

UN
PU
ENTE
ENTRE DOS
MÉXICOS



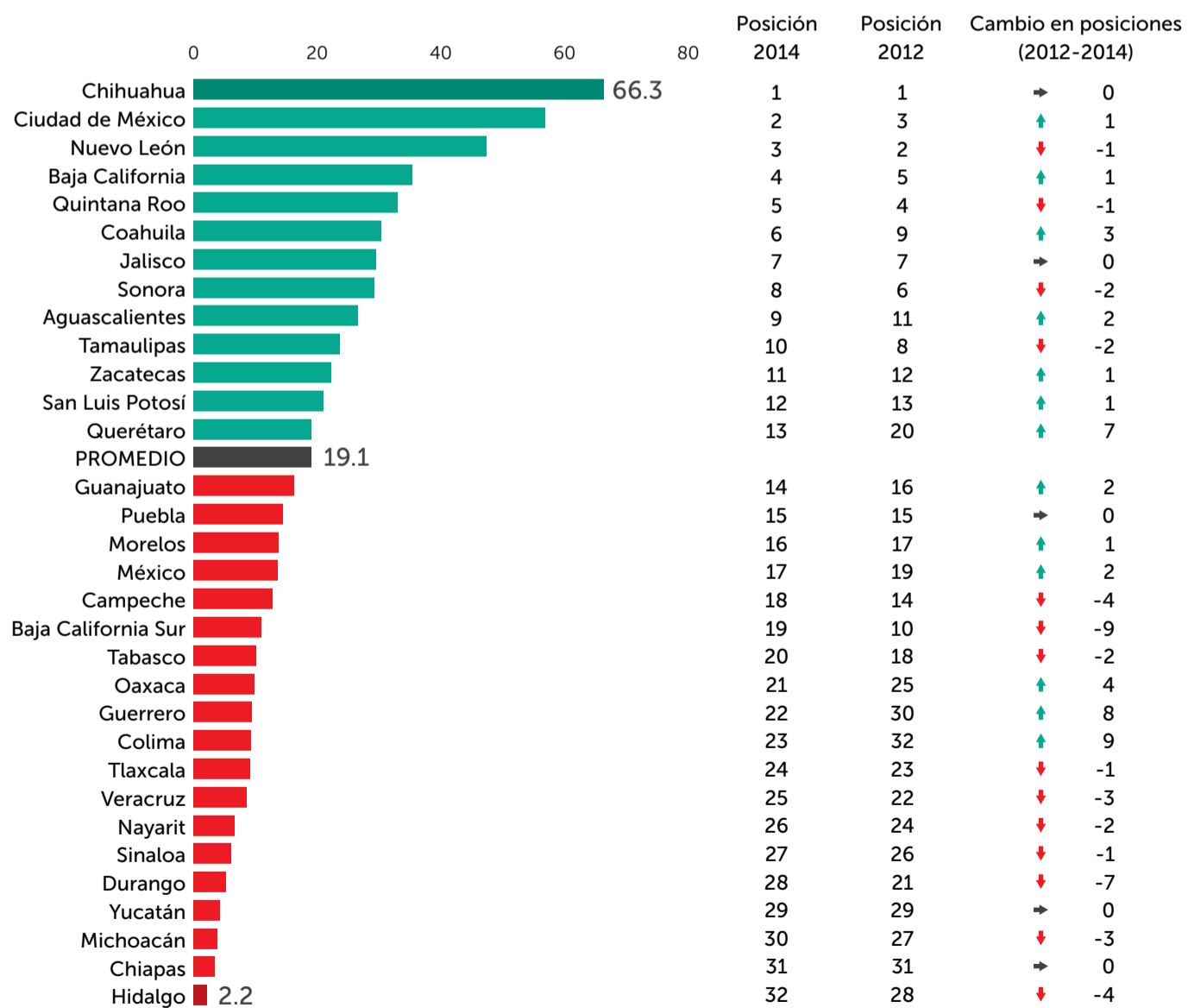
IX. APROVECHAMIENTO DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES

¿Qué mide?

El subíndice de *Relaciones internacionales* califica el grado con el cual los estados capitalizan su relación con el exterior para elevar su competitividad. Por ello, el subíndice considera indicadores relacionados con el turismo internacional y el flujo de capitales. En un entorno de globalización, la competitividad de los estados de nuestro país depende cada vez más de su capacidad para explotar los vínculos que tienen con el exterior.

Ranking del subíndice y cambios en posiciones 2012-2014

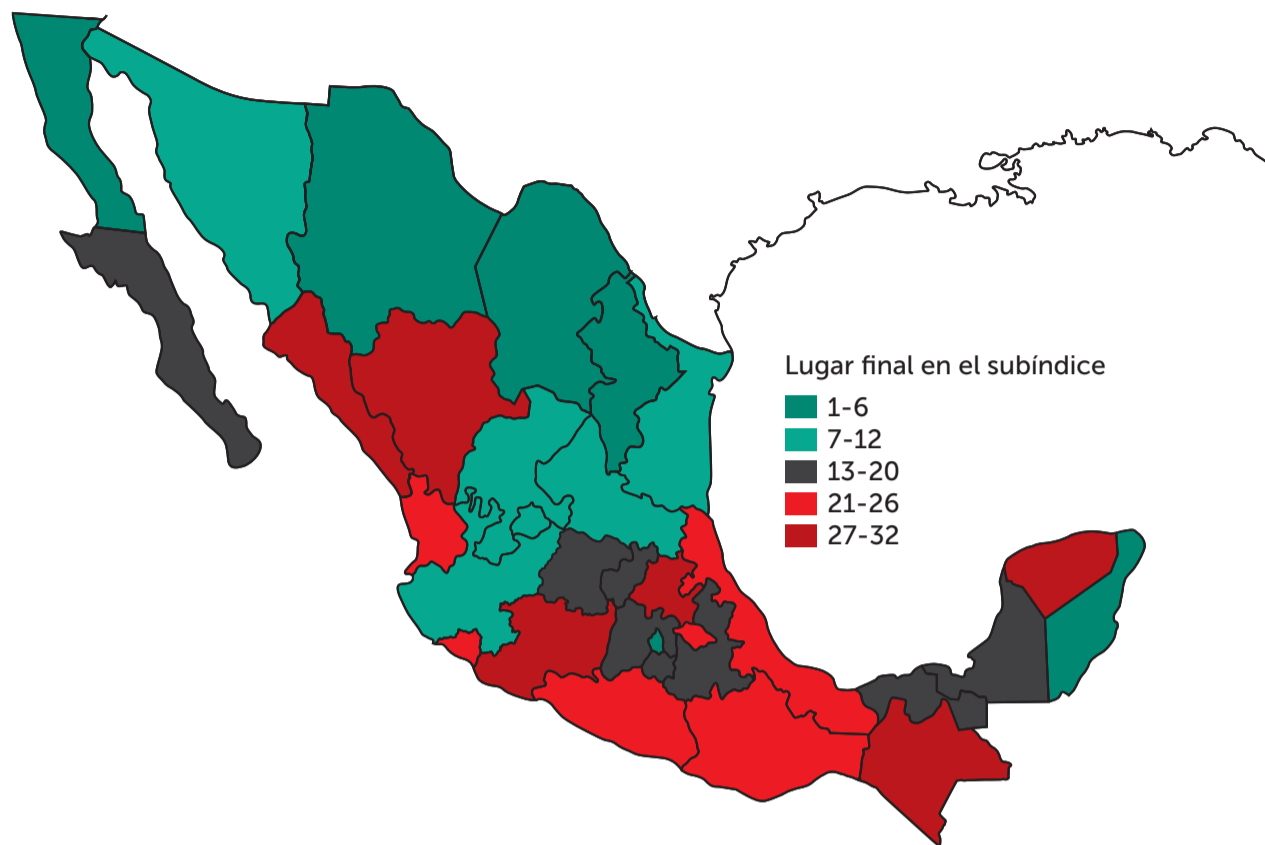
Gráfica IX.1 Resultados en el subíndice Relaciones internacionales.



Fuente: IMCO.

Nota: El tamaño de la barra corresponde al puntaje obtenido por el estado en el subíndice analizado.

Mapa IX.1 Resultados del subíndice Relaciones internacionales por ubicación geográfica.



Fuente: IMCO.

Resultados por indicador

Tabla IX.1 Resultados generales por indicador.

Indicador (unidades)	¿Más es mejor?	Promedio 32 estados			Promedio 3 mejores (2014)	Mejor entidad (2014)
		2012	2014	Cambio		
Certificación internacional para turismo médico (Hospitales certificados por Joint Commission International)	Sí	0	0	✓	2.7	Ciudad de México, Nuevo León 3
Flujo de pasajeros aéreos internacionales (Porcentaje del total nacional de pasajeros aéreos que tomaron vuelos internacionales)	Sí	3.1	3.1	=	29.9	Ciudad de México 37.9
PIB turístico (Porcentaje del PIB)	Sí	3.0	3.1	✓	15.4	Quintana Roo 22.1
Inversión extranjera directa (Dólares por millar de PIB)	Sí	1.59	1.54	✗	3.49	Zacatecas 4.17
Exportaciones (Porcentaje del PIB)	Sí	28.1	28.8	✓	106.4	Chihuahua 132.0

Fuente: IMCO.

Los mejores estados

Chihuahua

Chihuahua obtiene el primer lugar en el subíndice Relaciones internacionales porque se encontró entre los primeros tres lugares en tres de los cinco indicadores analizados. Fue el estado con el mayor volumen de exportaciones como porcentaje del su PIB (132% mientras que el promedio nacional fue de 28.8%), con la segunda mayor inversión extranjera directa (3.17 dólares por millar de PIB) y con el tercer mayor número de hospitales certificados para turismo médico (dos).

Ciudad de México

La Ciudad de México se encuentra en segundo lugar debido a que, junto con Nuevo León, fue el estado con mayor cantidad de hospitales certificados para turismo médico (tres) y con la mayor proporción de los pasajeros aéreos internacionales (37.9% del total de pasajeros aéreos internacionales del país). Fue también el décimo estado con la mayor inversión extranjera directa (1.95 dólares por millar de PIB).

Nuevo León

Nuevo León obtiene el tercer lugar porque, al igual que la Ciudad de México, fue el estado con mayor número de hospitales certificados para turismo médico (tres). También fue el estado con el cuarto mayor flujo de pasajeros aéreos internacionales (3% del total de pasajeros aéreos internacionales del país) y el noveno con el mayor volumen de exportaciones como porcentaje de su PIB (35.6%).

Los estados con mayores cambios

Baja California Sur (-9)

Con respecto al ranking 2012, Baja California sur cayó nueve lugares (del 10 al 19). Lo anterior se debió a que la inversión extranjera se redujo de 6.1 dólares por millar de PIB a 2.0 y, por consiguiente, retrocedió ocho posiciones en el ranking de ese indicador (de la uno a la nueve).

Una mirada al interior del subíndice

Certificación internacional para turismo médico

- En 2014 se contaron con 11 hospitales certificados por la Joint Commission Internacional. Éstos se encontraron en seis estados: Ciudad de México (3), Nuevo León (3), Chihuahua (2), Jalisco (1), Quintana Roo (1) y Sonora (1).

Flujo de pasajeros aéreos internacionales

- Los tres estados más visitados (Ciudad de México, Quintana Roo y Jalisco) recibieron 89.7% del total nacional de pasajeros aéreos internacionales.

PIB turístico

- Quintana Roo (22.1%) y Baja California Sur (14.8%) fueron los estados que generaron mayor proporción de su PIB en el sector turístico.
- En promedio, solo 3% del PIB de cada estado estuvo concentrado en el sector turístico.

IMCO PROPONE

Inmigración: México como buen ciudadano del mundo

México tiende a presentarse ante la comunidad internacional como un país cuyos emigrantes son rechazados injustamente por las regiones que son destino natural para ellos, como Estados Unidos y Canadá. Sin embargo, México es uno de los países que menos inmigrantes recibe en el mundo: con respecto a su población total, los inmigrantes han representado desde el año 2000 y hasta 2014 un promedio de apenas 0.01% por lo que, en comparación con el resto de los países de la OCDE, es el país que menos inmigrantes recibe.¹

Dado lo anterior, se propone lo siguiente:

- Los estados deben tener más peso en la decisión de recibir inmigrantes. Desde programadores de software de India, profesionales liberales sirios y trabajadores del campo centroamericanos, México podría tener un mejor esquema de inmigración que beneficie el crecimiento de las regiones. El Senado debe buscar que la política de migración sea federal, pero con óptica hacia las regiones y aumentar el flujo de personas.
- Nuestro apoyo al vecino del norte con las crisis migratorias del mundo debe ayudarnos a obtener mejores condiciones para nuestros propios migrantes en los Estados Unidos. EUA debe ser visto como socio y vecino, no antagonista.
- La repatriación de migrantes debe ser una política pública explícita del gobierno federal y los gobiernos estatales.

Comercio exterior

- México debe propiciar la navegación de litoral con cabotaje en ambas costas, conectando Estados Unidos con México, Centroamérica y el Caribe. Esto debe realizarse con esquemas de supervisión tecnológicamente avanzados para evitar la captura de esas redes por el crimen organizado.
- México debe procurar que se le incluya en los programas de libre movilidad de personas que usualmente son solamente para ciudadanos estadounidenses y canadienses. México debe imponerse metas como participar en el pasaporte digital con visa BI/B2, que hoy es solamente para estadounidenses y canadienses, hasta una mayor participación de mexicanos en programas como Global Entry y Sentry.
- Raramente IMCO propone invertir en infraestructura. La infraestructura para el comercio exterior es uno de esos raros casos. Desde más cruces fronterizos, ampliación a las autopistas más transitadas

por carga para exportar (por ejemplo, México-Laredo), equipos de inspección no invasiva y tecnologías de información y comunicación para hacer expeditos los cruces en frontera, México puede reducir significativamente el tiempo y costo del cruce en la frontera norte.

- Eliminar las barreras no arancelarias en distintos trámites que hacen costoso el comercio internacional como autorizaciones y permisos previos a la importación y exportación, certificaciones, marcado del país de origen, cupos máximos, cuotas compensatorias y medidas de salvaguarda, entre otras regulaciones expedidas por dependencias y entidades del gobierno federal.
- Digitalizar los mapas de todas las localidades de los estados, así como revisar los registros del catastro para agilizar las entregas de correo.

Turismo

- El sector turístico continúa su ascenso como uno de los principales motores económicos de México, por lo que el eje de planeación de los destinos actuales y futuros debe centrarse en el desarrollo y protección de los activos naturales del país. Algunas acciones para lograrlo son:
 - Seguir promoviendo la certificación turística para los destinos y los proveedores de servicios. Una alternativa es desarrollar nuevas certificaciones como las de turismo responsable o turismo médico. En este último tema, se deberá trabajar para lograr certificaciones internacionales para hospitales y convenios con los gobiernos estatales para que Medicaid en Estados Unidos acepte a dichos hospitales como centros donde se pueda cubrir a los pensionados norteamericanos.
 - Adoptar estándares de desarrollo urbano que consideren criterios de crecimiento compacto y que privilegien los principales atractivos naturales y culturales del lugar.
 - Desarrollar una buena interconexión entre los distintos centros turísticos existentes, promoviendo la diversificación de zonas turísticas y una mejor movilidad urbana.
- Utilizar la facultad constitucional de imponer cargas tributarias al turismo, tal como lo hace el estado de Quintana Roo a través de un impuesto al hospedaje. Esto con el objetivo de incrementar la recaudación estatal e invertir en la protección del medio ambiente, en mejorar la infraestructura y la prestación de servicios que demandan los turistas y la población local. Sin embargo, es necesario que mejore la transparencia y rendición de cuentas de los ingresos y egresos estatales, desglosando y reportando a detalle los montos de transferencias, subsidios u otras ayudas.
- Cambiar la estrategia de publicidad para mejorar la percepción de México a través de:
 - Incentivos a los gobiernos locales para crear estrategias publicitarias y desarrollar marcas regionales, como lo hizo Lille, Francia.
 - Promover que un porcentaje de los ingresos estatales que deriven del turismo, se utilicen para promocionar los atractivos naturales, culturales y arqueológicos de la región en México y el extranjero.
 - Contratación de asesorías para mejorar los sitios de internet de los principales 20 destinos turísticos al adoptar mejores prácticas como: diseñar los portales para vender experiencias,

contar con mapas en línea descargables para celular que incluyan calendarios de eventos y sitios de interés georeferenciados, así como las principales rutas de transporte público para llegar de un lugar a otro. Asegurar que estos portales usen al menos tres idiomas y permitan reservaciones de lugares y eventos en línea. Hacer uso de redes sociales y aplicaciones para móviles para informar a los turistas y facilitar su estancia.

-
- 1 IMCO con información de OECD.stat <https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=MIG#>