

Turistificación en la Colonia Condesa en la Ciudad de México, a partir del marketing digital

Touristification in the Condesa neighborhood of Mexico City through digital marketing

*Anadalai López Montes ^a, Cristina Flores Amador ^b, Jesús Eduardo Rojas Torres ^c
Ivonne Ramos Olvera ^d*

Abstract:

This paper analyzes the factors contributing to the touristification process in Colonia Condesa, considering the implications generated by the modification of its social, economic, and physical structure, as well as the challenges and effects they represent for the local community. The work was approached from an exploratory and descriptive perspective, using the General Theory of Urbanization, with a quantitative orientation, and was divided into two stages: the first was based on the collection of documentary information, with an exploratory, descriptive, and explanatory approach; the second was addressed through fieldwork, using data collection instruments such as questionnaires with direct closed questions, one of which was answered by the residents. It is concluded that tourism is a solid axis that contributes to economic development, as well as to strengthening development in tourist areas by integrating the workforce into the service sector, generating negative consequences for a population or part of it by receiving a massive influx of visitors derived from control and adequate internal planning. In addition, there is evidence that the process of touristification promotes the dispossession of spaces and forces the displacement of local inhabitants on the benefits that tourism as a predominant activity could bring them, in the same way, the expansion of real estate development is accentuated, the concession of public spaces, as well as the increase in foreign actors who reside permanently in this place to establish businesses and ventures with which they benefit through privatization privileges, impacting the transformation of identity and generating competitive disadvantages for the inhabitants.

Keywords:

Touristification, local community, tourist areas, digital Marketing, transformation.

Resumen:

Este trabajo de investigación tiene como propósito analizar los factores que contribuyen al proceso de turistificación en la Colonia Condesa, considerando las implicaciones generadas con la modificación de su estructura social, económica y física, así como los desafíos y efectos que representan para la comunidad local. El trabajo se abordó desde un enfoque exploratorio y descriptivo, ocupando la Teoría General de la urbanización, con orientación cuantitativa, se dividió en dos etapas la primera se basó en la recopilación de información documental, con un enfoque exploratorio, descriptivo y explicativo, la segunda se abordó en trabajo de campo, con instrumentos de recolección de datos como cuestionarios con preguntas cerradas directas, a los pobladores. Se concluye que el turismo es un eje sólido que contribuye al desarrollo económico, así como al fortalecimiento para el desarrollo en zonas turísticas integrando la fuerza laboral al sector servicios, generando consecuencias negativas a una población o parte de ella, al recibir una afluencia masiva de visitantes derivado de un control e inadecuada planificación interna. Además, se tiene como evidencia que el proceso de turistificación propicia el despojo de espacios y orilla al desplazamiento de los habitantes locales sobre los beneficios

^a Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo | Escuela Superior de Tizayuca | Estado de Hidalgo | México, <https://orcid.org/0009-0007-9490-4455>, Email: lo475767@uaeh.edu.mx; <https://orcid.org/0000-0001-8122-3094>, Email: floresa@uaeh.edu.mx; <https://orcid.org/0009-0008-8588-914X>, Email: ro477613@uaeh.edu.mx; <https://orcid.org/0009-0002-4229-6324>, Email: ra475479@uaeh.edu.mx

que el turismo como actividad preponderante podría aportarles, de igual manera, se acentúa la expansión de desarrollo inmobiliario, la concesión sobre espacios públicos, así también, el incremento de actores extranjeros que radican de modo permanente en este lugar.

Palabras Clave:

Turistificación, comunidad local, zona turística, marketing digital, transformación.

Introducción

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo se define como el desplazamiento temporal de personas a lugares fuera de su entorno habitual por motivos de ocio, negocios u otros. Dado lo anterior (Statista Research Department, 2025) menciona que México, es uno de los principales destinos turísticos internacionales y el sector turismo es tan importante en el país que en 2023 se le atribuía el 8,6% del producto interno bruto (PIB) nacional, es decir, prácticamente 2,6 billones de pesos mexicanos. Ese año, tanto el sector de alojamiento como el de transporte fueron los que más contribuyeron al PIB turístico, generando más de un billón de pesos.

Con esto se puede destacar que la turistificación derivada como el proceso de transformación de destinos turísticos, en áreas altamente comerciales y masificadas, ha sido objeto de creciente preocupación a nivel mundial según (Novy y Colomb, 2015). Con esto podemos decir que la turistificación es un movimiento de inquietud para los destinos que lo padecen, ya que cambia la vida de las comunidades receptoras.

Este escenario se observa como un fenómeno predominante a nivel global, sin embargo en América Latina, se acentúa retomando como un fenómeno que presenta singularidades que deben abordarse considerando espacialidades del neoliberalismo urbano (Contreras, Villar y Cruz, 2023); es decir, la aplicación de políticas económicas neoliberales en el ámbito urbano, caracterizadas por la reducción de la intervención estatal y la promoción del libre mercado, lo que ha llevado a la transformación de las ciudades conforme a los intereses económicos. En este contexto es posible resaltar la privatización de servicios públicos, la revalorización, ya sea positiva o negativa, de centros históricos a fin de atraer inversión, la turistificación. De igual manera, (EL HERALDO DE MÉXICO, 2025).

México no es una excepción es un país orgulloso de su turismo, de eso no hay duda, sin embargo, no se cuestionan los límites que implica todo este fenómeno global. La turistificación se ha convertido en una fuerza que, si no se controla, puede impactar profundamente en

la dinámica y afectaciones de la calidad de vida individual y colectiva.

La Ciudad de México que está dividida en 16 alcaldías y que cada una cuenta con su propia identidad cultural, historia y atractivos turísticos ha experimentado un crecimiento exponencial de turistificación, un fenómeno impulsado por estrategias de marketing digital a través de redes sociales. Este aumento de visitantes ha generado una serie de desafíos sociales y urbanos que afectan la calidad de vida de los residentes. A nivel general, la Ciudad de México atrae a millones de turistas al año, generando una derrama económica considerable. Sin embargo, este flujo constante de personas se concentra en áreas específicas de esta misma ciudad, creando turistificación en lugares más específicos por ejemplo la colonia Condesa que está ubicada en el suroeste de la ciudad de México, se ha convertido en un epicentro de este cambio. Su arquitectura, vida nocturna y oferta gastronómica la han posicionado como un destino considerable para turistas.

El marketing digital, a través de redes sociales y la promoción de influencers, ha incrementado esta percepción, creando una demanda que supera la capacidad de la colonia. Está sobre turistificación se manifiesta en la escasez de viviendas accesibles, el aumento del costo de vida y la saturación de espacios públicos, lo que compromete la identidad y la habitabilidad del barrio. Es fundamental analizar cómo estas estrategias de marketing, que priorizan la promoción de la Condesa como un destino ideal, impactan directamente en la vida cotidiana de sus habitantes, alterando su ecosistema social y económico de manera irreversible.

Como señala Almaraz (2023), el marketing y la promoción turística construyen una imagen de la ciudad que no siempre coincide con la realidad de sus habitantes y esa situación en la comunidad residente genera conflictos. Ante este contexto, la investigación tiene como objetivo identificar los impactos sociales que influyen en la población local a partir de la turistificación de la colonia condesa, considerando el marketing digital como herramienta de apoyo en la elección de destinos turísticos.

Por otro lado, la pregunta de investigación es: identificar, ¿De qué manera las estrategias de marketing digital están promoviendo a la Colonia Condesa como destino turístico, desde el impacto de turistificación a los residentes?.

Ante este panorama la hipótesis que se aborda es, que a mayor turistificación que se genere en la colonia condesa aumentarán los impactos socioeconómicos en los residentes, contribuyendo a un incremento en los costos de bienes y servicios, así como la alteración de la identidad cultural en esta zona.

Marco contextual

La Ciudad de México considerada como la capital de los Estados Unidos Mexicanos, es una metrópolis vibrante y fascinante que combina la riqueza de su historia con la modernidad de una gran urbe, es una de las ciudades más grandes del mundo y ofrece una gran variedad de experiencias para quienes la visitan. Entre sus grandes avenidas, viaductos, calzadas y rascacielos se pueden contemplar sus 700 años de historia (SECTUR, 2023).

Se localiza en el Valle de México, en la región centro sur del país; posee una extensión territorial de 1,494.3 km², que representa un 0.1% de la totalidad de la superficie de la nación, colinda al norte, este y oeste con el Estado de México y al sur con el Estado de Morelos. (INEGI 2022-2024). Además, es la entidad más pequeña del país con una extensión de 1 485 km². Con más de 21 millones de habitantes, el área metropolitana representa el 25 % del PIB nacional y su PIB per cápita está entre los más generados en América Latina. Clasificada como una de las aglomeraciones urbanas más grandes y pobladas del mundo y según datos de la Secretaría de Desarrollo Económico está entre las 5 ciudades con mejor ambiente para los negocios de América Latina (Marroquin, 2024).

Sus niveles de tecnología sobresaliente, sumados a una economía abierta la transforman en una ciudad más que atractiva para inversores y empresarios de todo el mundo. Por otro lado, está integrada por 16 divisiones territoriales conocidas como alcaldías (INEGI, 2024) y tiene una altitud de 2,240 metros sobre el nivel del mar.

Para describir a la Colonia Condesa, es importante identificar la alcaldía a la que pertenece, en este caso es la Alcaldía Cuauhtémoc, mirándolo desde la perspectiva de un ordenamiento territorial, dicha alcaldía se encuentra ubicada en la región centro del país, la cual

está conformada por el Distrito Federal y los Estados de México, Hidalgo y Tlaxcala. Esta región es el ámbito territorial inmediato de la Zona Metropolitana del Valle de México que está formada por las 16 alcaldías del Distrito Federal, 58 municipios conurbados del Estado de México y uno de Hidalgo. Localizada en el centro del área urbana del Distrito Federal, la Alcaldía Cuauhtémoc, colinda al norte, con la Alcaldía Azcapotzalco y Gustavo A. Madero; al oriente, con la Alcaldía Venustiano Carranza; al sur, con las alcaldías Benito Juárez e Iztacalco; y al poniente, con la Alcaldía Miguel Hidalgo. Cuenta con una superficie de 3.244 km², representa el 2.18% de la superficie total del Distrito Federal y el 4.98% total del área urbanizada total de la entidad (Gobierno de la Ciudad de México, s.f.).

Al interior del Distrito Federal, la Alcaldía Cuauhtémoc pertenece a lo que se ha llamado Ciudad Central. Esta visión regional metropolitana es importante tomarla en cuenta en el proceso de planeación ya que en el aspecto territorial su crecimiento físico y demográfico ha rebasado sus límites administrativos. Por lo tanto, es necesario mencionar que todo lo que pasa en la Zona Metropolitana del Valle de México influye en los procesos de desarrollo interno de esta Alcaldía.

Está compuesta por 33 colonias, cada una con su particular gama de sonidos, colores, sabores y anécdotas. Sus calles, plazas y parques son testigos de los hechos que dieron origen a nuestra nación y se entrecruzan todos los días con las vivencias y recuerdos de las personas que habitan o transitan este territorio, dentro de ellas se ubican 134 espacios públicos: dos alamedas, dos huertos, un vivero, cinco parques, 48 jardines y 77 plazas; además de 27 camellones. La colonia Cuauhtémoc fue de las primeras colonias en contribuir con sus terrenos a la expansión de la ciudad, cuenta con mansiones art nouveau transformadas en edificios de departamentos y oficinas. Destaca su viva actividad comercial debido al buen número de restaurantes, cafeterías y bares que tiene por su cercanía con la avenida más concurrida turísticamente hablando (Hernández y Meyer, 2021).

Con base a la información recabada, la Colonia Condesa debe su nombre a María Magdalena Catarina Dávalos de Bracamonte y Orozco la tercera condesa de Miravalle y una de las herederas de la Hacienda Santa Catarina del Arenal donde años más tarde y acorde con su nombre, el espacio territorial del que algún día fue dueña hoy en día goza de elegancia y reconocimiento intelectual, al ser el barrio más cosmopolita de la Alcaldía Cuauhtémoc (Hernández y Meyer, 2021)

Moderna y con una actividad comercial incansable, la Colonia Condesa ofrece una oferta cultural, gastronómica, de entretenimiento y de vida nocturna inigualable (Hernández y Meyer, 2021); está constituida por la colonia Hipódromo Condesa, ubicada entre las calles Benjamín Franklin, José Vasconcelos, Michoacán y Tamaulipas.

La colonia Condesa, situada entre las avenidas de Veracruz, circuito interior José Vasconcelos, Michoacán y Tamaulipas, y la colonia Hipódromo, situada entre Avenidas Insurgentes, Yucatán, Oaxaca, Tamaulipas y Baja California. Cuenta con una superficie de 679 m² (Aguirre, 2017)

Esta colonia surge a principios del siglo XX como una zona habitacional destinada para población de ingresos medios, conformada por una fuerte presencia de migrantes extranjeros, en particular de judíos, quienes acostumbraban a mantener un uso de suelo mixto; viviendas unifamiliares con comercio tradicional. (Salinas, 2013). Uno de los inmuebles urbanos más representativos de esta colonia, tanto por su belleza como por la importancia para sus habitantes, es el Edificio Condesa que ocupa toda una manzana en Mazatlán número 5. Fue construido entre los años 1911 y 1925 por el arquitecto inglés George W. Cook, constaba originalmente de 152 departamentos con calefacción central. (Hernández y Meyer, 2021).

Esta área de la ciudad refleja la esencia bohemia y vanguardista de la metrópolis, con base a sus características; se ha convertido en un punto clave para locales y turistas. La Colonia Condesa se distingue por sus edificios Art Decó, parques y avenidas arboladas, es famosa por su encanto sofisticado y su atmósfera relajada. También, cuenta con una gran cantidad de cafés, bares, restaurantes y tiendas boutique de diseñadores locales. El punto central es la calle de Amsterdam aunque también son importantes las calles Nuevo León y Tamaulipas por su concentración de establecimientos culinarios y comerciales (Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, 2023).

Las características de la Colonia Condesa la convierten en una zona atractiva para ser visitada por turistas nacionales y extranjeros. Así también, grupos sociales de ingresos medios y altos tienen un gran interés en buscar la residencia dentro de esta colonia, inclusive para inversionistas privados la creciente dinámica económica es punto clave para residir en el lugar.

La creciente actividad económica la podemos englobar en: incremento de comercios y servicios y aumento en la oferta de vivienda, toda la oferta de vivienda se ha producido a partir de construcciones de edificios destinados para vivienda multifamiliar, en predios que alguna vez albergaron viviendas unifamiliares, es decir, aprovechando al máximo el uso de suelo habitacional para generar una imagen urbana más firme. El incremento de comercios y servicios se hace presente a partir de cambios de uso de un suelo habitacional por un suelo comercial y de oficinas; así como de cambios en los giros mercantiles que se pueden notar en aquellos establecimientos de “bajo impacto” que cambiaron a establecimientos de “alto impacto” (Salinas, 2013).

Dentro de la Zona Metropolitana que abarca la Colonia Condesa, se pueden encontrar diversos sitios de interés; como lo son: Parque España, Parque México, Los emblemáticos Edificios Condesa, Edificio Basurto, Edificio Casas Jardines y el Conjunto Aristos. Parque de bolsillo Condesa, Museo Histórico Judío y del Holocausto, Museo Casa del Poeta Ramón López Velarde, Mercado Michoacán, Iglesia de Coronación de Santa María Guadalupe, Foro Shakespeare, Sala Marlowe, El círculo teatral, Capilla Alfonsina y Parroquia de la Coronación. (Gobierno de la Ciudad de México, s.f.). Entre todos estos atractivos turísticos se destacan dos importantes: Parque España; es una de las áreas verdes que dan la vista a la Colonia Condesa, este parque fue la entrada anteriormente al Hipódromo de la Condesa. Fue diseñado por el arquitecto José Luis Cuevas e inaugurado el 21 de septiembre de 1921.

Actualmente a su alrededor se encuentran restaurantes y cafés que permiten el enriquecimiento de la comunidad de la colonia, aquí es muy usual ver a niños jugando, corriendo por todo el lugar. (Gobierno de la Ciudad de México, s.f.). Parque México, considerado como el parque más importante de la colonia. Fue diseñado junto con la mayor parte del vecindario, por el arquitecto José Luis Cuevas en 1925 mismo que diseñó el Parque España en 1921, pero inaugurado el 1927.

El parque posee aproximadamente 36,500 metros cuadrados y se puede decir que es uno de los parques más visitados en la ciudad. El atributo que más sobresale del parque es el Foro Lindbergh. La enorme plaza cuenta con una arquitectura de art decó, un anfiteatro al frente de una escultura del mismo estilo y una fuente con una mujer cargando dos vasijas de agua, llamada fuente de los cántaros, obra de José María Fernández Urbina. Para los visitantes extranjeros que se hospedan en la Condesa y las colonias vecinas, el parque es una visita obligada.

Ya sea que estés cruzando para llegar a otro lado o buscando algún lugar divertido y relajante, el parque es una magnífica idea (Gobierno de la Ciudad de México, s.f.).

Marco conceptual

El término turistificación según Navarrete (2022), hace alusión a la forma excesiva que ocupa el turismo y el turista en las actividades sociales, culturales, económicas e identitarias del lugar de destino. Es un concepto válido que refiere un conjunto de procesos complejos de transformación a nivel social, económico, cultural, sobre un determinado espacio geográfico (Ojeda & Kieffer, 2020). Respecto a esto, la idea de turistificación se trata de un modelo conceptual y de análisis de un espacio que se desea estudiar para ver sus dimensiones, características, cambios y espacios.

Sin embargo, para Mansilla (2019) la turistificación se entiende como la ocupación del espacio físico y la posterior transformación de este en un producto turístico para una gran cantidad de masas de consumidores. Esto quiere decir que el espacio geográfico original será modificado para satisfacer las necesidades de los turistas, sin considerar a la población nativa, al territorio en sí y al medio ambiente.

Así mismo, el término turistificación, a pesar de su importancia, hasta la fecha, agosto del 2025, sigue sin aparecer en su Diccionario de la lengua española (DLE), pero sí lo considera un término válido y se ha propuesto entre las palabras candidatas para ser incluidas en su diccionario, por otra parte esta si ha aparecido definida por una instituciones como Fundéu (2020), que lo conceptualiza como el conjunto de impactos o efectos negativos como resultado de la masificación turística sobre el tejido social de ciertos núcleos urbanos.

La turistificación de los centros urbanos es un proceso complejo y multidimensional. Según Calle Vaquero (2019), En una aproximación general, este proceso tiene cinco manifestaciones: 1. Una mayor presencia de visitantes en los espacios centrales de la ciudad; 2. El incremento de las actividades directamente vinculadas al consumo turístico; 3. La reorientación de una gama cada vez más amplia de negocios a la clientela foránea; 4. La conversión de la vivienda en una nueva mercancía turística; y 5. La creación de un paisaje o escena urbana donde predominan elementos turísticos. En unos casos este proceso de turistificación sólo implica una intensificación de fenómenos de largo recorrido; en otros,

responde a mutaciones más recientes de la actividad turística, de alcance todavía incierto.

Se denomina turista a la persona que viaja hacia un determinado sitio, por lo general lejano y de manera temporal, para realizar actividades turísticas. Los turistas son los que viajan hacia un lugar ajeno a su residencia por diferentes motivos, también son consumidores principales de un producto turístico. Las actividades que realiza un turista, son tan variadas como la cantidad de tipologías de turismo que existen. Para que una persona se considere turista en un viaje, este debe permanecer más de 24 horas y no más de 6 meses en el lugar de destino.

Tipos de turistas según su actividad de acuerdo al artículo ¿Qué es un turista? Concepto, características y tipos, de la revista digital europea Ceupe (2022), se reconocen ocho tipos de turista según su actividad:

Turista recreativo: Se refiere al turista que tiene como propósito entretenerse o divertirse. Entre los turismos que practican, se encuentra el turismo de sol y playa.

Turista cultural: Es el turista motivado por conocer y aprender de las cualidades culturales de un sitio turístico. Es lo que se conoce como Turismo cultural, y dentro de esta tipología, existen muchas más, tal como el turismo etnográfico y el turismo de idiomas.

Turista de salud: Es el turista que lleva a cabo actividades turísticas por razones de salud. Este turismo engloba la cirugía, fisioterapia, logopedia, psicoterapia, tratamiento dental, prótesis, ortopedia, tratamientos estéticos, etc. Es conocido como Turismo de salud.

Turista gastronómico: Es aquel que se enfoca en la cultura culinaria de un sitio turístico. Consiste principalmente en la degustación de la comida gastronómica de un destino, así como el estudio de sus platillos típicos. Estas actividades están representadas bajo el Turismo gastronómico.

Turista científico: Es la persona que se centra en la divulgación y obtención de conocimientos científicos dentro de una zona turística. Se caracteriza por aprovechar las virtudes del destino turístico para transmitir información de carácter científico, o bien para obtenerlo. Estas actividades aluden al Turismo científico.

Turista ecológico: Se refiere al turista que realiza actividades al aire libre mientras preserva el medio

ambiente. Se conoce como Turismo ecológico o Ecoturismo.

Turista arqueológico: Es el viajero cuyas actividades se caracterizan por contemplar y estudiar los elementos arqueológicos de un sitio turístico. Entre sus intereses, están: yacimientos arqueológicos, museos, monumentos, patrimonios arquitectónicos, ruinas y asentamientos arqueológicos. Son las actividades que pertenecen al Turismo arqueológico.

Turista religioso: Es aquel que lleva a cabo prácticas de carácter religioso. Entre las actividades están: Visitas a lugares sagrados, reuniones religiosas, escuchar oraciones religiosas, etc. Esta variante se conoce como Turismo religioso. (Ceupe, A. 2022, 26 abril).

El turista de shopping es el visitante cuya motivación principal o complementaria del viaje es la adquisición de bienes, productos o servicios (Central Interactiva, 2024). Las motivaciones de este turista al viajar son las compras y el deseo de obtener productos exclusivos, servicios únicos o bienes a precios favorables (ya sea por bajos impuestos o descuentos de temporada).

Generalmente, tiene un gasto promedio superior al de otros tipos de turistas, ya que ve las compras como una actividad principal de ocio y disfrute en el destino.

Por último su viaje no solo incluye la transacción de compra, sino también el disfrute y el ocio que acompañan a esta actividad, abarcando desde mercados tradicionales y outlets hasta tiendas de lujo y complejos comerciales.

El desplazamiento se refiere a la situación en la que las personas "se han visto forzadas u obligadas a huir o a abandonar su hogar o su lugar de residencia habitual, en particular como consecuencia o para evitar los efectos de un conflicto armado, de situaciones de violencia generalizada, de violaciones de los derechos humanos o de catástrofes (GNDR. (2023, 30 noviembre).

Los conflictos sociales son definidos como situaciones en la que dos o más actores persiguen objetivos que consideran mutuamente interdependientes pero incompatibles. Esto significa que, para las partes, el logro de los objetivos de una de ellas se produciría a expensas de los objetivos de la otra. Si bien los conflictos sociales tienen el potencial de disminuir el bienestar de las personas y sociedades (por ejemplo, conflictos destructivos) especialmente cuando son sistemáticamente violentos, estas afectaciones no ocurren de manera inherente.

Por el contrario, en muchos casos, el conflicto ha sido reconocido como necesario para lograr una mejora en la relación entre las partes, aumentando su bienestar (por ejemplo, conflictos constructivos). La diferenciación entre un conflicto constructivo y destructivo se da a partir de los comportamientos que las partes involucradas toman a lo largo de su desarrollo. (Andres, 2021).

Transformación: Las condiciones de cambio se generan por decisiones o por crisis. La transformación, implica la creación de nuevas condiciones de vida que permitan una adaptación activa a las exigencias del entorno. En la actualidad tenemos varios desafíos latentes, que requieren de decisiones urgentes desde políticas públicas hasta cambios de hábitos en cada uno de nosotros, porque el tiempo apremia. (Francisco Vásquez.2021).

Calidad de vida general definida como el bienestar personal derivado de la satisfacción o insatisfacción con áreas que son importantes para él o ella. Ferrans (1990) Define en términos de satisfacción de necesidades en las esferas física, psicológica, social, de actividades, material y estructural. Hornquist (1982).

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Turista	Persona que viaja hacia un determinado sitio, por lo general lejano y de manera temporal, para realizar actividades turísticas.
Turistificación	Conjunto de impactos o efectos negativos como resultado de la masificación turística sobre el tejido social de ciertos núcleos urbanos.
Desplazamiento	Situación en la que las personas se han visto forzadas u obligadas a huir o a abandonar su hogar o su lugar de residencia habitual.
Transformación	Las condiciones de cambio se generan por decisiones o por crisis. La transformación, implica la creación de nuevas condiciones de vida que permitan una adaptación.
Conflictos sociales	Situaciones en la que dos o más actores persiguen objetivos que consideran mutuamente interdependientes pero incompatibles.

**Figura 1. Conceptos
Elaboración propia**

El Marketing Digital se define como el conjunto de estrategias y tácticas comerciales que se ejecutan a través de los diversos canales y medios digitales (internet, redes sociales, correo electrónico, aplicaciones móviles, motores de búsqueda, etc.), con el fin de promover productos, servicios o marcas, y, fundamentalmente, conectar con audiencias específicas para lograr los objetivos de negocio de una organización (Cepeda & Gómez, 2021).

Marco metodológico

La Condesa es una colonia ubicada en la Alcaldía Cuauhtémoc, Ciudad de México, México que ha experimentado un proceso de turistificación en las últimas décadas debido al aumento de precios, el desplazamiento de residentes locales y la sustitución de viviendas por hospedajes turísticos, alterando así el perfil sociodemográfico de la colonia, cambiando el consumo y el mercado laboral hacia un modelo enfocado en el turismo, lo que lo convierte en un caso de estudio relevante para analizar los impactos de este proceso.

De esa forma es que el estudio se orienta desde una perspectiva mixta, tipo transversal, que busca obtener información previa a un estudio realizado a los impactos sociales que se presentan en la población local, a través de la turistificación en la Colonia Condesa, a partir del uso del marketing digital. Junto con ello teniendo un estudio deductivo donde se parte de una teoría general, derivando así en una hipótesis. Además, el estudio transversal permite el análisis de datos de la población, esto mediante una investigación cuantitativa que permite abordar el tema de investigación describiendo ciertas características, comportamientos o condiciones que se dan en una muestra de población en un tiempo determinado, la población de esta investigación son los habitantes de la Colonia Condesa.

Por otra parte, además se aplicó como instrumento de recogida de datos en el trabajo de campo encuestas para poder reconocer las condiciones actuales en las que se encuentra la Colonia Condesa, desde los puntos de vista de la comunidad anfitriona, con la finalidad de recabar datos respecto a su percepción, grado de satisfacción, cómo observan y ocupan la infraestructura, marketing digital, las condiciones de su vida cotidiana y a lo que se enfrentan actualmente la población local de la Colonia Condesa a partir del incremento de la afluencia turística por la alta demanda que se genera y lo que conlleva con los impactos que se derivan de acciones propias de varias actividad como lo es la turistificación.

Cabe señalar que los cuestionamientos del instrumento dirigido a la población se tomaron en consideración las variables que correspondían a cada rubro, es decir, los temas que se abordaron a los pobladores con el fin común de saber su opinión, conocimiento y experiencia sobre la temática que plantea este estudio.

En este caso, como ya se mencionó se emplean instrumentos de investigación estructurados, se seleccionó un muestreo estadístico de tipo aleatorio simple, para ello se llevó a cabo cuestionarios a profundidad con 93 habitantes locales de la zona, esto con la finalidad de utilizar la investigación descriptiva para conseguir y explicar datos de la población local mediante la aplicación de encuestas con base en el fenómeno conocido como turistificación presentado en la Colonia Condesa, ubicada en la alcaldía Cuauhtémoc.

Además, los resultados se basan en muestras representativas de la población, lo que garantiza la validez y confiabilidad de las conclusiones extraídas. Pues esto busca tener una perspectiva rigurosa y sistemática que permite obtener resultados que son significativos y aplicables en diversos contextos científicos y prácticos.

Se tomó en cuenta que para esta investigación se tuvo que depender de la disponibilidad y accesibilidad a la información con los actores locales. En este caso, fue viable tener información accesible en fuentes primarias y secundarias, el proceso de recopilación de datos y análisis se pudo llevar a cabo de manera eficiente en este lapso.

Del mismo modo, la cercanía con pobladores clave en la facilitó permear en aspectos de economía y desarrollo local, para obtener información adicional, por lo tanto, se interpretarán los resultados obtenidos en la investigación de campo y se establecerán conclusiones y recomendaciones a partir de ellos desarrollada por Ildefonso Cerdá en el siglo XIX (Medina Sánchez, 2024), mismo quien durante el siglo XIX, de acuerdo con (Quesada, 2024), Ildefonso Cerdá fue un ingeniero, urbanista y político español que diseñó el Plan Cerdá para la expansión de Barcelona, considerado un proyecto pionero del urbanismo moderno. Su obra más importante, la Teoría general de la urbanización (1867), abogó por ciudades planificadas, saludables y equitativas, con énfasis en la luz, la ventilación y los espacios verdes para mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Con relación a ello y de acuerdo con Arturo Soria y Puig (1996), son cuatro las fases que integran a la teoría general de la urbanización: La primera etapa comprende el período 1855-1859, en el cual Cerdá se ocupa de la vivienda y sus problemas, acuciantes ya en ciudades industriales.

La segunda etapa (1860-1863) profundiza en cuestiones relacionadas con la circulación; la primera ley de la

vialidad o la continuidad del movimiento -peatonal, rodado, ferroviario-. Sienta las bases de su filosofía de la historia de la urbanización: cada nuevo modo de locomoción determina otra forma de urbanización. Este período se recoge bajo el epígrafe "La base facultativa de la urbanización", donde se repasan los textos dedicados al concepto de calle y su doble función: como vía pública y como patio y parte constitutiva, esencial, inseparable de la casa.

La tercera etapa (1864-19647) la conforman los textos relativos a la "Teoría de la urbanización", en la que Cerdá integra vivienda y circulación y donde juega un papel fundamental el concepto de entrevías, neologismo con el que designó la manzana. Cerdá decía que las vías forman redes y los problemas de circulación se analizan y resuelven desde una perspectiva global. A las calles y sus elementos se dedican los capítulos referentes a trazados, tramos, nudos y a las entrevías que, como espacios acotados por los tramos y nudos, definen la forma, magnitud y asolamiento de las manzanas.

Finalmente, en la cuarta etapa, que incluye el período 1866-1876, Cerdá desarrolla una teoría sobre el conjunto del territorio, llevando a sus últimas consecuencias nociones y metas formuladas al analizar la urbanización. Seguido de ello, Cerdán decía que las vías forman redes y que los problemas de circulación se analizan y se resuelven desde una perspectiva global para ello el estudio de estas vías arrojarían ventajas y desventajas. Con eso, lo que deseaba Cerdán era dimensionar una entidad que atendiera las necesidades de la habitabilidad, viabilidad y que sirviera de modo de crecimiento de la ciudad (Quezada, 2024).

Derivado de lo anterior, en consideración de la teoría general de la urbanización se hace la relación con el estudio de caso de la colonia Condesa en ciudad de México, a lo que se tiene que la urbanización va de la mano con la turistificación por cambio del espacio geográfico de dicho pueblo al percatarse que con el paso de las décadas este gran lugar a tenido un cambio significativo en todo lo que se puede observar y además en sus desafíos e implicaciones que se ha sometido con el tiempo, como también sobre las ventajas y desventajas que lo ha llevado a ser un destino altamente turístico y sobre demandado por los extranjeros.

De tal forma, la metodología descriptiva cuantitativa, y con apoyo a la teoría de la urbanización, pretenden complementarse al dar conocimiento de los cambios que se han tenido con la turistificación en la colonia de la ciudad de México, lo que se desea saber cuáles son sus

desafíos e implicaciones en el impacto de la turistificación, se emplean instrumentos de investigación estructurados, como cuestionario, para recopilar datos de manera uniforme y consistente, en el cuestionario se estructuraron preguntas cerradas de opción múltiple en donde se abordaron las variables:

Población, Muestra y Muestreo

La población (N) objeto de estudio, la constituyen los pobladores. N= 8,450 habitantes (Data México, 2022). Una muestra en el contexto de la investigación cuantitativa es un subconjunto seleccionado de una población más amplia que se estudia para obtener conclusiones sobre esa población en su conjunto, siendo un grupo representativo de individuos, elementos o unidades que se eligen deliberadamente para ser estudiados en lugar de investigar a todos los miembros de la población completa.

Dentro de este enfoque se aplica la siguiente fórmula matemática estadística que permite determinar el tamaño de las muestras representativas de la población, turistas y población local.

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Cuestionario 1. Población local

Donde:

n= muestra.

N= Tamaño de la población o universo. Tiene 8,450 habitantes en la Colonia Condesa (Data México, 2022).

i= Error imprevisto o incontrolado, toma valores de 1 hasta 10%

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

Z= Estadígrafo de la Curva Normal Gaussiana, al 95% de confianza y un 5% de error admitido. Z = 1.96 (Marchal, 2019).

Teniendo como resultado de la muestra a 93 pobladores, a los cuales se le aplica el instrumento de recogida de datos (cuestionario diseñado).

Dentro de la investigación, se toma en cuenta el muestreo probabilístico estratificado proporcional, el cual implica seleccionar una muestra dividiendo la población en subgrupos homogéneos y luego tomando una muestra de cada estrato en una cantidad proporcional a su tamaño en la población total. Este diseño se utiliza para describir

24 –30 de octubre de 2025

características de una población o para explorar relaciones entre variables en un momento específico, sin manipular ninguna variable independiente (Hernández - Sampieri y Mendoza, 2018).

Análisis de resultados

Conforme a los resultados obtenidos por las encuestas realizadas a los locales y ajenos que residen en la colonia Condesa, es importante mostrar que la percepción acerca del impacto generado por el turismo ha sido mayormente negativo. Del total de las personas encuestadas de la población local, el 57% de ellas menciona que durante los últimos años ha notado un aumento significativo de turistas en la colonia Condesa, además un 42% menciona estar de acuerdo en que el turismo ha provocado el desplazamiento de los residentes locales.

Ya que nos mencionan que los costos de vivienda han aumentado, gracias a la llegada de turistas en su mayoría extranjeros. Estos cuentan con un mayor poder adquisitivo, lo que provoca que inviertan en vivienda y servicios y estos aumenten sus costos tanto a ellos como a la población, la dificultad de esto es que no todos los originarios de la zona cuentan con capacidad de compra suficiente para cubrir servicios de vivienda o alimentación.

Agregando a lo anterior, el 27% de los residentes está de acuerdo en que la infraestructura turística ha crecido, un 43% está totalmente de acuerdo se está convirtiendo en lugar para turistas, más que para residentes locales, el 31% concuerda en que el turismo ha beneficiado a la economía local.

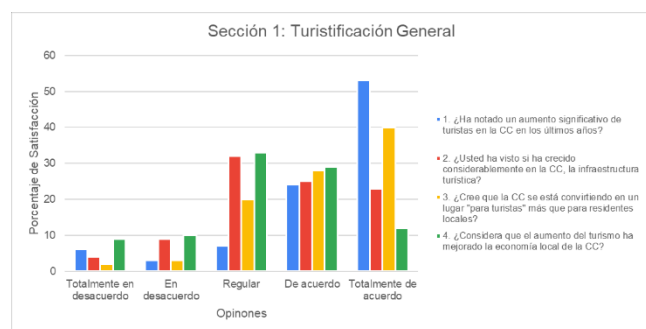


Figura 1. Turistificación general de la Colonia Condesa.
Fuente. Elaboración propia.

En adición, un 49% aclara estar totalmente de acuerdo respecto a que los precios de renta de vivienda han aumentado significativamente debido al turismo. El 39% está totalmente de acuerdo en que debido al turismo se

ha provocado el desplazamiento de residentes locales a otras colonias.

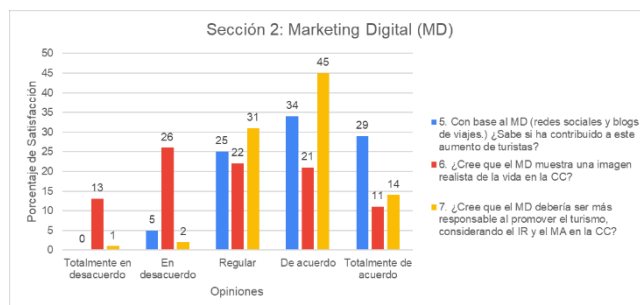


Figura 2. Marketing Digital de la Colonia Condesa.
Fuente. Elaboración propia.

El Marketing Digital (MD) fue otro tema abordado en las encuestas, a lo que el 37% de los residentes locales respondieron estar de acuerdo en que redes sociales así como blogs de viajes han contribuido significativamente al aumento de turistas, un 24% opina que el MD no muestra una imagen realista de la vida en la Condesa y, otro % está de acuerdo en que el MD debería ser más responsable al promover el turismo considerando el impacto en los residentes locales y el medio ambiente local de la colonia Condesa.

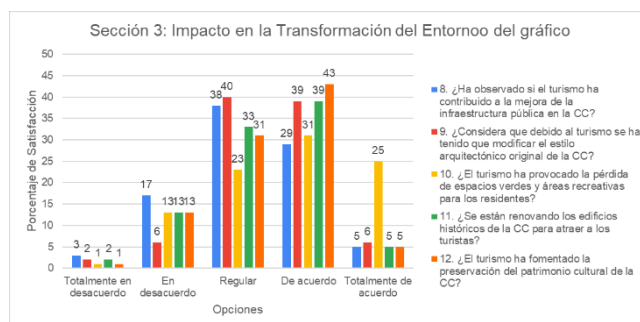


Figura 3. Impacto en la Transformación de la Colonia Condesa.
Fuente. Elaboración propia.

El 43% considera que es difícil para los residentes locales encontrar vivienda accesible, un 39% considera que ha provocado el desplazamiento de personas a lugares circundantes, un 37% está totalmente de acuerdo que los negocios tradicionales están siendo desplazados por negocios orientados al turismo y el 35% está totalmente de acuerdo en que la colonia Condesa está perdiendo su identidad local debido al turismo.

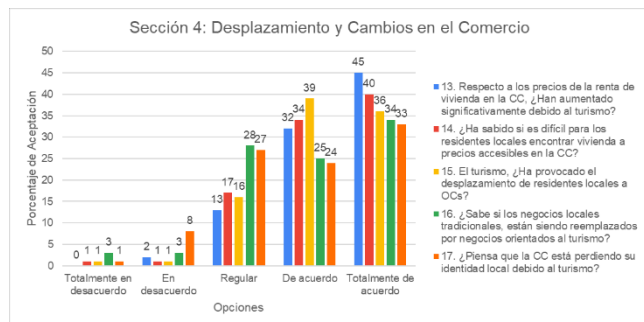


Figura 4. Desplazamiento y cambios en el comercio de la Colonia Condesa.
Fuente. Elaboración propia.

Por otra parte, se les preguntó a los residentes locales acerca de los conflictos sociales y la calidad de vida, a lo cual un 38% respondieron que están de acuerdo en que el turismo ha generado conflictos entre residentes y turistas, el 37% respondió que, en cuanto al aumento del tráfico relacionado al turismo, este ha generado problemas en las calles y establecimientos. En cuanto al ruido y la contaminación, un 36% de la población está de acuerdo en que existe un problema. Además, el 34% está totalmente de acuerdo en que servicios públicos como agua, recolección de desechos y predial están siendo sobrecargados y se han vuelto más costosos debido al turismo.

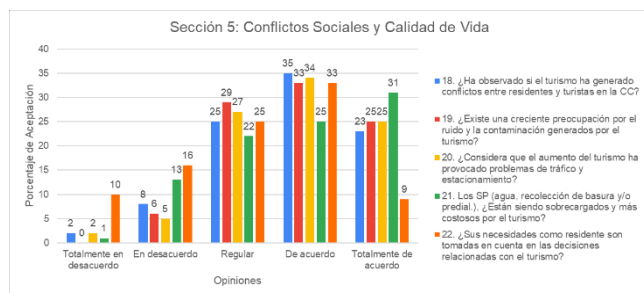


Figura 5. Conflictos sociales y Calidad de vida de la Colonia Condesa.
Fuente. Elaboración propia.

Cabe señalar que la colonia Condesa al ser un sitio altamente turístico, el 32% de los residentes locales encuestados, está de acuerdo en que el turismo ha contribuido a la mejora de la infraestructura pública, otro 46% está de acuerdo con que el turismo ha fomentado la preservación del patrimonio cultural de la colonia y, un 42% está de acuerdo en que gracias a los turistas, los edificios históricos locales han sufrido algún proceso de renovación, sin embargo, debido al turismo se ha tenido que modificar el estilo arquitectónico original.

También consideran que la capacidad de carga ha aumentado y que, al ser parte del corazón de la ciudad de México, la colonia Condesa necesita mejorar la optimización de áreas y espacios públicos, los cuales son puntos de gran afluencia turística como lo es el caso de estacionamientos y áreas verdes, tan solo el 33% está de acuerdo en que el turismo ha provocado la disminución de espacios verdes y áreas recreativas para los residentes.

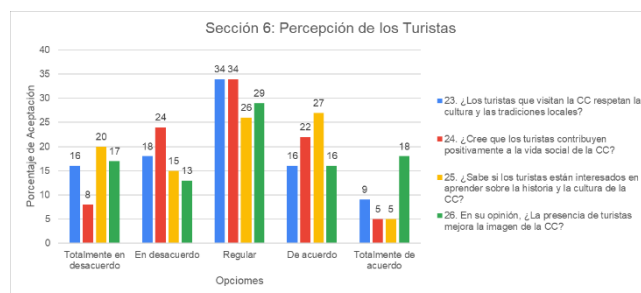


Figura 5. Percepción de los turistas en cuanto a la Colonia Condesa.
Fuente. Elaboración propia.

Ahora bien, en cuanto a la preocupación por parte de los turistas hacia con la colonia Condesa, el 37% de los pobladores locales dice estar parcialmente de acuerdo en que los turistas que visitan la colonia respetan la cultura y las tradiciones locales, el 24% está de acuerdo en que los turistas contribuyen positivamente a la vida social, un 29% dice estar de acuerdo respecto al genuino interés de los turistas en aprender acerca de la cultura y las tradiciones locales. Por el contrario, sólo un 17% de la población local está de acuerdo en que la presencia de turistas en la colonia Condesa mejora su imagen.

En síntesis, se puede destacar que el marketing digital como herramienta de apoyo en la elección de destinos turísticos, en particular en la Colonia Condesa ha tomado gran relevancia debido al auge de las Tecnologías de la información y comunicaciones (TIC'S) las cuales han revolucionado la manera, en que los visitantes pueden conocer a detalle y reservar los bienes, servicios y productos turísticos de su interés, predominando en las preferencias de uso las redes sociales y videoblogs que facilitan la compra rápida para un consumo seguro que brinde cercanía del consumidor con el sitio de su interés. Esto principalmente porque las generaciones actuales son nativos de las TIC'S lo que produce una necesidad de mayor agilidad en los procesos de compra, sobre todo porque la mayoría de la población cuenta con un dispositivo electrónico que facilita el acceso a plataformas y páginas web.

Además, debido al creciente uso de difusión y promoción que ocupan los prestadores de servicios turísticos, como alojamiento, alimentos y bebidas, transportación y los comercios en general en plataformas digitales que favorecen la visibilización de su oferta al abarcar un mayor mercado en corto tiempo y lo que beneficia sus alcances en la competitividad con establecimientos que aún no se insertan en ocupar el marketing digital.

Lo anterior expone los cambios que el marketing digital puede alcanzar para facilitar la experiencia de consumo de los visitantes, no obstante al masificarse se crea una demanda desproporcionada, lo que refleja el incremento exponencial de turistas a un lugar como es el caso de la Colonia Condesa en donde precisamente, por ese flujo turístico se observa el fenómeno de la turistificación que impacta en un exceso de carga turística ampliando el consumo de servicios y asistencia a los comercios de esta zona en horario matutino, vespertino y nocturno, es decir casi todo el tiempo y sobre todo fines de semana, se percibe movimiento permanente de turistas. Es así que esta amplia demanda impacta en la calidad de vida de los residentes, debido a que se aplica la premisa de mayor demanda mayor costo, lo cual vive en su vida diaria, ya que los servicios básicos aumentan sus costos al ubicarse como un sitio de alta demanda, propiciando también una mezcla de costumbres, ideas y distintas formas de pensamiento y actuar, lo que conlleva a transformaciones e interculturalidad entre los habitantes y los visitantes, propiciando pérdida de identidad y problemas sociales para la población del lugar.

Por otro lado, cabe mencionar que los turistas llegan a la Colonia Condesa con sus propias creencias y cultura lo que modifica la cotidianidad y estructura cultural de los residentes de esta zona. Los turistas se centran en actividades al aire libre, por ejemplo yoga y paseo en bicicleta; o en la vida nocturna de la localidad, lo que provoca que los espacios sean adaptados a sus necesidades como turistas y modifica tanto cultura como costos para los residentes de la localidad.

Al mismo margen, es por estas adaptaciones que los lugares son más atractivos para los turistas ya que se sienten más identificados o cercanos a su cultura. Ante este cambio los residentes están inconformes, aunque se menciona que es una zona segura para habitar, los cambios culturales y modificaciones en costos les afecta como residentes de la localidad, lo que les orilla a abandonar su lugar de origen, en este caso la Colonia Condesa.

Conclusiones

La turistificación es un fenómeno cada vez más común en los destinos como la Colonia Condesa, plantea importantes cuestionamientos sobre el equilibrio entre el desarrollo turístico y la calidad de vida local. Además, es un tema muy extenso y lleno de información por retomar por lo que, a través de encuestas, los residentes han expresado sus preocupaciones y experiencias personales, arrojando una realidad compleja y a menudo crítica, de la cual podemos destacar la percepción de los pobladores de acuerdo a su experiencia en el proceso de cambio y evolución que la actividad turística ha presentado durante los últimos años, expresando que, si resienten las transformaciones cruciales en su modo de vida.

Así mismo, como se mencionó anteriormente, las encuestas realizadas en la Colonia Condesa revelan que, aunque el turismo ha traído un aumento en los ingresos, también ha llevado consigo una serie de desafíos que amenazan la calidad de vida de los residentes, las validaciones que se le han dado en la vida cotidiana en la comunidad local respecto al movimiento masivo de turistas disminuyen la calidad en la tranquilidad del residente que radican en la zona. La modificación en la vida local es innegable, en este sentido, la turistificación ha llevado al encarecimiento de la vivienda y al desplazamiento de los habitantes de bajos ingresos, lo que ha generado una creciente desigualdad económica en la zona, más sin embargo la lucha por la preservación de la autenticidad cultural y la identidad local se ha vuelto una tarea cada vez más difícil.

La turistificación es un problema y esta problemática ha provocado el desplazamiento de varios locatarios que por razones económicas han abandonado el lugar. Es por eso, que con ello cada vez se debe de tomar conciencia para que estos mismos locatarios puedan seguir viviendo en sus lugares de origen sin ser desplazados, así como también deben las autoridades pertinentes hacer el paso de lo que pasa dentro de las comunidades ya que es muy importante para darle estabilidad al lugar y a las personas que son residentes de un mismo lugar puedan quedarse en ese lugar ya que estas personas conocen el lugar y eso crea un conocimiento que va de generación a generación.

Definitivamente existe una evolución en cuanto a los espacios públicos y de vivienda, así mismo, consta de una gran transformación en cuanto a la oferta de productos y servicios por la presencia de

establecimientos como hoteles y restaurantes de alta gama e incluso las modificaciones que se realizaron a casas para adaptarlas como un lugar de hospedaje, dicho desarrollo trajo consigo mayor reconocimiento y a su vez mayor publicidad que cada vez capta un mayor número de visitantes pero todos los beneficios tienen un enfoque en los turistas o los nuevos residentes.

Sin duda alguna, el trabajo y las ventajas económicas incrementaron para los prestadores de servicios, pero al mismo tiempo el crecimiento constante de la competencia provoca problemas para residentes locales que tienen negocios haciendo que no tengan tantos beneficios por parte del turismo que llega a comparación con negocios más lujosos o con mejor ubicación.

Estas problemáticas van de la mano con lo que menciona nuestro objetivo principal, el marketing digital aporta a la turistificación en la Colonia Condesa, ya que influye en el cambio de vida, cultura e infraestructura para los residentes, porque los turistas que deciden habitar en esta zona suelen publicar su propia vida y cultura que ellos llegan a implantar y no la vida cotidiana y raíces de los residentes de la comunidad

Es por eso, que con ello cada vez se debe de tomar conciencia para que estos mismos locatarios puedan seguir viviendo en sus lugares de origen sin ser desplazados, así como también deben las autoridades pertinentes hacer el paso de lo que pasa dentro de las comunidades ya que es muy importante para darle estabilidad al lugar y a las personas que son residentes de un mismo lugar puedan quedarse en ese lugar ya que estas personas conocen el lugar y eso crea un conocimiento que va de generación a generación.

Los resultados obtenidos a partir del análisis de datos confirman la hipótesis antes planteada, la cual postulaba, si las estrategias de marketing digital, especialmente la promoción en redes sociales, no se gestionan adecuadamente, el aumento del interés turístico en la Colonia Condesa podría aumentar la turistificación, lo que a su vez provocaría un incremento en los costos de bienes y servicios, así como la alteración de la identidad cultural de la colonia.

Ya que un 37% de los encuestados comentó que está de acuerdo que el marketing en redes sociales mostraba una cotidianidad poco realista de la vida en la condesa. Ya que solo se muestra la vida de los turistas y no la realidad que viven los habitantes de esta localidad.

De igual forma el 34% de los pobladores mostraron acuerdo en el incremento de precios en los servicios básicos, un 38% de la comunidad encuestada está de acuerdo que el turismo, ha alterado la identidad de la colonia a través de conflictos entre turistas y residentes.

Es por ello que a través de estos datos obtenidos la hipótesis planteada en este estudio se confirma.

Referencias

- [1] Aguirre Aguilar, G. (2017). La colonia La Condesa en Ciudad de México: Conceptos y productores de lugar. Obtenido de Revista Bitácora Urbano Territorial: <https://www.redalyc.org/pdf/748/74853485012.pdf>
- [2] Calle Vaquero, M. de la. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 83, 2829, 1–40. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2829>
- [3] Carrillo, L. G., Cuevas Contreras, T., & Faugier Fuentes, E. (2025). Efecto de la gentrificación en la mercadotecnia del turismo de ocio en las Colonia Condesa de la Ciudad de México (CDMX). RITUR – Revista Iberoamericana de Turismo, 15(1), 68–80. <https://doi.org/10.28998/ritur.V15.N1.A2025.pp68-80.18621>
- [4] Ceupe, A. (2022, 26 abril). Ceupe. Ceupe. <https://www.ceupe.com/blog/turista.html>
- [5] Contreras Juárez, Y., Villar Calvo, A. J., & Cruz García, L. A. (10 de Agosto de 2025). Cambiando la vida del vecindario: Gentrificación y turismo en la colonia La Condesa, CDMX. Obtenido de redalyc: <https://www.redalyc.org/journal/401/40176292002/html/>
- [6] Espinosa Martínez, R. (2023). Gentrificación en el Eje Roma - Condesa: Percepciones y Experiencias de los Diferentes Residentes de la Zona [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma Metropolitana]. Repositorio Institucional UAM-Xochimilco. <https://repositorio.xoc.uam.mx/jspui/handle/123456789/43503>
- [7] GNDR. (2023, 30 noviembre). Terminología del desplazamiento. GNDR. <https://www.gndr.org/es/displacement-terminology/#:~:text=El%20desplazamiento%20se%20refiere%20a,de%20cat%C3%A1strofes%22%20%5B2%5D.>
- [8] Gobierno de la Ciudad de México. (s.f.). Diagnóstico Territorial. Obtenido de Alcaldía Cuauhtémoc: <https://historico.alcaldiacuauhtemoc.mx/diagnostico-territorial/>
- [9] Gobierno de la Ciudad de México. (s.f.). Parque España – Condesa. Obtenido de Alcaldía Cuauhtémoc: <https://historico.alcaldiacuauhtemoc.mx/nope/parque-espana-condesa/>

24 –30 de octubre de 2025

- [10] Gobierno de la Ciudad de México. (s.f.). Parque México. Obtenido de México City: <https://mexicocity.cdmx.gob.mx/venues/parque-mexico/?lang=es>
- [11] Gobierno de la Ciudad de México. (s.f.). Condesa. Obtenido de Alcaldía Cuauhtémoc: <https://historico.alcaldiacuauhtemoc.mx/nope/colonia-condesa/>
- [12] Hernández Cordero, A. (Diciembre de 2021). Gentrificación y turistificación: origen común, efectos diferentes. Obtenido de dimensiones turísticas: <https://dimensionesturisticas.amiturismo.org/wp-content/uploads/2021/08/DT-V5N9-Nota-Critica-128-137.pdf>
- [13] Hernández, A., & Meye, M. (2021). Nuestra Historia: Alcaldía Cuauhtémoc. Obtenido de Alcaldía Cuauhtémoc: https://alcaldiacuauhtemoc.mx/wp-content/uploads/2021/09/Cuauhtemoc_caballo_baja.pdf
- [14] Invitada, C. (s. f.). Crisis del turismo de masas. El Heraldo de México. <https://heraldodemexico.com.mx/opinion/2024/5/25/crisis-del-turismo-de-masas-606337.html>
- [15] Juárez, Y. C., Calvo, A. J. V., & García, L. A. C. (2024). Cambiando la vida del vecindario: gentrificación y turismo en la colonia La Condesa, CDMX. Quivera. Revista de Estudios Territoriales, 26(1), 21-44.
- [16] Larios Gómez, E. (3 de marzo de 2025). Gentrificación gastronómica desde la gourmetización, la turistización y el marketing: ¿Inclusión o exclusión de la identidad? Obtenido de spinor: <https://spinor.buap.mx/index.php/revista/article/view/99/99>
- [17] M, A. U., & Caqueo-Urizar, A. (2012). Calidad de vida: Una revisión teórica del concepto. Terapia Psicológica, 30(1), 61–71. <https://doi.org/10.4067/s0718-48082012000100006>
- [18] Medina Sánchez, R. I., Flores Amador, C., & Bolaños Rodríguez, E. (2024). Turistificación, desafíos e implicaciones. Caso de estudio Mineral del Chico en el Estado de Hidalgo, México. Boletín Científico INVESTIGIUM De la Escuela Superior De Tizayuca, 10(Especial), 138–147. <https://doi.org/10.29057/est.v10iEspecial.13556>
- [19] Olmedo-Neri, R. A. (2024). Nuevos residentes, nuevos paladares: transformaciones espaciales y comerciales en Ciudad de México. Íconos. Revista de Ciencias Sociales, (80), 177-198.
- [20] S.A. (S.F.). Alcaldías de la CDMX. Obtenido de CDMX Alcaldías, recuperado el 19 de agosto del 2025 de <https://alcaldias.diariodemexico.com/>
- [21] Salinas Arreortua, L. A. (2 de Mayo de 2013). La gentrificación de la colonia Condesa, Ciudad de México. Aporte para una discusión desde Latinoamérica. Obtenido de Revistas UNA: <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/view/5993/5891>
- [22] Salinas Arreortua, L. A. (2013). La Gentrificación de la Colonia Condesa, Ciudad de México. Aporte para una discusión desde Latinoamérica. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/4517/451744542007.pdf>
- [23] Salinas Arreortua, L. A. (Marzo/Abril de 2014). Transformaciones urbanas en el contexto neoliberal. La Colonia Condesa en la Ciudad de México. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5218672>
- [24] Secretaria De Turismo de la Ciudad de México. (2023). Guía Turística de la Ciudad De México. Obtenido de Secretaria De Turismo de la CDMX: https://www.turismo.cdmx.gob.mx/storage/app/media/guia_turistica/final_espanol_formato_guia_turistica.pdf
- [25] Transformación del entorno. (n.d.). El Informador. <https://www.elinformador.com.co/index.php/opinion/39-columnas-de-opinion/256456-transformacion-del-entorno>
- [26] Turismo en México – Datos estadísticos. (2025, June 27). Statista. Retrieved August 19, 2025, from <https://es.statista.com/temas/6958/turismo-en-mexico/#topicOverview>
- [27]. Andres, B. (18 de Septiembre de 2021). *Conflicto social 2021: retos y oportunidades desde el sector privado*. Obtenido de A Profundidad: <https://www.uniandes.edu.co/es/noticias/gobierno-y-politica/conflicto-social-2021-retos-y-oportunidades-desde-el-sector-privado#:~:text=Los%20conflictos%20sociales%20son%20definidos,los%20objetivos%20de%20la%20otra>
- [28] Lozano-Torres, B. V., Toro-Espinoza, M. F., & Calderón-Argoti, D. J. (2021). El marketing digital: Herramientas y tendencias actuales. Dominio de las Ciencias, 7(6), 907–921. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383788>
- [29] Maximizando el potencial del turismo de shopping: Estrategias para experiencias impactantes y desarrollo económico local. ABASTUR hub. <https://www.abasturhub.com/nota/turismo/maximizando-el-potencial-del-turismo-de-shopping>