

La Ciudad de México y su turismo: una mirada desde sus visitantes

Jorge Alberto Cuellar Pérez

Daniel Serrano Contreras

*Marco Antonio Hernández Rodríguez**

*José Antonio Rosique Cañas***

El tema de las relaciones interinstitucionales parece inocuo; normalmente se piensa que se trata de un asunto descriptivo que se puede comprender desde el sentido común, pero es un fenómeno muy importante para la vida de las organizaciones, pues para que funcionen bien, Estado, mercado y sociedad, debe considerarse su interdependencia y quienes trabajan dentro de sus organizaciones tienen que laborar sistemáticamente para gestionar de manera adecuada sus políticas y administrar sus programas, de ahí que los estudios organizacionales ponga atención especial en la ecología organizacional.

En este caso estudiaremos las relaciones que se desarrollaron entre el gobierno del Distrito Federal y la Universidad Autónoma Metropolitana por medio del Programa universitario de estudios metropolitanos, a partir de una necesidad concreta por parte de la Secretaría de Turismo, en el sentido de realizar un estudio socioeconómico de las personas que visitan la Ciudad de México: sus motivaciones, planeación del viaje, destinos, desplazamientos, experiencias, percepciones y valoraciones

* Egresados de la UAM-Xochimilco, adscritos al Programa universitario de estudios metropolitanos de la Universidad Autónoma Metropolitana.

** Profesor-investigador del Departamento de Relaciones Sociales, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.

sobre los servicios, las instituciones y las personas de la ciudad.

Esto se da en un contexto en el que las relaciones interinstitucionales se rigen por tendencias políticas que tienen sus antecedentes más lejanos en la reforma del Estado mexicano a mediados de la década de 1980, pero además, insertos en una coyuntura entre siglos, en la que el gobierno del Distrito Federal y las universidades públicas de la ciudad han estrechado sus vínculos de colaboración, presionados por las políticas gerenciales que restringen los recursos públicos, su patrimonio institucional, su personal y por ende, la posibilidad de realizar a plenitud una buena parte de sus funciones.

La experiencia, aun en esta etapa de ajuste, enriquece la vida institucional de ambas partes, fortalece sus funciones básicas, pero además, abre un campo de colaboración especializado entre grupos de trabajo público-académicos con potencialidades impredecibles. El estudio del fenómeno turístico, estimula en diversos sentidos el cumplimiento de las misiones institucionales de estas organizaciones, y fortalece las hipótesis y orientaciones sobre las que se sustentan las políticas turísticas del gobierno del Distrito Federal ofreciendo una base de datos con tratamiento científico, para orientar la actividad de sectores específicos de la ciudad. Lo que se presenta en este trabajo es un análisis histórico del turismo, del marco legal que sirve para su desarrollo en México, del entorno institucional en que surge la colaboración entre algunas organizaciones públicas, de los resultados de la encuesta anual aplicada a los visitantes a la Ciudad de México, así como de los beneficios y productos que el Programa universitario de estudios metropolitanos entrega mensualmente a la Secretaría de Turismo.

1. El turismo en la historia

Las formas más desarrolladas de turismo aparecieron por primera vez en el siglo XIX como desplazamientos, cuya finalidad primordial era el ocio, el descanso, la cultura, la salud, los negocios o relaciones familiares. Éstos se distinguieron de otros tipos de viajes motivados por guerras, migración, comercio, etcétera, no obstante, el turismo tiene raíces más antiguas; durante la edad antigua, en la Grecia Clásica se daba gran importancia al ocio, misma que le dedicaban a la cultura, diversión, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a las olimpiadas que tenían lugar cada cuatro años en la ciudad de Olimpia, a donde acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte.

Durante el imperio romano, los romanos frecuentaban aguas termales (como las de las termas de Caracalla), eran asiduos a grandes espectáculos, como los que se representaban en teatros. Estos viajes de placer eran posibles gracias al desarrollo de importantes vías de comunicación y de la prosperidad económica que posibilitó, a

algunos ciudadanos, medios económicos y tiempo libre.

Durante la Edad Media hay en un primer momento, un retroceso, debido a la mayor conflictividad y recesión económica. En esa época surgió un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas. Éstas ya habían existido en la época antigua y clásica, pero tanto el cristianismo como el islam las extenderían a mayor número de creyentes y los desplazamientos serían más grandes y frecuentes. Son famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa, las peregrinaciones por el Camino de Santiago y las de toda Europa, creándose así mapas, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes. En el mundo islámico la peregrinación a la Meca es uno de los pilares del islam, obligando a todos los creyentes a esta peregrinación al menos una vez en la vida.

Las peregrinaciones continuaron durante la edad moderna. Fue en ese momento cuando aparecieron los primeros alojamientos con el nombre de hotel. Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito, se hacía imposible alojar a todos en palacio, por lo que se crearon estas construcciones. Esta es también la época de las grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses que despiertan la curiosidad y el interés por viajar.

A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el gran *tour* al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración, aproximadamente entre tres y cuatro años, que se hacía por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etcétera.

Hubo un resurgir de las termas que habían decaído durante la Edad Media. No sólo se asiste a ellas por consejo médico, sino que también se pone de moda la diversión y el entretenimiento en los centros termales como en Bath (Inglaterra). De esta época data el descubrimiento de los baños de barro como remedio terapéutico, playas frías a donde iban a tomar los baños por prescripción médica.

En la época contemporánea, en plena revolución industrial se consolidó la burguesía que volvió a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. El invento de la máquina de vapor supuso una reducción espectacular en los transportes, que hasta ese momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos.

Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas y domina el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX, lo que favorecerá las corrientes migratorias europeas a América. Es el gran momento del transporte marítimo y las compañías navieras. También comienza a surgir el turismo de montaña o salud: se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de ellos llegan a nuestros días como pequeños hoteles con encanto. Dicha evolución es lo que ha permitido lo que conocemos en la actualidad como turismo en sí.

2. Leyes y planes para la actividad turística en México

En el artículo 73, fracción XXIX, inciso K de la Ley de turismo se hace notar la importancia que tiene el turismo para el ámbito actual, materia en la cual el Congreso de la Unión tiene la facultad: "...para expedir leyes en materia de turismo, estableciendo las bases generales de coordinación de las facultades concurrentes, estados, municipios y el Distrito Federal, así como la participación de los sectores social y privado".¹

En el ámbito particular del turismo, la reglamentación y la organización se ven plasmados en la Ley de turismo publicada el 31 de diciembre de 1992. Teniendo como principales objetivos el artículo 2 que se refiere a la programación de la actividad turística para elevar la vida económica, social y cultural; la coordinación de las entidades federativas y los municipios; así como determinar mecanismos para un mejor aprovechamiento del turismo; mejorar la calidad de los turistas nacionales y extranjeros y de los servicios y fomentar la inversión en el ámbito turístico.

México es uno de los países con mayor actividad turística en el mundo, actualmente ocupa el séptimo lugar mundial en recepción de turistas y los ingresos de divisas extranjeras han superado a las generadas, convirtiéndose en un rubro preponderante, es una actividad que ha generado ingresos muy importantes para el desarrollo del país, por eso la coordinación que debe existir entre los distintos ámbitos de gobierno es importante, pero también con otras organizaciones de la vida pública. El argumento principal y la base de esta aportación es la cooperación para que diversos actores se vean involucrados en lo que a materia de turismo se refiere, trabajando conjuntamente para innovar, realizar o generar alternativas para un mejor funcionamiento del sector.

También se involucra a los sectores social y privado formando parte de la cooperación que debe existir con los gobiernos; una propuesta que invita a que se conviertan en satisfactores y beneficiados del sector turístico. Algunos datos que refuerzan este argumento son que el turismo en el país es el tercer generador de ingresos con 10 753 millones de dólares, sólo por debajo de los ingresos generados por concepto de petróleo con 23 534 millones de dólares y las remesas enviadas por los trabajadores migratorios principalmente de Estados Unidos, con 16 613 millones de USD; también se debe tomar en cuenta que la tendencia de turistas internacionales se elevó sostenidamente de 2005 a 2006, incrementándose de 21 783 a 22 852; en 2004 se alcanzaron 50 millones de llegadas de turistas nacionales a cuartos de hotel. En resumen, el sector turístico representa aproximadamente 8 por ciento del Producto

¹ Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, Editores Mexicanos Unidos, México, 2005.

Interno Bruto (PIB), a 1 816 000 empleos directos y a 10 753 millones de dólares en divisas (Sector, 2006:11).

La Ciudad de México y en particular su Centro Histórico es uno de los puntos más visitados del país, por eso ha sido considerado por su gobierno como uno de los lugares de desarrollo prioritario; esto implica un constante mantenimiento y mejora en su imagen. Sin embargo, quien determina al final está prioridad es la Secretaría de Turismo del gobierno federal. En el artículo 16 de la ley se habla de una cooperación en los diversos sectores gubernamentales y secretarías a escala federal, así como del sector social y privado, en la organización para el desarrollo de las zonas turísticas prioritarias y mejoras para sus inmuebles.²

En el caso del Centro Histórico de la Ciudad de México se encuentra el ejemplo de la búsqueda de mejoras y de apoyos que se han presentado por parte del sector privado por medio de la habilitación de calles y más limpieza; se han realizado programas como el de inmovilizadores para aquellos automóviles estacionados que entorpecen el flujo vial y éstos son sólo algunos ejemplos de esas acciones llevadas a cabo para mantener una buena imagen de la zona turística prioritaria.

En el artículo 17 se precisan con detalle las actividades a ejercer conjuntamente y de manera interinstitucional por medio de programas de desarrollo turístico de acuerdo con las condiciones del sitio.³ Se debe resaltar la coordinación de una planeación que promueva el gobierno federal para instaurarla en los gobiernos locales y es por medio del Plan Nacional de Desarrollo (PND), que se configura el tipo de turismo que los gobiernos locales deberán atender.

Se vuelve a tocar el tema de la relación y la cooperación que debe realizarse de forma conjunta entre la Secretaría de Turismo federal y las de cada entidad. Ahí se refleja la importancia de una coordinación y evaluación de los programas y acciones que piensan llevarse a cabo para una mejor funcionalidad del sector turístico.

En el artículo 25 se plasma de manera directa la vinculación y la promoción que debe existir en la toma de decisiones y la cooperación en las diversas instancias de gobierno. Se muestra directa y sistemáticamente cómo se trabaja en la promoción del turismo.⁴

² Artículo 16. La Secretaría, en coordinación con las dependencias y entidades de la administración pública federal que corresponda, así como con gobiernos de las entidades federativas y de los municipios y con los sectores social y privado, impulsará la creación o adecuación de la infraestructura que requieran las zonas de desarrollo turístico prioritario, considerando también las necesidades de las personas con discapacidad.

³ Artículo 17. La Secretaría promoverá la celebración de acuerdos de coordinación en los que los gobiernos de las entidades federativas y de los municipios, asuman funciones operativas para:

I. Elaborar y ejecutar programas de desarrollo turístico local acordes con el programa sectorial turístico del gobierno federal;

⁴ Artículo 25. El Consejo de promoción turística de México tendrá los siguientes objetivos:

I. Coadyuvar en el diseño de los planes, programas, estrategias y prioridades en materia de promoción turística en el marco de la Ley de Planeación, del Plan nacional de desarrollo y del programa del sector.

3. La actividad turística en la Ciudad de México

El Plan General de Desarrollo del gobierno del Distrito Federal, desprendido de las bases del PND, es el argumento que genera un medio para mejorar el sector turístico del Distrito Federal.

El PND por medio del Programa nacional de turismo 2001-2006, propone cuatro ejes principales: 1) hacer del turismo una prioridad nacional; 2) turismo satisfecho; 3) mantener destinos sustentables y 4) contar con empresas competitivas (Programa nacional de turismo, 2002:391).

El primer eje es la necesidad de crear mecanismos que permitan el mayor aprovechamiento del sector turístico y fuentes de ingresos importantes, parte de esto lo conforma la adición al artículo 73, mejoramiento en la infraestructura turística, crear una clasificación del turismo, de perfiles de turistas de Semana Santa, verano y fin de año. Éstos por mencionar algunos de los rubros que aborda este eje.

El segundo ofrece un mejoramiento en los servicios turísticos por medio de la profesionalización de recursos humanos y foros; el tercero promueve la inversión pública y privada, creación de proyectos de imagen urbana y, el cuarto, el mejoramiento y asesoría a las pequeñas empresas dedicadas al sector.

En síntesis, los ejes reflejan acciones concretas que tratan de impulsar el mejoramiento de los servicios hacia fuera y adentro, es decir, se evalúa el comportamiento y la percepción de los usuarios y a su vez se impulsa el mejoramiento de todas aquellas personas que se ven involucradas en el sector turístico.

Por su parte, las acciones de gobierno del Distrito Federal se ven plasmadas en su programa de gobierno, que propone en el apartado de desarrollo económico, las iniciativas de su sector turístico, resaltando el turismo arqueológico, arquitectónico, museográfico, ecológico y cultural (Programa general de desarrollo del gobierno del Distrito Federal, 2001-2006:108). En general, resalta la parte fuerte del turismo que se mencionó con anterioridad, en la importancia del centro histórico como destino turístico prioritario, el Distrito Federal como capital del país y el alto número de museos y zonas arqueológicas con las que cuenta.

Para el mejoramiento en la infraestructura turística, el gobierno local propone corredores integrales que ofrezcan servicios turísticos, culturales, informáticos y financieros, los cuales servirán para hacer más atractivos lugares como Paseo de la Reforma,

VI. Suscribir convenios con los gobiernos de los estados, de los municipios y del Distrito Federal y con organismos mixtos, estatales y municipales, en el ámbito de sus respectivas competencias, para instrumentar campañas de promoción turística.

el Centro Histórico, la Catedral y la Basílica de Guadalupe. Estas acciones que se mencionan en el programa de gobierno sirven para activar la economía y generar una mejor imagen urbana de los lugares, intentando desplazar la subutilización de estos espacios para otro de tipo de actividades.

Las anteriores son sólo las medidas que propone el gobierno del Distrito Federal, sin embargo, cabe señalar que la Secretaría de Turismo local, realiza este tipo actividades por medio de acciones concretas como el mejoramiento del embarcadero en Cuemanco, la renovación del centro histórico de Xochimilco, el cual consiste en la limpieza de los canales, la separación de residuos y una promoción intensa entre vecinos.

En la Ciudad de México la principal vía de promoción turística hacia el interior del país es el programa “De fiesta en el Distrito Federal”, el cual tiene como objetivo tanto la promoción de espectáculos y eventos culturales como la promoción turística. Asimismo refleja las acciones que realiza el gobierno local en relación con el desarrollo del sector turístico lo que se ve reflejado en mejores servicios y mayor afluencia de turismo a lugares prioritarios, tomando en cuenta la forma en que deben emprenderse las acciones concretas de inversión, construcción, remodelación y mantenimiento de la infraestructura y servicios vinculantes.

El turibús es un servicio concesionado que se mueve por la ciudad con base en rutas previamente acordadas; se trata de un autobús turístico que recorre los lugares de interés del Distrito Federal ofreciendo el servicio 363 días al año (Secretaría de Turismo del gobierno del Distrito Federal, 2005:11).⁵

Todas estas acciones son relevantes para la Ciudad de México, que tiene una afluencia de turistas hospedados en hoteles de 11 615 335 al año, de los cuales 8 804 025 son nacionales y 2 811 310 son extranjeros (Secretaría de Turismo del gobierno del Distrito Federal, 2005:1).

La Ciudad de México es sin duda una de las capitales turísticas más importantes del mundo y también receptora de un alto índice de ingresos por ese concepto. Por eso es importante conocer todos los actores que intervienen en su ejecución y desarrollo, así como las mejoras en la calidad de los servicios y los resultados de la evaluación periódica del sector; esto se presenta como algo estratégico para mantener y proyectar el potencial que significa el sector turístico para México.

4. Organización y metodología del estudio

Dentro de las estrategias para mantener la competitividad de la oferta turística de la Ciudad de México, en el 2004 la Secretaría de Turismo y el Fondo mixto del gobierno del Distrito Federal firmaron un convenio con la Universidad Autónoma Metropolitana

⁵ Estos son algunos de lo programas llevados a cabo durante el gobierno 2000-2006.

por medio del Programa universitario de estudios metropolitanos, para que se rediseñara un estudio sobre el perfil del visitante a la Ciudad de México, el cual permitiera conocer sus características, evaluar la eficiencia y calidad de servicios y acciones público-privadas del sector turístico, desde la percepción misma de los usuarios sobre la ciudad y el grado de satisfacción alcanzado al final de su viaje.

Se pretendía crear una base de datos cuantitativos y cualitativos para ponerlos a disposición de los prestadores de servicios turísticos, tal como sucedió a mediados de 2006, generando un perfil socioeconómico del visitante nacional e internacional, de sus actividades durante la estancia en la Ciudad de México, de los servicios que utiliza y de la orientación y monto de gasto por concepto, pero sobre todo con el fin de planear e incrementar los beneficios derivados de la generación de empleo que impacta directamente en la calidad de vida de la población (Sectur-GDF; 2005:3).

Para el desarrollo del proyecto se creó un grupo de trabajo que ha permitido alcanzar las metas, productos científicos y servicios de consultoría deseados por la contraparte.⁶ La modalidad de investigación-evaluación del sector turístico mediante la universidad elevó el rango de cientificidad y garantizó la calidad en los procesos metodológicos y técnicos, análisis de la información y proyección de resultados, dado que se dispuso de pasantes y egresados de las licenciaturas en sociología, psicología, política y gestión social, así como de profesores-investigadores de tiempo completo, miembros del Sistema Nacional de Investigadores del Conacyt y trabajando colegiadamente al lado de los directivos y asesores de la Secretaría de Turismo del gobierno del Distrito Federal.

El trabajo desarrollado tanto en terminales de autobuses, carreteras y aeropuerto, puso a prueba los supuestos teóricos que se tienen comúnmente sobre los visitantes y los elementos metodológicos e instrumentos de campo preparados para el levantamiento de la información. El estudio parte de una encuesta polietápica estratificada; es decir los cuestionarios se aplicarán repartidos en diferentes horarios, en diferentes días de la semana, todas las semanas del mes y durante los doce meses del año; es estratificada porque segmenta a los visitantes en tres clases, de acuerdo con tipo de transporte que utilizan para llegar a la ciudad (automóvil, autobús o avión).

Para evitar la discrecionalidad del encuestador, se aborda a personas mayores de 18 años sin considerar su sexo ni apariencia social, descartando previamente las

⁶ La estructura orgánica de este grupo se compone de un director ejecutivo (José Antonio Rosique Cañas), un asesor técnico en muestreo (Jorge Rouquette), una coordinadora de trabajo de campo (Virginia Cedillo), un jefe de cómputo (Daniel Serrano) y cuatro jefes de grupo (Jorge Alberto Cuellar, Gabriela Sánchez, Marco Antonio Hernández y Mariana Álvarez), más doce alumnos prestadores de servicio social que se renuevan anualmente. Todos reciben apoyos económicos financiados por el Fondo mixto del gobierno del Distrito Federal, con base en los compromisos suscritos por convenio entre las tres instituciones.

cuatro primeras que cuenta en la sala de espera del punto de salida de la ciudad y así sucesivamente hasta que levanta el número de cuestionarios que se fija para ese día y lugar.⁷ Este procedimiento asegura la obtención de información confiable, diversa y, sobre todo, de calidad científica para el muestreo; además propicia un involucramiento integral de todos los participantes en el proyecto de levantamiento, la depuración de la información, la captura en el sistema SPSS, la elaboración de informes con el formato Power Point y la asistencia a juntas de trabajo y presentaciones de consolidados interinstitucionales.

El proyecto analiza fundamentalmente la participación del visitante por medio de sus críticas y opiniones, recoge su percepción en lo relacionado con lo agradable de los lugares visitados, esto, a su vez, lleva a los tomadores de decisiones a tener mayor información de cómo perciben los turistas a la ciudad y la mejor fuente informativa proviene de quien hace uso de los servicios e inmuebles. Con esto se logra que el trabajo de los actores involucrados en el negocio del turismo sea más objetivo e interactivo por medio de la cooperación, la organización y los cursos de acción que generen una mejora en la imagen de los sitios turísticos.

5. Beneficios de las relaciones interinstitucionales

De acuerdo con los principios de organización, la relación que establece una organización en su ambiente es tanto endógena como exógena; la primera con sus áreas determinadas para el fin de la organización; la segunda con otras organizaciones que tienen la misma o alguna otra afinidad.

La organización es vista como una coalición de individuos, algunos de los cuales están organizados en subcoaliciones, ya sean mercantiles, gubernamentales o benéficas voluntarias (Cyert y March, 1997:54).

En la organización, los objetivos se asumen como aspiraciones variando con el curso de la experiencia, mientras que los fines son el resultado de un proceso continuo de regateos y experiencias. En el proceso de elaboración del proyecto en cuestión, es evidente el vínculo de colaboración entre tres diferentes instituciones: Universidad Autónoma Metropolitana, Secretaría de Turismo del Distrito Federal y el Fondo mixto.⁸ En esta relación Wraight Deil ve a las relaciones intergubernamentales como el sistema menos centralizado de relaciones entre unidades constituyentes y la entidad

⁷ En el caso del levantamiento de la encuesta en carretera, el entrevistado es aquel que se detiene en algún punto de salida después de la caseta de peaje, sin considerar sexo, ni orden de aparición, debido a que ahí los candidatos por lo regular son muy escasos y más evasivos.

⁸ Organismo que opera con recursos fiscales provenientes de los impuestos que recaba el GDF a empresas del sector turístico local.

gobernante central (Wright, s/f: 104), debido a que las relaciones intergubernamentales, reconocen y a la vez analizan las interacciones entre funcionarios de todas las entidades gubernamentales y en todos los ámbitos.

En la aprobación de acciones por parte de las instituciones, las relaciones intergubernamentales permiten acciones y acuerdos informales pero muy eficaces. A su vez, suponen un orden semejante, es decir que no hay jerarquías entre las instituciones que intervienen, aunque no excluye la existencia de la magnitud de la importancia de las partes.

En general lo que se permite con este término es establecer relaciones entre los diferentes ámbitos de gobierno para la cooperación y búsqueda de soluciones a situaciones que inhiben su acción. En esta línea el proyecto forma parte de la búsqueda de acciones que intentan mejorar programas por medio de una evaluación de los servicios ofrecidos por el sector turístico en el Distrito Federal.

Cabe señalar que dentro de este modelo de interpretación se sitúa lo referente a la coordinación de la autoridad en donde la relación es interdependiente y cada una tiene autonomía para la realización de sus deberes para la consecución de los fines establecidos por medio de convenios formalizados en un contrato donde se define qué hace cada quien, con qué recursos, qué elementos pone en juego cada institución y qué beneficios obtiene cada una; para esto, cada institución parte de sus propios marcos jurídicos en que se sustenta su accionar público con la finalidad de proceder en todo momento legalmente.

6. Ciudad y servicios vistos desde los visitantes

El objetivo del estudio era crear una base de datos respecto del perfil del visitante a la Ciudad de México, sus rutinas, gastos, experiencias durante su estancia, lugares de visita, frecuencia de viajes anuales a la ciudad, duración de la estancia, opiniones y percepciones sobre la calidad de los servicios, la seguridad pública, y la limpieza de terminales, carreteras y transportes.

Para tal efecto, se realizó una encuesta, aplicándola inicialmente a una muestra de 4 800 visitantes (480 por mes entre marzo y diciembre) que pudiera ser lo más representativa posible de la población que viajó durante el año a la Ciudad de México.⁹ Ésta se diseñó tomando en cuenta que los visitantes viajan fundamentalmente por tres

⁹ A partir de 2005 la encuesta se amplió en el aeropuerto internacional a visitantes de todas partes del mundo; para tal efecto el cuestionario se tradujo al inglés y se reclutó y capacitó a los alumnos participantes a partir del centro de idiomas de la UAM-Xochimilco para que pudieran sostener conversaciones en inglés con los entrevistados.

¹⁰ La ausencia de datos confiables sobre el tamaño de los universos de población que se desplazan hacia

medios de transporte: autobús, automóvil y avión; por esto la muestra se subdividió en tres partes iguales (160 cada segmento por mes).¹⁰

A todos se les entrevista al momento de abandonar la ciudad, es decir cuando su experiencia de visita está prácticamente concluida; a los que se transportan por autobús se les buscó en las cuatro centrales de autobuses que hay en el Distrito Federal, es decir que se aplicaron 40 cuestionarios al mes por cada central para sumar 160. A los que utilizan automóvil se les intercepta en alguna parada sobre las cinco principales carreteras de salida de la Ciudad de México (Toluca, Querétaro, Pachuca, Puebla y Cuernavaca);¹¹ en esos casos se aplicaron 32 cuestionarios en cada carretera para completar también 160. Los 160 faltantes se aplicaron en las salidas nacionales del aeropuerto, en distintos horarios para obtener muestras variadas de lugar de origen; así, cada mes se estuvo en posibilidad de presentar un informe sobre una muestra parcial de 480 visitantes en el que se podía apreciar el comportamiento en todos los aspectos antes señalados.

Los criterios de selección del encuestado consideraron que se tratara de personas adultas, indistintamente si se tratara de hombres o mujeres que hubieran pernoctado por lo menos una noche en la ciudad, que fueran personas que hubieran vivido en el país por lo menos el último año, pero que no fueran residentes de la Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM).¹² Para evitar la subjetividad en la elección de la persona a la que se le aplicaban las preguntas filtro, se eliminaban cuatro personas posibles y a la quinta se le abordaba para saber si cumplía los requisitos estipulados por la muestra.

El cuestionario está compuesto por tres preguntas-filtro y 31 reactivos, de los cuales 17 son de opción múltiple, 14 unívocas. Su aplicación se lleva a cabo en un promedio de 8 minutos; el tiempo entre una y otra entrevista dependía de la afluencia de personas en los puntos de salida y de la disponibilidad y aceptación por parte del encuestado.

la Ciudad de México por cada uno de estos medios y de los lugares de origen, llevó a tomar la decisión de obtener muestras equivalentes por transporte y al azar, respecto de los lugares de donde provienen.

¹¹ En las carreteras se encontró el mayor grado de dificultad para encontrar informantes elegibles, no sólo por la lejanía de la ciudad central, sino por la volubilidad del viajero para detenerse en los puntos donde el sentido común indica que el mayor número de visitantes al momento de salir de la ciudad. Por esa razón, en muchas ocasiones, los cuestionarios se aplicaron hasta 120 kilómetros de distancia de la Ciudad de México (gasolinera a la entrada de Puebla, Atlacomulco, Estado de México, por ejemplo).

¹² Esta discriminación en la carretera se logró evitando preguntar a automovilistas con placas del Estado de México, que dada la cercanía y cohabitación con el Distrito Federal, rara vez pernoctan en él; en los casos de aeropuerto y central de autobuses, normalmente los visitantes afirman que pasan por el Distrito Federal muchas veces al año, pero que no pernoctan en él, por lo que también se desechan.

¹³ En ese primer año el convenio se firmó a finales de febrero, razón por la cual no se pudieron incluir los primeros dos meses del año.

Los grupos de trabajo se organizaron de acuerdo con un itinerario semanal acordado entre las dos instancias participantes, de tal manera que por lo regular se hacían levantamientos entre dos y hasta cuatro veces por semana, ya fuera en el aeropuerto, carreteras o centrales de autobuses. Los grupos de trabajo de campo son de tamaño flexible, entre 2 y 5 encuestadores, siempre con la participación de un jefe de grupo que también aplica cuestionarios y la coordinadora de campo que aporta los instrumentos, supervisa la correcta selección del encuestado y el llenado de los cuestionarios.

Al término del ejercicio anual de 2004 se llevó a cabo un análisis estadístico de la muestra levantada durante 10 meses (marzo-diciembre),¹³ con el fin de determinar la validez científica y el margen de error del trabajo, llegando a la conclusión de que el tamaño de la muestra, de acuerdo con el universo hipotético era lo suficientemente grande como para considerar que los resultados que se arrojaban eran altamente confiables.¹⁴ Asimismo se pudo ver que a pesar de que los comportamientos parciales de cada muestra mensual expresan cambios en sus tendencias, se debe más a ciertos periodos vacacionales o eventos relacionados con el flujo de diferentes tipos de viajeros, pero en general, las variables centrales del estudio muestran consistencias que permiten establecer importantes resultados. Como ejemplo de estas tendencias mostramos los resultados del mes de diciembre de 2004, que permiten darse una idea concreta del trabajo que se realiza permanentemente desde marzo de ese año, mismo que tiene posibilidades de continuar con la siguiente administración (2006-2012) en virtud de que el programa de investigación ha sido incluido en el proyecto presupuestal de la Secretaría de Turismo para 2007.

7. Servicio social y formación profesional sobre investigación turística

Es importante conocer los beneficios que obtienen los alumnos y egresados al participar en este proyecto de investigación-evaluación sobre el sector turístico de la Ciudad de México. Para tal efecto se aplicó un cuestionario a 20 de los más de 50 participantes, en edades de entre 19 a 31 años. La composición fue 70 por ciento mujeres y 30 por ciento hombres, durante el periodo 2004-2006. A continuación se presentan las preguntas, respuestas y comentarios del ejercicio.

¿Su participación en el proyecto cumplió sus expectativas?

¹⁴ El análisis estadístico estuvo a cargo de Jorge Rouquette, profesor-investigador de la UAM-Xochimilco y jefe de matemáticas en la División de Ciencias Sociales y Humanidades.

¹⁵ Figura muy difundida en Estados Unidos y Europa para establecer sociedades de colaboración en torno a algún problema social, económico o cultural.

**Perfil y percepciones del visitante a la Ciudad de México
Resumen de diciembre 2004**

<i>Concepto</i>	<i>Aeropuerto</i>	<i>Autobuses</i>	<i>Carreteras</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentajes</i>
Sexo: M-F	M96-F64	M91-F69	M112-F48	M299-F181	M62-F38
<i>Motivo del viaje</i>					
Negocios	55	42	39	136	28
Placer	31	15	18	64	13
Compras	3	14	20	37	8
Familia	54	71	61	186	39
Salud	8	8	8	24	5
<i>Hospedaje</i>					
Hotel	63	11	30	104	22
Casa-familia	85	135	114	334	70
<i>Duración</i>					
1 o 2 Noches	49	56	84	189	39
3 a 7 Noches	92	70	69	231	48
<i>Asistencia a espectáculos</i>					
	90	66	61	217	45
<i>Opinión de la Ciudad</i>					
Exc. y buena	140	133	118	391	63
Mala-pésima	20	27	42	89	19
<i>Lo molesto:</i>					
Tráfico	61	40	63	164	34
Inseguridad	15	27	21	63	13
Contaminación	11	14	15	40	8
Nada	31	27	8	66	14
<i>¿Qué falta?</i>					
Seguridad	12	29	45	86	18
Vialidad	18	4	19	41	9
Limpieza	11	14	11	36	7.5
Nada	68	44	38	150	31
<i>Recomienda el viaje</i>					
Sin duda	148	132	119	399	83
Probablemente	0	13	23	36	8
<i>Regresaría</i>					
Sin duda	141	128	124	398	82

<i>Concepto</i>	<i>Aeropuerto</i>	<i>Autobuses</i>	<i>Carreteras</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Escolaridad</i>					
Hasta primaria	12	46	19	77	16
Media y media superior	42	74	62	116	37
Superior y más	106	40	79	125	47
<i>Ocupación</i>					
<i>Empleado-obrero</i>					
Ama de casa	28	27	45	100	21
Técnico-profesional	26	38	14	78	16
Estudiante	32	15	31	78	17
Ejecutivo-empresario	23	15	28	66	14
<i>Residencia</i>					
Michoacán	0	24	23	47	10
Guerrero	10	28	8	46	10
Oaxaca	11	13	12	36	7.5
Jalisco	15	9	11	35	7
Veracruz	2	15	13	30	6
Hidalgo	0	1	27	28	6
<i>¿Cuántos viajan?</i>					
Solo	97	72	34	203	42
Hasta 3	50	60	70	180	65
De 4 a 6	13	25	44	86	30
7 o más	0	3	12	15	5
<i>Víctimas de algún delito</i>					
Asalto, extorsión, robo, secuestro	10	18	16	44	9
<i>Gasto-viaje</i>					
1 000 a 5 000	16	132	118	266	55
5 001 a 15 000	77	20	27	124	26
15 001 a más de 30 000	59	3	7	69	14
<i>Ingreso familiar</i>					
Hasta 5 000	16	84	47	147	31
5 001 a 15 000	32	48	64	144	30
15 001 a 50 000	74	9	24	107	23
50 001 a más de 100 000	34	0	3	37	7
<i>Utilizó metro</i>	50	117	67	234	49

El 95 por ciento de los encuestados contestó afirmativamente, debido a que el proyecto es objetivo, les ha motivado a desarrollar habilidades comunicativas, participar en todas las actividades del proyecto; aplican parte de lo aprendido en clases y finalmente obtienen experiencia laboral.

¿Recibió alguna capacitación antes de comenzar en el proyecto?

En esta pregunta 55 por ciento de los encuestados considera que sí, mientras que 45 por ciento dice no haber recibido capacitación al respecto, pero que la mecánica gradual acompañada del trabajo y supervisado por alguien que ya tiene la experiencia le permitió un aprendizaje eficaz sobre la marcha.

¿Cree que sea necesaria una capacitación previa al inicio del proyecto?

Un 85 por ciento de los participantes en el proyecto de turismo considera que sí es importante recibir capacitación previa al inicio de su servicio social y 10 por ciento dice no considerarlo como necesario; los que sí lo consideran importante, señalan sobre todo la formación teórico-histórica y estadística sobre el tema, porque en las diferentes licenciaturas sociales de la UAM estos conocimientos son inexistentes.

Sin duda, la capacitación es determinante para la consecución de objetivos en cualquier área laboral; de ahí la importancia de conocer la opinión de los encuestados respecto a la capacitación que pudieran recibir antes de iniciar sus actividades como prestadores de servicio social, o incluso para remodelar planes y programas de estudio.

¿El proyecto le aportó algo para su desarrollo académico, laboral y personal?

El total de los encuestados considera que el proyecto sí contribuyó a su formación en términos generales. Dentro de la encuesta se colocaron cuatro variables posibles a considerarse como beneficios de participar en él: habilidades comunicativas, manejo de programas de cómputo (*software*), trabajo en equipo, organización personal, y otros.

Las habilidades comunicativas y el trabajo en equipo fueron las variables que más tuvieron aceptación ya que 85 por ciento de los encuestados nos dicen que es lo que les ha dejado su participación en este proyecto: habilidades y actitudes que en su vida laboral pondrán en práctica.

Actualmente el campo laboral exige ciertas capacidades que se adquieren con la práctica constante, pero también con la oportunidad que brindan actividades anteriores. La intención de este proyecto es, entre otras, otorgar ese tipo de oportunidades a los alumnos participantes. Como resultado, vemos que hay de manera reiterada el señalamiento de que la participación en un proyecto de investigación como es el de turismo, les ha dado herramientas que contribuyen a su futuro laboral como: mayor

organización personal, manejo de programas computacionales, facilidad de palabra, trabajo en equipo, capacidad de relacionarse con personas de todas las clases sociales y con funcionarios del sector público y privado, así como aprender a manejar su imagen pública, dependiendo de la situación y evento del que se trate, etcétera.

¿Qué otra actividad cree que pueda desarrollar el participante en el proyecto?

Se menciona que se cuenta con las capacidades para participar en todo el proceso de investigación desde el diseño de la muestra, definición de preguntas, recolección de información así como su análisis. Tomando en cuenta el trabajo en equipo que se ha motivado desde las aulas, permite un intercambio de ideas para lograr los objetivos del proyecto.

¿Qué aspectos contribuirían al mejor desarrollo del proyecto?

Así como se ha preguntado sobre las aportaciones del proyecto de turismo, en todo proceso organizativo es importante conocer cuáles son las carencias que se perciben en las estructuras organizativas y en lo referente al Proyecto turismo se aprecian las siguientes consideraciones de los encuestados: a la comunicación interna en 65 por ciento como una de las principales situaciones a mejorar por parte de los que ejecutan este proyecto, a la capacitación en 40 por ciento y a la organización en 25 por ciento.

¿Cree tener ahora mayores oportunidades en el mundo laboral actual?

Para los que participamos en el proyecto es importante que se les brinden herramientas a fin de facilitar elementos de desarrollo en los jóvenes universitarios, por eso se puso énfasis en saber si el proyecto provee de estas herramientas para su futuro laboral, a lo que 90 por ciento de los encuestados responde de manera afirmativa, considerando que estas habilidades y capacidades son: habilidades técnicas al manejar el equipo de cómputo; capacidad para relacionarse con diferentes personas y desarrollar responsabilidad; capacidades de comunicación para la cohesión en el equipo de trabajo, formación para el análisis de información cualitativa y cuantitativa, lo que les ha brindado seguridad personal y profesional para enfrentarse al mundo laboral.

Conclusiones

- Hay algunas variaciones significativas en el comportamiento de las tendencias, considerando el medio de transporte que utiliza el viajero.
- Una buena parte del viajero nacional es de nivel intermedio en estudios, de recursos modestos y con residencia en las entidades a mediana distancia del Distrito Federal.

- La mayoría de las personas que viajan al Distrito Federal, pernoctan en casas de familiares o amigos y sólo tres de cada diez utilizan el sistema hotelero.
- La percepción que se llevan de la ciudad y de su gente es muy buena y la mayoría no tiene duda en regresar o recomendar a otras personas para que la visiten.
- El tránsito, la seguridad y la contaminación son identificados como aspectos molestos, sin embargo a muy pocos les ocurre algún hecho relacionado con delitos graves, pues la queja reiterada es la extorsión de policías, abusos en los precios de taxis, robos menores y timos.
- Los motivos de los viajes varían, pero son significativos los negocios, las compras y los servicios de salud, lo que reafirma a la capital como una ciudad centralizadora a escala regional y nacional.
- La mayoría de la gente gasta menos de 5 000 pesos por viaje.
- Los ingresos familiares promedio del 60 por ciento son mayores de 5 000 pesos, aunque hay entre esas personas, algunas que reportan ingresos hasta de 100 mil pesos.
- Para el Estado moderno lo importante no es quién hace las cosas, sino que se hagan y bien, por eso el horizonte de la acción pública se abre hacia los órganos autónomos, como es el caso de algunas universidades, pero también con organismos del sector privado y social.
- Más allá de que se reafirme la debilidad de sus facultades y funciones, lo que se comprueba es el fortalecimiento de su centralidad para que mercado y sociedad actúen en coparticipación con las diferentes instancias gubernamentales del Estado.
- En el caso de México, considerándolo como un país con soberanía interestatal intermedia, realizó reformas privatizadoras y ajustes estructurales muy significativos a su sector público, que llevaron a sus dependencias a buscar nuevas formas de gestión más flexibles, abiertas y en interdependencia. Eso puso también a las universidades públicas en un entorno cada vez más competitivo por los recursos públicos y con gran incertidumbre en materia programática, que obliga a buscar sinergias interinstitucionales para cumplir su misión institucional.
- La universidad y el GDF encontraron en sus interacciones una ventana de oportunidades para que cada institución, pudiera fortalecer lazos de cooperación logrando propósitos y metas compartidas; en este caso hacer investigación, mejorar el desarrollo profesional de alumnos y académicos, obtener un fondo

de recursos para la práctica de campo y gabinete, ofreciendo un producto de calidad en materia de seguimiento y evaluación de la acción público-privada en torno a los servicios y productos que ofrece la Ciudad de México a sus visitantes y conocer su perfil socioeconómico, sin por ello operar bajo criterios lucrativos, sino de partenariado¹⁵ en una misión conjunta que es mejorar la calidad de vida de los mexicanos que viven y visitan la Ciudad de México.

- Esta experiencia ha impulsado la firma de nuevos convenios específicos para que la universidad y el gobierno del Distrito Federal avancen en colaboración de la evaluación de otras políticas metropolitanas y proyectos de desarrollo sustentable en los entornos urbanos y rurales del Distrito Federal. En todos ellos los beneficios son mutuos, toda vez que uno hace lo que el otro no puede y otro da lo que el otro no tiene. Recursos, legitimidad, capacidades técnicas, conocimiento e información, son algunos de los elementos que fluyen de un lado al otro fortaleciendo a ambas organizaciones sin menoscabo de los principios institucionales y los marcos legales de su actuación.
- En este sentido, una población específica, que son los estudiantes y alumnos recién egresados se benefician al participar en un proyecto que les ofrece conocimientos y práctica profesional con apoyos económicos muy útiles en la etapa final de su formación universitaria.

Bibliografía

- Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión (2002), "Segundo informe de ejecución", *Programa Nacional de Turismo 2001-2006*, Congreso de la Unión, México.
- (2005), *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, Editores mexicanos unidos, México.
- (2006), *Ley Federal de Turismo*, Congreso de la Unión, México.
- Carbonell, Miguel (2004), "La reforma constitucional al artículo 73 en materia de turismo", *Revista Cuestiones constitucionales*, núm. 11, UNAM, México.
- Cybert y March, "Los fines de la organización", *Teoría de las decisiones económicas de las empresas*, capítulo III, s.e., s.a, s.p.
- GDF (2001), *Programa general de desarrollo del gobierno del Distrito Federal 2001-2006*, GDF, México.
- Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal (2005), Comparecencia ante la H. Asamblea Legislativa del Distrito Federal, Sectur-GDF, México.