

CAPÍTULO 01

Redescubrir Oaxaca: políticas de atracción de turismo

Jesús Alarcón y Luis Torres

Foto: Ashley Pérez

01

REDESCUBRIR OAXACA: POLÍTICAS DE ATRACCIÓN DE TURISMO

* El presente caso de estudio se elaboró a partir de la entrevista realizada a Juan Carlos Rivera Castellanos, Secretario de Turismo del Gobierno del Estado de Oaxaca. Agradecemos su tiempo, conocimientos y disposición para colaborar en la construcción de este texto.



JESÚS ALARCÓN

Exinvestigador del IMCO.



LUIS TORRES

@MauAlcocer

Coordinador de proyectos del IMCO.

El nuevo oro negro

En los últimos años, Oaxaca le ha dado un giro al concepto de oro negro. Y no, no es porque se hayan encontrado yacimientos petrolíferos en su territorio, más bien esta entidad ha redescubierto otro tipo de riqueza: su mole. Pero el mole oaxaqueño es tan solo una alegoría de lo que este estado tiene para ofrecerle al mundo y de la manera en que está aprovechando las oportunidades para detonar el turismo. Actualmente, Oaxaca es un ejemplo para otros estados que necesitan desarrollar una agenda para la promoción del turismo como una palanca de desarrollo.

El éxito que ha experimentado esta región en los últimos años no se debe únicamente a su cocina. Hay que sumarle el mezcal, la arquitectura, el folclore, las playas y las buenas políticas públicas. Más allá de su acervo cultural y natural, que son un imán para atraer turistas, las estrategias de política pública han jugado un rol importante en el crecimiento del sector. En 2017, con el cambio de administración y con el objetivo de posicionar a Oaxaca como uno de los principales destinos para el turismo nacional e internacional, se reestructuró la estrategia turística estatal para adecuarse a las nuevas tendencias del mercado. Como resultado, esta región se ha colado en las competitivas

listas internacionales de ciudades para visitar.¹ La derrama económica del estado aumentó un 51%² y entre 2016 y 2019 el número de turistas internacionales se incrementó en un 56%.³ Ahora hay 30 rutas aéreas que conectan a Oaxaca con el resto de México y el mundo, en contraste con las tres que operaban al inicio de la actual administración.

Sin embargo, Oaxaca no siempre ha sido una historia de éxito. Durante los últimos 20 años la economía de los servicios culturales y recreativos, así como la de los sectores de hoteles y restaurantes, ha representado alrededor del 3% del producto interno bruto (PIB) del estado.⁴ En comparación con otros territorios, el turismo en Oaxaca no ha sido su principal motor de desarrollo. En Quintana Roo, la industria turística equivale al 25% del PIB, en Baja California Sur y Nayarit esta cifra es cercana al 15%. No obstante, si el crecimiento de los sectores turísticos oaxaqueños continúa la tendencia registrada entre 2016 y 2018, es probable que hacia finales del 2020 el turismo genere entre un 4 y un 4.5% del PIB. La inminente crisis para el sector turístico, derivada de la pandemia global relacionada con el COVID-19, pone en riesgo su crecimiento en la entidad. Sin embargo, continuar con esta estrategia permitirá una recuperación relativamente rápida, en comparación con otros estados.

La derrama económica de Oaxaca aumentó un 51% y entre 2016 y 2019 el número de turistas internacionales se incrementó en un 56%.

Históricamente, la actividad turística de Oaxaca ha dependido principalmente de la demanda nacional, pues tres de cada cuatro visitantes provienen del interior de la República Mexicana.⁵ Como consecuencia de la inseguridad y los conflictos magisteriales, la cifra de visitantes internacionales se redujo significativamente entre 2010 y 2015, pues solo representó el 3% del flujo de turistas, lo que situó a Oaxaca en el lugar 16, a nivel nacional, en la captación de turismo internacional.⁶

¹ Megan Spurrel, "All the New Places to Eat, Drink, Stay, and Play in Oaxaca, Mexico", *CN Traveler*, (2020), <https://www.cntraveler.com/story/why-everyone-will-be-traveling-to-oaxaca-this-year> (Consultado el 26/03/2020).

² Sectur, "Información y Estadística", Gobierno del Estado de Oaxaca, <https://www.oaxaca.gob.mx/sectur/informacion-de-interes/estadisticas/>

³ Sectur, *Compendio Estadístico del Turismo en México 2018* (México: Sectur, 2018), <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx> (Consultado el 26/03/2020).

⁴ Datos del Banco de Información Económica (BIE) del Inegi.

⁵ Gobierno del Estado de Oaxaca, *Plan Estratégico Sectorial Turismo 2016-2022* (México: Gobierno del Estado de Oaxaca, 2016), https://www.finanzasoxaca.gob.mx/pdf/planes/planes_esectoriales/2016-2022/PES_Turismo.pdf (Consultado el 21/02/2020).

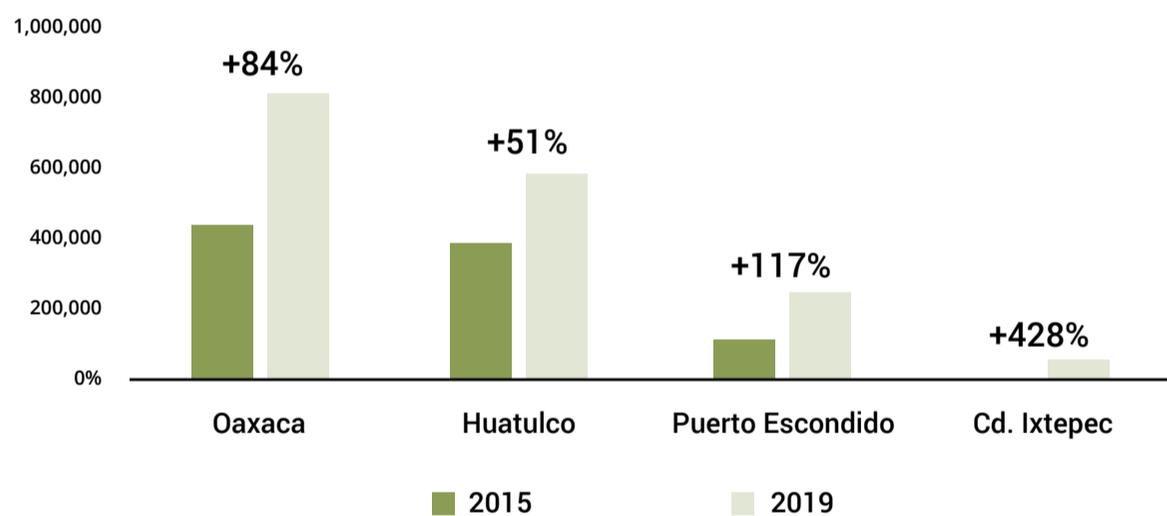
⁶ Sectur, *Cuarto Informe de Labores de la Secretaría de Turismo 2015 - 2016* (Ciudad de México: Sectur, 2016), http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2018/09/CuartoInformeDeLabores_Final.pdf (Consultado el 26/03/2020).

Los tres pilares de la estrategia turística de Oaxaca

1 Mayor conectividad aérea a través de acuerdos y alianzas estratégicas con aerolíneas

Desde 2019, Oaxaca cuenta con cinco nuevas rutas aéreas nacionales y siete internacionales. Esta nueva oferta de vuelos es el resultado de diversas gestiones concretadas entre el Gobierno de Oaxaca y diversas aerolíneas nacionales como VivaAerobús, Interjet y Volaris, además de American Airlines, las cuales definen la viabilidad de abrir una nueva ruta y el número de operaciones con base en diagnósticos y estudios de factibilidad.⁷ De acuerdo con las aerolíneas mencionadas, los destinos turísticos de Oaxaca representan un mercado atractivo y de alta rentabilidad, por lo que entre 2015 y 2019 incrementaron en un 77% el número de asientos disponibles en todas las rutas a este estado.⁸

Gráfica 1. Comparativo de asientos ofertados en todos los vuelos a Oaxaca⁹



Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA) y Aeropuertos del Sureste (Asur).

⁷ Gobierno del Estado de Oaxaca, *Tercer Informe de Gobierno Oaxaca 2018-2019* (Oaxaca de Juárez: Gobierno del Estado de Oaxaca, 2019), <https://www.oaxaca.gob.mx/TercerInforme/> (Consultado el 22/02/2020).

⁸ Sectur, *Compendio Estadístico del Turismo 2019*, Base de datos; Sectur, *Almanaque Estadístico de Turismo 2010-2016* (Oaxaca: Sectur, 2016), <http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/wp-content/uploads/2017/09/Almanaque-Estad%C3%ADstico-de-Turismo-Oaxaca-2010-2016.pdf> (Consultado el 18/02/2020).

⁹ El comparativo es de todos los asientos ofertados desde todos los orígenes hacia Oaxaca en el periodo enero-septiembre de 2017 y 2019.

Entre 2017 y 2019, durante los primeros tres años de la presente administración, se lograron concretar seis rutas nuevas o reabiertas en el mercado nacional. Algunas de ellas son estratégicas, como las rutas desde y hacia la CDMX y Cancún, que son los aeropuertos con más vuelos internacionales en el país, lo que representa una potencial conectividad entre Oaxaca y el resto del mundo.

Además, para incrementar los niveles de competitividad turística de la entidad, el Gobierno estatal ha enfatizado la necesidad de expandir la conectividad aérea de los principales destinos turísticos de Oaxaca con Estados Unidos y Canadá, a través de siete nuevas rutas internacionales. Entre ellas destacan las conexiones directas con Los Ángeles, Dallas, Chicago y Vancouver.

Si bien, es cierto que Oaxaca recibe al 1% de los turistas internacionales que visitan México, es decir, 268 mil extranjeros al año, la cifra se ha incrementado en un 56% entre 2016 y 2019.¹⁰ Además, ahora se hospedan un 8% más tiempo que hace tres años.¹¹ Por tales motivos y con el propósito de tener la infraestructura necesaria para abrir más rutas e incrementar la conectividad aérea, se prevé la remodelación del Aeropuerto Internacional de Oaxaca, lo cual contribuirá a que la entidad reciba una afluencia total de 5.3 millones de visitantes nacionales y extranjeros a partir de 2022.¹²

2 Diversificación de las actividades turísticas y promoción nacional e internacional

Oaxaca es un destino turístico de “sol y playa”. Las costas de Ixtapa y Huatulco fueron reconocidas como Centros Integralmente Planeados (CIP)¹³ desde 1974 y 1984, respectivamente. Sin embargo, los acervos naturales, étnicos, arqueológicos y culinarios de Oaxaca, además de ser un referente de la cultura mexicana, representan un área de oportunidad para la atracción de turistas. Por tal motivo, el Gobierno estatal ha impulsado algunas acciones para diversificar su oferta turística:

- **Rutas turísticas y Pueblos Mágicos.** Una de las metas prioritarias en 2022 es la consolidación de estos destinos turísticos para convertirlos en nodos o centros distribuidores del flujo de visitantes en beneficio de un mayor número de comunidades.¹⁴ Por tal motivo, se impulsa la restauración, conservación y uso responsable de las zonas arqueológicas y los monumentos arquitectónicos, así como la inclusión social de grupos minoritarios.

¹⁰ Sectur, *Compendio Estadístico del Turismo 2018*, Base de datos.

¹¹ Sectur, *Almanaque Estadístico de Turismo 2010-2016*, 110-119.

¹² Gobierno del Estado de Oaxaca, *Plan Estratégico Sectorial Turismo 2016-2022*, 30.

¹³ Los CIP son centros turísticos de gran escala e impacto nacional, desarrollados por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo con una visión a largo plazo.

¹⁴ Gobierno del Estado de Oaxaca, *Tercer Informe de Gobierno 2018-2019*, 209.

• **Turismo de romance.** Las playas y ciudades de la entidad son muy atractivas para realizar bodas y ceremonias religiosas, por lo que en 2019 se realizaron más de 85 eventos (un 40% en la región costera y un 60% en los valles centrales). Esto representó una derrama económica de 60 millones de pesos (mdp) en la entidad.¹⁵

• **Festivales.** Para promover el turismo de internación¹⁶ y dar a conocer los múltiples destinos de Oaxaca, el Gobierno del estado impulsa la promoción asertiva de una amplia cartera de festivales y caravanas, entre los que destaca la Guelaguetza, la máxima festividad étnica de la entidad y que en 2019 generó una derrama económica de 423 mdp.¹⁷ Otros de sus festivales y eventos representativos son: Oaxaca Flavors, Vibra Oaxaca, Oaxaca FilmFest, el Festival Nudista, la Carrera

Los acervos naturales, étnicos, arqueológicos y culinarios de Oaxaca son un referente de la cultura mexicana y representan un área de oportunidad para la atracción de turistas.

Atlética por la Inclusión, el Torneo Internacional de Pesca Deportiva del Pez Vela y el Festival Internacional San Agus Fest, entre otros. El objetivo de estas acciones es brindar experiencias culinarias, promover el deporte, la equidad de género, la tolerancia y la diversidad sexual.¹⁸

En complemento a la diversificación de actividades turísticas, se ejecutan programas para promocionar a Oaxaca como un atractivo destino de viaje. Por ejemplo, el programa "Oaxaca lo tiene todo", integra la oferta de turismo estatal y promueve los destinos de las Rutas turísticas y Pueblos Mágicos. Por su parte, la marca "¡Oaxaca lo tiene todo!", difunde las riquezas culturales de las ocho regiones de la entidad a través de influencers¹⁹ y una estrategia digital en redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube e Instagram.²⁰

En términos de recursos fiscales, el incremento en el presupuesto para turismo en 2015 y 2016 puede explicar esta capacidad actual de promoción turística en el estado. Para 2013 y 2014 el presupuesto para este rubro rondaba en poco más de 300 mdp, sin embargo, en 2015 se incrementó en un 85% en términos reales respecto del año anterior, además de mantener un nivel similar para 2016.²¹ Entre 2017 y 2020, el ámbito turístico ha experimentado recortes graduales desde su máximo alcanzado en 2016, sin embargo, en términos reales los recursos destinados a turismo no han disminuido en comparación con 2013.

¹⁵ Gobierno del Estado de Oaxaca, *Tercer Informe de Gobierno 2018-2019*, 220.

¹⁶ Es aquel en el que los turistas pasan por lo menos una noche en algún tipo de alojamiento, independientemente de si el medio de transporte es aéreo o terrestre.

¹⁷ Gobierno del Estado de Oaxaca, *Tercer Informe de Gobierno 2018-2019*, 214.

¹⁸ Entrevista realizada a Carlos Rivera Castellanos, titular de la Secretaría de Turismo de Oaxaca.

¹⁹ Son personas con fuerte presencia y credibilidad de opinión en redes sociales.

²⁰ Gobierno del Estado de Oaxaca, 2019, *Tercer Informe de Gobierno 2018-2019*, 215.

²¹ Transparencia Presupuestaria, "Marco programático Presupuestal", Gobierno del Estado de Oaxaca, http://www.transparenciapresupuestaria.oaxaca.gob.mx/marco_programatico.html

3 Posicionamiento como una entidad cada vez más segura

Entre 2016 y 2018, Oaxaca logró reducir la prevalencia delictiva en un 10%,²² así como la incidencia de delitos en un 6%.²³ Como resultado, en dos años mejoró la percepción de la población respecto a la seguridad pública en un 5.4%.^{24 25} Además, para garantizar la seguridad de las y los visitantes nacionales y extranjeros, el Gobierno del estado cuenta con una Policía Turística que realiza operativos y recorridos de seguridad, disuasión y vigilancia.

En contraste, la percepción de seguridad en otras entidades turísticas se ha deteriorado. En 2016, Quintana Roo reportó que el 59% de los adultos se sentían inseguros en esta entidad. Hacia 2019, esta cifra se incrementó hasta el 82%. En Nayarit este indicador pasó del 49% al 61% en el mismo periodo. Por otra parte, en Baja California Sur también se registró una mayor percepción de inseguridad. Oaxaca, por el contrario, ha disminuido sus niveles de percepción de inseguridad, a pesar de que aún se mantiene en niveles altos (el 75% de los adultos se sentía inseguro en 2019).

²² La cifra bajó de 19,687 a 17,757 víctimas por cada cien mil habitantes para la población de 18 años y más.

²³ La cifra bajó de 27,897 a 26,221 delitos por cada 100 mil habitantes para la población de 18 años y más.

²⁴ La percepción de la población respecto a la inseguridad pública bajó del 76.6% al 71.2%.

²⁵ Inegi, Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (Envipe) 2015-2019 (México: Inegi, 2019), <https://www.inegi.org.mx/programas/envi/2019/> (Consultado el 26/03/2020).

IMCO PROPONE

El turismo puede ser una opción para estimular la economía local de varias entidades. Para ello, el caso de Oaxaca ofrece varias lecciones, con base en las cuales el IMCO plantea las siguientes recomendaciones:



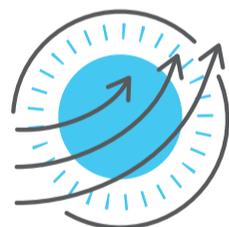
AUMENTAR

- **Aumentar recursos y capacidades de las agencias locales de promoción turística.** Las oficinas y las dependencias encargadas del turismo son la columna vertebral de una estrategia de intervenciones públicas y comunicación para atraer visitantes. El trabajo de inteligencia de estas agencias es fundamental para posicionar una marca, como en el caso de Oaxaca. Además, tienen un importante papel al coordinar y articular los esfuerzos dispersos por explotar el acervo cultural y natural de las entidades.



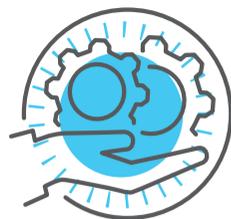
CREAR

- **Crear alianzas y acuerdos estratégicos con aerolíneas** para incrementar la conectividad del estado, especialmente la internacional. Oaxaca trabajó en este tipo de colaboraciones para abrir nuevas rutas aéreas nacionales e internacionales que le permitieron al estado conectarse directamente con ciudades en el extranjero con demanda por servicios turísticos.



IMPULSAR

- **Impulsar la verificación y certificación de servicios.** Oaxaca cuenta con un programa a través del cual se realizaron 170 visitas de verificación a hoteles, agencias de viajes y expendios de alimentos en 2019. Sin embargo, aumentar la oferta de bienes y servicios verificados y certificados brindará mayor certidumbre a los consumidores, lo que permitirá atraer más turistas a las entidades.



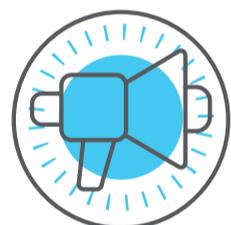
ASESORAR

- **Asesorar a los artesanos y a los empresarios** para facilitar la exportación de sus productos y servicios, especialmente turísticos. En los últimos tres años, la exportación de insumos textiles y otras manufacturas ha permanecido constante.²⁶



EXTENDER

- **Extender la visión y cobertura del Plan Estratégico Sectorial Turismo (PES)** hasta 2030. El turismo es un sector trascendental para el crecimiento económico y social en México, por lo que además de alinear la política turística a los ODS, es necesario incorporar acciones de desarrollo urbano a mediano plazo y establecer una ruta que dé continuidad a las buenas prácticas que se están realizando.

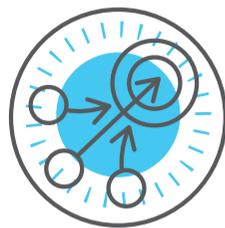


PROMOVER

- **Promover el ecoturismo.** Si bien, es cierto que existe una falta de comprensión de este nicho de mercado debido a que sus servicios no son homogéneos, está comprobado que el perfil de los ecoturistas es de

²⁶ Inegi, *Sistema de Cuentas Nacionales de México: fuentes y metodologías: año base 2013* (México: Inegi, 2018), https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/pibact/2013/metodologias/METODOLOGIA_CBYSB2013.pdf

personas responsables con el medio ambiente y con el turismo socialmente responsable.²⁷



• **Consolidar el Modelo Nacional de Policía y Justicia Cívica** (MNPJC). Su implementación contribuye al desarrollo de una política integral de seguridad ciudadana.

²⁷ Marika Valtonen, "Ecotourism and Sustainability: Social Impacts on Rural Communities" (tesis de licenciatura, Universidad de Ciencias Aplicadas Laurea, 2013), https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/63100/Valtonen_Marika.pdf?sequence=1

BIBLIOGRAFÍA

Gobierno del Estado de Oaxaca, "Marco programático Presupuestal". Transparencia Presupuestaria. http://www.transparenciapresupuestaria.oaxaca.gob.mx/marco_programatico.html (Consultado el 26/03/2020).

Gobierno del Estado de Oaxaca. Plan Estratégico Sectorial Turismo 2016-2022. México: Gobierno del Estado de Oaxaca, 2016). https://www.finanzasoxaca.gob.mx/pdf/planes/planes_esectoriales/2016-2022/PES_Turismo.pdf

Gobierno del Estado de Oaxaca. Tercer informe de gobierno Oaxaca 2018-2019. Oaxaca de Juárez: Gobierno del Estado de Oaxaca, 2019. <https://www.oaxaca.gob.mx/TercerInforme/>

Gobierno del Estado de Oaxaca. "Información y Estadística. Secretaría de Turismo (Sectur). <https://www.oaxaca.gob.mx/sectur/informacion-de-interes/estadisticas/> (Consultado el 20/02/2020).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). Sistema de Cuentas Nacionales de México: fuentes y metodologías: año base 2013. México: Inegi, 2018. https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/pibact/2013/metodologias/METODOLOGIA_CBYSB2013.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE) 2015-2019. México: Inegi, 2019. <https://www.inegi.org.mx/programas/envipe/2019/> (Consultado el 26/03/2020).

Secretaría de Turismo (Sectur). Almanaque Estadístico de Turismo 2010-2016. Oaxaca: Sectur, 2016. <https://es.calameo.com/read/0033394715c54c0b9dee6>

Secretaría de Turismo (Sectur). Compendio Estadístico del Turismo 2018. México: Sectur, 2018. <https://datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>

Secretaría de Turismo (Sectur). Cuarto Informe de Labores de la Secretaría de Turismo 2015 - 2016. Ciudad de México: Sectur, 2016). http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2018/09/CuartoInformeDeLabores_Final.pdf

Spurrel, Megan. "All the New Places to Eat, Drink, Stay, and Play in Oaxaca, Mexico", CN Traveler, (2020). <https://www.cntraveler.com/story/why-everyone-will-be-traveling-to-oaxaca-this-year> (Consultado el 26/03/2020).

Valtonen, Marika. "Ecotourism and Sustainability: Social Impacts on Rural Communities". Tesis de licenciatura. Universidad de Ciencias Aplicadas Laurea, 2013. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/63100/Valtonen_Marika.pdf?sequence=1