiblemente porque no lo ocupó. Se solicitó opinión sobre el lugar donde se hospedó, que

fue considerado entre bueno y excelente por los visitantes de los dos orígenes –los últimos más que para los segundos-. En cuanto a los lugares donde comió entre el excelente para extranjeros y el bueno para nacionales están la mayoría de las respuestas. Respecto a las compras buenas y en ocasiones hasta excelentes, algo más para los internacionales. Referente a los precios también son considerados buenos en general o excelentes, por algunos, nuevamente mejores para los turistas extranjeros. La higiene de alimentos y bebidas también buena o excelente, más para los extranjeros. Y finalmente los espectáculos o eventos lo mismo: buenos o excelentes.

La diferencia por nacionalidades tiene que ver como se muestra más adelante a que los turistas internacionales tienen mayores ingresos, entre otras cosas.

Cómo evalúa la ciudad %

	Hospitalidad de sus habitantes		Limpieza	
	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales
Excelente	18.75	45.45	6.25	6.29
Buena	75.25	52.45	55.25	68.53
Mala	4.50	2.10	32.00	18.88
Pésima	1	-	6.25	6.29
No contestó	0.50	-	0.25	-

	Transporte público		Lugar donde se hospedó	
	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales
Excelente	10.75	10.49	25.25	44.05
Buena	61.50	52.45	70.75	54.55
Mala	16.50	11.19	2.75	1.40
Pésima	4.50	0.70	0.50	-
No contestó	6.75	25.17	0.75	-

	Lugares donde comió		Las compras que realizó	
	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales
Excelente	26.25	47.55	20.50	32.87
Buena	70.75	51.05	71.00	63.63
Mala	2.75	1.40	2.50	1.40
Pésima		-	0.25	-
No contestó	0.25	-	5.75	2.10

	Los precios		Higiene de alimentos y bebidas	
	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales
Excelente	19.00	29.37	15	26.57
Buena	72.75	67.83	79.25	70.63
Mala	5.50	2.10	3.50	0.70
Pésima	1.50	-	0.25	-
No contestó	1.25	0.70	2	2.10

Los espectáculos y eventos

	Nacionales	Internacionales
Excelente	23.25	32.86
Buena	64.25	63.64
Mala	1.25	-
Pésima	0.25	-
No contestó	11	3.50

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Un tema importante para el turismo es el de la seguridad mismo que se distribuye en tres preguntas en la encuesta del gobierno, en primer lugar la percepción, que se considera por la mayoría buena, si bien en segundo lugar afirman que poco segura y ya en tercer lugar el muy segura, mismo orden siguen tanto las personas provenientes del resto del país como de otros lugares del mundo. En segundo lugar, hubo un interrogante concreto sobre si habían sido víctimas de algún delito la mayoría dijo que no. También un tercer cuestionamiento giraba en torno a si había cambiado su percepción de la seguridad de la urbe tras su estancia en la misma, y si bien para los visitantes de otros países mejoró o no cambió, para quienes la visitan desde otros estados pensaban igual pero en orden inverso, esto es, era la misma o mejoró.

Cómo percibe la seguridad en la ciudad %

	Nacionales	Internacionales
Muy segura	9.75	13.29
Segura	62.00	67.13
Poco segura	22.75	16.08
Nada segura	5.25	3.50
No sabe	0.25	-

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Usted o sus acompañantes fueron víctimas de algún delito % **Percepción de la ciudad después de su estancia**

	Nacionales	Internacionales		Nacionales	Internacionales
No	95.25	99.30	Sí mejoró	23	73.76
Sí	4.75	0.70	Sí empeoró	4	2.80
			No cambió, es la misma	73	59.44

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Otra batería de preguntas fue sobre el gasto de su estancia y su percepción sobre el mismo, así como su ingreso mensual con objeto de contextualizar al primero, y también las otras cuestiones vistas a lo largo de la encuesta. Su gasto fue entre 1000 y 3000 pesos para las personas de otras latitudes, en el caso de las y los mexicanos hubo una amplia gama de gasto algo más amplia. Por otra parte, mientras que a los extranjeros el viaje les pareció barato o normal, para los nacionales la mayoría de la muestra se concentró en la calificación de normal como respuesta dada. Ya en el asunto de ingresos y como era de suponer la población que visita la ciudad procedente de otros países tiene unos ingresos muy superiores a quienes lo hacen desde el territorio nacional. Esto es importante a la hora de revalorizar otras respuestas anteriores en el sentido de los servicios que unos y otros turistas contrataron, tales como transportes, comidas, etc., y su opinión sobre los mismos; pues obviamente no es lo mismo ver la ciudad desde el turismo que desde una combi; igual puede decirse sobre compras y precios.

Gasto aproximado del viaje %

	Nacionales	Internacionales
Hasta 1000	12	30.07
De 1001 a 2000	17	40.56
De 2001 a 3000	15	16.08
De 3001 a 4000	11	7.69

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Su viaje a la ciudad le pareció %

	Nacionales	Internacionales
Barato	12.25	34.27
Normal	79.25	30.14
Caro	6.25	5.59
Muy caro	2.25	-

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

Aproximadamente cuál es su ingreso familiar mensual %

	Nacionales		Internacionales
De 2001 a 5000	13.50	Hasta 25000	11.89
De 5001 a 7500	20.25	25000-34999	11.19
De 75001 a 10000	18.75	105000-114999	11.89
De 10000 a 15000	13.50		

Fuente: elaboración propia, Secretaría Turismo DF, 2011.

CONCLUSIONES

Entre los objetivos de las autoridades con el posicionamiento turístico de la ciudad se pretende atraer cada vez más visitantes y con ello crear empleos y empresas para mejorar las condiciones de la ciudadanía. “Como destino turístico hemos logrado una imagen de seguridad, vanguardia, calidad, calidez, alegría, cultura y diversión que nos ha permitido ser reconocidos a nivel nacional y mundial como un lugar obligado para vacacionar. Como destino turístico hemos logrado impactar en el desarrollo económico de la Ciudad de México, fomentando la creación de empresas y empleos dedicados a este sector. Nuestra Ciudad genera el 12% de los empleos directos nacionales en el sector turístico, esto es 258 mil 156 empleos directos, más 645 mil 390 empleos indirectos, logrando impactar a una población de 898 mil 391 personas que tienen un empleo gracias a este sector productivo” (Secretaría de Turismo del DF, 2011c:17).

Los objetivos de las y los turistas son, como se ha visto en el análisis de las encuestas y con la muestra de las entrevistas, vacaciones, turismo, conocer, pasear, visitar, distraerse, divertirse, descansar y comprar. Y si como pretende el gobierno se percibe como una ciudad segura, cálida, alegre, con cultura y diversión variada. Aunque también hay cuestiones tales como el tráfico y la basura que al parecer impactan de manera negativa la imagen de la ciudad y su habilidad y disfrute satisfactorio. Para esto último habría que dar voz a la ciudadanía que vive y transita cotidianamente la urbe, cosa que no se ha hecho en estas páginas.

Lo que sí se ha realizado es tener un panorama general de las características de las y los turistas, nacionales y extranjeros, así como su comparación, toda vez que las percepciones del mismo hacia la ciudad, en cifras y a través de los testimonios recabados.

Como se decía en un inicio el gobierno despliega el turismo como política pública y la difusión de la ciudad y sus atractivos. Sin embargo, las personas que la visita configuran representación social e imágenes de la misma, reflejo y producto a la vez de lo que la ciudad ofrece y el turista puede percibir. Esa ciudad que es un mundo, que se evoca y se comparte, que es un imaginario puesto en escena (Augé, 2006; De Certau, 2006). Todo lo que tiene que ver

con el turismo cultural, hoy en auge y masivo (Santana, 2003) que despierta deseos y cubre necesidades, que se consume y se disfruta, cuando autoridades y turistas entretejen narrativas y representaciones.

Grosso modo y sobre las características de las y los visitantes es posible afirmar que los que proceden del resto de la República mexicana llegan a la Ciudad de México para visitar a sus familiares y amigos y en segundo lugar viajan por trabajo o negocios, mientras los que llegan de otros países lo hacen por trabajo y negocios y en segundo lugar por placer y diversión.

En una comparación entre turistas nacionales e internacionales estos últimos tienen mayor nivel educativo, más porcentaje son profesionistas e ingresos más elevados. A la hora de viajar lo hacen solos en mayor número, y visitan o han visitado menos veces la ciudad en comparación con los viajeros mexicanos. A la hora de la preparación del viaje lo han planeado con más tiempo, han hecho más reservaciones, se hospedan en mayor número en hotel y pasan más noches en la ciudad, también afirman que se han apoyado en Internet a la hora de elegir la Ciudad.

Los lugares visitados para ambas procedencias son variados y en especial el Centro histórico es el que todo mundo nombra.

Tras esta brevemente caracterización resumimos sus percepciones. En primer lugar los turistas internacionales poseen una mejor opinión de la Ciudad en general y en contraste con los turistas nacionales. Por otra parte su valoración positiva de la gente, amabilidad y hospitalidad es mejor que la que poseen y afirman las personas provenientes de la República mexicana.

Unas preguntas giraron alrededor de lo que más les gustó y lo que más molestó, tanto en la encuesta, como en las entrevistas, y en ambas fuentes es posible observar como la gente para los turistas internacionales es lo mejor, al afirmar sentirse bienvenidos y a gusto, además del Centro histórico y la comida. Para los turistas nacionales destaca el Centro histórico. En cuanto a lo que disgustó hubo acuerdo entre las y los visitantes de ambas procedencias. El tráfico en primer lugar, en segundo la contaminación, basura, ruido y smog. Y en tercer lugar "nada", es decir, no hubo nada que los molestara. Eso sí, en los relatos de las entrevistas también se señaló que había mucha gente, el caos para los nacionales, y la mala educación ambiental de la gente para los internacionales –el tema de la basura al parecer los molestó-. Así también el tráfico y los problemas de transporte quizás algo más para los primeros que para los segundos.

Sobre qué falta o añadiría a la gran urbe, lo que más sobresalió de nuevo fue "nada" o no respondieron a dicho interrogante. Eso sí, hubo quien apuntó limpieza, seguridad y mejoras en el tráfico y en las vialidades entre otras cosas. O como se señaló en las entrevistas en el sentido de optimizar lo que ya existe, más información, más actividades, más parques y más seguridad.

Referente a si volverían de visita y si recomendarían la ciudad, el sí, fue unánime. Y es que la evaluación de la Ciudad según la encuesta fue entre buena y excelente a la hora de calificar algunas cuestiones, tales como hospitalidad, limpieza, transporte, hospedaje, comida, compras, precios,

higiene de alimento y bebidas, espectáculos y eventos, eso sí, más entre los extranjeros que entre los nacionales. Otro asunto es que la consideran segura y su percepción sobre el tema mejorará en su visita.

Así las cosas, parece coincidir la promoción turística del gobierno con parte de las percepciones, imágenes y representaciones sociales del turismo. Quedan cosas para mejorar, pero en general las miradas y opiniones de quienes visitan la Ciudad de México son positivas según los datos estadísticos y relatos testimoniales. Otra cosa sería quizás la valoración de la ciudadanía, esto es, de quienes la habitan, pero eso es ya motivo para otro artículo.

BIBLIOGRAFÍA

Aldaz, P. (2011) "El DF rompió récord en turismo" en *El Universal*, 2 mayo, México, p.7.

Augé, M. (1998) *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*. Barcelona: Gedisa.

-2006 *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*. Barcelona: Gedisa,

De Certeau, M. (2006) *La invención de lo cotidiano 2.Habitar, cocinar*. México:UIA/ITESO.

Ibarra, M. (2010) "Evalúan turistas Centro Histórico" en *Reforma*, 3 junio, México, p.5.

Fortuna, C. (1998) "Las ciudades y las identidades: patrimonios, memorias y narrativas sociales" en *Alteridades*, nº15, UAM-I, México.

Maslow, A. (1982) *La amplitud potencial de la naturaleza humana*. México: Trillas.

Secretaría de Turismo DF (2008) "Programa Sectorial de Turismo 2008-2012" en www.mexicocity.gob.mx 22/09/2011.

-(2010) "Cuarto informe de gobierno" en www.mexicocity.gob.mx 28/09/2011.

-(2011a) "La ciudad de México recibe reconocimiento con mejor destino de excelencia por parte de la OMT" en www.mexicocity.gob.mx 28/09/2011.

-(2011b) "Perfil del turista que visita la Ciudad de México. Reporte mensual. Diciembre 2011" en

<http://www.mexicocity.gob.mx/contenido.php?cat=40800&sub=13> 13/04/2012.

-(2011c) "5° Informe de Gobierno" en <http://www.mexicocity.gob.mx/contenido.php?cat=40800&sub=13> 01/05/2012.

-(2011d) "Indicadores estadísticos del sector 2000-2011" en <http://www.mexicocity.gob.mx/contenido.php?cat=40800&sub=13> 01/05/2012.

Santana, A. (2003) "Turismo cultural, culturas turísticas" en *Horizontes Antropológicos*, nº20 Porto Alegre.

Simonicca, A. (2007) "Conflicto (s) e interpretación: problemas de la antropología del turismo en las sociedades complejas" en Lagunas, David (Coord.) *Antropología y turismo*. México: UAEH/Plaza y Valdés.