



STYFE | ICAT

CIUDAD INNOVADORA Y DE
DERECHOS / NUESTRA CASA

CAPACITART

Ciudad de México

Número 1, 2021

Turismo y empleo



Foto de Pixbay

Revista informativa de la Secretaría de Trabajo y Fomento al Empleo y el Instituto de Capacitación para el Trabajo

DIRECTORIO

Dra. Soledad Aragón Martínez
Secretaría de Trabajo y Fomento
al Empleo en la Ciudad de México

Mtro. Adrián Escamilla Palafox
Director General del Instituto de
Capacitación para el Trabajo de la
Ciudad de México

Coordinadoras

Dra. Diana Martínez Medina
Directora de Planeación, Control
y Evaluación de Resultados,
Icat CDMX

Mtra. Claudina Arvizu Ortiz
JUD de Análisis de Información y Proyectos,
Icat CDMX

C. Aura Perroni Hernández
Coordinadora de Apoyo a Estudios del Trabajo
y Comunicación
Styfe CDMX

Diseño Editorial

Mtra. Berenice Katery Vázquez Saldivar
Subdirección de Enlace y Promoción
Coordinación Editorial,
Icat CDMX

Lic. Dulce Karina Hernández Lara
Enlace de Difusión
Diseño Editorial,
Icat CDMX

Lic. Yannet Cantoran Bravo
LCP de Seguimiento a Convenios y Contratos
Diseño Gráfico,
Icat CDMX

Lic. Zuleyma Itzel Gonzalez Rodriguez
Enlace de Atención a Usuarios
Diseño Gráfico,
Icat CDMX



Atribuciones de derechos de autor

CAPACITART Ciudad de México, Año 3, No 1, enero-marzo año, es una publicación periódica trimestral coeditada por el Instituto de Capacitación para el Trabajo de la Ciudad de México, Calzada San Antonio Abad No. 32, Piso 2, colonia Tránsito, Demarcación Territorial Cuauhtémoc, Ciudad de México, C.P. 06820, Teléfono 555740-0237, <https://www.ikat.cdmx.gob.mx>, así como por la Secretaría de Trabajo y Fomento al Empleo, Calzada San Antonio Abad No. 32, colonia Tránsito, Demarcación Territorial Cuauhtémoc, Ciudad de México, C.P. 06820, Teléfono 555709-3233, <https://www.trabajo.cdmx.gob.mx/>. Editor responsable Adrián Escamilla Palafox. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo: 04-2019-070115034000-102, ISSN: 2683-1929, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Licitud de Título y Contenido No. 17362 otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Impresa por Corporación Mexicana de Impresión, S.A. de C.V. (COMISA), calle General Victoriano Zepeda No. 22, colonia Observatorio, C.P. 11860, Demarcación Territorial Miguel Hidalgo, Ciudad de México. Este número se terminó de imprimir el 26 de mayo de 2021 con un tiraje de 200 ejemplares. Distribuido por el Instituto de Capacitación para el Trabajo de la Ciudad de México, Calzada San Antonio Abad No. 32, Piso 2, colonia Tránsito, Demarcación Territorial Cuauhtémoc, Ciudad de México, C.P. 06820, Teléfono 555740-0237, así como por la Secretaría de Trabajo y Fomento al Empleo, Calzada San Antonio Abad No. 32, colonia Tránsito, Demarcación Territorial Cuauhtémoc, Ciudad de México, C.P. 06820, Teléfono 555709-3233.

CONTENIDO



04 Editorial

Turismo y empleo

Por el Director General del Icat de la CDMX



06 Políticas públicas

La entrevista a...

Carlos Mackinlay Grohmann
Secretario de Turismo de la Ciudad de México

Infografía:

¿Cómo reiniciar el turismo ante el Covid-19?
Turismo: directrices globales en materia del empleo

El turismo en el suelo rural de la Ciudad de México. Retos y oportunidades ante la crisis

Por Humberto Thomé Ortiz



22 Datos y tendencias

Turismo, desarrollo social, empleo

Por Anna María Fernández Poncela



Infografía:

Las mujeres que trabajan en el turismo de la Ciudad de México

34 La voz de...

Personas egresadas del curso “Atención al visitante *in situ*. Guía de Turistas” del Icat CDMX con la alcaldía Cuauhtémoc en el marco del programa Participación, Arte y Cultura Incluyente

40 La experiencia de...

Grupo Brisas
Turismo y recuperación del empleo

Por Gustavo Alfonso Bolio Gómez,
Director Corporativo de Recursos Humanos y Tecnologías de la Información

50 Reflexiones

¿Qué es el turismo alternativo?
Oportunidades y retos del turismo rural
Hacia dónde mirar. Tendencias en materia de política turística en el mundo

54 Colaboradores

Semblanza de los colaboradores

EDITORIAL

La Ciudad de México, reconocida como **Capital Cultural de América**, cuenta con una gran diversidad de atractivos turísticos que incluye museos, sitios arqueológicos, gastronomía, el centro histórico, infraestructura para hacer negocios, ecoturismo, entre otros.

La pandemia causada por la enfermedad Covid-19 ha llevado al mundo a un largo e intermitente periodo de confinamiento con grandes impactos en la economía y el empleo. En el caso del turismo, las restricciones en los viajes internacionales, el cierre de las playas, la reducción de horarios y capacidad en la que pueden operar los restaurantes y centros nocturnos, y en general, las limitaciones a las actividades recreativas y culturales han tenido grandes efectos sobre el empleo y la derrama económica. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés) estima que esta industria a nivel mundial pierde un millón de empleos cada día que transcurre con la pandemia¹ activa. Por su parte, la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, por sus siglas en inglés) estima que el declive en viajes de turistas internacionales se traducirá en una pérdida de entre 300 mil y 450 mil millones de dólares². A pesar de que será uno de los sectores más afectados, la UNWTO reconoce que el sector turismo puede liderar una recuperación económica y de los empleos para millones de trabajadoras y trabajadores alrededor del mundo.

Por los encadenamientos con otros sectores y el potencial de generar empleo directo e indirecto, el turismo se constituye a la vez en un sector clave para la recuperación económica y del empleo, lo que exige una gran coordinación entre los sectores gubernamental, empresarial y laboral para asegurar las medidas de protección y sanidad que permitan restaurar la confianza y seguridad de los turistas y de los trabajadores del sector.

La Revista **CAPACITART Ciudad de México** dedica este primer número del año al **turismo y empleo**. Las colaboraciones y contenidos que se presentan plantean, desde diversas metodologías y enfoques, algunos de los retos y perspectivas para reactivar la actividad turística en la Ciu-

dad de México y con ello el empleo como fuente de sustento de miles de familias cuyos ingresos están vinculados a las actividades turísticas en la ciudad.

La sección de **Políticas públicas** inicia con **la entrevista a Carlos Mackinlay Grohmann**, secretario de Turismo de la Ciudad de México, quien reflexiona sobre el impacto que la pandemia Covid-19 ha tenido sobre el turismo en la ciudad y los aprendizajes adquiridos con esa experiencia. Igualmente, en esta breve entrevista expone los retos y las acciones emprendidas desde esa Secretaría con el propósito de reactivar, en condiciones de seguridad para los turistas y los trabajadores, las actividades turísticas en la Capital Cultural de América.

En esta misma sección presentamos la colaboración del Doctor Humberto Thomé Ortiz, investigador en el Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales de la Universidad Autónoma del Estado de México, quien presenta el artículo **“El turismo en el suelo rural de la Ciudad de México. Retos y oportunidades ante la crisis”**. En su artículo, el Dr. Thomé discute las posibilidades y riesgos de la reactivación de las actividades de ocio y recreación, a partir del turismo de proximidad en las periferias rurales. Asimismo, debate la encrucijada entre la necesidad de reactivar las economías locales y el riesgo de contribuir a la dispersión del virus en contextos de marginación y pobreza.

Desde otra perspectiva, en la sección de **Datos y tendencias**, la Dra. Anna María Fernández Poncela, profesora investigadora en la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, presenta un acercamiento informativo y general sobre **“Turismo, desarrollo social, empleo”**. Plantea que las circunstancias sanitarias actuales no han sido proclives al desenvolvimiento de la industria turística y el aumento de puestos de trabajo en su seno, sin embargo, se trata de un sector importante para la creación de empleo y desarrollo social, humano y sostenible que intentará salir adelante en la era post Covid-19.

La sección **La voz de...** recupera la experiencia de capacitación de tres personas egresadas del curso **“Atención**

al visitante in situ. Guía de Turistas” impartido por el Icat CDMX en colaboración con la alcaldía Cuauhtémoc en el marco del programa Participación, Arte y Cultura Incluyente, que busca, entre otros objetivos, formar promotores culturales y profesionalizar el empleo en el sector. En esta entrevista conjunta, Illiria Ninelth Sandoval Asiain, Minerva Patricia Godínez Dorado y Francisco de Borja Villegas Zapata, comparten sus motivaciones y puntos de vista sobre esta experiencia de capacitación en el Instituto.

En la sección **La experiencia de... “Grupo Brisas, turismo y recuperación del empleo”**, el licenciado Gustavo Alfonso Bolio Gómez, Director Corporativo de Recursos Humanos y Tecnologías de la Información de ese consorcio comparte la experiencia, los retos y desafíos, así como las acciones desarrolladas por ese grupo para hacer frente a la contingencia sanitaria por Covid-19 y mantener su relevante papel en la economía y la generación de empleos en el sector.

Este número de la revista **CAPACITART Ciudad de México**, primero del 2021, reúne voces expertas en el ámbito del sector turismo que, desde diversos enfoques y abordajes, convergen en la importancia del turismo para recuperar la actividad económica y el empleo en la Ciudad de México, reconociendo el relevante papel que adoptará el turismo local y de proximidad, en el contexto de la nueva normalidad. Asimismo, plantean que dinamizar el turismo a la vez que se incrementa la protección de las condiciones de salud tanto para turistas, como para trabajadores y trabajadoras del sector, exige una estrecha colaboración intersectorial en esta gran ciudad.

Adrián Escamilla Palafox

Director General del Instituto de Capacitación para el Trabajo de la Ciudad de México

¹ <https://www.wttc.org/members-hub/>

² https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/14314_Coronavirus_PPT%20DH_Sp.pdf

La entrevista a...

Carlos Mackinlay Grohmann

Maestro y Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de *Grenoble*, Francia. Ha sido catedrático e investigador en el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) y profesor del posgrado de economía en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Ingresó al Sistema Nacional de Investigadores en 1989. De 1991 a 1993 fue Director de Intercambio Académico y Director de Docencia en la Universidad Pedagógica Nacional (UPN). En 1994 trabajó como Asesor del Coordinador General de Relaciones Internacionales de la Sedesol. Desde 1995 ha trabajado desde distintos frentes en el ámbito del turismo, desde agente de viajes de turismo receptivo y guía de turistas con licencia federal, consultor en distintos proyectos de turismo a nivel nacional y en el Programa de Estudios Universitarios sobre la Ciudad de la UNAM. A lo largo de 12 años ocupó el cargo de Director General del Instituto de Promoción Turística, Director de la Oficina de Congresos y Convenciones en la Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México y Secretario de esa dependencia. La Dra. Claudia Sheinbaum Pardo, Jefa de Gobierno Electa para el periodo 2018-2024 lo designó Secretario de Turismo de su administración.

“

EL TURISMO RESCATA EL ESPIRÍTU MEXICANO

”

En este número de la revista CAPACITART, dedicado al tema Turismo y empleo, el secretario de Turismo de la Ciudad de México habla del impacto y los aprendizajes de la pandemia Covid-19 en una de las actividades con mayor derrama económica y empleo en la Ciudad de México. Igualmente, en esta breve entrevista expone los retos y acciones emprendidas por el gobierno de la Dra. Claudia Sheinbaum a través de la Secretaría de Turismo para reactivar el sector en condiciones de seguridad para los turistas y los trabajadores las actividades turísticas en la Capital Cultural de América.

Foto de Sector CDMX

CAPACITART ¿Cuál es la relevancia del turismo para el desarrollo de la Ciudad de México, desde las perspectivas económica y social?

R/ El turismo tiene una relevancia fundamental en la Ciudad de México. Genera miles de empleos, así como miles de millones de pesos en derrama económica. Los miles de empleos que genera dan sustento a su vez a miles de familias que trabajan en hoteles, restaurantes y empresas de la cadena de valor turística (transportadoras, guías de turistas, agencias de viajes, así como toda la proveeduría turística).

En el ámbito social, debemos recordar que las visitas al país se sustentan culturalmente en México con el dicho “mi casa es tu casa”. En ese sentido, el turismo y la hospitalidad que lo caracteriza forma parte del espíritu mexicano.

Miles de turistas de todo el mundo nos visitan por lo que somos. Por ello, el turismo permite la cohesión social, expande nuestra comprensión de otras culturas y con ello enriquece la nuestra.

CAPACITART ¿Qué tipo de turismo impulsa la actual administración de la Ciudad de México?

R/ Prácticamente todos. No tenemos preferencia por un tipo de turismo en particular, pero mencionaré algunas características de los mercados turísticos en la capital del país. El turismo de negocios es fundamental, ya que la Ciudad de México es una ciudad global con un peso económico importante en el país y en el mundo. El turismo religioso tiene como referencia la llegada de millones de visitantes a los distintos templos de todas las religiones en la ciudad. El turismo deportivo a su vez se explica por los innumerables eventos en la materia que, por cierto, son una referencia para todas y todos los habitantes de la Ciudad de México.

¿Qué decir del turismo cultural! La Ciudad de México ha sido nombrada Capital Iberoamericana de la Cultura, sin duda por la gran calidad y enorme cantidad de eventos culturales que se llevan a cabo, desde la proyección de películas en cines, pasando por obras de teatro, exposiciones, conciertos, conferencias y un sinfín de eventos que implican la participación de decenas de miles de turistas de todo el mundo, lo que a su vez genera un gran prestigio y una derrama económica en la Ciudad en los establecimientos de la cadena turística.

El turismo de naturaleza está atrayendo cada vez a más turistas a la capital del país, con lo cual se benefician cientos de familias en las áreas rurales de nuestra ciudad. En el contexto de la pandemia y las oportunidades que generará, estamos seguros de que más turistas estarán interesados en ejercer el turismo de naturaleza en la Ciudad de México.

Y así podríamos enlistar cada uno de los segmentos turísticos en que la Capital Cultural de América posee ventajas comparativas, pero la idea es mencionar que todos los segmentos turísticos son importantes para la actual administración, ya que todos demandan la participación de nichos específicos de empresas y trabajadores de la industria turística. En este sentido, deseo resaltar que el denominado Turismo de Barrio, precisamente busca ampliar la oferta turística al consolidar al oriente de la capital como un

destino turístico, lo que abonará a la consolidación de empresas turísticas y con ello, la creación de fuentes de empleo.

CAPACITART ¿Cuáles son las principales políticas públicas de la Jefa de Gobierno para el sector turístico de la ciudad?

R/ Consolidar la diversidad, la inclusión, la cultura, la sustentabilidad, la innovación y las nuevas tecnologías como fuentes de competitividad de la industria turística de la Ciudad de México. Impulsar la creación de infraestructura turística en áreas no tradicionales para impulsar el Turismo de Barrio, de naturaleza y la generación de empleos.

Como consecuencia de los efectos de la pandemia Covid-19, la Jefa de Gobierno nos ha pedido priorizar los apoyos a las personas más vulnerables del sector para que puedan enfrentar las consecuencias de la crisis.

CAPACITART ¿Cómo ha afectado la pandemia Covid-19 a la actividad turística de la Ciudad de México en términos económicos y cuál ha sido su impacto en el empleo del sector?, ¿qué aprendizajes en materia de turismo adquiere la ciudad como consecuencia de la pandemia?

R/ En términos económicos y de empleo, la crisis ha sido sin duda la más fuerte por la que ha atravesado el sector turístico de la Ciudad de México en su historia. Lo mismo ha sucedido en el resto del país y en el mundo entero, destacando en términos generales que los impactos de la crisis han sido más fuertes en las ciudades que, por ejemplo, en destinos de playa.

Respecto al aprendizaje, daría una respuesta anticipada toda vez que la pandemia no ha llegado a su fin. Sabemos, sin embargo, que esta situación nos ha obligado a un importante cambio de paradigmas, entre los que destaco los siguientes:



Foto de Sectur CDMX



1

Hoy en día, la mejor promoción turística se encuentra asociada a temas de salud, higiene y vacunación, y no exclusivamente a actividades de promoción, publicidad y relaciones públicas tradicionales.



2

Nos hemos visto obligados a ampliar nuestra visión acerca del sector y no enfocarnos solamente a sus empresas más destacadas (aerolíneas, hoteles y restaurantes): constatamos que la cadena de valor del turismo, conformada por miles de Mipymes, se encuentra muy extendida y abarca numerosos núcleos laborales, que dependen en una muy buena medida del turismo para su sustento.



3

Hemos corroborado la gran solidaridad del sector turístico de la Ciudad, a través del apoyo que éste ha dado de manera generosa y sin interrupción, desde el inicio de la pandemia, para el personal médico nacional y extranjero que ha atendido a la población citadina en los hospitales Covid-19.



4

Una de las máximas enseñanzas que retiraremos de esta coyuntura es que la Ciudad de México tiene innumerables opciones turísticas para desarrollar y atender las nuevas exigencias que derivan de la nueva normalidad, entre ellas las actividades al aire libre, los espacios abiertos, la atención a grupos de turistas pequeños y muchas más.



5

Finalmente, hemos adquirido conciencia de que la industria de viajes ya no es meramente de distracción y placer. Hoy en día es una actividad que se sustenta en un sinfín de actividades que van desde las educativas, pasando por las de salud, hasta las de negocios. Ello implica reconocer que actualmente los viajes están vinculados con prácticamente todas las actividades productivas, lo que demanda que contemos y actualicemos permanentemente el marco legal de la actividad, las regulaciones en materia de protección civil, las facilidades para que los participantes puedan realizar sus negocios, lo que al final del camino da certeza jurídica y mayores oportunidades de negocios en el sector, lo que eleva la productividad de las empresas que se asientan en la Ciudad de México.

CAPACITART ¿Qué acciones se llevan a cabo desde la dependencia que encabeza para favorecer la recuperación segura de las actividades turísticas?

R/ Vale la pena dividir nuestra respuesta en dos partes. La primera de estas acciones, o más bien conjunto de acciones, tuvo que ver con el apoyo al desarrollo de los protocolos de higiene y seguridad que realizaron los distintos sectores turísticos, lo que se cristalizó en el desarrollo del “Timbre de Seguridad Turística” entregado a más de 19 mil empresas turísticas a la fecha; este timbre se acompañó igualmente por la obtención del Sello “Safe Travels” que otorga el Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

En este marco, y en conjunto con las Secretarías de Administración y Finanzas, de Desarrollo Económico y del Trabajo y Fomento al Empleo del Gobierno de la Ciudad de México, hemos hecho extensivos distintos tipos de apoyo en especie, monetarios y crediticios al sector.

El segundo conjunto de acciones efectuadas tiene que ver con el desarrollo de nuestras actividades regulares, como por ejemplo el diseño de una campaña de promoción en las plataformas tecnológicas administradas por la Sectur CDMX para reactivar la actividad turística de la Ciudad de México en su calidad de destino, misma que será lanzada una vez las condiciones del semáforo epidemiológico lo permitan.

CAPACITART En su opinión y considerando su amplia experiencia en el sector, ¿cuáles son los principales retos de política pública para mejorar la calidad del empleo en el sector turístico?

R/ Son varios, entre ellos:

- a) Buscar, generar e implementar los mecanismos que eleven el ingreso de los trabajadores del sector
- b) Incrementar la participación de las mujeres en áreas directivas de las empresas de la industria turística
- c) Elevar la tasa de empleo formal, ya que la crisis develó un gran nivel de informalidad en el mismo sector
- d) Incrementar la certificación de las empresas y participantes de la cadena de valor turística

CAPACITART ¿Cuál es la importancia de la capacitación laboral para el retorno seguro de las actividades turísticas en la ciudad? ¿Cuáles son los temas prioritarios en los que debe ser capacitado el personal que trabaja en ese sector?

La capacitación permanentemente ha sido un activo intangible que eleva los ingresos de las empresas y de los trabajadores. Se sabe que las empresas y las naciones que invierten más en capital humano son las que perciben una mayor tasa de retorno debido a la inversión en educación o capacitación. En este sentido, las empresas, los trabajadores y los países que inviertan más en capacitación laboral para un nuevo contexto higiénico debido a la coyuntura de la Covid-19, serán las que mayores tasas de retorno percibirán a partir de la reanudación (que debe ser segura) de las actividades consideradas como no esenciales.

La Secretaría de Turismo busca de manera permanente llevar a cabo actividades de capacitación. Previo a la contingencia, habíamos desarrollado 18 cursos dirigidos a Mipymes turísticas e implementado 60 Sellos de Calidad “Moderniza”. Durante los tres primeros meses del 2021 hemos entregado 150 Distintivos “H”, implementado el Distintivo Punto Limpio en beneficio de 50 empresas del Ajusco, en las alcaldías Tlalpan, Milpa Alta y Álvaro Obregón, capacitado a 350 miembros de la Policía Turística y formado 39 guías de turismo locales en Xochimilco.

En la capacitación laboral se sustenta uno de los principales pilares de la actividad turística que caracteriza a la Ciudad México: la calidad del servicio prestado y la calidez de sus prestadores de servicios turísticos.



¿Cómo reiniciar el turismo ante el Covid-19?



Principios:

- Viajes seguros y fluidos con normatividad sanitaria
- Información y protocolos claros y con base empírica
- Seguridad en intercambio de datos personales
- No discriminación
- Transformación digital
- Medidas vigentes mientras sea necesario

Fuente: Organización Mundial de Turismo (2020) *Directrices globales de la OMT para reiniciar el turismo.*

Turismo:

1 Gestión de frontera segura y fluida

- Fomentar el uso de la tecnología
- Garantizar la coordinación entre autoridades de turismo, salud, interior y transporte



2 Medidas transversales en el sector privado

- Implementar protocolos de salud, seguridad e higiene globales y armonizados
- Formar al personal en los protocolos de seguridad y en la prestación de servicios seguros
- Apoyar a los empleados para que estén pendientes de su salud y adaptar las políticas de recursos humanos



3 Viajes aéreos seguros

- Implementar procedimientos proporcionados para comprobar la salud



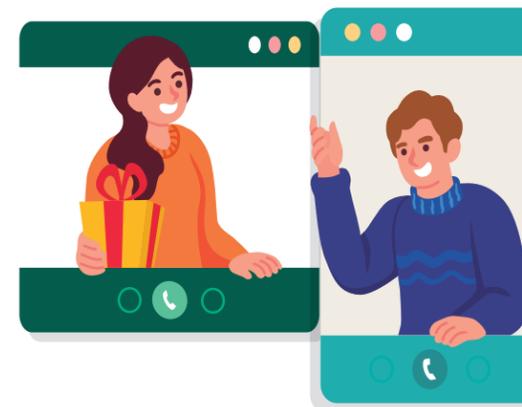
4 Hospitalidad

- Introducir sistemas tecnológicos para contacto directo y rápido con los huéspedes
- Crear puestos tales como el de gestor de higiene o encargado de la protección de los huéspedes
- Añadir nuevos servicios con aplicación digital y en los que conduce el propio cliente
- Promover el turismo interno (con productores y trabajadores locales) y de proximidad a corto plazo

directrices globales en materia del empleo

5 Operadores turísticos y agencia de viaje

- Desarrollar productos segmentados y sostenibles centrados en la naturaleza, las zonas rurales y la cultura (ecoturismo, rutas tradicionales, deportes individuales, etc.)

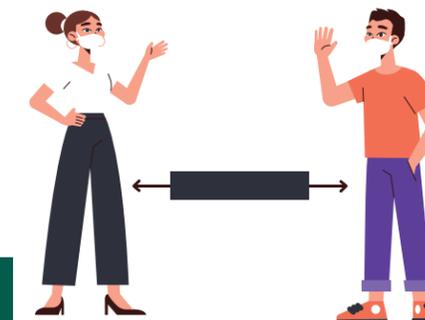


6 Reuniones y eventos

- En creación de eventos digitales ofrecer servicios de valor añadido para después del evento (preparación de informes o actividades de formación)

7 Lugares de interés turístico y parques temáticos

- Proteger a los empleados con varios enfoques, incluidas barreras, cubiertas protectoras y distanciamiento



8 Planeación y gestión de destinos

- Apoyar a las empresas en la implementación de los nuevos protocolos y en la formación de su personal al respecto (financiación y formación)
- Promover nuevos productos y experiencias dirigidos a viajeros individuales o grupos reducidos

El turismo

en el suelo rural de la Ciudad de México

Retos y oportunidades ante la crisis



Ante el desplome del sector turístico, en el contexto de la pandemia asociada al virus SARS-COV-2 (Covid-19), numerosas voces han proclamado la reactivación de las actividades de ocio y recreación, a partir del turismo de proximidad en las periferias rurales. Dicha postura encierra una fuerte ambivalencia que se debate entre la necesidad de reactivar las economías locales y el riesgo de contribuir a la dispersión del virus en contextos de marginación y pobreza. El suelo rural de la Ciudad de México es un importante escenario de ocio turístico vinculado a prácticas recreativas de proximidad, por lo que el objetivo de este artículo es presentar un panorama del turismo rural en la ciudad, en el contexto de la crisis sanitaria, con la intención de delinear algunos escenarios futuros de la actividad de cara al bienestar económico, social y ambiental de las comunidades.

Por Humberto Thomé Ortiz

El suelo rural de la Ciudad de México como recurso turístico

La Ciudad de México es la quinta metrópolis más grande del mundo (Organización de las Naciones Unidas, 2018) cuya población supera los veinte millones de habitantes. Sin embargo, más de la mitad de su territorio es rural, con una extensión de 87 310.78 hectáreas que dan sustento a unas 700 000 personas vinculadas con el campo. En este contexto, la definición de su suelo rural es una tarea compleja debido al abigarramiento entre los ámbitos rural y urbano. Sin embargo, es posible identificar que los factores naturales, culturales, políticos, económicos y sociales son fundamentales para la diferenciación entre ambos escenarios.

Pueden mencionarse tres aspectos para entender la ruralidad de la capital de México. El primero es la persistencia de suelos agrícolas, el segundo es la presencia de pueblos originarios y el tercero son los espacios naturales destinados a la conservación.

El debate sobre la ruralidad en la Ciudad de México nos lleva a pensar en los importantes servicios ambientales (de regulación, aprovisionamiento y culturales), que ésta aporta a la zona metropolitana más dinámica de Latinoamérica. Además de coadyuvar en la recarga de acuíferos, la fijación de gases efecto invernadero, el resguardo de biodiversidad, la retención de suelo y la provisión de alimentos, **el campo provee importantes espacios de esparcimiento para la sociedad.**

Lo anterior, ocurre en el contexto de la globalización en el que las actividades rurales son reestructuradas mediante una lógica complementaria entre la producción primaria, la agroindustria rural y los servicios que, en conjunto, responden a la crisis que aqueja al campo mexicano desde hace varias décadas.

El turismo rural en la Ciudad de México es posible gracias a la existencia de un conjunto de atributos (naturales y culturales) que componen su capital rural, que frente a la homogeneidad de los estilos de vida urbanos representa una opción diferenciada para el disfrute del tiempo libre.

Turismo y espacio rural en la Ciudad de México: una aproximación

La visión institucional sobre el turismo rural en la Ciudad de México ha seguido dos premisas fundamentales: ser una propuesta alternativa y enfocarse en el valor patrimonial de los recursos rurales. Para ello, en los últimos años, se han concentrado en acciones como inversión, fomento, capacitación y diseño para el desarrollo del turismo en este contexto.

Durante la administración anterior, fue acertada la visión de encomendar el turismo rural a la entonces Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades (Sederec), hoy Secretaría de Pueblos y Barrios Originarios y Comunidades Indígenas Residentes. Su enfoque de “rutas turísticas” responde a los objetivos particulares del Programa de Turismo Alternativo y Patrimonial 2018 y a la realidad que enfrentaban sus comunidades rurales en ese momento. **En el actual Programa de Gobierno 2019-2024, el turismo rural aparece como una acción orientada a atender segmentos clave de la actividad turística en la Ciudad de México, entre otros, el turismo de naturaleza.**

Por ello, espacios en Milpa Alta, Ajusco-Tlalpan, Magdalena Conteras y Xochimilco han sido enfocados como territorios rurales con posibilidades de desarrollar actividades recreativas como parte de los servicios culturales que estos entornos prestan a la sociedad (Thomé-Ortiz, 2014). Sin embargo, **para que el aprovechamiento turístico de los recursos endógenos sea una alternativa de empleo, es fundamental la cuidadosa articulación del capital rural como base de la inserción turística del territorio (Ver cuadro 1).**



Trajineras estacionadas en los canales del Lago Xochimilco

Foto de Raliberos112

Capital rural y turismo en la Ciudad de México

Cuadro 1

Capital	Variables	Aspectos clave
Natural	Biodiversidad Relaciones ecológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Especies de interés • Orografía • Hidrografía
Cultural	Saber-Hacer Historias Lenguas	<ul style="list-style-type: none"> • Saberes agrícolas • Saberes artesanales • Lengua • Cosmovisión
Físico	Infraestructura (Zimmer y Grassmann, 1996)	<ul style="list-style-type: none"> • Equipamiento • Transportes • Servicios • Alojamiento • Restauración
Social	Organización (Garrod et al., 2006)	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura organizacional • Acciones colectivas • Redes
Humano	Formación y turismo (Thomé-Ortiz, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad y capacidades para el servicio • Conocimientos específicos del área
Financiero	Recursos (Bennett et al., 2012)	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos propios • Apoyos gubernamentales
Político	Políticas públicas (Bennett et al., 2012)	<ul style="list-style-type: none"> • Programas • Marcos regulatorios

Fuente: Elaboración propia con base en Zimmer y Grassmann, 1996; Garrod et al., 2006; Thomé-Ortiz, 2016; Bennett et al., 2012.

De acuerdo con lo anterior, es fundamental que el turismo se conciba desde una perspectiva sistémica, donde elementos humanos y no humanos, entran en acción y se articulan en forma de trama para posibilitar diferentes mundos turísticos, como una alternativa productiva para los espacios rurales de la ciudad.

El desarrollo del turismo rural en la ciudad puede presentar resultados ambivalentes, por una parte, generar beneficios económicos derivados de la actividad turística; mientras que, en otro sentido, puede congregarse a un conjunto muy heterogéneo de actores, aspecto que produce una distribución desigual de los beneficios, en favor de los actores mejor posicionados del territorio.

Desde esta perspectiva, **además de evaluar los impactos económicos del turismo, se considera fundamental el análisis de otro tipo de efectos de carácter socioambiental en los que se cuestionen las asimetrías sociales, las nuevas dinámicas sociales y los efectos sobre la naturaleza a los que el turismo puede dar lugar.**



Cómo adaptar y adoptar al turismo rural en tiempos de crisis

El turismo ha sido uno de los sectores que se han ido recuperando paulatinamente frente a la crisis, desde una lógica de proximidad, en función de la seguridad psicológica que van adquiriendo los turistas, el comportamiento de la crisis económica y una disponibilidad reducida para movilizarse a espacios remotos, asociada con la digitalización del trabajo.

El turismo rural representa una oportunidad para captar algunas de las necesidades de recreación que hoy más que nunca adquieren un valor central en la sociedad, pero ello también pone en juego la seguridad de las comunidades receptoras por lo que el enfoque siempre debe ser de carácter social y en apego a las normativas de las autoridades de salud.

Se trata de modalidades turísticas distintas a las que estábamos acostumbrados mucho más centradas en el consumidor, cuyos productos y servicios se conciben de la mano con los turistas. Ello significa que la construcción de viajes seguros supone la corresponsabilidad entre visitantes y anfitriones, donde las condiciones de prestación de los servicios se desarrollarán en consenso y colaboración permanente entre ambas partes. Los turistas se convertirán en prosumidores (Niezgoda, 2013), tomando un papel más activo en las acciones de movilidad, alimentación y actividades complementarias. Sin embargo, también los anfitriones deberán garantizar un mínimo de condiciones de inocuidad y calidad en los productos y servicios ofrecidos.

Las nuevas relaciones urbano rural, en un marco de higienismo extremo se basarán en la reconstrucción de la confianza social. Sin embargo, es necesario considerar que muchas de estas poblaciones rurales se encuentran alejadas,

con precarias condiciones de conectividad y de servicios, por lo que muchas tareas de cara al mundo post-Covid-19 pueden ser difíciles de alcanzar.

La inminente digitalización de la vida generada por la crisis nos hace pensar en la gran cantidad de posibilidades que existen alrededor de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Sin embargo, para el caso del turismo rural el mundo virtual se ha limitado a aspectos de *marketing* y comercialización (Kavoura y Bitsani, 2013), desaprovechando, con ello, las posibles vinculaciones entre los diversos bienes producidos en el contexto de la pluriactividad rural, que podrían acercarse a los hogares de los turistas confinados.

Piénsese en el papel fundamental que en hoy día juega la alimentación de calidad para los consumidores que no tienen condiciones de acercarse a los espacios físicos de comercialización, la oportunidad de distribuir productos agroalimentarios y/o artesanales, cuando los mercados convencionales están paralizados. Para estos nuevos acercamientos, **las narrativas construidas al servicio del turismo, las historias detrás de los productos y las plataformas con las que se comercializaban alojamiento y actividades complementarias, pueden representar un importante punto de partida para conectar la pluriactividad rural con la gran diversidad de necesidades existentes en el mercado.**

Es factible que en un lapso de 12 meses pueda iniciarse una recuperación sostenida del ocio recreativo a nivel local y de las proximidades, por lo que estos momentos de recogimiento son el escenario ideal para reflexionar y adaptarse a las transformaciones de fondo que requiere la actividad

turística. En primer lugar, desde la propia concepción del tiempo libre y, en segundo término, a partir de las innovaciones que deben generarse ante esta “nueva normalidad”, caracterizada por la incertidumbre y el miedo (Thomé-Ortiz, 2020). El turismo rural en la Ciudad de México debería plantear que esta actividad sea un ingreso económico adicional, concebido desde las lógicas de la multifuncionalidad y la complementariedad entre los activos del territorio. De tal manera que permita delinear territorios resilientes, que establezcan diversas conexiones entre el mundo rural y el mundo urbano, para el estímulo del intercambio económico y cultural.

Los espacios de turismo rural de la ciudad no contaban con estrategias ni protocolos para enfrentar estas eventualidades y tampoco han sabido adaptar sus actividades para establecer nuevas conexiones con los turistas que ahora podrían ser consumidores de otros productos y servicios o, simplemente, colaboradores solidarios para poder sobrevivir en estos tiempos difíciles. La actual crisis nos ha obligado a retraernos hacia la esfera local, siendo las preocupaciones sanitarias potentes catalizadores hacia la hiperlocalización del consumo de bienes y servicios. Por ello, **una posible respuesta ante los futuros escenarios del turismo sería su localización como forma de generar situaciones de mayor control en el transporte, el alojamiento y el consumo alimentario, siendo un aspecto clave el distanciamiento de toda forma de masificación.**

En lo inmediato, la disrupción con la que los prestadores de servicios turísticos rurales deben lidiar, indica la necesidad de pensar en todas las opciones de supervivencia contenidas en el territorio, empezando por el autoconsumo, pasando por el comercio de proximidad, hasta las nuevas formas de conectarse con mercados más dinámicos. Ello implica un gran esfuerzo para adaptarse rápidamente y con ello lograr una

transición económica, tecnológica y social. Es importante construir una imagen territorial del suelo rural de la ciudad, donde se destaque la importancia del campo hacia la sociedad urbana y la apelación a la solidaridad como valor clave.

En el mediano plazo aún existe una gran incertidumbre sobre la reactivación de las actividades económicas como el turismo. Pudiéndose pronosticar la existencia de un periodo largo de desaceleración de este sector, en el que **se deben invertir esfuerzos para desarrollar protocolos de seguridad y procesos de capacitación, así como la planificación para el regreso a “una nueva normalidad turística”.** Ciertamente, debe verse más allá de una serie de prescripciones globales, sino a partir de una construcción participativa, donde sean tomadas en cuenta todas las preocupaciones, puntos de vista e iniciativas de los actores locales involucrados. En este periodo será de vital importancia desarrollar actividades alternativas, que llegarán para quedarse en una lógica de multifuncionalidad del territorio y pluriactividad de los actores sociales. De particular relevancia será retomar la producción de alimentos, las actividades relacionadas con la protección de los recursos naturales y la salvaguarda del patrimonio cultural, todos ellos factores decisivos en la calidad de vida futura de la sociedad en su conjunto.

En el largo plazo, el turismo rural deberá redefinir sus estrategias, orientándose a las necesidades específicas de una sociedad en franca evolución. Ello implica el desarrollo de acciones y planes desde una perspectiva flexible y disruptiva, que se ajuste a las diversas posibilidades y escenarios de un futuro incierto. **La cooperación, en todas sus formas, será un aspecto fundamental en la redefinición de las nuevas relaciones urbano rural, que además de fortalecer los vínculos interpersonales y espaciales, deberá buscar nuevas oportunidades en todas las plataformas digitales y de comunicación disponibles.**

Algunas líneas de acción desde una perspectiva crítica

Las acciones tendientes a la reactivación del turismo rural deberán estar a la altura de la complejidad de la crisis que enfrentamos. El primer paso por desarrollar es la conformación de grupos inter, multi y transdisciplinarios para la definición de los objetivos y las estrategias de reactivación. A ello debe sumarse la visión de las comunidades rurales, del sector privado y de las entidades gubernamentales. No se puede improvisar ni basarse en ideas particulares, se debe actuar en conjunto y con una planeación escrupulosa.

El turismo rural, requiere pensar en la reactivación territorial (Méndez, 2013) como objetivo central, donde se busque la recuperación de la capacidad de agencia desde una perspectiva multifuncional, que permita desarrollar resiliencia territorial y la capacidad de sobreponerse a esta y futuras crisis. De tal manera que el turismo rural sólo se conciba como una actividad complementaria, priorizando las funciones de aprovisionamiento y regulación que históricamente ha jugado el suelo rural en la seguridad y calidad de vida de los habitantes de la Ciudad de México. Lo prioritario deberá ser la conservación ambiental y la seguridad alimentaria.

En estos momentos, ninguna respuesta efectiva provenirá de la actividad turística, para ello es necesario analizar los bienes de capital rural (*Countryside Agency*, 2003), que se explicaron anteriormente. Con especial énfasis en el papel de las instancias gubernamentales, académicas y de la sociedad civil que participan en el turismo rural, para ayudar a pensar en la redinamización territorial en tiempos de crisis.

¿Qué programas, políticas públicas, proyectos de investigación y acciones solidarias podemos emprender para redinamizar el suelo rural de la ciudad? El turismo rural no es una solución absoluta para aliviar los problemas económicos del campo. Pese a la posibilidad del aumento en la demanda que habrá sobre los destinos rurales, se debe considerar que las condiciones sanitarias no serán estables en un periodo indefinido y que los modos de vida de las comunidades rurales no deben perderse bajo ninguna suerte de monocultivo turístico (Thomé-Ortiz, 2008). Por ello, **cuando las condiciones lo permitan, el turismo debe incorporarse al entramado de actividades productivas del territorio, de manera progresiva y escalonada, a través de las redes de colaboración y confianza.** Los grupos burbuja, como los núcleos familiares o grupos de confianza en los que se tenga cierta certeza, sobre su estado de salud, son las unidades de acción sobre las que podría empezar a operar el turismo rural.

El Estado debe adquirir el papel de impulsor de estrategias de desarrollo territorial mediante la dotación de recursos materiales y humanos a las comunidades. No se plantea la inversión en desarrollo de infraestructuras turísticas, ni de nuevos destinos, sino en procesos de diversificación económica, capacitación y desarrollo de capital social. Es fundamental impulsar a las empresas turísticas locales y preservar el máximo número de empleos.

La reactivación de los territorios turísticos rurales depende de la capacidad de negociación y consenso entre los acto-

res involucrados. Para ello se requiere desarrollar una actitud cooperativa y de reciprocidad, lo que se traduce en que el proceso de reactivación se guiará por principios éticos y civilizatorios, a partir de los cuales estamos intentando reconstruirnos y reinventarnos después de la crisis.

La reactivación turística rural, no se reduce a la apertura de los emprendimientos, sino que supone la oportunidad de **crear un nuevo modelo de turismo rural para la Ciudad de México, de tipo resiliente, fundado en las dimensiones económica, social y ambiental de la sustentabilidad, que sea inclusivo y tenga capacidad de respuesta frente a nuevos sucesos críticos, desde una perspectiva múltiple y compleja** (Chater, 2020). Sin embargo, se debe advertir sobre el riesgo de volver a los viejos patrones una vez que esto quede atrás o que algunos actores hegemónicos del sector coopten o imiten las experiencias genuinas de turismo rural para su beneficio particular. Es necesario contar con herramientas para evaluar el retorno de las actividades turísticas.

Es fundamental también concebir una nueva perspectiva del suelo rural como espacio múltiple y complejo, que acoge infinitas posibilidades de crear y recrear la vida. Para eso es necesario renegociar las relaciones existentes entre los mundos urbano y rural, que se habían impuesto bajo los imperativos del mercado. Es primordial eliminar el intermediarismo que existe entre el campo y la ciudad. Lo cual, no debe reducirse a la actividad turística sino a todas las formas de intercambio existentes.

El turismo rural, además de una actividad económica complementaria, debería servir como plataforma de intercambio rural-urbano, es decir como un espacio socialmente construido para la salud, el bienestar y el desarrollo integral de las sociedades contemporáneas. Sin embargo, la construcción de tales espacios es una asignatura pendiente en muchos escenarios latinoamericanos, lo que implica la acción colectiva y consciente de productores y consumidores; de turistas y anfitriones.

Es necesario el desarrollo de plataformas de economía social, a partir de las cuales se gesten el cambio necesario, lo que significa que solo a partir del desarrollo de la conciencia social, será posible instaurar nuevas formas de consumo y nuevas propuestas turísticas. El rechazo a la masificación, al que ha dado lugar la pandemia del Covid-19 será una oportunidad para volver a conectar con la proximidad, generando nuevas oportunidades para los productores en pequeña escala.

El confinamiento ha permitido la reconexión con las proximidades cotidianas, al mismo tiempo que la condición crítica de los menos favorecidos ha sido un llamado a la solidaridad. Por lo que **el turismo rural no debería de ser otra forma de comoditizar la naturaleza y la cultura, sino una oportunidad de reconexión y encuentro con la otredad. La experiencia de la ruralidad como modo de vida y visión del mundo puede aportar claves para enfrentar esta pro-**

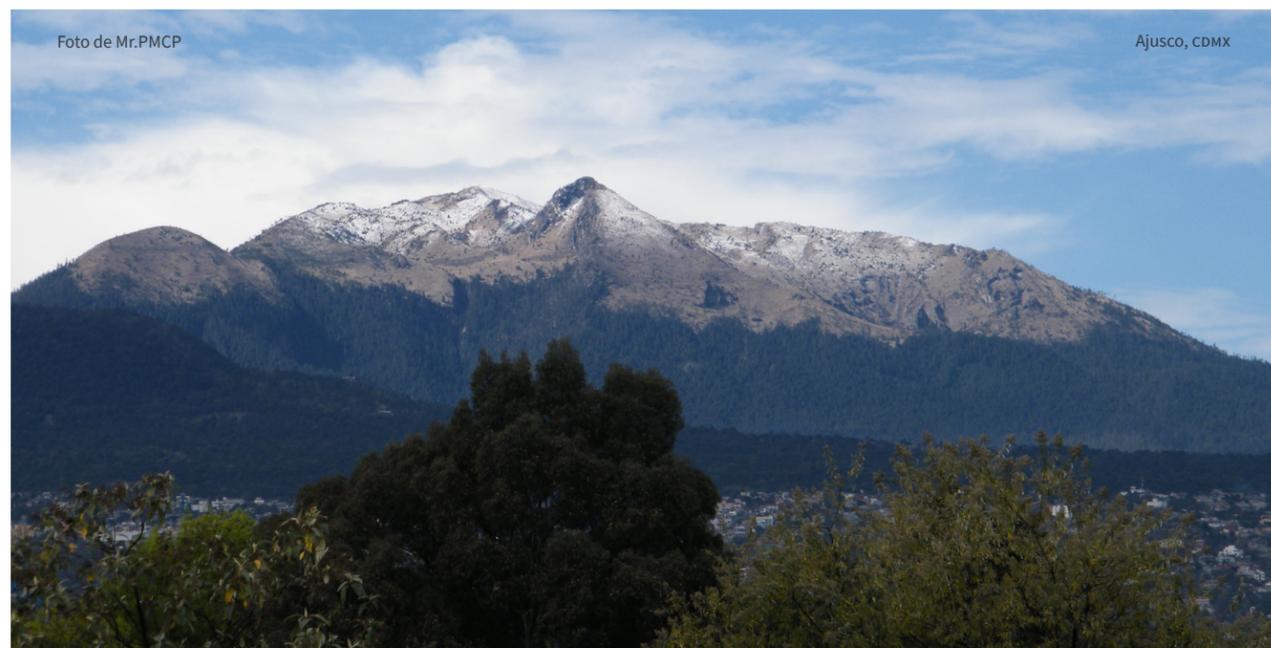


Foto de Mr.PMCP

Ajusco, CDMX

funda crisis civilizatoria.

Sin duda, el turismo rural será una alternativa frente al turismo convencional, cuyo planteamiento turístico puede ser más consciente y generar menores impactos negativos. **El suelo rural de la Ciudad de México tiene la capacidad para satisfacer estas necesidades de ocio recreativo, que para muchos sectores de la sociedad contemporánea han adquirido el estatus de un derecho fundamental. Sin embargo, es necesario identificar los riesgos y oportunidades que estas posibles articulaciones representan. Ante el animado optimismo respecto a que el turismo rural será un sector en franco crecimiento, deberíamos replantearnos si el espacio rural necesita, está listo y desea ser parte de esta reactivación.**



Foto de Feria de Productores

Venta de elotes en trajineras, Xochimilco, CDMX

Conclusiones

Como resultado de diversas reflexiones sobre el turismo en el espacio rural de la Ciudad de México se presentan algunas consideraciones que pretenden servir de referencia a los diferentes actores involucrados en la actividad, abriendo con ello un espacio para el debate en distintos niveles.

Más allá de los discursos del desarrollo, es importante **recuperar una perspectiva de democratización social del turismo rural, cuyo fundamento sea el ejercicio de un tiempo libre de calidad y un conjunto de principios éticos que orienten la convivencia con la naturaleza y la cultura, ambos aspectos basados en un precepto de ciudadanía.**

El punto de partida es **visibilizar el carácter predador que el turismo puede ejercer sobre los recursos naturales y culturales del suelo rural, así como evitar toda forma de privatización de los recursos rurales de la ciudad que, históricamente, se han conformado como bienes públicos para todos los ciudadanos.** El turismo en el espacio rural de la ciudad debe responder a proyectos de base cooperativa y comunitaria. Lo

que además de estimular las formas locales de organización, garantiza que los recursos de los programas de desarrollo lleguen a sus verdaderos destinatarios: las comunidades.

Sin soslayar la función económica del turismo rural es importante pensar la actividad como un elemento de disfrute social no monetario. Esto significa que **la política de turismo rural de la ciudad tiene la tarea de promover el bienestar social a través del acercamiento entre los ciudadanos y el campo. Lo anterior, se asocia con el derecho al disfrute de la naturaleza, la cultura y el tiempo libre de calidad.** Dichos aspectos, son cada vez más escasos en las sociedades homogéneas de consumo.

El turismo en el espacio rural de la Ciudad de México debe ser un componente de la visión integral sobre la gestión del suelo rural, con carácter incluyente, sustentable y democrático, que en el contexto de la actual crisis permita redefinir las coordenadas del tiempo libre y las relaciones entre el campo y la ciudad.

REFERENCIAS:

- Bennett, N., Lemelin, R., Koster, R. & Budke, I. (2012) *A capital, assets framework for appraising and building capacity for tourism development in aboriginal protected area gateway communities*. *Tourism Management*, 33(4), 752-766.
- Chater, N. (2020) *Facing up to the uncertainties of COVID-19*. *Nat Hum Behav*, 4, 439, DOI: 10.1038/s41562-020-0865-2
- Countryside Agency (2003) *Rural economies: stepping stones to healthier futures*. Cheltenham: Countryside Agency.
- Garrod, B., Wornell, R. & Youell R. (2006) *Re-conceptualising rural resources as countryside capital: The case of rural tourism*. *Journal of Rural Studies*, 22(1), 117-128.
- Kaboura, A., y Bitsani, E. (2013) *E-branding of rural tourism in Carinthia, Austria*. *Tourism*, 61 (3), 289-312.
- Méndez, R. (2013) *Estrategias de desarrollo territorial para tiempos de crisis. Una interpretación desde la periferia europea*. *Desenvolvimento Regional em debate*, 3 (2), 4-26.
- Niezgoda, A. (2013) *Prosumers in the tourism market: the characteristics and determinants of their behavior*. *Poznań University of Economics Review*, 13 (4), 130-141.
- Thomé-Ortiz, H. (2020) *O coronavírus reescreverá o turismo rural? Reinvenção, adaptação e ação no contexto latino-americano*. *Cenário: Revista Interdisciplinar Em Turismo E Território*, 8(14), 55 - 72.
- Thomé-Ortiz, H. (2016) *Turismo Rural y Sustentabilidad: El caso del turismo micológico en el estado de México*. En F. Carreño & A. Vázquez (Eds.). *Ambiente y Patrimonio Cultural* (pp. 43-69). México: CEDES, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Thomé-Ortiz, H. (2014) *La Ruta del Nopal. Turismo y Reestructuración Productiva en el Suelo Rural de la Ciudad de México*. *Rosa dos Ventos*. 6 (3): 390-408.
- Thomé-Ortiz, H. (2008) *Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía*. *Convergencia*, 15 (47), 237-261.
- United Nations (2018) *The World's Cities in 2018. Data Booklet*. *UN New York Department of Economic and Social Affairs, Population Division*.
- Zimmer, P. & Grassmann, S. (1996) *Evaluar el potencial turístico de un territorio*. España, Observatorio Europeo LEADER. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2017/01/267-evaluar-el-potencial-turistico-de-un-territorio.pdf>

Turismo, desarrollo social, empleo



Este texto es un acercamiento informativo y general sobre turismo, desarrollo social y empleo. Si bien las circunstancias sanitarias no han sido proclives al desenvolvimiento de la industria turística y el aumento de puestos de trabajo en su seno, se trata de un sector importante para la creación de empleo y desarrollo social humano y sostenible que intentará salir adelante en la era post Covid-19.

Por Anna María Fernández Poncela

El turismo y el desarrollo

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico” (UNWTO¹, 2020a). El turismo es una industria, actividad, fenómeno, o como se desee denominar, que como muchas otras posee sus claroscuros, sin embargo, crea empleo y une culturas, produce puestos de trabajo e ingresos y fomenta el conocer e intercambiar, lo que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) ha dado en llamar el diálogo de culturas (2019).

En torno al turismo, hay factores de empuje y factores de recepción. La comunidad receptora, ofrece un espacio y sus características a través de sus residentes locales, para quienes es fuente de sustento, e incluso de negocio, en ocasiones. La clave para no desbordar la capacidad de carga del lugar y lograr el disfrute de los visitantes, y la conservación para los locales, está en la planificación correcta y la gestión satisfactoria por parte de empresarios, ciudadanía y, por supuesto, de las autoridades competentes en la materia. Por cierto, algunos de los factores de atracción son los mismos anfitriones, la gente, como el caso de la Ciudad de México y particularmente para el turismo extranjero (Fernández, 2019). Otro de los factores que agrada al viajero en esta ciudad es su fascinante patrimonio histórico y cultural, tangible e intangible. Como señala Prats (2003) en un texto hoy ya tradicional: el patrimonio, el turismo y el desarrollo están llamados a entenderse.

Si bien durante un tiempo el crecimiento económico era el fin del desarrollo, hoy se entiende de una manera más amplia, sin por ello desconocer la importancia de la economía real y el crecimiento para la creación de empleo. Una definición clásica de “desarrollo social” es la de Midgley (1995) y se refiere a un **proceso de cambio planificado y diseñado para promover el bienestar de la población en su conjunto, en concreto en las áreas de nutrición, educación, salud, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social y empleo; e implica una reducción de la desigualdad del ingreso y desaparición de la pobreza.**



Venta de ponche, CDMX

¹ Se refiere a World Tourism Organization por sus siglas en inglés.

El desarrollo humano, según la Organización de las Naciones Unidas, tampoco se equipara con una única perspectiva orientada al crecimiento económico; “el propósito final del desarrollo se encuentra en cada uno de sus habitantes y en las posibilidades que ellos tienen para elegir una vida en la que puedan realizar a plenitud su potencial como seres humanos” (UNDP², 2020). Todo ello inspirado por Sen (2000) que implica expandir libertades en el sentido de crear entornos para la productividad y creatividad según necesidades e intereses de la persona. Es más, hoy se insiste en el “desarrollo sostenible”, que aúna el desarrollo humano a la sostenibilidad de los ecosistemas del planeta. Y **para toda definición de desarrollo, el empleo parece ser un punto importante, con objeto de cubrir necesidades y ampliar libertades y vivir una buena vida.**

En el caso de la relación del turismo con el desarrollo, muchas veces entra en juego el patrimonio, como se dijo para el caso de la Ciudad de México, que no puede olvidar su amplio y majestuoso patrimonio como fuente de atractivo para el viajero y orgullo identitario para el local. No obstante, “La cuestión (patrimonio + turismo = ¿desarrollo?) expresa obviamente una ecuación donde el desarrollo es la incógnita a despejar” (Prats, 2003: 135). Esta duda, y la larga y no siempre fructífera reflexión sobre los impactos negativos del turismo en el destino -ecológicos y culturales-, así como la explotación del sector trabajador, han sido polémicas añejas y todavía se discuten, pero qué duda cabe que esta industria es una fuente de empleo importante, tan necesaria en nuestros días, como el derecho al descanso y la diversión. **En esta relación están implicados los intereses políticos de la administración pública, los problemas de gestión del patrimonio y su mantenimiento, el mutuo reconocimiento entre sector turístico y ciudadanía residente, y por supuesto, las directrices del gobierno en cada momento, para la regulación laboral, y el entendimiento entre Estado y mercado, el derecho al trabajo y el derecho al ocio.**



Cifras sobre el turismo y el empleo

El Programa Sectorial de Turismo (2020-2024) deriva del Plan Nacional de Desarrollo (2019-2024) del Gobierno de México y pretende fomentar un turismo con un enfoque social, desarrollo equilibrado, diversificación de mercados y turismo sostenible (Secretaría de Turismo, 2020). De hecho, los programas de turismo en la Ciudad de México abarcan el “Turismo de barrio” y “Sonrisas por tu ciudad”, en aras de **descentralizar y propagar el turismo social e inclusivo para los propios habitantes de la urbe.**

Si uno de los componentes del desarrollo social es la creación de empleo, con relación a la misma y sobre datos para México en marzo 2020 -ya que, tras la crisis de la pandemia internacional, obviamente uno de los sectores más castigados es turismo, en el mundo y en el país- se elevaba a casi cuatro y medio millones de empleos directos. Lo cual representa que el trabajo en dicho sector representó 8.9% del empleo nacional (Datatur, 2020).

Para el caso de la Ciudad de México y con cifras del 2018, el ingreso por derrama económica fue importante, y es que esta ciudad es la más visitada del país y la segunda de Latinoamérica, donde llegan más turistas (Sectur, 2017). Tanto sus riquezas y atractivos, como la promoción que se hace de los mismos, funcionan, o al menos, así era hasta principios del 2020, lo cual posibilita imaginar y planear que así será en un futuro próximo.

Se ha subrayado que el turismo en esta ciudad es un turismo cultural básicamente, el cual valora el patrimonio tangible e intangible que es extenso, rico y majestuoso; se reconoce también que es fuente de conocimiento y aprendizaje, que a través de la experiencia satisface ciertas necesidades culturales (UNESCO, 2016; Santana, 1997; Prats, 1997; ATLAS³, 2016) y, por supuesto, también psicológicas (Maslow, 1982; Pearse, 1982). **Esto es, aquello relacionado con lo experiencial y centrado en lo emocional, sin olvidar lo estético y el disfrute** (Pine y Gilmore, 1999; Borda, 2003).

En 2018 la urbe recibió a casi 14 millones de turistas, la mayoría nacionales como acontece en muchos destinos del país. La derrama económica fue de 4 885.6 millones de pesos y la ocupación hotelera por arriba del 70% (ver cuadro 1). Además, de acuerdo con datos de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, en 2019 había más de un millón de empleos en el sector, de los cuales 358 456 eran de carácter directo y casi 900 mil indirectos (ver cuadro 2).

Datos del turismo en la Ciudad de México en 2018

Cuadro 1

13.9 millones de turistas	Foto de Jason
10.8 turistas nacionales	
3.1 turistas internacionales	
4 885.6 millones de pesos en derrama económica	
828.2 dólares de gasto promedio por los turistas internacionales	
209 dólares de gasto promedio por los turistas nacionales	
70.45% de ocupación en hoteles	
630 hoteles en la Ciudad de México	
51 923 cuartos disponibles	

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, 2019.

Empleos en restaurantes y hoteles en los últimos 7 años en la Ciudad de México

Cuadro 2

	Directos	Indirectos	Total
2012	281 360	703 400	984 760
2013	296 253	740 632	1 036 885
2014	310 173	775 432	1 085 605
2015	317 915	794 787	1 112 702
2016	334 693	836 732	1 171 425
2017	348 879	872 197	1 221 076
2018	362 361	905 902	1 268 263
2019	358 456	896 140	1 254 596

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, 2019.

² United Nations Development Programme por sus siglas en inglés.

³Refiere a la Association for Tourism and Leisure Education and Research por sus siglas en inglés.

Imaginando el futuro

“La OMT ha designado el 2019 como el año dedicado a la ‘Educación, las habilidades y el empleo’, destacando el papel del turismo como uno de los motores en la creación de empleo. El turismo es una fuente importante de empleo debido a su naturaleza intensiva en mano de obra y al significativo efecto multiplicador sobre el empleo en sectores relacionados” (UNWTO, 2020:6). Estos eran los planes y llamados internacionales en 2019.

Hace apenas unos pocos años, la problemática del turismo se centraba en su carácter a veces depredador de los destinos y creador de empleos de menor calidad y explotadores de la mano de obra en los destinos de turismo de masas -como en el caso de las playas-. **Ahora se busca la diversificación de destinos y descentralización de lugares como centros históricos, así como alternativas, tipo turismo de interior e incluso en pequeñas localidades. En los últimos tiempos se ha pasado también a la insistencia de formación, capacitación y de fomento para la creación de puestos de trabajo.**

Según datos de la Organización Mundial de Turismo para marzo de 2020, el turismo daba empleo a más de 130 millones de personas alrededor del planeta y se preveía su crecimiento exponencial. Sin embargo, ante la crisis sanitaria se estima una pérdida de puestos de trabajo de entre 50 y 75 millones en esta industria (UNWTO, 2020b). **Esto genera también una oportunidad. En medio de la pandemia hay tiempo de formarse y capacitarse, adquirir conocimientos y habilidades para la obtención de empleo y el desarrollo personal.** Se insiste en la necesidad de la educación en competencias digitales, atención al cliente, innovación, creatividad, gestión de operaciones, análisis de datos, liderazgo y *management*. Frente a la crisis sanitaria y los problemas económicos es hora de invertir en el futuro mediante la formación en este sector, por los cambios que se avecinan o se están dando en el mismo,

y para un mayor nivel de formación y capacitación en sus trabajadores.

Recientemente, el Secretario General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), António Guterres, presentó un documento sobre la transformación del turismo en el que hace un llamado a que se reconstruya el sector turístico de manera segura, equitativa y respetuosa con el clima y se asegure de que el turismo recupere su posición como proveedor de empleos decentes, ingresos estables y la protección de nuestro patrimonio cultural y natural. El Secretario General de la ONU recalcó además que el turismo es uno de los sectores económicos más importantes del mundo, ya que proporciona "medios de vida a cientos de millones de personas, al tiempo que impulsa las economías y permite que los países prosperen, y permite que las personas experimenten algunas de las riquezas culturales y naturales del mundo y acerca a los pueblos entre sí, poniendo de relieve nuestra humanidad común" (UNWTO, 2020c:1). Además de lo anterior, destaca la oportunidad de repensar el turismo y proponer prioridades, para esta actividad que al parecer va a pasar por hondas transformaciones:

1. **Mitigar** los efectos socioeconómicos en los medios de vida, en particular el empleo y la seguridad económica de las mujeres
2. **Impulsar** la competitividad y crear capacidad de recuperación, entre otros, mediante la diversificación económica y el fomento de las Pymes
3. **Avanzar** en la innovación y la transformación digital del turismo
4. **Fomentar** la sostenibilidad y el crecimiento verde
5. **Dedicar** mayor atención a la coordinación y al liderazgo responsable

Conclusiones

En sintonía con las tendencias mundiales, la Ciudad de México se prepara para la reactivación económica tras el paso de la pandemia. Entre sus planes se encuentra la reactivación del turismo y la creación de empleos dentro de esta industria que había sido pujante en las últimas décadas (Ordaz, 2020), aunque con sus atonías puntuales, como aconteció en 2009 con la alarma sanitaria por la influenza AH1N1, de la cual, poco a poco, se recuperó. Recientemente, en el marco del Día Mundial del Turismo, el Gobierno de la Ciudad de México, a través de la Secretaría de Turismo y el Fondo Mixto de Promoción Turística capitalinos, presentó el Programa Turismo Seguro, que busca reactivar la industria turística de la metrópoli mediante una reapertura responsable y con protocolos sanitarios avalados por el “Timbre de Seguridad Turística Ciudad de México 2020” y el Sello “Safe Travels” del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (Gobierno CDMX, 2020).

Al inicio de este artículo se planteó el dilema del desarrollo en una ecuación donde el turismo y el patrimonio convergen. La respuesta debería ser afirmativa,

“turismo y patrimonio se necesitan, pues, mutuamente para cualquier tipo de cosa que pueda ubicarse en esa nebulosa conceptual que denominamos desarrollo sostenible” (Prats, 2003:135). Es preciso añadir que visitantes y residentes conviven en dicho contexto patrimonial y, por lo tanto, al ser fuente de ocio para unos e ingreso para otros, se genera disfrute de alguna manera para todos. La Ciudad de México, como se ha mencionado también, es rica en patrimonio como atractivo turístico, de ahí que tendría que ser rica y justa en la creación de empleos en este sector, que en su tiempo fue llamado la industria sin chimeneas y hoy se oferta para cumplir ese anhelo.

Dicen que las crisis representan riesgos y retos que se convierten en oportunidades individuales y colectivas, esperemos que esta también tenga oportunidades para el futuro de la ciudad, el país y el mundo y que con los cambios que parecen dibujarse en el horizonte, las personas y sociedades puedan adaptarse y seguir adelante con sus vidas, cubriendo necesidades y colmando deseos.

REFERENCIAS:

- ATLAS (2016) *Turismo cultural*. Obtenido de <http://www.atlas-euro.org/>
- Borda, Eugeni (2003) *Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado*, Conferencia, pp. 1-15.
- CDMX (2019) *Ciudad de México*. Obtenido de <http://cdmxtravel.com/es/>
- Datatur (2020) *Empleo turístico*. Recuperado de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ResultadosITET.aspx>
- Fernández, Anna María (2019) *Quiénes son, qué opinan y qué valoran: turismo en la CDMX*. Kalpana, 17, pp. 61-82.
- Gobierno CDMX (2020) *Presenta gobierno capitalino programa seguro para la reactivación del sector*. Obtenido de <https://www.turismo.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/presenta-gobierno-capitalino-programa-turismo-seguro-para-la-reactivacion-del-sector>
- Maslow, Abraham (1982) *La amplitud potencial de la naturaleza humana*. México: Trillas.
- Midgley, James (1995) *Social Development: The Developmental Perspective in Social Welfare*. Londres: Sage.
- Ordaz, Arturo (2020) *El nuevo plan económico de la CDMX: más créditos, turismo seguro y empleo temporal*. *Forbes México*, 2 septiembre. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/noticias-plan-economico-cdmx-creditos-turismo-seguro-empleo-temporal/>
- UNESCO (2019) *Diálogo intercultural*. Obtenido de <https://es.unesco.org/themes/dialogo-intercultural>
- Pearce, Philip L. (1982) *Perceived changes in holiday destinations*, *Annals of Tourism Research*, 9, pp. 145-164.
- Pine, B. Joseph & Gilmore, James H. (1999) *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Prats, Llorenç (2003) *Patrimonio+turismo=¿desarrollo?* *Pasos*. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 1 (2), 127-136.
- Prats, Llorenç (1997) *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel.
- Santana, Agustín (1997) *Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel.
- Sectur (2020) *Programa Sectorial de Turismo*. Obtenido de http://sistemas.sectur.gob.mx/SECTUR/PROSECTUR_2020-2024.pdf
- Sectur (2019) *Anuario estadístico*. Obtenido de <https://www.turismo.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Docs/Anuario%20estadistico%20Turismo%202018.pdf>
- Sectur (2017) *Indicadores del turismo enero-diciembre 2007-2017*. Obtenido de https://turismo.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Estadisticas/Estadisticas%202017/Indicadores_ENE_DIC_2007-2017.pdf
- Sen, Amartya (2000) *Desarrollo y Libertad*. Barcelona: Planeta.
- UNDP (2020) *Desarrollo humano*. Obtenido de https://www.mx.undp.org/content/mexico/es/home/ourwork/povertyreduction/in_depth/desarrollo-humano.html
- UNWTO (2020a) *Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- UNWTO (2020b) *El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421404>
- UNWTO (2020c) *Es imperativo que reconstruyamos el sector turístico de una manera segura, equitativa y respetuosa con el clima, discurso del Secretario General de la ONU*. Obtenido de <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-08/200825-policy-brief-es.pdf>



Foto de Genaro Servín

Tradición mexicana

Las mujeres que trabajan en el sector turismo de la Ciudad de México

Más que para los hombres, el turismo es un sector fundamental en el empleo de las mujeres. **Ocho de cada cien mujeres que trabajan en la Ciudad de México lo hacen en actividades vinculadas al turismo, especialmente en servicios de preparación de alimentos y bebidas.** Esta relación es de cinco de cada cien para el caso de los hombres



Población ocupada en actividades turísticas por subsector y sexo, tercer trimestre de 2020

Cuadro 1

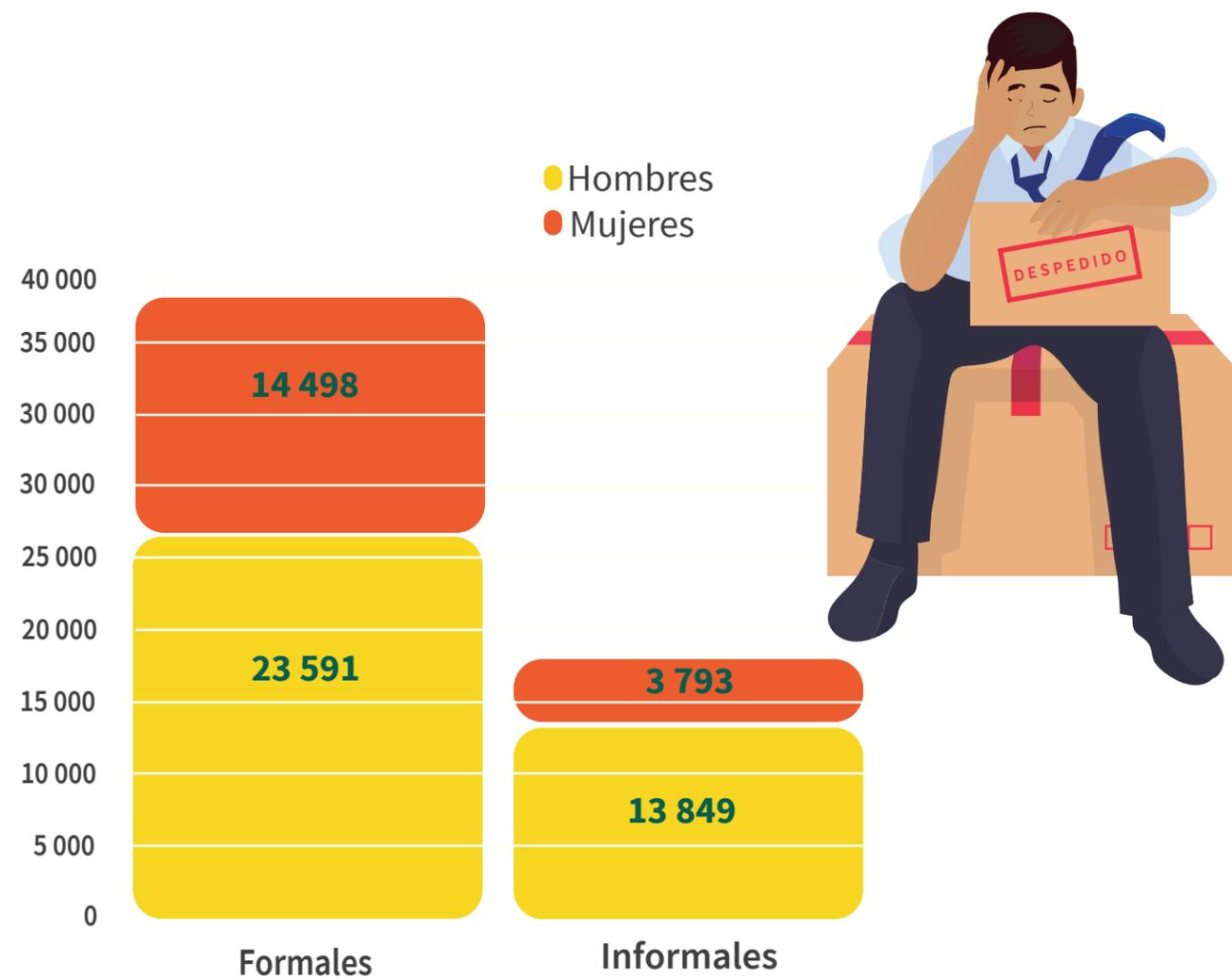
Subsector	Hombres	Mujeres	Total	Participación de las mujeres
Alojamiento temporal	7 947	9 538	17 485	54.5%
Preparación de alimentos y bebidas	89 157	115 754	204 911	56.5%
Total turismo	97 104	125 292	222 396	56.3%
Participación del turismo en la ocupación total	5.1%	8.4%	6.5%	

Nota: El subsector preparación de alimentos y bebidas excluye la preparación de alimentos y bebidas en la vía pública.

Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, Inegi.

Entre el primer y tercer trimestre del año 2020, se han perdido casi 56 mil empleos en las actividades vinculadas al turismo en la Ciudad de México, 68.3% corresponde a ocupaciones formales y una tercera parte del total de empleo perdidos eran ocupaciones desempeñadas por mujeres. Lo que significa que **la pandemia y la reducción de las actividades turísticas han afectado en mayor medida a los hombres que han sido más afectados por despidos como causa de la pandemia y la reducción de las actividades turísticas**

Empleos perdidos entre el primer y tercer trimestre de 2020 en las actividades turísticas de la Ciudad de México por sexo

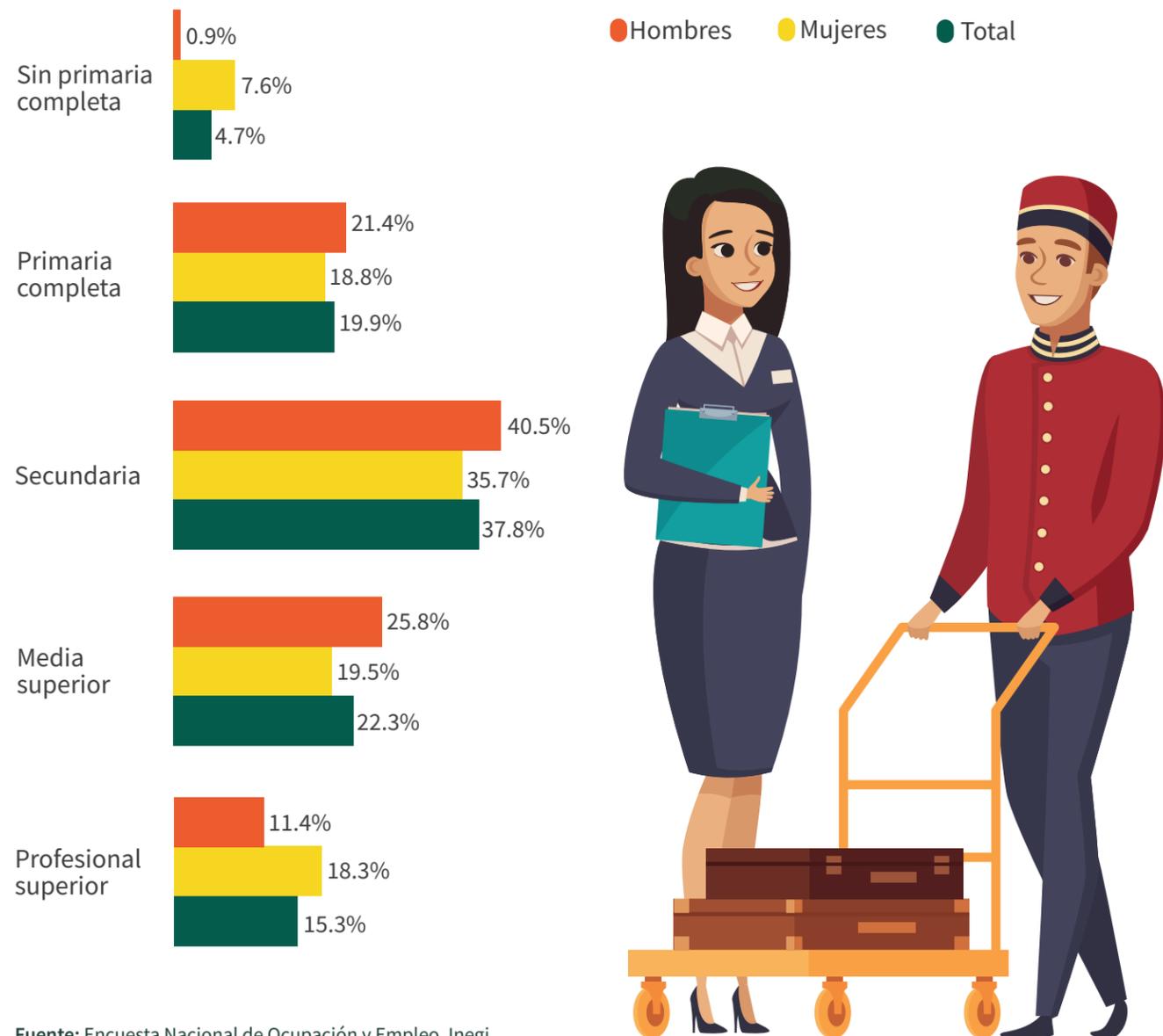


Nota: Refiere a la diferencia entre la población ocupada en los subsectores alojamiento temporal, servicios de preparación de alimentos y bebidas, así como centros nocturnos del tercer trimestre y el primer trimestre de 2020.

Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, Inegi.

La distribución porcentual de la población ocupada por nivel de instrucción y sexo indica que las mujeres tienen una mayor presencia relativa **en los niveles de escolaridad extremos, es decir, en primaria incompleta y profesional superior, donde la participación de las mujeres supera a la de los hombres**

Distribución porcentual de la población ocupada en las actividades turísticas en la Ciudad de México por nivel de escolaridad y sexo, tercer trimestre de 2020



Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, Inegi.

Tasas de informalidad laboral en las actividades turísticas por subsector y sexo, tercer trimestre de 2020

Cuadro 2

	Hombres	Mujeres	Total
Alojamiento temporal	10.9%	0.0%	5.0%
Preparación de alimentos y bebidas	66.1%	71.8%	69.3%
Total turismo	61.1%	66.3%	64.3%
Total Ciudad de México	44.8	43.1%	44.3%

Nota: El subsector preparación de alimentos y bebidas excluye la preparación de alimentos y bebidas en la vía pública.

Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, Inegi.



La tasa de informalidad laboral en el sector turismo supera en veinte puntos porcentuales a la tasa de informalidad del conjunto de los sectores económicos de la Ciudad de México, que es de 64.3% y 44.3%, respectivamente. Este comportamiento se explica básicamente por la elevada informalidad del subsector de preparación de alimentos y bebidas, donde 69.3% de la población ocupada trabaja en condiciones de informalidad. En este mismo subsector son las mujeres más afectadas que los hombres, cuyas tasas de informalidad laboral son 71.8% y 66.1%, en ese mismo orden.

El ingreso mensual promedio de las personas ocupadas en actividades vinculadas al turismo es menor al que se presenta en el conjunto de los sectores económicos de la Ciudad de México, cuando se trabaja formalmente esta diferencia es aproximadamente 50% menor y en la informalidad es 15% menor.

Mientras que los hombres ocupados informalmente en el turismo ganan 1.1% menos que los que trabajan en la formalidad, en las mujeres la sanción por trabajar en la informalidad es recibir un ingreso 30.8% menos que las mujeres que lo hacen formalmente. **En la formalidad la brecha salarial de género favorece a las mujeres, excepto en el subsector de alojamiento temporal donde ellas ganan 4.8% menos que los hombres. En la informalidad, en cambio, son las mujeres las que ganan hasta una quinta parte menos que los ingresos que reciben los hombres.**

Ingreso mensual promedio de las personas ocupadas en las actividades turísticas por subsector y sexo, tercer trimestre de 2020

Cuadro 3

Subsector	Formal			Informal		
	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha
Alojamiento temporal	\$7 131.1	\$6 789.3	-4.8%	\$3 010.0	-	-
Preparación de alimentos y bebidas	\$4 829.9	\$5 842.7	21.0%	\$5 228.4	\$4 103.1	-21.5%
Total turismo	\$5 213.4	\$5 930.1	13.7%	\$5 154.0	\$4 103.1	-20.4%
Total Ciudad de México	\$11 735.4	\$11 843.7	0.9%	\$5 907.0	\$4 745.6	-19.7%



Nota: El subsector preparación de alimentos y bebidas excluye la preparación de alimentos y bebidas en la vía pública

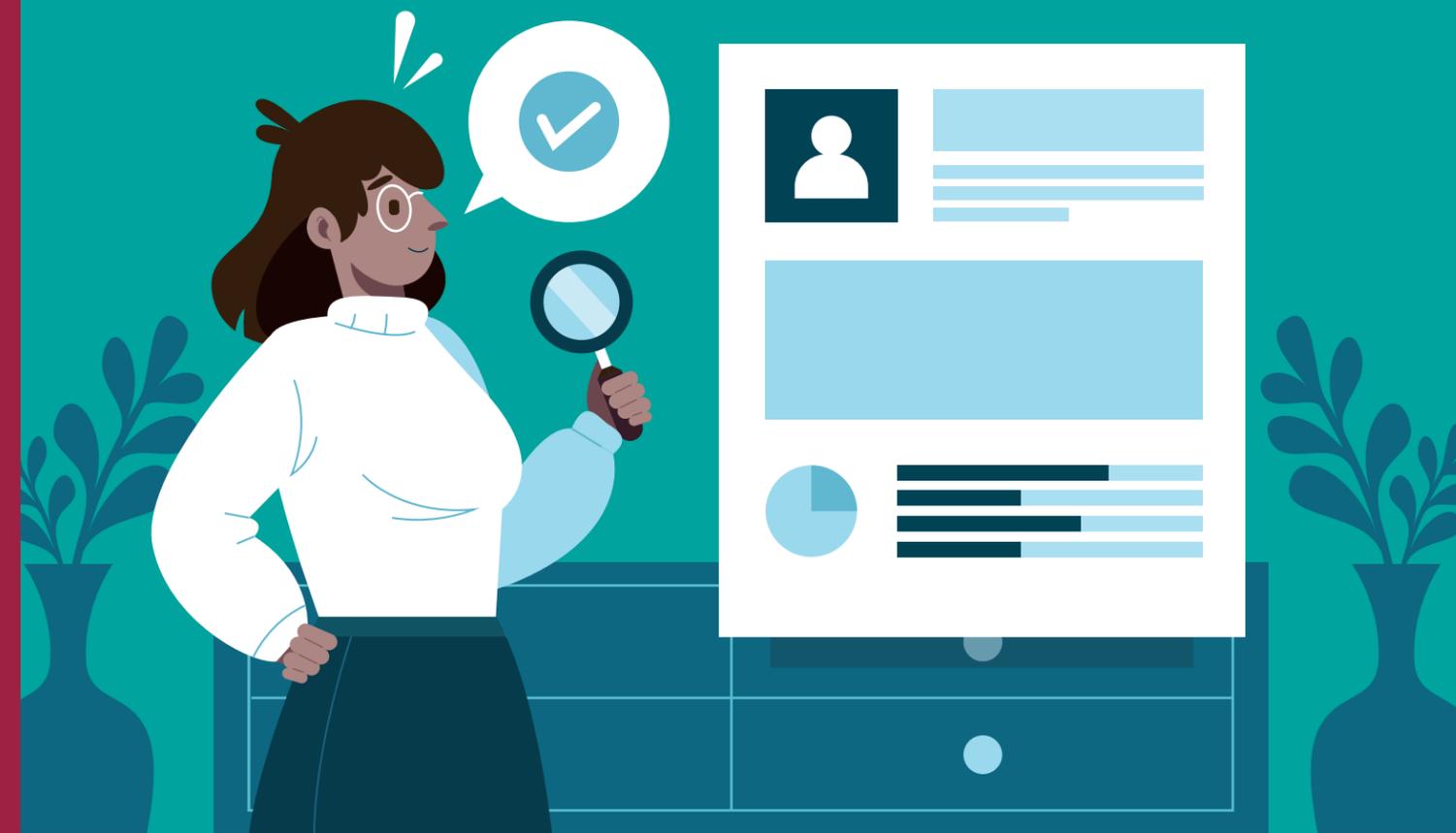
Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, Inegi.

¿Buscas empleo?

Acércate a nuestro servicio de intermediación laboral y recibe orientación ocupacional de acuerdo a tu perfil o experiencia profesional

El personal de consejería laboral te apoya en la búsqueda de empleo verificando las vacantes de tu interés

Puedes agendar una cita aquí [🌐 citas.cdmx.gob.mx](https://citas.cdmx.gob.mx)



[🌐 trabajo.cdmx.gob.mx](https://trabajo.cdmx.gob.mx)

[✉ trabajo.digno@cdmx.gob.mx](mailto:trabajo.digno@cdmx.gob.mx)

[🐦 / TRABAJOCDMX](https://twitter.com/TRABAJOCDMX)



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

STYFE
DIRECCIÓN GENERAL
DE EMPLEO

TRABAJO DIGNO

CIUDAD INNOVADORA Y DE
DERECHOS / NUESTRA CASA

Ninelth, Minerva y Francisco

Personas egresadas del curso **Atención al visitante *in situ*. Guía de Turistas** impartido por el Instituto de Capacitación para el Trabajo de la Ciudad de México y la alcaldía Cuauhtémoc en el marco del programa Participación, Arte y Cultura Incluyente.



Foto de Icat CDMX

Introducción

En 2019, la alcaldía Cuauhtémoc y el Instituto de Capacitación para el Trabajo de la Ciudad de México a través del programa Participación, Arte y Cultura Incluyente (PACI) fortalecieron el desarrollo social de las personas habitantes de la alcaldía por medio de diferentes cursos de capacitación.

Reconociendo el valor cultural, turístico y artístico con el que cuenta la alcaldía, dentro de este programa se formó a promotores culturales con el curso de “Atención al visitante *in situ*. Guía de Turistas” el cual también tiene como objetivo **contribuir a la profesionalización de las personas que quieran trabajar o trabajan en actividades del sector turístico**. El programa se enfoca en mejorar la inserción laboral de grupos prioritarios como son las personas de la comunidad LGBTQTTT+, madres adolescentes y personas indígenas.

En este número de la Revista CAPACITART Ciudad de México, dedicado al tema de turismo y recuperación del

empleo, hemos reunido las opiniones de tres personas que egresaron de estos cursos, tomando en cuenta el contexto actual de la contingencia sanitaria por el Covid-19 y sus consecuencias.

Illiria Ninelth Sandoval Asiain es egresada de la Universidad Politécnica de Pachuca; se dedica a realizar paseos turísticos por diferentes partes del país y genera contenido digital para promover la cultura y el turismo. **Minerva Patricia Godínez Dorado** estudió administración de empresas turísticas en alimentos y bebidas, ella ha participado en diversos proyectos culturales. **Francisco de Borja Villegas Zapata** actualmente colabora en una empresa de reparto de alimentos. Agradecemos a Ninelth, a Minerva y a Francisco por habernos concedido esta entrevista.



Foto de Icat CDMX

“

A mí me apasiona muchísimo esto y me parece la forma más bonita e integral de fortalecer la identidad de nuestro país

”



Foto de Freepik

CAPACITART Este curso fue parte de un trabajo en conjunto entre la alcaldía Cuauhtémoc y el Icat CDMX, dentro del programa Participación, Arte y Cultura Incluyente (PACI), ¿cómo se enteraron de la convocatoria y cuál fue el motivo o interés de capacitarse en este tema?

Ninelth. Me interesó ser guía de turistas para extranjeros, creo que la actividad turística en la Ciudad de México es súper importante, por lo que es mejor estar capacitado para conocer mejor los atractivos, qué cosas que podemos promover con los turistas que visitan la ciudad. Así que fui a la alcaldía para investigar sobre las ofertas que manejan en el área de turismo y ahí ellos me recomendaron el curso.

Minerva. Una trabajadora de la alcaldía fue la que me comentó de los cursos. Había varios, pero como yo estudié turismo me inscribí en este curso; se me hizo interesante retomar un tema de mi carrera. Fue interesante, nos enseñaron desde cómo organizar un viaje de diez a quince personas para que se la pasen bien, hasta sacar costos.

Francisco. El motivo que me impulsó a capacitarme en este ámbito es conocer más la historia de México por el poco conocimiento que tengo en historia; por eso me llamó la atención el curso. Me enteré en la alcaldía Cuauhtémoc, con una persona que trabaja en el área de bienestar social.

CAPACITART. ¿Nos pueden relatar sus experiencias de haber sido capacitadas en este curso?

Ninelth. Fue muy importante porque ya tenía experiencia en el ámbito turístico, pero era empírica, una experiencia básicamente de hacerlo; no tenía como tal una

formación y me interesa profesionalizar mis servicios. **Nos enseñaron principios muy importantes, metodologías de cómo dirigirnos hacia las personas, hacia los visitantes, cómo explicar mejor, cómo elaborar una ruta que fuera funcional, entonces me ayudó a tener mucha más claridad sobre cómo prestar mis servicios con mucha más calidad.**

Minerva. La gente con la que tomé el curso y la gente que lo impartió fue gente muy linda. Una maestra que en mi opinión estaba muy bien calificada.

Francisco. Se me hizo muy interesante, yo tenía mucho tiempo sin entrar a clases presenciales, aquí **tuve la oportunidad de conocer mucha gente y cómo se maneja el sector de guías de turistas, cómo manejar grupos, saber a dónde llevarlos, hacerles más ameno el viaje y cómo instruirlos durante el viaje.** Me gustó cuando nosotros interactuamos con la maestra y entre los alumnos para que pudiéramos reclutar gente ya como guía de turistas, para informarlos, comunicarles a dónde íbamos de viaje, tratar a la gente durante el trayecto, como manejar el grupo, hacer las cartas responsivas, orientar el grupo para que se lleven una experiencia agradable y un viaje inolvidable.

CAPACITART. ¿Consideran que los conocimientos y habilidades que recibieron durante la capacitación contribuyen a mejorar sus oportunidades laborales en el sector turismo o a tener nuevas oportunidades de empleo?

Ninelth. Sí definitivamente, yo creo que **nos abre mucho las puertas tanto para poder hacer algo de manera individual, como para poder tocar la puerta de alguna empresa, de alguna agencia y poder ofrecer nuestros servicios como guía de turistas.**

Minerva. Yo creo que sí, la capacitación fue muy buena, aprendí y me divertí. **Yo creo que puedo enseñar a otras personas a ser guías de turismo dentro de nuestra ciudad.** Me reforzaría en conocimientos de historia, a mí me gusta mucho la historia.

Francisco. Sí, si uno se lo propone sí. **Te dan las herramientas para que puedas sobrellevarlo y en un futuro tú ya puedas empezar a laborar en ese sector.**

CAPACITART. ¿Considerarían dedicarse de manera profesional a las actividades de guía de turista en un futuro cercano?

Ninelth. Sí definitivamente, a mí me apasiona muchísimo esto y **me parece la forma más bonita e integral de fortalecer la identidad de nuestro país.** Yo creo que cuando un extranjero viene a México y aprende y conoce nuestra cultura a fondo, cambia completamente la idea que tiene sobre nuestro país. He tenido la oportunidad de estar en otras regiones fuera de la Ciudad de México y también en el turismo rural. El turismo en pueblos originarios y comunidades es algo que vale mucho la pena incentivar porque son zonas que están totalmente abandonadas, la gente que pertenece ahí ha preservado la cultura y tradiciones de sus comunidades, entonces creo que se debería incentivar más para que los turistas conocieran estos lugares.

Minerva. Ese es mi plan, me gustaría ser guía de turistas, me gusta mucho el diálogo con las personas. También me gusta estar cerca de la gente, platicar y compartir nuestros conocimientos y experiencias.

Francisco. Sí, me interesa muchísimo, mi padre tenía un poco de experiencia porque él en su trabajo se encargaba

de excursiones, entonces he aprendido algo del tema gracias también a mi padre.

CAPACITART. ¿Qué ayudaría a profesionalizar a las personas que se dedican a esta actividad?

Ninelth. Yo creo que es justo seguir dando **más cursos y talleres vivenciales**, porque aquí todo fue muy teórico. Fue dentro de un aula y fue muy esquemático, creo que una excelente forma de practicar cómo dar un *tour*, es justo dar el *tour*.

CAPACITART. Tomando en cuenta lo aprendido en el curso ¿consideran que la contingencia sanitaria por el Covid-19 afectó estas actividades? ¿por qué?

Ninelth. El sector turístico como tal creo que sí se detuvo, pero nos abre las oportunidades de nuevas formas de compartir aquello que nos gusta. Me tocó ver algunos intentos de turismo cibernético desde el celular, cómo hacer una clase de cocina y ha sido interesante.

Minerva. Sí, afectó y demasiado. La gente ya no sale de vacaciones porque se está cuidando. Tengo familiares que viven en Cancún, ellos se dedican completamente al turismo y para ellos sí fue algo difícil, se quedaron sin trabajo.

Francisco. Desafortunadamente mucho. Este tipo de actividades se hacen en el exterior principalmente y por el momento no es posible salir.

CAPACITART. ¿Consideran que una vez que las actividades turísticas sean una oportunidad laboral para las personas afectadas?

Ninelth. Si apuntamos al turismo local, sí, porque una gran parte de los ingresos que se recibían del turismo iban destinados a la Riviera Maya, por ejemplo. **Yo estoy con-**

vencida de que la solución es apuntar al turismo rural, al turismo local, turismo de la ciudad y hacer que las mismas personas que estamos aquí en grupos pequeños vayamos a recorrer los lugares y así activamos no sólo los grandes hoteles o las grandes cadenas de restaurantes y de centros turísticos, sino que también apoyamos a las personas que están poniendo su mayor esfuerzo para demostrar qué es lo que ellos tienen para ofrecer, lo que hay en sus lugares de origen.

Minerva. Yo creo que sí, el turismo siempre va a estar, la gente busca lugares para divertirse y recrearse, yo creo que va a ser algo muy redituable para todos. Hacer un plan de trabajo para saber realmente cómo ayudarnos en otros aspectos para que crezcamos. La Ciudad de México tiene un potencial muy grande, el ejemplo es Xochimilco. Ahí hay cosas muy interesantes, las historias que te pueden contar la gente que vive o trabaja ahí pueden aprovecharse.

Francisco. Sería una oportunidad más para enfocarnos en las excursiones. Fomentar el turismo para también ayudar a toda esa gente que perdió su trabajo de los centros turísticos o que no han tenido las mismas ventas, ayudaría a reactivar la economía de todos los lugares, del comercio y el turismo.

CAPACITART. ¿Consideran que este tipo de capacitación ayuda a las mujeres a tener mayor oportunidad de empleo en el sector turístico?

Ninelth. Estas capacitaciones son bastante útiles; creo que yo era de las más jóvenes que estábamos ahí, las demás ya tenían a sus familias. A una persona de más de 40 años pues se le dificulta más encontrar un empleo o seguirse formando académicamente en un área, estas capacitaciones las empoderan para poder tener la oportunidad de seguir aprendiendo, cultivando su mente y tener una posible actividad económica que sea accesible a ellas.

Minerva. Las mujeres le han echado muchas ganas, una se va preparando y actualizando, vamos teniendo puestos de trabajo mejores y no importa la edad, la gente

mayor sabe mucho. En el curso éramos puras mujeres, entre ellas tres mujeres transexuales. Todas nos llevamos muy bien, todavía mantenemos relación.

CAPACITART. ¿Tienen alguna recomendación que hacernos?

Ninelth. Pues que está padrísimo, que hubiera **más convocatoria y más difusión.** Es algo que ayudaría a muchísima gente. Las chicas que estaban en el curso ya habían tomado otros cursos, creo que por eso se enteraron porque ya estaban dentro del medio de tomar cursos, pero estoy segura de que sería muchísima la gente interesada en poder compartir la riqueza de nuestra cultura. Yo sugeriría que hubiera más convocatoria y más cursos relativos a esto para profesionalizar más, hablar en público, desenvolverse en los grupos, el cuidado de atención al cliente, modulación de voz, idioma, por mencionar algunos. Es una iniciativa muy valiosa, en la medida en que se profesionalicen más, se profundice más y se le de esa importancia que si la tiene, puede ser un detonante económico y cultural muy importante.

Minerva. Me gustó mucho el curso, fue muy bueno, **se me hizo poquito tiempo o se me pasó muy rápido.** Lo que aprendí lo puse en práctica. El año pasado, terminando el curso hice un *tour* en Xochimilco el 2 de noviembre. Se juntaron alrededor de 40 personas, todas disfrazadas; todo fue adornado como si estuviéramos en un panteón. La gente estaba muy emocionada porque no sabían qué iba a pasar, se asustaban, pero no podían correr fue muy divertido. Lo queríamos repetir este año, pero debido a la pandemia no fue posible.

Francisco. Es importante impulsar el turismo local para que la gente conozca más de su ciudad. Por ejemplo, los pueblos mágicos. Que las alcaldías impulsen y den a conocer los cursos de capacitación, muchos no los conocen, por ejemplo, en el curso donde yo estuve solo eran diez personas. Les **hace falta difusión.**



Foto de Freepik



Foto de Rebeca Cruz Galvan

Grupo Brisas

Turismo y recuperación del empleo



En esta ocasión, el Director Corporativo de Recursos Humanos y Tecnologías de la Información en el Grupo Brisas comparte la experiencia, retos, desafíos y acciones emprendidas para salir adelante ante esta contingencia sanitaria por la Covid-19 de este complejo hotelero muy relevante para la economía y el empleo en el país. En los últimos siete años Grupo Brisas ha estado posicionada dentro de los treinta primeros lugares en el *ranking* elaborado por la revista *Expansión* y *Top Companies*, que entre diversos criterios de evaluación considera una gestión orientada en los principios de rentabilidad, innovación, calidad, pero especialmente centrada en la dimensión del talento humano, con las condiciones laborales adecuadas, que procure el compromiso y desarrollo de los colaboradores.

Por Gustavo Alfonso Bolio Gómez

A estas alturas del año, ya no es una sorpresa para nadie el impacto tan catastrófico que ha tenido la pandemia causada por el Covid-19 en la economía mundial y para la continuidad de muchas industrias. Específicamente en México el efecto ha sido devastador en términos de productividad, competitividad, continuidad del negocio, nuevas oportunidades, factibilidad estratégica y permanencia en el mercado de grandes empresas, así como para las Pymes. En el sector del turismo la historia no es nada diferente; **el segundo trimestre de 2020 representó la pérdida de más del 90% de los ingresos de hoteles, líneas aéreas, restaurantes, prestadores de servicio, agencias de viajes, etcétera. A partir de la emergencia sanitaria en nuestro país se perdieron más de 12 millones de empleos y en especial en la industria turística más de 1.5 millones de puestos productivos en todos los segmentos ya mencionados.**

Además, el impacto psicoemocional ha sido tremendo para las familias sin trabajo y para las que tuvieron que adaptarse a trabajar desde casa. Los espacios, los tiempos y movimientos para el teletrabajo no estaban listos para la migración de tanta gente a casa, así como la *Internet* y los recursos tecnológicos. **Las familias han visto invadida su privacidad y paradójicamente se ha estrechado su convivencia y vínculo de solidaridad por la situación de preocupación, miedo y resonancia social;** volvimos a comer juntos, a compartir espacios, a jugar, platicar y sacar lo mejor del tiempo que nos sobra por no tener que transportarnos. **Para los que sí tienen que salir al trabajo, queda la duda de las medidas de higiene y sanitización tomadas en el transporte público, el lugar de trabajo y los lugares por los que se transita y labora todos los días.**

Para Grupo Brisas, cadena de hoteles con propiedades en las ciudades y playas más importantes de México, **la pandemia nos ha presentado un reto enorme para permanecer en la arena turística con nuestra oferta**

de hospedaje, reuniones y entretenimiento. A partir del anuncio del gobierno federal para el cierre de las industrias no esenciales y las medidas para evitar el contagio a clientes y trabajadores, **nuestra empresa cumplió con los lineamientos establecidos por las autoridades y enviamos a nuestro personal a casa y cerramos nuestros hoteles.** Para el negocio vino lo más difícil, avisar a nuestros clientes y huéspedes de las medidas tomadas en nuestro país para intentar prevenir la propagación del virus y preservar la seguridad de nuestra clientela. Se cancelaron y renegociaron grupos y convenciones, se pospusieron ferias y reuniones de clientes comerciales y consorcios, se enviaron avisos a familias e individuos para la cancelación de estancias y reprogramación de viajes en fechas tentativas. Internamente, negociamos con proveedores entrega de pedidos y cierre de cuentas por pagar; con sindicatos y personal de confianza organizamos reuniones para determinar periodos anticipados de vacaciones y la redacción de convenios de días solidarios, así como estrategias para apoyo a la familia con beneficios y acciones al gasto.

Una industria como la nuestra, la famosa industria sin chimeneas que no duerme ni descansa los 365 días del año, tuvo que ser creativa para subsistir y trascender. En Grupo Brisas organizamos cuadrillas de trabajo y vigilancia con personal de mantenimiento y seguridad con tareas definidas, para procurar que las propiedades no se deterioraran en pintura y jardinería o fueran blanco de robo y saqueo. El personal que fue a casa recibió desde el primer día acceso a plataformas de formación y aprendizaje digital para el trabajador y su familia. Implementamos reuniones en línea para seguimiento de pendientes usando recursos digitales y de teleconferencia. Abrimos la nube para acceso a la información para el personal clave vía VPN¹ y equipos portátiles, así como el correo electrónico y las conversaciones en línea.



Foto de Grupo Brisas

¹ Siglas en inglés de *Virtual Private Network* que es una tecnología de red que se utiliza para conectar una o más computadoras a una red privada utilizando *Internet*.

A partir de implementar una estrategia de comunicación y productividad interna efectiva, **reunimos a un grupo de expertos dentro de Grupo Brisas para redactar un protocolo de reapertura y regreso al trabajo** considerando los siguientes criterios:

- Espacios seguros
- Espacios sanitizados
- Uso de equipo de protección personal
- Protocolos operativos en áreas y servicios para huéspedes, clientes y colaboradores
- Comunicación con medios electrónicos, interna y de promoción con *marketing* digital
- Certificaciones requeridas para reabrir y operar con personal entrenado y áreas verificadas

El protocolo redactado por nuestro grupo hotelero tomó en cuenta las mejores prácticas a nivel mundial, las recomendaciones de asociaciones y cámaras especializa-

das del turismo y nuestra experiencia operativa de grupo para garantizar un criterio de regreso que, vale la pena decirlo, ha sido reconocido a nivel estatal y federal por varias dependencias en nuestros diferentes hoteles.

Todavía falta mucho para que el turismo se reactive en nuestro país a niveles de 2018 y 2019, pero algo es cierto, **somos una gran nación y hemos aprendido juntos que tenemos un país extraordinario, lleno de bellezas y atractivos turísticos que están esperando a ser visitados por millones de viajeros, que aguardan la primera señal para salir de casa y regresar a visitar México.**

La compleja naturaleza del fenómeno turístico y la condición de alta rivalidad en un entorno globalizado, suponen retos enormes para los actores públicos y privados que, conscientes de los beneficios sociales y económicos de esta actividad, pretenden salir adelante en ella garantizando el apego a las cada vez más urgentes prácticas y principios de la sostenibilidad y preservación de la industria y su entorno. Según el Centro de Investigación y Competitividad Turística

(Cicotur) de la Universidad Anáhuac, en su *Outlook* turístico de septiembre de este año, **ya empieza a verse una recuperación del turismo en nuestro país: las llegadas internacionales a los principales aeropuertos mostraron una importante mejoría**, pero algunos destinos están logrando mejores resultados; por ejemplo, Los Cabos sólo estuvo 39.6% por debajo de sus llegadas de septiembre del año anterior. No obstante, la pérdida acumulada sigue siendo considerable. Aunque el nivel de alerta sanitaria por la Covid-19 por parte de los CDC² sigue sugiriendo descartar incluso viajes esenciales a México, la alerta de viaje del Departamento de Estado de los Estados Unidos se mantiene en nivel 3 y por primera vez sólo hay cinco Estados a los que sugiere no viajar. Aunque las llegadas de turistas residentes a hoteles se incrementaron 26.3% en agosto respecto a septiembre, la pérdida acumulada se mantiene al alza y alcanza -57.7%. Estamos viendo que viajar solo a Hoteles & Resorts está en el top de las preferencias de los viajeros: los clientes están mostrando un interés creciente en viajar solos

(66%), Hoteles & Resorts (64%) y Resorts todo incluido (60%). Estas preferencias son seguidas por renta de alojamientos o casas vacacionales, grupos pequeños de 8 a 15 personas, y viajes *fly-drive*.

Así que, **para Grupo Brisas, todo lo anterior ha sido una brecha de aprendizaje que nos ha enseñado a prepararnos mejor para lo que falta por venir, a confirmar que tenemos un producto fuerte y bien posicionado y que contamos con gente única que está preparada para brindar experiencias únicas.** Hemos formado a nuestros colaboradores en acciones que les han dado mejores herramientas de trabajo y conocimiento, así como habilidades, estamos recuperando espacios de trabajo para personal de temporada y eventuales que atienden a nuestros clientes y huéspedes que están volviendo a viajar. La Alta Dirección ha dictado acciones que fortalecen nuestras estrategias de negocio y aseguran el cumplimiento de nuestros objetivos clave de desempeño y la visión que tenemos de nuestro futuro.



Hoy más que nunca es momento de permanecer alerta y no bajar los brazos y, más aún, de seguir preparándonos y asegurando que seguimos siendo una gran opción para visitar y hospedarse con nosotros.

Foto de prostooleh

² Refiere a los *Centers for Disease Control and Prevention*, que es una agencia del Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos para la prevención y control de enfermedades, salud ambiental y la realización de actividades de educación y promoción de la salud.

Conoce nuestra oferta de capacitación en **3** modalidades

Cursos en directo



- Cupo **limitado**
- Capacitación dirigida **por un instructor o instructora**



- Sesiones con interacción en **tiempo real**
- Horarios de clase **definidos**

Inglés básico 1

Objetivo:

Utilizar las habilidades básicas del idioma inglés para comunicarse

Duración: 20 horas

Dirigido a: Público en general



Cursos presenciales*

- Cupo **limitado**
- Capacitación con **instructores certificados**
- Sesiones en **horarios flexibles**
- Sedes del **Icat CDMX**

*La capacitación presencial se encuentra suspendida debido a la contingencia sanitaria por la COVID-19 y se prevé su reanudación cuando el Semáforo Epidemiológico se encuentre en color verde

Guía de turistas Atención al visitante *in situ*

con enfoque al **EC0072**

Objetivo:

Desarrollar los conocimientos y actitudes pertinentes para las actividades para guiar a un grupo durante un recorrido turístico, mostrando todos los elementos que establece el estándar de competencia

Dirigido a: Público en general

Duración: 60 horas



Preparación de habitaciones para el alojamiento temporal

con enfoque al **EC0043**

Objetivo:

Adquirir conocimientos y técnicas para la preparación de habitaciones de alojamiento temporal, considerando los principios de eficiencia y calidad

Dirigido a: Público en general

Duración: 40 horas



Manejo higiénico de los alimentos

con enfoque al **EC0081**

Objetivo:

Con la explicación de las medidas de higiene básicas, este curso se orienta a la mejora en el manejo de alimentos percederos en cocinas o lugares en donde se preparen alimentos

Dirigido a: Público en general

Duración: 40 horas



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

ICAT INSTITUTO DE CAPACITACIÓN
PARA EL TRABAJO

Tel: 55 5740 0237 Ext. 1008 y 1029 [f icat cdmx](#) [@icat_cdmx](#)



Cursos en línea

- Sin límite de cupo
- Aprendizaje **autodirigido**
- Capacitación de acuerdo a **tu disponibilidad de tiempo**
- Cursos **disponibles** las **24 horas** del día, los **7 días** de la semana



Marketing Digital Para redes sociales

Objetivo:

Aprenderás a crear campañas digitales efectivas paso a paso en las redes sociales y con ello aumentar las ventas de tu negocio

Dirigido a: Público en general

Duración: 20 horas



El ABC de las ventas

Objetivo:

Aprenderás las habilidades necesarias para convertirte en un vendedor eficaz

Dirigido a: Público en general

Duración: 20 horas



Calidad en el servicio

Objetivo:

Analizar y evaluar los componentes que constituyen la calidad en el servicio en tu quehacer profesional

Dirigido a: Público en general

Duración: 20 horas

En Icat a distancia capacítate más fácil

 icat.cdmx.gob.mx



1 Inscríbete todos los lunes

2 Ingresa a la plataforma

3 Elige un curso

4 Ingresa al curso y llena la cédula de inscripción

5 Acredita el curso

6 Descarga tu constancia



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

ICAT INSTITUTO DE CAPACITACIÓN
PARA EL TRABAJO

Tel: 55 5740 0237 Ext. 1008 y 1029  icat cdmx  @icat_cdmx

Conoce nuestra oferta de certificación



Ec0038 Atención a comensales

Descripción:

Contar con conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes como meseros, en establecimientos dedicados al consumo de alimentos y bebidas; para brindar la atención al cliente, servir alimentos y bebidas, hasta cobrar el consumo



Ec0127 Preparación de alimentos

Descripción:

Elaborar alimentos y dar terminado a los platillos en restaurantes y lugares de alojamiento temporal, verificando el funcionamiento, estado y limpieza del área de cocina, con la finalidad de conservar el equipo necesario para el desarrollo de su trabajo



Ec0128 Preparación y servicio de bebidas

Descripción:

Preparar y servir bebidas a los clientes, además de realizar un constante mantenimiento al área de servicio, con la finalidad de conservar el equipo necesario para el desarrollo de su trabajo y ofrecer un mejor servicio al cliente



Ec0679 Uso de la lengua inglesa en un contexto laboral

Descripción:

Desempeñar en funciones laborales que requieren el uso de la lengua inglesa, oral y escrita, de manera efectiva y apropiada con un nivel independiente



Fortalece tus competencias laborales

 icat.cdmx.gov.mx



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

ICAT

INSTITUTO DE CAPACITACIÓN
PARA EL TRABAJO

Tel: 55 5740 0237

Ext. 1008 y 1029

f icat cdmx



@icat_cdmx

REFLEXIONES

¿Qué es el turismo alternativo?

Son las actividades recreativas que tienen contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales nacionales comprometidas directamente en respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos patrimoniales

Su principal objetivo es **propiciar un desarrollo integral de la población local, tanto en beneficio económico como social, cultural y espiritual;** por lo tanto, el turismo alternativo debe estar comprometido con los principios del desarrollo sustentable



La Secretaría de Turismo a nivel federal clasifica al turismo alternativo en tres grupos:



Ecoturismo

Orientado a disfrutar de la historia natural que desean apoyar y participar activamente en la conservación del medio ambiente

- Talleres de educación ambiental
- Observación de ecosistemas
- Senderismo
- Safari

Turismo rural

Existe un encuentro directo con las diferentes formas de vivir de las comunidades que cohabitan en un ambiente rural. Se sensibiliza al turista sobre el respeto y valor de su identidad cultural

- Talleres gastronómicos
- Talleres artesanales
- Vivencias culturales
- Etnoturismo



Turismo de aventura

Dirigido a la superación de un reto impuesto por la naturaleza, su particularidad es que la experiencia existe únicamente entre la naturaleza y el turista

- Montañismo
- Paracaidismo
- Cabalgata
- Ciclismo de montaña
- Buceo



Oportunidades y retos del turismo rural

Oportunidades

- El mantenimiento de carácter de la **cultura y las comunidades**
- Protección del **paisaje** y del **hábitat**
- La **comunidad desarrolla el liderazgo** por involucrarse directamente en la oferta de servicios
- Promover el **empoderamiento de las mujeres**
- Es una **actividad complementaria** a otras actividades tradicionales del ámbito rural
- **Espacios al aire libre** que contribuye a un **menor riesgo de contagio de Covid-19**



Retos

- Los **sitios históricos y paisajes** pueden ser dañados por el exceso de visitas
- Constituirse en un **negocio controlado por grandes corporaciones** que monopolizan las ganancias en tanto que las poblaciones rurales visitadas son usadas como simples atractivos
- La **dificultad de la población local para controlar y gestionar una actividad compleja** para la que tienen escasa o nula formación
- El turismo transforma la economía de las poblaciones rurales y las vuelve **dependientes de los ingresos que genera**
- La **demand**a por este tipo de turismo **crece a un ritmo lento**
- Generalmente son proyectos **promovidos por agentes foráneos (ONG, políticas gubernamentales)**

Fuentes:

CEDRSSA (2019) *El turismo rural, una alternativa sustentable para los pequeños productores agropecuarios*.

Obtenido de http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/73Turismo_rural.pdf

Fuller Osoreo, N. (2017) *El turismo como vía de desarrollo para poblaciones*.

En N. Monterroso Salvatierra, & L. Zizumbo Villarreal, *Repensando el turismo sustentable*.

México: Universidad Autónoma del Estado de México



Hacia dónde mirar

Tendencias en materia de política turística en el mundo

Digitalización de la economía turística

En los países líderes, la política pública busca facilitar y desarrollar **mecanismos que permitan al sector incursionar de manera exitosa en su transformación digital**



Liberalización de los viajes y seguridad

Redoblar el esfuerzo en materia de liberalización de los viajes y fortalecimiento de los **mecanismos que aseguren la protección de los viajeros**

Hacia un turismo sostenible

El cambio más notable en materia de política turística en los últimos años o décadas, sin duda, es el que acompaña la creciente **conciencia ambiental en el mundo**

Dentro de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible¹ (ODS) de la ONU**, los tres objetivos en los que el turismo aparece explícitamente reconocido son:

- ODS 8** Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
- ODS 12** Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
- ODS 14** Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible

Énfasis en la capacitación y la promoción del emprendedurismo

La competitividad en el turismo depende de la **calidad del servicio** que prestan las personas y de la capacidad de detectar oportunidades para desarrollar **nuevos productos que enriquezcan la experiencia de los viajeros**

Fuente:

Madrid Flores, F., & Casar, J. I. (2018) *Turismo y desarrollo social: nuevas razones de Estado para una política turística*.

México: CIDE, Colmex, Fundación Vidanta, Universidad Anáhuac y UNAM.

¹ <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

COLABORADORES

Colaboradores empresariales



Gustavo Alfonso Bolio Gómez

Hidro-biólogo por la UAM Iztapalapa, Licenciado en Administración de RRHH y Maestro en Administración Estratégica del Capital Humano por la Universidad Tecnológica Latinoamericana; *Master* en Nuevas Tecnologías de la Educación por la Universidad de Alicante y en *Hospitality Management* por la Universidad de Cornell. Preside el Comité de Gestión por Competencias del Sector Turismo ante el Conocer; responsable del Comité de RRHH de la Asociación de Cadenas de Hoteles ANCH y miembro del Consejo Directivo de AMEDIRH como Vicepresidente del Sector Turismo. Premio Nacional de Calidad Turística 2011 por Ambestur y Ejecutivo Hotelero del Año 2014 por AMAIT – Abastur. En 2017 fue reconocido por la AMEDIRH como Ejecutivo de Recursos Humanos del año y ganador del premio 2017 de Innovación Capital Humano por occ Mundial. Con más de 28 años de experiencia en el ramo turístico, actualmente es Director Corporativo de RRHH & TI en Grupo Brisas y Director de la Fundación Brisas.

Colaboradores académicos



Humberto Thomé Ortiz

Doctor en Ciencias Agrarias por la Universidad Autónoma Chapingo. Investigador del Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales de la Universidad Autónoma del Estado de México. Presidente y fundador de la Asociación Mexicana de Turismo Rural. Ha desarrollado investigaciones sobre turismo rural en México, Ecuador, Brasil, Colombia y la Polinesia Chilena. Es Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel 1. Ha publicado más de 150 productos académicos que incluyen libros, capítulos y artículos científicos en revistas como *Journal of Heritage Tourism*, *British Food Journal*, *Appetite* y la editorial *Routledge*. Actualmente es Coordinador de la Maestría en Agroindustria Rural Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMEX).



Anna María Fernández Poncela

Doctora en antropología cultural por la Universidad de Barcelona. Investigadora y docente de la Universidad Autónoma Metropolitana. Ha impartido clases en la Universidad del Claustro de Sor Juana, ha trabajado en el Colmex como investigadora y docente, en la ENAH como docente y coordinando un área del Doctorado, así como en la Maestría en Estudios de la Mujer en la UAM-Xochimilco y en el Doctorado. En la actualidad es docente en Tronco Interdivisional, Tronco Divisional, Licenciatura en Política y Gestión Social, y Doctorado en Ciencias Sociales en la UAM-Xochimilco, además de investigadora de esa misma institución.

¿Necesitas ayuda en materia jurídico laboral?

La Procuraduría de la Defensa del Trabajo te atiende a través de su plataforma digital

Entra a procuraduriatrabajo.cdmx.gob.mx para recibir asesoría gratuita

En la Ciudad de México, tus derechos laborales están protegidos



trabajo.cdmx.gob.mx

[@TRABAJOCDMX](https://twitter.com/TRABAJOCDMX)

[f/ TRABAJOCDMX](https://facebook.com/TRABAJOCDMX)



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

SECRETARÍA DE TRABAJO
Y FOMENTO AL EMPLEO

CIUDAD INNOVADORA Y DE
DERECHOS / NUESTRA CASA

Conoce e identifica los elementos de la constancia que emite el ICAT

Frente

Logo de la SEP

Logo del instituto

CCT (Clave del Centro de Trabajo)

Nombre de la persona que se capacitó

CURP (Clave Única de Registro de Población)

Duración del curso

Periodo de impartición del curso

Número de folio

Fecha de expedición

Sello DGCFT (Dirección General de Centros de Formación para el Trabajo)

Reverso

Contenido Programático

Horas

CONTENIDO PROGRAMÁTICO	HORAS
I. INTRODUCCIÓN A LA PANADERÍA Y REPOSTERÍA	10
II. PREPARAR EQUIPOS, UTENSILIOS Y AVIO PARA LA ELABORACIÓN DE PAN Y REPOSTERÍA	10
III. ELABORAR PRODUCTOS DE PANADERÍA	10
IV. ELABORAR PRODUCTOS DE REPOSTERÍA	10
TOTAL	40

QR de la página web del instituto

Total de horas

Firma del Director General del ICAT CDMX

Sello del instituto

Logo del instituto



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

ICAT INSTITUTO DE CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO

Secretaría de Trabajo y Fomento al Empleo

San Antonio Abad 32, Tránsito, Cuauhtémoc, 06820

☎ 55 5709 3202 ext. 1020 y 5070 ✉ aac-styfe@cdmx.gob.mx

f /Trabajocdmx 🐦 /Trabajocdmx

Instituto de Capacitación para el Trabajo

San Antonio Abad 32, piso 2, Tránsito, Cuauhtémoc, 06820

☎ 55 5709 0237 ext. 1017 ✉ icat@cdmx.gob.mx

f /icatcdmx 🐦 /icat_cdmx

Si te interesa más información visita nuestras páginas web:

🌐 trabajo.cdmx.gob.mx

🌐 icat.cdmx.gob.mx



STYFE | ICAT