

Nuestro Turismo

EL GRAN MOTOR DE LA
ECONOMÍA NACIONAL

Turismo 2040

POLÍTICA TURÍSTICA DE ESTADO

5 Objetivos de
Política Pública

Secretaría de Turismo

SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO



Nuestro Turismo, el gran motor de la economía nacional

Primera edición: Noviembre, 2018

D. R.© 2018, Secretaría de Turismo

Queda rigurosamente prohibida, sin autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas por las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía, el tratamiento informático, así como la distribución de ejemplares de la misma mediante alquiler o préstamo públicos.

Autoría:

Coordinación de Asesores del Secretario de Turismo

Impreso en México / Printed in Mexico

ÍNDICE

PRÓLOGO		8
CONTENIDO Y RESUMEN		14
I. GENERALIDADES	1. Definiciones	22
	2. El Turismo en el Mundo	26
II. EL MERCADO TURÍSTICO DE MÉXICO	1. El Turismo Internacional	33
	2. El Turismo Nacional	52
III. IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL EMPLEO	1. El Empleo Turístico	62
	2. El Empleo Turístico en México	64
IV. IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE MÉXICO	1. El PIB Turístico	70
V. CINCO OBJETIVOS DE POLÍTICA PÚBLICA	1. Garantizar la Seguridad del Turista y Mejorar la Imagen del País	84
	2. Consolidar a México como el 5° País más Visitado del Mundo y el 10° con más Divisas Turísticas	90
	3. Incrementar la Competitividad de los Destinos Turísticos	98
	4. Mejorar el Nivel de Vida de la Población en las Localidades Turísticas	106
	5. Desarrollo Turístico Sustentable	112
CONCLUSIONES		118
ANEXO		122

PRÓLOGO

NUESTRO TURISMO: EL GRAN MOTOR DE LA ECONOMÍA NACIONAL

El turismo se ha convertido en una alternativa real para el desarrollo y la modernización de comunidades, ciudades y regiones enteras. Esto es evidente en muchos destinos en donde existen pocas alternativas productivas, pero cuentan con una gran riqueza en activos culturales y naturales alrededor de la cual se ha logrado desarrollar una industria turística como principal vocación económica.

En ese sentido, el turismo representa una gran oportunidad para regiones que se han visto al margen de los procesos de integración económica y de atracción de capitales o, incluso, para ciudades o regiones que ven amenazados sus sectores productivos tradicionales y que pueden encontrar en el turismo una actividad que, a diferencia de otras, crea mayores vínculos intersectoriales y puede contribuir a sostener la economía local.

El turismo se caracteriza por ser una industria exportadora de servicios cuya producción y consumo ocurre en el ámbito local, lo que favorece la inclusión de las cadenas locales de producción y provisión de servicios, además de que al ser una actividad intensiva en mano de obra, es una gran generadora de empleo en todos los niveles y tiene una gran capacidad para atraer inversión privada.

Por ello, el turismo desencadena desarrollo en el entorno en que se desenvuelve al integrar una gran variedad de productos y servicios ligados a otros sectores y actividades económicas, ya que los visitantes requieren medios de transporte, proveedores de servicios de ocio y entretenimiento, servicios de comunicación, alojamiento, alimentación, servicios médicos, entre otros, logrando un importante impacto en la economía nacional, en la generación de empleos e inversión y finalmente en el desarrollo social.

Ese es el sentido del presente libro, analizar de manera general la situación de la actividad turística en México y su importancia relativa en la economía nacional, en la generación de empleo, atracción de inversiones y, sobre todo, resaltar el importante papel que ha tenido en el desarrollo integral de los destinos turísticos y el enorme potencial que tiene para incorporar a más regiones y sectores de la población a los beneficios que genera.

En particular, este libro analiza el desempeño que tuvo la actividad turística desde 2012. En este periodo, el PIB turístico registró un mayor crecimiento con relación al PIB nacional, por lo que la participación de esta actividad pasó de 8.2% en 2012 a alrededor de 8.8%¹ en 2017. Para poner en contexto la participación del turismo en el PIB, es importante mencionar que la industria de la construcción participa con 7.5% y la minería incluyendo al petróleo con 3.7%.

De manera similar, el crecimiento del empleo que se registró en el sector turístico fue superior al del conjunto de la economía durante este periodo. De diciembre de 2012 a diciembre de 2017, el empleo turístico creció 3% en promedio cada año, más del doble del crecimiento del empleo en el resto de la economía. Actualmente, alrededor de 10 millones de trabajadores dependen de manera directa e indirecta del turismo de México.

Asimismo, se registraron nuevos máximos históricos en llegada de visitantes internacionales y captación de divisas, lo que nos colocó como el sexto país más visitado del mundo en 2017 por primera vez en nuestra historia y el décimo quinto con mayor recepción de divisas.

¹ El último dato publicado corresponde a 2016, cuando el turismo representó 8.74% del PIB de México. Debido a que en 2017 el turismo creció más que el resto de la economía, muy probablemente la participación haya aumentado a 8.8%, el dato será publicado por INEGI en diciembre de 2018.

Si bien estos logros se dieron en un contexto internacional favorable ya que la actividad turística en el mundo registró un crecimiento importante, así como por la recuperación de la economía de Estados Unidos, nuestro principal mercado, vale la pena destacar que la llegada de turistas internacionales a México creció más del doble con relación al crecimiento que se registró a nivel global entre 2012 y 2017 (68% vs. 28%).

Así, en estos últimos años, el turismo se ha consolidado como uno de los principales motores de crecimiento económico y de generación de empleos en México.

Por ello, sostengo que estos resultados son producto del esfuerzo coordinado de los empresarios y trabajadores del sector que, junto con una política pública consistente y enfocada a hacer del turismo un motor de desarrollo, han permitido un crecimiento en visitantes y derrama económica en los últimos años.

Hacia el futuro, se estima que la actividad turística en México cuenta con amplio margen para seguir ganando participación en la economía nacional. De hecho, nos hemos propuesto la meta de que el sector represente 10% del PIB en México en los próximos 20 años. Este es un objetivo realista si se contrasta con países como España o Italia que representan 12% y 11.8% de sus economías, respectivamente. Además, que la actividad turística represente el 10% del PIB en México resulta de suponer que el sector mantenga un dinamismo similar al que ha mostrado en los últimos años.

Lo anterior sería posible si continúan los esfuerzos en temas de conectividad, facilitación migratoria, seguridad en los destinos, promoción y financiamiento al sector, además de que se continúe diversificando el origen de los turistas que llegan a México.

En este sentido, la SECTUR generó en 2017 la convocatoria abierta y plural “*Turismo 2040, política turística de Estado*” para invitar a todos los actores del sector con el fin de identificar los principales retos que enfrentaba el turismo en México, así como los objetivos que debía buscar la política turística en los próximos años para que el sector mantuviera su crecimiento de manera sostenible.

Como resultado de esta convocatoria, a continuación se enumeran los 5 objetivos que se identificaron como prioritarios del sector:

- 1.** Garantizar la seguridad en los destinos turísticos y mejorar la imagen del país.
- 2.** Alcanzar el 5° lugar en el ranking de los países más visitados y el 10° con mayor captación de divisas.
- 3.** Incrementar la competitividad de nuestros destinos turísticos.
- 4.** Mejorar el nivel de vida de la población en las localidades turísticas.
- 5.** Desarrollo turístico sustentable.

El mayor reto de México para las dos próximas décadas es lograr integrar al camino del desarrollo a las regiones con menor crecimiento económico.

En este contexto, el turismo representa la gran oportunidad de México para convertirse en un país desarrollado en esta generación.

Las regiones más atrasadas del país tienen condiciones para desarrollar su gran capacidad turística y es el sector que más fácil y rápido les puede brindar oportunidades para crecer. Por eso, el turismo es ideal para construir ese México próspero, justo, solidario e incluyente al que todos aspiramos.

Enrique de la Madrid Cordero

CONTENIDO Y RESUMEN EJECUTIVO

En la primera parte del libro se presenta la importancia del sector turístico desde la perspectiva mundial y nacional, caracterizando en primera instancia el valor del mercado mundial del turismo, el gran momento de expansión que experimenta, así como los jugadores clave en este entorno internacional. De manera similar se presenta una visión clara del mercado turístico de México, resaltando la importancia de la actividad turística internacional y nacional y el continuo crecimiento y dinamismo que ha tenido en los últimos años.

A nivel mundial, el turismo pasa por un gran momento de crecimiento y expansión. El proceso de integración económica y globalización, aunado a un ingreso disponible mayor, la disminución de los costos de transporte y el desarrollo tecnológico ha llevado a esta actividad a convertirse en una de las industrias más grandes del mundo.

Según estimaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo contribuye con el 10% del PIB Mundial, representa el 30% de las exportaciones de servicios, uno de cada diez empleos y su volumen de negocio iguala o supera al de sectores clave como el de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles.

El turismo se ha convertido así, en uno de los principales componentes del comercio internacional y ha sido beneficioso en términos económicos tanto para países en desarrollo como para los desarrollados y encierra todavía un gran potencial de impacto estructural en las economías que apuesten por esta actividad. De acuerdo con la OMT, el número total de turistas internacionales ha pasado de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 674 millones en 2000, hasta alcanzar la cifra de 1,326 millones de turistas internacionales en 2017, el cual representa además, el octavo año consecutivo de crecimiento sostenido desde la crisis económica de 2009.

México ha sabido aprovechar el dinamismo del turismo internacional y ha recobrado un papel de liderazgo en el mercado mundial. En 2017 el país registró la cifra histórica de 39.3 millones de turistas internacionales, lo que representa un crecimiento de 68% con respecto a los 23.4 millones de turistas recibidos en 2012. Este gran momento nos llevó a situarnos por primera vez en la historia como el sexto lugar dentro de los países más visitados en el mundo y consolidar nuestro papel como el principal destino en Latinoamérica.

El impacto del turismo internacional, depende de las rentas que genera. En ese sentido, en 2017 recibimos el monto histórico de 21 mil 336 millones de dólares por esta actividad, 8.6 mil millones de dólares adicionales a lo que recibimos en 2012 y un crecimiento de 67% en cinco años.

El turismo nacional también presenta un gran dinamismo. Desde 2012 el flujo de turistas nacionales ha crecido 30% y en 2017 se realizaron cerca de 246 millones de viajes turísticos nacionales, de los cuales 96 millones registraron estancia en un hotel y el resto se alojó en casa de conocidos, segundas viviendas u otra oferta extrahotelera. Es de destacar la importancia del mercado nacional, ya que representa el 82% del gasto turístico total y si bien no genera divisas, contribuye en mayor medida a la generación de ingresos y tiene un mayor impacto en la redistribución de los beneficios del turismo al atender una oferta más diversificada y regional.

El turismo en México se ha convertido en uno de los sectores más grandes e importantes que tiene nuestra economía. Actualmente representa el 8.8%² del PIB; el 77% de las exportaciones de servicios del país; y genera 10 millones de empleos directos e indirectos, lo que hace de esta actividad una verdadera palanca de desarrollo, generadora de bienestar para muchas regiones del país.

² Estimación de la participación del turismo en 2017 a partir de la información del INEGI.

En la segunda parte del libro se hace referencia de manera detallada a los impactos de la actividad turística en el crecimiento económico, el empleo y la inversión. Estos factores han contribuido a posicionar al turismo como una actividad competitiva que ha logrado alcanzar mayores tasas de crecimiento que el resto de los sectores, ayudando a mitigar el efecto adverso de la coyuntura económica mundial.

En un contexto en el que los sectores tradicionales de nuestra economía pasan por un periodo de desaceleración, el turismo se ha mantenido como una industria en crecimiento que está impulsando el resto de la actividad económica. En 2016, por ejemplo, el PIB Nacional creció 2.7%, mientras que el PIB Turístico aumentó en 4.2%. En 2017 el PIB Turístico creció 3.4 por ciento mientras que la economía creció 2.3% en todo el año. De hecho, el sector lleva desde 2015 creciendo a un ritmo mayor al de la economía.

Por otra parte, los empleos que genera el turismo también crecen a un ritmo superior al de otros sectores. En la última década, el crecimiento medio anual del empleo turístico en México fue de 2.9%, un ritmo más de dos veces superior al que generaron las manufacturas, el sector primario y el comercio. En 2017 el empleo en el sector turístico registró un crecimiento anual de 3.6%, mientras que el crecimiento del empleo a nivel nacional fue 2.6% en el mismo periodo.

En la última parte del libro se realiza un análisis, el cual concluye que es posible que la participación del turismo en la economía mexicana pase del actual 8.8% a 10% en los próximos 20 años.

Además, se calcula el impacto que tendría este escenario en la generación de empleos, derrama económica y captación de divisas.

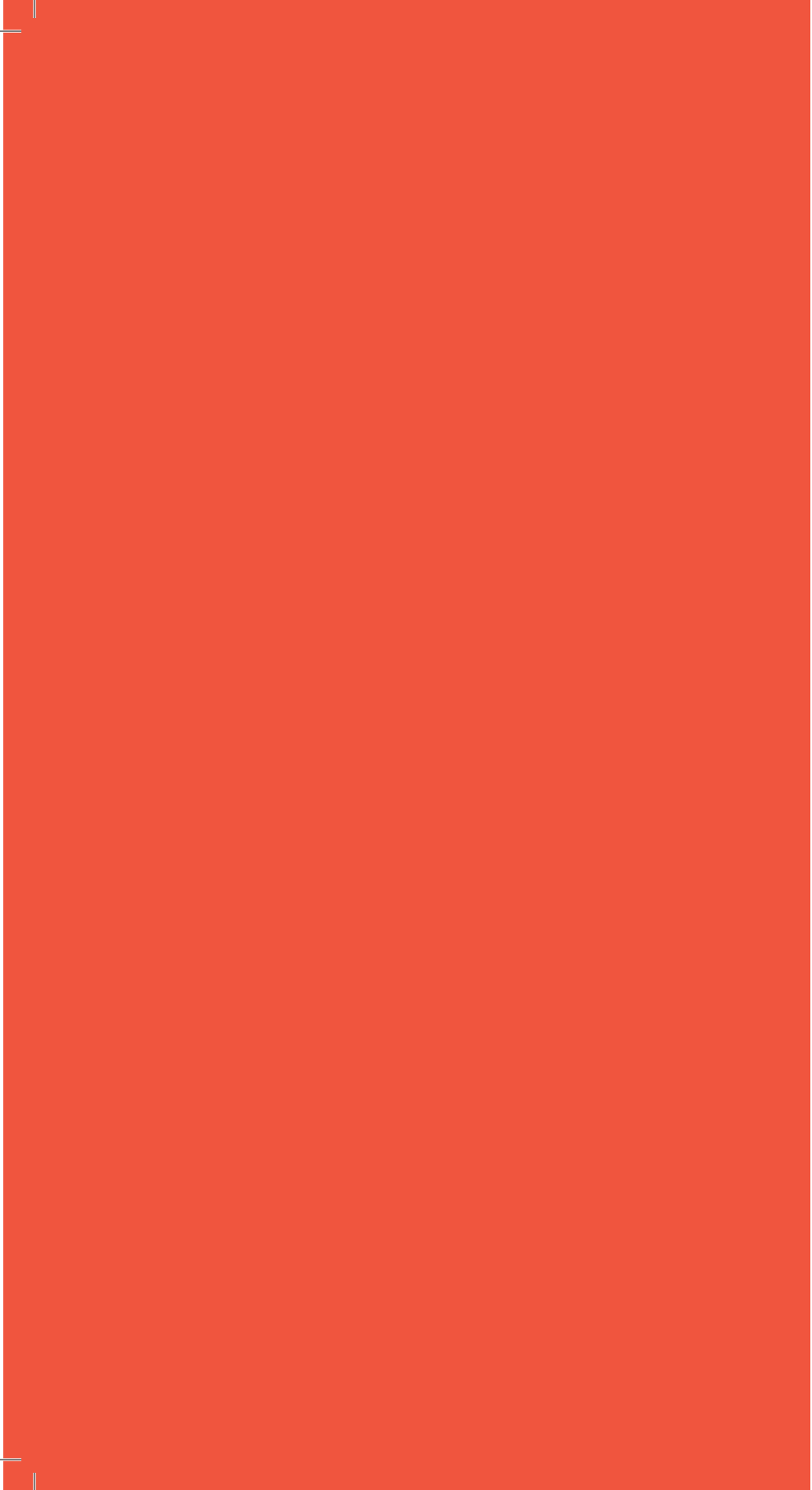
En esta parte del libro se argumenta que dicho escenario sería posible si se consolidan los esfuerzos que se han realizado en los últimos años en temas de conectividad, facilitación migratoria, seguridad en los destinos, promoción y financiamiento al sector, además de que se continúe diversificando el origen de los turistas que llegan a México.

Lo anterior, con base en las conclusiones de los Foros *Turismo en la Vanguardia Global, hacia una política de Estado con perspectiva al 2040* que realizó la SECTUR en 2017, con el apoyo de diversas entidades federativas e instituciones públicas y privadas, a partir de una convocatoria abierta y plural, con el fin de identificar los principales retos que enfrenta el sector, así como los objetivos que debe buscar la política turística en los próximos años para mantener un crecimiento de manera sostenible.

Construir una política turística de Estado con visión de largo plazo es un paso importante y necesario para consolidar los logros que ha alcanzado el turismo mexicano; pero ello sólo será posible en la medida en que todos los actores involucrados, gobierno, empresariado turístico, academia y sociedad civil, luchemos de manera coordinada por una meta común: un turismo sustentable, incluyente, global, diversificado, inteligente, vanguardista y con un eje rector basado en excelentes políticas públicas.

Finalmente, se desarrollan y se plantean propuestas generales para cada uno de los 5 objetivos que hemos identificado como prioritarios del sector:

1. Garantizar la seguridad en los destinos turísticos y mejorar la imagen del país.
2. Alcanzar el 5º lugar en el ranking de los países más visitados y el 10º con mayor captación de divisas.
3. Incrementar la competitividad de nuestros destinos turísticos.
4. Mejorar el nivel de vida de la población en las localidades turísticas.
5. Desarrollo turístico sustentable.



I. GENERALIDADES

1. Definiciones

Turismo se refiere a las actividades que realizan las personas cuando visitan lugares distintos a su entorno habitual por menos de un año y no están relacionadas con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado³.

Las principales **actividades turísticas** están relacionadas con esparcimiento, convenciones, negocios, congresos, eventos deportivos, procedimientos médicos, visitar conocidos, creencias religiosas, así como realizar compras o estudios.

La cantidad de ramas económicas que el turismo impacta es muy grande, pues los visitantes requieren de transporte, alimento, hospedaje, servicios de comunicación, esparcimiento, servicios médicos, entre otros.

Por ello, **el turismo es una industria de carácter transversal** que integra a una gran variedad de servicios y de productos ligados a otros sectores y actividades, con un importante impacto en la economía nacional, en la generación de empleos y en el bienestar de la población.

³ Definición de la Organización Mundial de Turismo.

Si una persona hace un viaje con una duración de al menos una pernocta y menor a un año se le considera como **turista**.

A los turistas que viajan al interior del país en el que residen se les denomina **turistas nacionales**. En cambio, si el destino del viaje es un país diferente al de residencia se les clasifica como **turistas internacionales**.

Aquellos turistas internacionales que permanecen a no más de 20 kilómetros de la frontera se les define como **fronterizos**; una vez superada esta distancia se les denomina **de internación**.

A quien realiza un viaje con una duración menor a un día, sin pernocta, se le clasifica como **excursionista**, con la misma diferenciación entre nacional e internacional.

Los excursionistas internacionales se dividen en **fronterizos y cruceristas**.

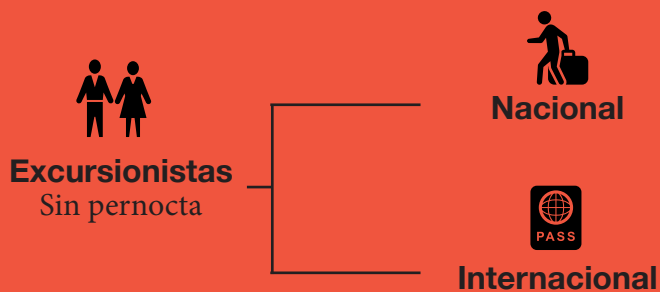
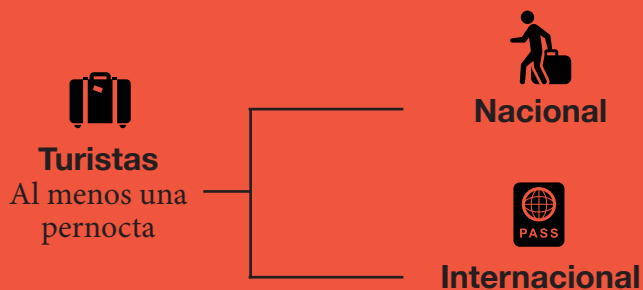
La suma de turistas y los excursionistas constituye el total de los **visitantes** que recibe un destino.

Cuadro I.1. Clasificación de los visitantes.

Fuente: Organización Mundial del Turismo

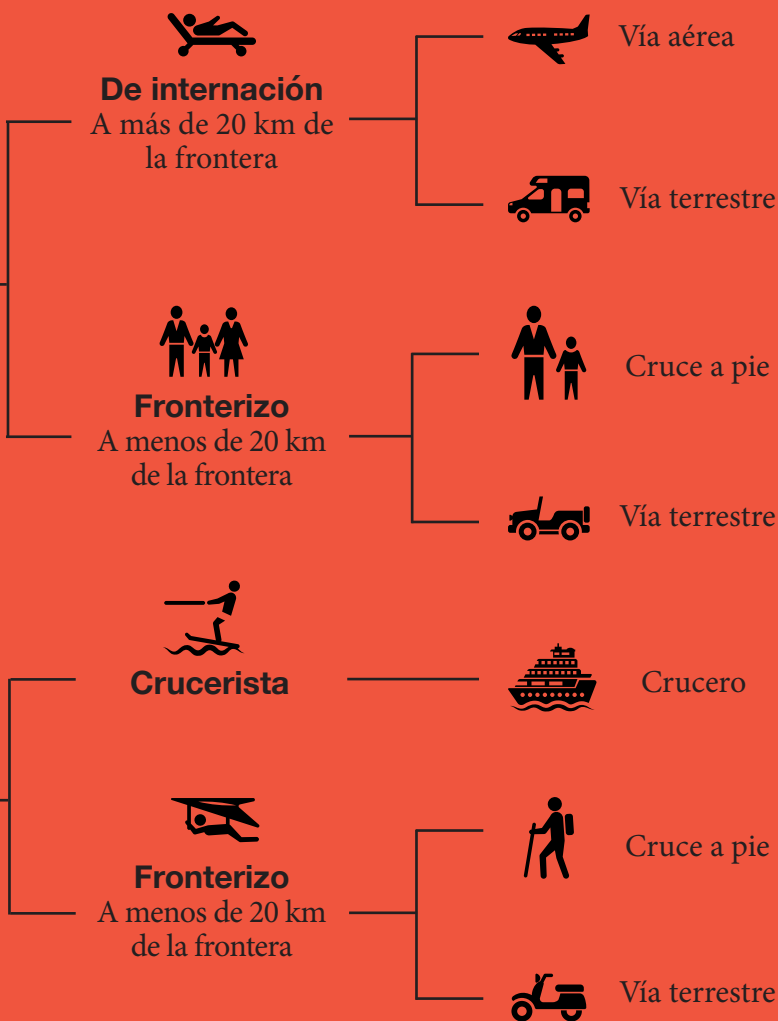
1. Duración del viaje

2. De dónde proviene



3. En dónde permanece

4. Cómo llegó



2. El Turismo en el Mundo

A nivel mundial, el turismo constituye una de las principales actividades económicas. La Organización Mundial del Turismo (OMT) estima que la actividad turística



Contribuye con 10% del PIB mundial.



Genera 1 de cada 10 empleos en el mundo.

En los últimos 14 años, el ingreso de divisas por la actividad turística internacional ha registrado una tasa compuesta de crecimiento anual de **7%**. Por ello, la OMT calcula que el turismo



Representa 7% de las exportaciones mundiales.



Produce una derrama superior a un millón de millones de dólares.

En 2017 viajaron por el mundo **1,326 millones de turistas internacionales.**

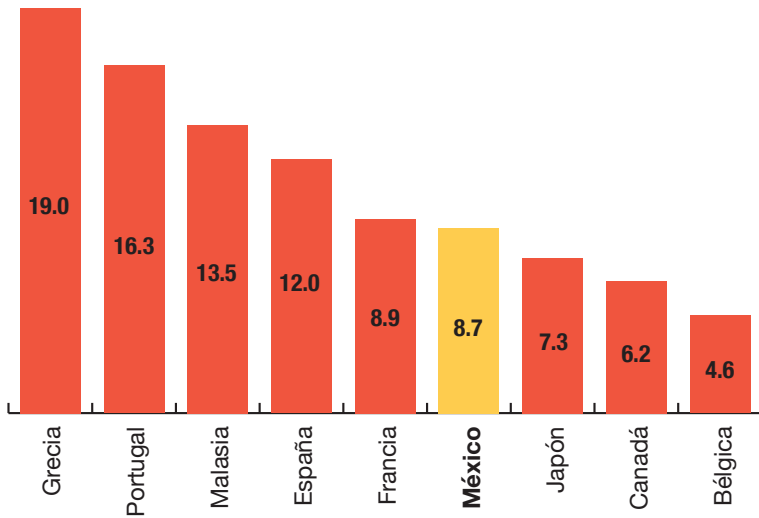


Equivalente a las poblaciones sumadas de Latinoamérica y la Unión Europea.

Existen economías cuya principal actividad es el turismo, como en el caso de algunos países caribeños. **Para México** e incluso economías tan avanzadas como la francesa, **el turismo representa una parte considerable del producto interno bruto.**

Gráfica I.1. Participación del turismo en la economía, 2016 (% del PIB nacional)

Fuente: OMT, INEGI



En 2017 **México** registró una captación histórica de **39.3 millones de turistas internacionales**. Gracias a este resultado, el país se ubicó por primera vez en la historia como **el sexto destino más visitado del mundo**.

Tabla I.1. Principales destinos por recepción anual de turistas internacionales (millones de turistas).

Fuente: Organización Mundial del Turismo

2012			2017		
1	Francia	82.0	1	Francia	86.9
2	Estados Unidos	66.7	2	España	81.8
3	China	57.7	3	Estados Unidos	76.9
4	España	57.5	4	China	60.7
5	Italia	46.4	5	Italia	58.3
6	Turquía	35.7	6	México	39.3
7	Alemania	30.4	7	Reino Unido	37.7
8	Reino Unido	29.3	8	Turquía	37.6
9	Rusia	25.7	9	Alemania	37.5
10	Malasia	25.0	10	Tailandia	35.4
11	Austria	24.2	11	Austria	29.5
12	Hong Kong	23.8	12	Japón	28.7
13	México	23.4	13	Hong Kong	27.9
14	Tailandia	22.4	14	Grecia	27.2
15	Grecia	15.5	15	Malasia	25.9

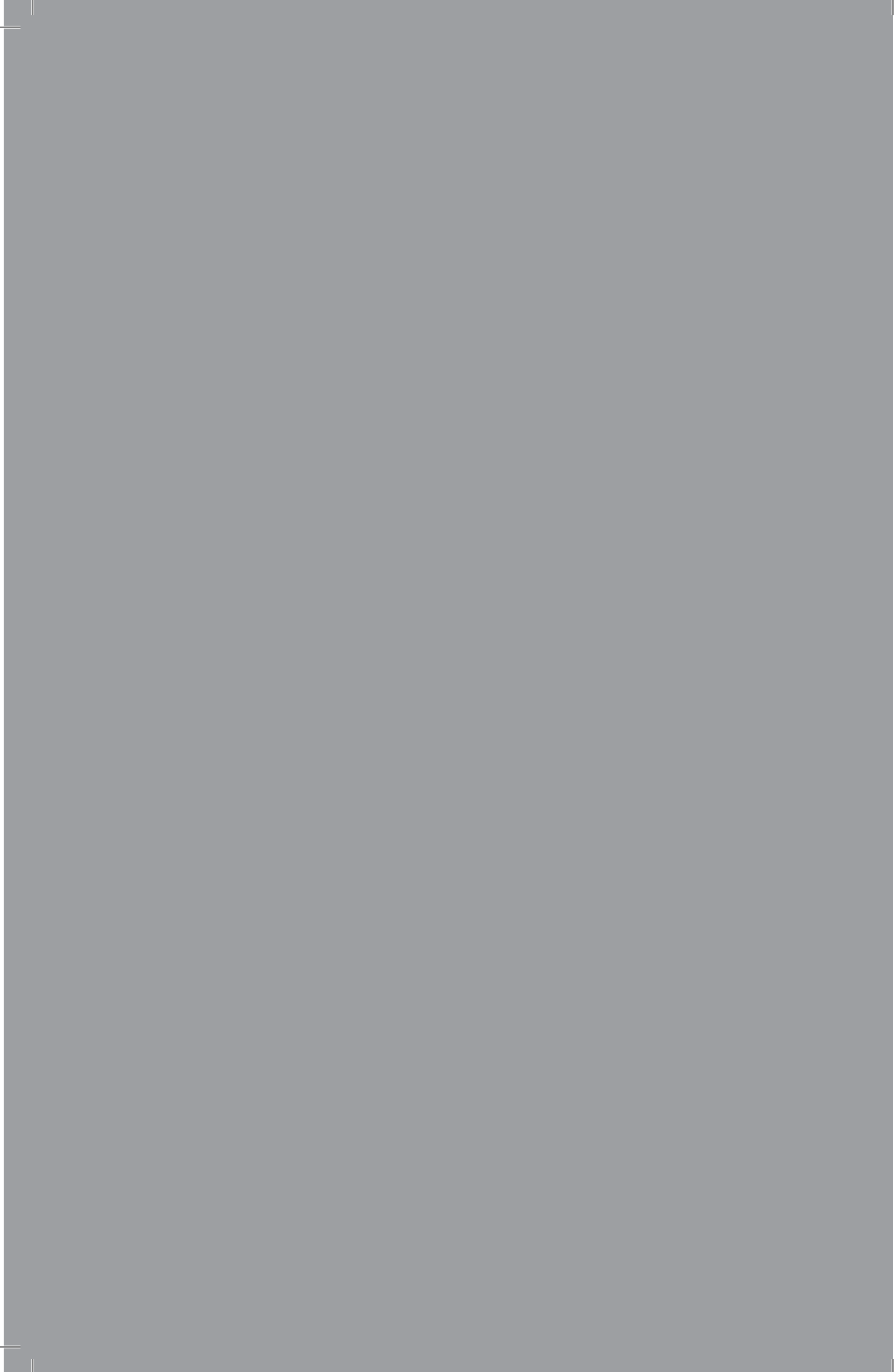
México ha mejorado significativamente en materia de captación de divisas. En 2017 se ubicó como **el decimoquinto país que más divisas turísticas capta**. Es muy importante cuidar la seguridad de los turistas para mantener la competitividad de México y nuestro lugar en el ranking del turismo internacional.

Tabla I.2. Principales destinos en recepción de divisas por turismo internacional (miles de millones de dólares).

Fuente: Organización Mundial del Turismo

Nota: Los datos previos a 2014 para China no son comparables.

2012			2017		
1	Estados Unidos	161.6	1	Estados Unidos	210.7
2	España	58.2	2	España	68.1
3	Francia	53.6	3	Francia	60.7
4	China	NA	4	Tailandia	57.5
5	Macao	43.9	5	Reino Unido	51.2
6	Italia	41.2	6	Italia	44.2
7	Alemania	38.1	7	Australia	41.7
8	Reino Unido	36.6	8	Alemania	39.8
9	Tailandia	33.9	9	Macao	35.6
10	Hong Kong	33.1	10	Japón	34.1
11	Australia	31.9	11	Hong Kong	33.2
12	Turquía	25.3	12	China	32.6
13	Malasia	20.2	13	India	27.4
14	Austria	18.9	14	Turquía	22.5
15	Singapur	18.9	15 México	21.3	
16	India	18.0	16	E.Árabes U.	21.0
17	Canadá	17.4	17	Austria	20.5
18	Suiza	16.1	18	Canadá	20.3
19	Japón	14.6	19	Singapur	19.7
20	Corea	13.4	20	Malasia	18.3
21	Grecia	13.4	21	Portugal	17.1
22 México	12.7		22	Grecia	16.5



II. EL TURISMO EN MÉXICO

Cuadro I.1. Distribución de los visitantes en México, 2017.

Fuente: Secretaría de Turismo



1. El Turismo Internacional

En 2017 llegaron a México **99.3 millones de visitantes del extranjero**, de los cuales **39 millones son turistas**. Esto nos posicionó como el sexto país con mayor número de turistas internacionales.

Tabla II.1. Visitantes internacionales en México

Fuente: Banco de México

Tipo de Visitante	Visitantes (millones)	% de los visitantes totales	Derrama generada (mdd)	% de la derrama total	Gasto promedio (dólares)
Total de visitantes internacionales	99.3	100%	21,336	100%	215
Turistas internacionales	39.3	40%	19,180	90%	488
De internación	22.5	23%	18,197	85%	809
Vía aérea	18.5	19%	16,869	79%	909
Vía terrestre	3.9	4%	1,328	6%	338
Fronterizos	16.8	17%	983	5%	58
Peatonales	2.2	2%	112	1%	51
En automóvil	14.6	15%	871	4%	60
Excursionistas Internacionales	60.1	60%	2,156	10%	36
Fronterizos	52.4	53%	1,673	8%	32
Peatonales	10.4	10%	307	1%	30
En Automóvil	42.0	42%	1,367	6%	33
En Cruceros	7.7	8%	482	2%	63

Durante los últimos cinco años la llegada de turistas internacionales a México ha registrado un crecimiento sin precedentes. Entre 2012 y 2017 creció **68%**, el doble del crecimiento promedio mundial que fue de 27.7%. En términos anuales, la tasa de crecimiento compuesta fue de 10.9% para el mismo periodo.

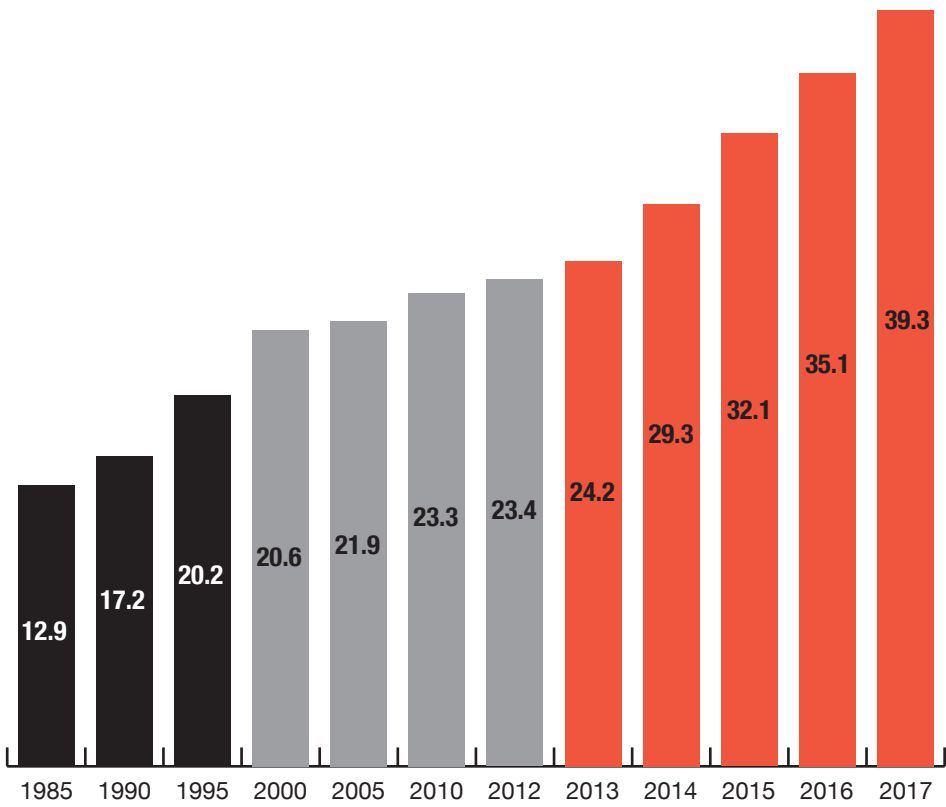
En 2017 el país tuvo un año récord con **39.3 millones de turistas internacionales**, 12% más que en 2016.



En 2017 México se consolidó como el primer destino en Latinoamérica, mientras que en la escala global regresó desde 2014 al Top Ten del Turismo Mundial de la OMT en cuanto a número de visitantes.

Gráfica II.1. Llegada de turistas internacionales a México (millones de personas)

Fuente: Banco de México



Una tercera parte del turismo internacional en México llega durante las temporadas altas.

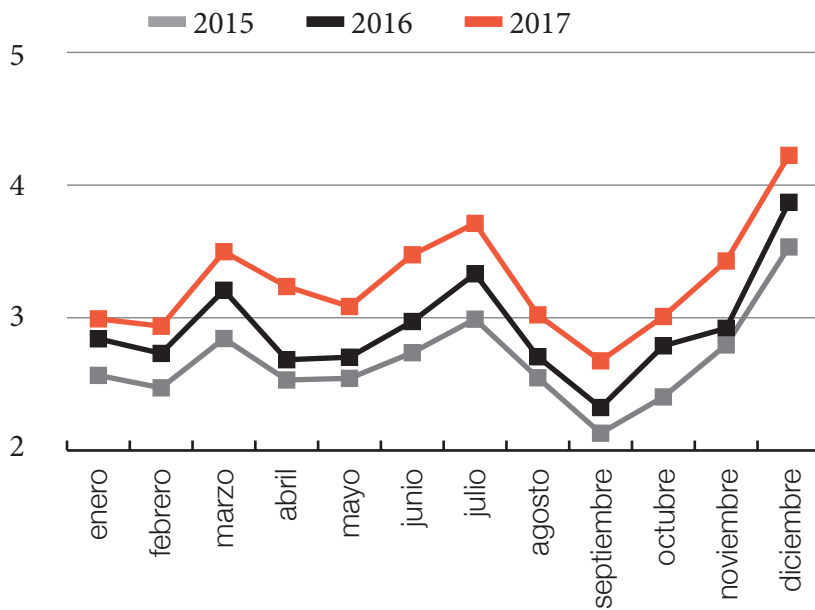
Tabla II.2. Llegada de turistas internacionales, distribución porcentual por mes de llegada

Fuente: Banco de México

Mes	2015	2016	2017
Enero	8.0%	8.2%	7.6%
Febrero	7.7%	7.8%	7.5%
Marzo	8.9%	9.1%	8.9%
Abril	7.9%	7.7%	8.2%
Mayo	7.9%	7.7%	7.9%
Junio	8.5%	8.3%	8.8%
Julio	9.3%	9.3%	9.4%
Agosto	7.9%	7.8%	7.7%
Septiembre	6.6%	6.7%	6.8%
Octubre	7.5%	8.0%	7.7%
Noviembre	8.7%	8.4%	8.7%
Diciembre	11.0%	11.1%	10.8%

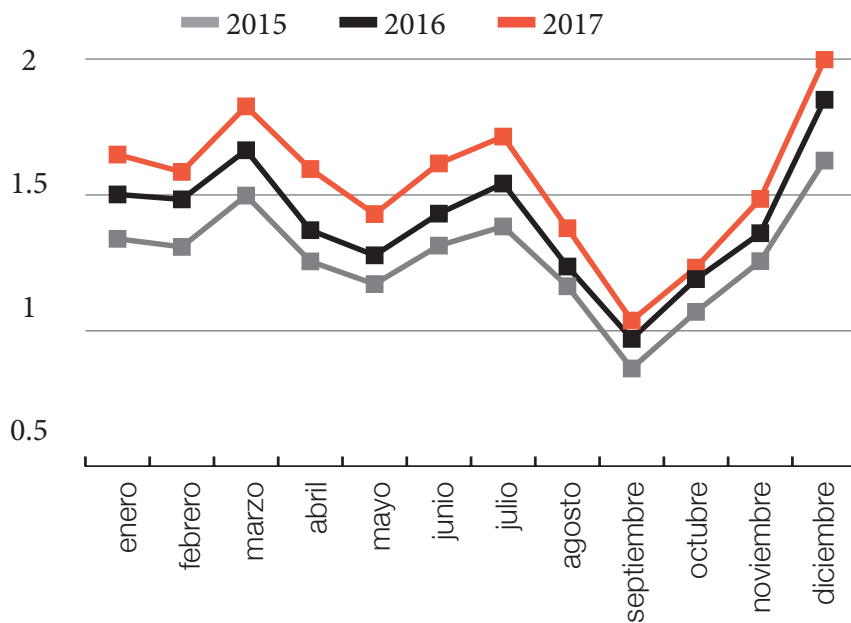
Gráfica II.2. Llegada de turistas internacionales a México (millones de personas)

Fuente: Banco de México



Gráfica II.3. Llegada de turistas internacionales por vía aérea a México (millones de personas)

Fuente: Banco de México



En 2017 México recibió a **10.6 millones de turistas de Estados Unidos por vía aérea.**

De cada 100 turistas que salieron de Estados Unidos por avión, 18.6 vinieron a México. Esto significa que México alcanzó **una participación de 18.6%**, la más alta de la historia, en el mercado de turistas norteamericanos que viajan al exterior.

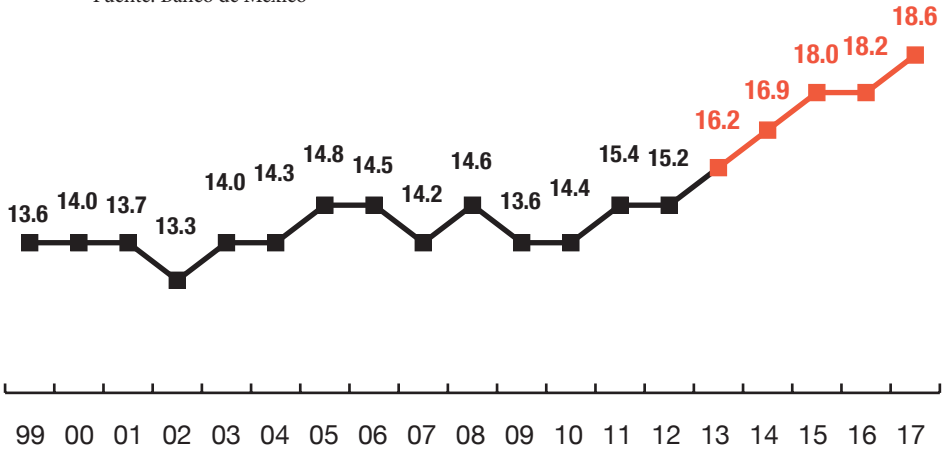
Antes de 2010 la participación de México en la emisión de turistas aéreos de Estados Unidos no había superado 15%, en los últimos cinco años creció en más de 3 puntos porcentuales.



Aún cuando México capta la mayor participación de viajeros estadounidenses de la historia, también se ha incrementado la llegada de turistas de otras latitudes, por lo que se ha aumentado la diversificación turística internacional.

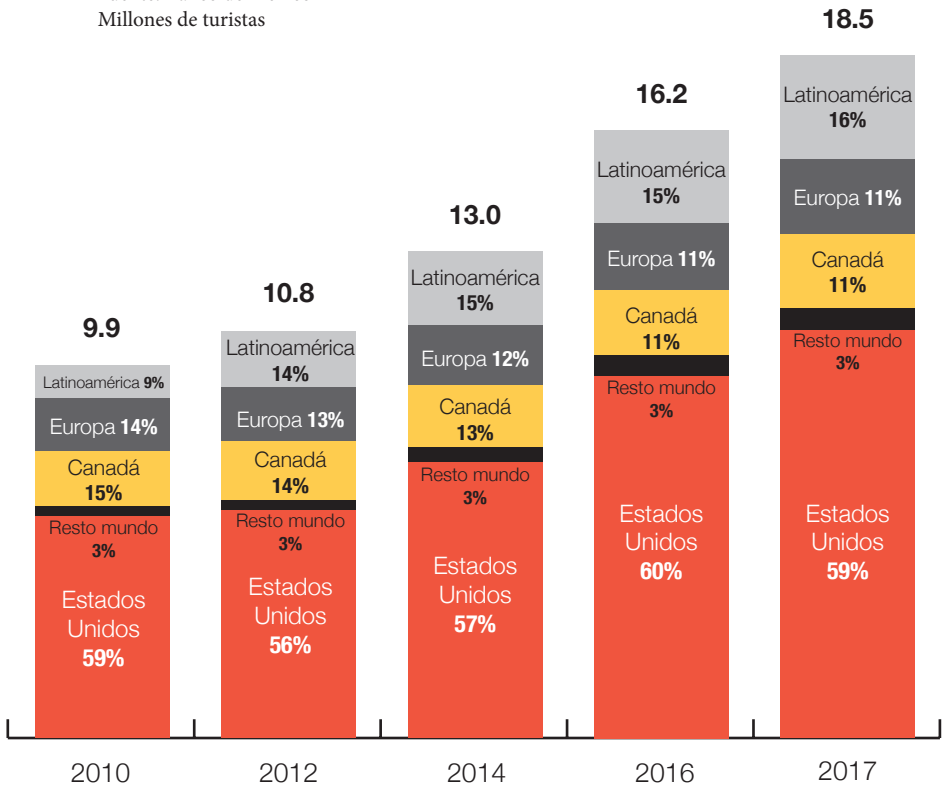
Gráfica II.4. Participación de México en el mercado de turistas internacionales por vía aérea de Estados Unidos (%).

Fuente: Banco de México



Gráfica II.5. Participación de regiones en el total de turistas internacionales en México por vía aérea.

Fuente: Banco de México
Millones de turistas



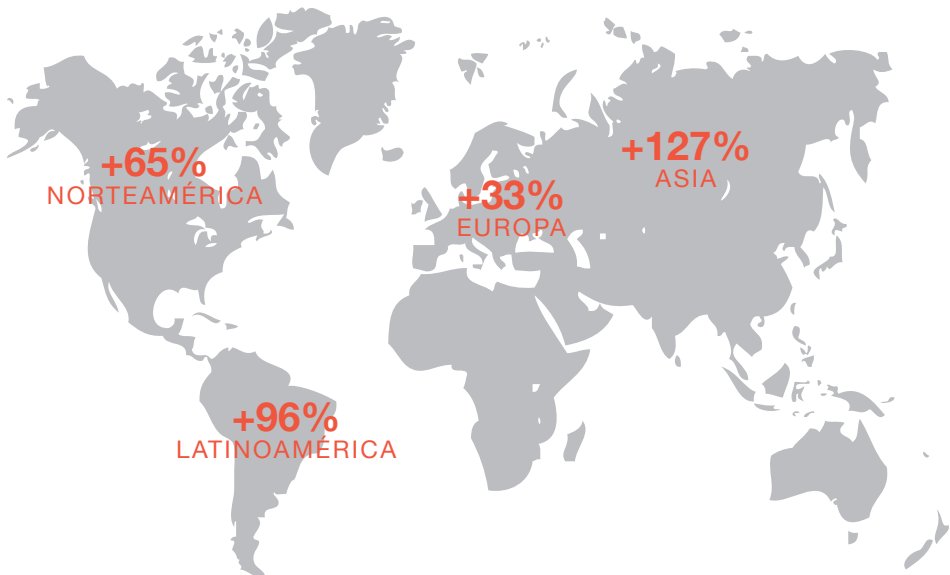
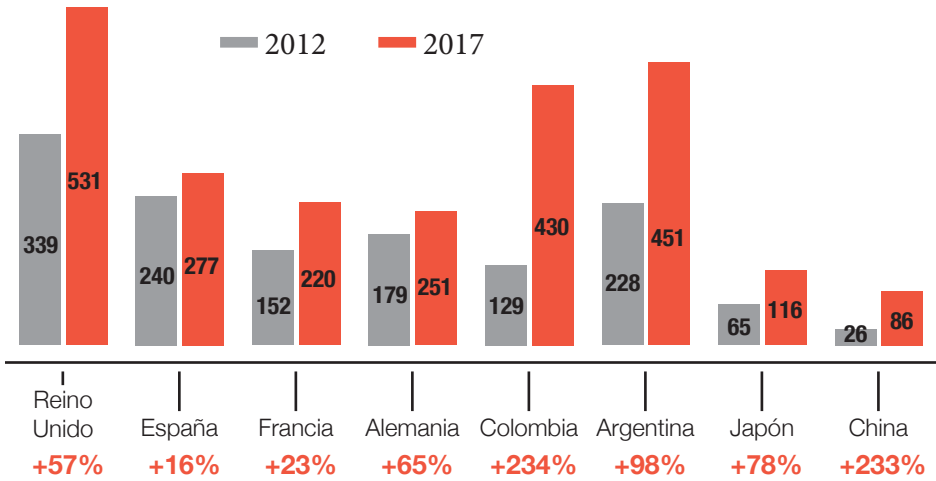
Estados Unidos es el principal mercado turístico de México, no obstante, el país ha logrado incrementar su presencia en otros países.

Reino Unido se ha consolidado como nuestro tercer mercado, al tiempo que hemos tenido crecimientos interesantes en las llegadas de otros países europeos y latinoamericanos.



Un caso de éxito notable ha sido el de Colombia, que se ha convertido en nuestro 5º mercado en importancia después de que el gobierno mexicano eliminara el visado para los viajeros colombianos en 2012.

Gráfica II.6. Crecimiento en los principales mercados turísticos de México entre 2012 y 2017 (miles de viajeros).
Fuente: Banco de México



En 2017 México registró **68.3 millones de pasajeros aéreos totales**, el mayor número de la historia y que significó un incremento de 60% con respecto a los registrados en 2012. De este total **45.4 millones corresponden a vuelos nacionales y 22.9 millones a internacionales.**



Entre 2012 y 2017 los turistas internacionales que llegaron por vía aérea aumentaron 63.3%, al pasar de 11.4 millones en 2012 a 18.5 millones en 2017.

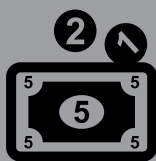
Tabla II.3. Principales mercados de turistas internacionales por vía aérea en 2017.

Fuente: Banco de México y Unidad de Política Migratoria

	País	Total	Var 2016-2017
1	Estados Unidos	10,565,497	9.6%
2	Canadá	1,957,347	12.8%
3	Reino Unido	531,930	3.5%
4	Argentina	451,331	20.3%
5	Colombia	429,951	10.2%
6	Brasil	345,923	22.1%
7	España	282,059	1.7%
8	Alemania	250,944	8.9%
9	Francia	220,140	11.9%
10	Perú	188,970	16.4%
	Otros	3,324,000	
	TOTAL	18,548,092	9.9%

La llegada de más visitantes internacionales ha contribuido a un crecimiento importante en la captación de **divisas turísticas**.

De esta forma, en 2017 se alcanzó un nuevo máximo histórico de captación de divisas por visitantes internacionales **por 21 mil 336 millones de dólares**.



Entre 2012 y 2017 México tuvo el mayor crecimiento promedio anual de los últimos 35 años en materia de captación de divisas por visitantes internacionales.

Gráfica II.7. Ingreso de divisas por visitantes internacionales (miles de millones de dólares)

Fuente: Banco de México

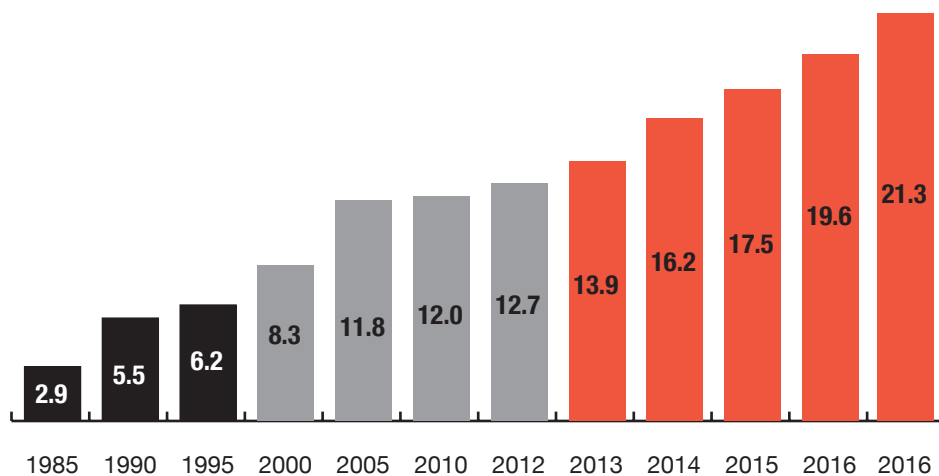


Tabla II.4. Tasa de crecimiento anual compuesto de la captación de divisas por visitantes internacionales

Fuente: Banco de México y OMT

Período	México	Mundial
1980-1989	4.7%	8.8%
1990-1999	3.0%	6.2%
2000-2009	3.7%	6.7%
2010-2017	8.6%	4.6%
2012-2017	10.9%	3.7%

El turista internacional que llega por vía aérea es el que más gasta en promedio y al mismo tiempo **contribuye con 79% de la derrama total** por divisas turísticas.

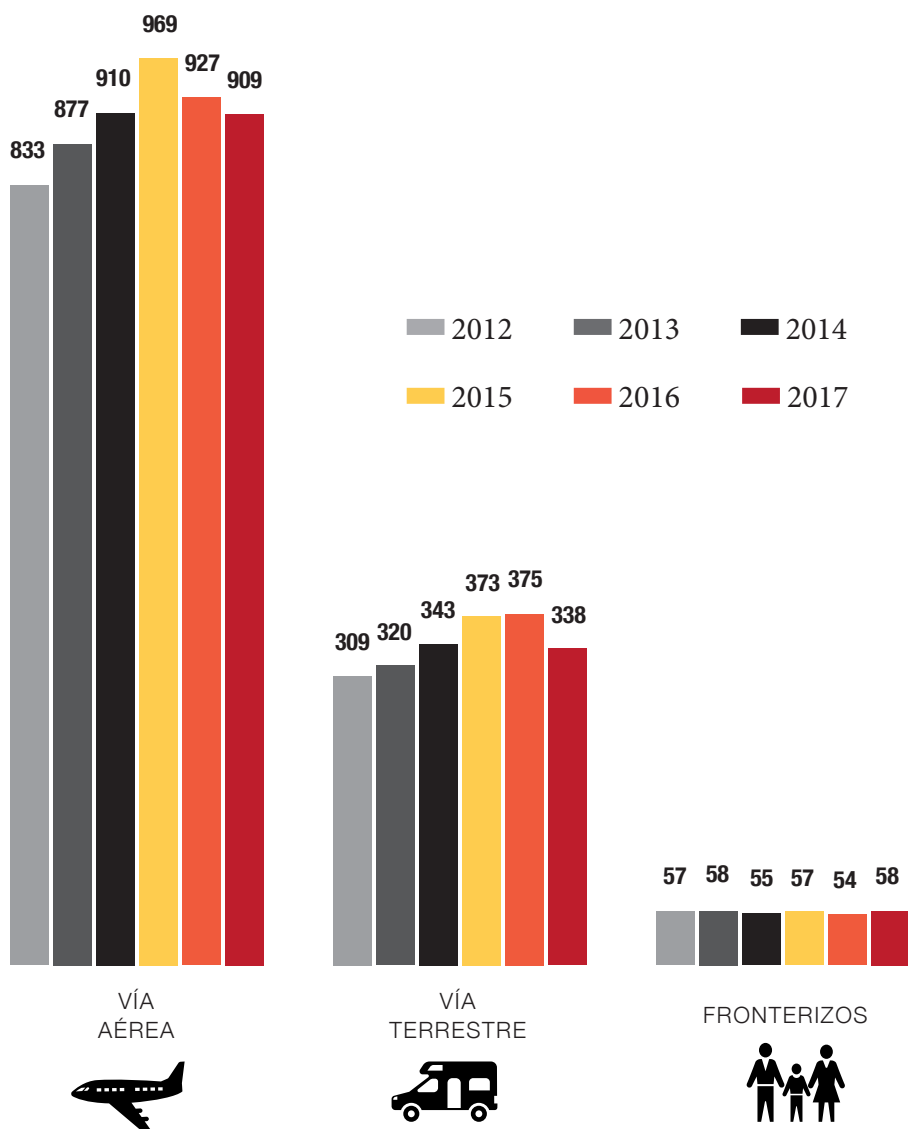
Gráfica II.8. Distribución de la derrama por divisas turísticas, por tipo de visitante internacional.

Fuente: Banco de México



Gráfica II.9 Gasto promedio por viaje de los turistas internacionales (dólares).

Fuente: Banco de México



Es importante señalar que este crecimiento en la derrama económica se ha generado en un contexto de depreciación del peso frente al dólar. El tipo de cambio definitivamente es uno de los factores que tiene un impacto en el turismo internacional.

No obstante, a diferencia de otros periodos de ajustes cambiarios que ha experimentado nuestro país, en esta ocasión el ajuste del dólar no ha sido sólo contra el peso, sino contra todas las monedas.

El real brasileño, el peso chileno, el colombiano e incluso el euro, han perdido valor respecto del dólar, lo que significa que para el turista norteamericano su poder adquisitivo no sólo aumentó para destinos mexicanos sino para otros destinos también.

Por otra parte, las decisiones de viajes de los turistas se programan con diferentes tiempos de anticipación, por lo que es complicado identificar hasta qué punto estas decisiones son resultado directo de la depreciación o de una decisión independiente del ajuste cambiario.

Si acaso, el fortalecimiento del dólar podría ser favorable sólo en el margen y en el corto plazo; el número de días que la gente quiere o puede tomarse de vacaciones poco tiene que ver con efectos cambiarios.

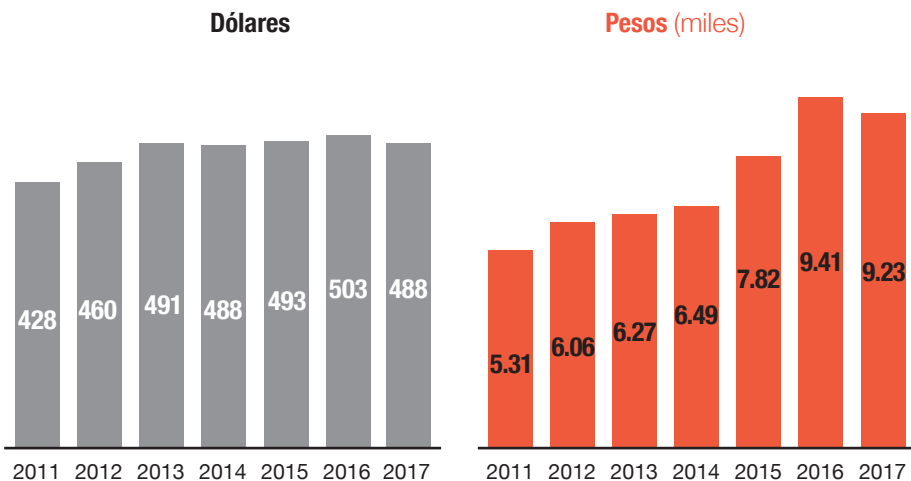
Entre diciembre de 2012 y octubre de 2018, el tipo de cambio se depreció 49%, lo que ha contribuido a incrementar el número de turistas internacionales en México, sin embargo, también ha provocado que el gasto medio del turista extranjero, medido en dólares, se reduzca.

Lo anterior no significa que el turista internacional adquiera menos bienes y servicios turísticos de los que adquiría anteriormente, más bien significa que con menos dólares se consumen los mismos bienes; de hecho, el Indicador Trimestral de la Actividad Turística publicado por el INEGI, registró un consumo turístico de los extranjeros 29% mayor en 2015 que en 2014.

De esta forma **el gasto medio del turista internacional, medido en dólares, creció 1% en 2015, pero si es medido en pesos registra un incremento anual de 20 por ciento.**

Gráfica II.10. Comparativo de gasto promedio de turistas internacionales según divisa

Fuente: Banco de México



En los últimos 25 años, la balanza turística ha registrado un superávit y ha contribuido a compensar déficits en otras balanzas como la energética o la manufacturera. A pesar de que las manufacturas son las principales exportaciones de México, su balanza es deficitaria.

En 2017 la balanza turística alcanzó un superávit histórico de 10 mil 500 millones de dólares, 12.4% más que en 2016 y 145% superior a 2012.

Tabla II.5. Saldos de sectores seleccionados de la balanza comercial de México, 2017 (millones de dólares).

No se incluyen todos los sectores que componen la balanza, por ello el total no corresponde con la suma.

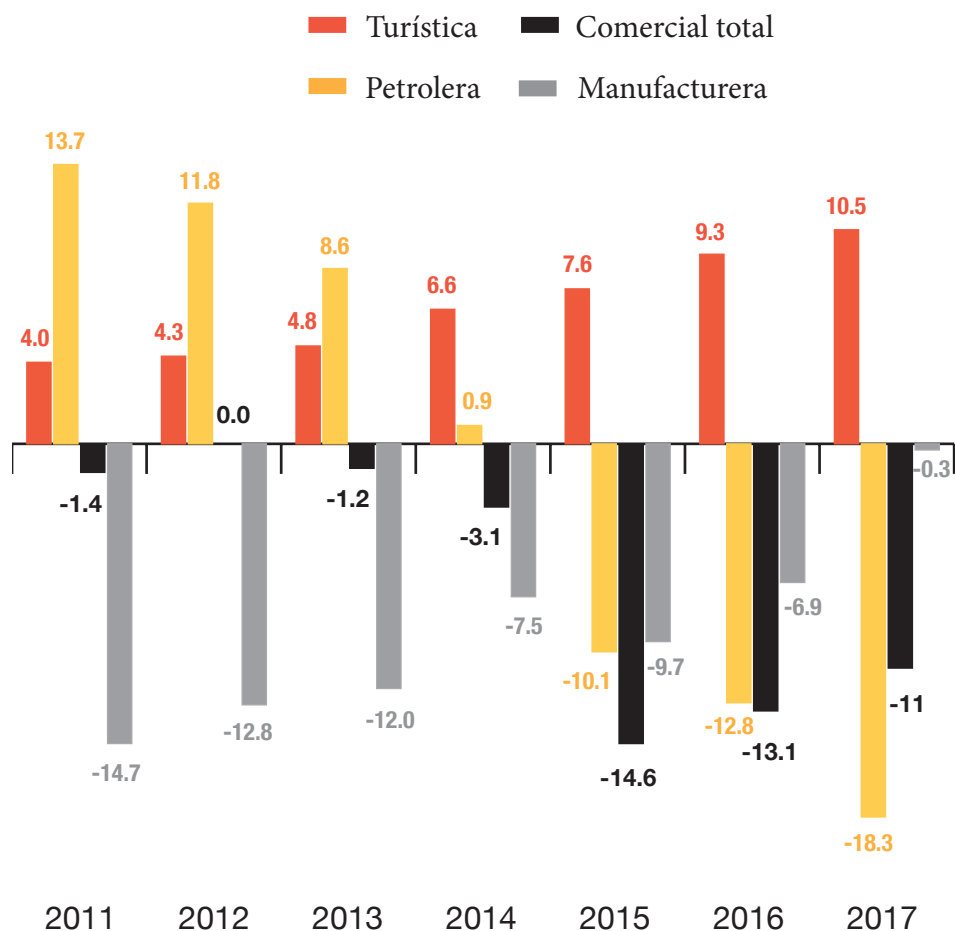
Fuente: Banco de México

Sector	Saldo balanza	Exportaciones	Importaciones
Turismo	10,496	21,336	10,840
Alimentaria	5,268	32,440	27,172
Agroindustriales	1,718	16,612	14,894
Agropecuarios	3,549	15,828	12,278
Manufacturas	-318	364,445	364,763
Automotriz	70,764	126,670	55,905
Prod petroleros	-18,309	23,701	42,010
Petroquímicos	-16,084	5,414	21,498
Balanza Comercial	-10,968	409,401	420,369

La balanza turística sólo es menor que la automotriz y las remesas. **Las exportaciones turísticas son mayores que las agropecuarias, las agroindustriales y las petroquímicas.**

Gráfica II.11. Saldos anuales de las balanzas comerciales de diferentes sectores (miles de millones de dólares).

Fuente: Banco de México



2. El Turismo Nacional

Se estima que en 2017 se realizaron **527 millones** de viajes de mexicanos con fines turísticos dentro el país.



41% de los viajes se realizaron para visitar a algún conocido.



40% por descanso, ocio y vacaciones.

Del total de visitantes, cerca de **246 millones** tuvieron al menos una pernocta y se convirtieron en turistas nacionales.



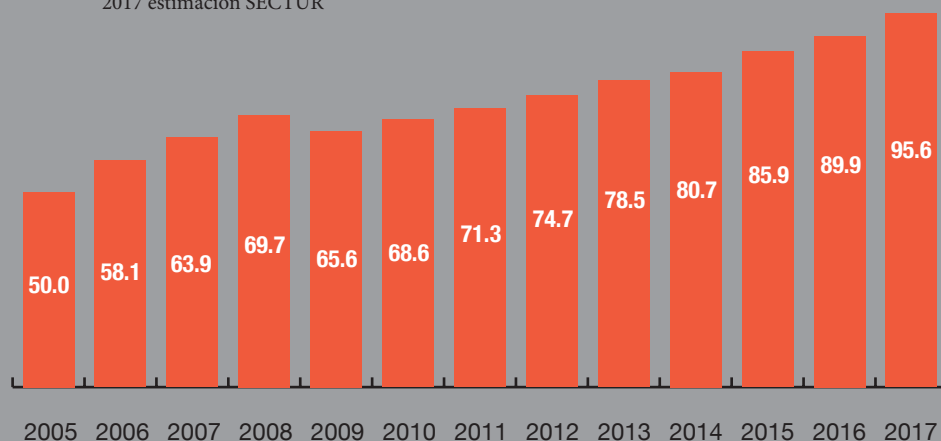
96 millones de viajes turísticos nacionales se hospedaron en hotel, un nuevo máximo histórico.



150 millones se hospedaron en opciones extra hoteleras.

Gráfica II.12. Turistas nacionales hospedados en hotel (millones).

Fuente: Inegi y DataTur
2017 estimación SECTUR



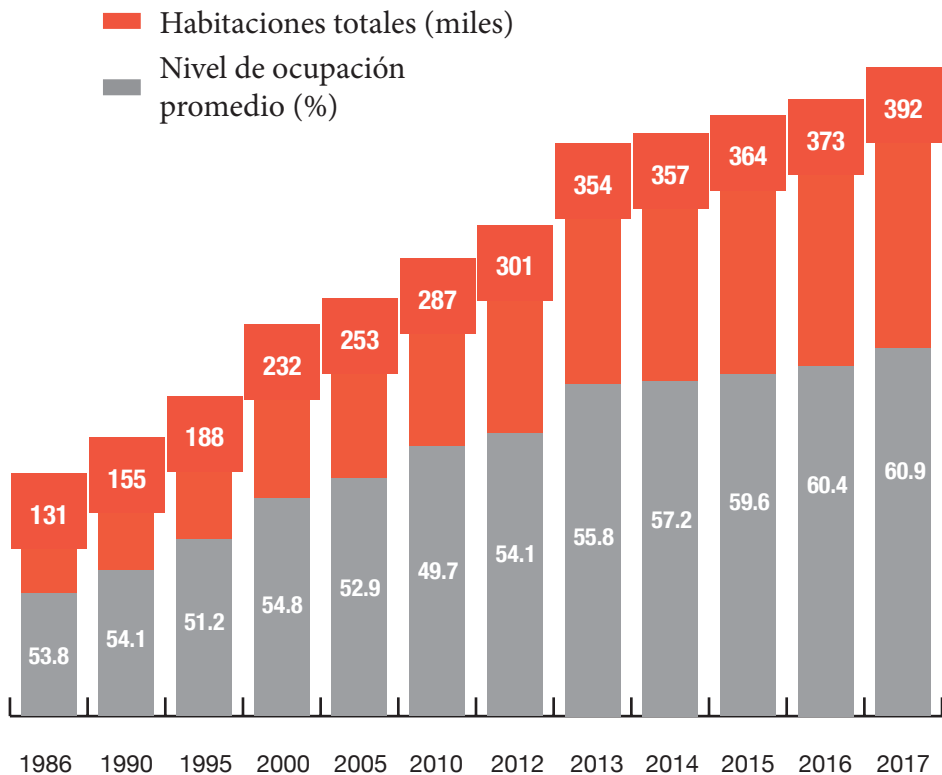
Los niveles de ocupación hotelera registran su mejor nivel de la historia, al mismo tiempo que la oferta de alojamiento sigue creciendo.

En México la oferta de alojamiento hotelera es de **795 mil cuartos**, 134 mil más de los que había en 2012.

Gráfica II.13. Habitaciones de hotel en los principales destinos de México y nivel de ocupación.

Fuente: Datatur

Habitaciones disponibles en los 70 destinos monitoreados por Datatur.



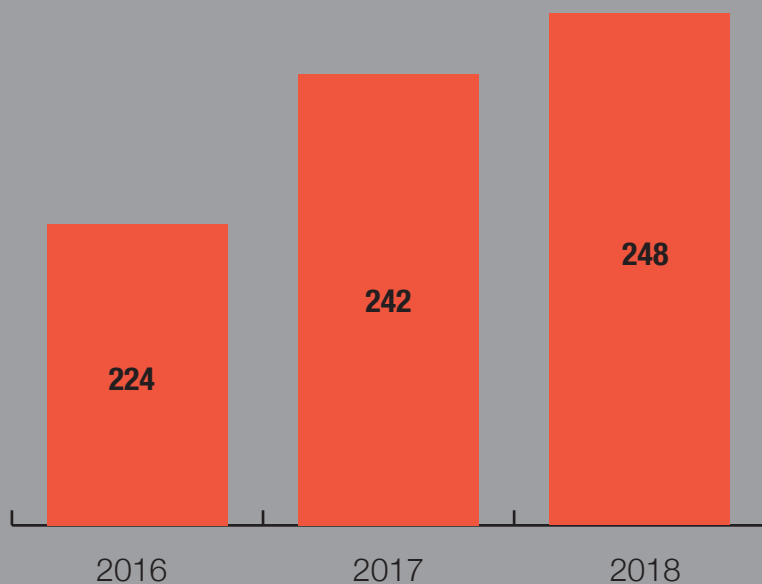
De acuerdo con los primeros datos disponibles de 2018, la tendencia favorable en la ocupación continúa. Durante los primeros nueve meses de este año se alcanzó el nivel de cuartos ocupados más alto en la historia para el mismo período.

Gráfica II.14. Número de cuartos ocupados en promedio cada día en los principales destinos de México.

Enero a septiembre

Miles de cuartos

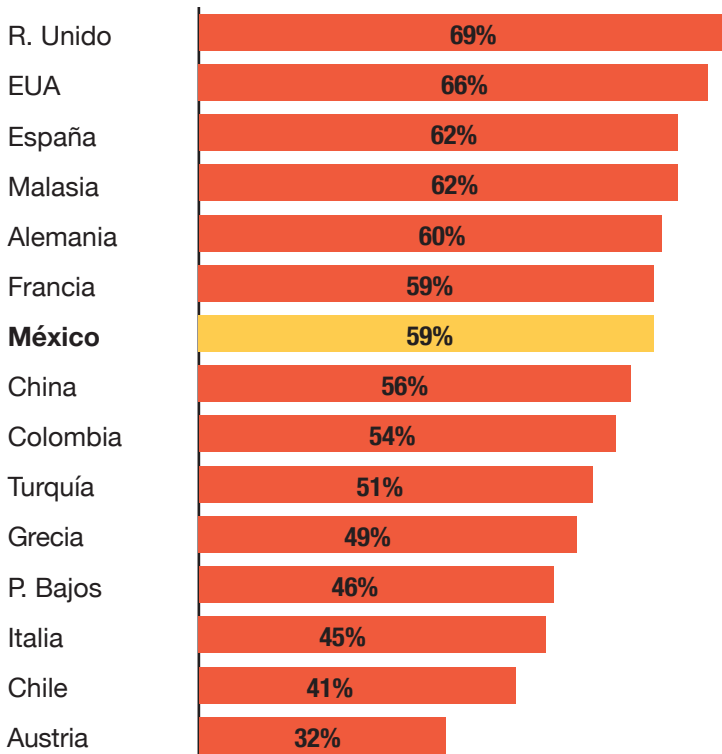
Fuente: Datatur



El nivel de ocupación hotelera en México se encuentra entre los más altos de los principales destinos del mundo.

Gráfica II.15. Ocupación hotelera comparada 2016

Fuente: OMT



A nivel económico, la mayor parte de la derrama generada por las actividades turísticas la aportan los visitantes nacionales.



82% del gasto turístico hecho al interior de México lo realizan los mexicanos.

Gráfica II.16. Composición del gasto turístico realizado al interior de México, 2016.

Fuente: INEGI



Aún al contabilizar el consumo turístico total, es decir, al incluir el consumo turístico que realizan los mexicanos cuando viajan al extranjero, llamado consumo egresivo, el turismo nacional genera 76% del gasto turístico.



8% de lo que gastan los mexicanos en turismo lo hacen en el extranjero.

Gráfica II.17. Composición del gasto turístico total de México, 2016.

Fuente: INEGI





El turista nacional realiza un gasto promedio de 2 mil 94 pesos por viaje.

Gráfica II.18. Composición del gasto turístico en México por nacionales, 2016.

Fuente: INEGI

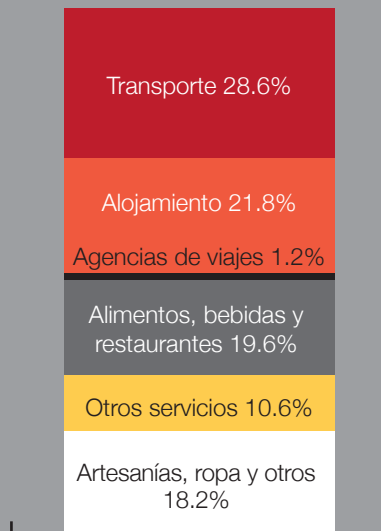


Tabla II.6. Distribución del consumo turístico total en México, 2016.

Fuente: INEGI

Tipo de Consumo	Participación en el Consumo	Consumo en millones de pesos
Transporte total	28.6%	617,359
Otros Bienes	11.6%	249,213
Agencias de viajes y reservaciones	1.2%	25,904
Alojamiento, tiempos compartidos y segundas viviendas	21.8%	469,495
Alimentos y bebidas	10.5%	226,496
Otros servicios	10.6%	228,402
Artesanías	6.6%	143,320
Restaurantes, bares y centros nocturnos	9.1%	196,802
TOTAL	100%	2,156,993

La suma del gasto en hospedaje, transporte, alimentos y entretenimiento representa 70% del consumo turístico realizado en México.

III. IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL EMPLEO

1. El Empleo Turístico

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el turismo genera un mayor número de empleos en los países miembros de la Organización en comparación con otras industrias, además de ser un sector altamente intensivo en mano de obra.

El turismo es uno de los sectores más incluyentes pues brinda acceso a mujeres y jóvenes para integrarse a la fuerza laboral, permitiéndoles que adquieran experiencia y habilidades que les brinden la oportunidad de escalar por la cadena de valor y acceder a mejores condiciones salariales.

En los países de la OCDE los jóvenes entre 15 y 24 años ocupan casi 21% del mercado laboral en el sector turístico, mientras que las mujeres representan el 60%.

Tabla III.1. Características del empleo turístico en países de la OCDE, 2013

Fuente: OCDE

Tipo de empleo o grupo poblacional	% empleo turístico	% empleo total
Trabajo de medio tiempo	31.1	20.7
Trabajo temporal	21.9	14.1
Jóvenes de entre 15 y 24 años	20.6	9.4
Mujeres	55.9	43.2
Autoempleados	23.9	19.3
Personas trabajando en empresas con menos de 10 trabajadores	47.5	31.2
Personas con educación superior	13.8	31.3

2. El Empleo Turístico en México

De acuerdo con INEGI, la actividad turística en México representa una fuente de trabajo para 4 millones de personas de forma directa. Sin embargo, además de los hoteles, restaurantes y transportistas, el turismo también genera empleos en la cadena de proveeduría de las actividades características del sector. Por ejemplo, un hotel necesita de servicios de lavandería, papelería y telecomunicaciones.

De esta forma, existe un efecto en toda la cadena de valor del sector, así como el impacto que tienen las remuneraciones de los trabajadores turísticos en otros sectores de la economía.

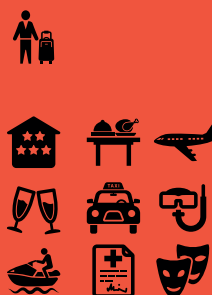
Para tomar en cuenta este efecto adicional, la OMT estima que por cada empleo directo en el turismo se generan alrededor de 1.5 empleos adicionales de manera indirecta. Bajo esta óptica, en México otras 6 millones de personas son empleadas de manera indirecta por el turismo.



En México aproximadamente 10 millones de personas son empleadas directa e indirectamente por el turismo.

Sin turismo, por ejemplo, el número de bancos, escuelas, restaurantes, papelerías, comercios y empresas de servicios profesionales sería significativamente menor en localidades como Cancún, San Miguel de Allende, San Cristóbal de las Casas, Los Cabos, Valle de Bravo o Teotihuacán.

1. El turista consume bienes y servicios.



2. Se pagan proveedores y salarios.



INEGI

3. Quienes viven de la actividad turística consumen bienes adicionales y requieren de servicios, los cuales generan empleo y derrama económica indirecta.



Durante la última década el turismo ha creado 1 millón de empleos directos en México, un crecimiento medio anual de 2.9%, el doble en comparación con el crecimiento en la generación de empleos de las manufacturas, el sector primario y el comercio.

El turismo ofrece la oportunidad para que muchos jóvenes y mujeres encuentren su primer empleo, permitiéndoles que adquieran experiencia y habilidades que les brinden la oportunidad de escalar por la cadena de valor y acceder a mejores condiciones salariales.

En términos proporcionales, el turismo es:



Primer empleador de jóvenes.



Segundo empleador de mujeres.

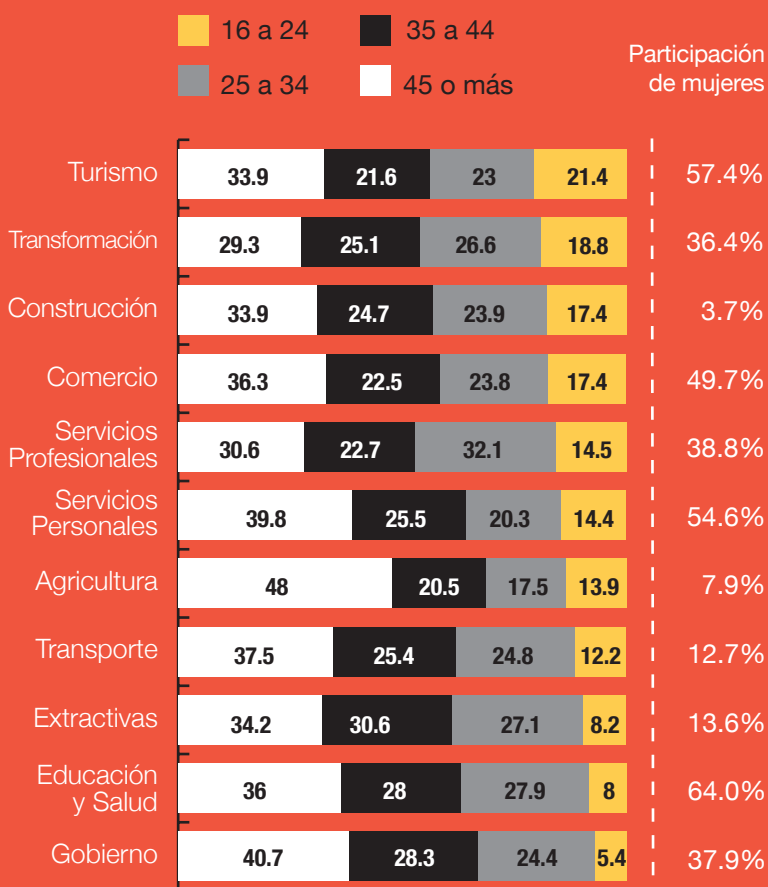


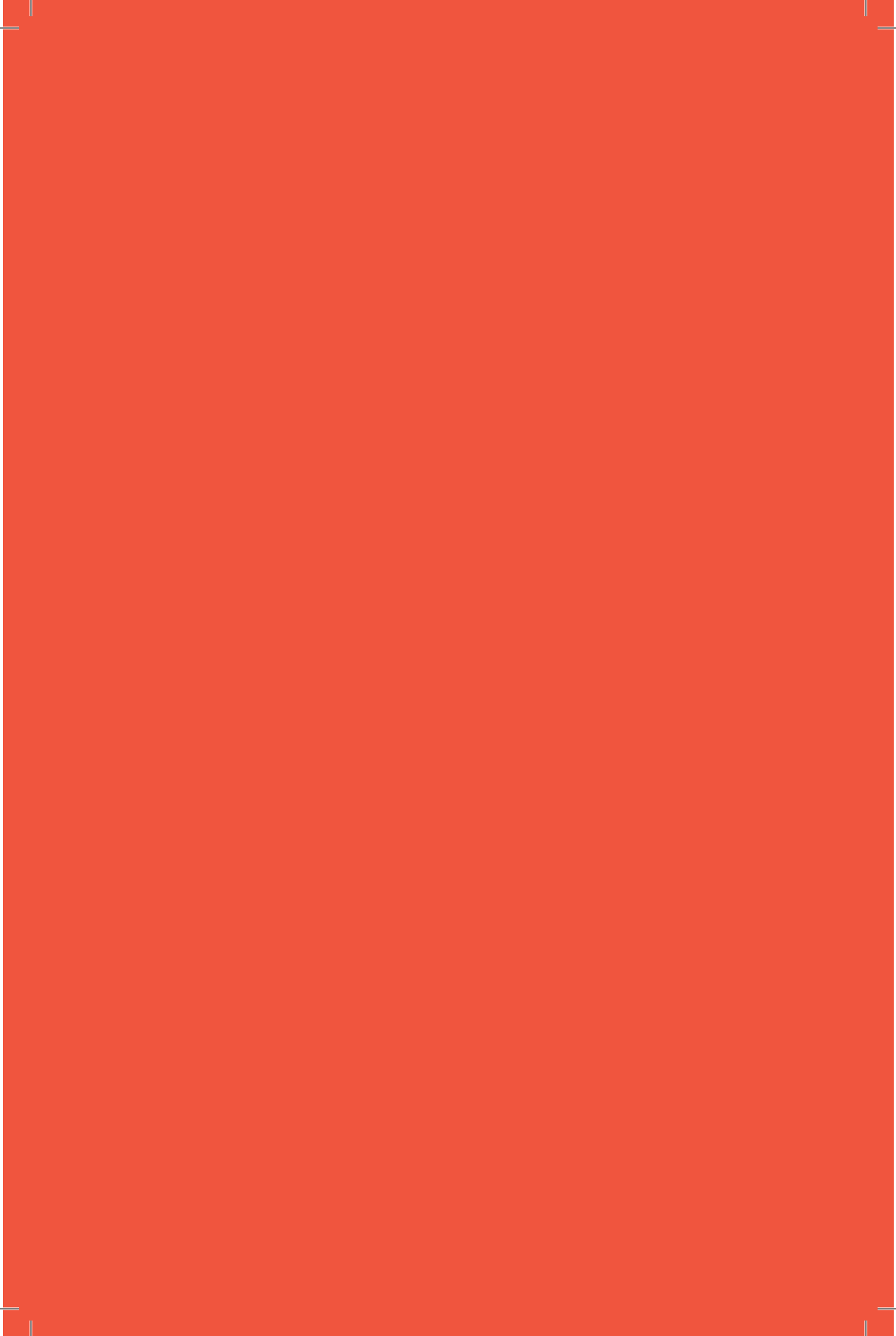
Tercer empleador en el sureste del país.


El sector turístico también promueve el crecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs). En los países miembros de la OCDE alrededor de la mitad de la fuerza laboral empleada en actividades relacionadas con el turismo trabaja en empresas de menos de 10 empleados, mientras que tres cuartas partes en empresas que emplean a menos de 50 personas. En México, por ejemplo, las MiPyMEs generan 86% de los empleos en el sector.

Gráfica III.1. Estructura de edad y sexo de las principales ramas económicas de México. Segundo semestre de 2018

Fuente: INEGI







IV. IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE MÉXICO

1. El PIB Turístico

Debido a la relevancia que ha tomado el turismo en la actividad económica del país, se están haciendo esfuerzos para mejorar continuamente su medición con el fin de conocer con mayor precisión el impacto de la actividad turística en la economía nacional.

En la medición tradicional del PIB en México no existe una categoría que se denomine “Actividad Turística”, ya que esta actividad impacta directamente a otras industrias como la del transporte o la construcción, asimismo existen establecimientos comerciales y profesionistas que dependen total o parcialmente del consumo de los turistas.

Por ello, el INEGI generó **la cuenta satélite del Turismo**, la cual **consolida todas las actividades económicas que son impactadas por el turismo** con el fin de aproximar con mayor precisión el papel que tiene el sector en la economía del país.

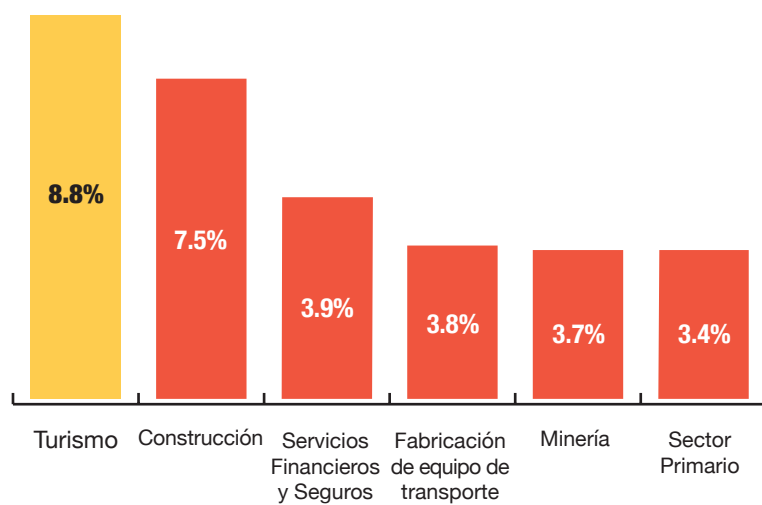
Con la metodología del INEGI, **el Producto Interno Bruto Turístico (PIBT) ascendió a 1.6 millón de millones millones de pesos o 8.7% del PIB nacional** en 2016, monto superior al PIB de la minería, la cual incluye extracción petrolera o la construcción. Inclusive, el PIB turístico es superior a la suma del PIB de las actividades primarias y la fabricación de equipo de transporte, el cual incluye a la industria automotriz, de refacciones y la aeroespacial.

Se estima que en 2017 el PIB turístico haya participado con 8.8% de la economía en México.

Gráfica IV.1. PIB por sectores en México, 2017 (% en el PIB nacional)

Fuente: INEGI

La contribución del turismo en 2017 es una estimación de la Sectur.



El turismo representaba 8.7% del PIB mexicano en 2002. Al cierre de 2012 esta proporción disminuyó a 8.2%, lo que implica que el turismo fue perdiendo representatividad en 10 años.

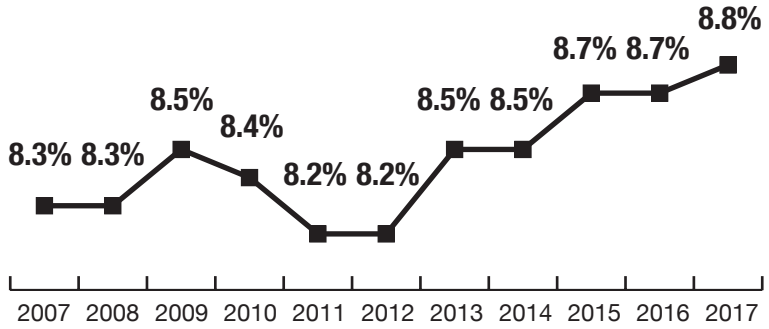
Algunas de las causas de esta caída se atribuyen al incremento en la violencia posterior al inicio de la guerra contra el narcotráfico, el impacto de la contingencia sanitaria por el virus H1N1, la quiebra de Mexicana de Aviación y los estragos de la crisis financiera internacional de 2008.

Además el sector manufacturero, en especial el sector automotriz, mostró un crecimiento muy superior con relación a la industria turística en los años posteriores a la crisis global. La divergencia entre los ritmos de crecimiento de la actividad turística y otros sectores de la economía se reflejó en una menor participación del turismo en la economía nacional.

En promedio, el turismo ha representado alrededor de 8.4% de la economía nacional durante la última década.

Gráfica IV.2. Participación del turismo en el PIB de México.

Fuente: Cálculos de Sector con información del INEGI.

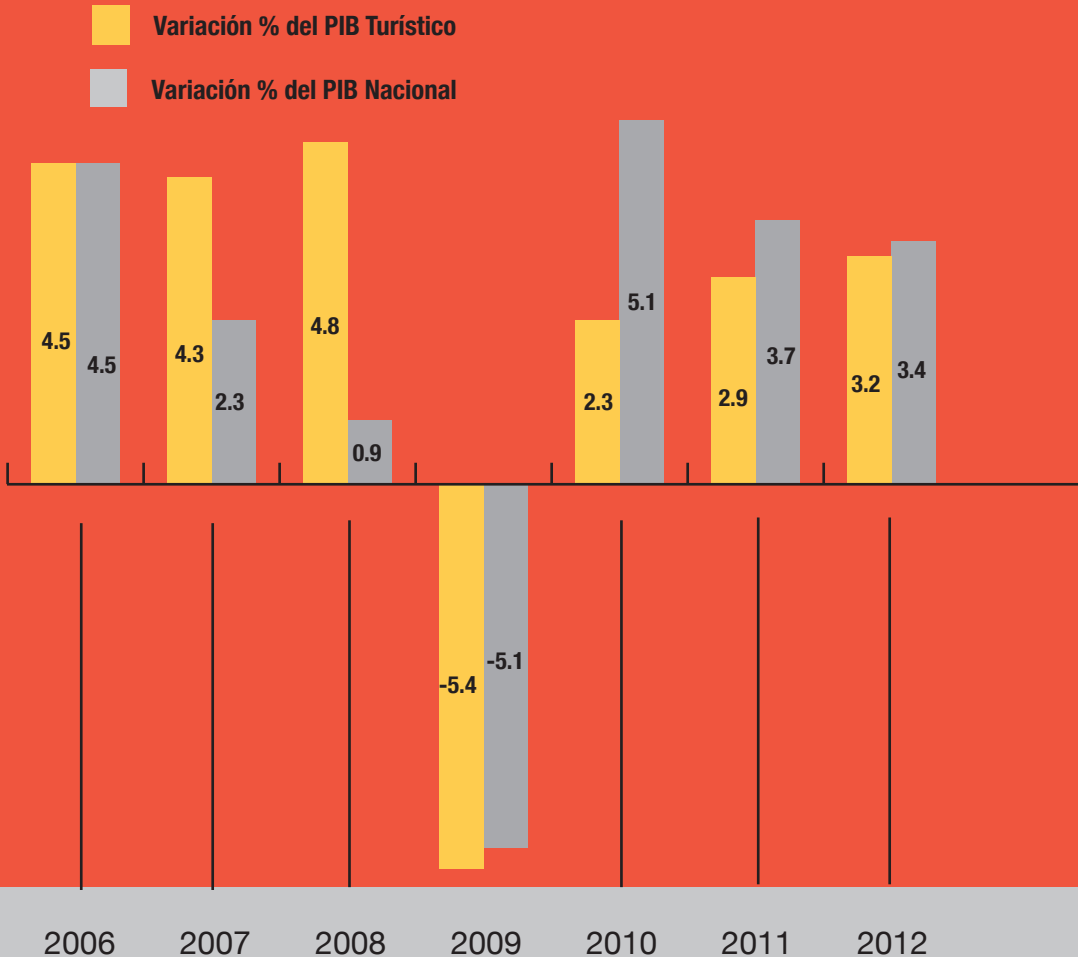


Entre 2006 y 2017, el sector turístico registró una tasa de crecimiento promedio anual real de 2.6%, un nivel superior al crecimiento promedio de la economía nacional durante el mismo período de 2.3%.

Gráfica IV.3. Crecimiento real anual del PIB del Turismo y del PIB en México (%).

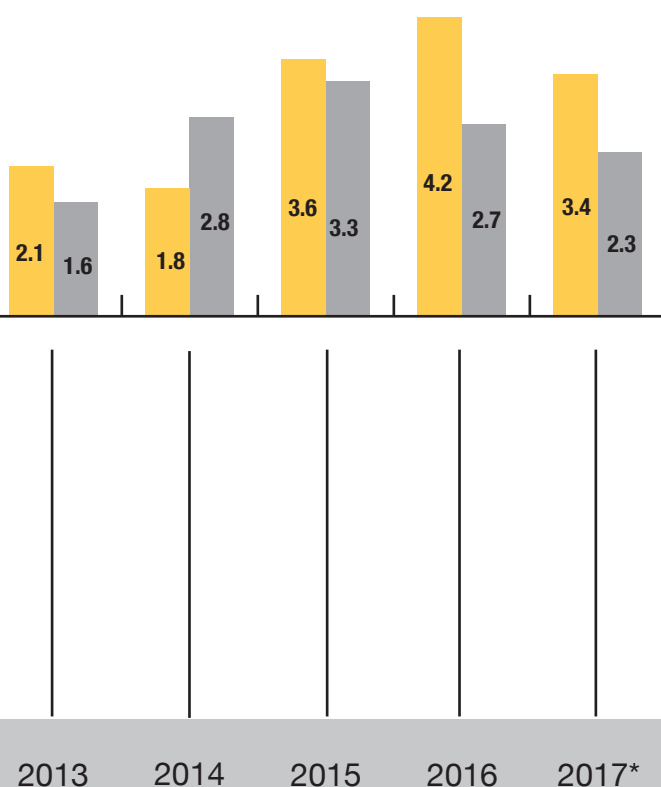
Fuente: Cálculos de Sectur con información del INEGI. Valores con precios constantes de 2013.

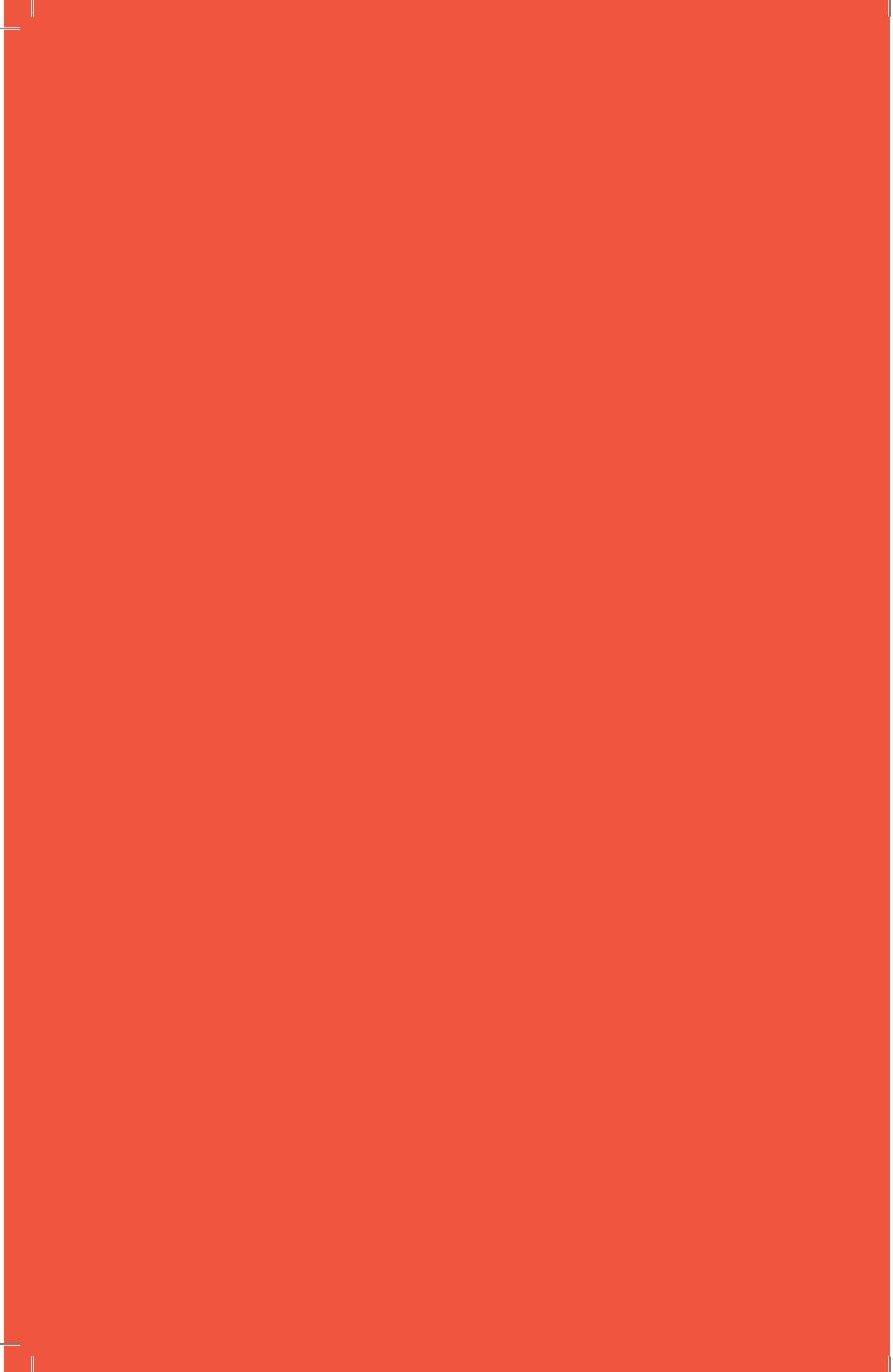
*Nota: Estimaciones de crecimiento en 2017 de acuerdo con el ITAT.



El ramo turístico superó en crecimiento incluso a sectores que han mostrado un buen dinamismo, como la industria manufacturera, que creció 2.9% en 2017. El turismo ha superado a sectores que hasta hace poco experimentaban altas tasas de crecimiento y que ahora están en claro retroceso, como la minería en su conjunto, incluida la extracción de petróleo, que tuvo una contracción de 9.8%.

Otros sectores emblemáticos como la construcción y el de servicios profesionales se contrajeron 1.1% y 0.4% respectivamente.





V. CINCO OBJETIVOS DE POLÍTICA PÚBLICA

Cinco Objetivos de Política Pública para Consolidar al Turismo Como Motor de Crecimiento Económico

Al generar empleo, oportunidades de negocio e impulsar la renovación integral de comunidades enteras, el turismo se ha convertido en la nueva plataforma para el desarrollo de nuestro país.

Los logros que los mexicanos hemos alcanzado en materia turística no son obra de la casualidad ni de factores exógenos, sino de la creatividad y el compromiso de los empresarios y trabajadores de esta industria, así como del diseño e implementación de buenas políticas públicas.

Por ello, la política pública debe seguir acompañando al sector con el fin de que el turismo detone todo su potencial y se mantenga como uno de los motores económicos y de bienestar más dinámicos de la economía nacional.

Los esfuerzos de la política turística deben centrarse en mantener la tendencia de crecimiento que ha registrado el sector en estos últimos años de manera sustentable. Asimismo, será clave para definir la visión y la ruta por la cual transitará el turismo mexicano.

De 2012 a 2017 el Producto Interno Bruto Turístico (PIBT) registró un crecimiento de 3% en promedio cada año, superior al crecimiento de la economía mexicana que creció 2.5% al año durante el mismo periodo.

En este sentido, **el turismo se ha consolidado como uno de los principales motores de la economía.**

Como vimos, el turismo pasó de representar 8.2% de la economía mexicana en 2012 a 8.7% en 2016 y muy probablemente 8.8% en 2017.

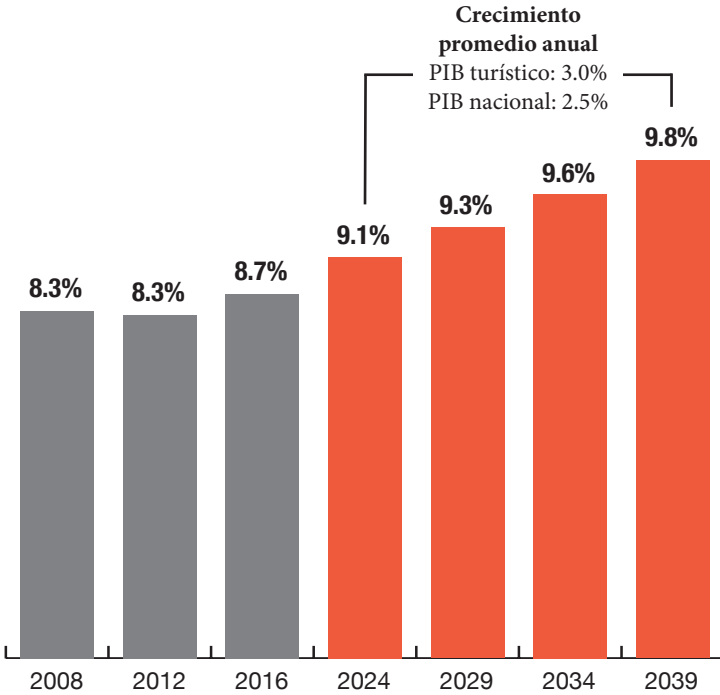
Se estima que la actividad turística en México cuenta con amplio margen para seguir ganando participación en la economía nacional. De hecho, nos hemos planteado la meta de que el sector represente 10% del PIB en México en los próximos 20 años. Este es un objetivo realista si se contrasta con países de desarrollo alto como España o Italia que representan 12% y 11.8% de sus economías respectivamente.

Si se consolidan los esfuerzos que se realizaron durante los últimos años en temas de conectividad, facilitación migratoria, seguridad en los destinos, promoción y financiamiento al sector, además de que se continúe diversificando el origen de los turistas que llegan a México, el PIBT se expandirá más que el promedio nacional.

De mantenerse un crecimiento anual de 3% del PIB turístico y el PIB nacional crece al mismo ritmo de los últimos 5 años, 2.5% cada año, en 2039 el turismo representaría casi 10% de la economía mexicana.

Gráfica V.1. Participación estimada del PIB turístico en el PIB nacional.

Fuente: Cálculos de Sector con información del INEGI.

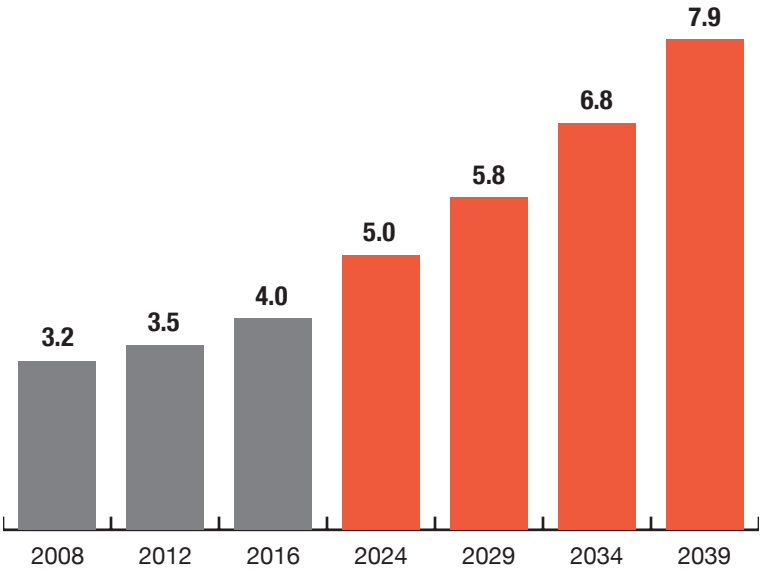


Este escenario implica que el empleo crecería al ritmo de los últimos 5 años. Si se cumple, se espera que el sector genere empleo de forma directa para 7.9 millones de personas en 2039.

Gráfica V.2. Estimación de empleos directos en el sector turismo.

Millones de empleados.

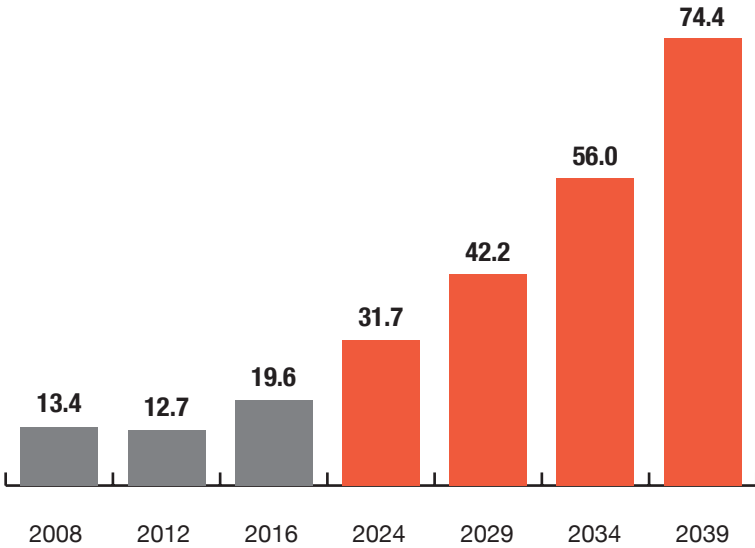
Fuente: Cálculos de Sectur con información del INEGI.



El ingreso de divisas turísticas debería mantener un crecimiento de 5.8% cada año hasta 2039, cuando México podría obtener un poco más de 74 mil millones de dólares.

Gráfica V.3. Estimación de divisas turísticas en México.

Información en miles de millones de dólares.
Fuente: Cálculos de Sector con información del INEGI.



Para materializar el mejor escenario y lograr la meta de que el sector represente el 10% del PIB en México es necesario que las siguientes administraciones le den continuidad a las políticas públicas que buscan alcanzar los 5 objetivos que hemos identificado como prioritarios del sector:

- 1.** Garantizar la seguridad en los destinos turísticos y mejorar la imagen del país.
- 2.** Alcanzar el 5° lugar en el ranking de los países más visitados y el 10° con mayor captación de divisas.
- 3.** Incrementar la competitividad de nuestros destinos turísticos.
- 4.** Mejorar el nivel de vida de la población en las localidades turísticas.
- 5.** Desarrollo turístico sustentable.

1. Garantizar la seguridad en los destinos turísticos y mejorar la imagen del país.

Retos

- Blindar a los destinos turísticos en materia de seguridad.

Propuestas

- Mantener contacto permanente con las autoridades de Estados Unidos para evitar que las alertas de viaje se realicen con información sesgada.
- Impulsar la firma de más convenios por la seguridad como se ha logrado en los principales destinos turísticos de México.
- Utilizar el modelo de Mesas de Seguridad y generalizarlo en los destinos como el medio para darle seguimiento a los compromisos de los convenios.
- Fortalecer las instituciones responsables de la procuración e impartición de justicia en los destinos turísticos, en cuanto a sus instalaciones, recursos humanos, avance tecnológico, procesos y transparencia.
- Alinear, fortalecer, y focalizar los programas federales, estatales y municipales que contribuyan a generar oportunidades de desarrollo local y reconstrucción del tejido social en los destinos turísticos.
- Instalar más Centros de Atención al Turista (CAPTA).

En la elección de los destinos turísticos suelen considerarse factores de precio, calidad del servicio, atractivos naturales y culturales, y ahora, de forma preponderante, la seguridad en ciudades y países.

Sin duda, la inseguridad es el reto más importante que enfrenta el turismo en México y que puede terminar con la buena dinámica del sector.

Prueba de ello es el incremento de delitos de alto impacto en algunos destinos de sol y playa. Esto puede resultar catastrófico para las economías de estos destinos o incluso de estados enteros.

La actividad turística es altamente sensible a las percepciones de inseguridad. Por ello, a pesar de que la mayoría de los episodios violentos se han registrado lejos de los centros turísticos y los turistas raramente se incluyen en las víctimas fatales, tanto el número de visitantes internacionales como las reservaciones de hotel tuvieron un impacto negativo después de que Estados Unidos incluyera, por primera vez, a Cancún y Los Cabos en sus alertas de viaje a pesar de que ya no existen hoy alertas para dichos destinos.

En este sentido, resulta muy importante poner en contexto el repunte de la violencia y el grado de riesgo o afectación real que existe para los turistas. Particularmente, las alertas de viaje pueden ser muy dañinas para la industria turística en ambos lados de la frontera, sobre todo cuando las autoridades de EE.UU. cuentan con información incompleta sobre lo que pasa en los destinos turísticos de México en materia de seguridad y emiten alertas de viaje imprecisas.

En consecuencia los gobiernos locales deben estar en constante comunicación con los consulados de nuestros principales mercados con el objetivo de informarles sobre la situación real que en materia de seguridad existe en cada destino,

así como las acciones que se están llevando a cabo en cada caso, a fin de evitar la sobredimensión de la percepción de inseguridad y la consecuente afectación en la llegada de turistas internacionales a nuestro país.

Al respecto, la Secretaría de Turismo ha encabezado diversas reuniones bilaterales, tanto con la entonces embajadora Roberta S. Jacobson como con funcionarios del Departamento de Estado del gobierno de EE.UU., en las que participaron los gobernadores de Baja California Sur y Quintana Roo, así como los representantes del sector empresarial con el propósito de no incluir a Cancún y a Los Cabos en las nuevas alertas de viaje que publicó ese país en enero de este año.

No obstante lo anterior, se debe reconocer que existe un atraso muy importante a nivel institucional en las policías estatales y municipales, en las procuradurías, ministerios públicos y tribunales locales, así como en materia de coordinación entre los estados y la Federación. Esto, sumado a la poca confianza que tienen los ciudadanos en sus autoridades y al debilitamiento del tejido social en los destinos turísticos, ha dificultado el combate eficaz a la delincuencia.

Por tanto, queda la tarea pendiente de consolidar un modelo de seguridad pública en general y, en nuestro caso, en los destinos y localidades turísticas que, con un enfoque integral, atienda las causas y las consecuencias de la inseguridad con instituciones fuertes basadas en esquemas de inteligencia, desarrollo policial, prevención del delito y participación ciudadana, que hagan prevalecer el imperio de la ley.

Como un primer paso, la Secretaría de Turismo convocó a la firma de convenios a los gobiernos estatales, municipales, la Secretaría de Gobernación y los empresarios para juntos asumir el reto de la seguridad. Los primeros dos convenios se firmaron con los gobiernos de Quintana Roo y Baja Ca-

lifornia Sur, y con empresarios turísticos y organizaciones de la sociedad locales, con el propósito de implementar un nuevo modelo de seguridad en Cancún, Isla Mujeres, La Paz y Los Cabos.

Particularmente desde la Sectur se coaboró con las autoridades federales y locales de seguridad pública, procuración de justicia y atención a víctimas del delito a través de los Centros de Atención y Protección al Turista (CAPTA's).

Los CAPTA's atienden a los turistas en situaciones de seguridad, enfermedad, desastres naturales, orientación en trámites, denuncias comerciales y cualquier ayuda que necesiten. Estos centros cuentan con la participación de las autoridades municipales, estatales y del gobierno federal.

Paralelamente y por iniciativa de la sociedad civil, se sigue trabajando con la organización México SOS al emplear su plataforma de 33 Mesas de Seguridad para que entre autoridades y ciudadanía, se debatan, diseñen e implementen las mejores soluciones al problema público de la inseguridad en diversos destinos como La Paz, Ixtapa, el propio Cancún y Los Cabos, entre otros.

Los siguientes pasos que deben realizarse para consolidar un modelo de seguridad pública deben incluir la firma de más convenios en los principales destinos turísticos y generalizar el modelo de Mesas de Seguridad como el medio para darle seguimiento a los compromisos de los convenios.

También se debe promover la instalación de un mayor número de CAPTA's, al menos uno por estado. Hasta el momento sólo se han instalado en Los Cabos, Baja California Sur; Acapulco, Guerrero; Playa Miramar, Tamaulipas; Querétaro, Querétaro; Cancún, Quintana Roo; Tlaquepaque, Jalisco y Tepotzotlán, Estado de México.

Asimismo, es importante que continúen las labores de fortalecimiento de las instituciones responsables de la procuración e impartición de justicia en los destinos turísticos,

en cuanto a sus instalaciones, recursos humanos, avance tecnológico y de transparencia. Para ello, la participación activa de la sociedad civil es fundamental.

Finalmente, es importante mantener un trabajo cercano con los medios de comunicación con el fin de evitar que la publicación de información sobre crímenes de alto impacto tenga un efecto negativo en el turismo.

En muchas ocasiones, la cobertura de eventos violentos es desproporcionada y genera una percepción distorsionada de la realidad cotidiana de México. En algunos países, por ejemplo, evitan poner este tipo de información en las primeras planas.

La visión de un México desarrollado pasa por una sociedad en paz. La seguridad integral de destinos tiene que ser vista como un valor intangible e intrínseco de cada localidad, donde el turista se sienta cómodo y seguro en la protección de su persona y sus bienes, y donde también encuentre un entorno de orden y convivencia social pacífica entre todos los miembros de una comunidad.

Esto quiere decir que el reto de promover y mantener destinos seguros es una responsabilidad compartida, donde autoridades públicas, empresarios, trabajadores, sociedad civil, academia y población, deben ser actores involucrados en el diseño, la ejecución y la evaluación de políticas públicas y acciones sociales en la materia. La inseguridad nos afecta a todos, combatirla es responsabilidad de todos.

El valor estratégico del turismo es muy grande y no podemos descuidarlo. Contar con destinos seguros, con leyes que sean cumplidas y con instituciones fortalecidas al servicio de la sociedad, nos permitirá consolidar nuestra visión de tener en el turismo al motor más eficaz para promover un desarrollo integral e integrante del país, y de generar un país más parejo y con mayores oportunidades para todos, y donde la seguridad sea uno de sus ejes rectores.

2. Consolidar a México como el 5° país más visitado y el 10° con mayor captación de divisas.

Retos

- Diversificar los mercados de procedencia de los turistas internacionales que llegan a México para depender menos de Canadá y Estados Unidos.
- Consolidación de una promoción turística estratégica.
- Obtener más de 37 mil millones de dólares en divisas turísticas cada año.

Propuestas

- Trabajar en la eliminación del requerimiento de visa para algunos países de Europa y Asia.
- Continuar ampliando el número de rutas aéreas con otros países.
- Fortalecer al CPTM.
- Continuar con la estrecha coordinación con los empresarios turísticos para elaborar la promoción turística de México.
- Impulsar los segmentos de turismo médico, turismo de negocios, reuniones y turismo de lujo.

Por primera vez en la historia México alcanzó la 6° posición entre los países más visitados del mundo durante 2017, y en ese mismo año nos ubicamos entre los 15 países con mayor recepción de divisas turísticas.

De 2012 a 2017 las divisas turísticas en México crecieron 67% mientras que en el resto del mundo crecieron 20%.

Se espera que la industria turística mexicana se beneficie del crecimiento del turismo a nivel mundial, ya que la Organización Mundial de Turismo estima que el flujo de turistas internacionales alcance 1,800 millones en 2030, un incremento de 36% respecto de los 1,326 millones de turistas internacionales que se registraron en 2017.

México tiene la capacidad para captar una parte significativa del crecimiento del turismo mundial, sin embargo, para lograrlo se deben fortalecer nuestras ventajas comparativas, innovar, aprovechar las nuevas tendencias en el sector y atender los importantes cambios económicos y sociales que se suscitan en la dinámica internacional.

En seis años México podría recibir 60 millones de turistas y 37 mil millones de dólares anuales, lo que nos convertiría en el 5° país más visitado y el 10° con más divisas turísticas.

Para ello, México debe diversificar los mercados emisores de turistas, ya que más de 70% de los turistas que nos visitan por vía aérea provienen de Canadá y Estados Unidos, lo que nos hace vulnerables ante la elevada dependencia que tenemos de Norteamérica.

Una meta razonable es que los estadounidenses no representen más del 50% de los turistas que llegan por avión a México, por lo que se debe atraer a muchos más turistas de

Europa Oriental, Latinoamérica y Asia, especialmente de China, que es el mercado emisor de turistas de mayor crecimiento.

Se debe reconocer que México se encuentra en desventaja con relación a otros destinos, ya que solicitamos visa a algunos de los mercados turísticos más importantes, mientras que otras potencias turísticas no lo hacen. Por ejemplo, Reino Unido no le pide ningún tipo de visa a los ciudadanos de Emiratos Árabes Unidos mientras que nosotros les requerimos la visa Schengen⁴.

La política de eliminación de visas ha tenido resultados extraordinarios en el turismo de México, por ejemplo, gracias a la Alianza del Pacífico se implementó esta medida para los colombianos, peruanos y chilenos. Así, en 2017 recibimos 234% más colombianos que en 2012, 154% más peruanos y 113% más chilenos.

También, se debe eliminar el requerimiento de visa a los chinos y generar una estrategia de capacitación para atenderlos en su idioma y de acuerdo con sus preferencias.

Otro mecanismo importante para lograr incrementar la llegada de turistas, fomentar una mayor estancia y frecuencia de viaje es promocionar acertadamente las riquezas y atractivos que ofrece.

Para lograrlo se debe continuar fortaleciendo la capacidad del Consejo de Promoción Turística para promover a México de forma efectiva.

⁴ El espacio Schengen es el área que comprende 26 países europeos que han abolido los controles fronterizos en las fronteras comunes. La visa Schengen es un visado emitido por los países miembros para viajar en toda la zona del Espacio Schengen.

La promoción turística es muy importante, por ejemplo, cada año Brand USA invierte 155 millones de dólares en promoción y los “tourism boards” estatales de EE.UU. invierten más de mil millones de dólares en total con el mismo fin. El estado de Texas invierte 24 millones de dólares al año en promoción y por su cuenta, Dallas, Houston y San Antonio invierten otros 98 millones de dólares.

También es importante mantener la estrecha colaboración con el sector empresarial para tomar las decisiones adecuadas en materia de promoción turística.

Además de una promoción efectiva que ayude a incrementar la llegada de turistas, es necesario desarrollar los segmentos donde los turistas realizan un mayor gasto por viaje, tales como el turismo médico, negocios y turismo de lujo.

México tiene un enorme potencial en el turismo médico ya que se encuentra cerca de Estados Unidos y Canadá, un mercado que demanda mucha atención médica y cuenta con gran poder adquisitivo.

En nuestro país existen clústeres médicos de gran calidad, doctores especialistas aptos para realizar intervenciones complejas y las intervenciones médicas son mucho más baratas que en Estados Unidos.

El precio en que se ofrecen los tratamientos médicos en México llega a ser hasta 80% menor al precio en Estados Unidos. En Canadá los tiempos de espera para recibir tratamientos médicos son muy largos, lo que hace muy atractivo acudir a México.

Las unidades certificadas y enfocadas al turismo médico se ubican principalmente en tres regiones del país, una fronteriza y nortea en metrópolis como Tijuana, Nuevo Laredo,

Monterrey, Ciudad Juárez y Reynosa; la del centro y occidente del país, que incluye la Ciudad de México, Guadalajara, San Luis Potosí, Querétaro; y finalmente, la correspondiente a la península de Yucatán, con Mérida y Cancún.

México ha logrado convertirse en el segundo destino de turismo médico por llegada de pacientes y actualmente se estima que la industria genera 3 mil 500 millones de dólares cada año.

De acuerdo con Deloitte, en los próximos 12 años México podría cuadruplicar los ingresos que actualmente genera la industria del turismo médico. En 2030, la consultoría estima que el país reciba 13 mil 800 millones de dólares por turismo médico.

Otro segmento con gran potencial para seguir creciendo es el turismo de negocios, reuniones y convenciones. México ya cuenta con un mercado significativo al celebrarse cada año más de 265 mil eventos que van desde unas decenas de personas hasta grandes ferias y convenciones internacionales, que convocan en total a unos 29 millones de participantes con una derrama económica que equivale a 1.5% del PIB.

Este es un segmento muy atractivo ya que el gasto promedio de un turista de reuniones es hasta seis veces mayor al de uno de sol y playa.

Por ejemplo, un evento internacional, donde la estancia promedio es de 3.5 noches, puede generar un gasto de casi 2 mil dólares por participante.

En este segmento tenemos una gran oportunidad para crecer, pues nuestro país está en el lugar 21 del mundo por número de eventos albergados y en el 17 por número de

participantes, posiciones que no corresponden con la infraestructura del país para tales efectos ni con nuestra posición en la OMT en el ranking de llegadas de turismo internacional.

México cuenta con una variedad de Centros de Convenciones y Exposiciones en más de 56 destinos que incluyen grandes ciudades, playas y ciudades coloniales.

Para aprovechar esta capacidad, dos estrategias han resultado ser exitosas para la atracción de eventos. Por un lado, la obtención por parte de prestadores de servicios de certificaciones internacionales otorgadas por organismos y asociaciones de profesionales del ramo, las cuales aumentan la visibilidad y el atractivo ante los organizadores de eventos.

La otra es un programa de “branding” o mercadestino bien conformado, a través del cual el Consejo de Promoción Turística de México colabora con entidades públicas y privadas para adaptar el exitoso modelo de promoción de la marca México a través de campañas, alianzas estratégicas y organización de eventos.

Finalmente, México debe impulsar el turismo de lujo. Nuestro país cuenta con hoteles de lujo, cerca de 200 campos de golf y una gran calidad y calidez en el servicio. De acuerdo a la agencia de viajes Virtuoso, México es el segundo destino de lujo más popular del mundo.

Estos son activos que debemos aprovechar para incrementar la llegada de turistas que mayor derrama genera por viaje.

3. Incrementar la competitividad de nuestros destinos turísticos.

Retos

- Diversificar los destinos a los que llegan los turistas en México ya que la alta concentración en pocos destinos implica el riesgo de saturarlos y perder su competitividad.
- Incrementar la calidad en el servicio turístico.

Propuestas

- Incrementar el presupuesto de la Secretaría de Turismo.
- Modernizar a Fonatur para detonar la competitividad del sector.
- Infraestructura adecuada.
- Continuar con la construcción del NAIM.
- Usar la tecnología para mantener el tránsito en los aeropuertos y en fronteras seguro y rápido.
- Capacitación.
- Profunda desregulación del sector e inclusión de la oferta no tradicional de alojamiento y transporte turístico en el marco jurídico.

En los últimos años México ha ganado terreno en la atracción de flujos turísticos, logrando que el turismo mexicano supere el crecimiento promedio de muchos países en el sector.

Sin embargo, es una industria muy competida por lo que México no debe confiarse. Se debe continuar el impulso a la competitividad de la oferta turística mexicana, como la integración de la tecnología, la digitalización y el aumento de las capacidades productivas.

El desarrollo de destinos de sol y playa en México es un caso de éxito a nivel mundial. Este segmento concentra 75% de los turistas internacionales que se alojan en hoteles de México.

Cancún, La Riviera Maya, La Ciudad de México, Los Cabos y Puerto Vallarta concentran 57% de la llegada a hotel de turistas internacionales.

Esta concentración hace vulnerable al sector ante potenciales problemas en esos destinos. Además, corren el riesgo de saturarse y perder competitividad.

Por ejemplo, se debe reconocer la saturación que actualmente enfrenta el aeropuerto de la Ciudad de México, el cual recibe 33% del total de pasajeros que llegan a los aeropuertos del país. Por eso es importante apoyar la construcción del Nuevo Aeropuerto Internacional de México, para pasar de una capacidad de operación de 38 millones de pasajeros al año que tiene actualmente el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México a 70 millones de operaciones de pasajeros que tendría el NAIM en su primera etapa y 120 millones al finalizar su construcción.

Por otro lado, debemos aprovechar el enorme potencial que ofrecen otras modalidades turísticas a fin de poder incrementar y diversificar el perfil de turistas que llegan a México.

Tabla V.1. Turistas internacionales alojados en hoteles.

Fuente: SECTUR

Nota: Esta tabla no considera a los extranjeros que pernoctan fuera de hoteles.

Destino	Millones de turistas
Cancún	6.0
Riviera Maya	4.1
Ciudad de México	2.4
Los Cabos	1.5
Puerto Vallarta	0.7
Total México	25.7

Tabla V.2. Participación de aeropuertos en llegadas totales de pasajeros.

Fuente: SCT

Aeropuerto	Millones de pasajeros	Participación %
CDMX	22.4	33%
Cancún	11.7	17%
Guadalajara	6.4	9%
Monterrey	4.9	7%
Tijuana	3.6	5%
Los Cabos	2.4	4%
Puerto Vallarta	2.2	3%
Resto	14.6	21%
Total	68.3	100%

En los próximos años deben desarrollarse productos turísticos especializados con el objetivo de diversificar los atractivos turísticos a través de estrategias de diferenciación, y de esta manera los turistas encuentren una experiencia diferente y original en cada destino.

Por ejemplo, se debe aprovechar el surgimiento de modelos y tecnologías para desarrollar sistemas inteligentes y mejorar la experiencia turística y la facilitación de viaje.

Los procesos de revisión migratoria en aeropuertos son lentos y restan competitividad a nuestro país. Una solución de corto plazo es implementar los kioscos que están en los aeropuertos de la Ciudad de México, Los Cabos y Cancún en el resto de los aeropuertos.

No obstante, en el largo plazo será necesario ampliar el uso de tecnología biométrica y BigData para reconocimiento automático de patrones de los pasajeros en su frecuencia de viajes y los destinos que visitan, así como agilizar la internación a nuestro país.

Además, los destinos emergentes deben ofrecer internet público, cableado subterráneo y mejorar su atractivo turístico con más y mejor infraestructura.

La mejor herramienta de la Secretaría de Turismo para ampliar la infraestructura es el Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y de Pueblos Mágicos, o Prodermágico, el cual consiste en firmar convenios con los gobiernos estatales para que ambos niveles de gobierno inviertan en partes iguales en proyectos de infraestructura convenidos por ambas partes.

Para que el Prodermágico sea más efectivo en incrementar la competitividad de destinos emergentes es importante involucrar cada vez más a los empresarios en la toma de decisiones del programa.

Otra importante herramienta para diversificar la oferta turística es el Fondo Nacional del Fomento al Turismo (Fonatur), que es el organismo encargado de identificar, concretar y detonar proyectos de inversiones sustentables en el sector turístico, orientados al desarrollo regional, la generación de empleos, la captación de divisas, el desarrollo económico y el bienestar social.

El Fonatur ha tenido mucho éxito en desarrollar destinos turísticos como Cancún o Los Cabos, demostrando una gran visión de largo plazo y capacidad para construir centros de riqueza y bienestar.

Sin embargo, es importante modernizar y fortalecer a Fonatur para mantenerlo a la altura de los nuevos desafíos, hay que redefinir y actualizar sus atribuciones, capacidades y mandato original, a efecto de que desempeñe un papel estratégico en la planeación, reordenamiento, desarrollo y modernización del turismo mexicano.

Con este fin, los objetivos de Fonatur deben actualizarse para que realice cuatro tareas muy importantes:

- **Consolidar los destinos que administra.** Ampliar sus facultades para que además del mantenimiento trabaje en temas de promoción, innovación, competitividad y capacitación. Mayor colaboración y corresponsabilidad con los empresarios.
- **Intervenir y reconvertir a los destinos** que necesiten regenerarse, como Acapulco.
- **Desarrollar nuevos destinos** como podría ser desarrollar alrededor de las zonas arqueológicas de Teotihuacán, Chichén Itzá y Palenque, Pueblos Mágicos con mucho potencial y en litorales aún no explotados.
- **Investigar y desarrollar** para estar actualizado con las mejores prácticas a nivel internacional y adaptarlas a las características de México.

Sin embargo, la inversión en infraestructura turística más importante es la que realizan los empresarios e inversionistas que confían en nuestro país. Para apoyarlos, se crearon programas con la Banca de Desarrollo para facilitar el acceso al financiamiento a los pequeños empresarios de México que desean ampliar o remodelar su hotel, su restaurante o su equipo de transporte turístico.

En el Anexo se puede encontrar información más detallada de los programas que opera con éxito la Secretaría de Turismo.

México cuenta además con una de las mejores gastronomías del mundo, que es patrimonio inmaterial de la humanidad, por lo que es importante aprovecharla para atraer más turistas e incentivarlos a permanecer en México por más tiempo. Para lograrlo, se creó la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional.

Por otro lado, una mayor competitividad también requiere de más calidad en el servicio. La educación es el principal medio para aumentar las competencias del capital humano y los prestadores de servicios en un sector tan competitivo, dinámico y volátil como el turismo.

A pesar de que se hizo un esfuerzo para avanzar en la materia con la creación de la Cruzada por la Capacitación Turística, es necesario ampliar estos esfuerzos.

La Cruzada incorpora y difunde las acciones de capacitación gratuita de más de 50 instituciones académicas de educación; 10 cámaras o asociaciones del sector turístico o vinculado con éste y a los Secretarios de Turismo de las 32 entidades federativas.

No obstante, falta fortalecer la vinculación Escuela-Empresa, ofertar una mayor cantidad de cursos adaptados y actualizados a las necesidades del sector y fomentar la capacitación en materia de turismo entre los funcionarios públicos municipales.

Finalmente, es necesario hacer más accesibles y sencillos los trámites que requieren hacer los prestadores de servicios turísticos para operar en nuestro país e integrar a la formalidad a los que ofrecen sus servicios de alojamiento y transporte turístico por medio de internet.

4. Mejorar el nivel de vida de la población en las localidades turísticas.

Retos

- No podemos tener zonas hoteleras de primera y comunidades de tercera.
- El Turismo no es un fin, es un medio. El verdadero objetivo del turismo es aumentar el nivel de vida y el bienestar de los mexicanos.

Propuestas

- Toda política pública debe incorporar criterios turísticos para fortalecer al sector.
- Mejorar las condiciones de empleo, vivienda, provisión de servicios públicos y calidad de vida de las comunidades de los destinos turísticos.

En México, país de múltiples contrastes, encontramos que muchas de las regiones que presentan los mayores niveles de atraso económico y problemas de empleo también son las que tienen mayor vocación turística por su naturaleza, cultura y gastronomía. No podemos permitirnos tener zonas hoteleras de primera y comunidades de tercera. Hay que recordar que el verdadero objetivo del turismo es aumentar el nivel de vida y el bienestar de todos los mexicanos.

Está en nuestras manos generar las sinergias para aprovechar la gran vocación turística de muchas regiones del país. Tan sólo para dimensionar la gran cantidad de posibilidades, en el país se han identificado más de 1500 localidades y sitios de interés para el desarrollo del turismo relacionado con la cultura, casi la mitad de ellas han desarrollado prácticas artesanales de gran calidad.

Los impactos positivos del turismo en las regiones donde tiene presencia están ampliamente documentados. Se generan empleos dignos, aumenta la capacidad empresarial, se generan mayores ingresos y se distribuyen de manera más equitativa, se reduce la pobreza y se desarrollan las competencias y habilidades de las personas.

Tabla V.4. Crecimiento promedio anual del PIB en estados con vocación turística.

Fuente: Elaboración propia con información de INEGI.

Estado	Crecimiento promedio anual del PIB (2014-2017)
Baja California Sur	9.5%
Quintana Roo	5.4%
Guanajuato	5.3%
Nayarit	3.4%
Nacional	2.7%

Por otra parte, se debe tener en cuenta que el éxito de un destino turístico viene acompañado de un rápido crecimiento económico y de una entrada masiva de inversiones, por lo que atrae a un importante número de personas en busca de oportunidades, lo que genera problemas de saturación en servicios públicos, vivienda, entre otros.

Por ejemplo, entre 2015 y 2018, el sistema educativo de Baja California Sur ha recibido a 22 mil nuevos estudiantes producto de la inmigración al estado. Lo anterior, exige la construcción de 500 nuevas aulas y requiere la contratación de igual número de profesores.

La problemática de un crecimiento desordenado, así como la subsecuente saturación de servicios públicos en los destinos turísticos debe abordarse desde una política a nivel federal, incluyendo a los gobiernos locales, así como a los actores civiles y empresariales.

En este sentido, el papel de los empresarios en la generación de empleos dignos y en el crecimiento ordenado y sustentable de los destinos turísticos es muy relevante. Son ellos los que arriesgan su capital y asumen los riesgos. Son ellos los que generan riqueza para las comunidades al integrar en sus cadenas de valor productos realizados en las localidades.

Pero también, son los empresarios los que están en posición de mejorar las condiciones laborales de sus colaboradores y con ello mejorar la calidad de vida de la región. El México actual nos brinda las condiciones óptimas para aumentar los salarios y las prestaciones de las millones de personas que dedican su vida a mejorar el turismo mexicano.

La comunidad empresarial en gran medida cuenta con margen suficiente para inyectar recursos a su plantilla laboral e incrementar el contenido local en sus compras, sobretodo en los destinos turísticos consolidados. Además, si los em-

presarios apuestan aún más por sus empleados, seguramente se generará un círculo virtuoso al motivarlos, al reducir la rotación y al aumentar los incentivos para mantener cuadros preparados.

Asimismo, el sector en su conjunto debe realizar un esfuerzo importante en reducir las importaciones y su dependencia a suministros extranjeros. Se estima que hasta 60% de los insumos del sector hotelero y restaurantero se importan, por lo que existe una oportunidad de negocio de más de 5 mil millones de dólares anuales para la proveeduría nacional.

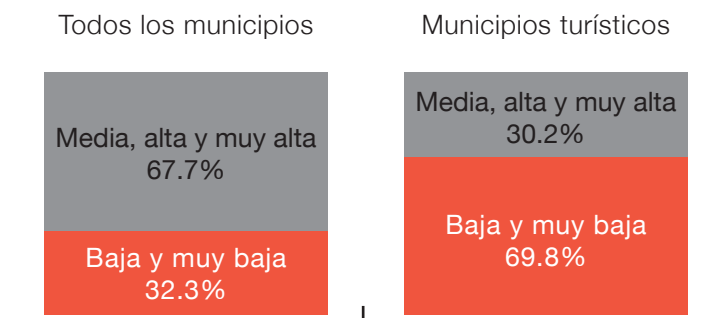
Esto ha sido la principal motivación para lanzar programas como Conéctate al Turismo, el cual busca impactar en la población de los destinos turísticos al coordinar un trabajo conjunto entre todos los actores involucrados en la cadena de valor del turismo mexicano (para ver más del programa, consultar el anexo).

Existe evidencia de que en los lugares donde hay turismo hay menos marginación, por el contrario, hay mejores empleos, mejores salarios, mejor calidad de vida. El turismo se ha convertido en el vehículo para asegurar el bienestar de las personas, mejorar la vivienda, los servicios públicos de calidad, la movilidad accesible. El turismo permite la dignificación y enriquecimiento del individuo y de la sociedad en su conjunto.

Gráfica V.4. Composición porcentual del nivel de marginación de los municipios de México.

2015

Fuente: Cálculos de Sectur con información de Coneval.



5. Desarrollo turístico sustentable.

Retos

- Uso sustentable del patrimonio natural y cultural de México.
- Las comunidades turísticas que crecen de forma descontrolada pierden viabilidad económica y social.

Propuestas

- Generar instancias de planeación local dirigidas a priorizar el desarrollo en el largo plazo.
- Declarar una Zona de Desarrollo Turístico Sustentable (ZDTS).
- Inversión turística en tecnologías verdes.

Los destinos turísticos sustentables son aquellos que logran una articulación virtuosa entre el turista, el medio ambiente que se visita, los habitantes locales y la economía regional. Si queremos lograr la sustentabilidad, tenemos el enorme reto de emprender las acciones necesarias para garantizar el respeto al medio ambiente, respetar la cultura de las comunidades, y generar oportunidades de desarrollo compartido.

Para el turismo, el patrimonio natural es de suma importancia. A nivel mundial, 50% de los viajes de ocio se realizan a zonas naturales y ecológicas. Además, se estima que el impacto ambiental y el cuidado del entorno es uno de los factores prioritarios que las nuevas generaciones de turistas consideran para visitar un destino.

En el caso de México, se calcula que el turismo de naturaleza genera una derrama cercana a los 4,000 millones de pesos anuales. Según el Foro Económico Mundial, México es el 4to país con más recursos turísticos naturales y el 8vo país con el mayor número de especies conocidas. Además es el 8vo país con el mayor número de sitios declarados patrimonio natural de la humanidad.

Por ello, se ha convertido en una prioridad del Estado asegurar la sostenibilidad del turismo en el país. Esta tarea es una responsabilidad compartida de todos los actores, que reclama un compromiso decidido y coordinado de las autoridades de los tres órdenes de gobierno, así como de agentes privados y sociales.

Es precisamente en el tema de sustentabilidad donde encontramos uno de los mayores contrastes que enfrentamos como país; que México teniendo una posición incomparable en cuanto a riquezas naturales se refiere, presenta un importante rezago con relación a los estándares internacionales de conservación.

El Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo 2017 del Foro Económico Mundial revela que nuestro país ocupa la segunda posición en recursos naturales cuantificables, pero se ubica en el lugar 116 de 136 en la categoría de sostenibilidad del medio ambiente.

La sobreexplotación de estos recursos está poniendo en riesgo el equilibrio ambiental, las ventajas comparativas de nuestro país, y la preservación de las riquezas de diversas comunidades. Además, México es uno de los países con mayor vulnerabilidad ante el cambio climático, ya que una parte importante de su territorio y de su población están en riesgo por dicha causa. Sus efectos impactarán particularmente las zonas turísticas con vecindad a los litorales mexicanos.

Como parte de la estrategia para revertir esta situación, en México se han firmado los decretos de creación de cuatro nuevas áreas protegidas y cinco zonas de salvaguarda, un hecho sin precedentes en el que se triplica el área protegida existente hasta 2012.

Además, se han adoptado medidas de conservación ecológica y se han incorporado tecnologías para el uso eficiente de los recursos, en sintonía con la meta hacia el 2024 de generar un 35% de la energía eléctrica utilizada en el país con energías limpias.

Sin embargo, el crecimiento desmedido de los destinos turísticos y la falta de una planeación, provocan que las localidades no cuenten con la infraestructura y los recursos necesarios para solventar la llegada masiva de turistas y de personas en búsqueda de oportunidades laborales. Si la gestión del turismo en estos destinos no es sustentable, si se permiten las grandes obras y construcciones mal planeadas, se comienza a sentir un impacto negativo sobre el medio ambiente, las culturas y economías locales.

Tenemos que evitar que los destinos turísticos se conviertan en víctimas de su propio éxito. Esto es un problema bien documentado alrededor del mundo, y la mejor forma de evitarlo es una adecuada planeación donde se involucren todos los actores del sector, es decir, autoridades de todos los niveles de gobierno, empresarios, sociedad civil, sector laboral y los habitantes de la localidad.

Sólo con una planeación integral se puede evitar la sobre-densificación de los destinos turísticos. Esta planeación debe ser a largo plazo, por lo menos a 20 años y debe ser revisada cada 5 años tomando en cuenta a todas las personas directamente afectadas. Ninguna política debería ser implementada sin escuchar a las partes involucradas en primer término.

Con esto en mente, y a efecto de seguir avanzando hacia un turismo más sustentable, es necesario fomentar la inversión turística en tecnologías verdes y la correcta planeación urbana. El gran reto de la planeación turística integral y el ordenamiento territorial es la forma en que los diferentes elementos que la componen se articulan para potenciar su éxito en el largo plazo, y así evitar la entrada de desarrollos turísticos mal diseñados y que sólo perjudican a los habitantes de la localidad.

Por todo esto, es relevante la legislación sobre la protección y preservación de los recursos naturales incluida en la Ley General de Turismo, en donde destacan políticas como el programa de Ordenamiento Turístico del Territorio y el establecimiento de las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable, estas últimas son una certificación en materia de sustentabilidad y de una adecuada planeación para el desarrollo de un destino en el largo plazo.

En este sentido, las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable constituyen una nueva herramienta con el potencial para alinear esfuerzos, políticas, financiamiento y acciones de todos los actores para avanzar en la consolidación sustentable de zonas específicas del país.

Es importante destacar que el decreto de una Zona de Desarrollo Turístico Sustentable se hace una vez que la localidad alcanzó ciertos requisitos en materia de sustentabilidad y cuenta con puntos bien delineados a seguir en su plan de desarrollo. En este sentido, el decreto depende del interés y de la capacidad de planeación que tengan las localidades.

Así, la debida creación de estas Zonas de Desarrollo Turístico nos permitirá detonar destinos con progreso social y coparticipación de los habitantes en áreas naturales, donde se preserve el entorno, se conserve a las especies en peligro de extinción, y se proteja efectivamente los elementos naturales y culturales; al mismo tiempo que se generan empleos y modelos de negocios rentables.

Ante esto, no cabe duda de que se deben impulsar estas Zonas de Desarrollo Turístico, generando un marco adecuado de incentivos con el fin de que las localidades pudieran ser elegibles para tener acceso preferencial a programas del gobierno federal, un tratamiento especial con la banca de desarrollo, entre otros beneficios.

Finalmente, un concepto que puede regir la planeación turística sustentable es el de destinos inteligentes. Estos destinos se caracterizan por que están interconectados por medio de tecnologías de la información, lo que permite compartir millones de datos que generan los visitantes y habitantes relacionados con sus preferencias, medios de pago, las experiencias y recomendaciones que comparten en redes sociales, con el fin de que estos datos se analicen para hacer políticas públicas adecuadas para una localidad en específico.

CONCLUSIONES

En estos últimos años, el sector turístico mexicano ha registrado su mejor desempeño en la historia moderna de nuestro país. Las cifras lo confirman y las proyecciones son aún más alentadoras.

Se registraron nuevos máximos históricos en llegada de visitantes internacionales y captación de divisas, lo que nos colocó como el sexto país más visitado del mundo en 2017 por primera vez en nuestra historia con 39.3 millones de turistas. El PIB turístico registró un mayor crecimiento con relación al PIB nacional en los últimos años y en 2017 el sector representa alrededor de 8.8% de la economía nacional. Además, el crecimiento del empleo que se registró en el sector turístico fue superior al del conjunto de la economía durante este periodo. Actualmente, alrededor de 10 millones de personas dependen de forma directa e indirecta del turismo en México.

No cabe duda que la economía mexicana se ha beneficiado enormemente gracias a la derrama económica que este sector ha generado, lo que ha traído más y mejores empleos, dinamismo económico para los lugares de destino, y una mayor inclusión social de las comunidades gracias a las cadenas productivas y de valor que son generadas gracias al turismo.

Hacia el futuro, se estima que la actividad turística en México cuente con amplio margen para seguir ganando participación en la economía nacional. Mantenemos la meta de que el sector represente 10% del PIB en México en los próximos 20 años. Esto representa una gran oportunidad para regiones que se han visto al margen de los procesos de integración económica y de atracción de capitales o, incluso, para ciudades o regiones que ven amenazados sus sectores productivos tradicionales, pero que en el turismo pueden encontrar un fuerte motor económico.

Como en cualquier otro sector de la economía, el sector turístico presenta riesgos que podemos reducir y, en el mejor de los casos a través de una planeación inteligente, evitarlos casi en su totalidad.

Es por esto que se requiere consolidar una fuerte agenda de competitividad turística con visión de largo plazo. Se requiere una planeación de adecuadas políticas públicas turísticas que velen por un turismo sustentable, incluyente, global, diversificado, inteligente, y vanguardista. México debe seguir aspirando a abrir sus horizontes a fin de no quedarse fuera del mercado turístico mundial.

El mayor reto de México para las próximas dos décadas es lograr integrar al camino del desarrollo a las regiones con menor crecimiento económico. Es necesario dar continuidad a la serie de políticas públicas en materia turística a fin de que los resultados tengan permanencia y, sobre todo, las proyecciones sigan su camino.

Para consolidar al turismo como uno de los principales motores de crecimiento económico y generación de empleos en México, es necesario fijar nuestra atención en 5 objetivos: 1) garantizar la seguridad en los destinos turísticos y mejorar la imagen del país; 2) alcanzar el 5° lugar en el ranking de los países más visitados y el 10° con mayor captación de divisas; 3) incrementar la competitividad de nuestros destinos turísticos; 4) mejorar el nivel de vida de la población en las localidades turísticas; y, 5) desarrollar destinos turísticos sustentables.

Por último, para lograr las metas planteadas resulta indispensable que se sigan sumando todos los sectores de la sociedad para continuar construyendo el rumbo que México debe seguir en su planeación turística: gobiernos, empresa-

riado turístico, trabajadores, academia y sociedad civil. Todos ellos son actores que juegan un papel relevante y que, además, han demostrado aportar una mejor visión en conjunto, sobre todo ante los retos que se presentan derivado de los avances tecnológicos, los cambios en las preferencias de los turistas, y los patrones sociales y culturales que se han ido modificando en los últimos años.

Es evidente que contamos con todo el potencial, atractivos turísticos, infraestructura y, sobre todo, la calidez y el capital humano altamente capacitado que permita seguir desarrollando al sector turístico como se ha visto a lo largo del presente libro.

Sólo así, con una colaboración efectiva e inclusiva, junto con políticas turísticas inteligentes y de visión a largo plazo, es que efectivamente podemos aprovechar este momento histórico que vive nuestro país para que sea esta la generación que por fin pueda ver a un México desarrollado.

ANEXO

Anexo I Resultados de los principales programas de SECTUR.

Viajemos Todos por México

Descripción	Movimiento nacional que coordina esfuerzos con el sector privado para fomentar la actividad turística en el país a través de paquetes económicos para que todos los mexicanos puedan viajar y conocer su país, especialmente en temporada baja.
Ejemplos de Logros	Más de 2,840 productos turísticos en diferentes destinos, rutas y circuitos nacionales, con ahorros de hasta el 65% de descuento.
Ejemplos de éxito	<p>Durante la temporada baja de 2017 los 70 principales destinos de México recibieron 14.5% más turistas nacionales alojados en hotel que en el mismo periodo de 2015, año anterior al lanzamiento del movimiento.</p> <p>En la temporada alta de 2017 el crecimiento de los turistas nacionales fue de 11.2% en comparación con el mismo periodo de 2015.</p>

Programas con la Banca de Desarrollo

Mejora tu Hotel	<p>Otorga financiamiento principalmente a los pequeños y medianos hoteles para equiparse y modernizar su oferta de servicios.</p> <p>Este programa ha beneficiado a más de 120 empresas con 137 créditos por un monto de casi 3,700 millones de pesos desde abril de 2016 y hasta junio de 2018.</p> <p>Contribuyó a que en 2017 se registraran 795 mil cuartos hoteleros en México, 134 mil más que en 2016.</p>
Colaboración con Nafin	La colaboración con Nafin consta de tres productos crediticios: “Mejora tu Restaurante”, “Financiamiento a Microempresas Turísticas en Pueblos Mágicos” y “Modernización del Autotransporte Turístico” y se otorgaron financiamientos por 1,253 millones de pesos desde octubre de 2016.
Financiamiento al turismo Rural	Se han apoyado 159 empresas de sector turismo rural con recursos y garantías a través de instituciones de crédito intermediarias con más de 1,640 millones de pesos en 2017 y 2018.

Conéctate al Turismo

Descripción

Plataforma que permite encadenar el sector con la proveeduría nacional, lo que hace posible sustituir las importaciones de bienes y servicios de la industria turística por proveeduría de Pymes mexicanas.

Ejemplos de Logros

Se registraron 2,700 requerimientos de productos y servicios de 333 compradores de las principales cadenas de hoteles, restaurantes, líneas aéreas, parques temáticos del país y a 1,372 empresas de todos los estados de la república con potencial de proveer esos requerimientos.

Se realizaron 15 Ruedas y Encuentros de Negocios en los que han participado 1,993 empresas y se han generado 9,241 citas de negocios, con una expectativa de compra a mediano y largo plazo de 1,099 millones de pesos.

Ejemplos de éxito

Ejemplo de éxito: SuKarne, la cual es una empresa de Sinaloa que elabora diversos cárnicos, ha cerrado negocio tanto con Vidanta como con CMR por un monto total de 60 mdp.

Cogarsa, una empresa de Ingeniería contra incendios y construcción de Puebla, cerró un trato con Grupo Presidente referente a servicio de ingeniería y mantenimiento para un edificio de gente mayor por un monto aproximado de 3 millones de pesos.

Pueblos Mágicos

Descripción

Marca reconocida a nivel internacional que surge en 2001 para diversificar la oferta turística de México mediante la promoción de pequeños destinos con atractivos turísticos y oferta de alojamiento.

En 2013 se realizó una reingeniería profunda para generar certeza, transparencia y proponer los mecanismos de evaluación y seguimiento que dieran reposicionamiento al Programa.

Ejemplos de Logros

En 2017 se obtuvo el reconocimiento de “Marca Famosa” por el IMPI. (9 de cada 10 viajeros potenciales a nivel nacional conocen la marca).

Ejemplos de éxito

Después de ser nombrado como Pueblo Mágico, un destino tiende a experimentar una mayor demanda turística, por ejemplo Isla Mujeres, Quintana Roo, fue nombrado Pueblo Mágico en septiembre de 2015 y en 2017 recibieron 500 mil turistas alojados en hotel, 60% más que en 2015.

Política de Fomento a la Gastronomía Nacional

Descripción

Es una iniciativa que articula los esfuerzos de los sectores público, privado y social en beneficio de nuestra gastronomía, y de su cadena de valor.

Su objetivo es potenciar la oferta gastronómica del país, generar desarrollo económico local y regional, fortalecer a las cocinas tradicionales de México, y promover integralmente a la gastronomía y al arte culinario como un atractivo turístico.

Ejemplos de Logros

En 2016 y 2017, se llevaron a cabo más de 1,100 eventos y acciones a nivel nacional e internacional, realizados por Dependencias y Entidades del sector público, entidades federativas y la iniciativa privada. Destacando que, más de 390 se realizaron en el exterior.

Programa de financiamiento “Ven a Comer” dirigido a restaurantes y a empresas de preparación de alimentos, para la remodelación, ampliación, equipamiento y operación de sus restaurantes.

Ejemplos de éxito

Se entregaron certificaciones de Denominación de Origen a productores de: Chile Habanero de la Península de Yucatán, Mango Ataulfo del Soconusco, Vainilla de Papantla, Sotol y Charanda de Michoacán.

