

NUEVA política turística

para recuperar la competitividad del sector y detonar el desarrollo regional



Instituto Mexicano para la Competitividad A.C.



Instituto Mexicano para la Competitividad A.C.

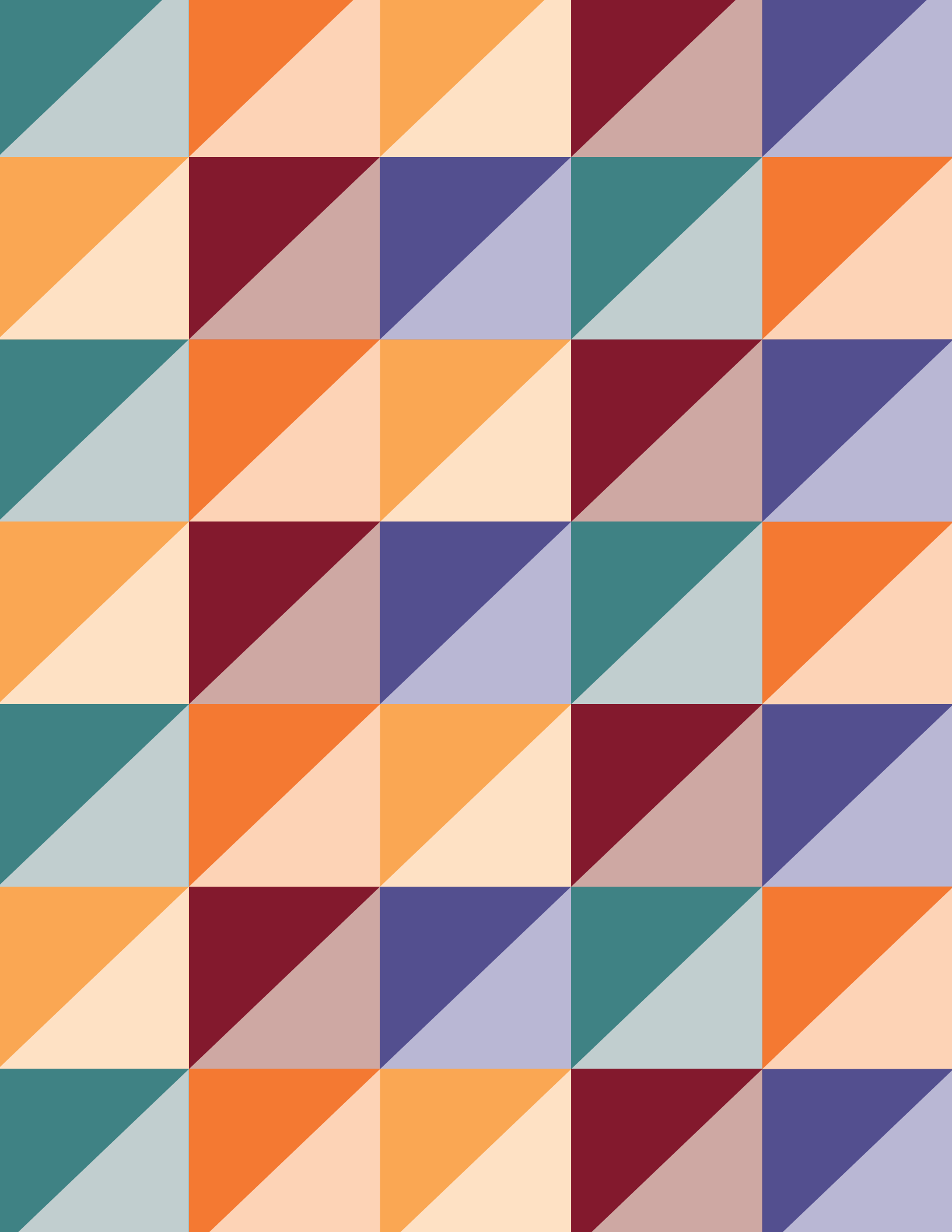
www.imco.org.mx



facebook.com/imcomx



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



Reconocimientos

El presente informe es el resultado de un intenso trabajo conjunto de muchos de los que colaboramos en el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). En esta ocasión agradecemos de manera especial a Rodrigo Gallegos Toussaint quien dirigió el proyecto, a Cecilia Reyes Retana quien fue la principal encargada del proyecto y a Jesús Alarcón y Saúl Rodríguez por sus valiosísimas aportaciones modelando e implementando nuevas metodologías. También agradecemos profundamente a Priscila García por su invaluable labor de difusión y al apoyo incondicional de Juan Pardini, director general de IMCO que apoyó el proyecto desde su primer día. Su compromiso y dedicación han hecho posible que este informe sea hoy una realidad.

Este es el primer esfuerzo de IMCO por analizar uno de los principales sectores económicos del país y no hubiera sido posible sin el apoyo de una institución filantrópica comprometida que ha creído en el trabajo de IMCO, la Fundación Packard, a quien le estaremos siempre muy agradecidos.

La investigación, recopilación, análisis, metodología e interpretación de datos que integran el informe fueron desarrollados en su totalidad por el staff profesional del IMCO. Todos y cada uno de nosotros invertimos largas horas de estudio en su realización y somos responsables de este resultado.

the David &
Lucile Packard
FOUNDATION

.....
1ª edición: Octubre 2013.

Instituto Mexicano para la Competitividad A.C., 2013.

Impreso en México.

Cerca Diseño.

Impreso por: Impresos Villafiorito S.A. de C.V.

Todos los derechos reservados. Bajo las sanciones establecidas en las leyes, queda rigurosamente prohibida, sin autorización escrita de los titulares del *Copyright*, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamo públicos.

Nueva política turística

para recuperar la competitividad del sector
y detonar el desarrollo regional

Índice

Resumen ejecutivo

I. El sector turístico: un sector estancado

México no figura entre los mejores

8

El estancamiento es motivo de preocupación

11

17

18

II. Causas del Estancamiento

21

Mayor competencia

23

Una política desgastada y poco evaluada

26

III. Principales tendencias del turismo

31

Nuevos competidores y consumidores

33

Uso de nuevas tecnologías

34

Turistas más conscientes

36

Más viajes cortos

36

IV. Futuro de las principales zonas turísticas y dos casos de estudio

39

Residuos sólidos urbanos

43

Agua

44

Uso de suelo y vegetación

45

Casos de estudio: Los Cabos y Escuinapa

48

V. Recomendaciones

53

De los Centros Integralmente Planeados (CIPs) a corredores verdes y culturales	56
Liberalizar la política aeronáutica	58
Avanzar sobre lo trabajado	59
Rediseñar la promoción turística	68

Bibliografía

71

Anexo 1. 77 Municipios turísticos más importantes	79
Anexo 2. Resultados regresiones	80
Anexo 3. Acuerdo Nacional de Turismo	82
Anexo 4. Proyecciones 2030 y oferta hídrica	83
Anexo 5. Impactos en vegetación del desarrollo de los principales destinos turísticos	87
Anexo 6. Libertades del aire	92
Anexo 7. Perfiles de turista por subsector	93

Resumen ejecutivo

A pesar de que México es el decimotercer país con mayor número de visitantes extranjeros en el mundo, y que cada año aumentan los turistas, el sector se encuentra en retroceso. Aunque parezca paradójico, pese a la mayor llegada de turistas, cada día obtenemos menos de cada peso invertido en el sector. Por otro lado, de acuerdo a las fuentes especializadas más reconocidas del sector (Condé Nast, Wanderlust, TripAdvisor, National Geographic y Lonely Planet, entre otras), México ya no figura entre los mejores destinos del mundo para visitar, lo que explica la posición 43 de México en el índice de competitividad turística del World Economic Forum (WEF).

Entre las causas de esta pérdida de competitividad se encuentra una política turística desgastada y una mayor competencia de otros destinos. Por un lado, nuevos destinos ofrecen experiencias más atractivas. Por otro, nuestra política turística se ha rezagado al mantener el mismo enfoque con el que fue creado hace tres décadas. Lo anterior, ha fomentado un crecimiento urbano exponencial y caótico en la mayoría de nuestros centros turísticos que ha llevado a la pérdida de sus principales atractivos, los recursos naturales y culturales del país.

Las inversiones para detonar polos de desarrollo turístico del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), si bien han traído beneficios incuestionables, también han detonado este acelerado crecimiento urbano que es dos veces más rápido que el del promedio de las demás ciudades mexicanas. Esto combinado con la falta de planeación urbana de nuestros municipios turísticos y el hecho de que las inversiones y desarrollo se centran únicamente en las zonas hoteleras, han convertido el crecimiento de los destinos en su principal amenaza. Por si fuera poco, tampoco hemos evaluado profunda y sistémicamente los impactos de dichas inversiones.

Por ello, de continuar esta tendencia, algunos de los principales destinos turísticos comenzarán a sufrir en el mediano plazo desabasto de agua, problemas de disposición de basura y depredación de la cobertura vegetal. Por ejemplo, Los Cabos ya superó el nivel de consumo de agua sustentable que establece la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA), lo que quiere decir que en un futuro cercano enfrentará problemas de suministro de agua de no cambiar sus patrones y fuentes de consumo. Por otro lado, Cancún y la Riviera Maya han llegado al límite de su disposición de residuos, por lo que de no invertir en nueva infraestructura, ponen en riesgo su atractivo turístico. Además, prácticamente todos los principales destinos turísticos del país (excepto por Los Cabos) enfrentarán situaciones críticas de pérdida de cobertura vegetal en el mediano plazo. Destinos como Ixtapa Zihuatanejo ya enfrentan tal situación hoy.

Pese a esta realidad, nuestra política turística no sólo no responde a dichos problemas, sino que nos aleja cada día más de las nuevas tendencias del sector. Por ejemplo, a pesar de que los turistas buscan disminuir su impacto en el entorno natural, nuestro reciente Acuerdo Nacional por el Turismo no considera ningún estándar internacional para certificar establecimientos en el cuidado del medio ambiente. Por otro lado, las inversiones de los últimos 3 años de FONATUR en Escuinapa siguen concibiendo la zona hotelera como el centro del desarrollo, cuando lo que buscan los nuevos turistas es el contacto con la

cultura local y la naturaleza en zonas dónde vive la gente. Además, prácticamente no estamos haciendo nada para captar a los nuevos turistas que prefieren viajar más pero menos tiempo, como sería el utilizar el Internet como herramienta para todas las etapas del viaje.

A pesar de los avances en la política del sector, como: la creación del Consejo Consultivo de Turismo, la Nueva Ley General del Turismo y la elaboración de distintas normas, creemos que el país requiere un nuevo enfoque en política turística en 4 ejes:

1. Crear corredores verdes que interconecten destinos turísticos cuyo desarrollo se base alrededor de su patrimonio cultural y natural. De esta forma las inversiones de FONATUR podrán servir para detonar una planeación urbana de clase mundial integrando principios de desarrollo urbano compacto, dando autonomía a sus institutos municipales de planeación urbana (IMPLANES) y creando inversiones en corredores multimodales para conectar destinos a través de sistemas de transporte alternos, entre otros.
2. Aumentar la competencia en el mercado aéreo (más libertades del aire) para atraer a los nuevos turistas que viajan más veces pero con estancias más cortas. Esta ha sido una de las razones que impulsó a Malasia como uno de los recientes casos de éxito en el sector. Esta tendrá que ser una política bien diseñada y negociada país por país, por ruta, equipos y otros criterios debido a las diferencias en las condiciones de competencia entre las distintas aerolíneas de los países.
3. Promover la adopción de estándares de turismo responsable y sustentable en el país mediante distintos incentivos, capacitación, promoción de esquemas de certificación por niveles, parecido a lo que hizo Costa Rica, y otorgando premios a los establecimientos certificados, entre otros.
4. Rediseñar la promoción turística para que los gobiernos locales puedan escoger qué medios y qué tipo de promoción les conviene más para sus destinos y mejorar los sitios oficiales de Internet de los 20 principales destinos turísticos del país utilizando las mejores prácticas internacionales.

Este trabajo, además de presentar un análisis y recomendaciones sobre la política turística nacional también elabora recomendaciones particulares para dos casos de estudio, Los Cabos y Escuinapa Sinaloa. Los principales hallazgos del análisis en ambos lugares son:

En el caso de Escuinapa se siguen cometiendo los mismos errores del pasado. El plan maestro de desarrollo de FONATUR no contempla el crecimiento urbano fuera del polígono de la zona turística, lo que ocasionará la misma depredación que viven actualmente las periferias de nuestros destinos turísticos. Aunque esto es competencia de las autoridades municipales, FONATUR no había dialogado al momento de realizar esta investigación ni con las autoridades municipales vecinas, ni con los IMPLANES para coordinar la planeación urbana del futuro de la región. Pero quizá lo más alarmante que encontramos es que su plan maestro tampoco considera la protección y valoración de la extensión de manglar más extensa del continente, "Marismas Nacionales", a pesar de ser el vecino contiguo al desarrollo. Por ello, se sugiere que antes de continuar dicho desarrollo se:

- Garantice el abasto de agua para las más de 40 mil habitaciones planeadas de fuentes alternativas a los mantos acuíferos.
- Realice una evaluación rigurosa a cargo de una agencia internacional sobre la construcción de la marina para evitar la intrusión salina del acuífero.
- Integre el ecosistema de Marismas Nacionales como el principal atractivo a conservar y resaltar del destino.
- Dialogue con los IMPLANES de los municipios contiguos para integrar sus asentamientos al desarrollo del destino y certificarlos junto con el destino bajo los “Criterios Globales de Turismo Sostenible”.

Para el caso de la ciudad de Los Cabos, destaca que pese a ser uno de los destinos turísticos más exclusivos del país, cerca de una tercera parte de su población vive en condiciones de marginación. Además, mientras el desabasto de agua presenta uno de sus mayores retos en el corto plazo, la tasa de consumo por habitante se mantiene 32% por arriba del promedio nacional. En este sentido entre las principales recomendaciones de acción para la zona están:

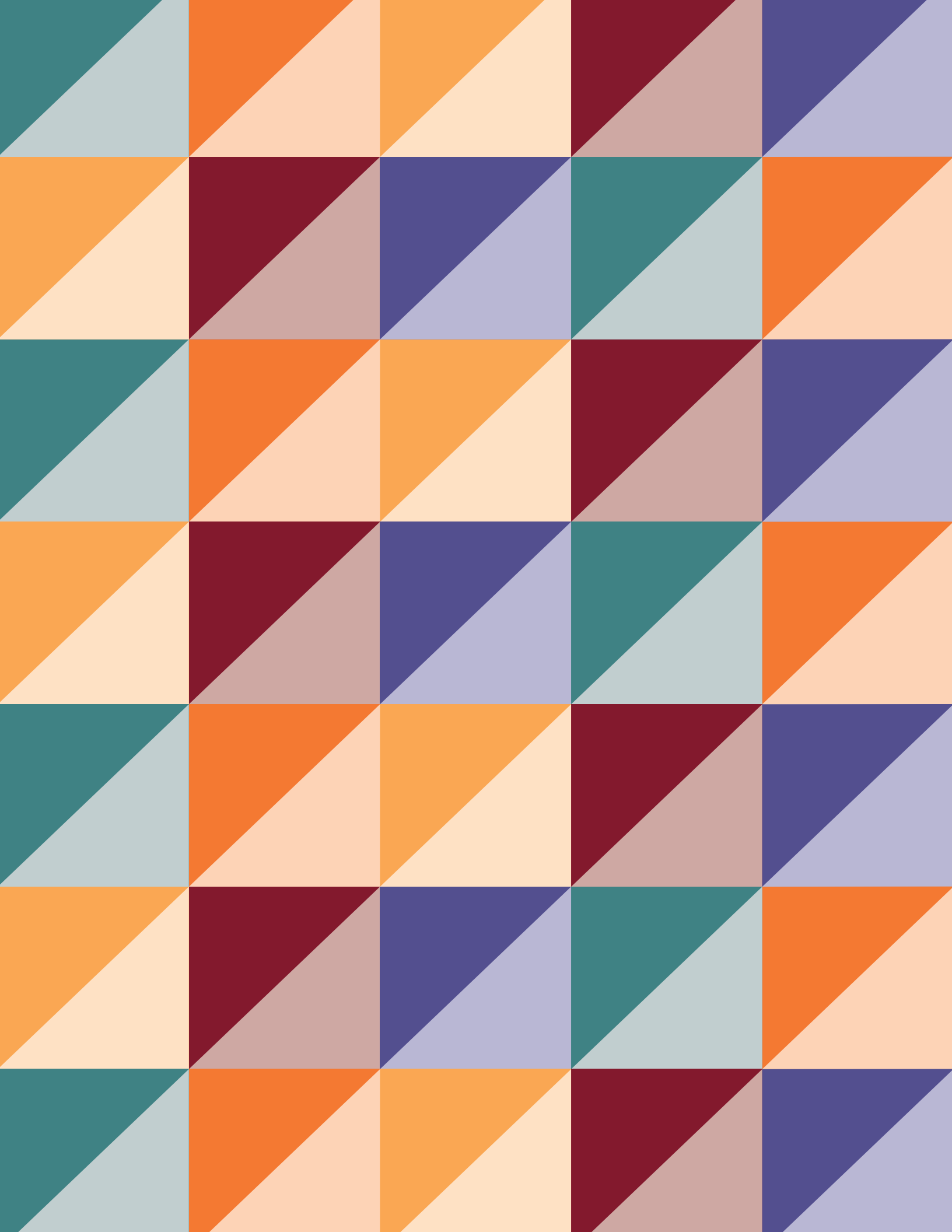
- Diversificar el destino más allá del corredor de San José - Cabo San Lucas, complementando la oferta de servicios turísticos con los activos naturales y culturales de zonas aledañas.
- Certificar al destino como verde y responsable debido a la mezcla particular que tiene Los Cabos con turistas de alto poder adquisitivo y una población en condiciones de marginación.

A través del análisis nacional y de los dos casos de estudio con información de campo, este informe pretende contribuir a mejorar la competitividad del sector a través de un cambio en políticas públicas que reflejen las nuevas tendencias que están transformando el turismo en México.



I. El sector turístico: un sector estancado





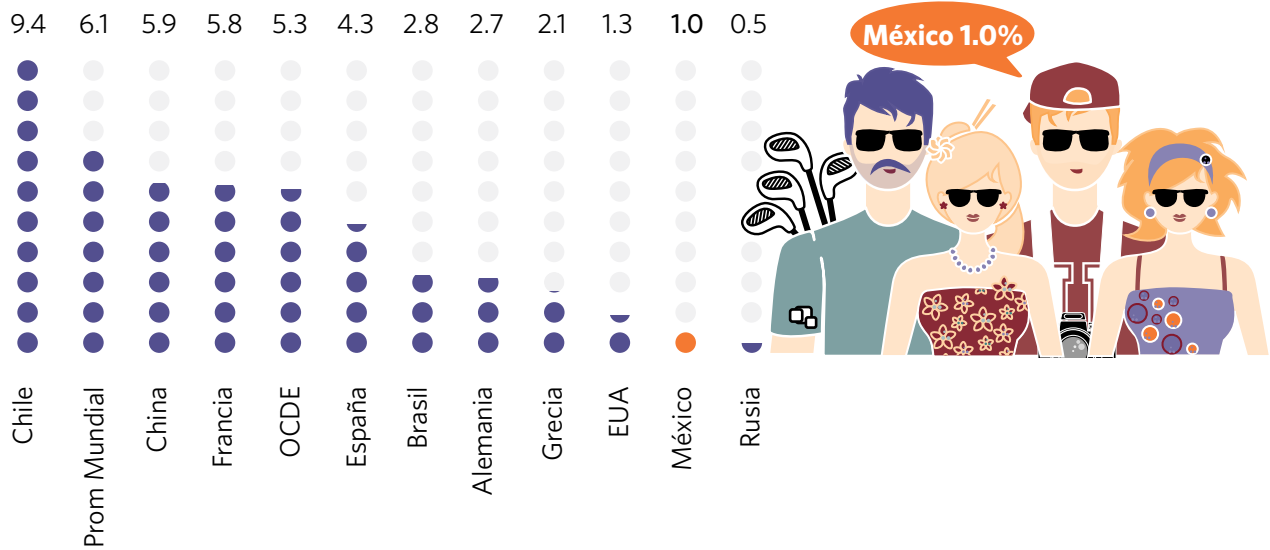
I. El sector turístico: un sector estancado

A pesar de que el número de turistas que visitan el país crece año con año, y de acuerdo a las metas planteadas en el Acuerdo Nacional por el Turismo dichos turistas se duplicarán en el mediano plazo. Lo cierto es que el sector turístico no sólo se encuentra estancado, sino que su valor agregado económico real cae año con año.

En 2012, México pasó del décimo país al decimotercer país que más turistas internacionales recibió en el mundo, más de 24 millones de visitantes internacionales al año.¹ Entre 1990 y 2007, (último año para el cual existen datos comparables entre países) el número de visitantes creció a una tasa promedio anual de 1%, mientras que en Brasil y China el turismo creció a tasas anuales de 2.8 y 5.9%, respectivamente² (ver gráfica 1).

Es verdad que aunque en general las tasas de crecimiento se relacionan inversamente con el tamaño de mercado (es decir, entre más turistas, más difícil es lograr crecimiento mayores), grandes polos de turísticos, como Francia (el primer destino mundial) y España (el cuarto destino) han tenido tasas de crecimiento más altas que México en los últimos años.

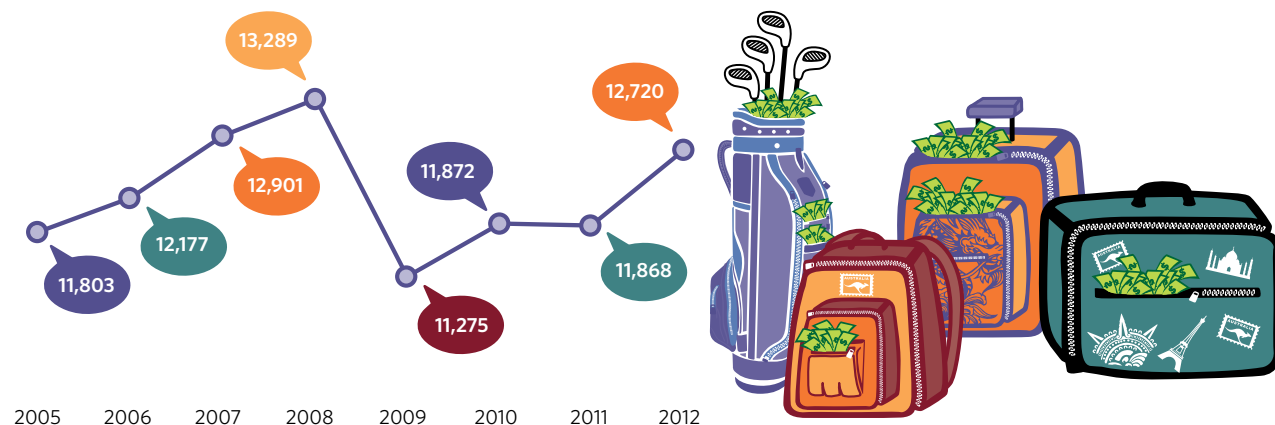
Gráfica 1. Crecimiento anual promedio de llegada de turistas internacionales (1990-2007)



Fuente: OCDE, 2007

1. CETM: Compendio estadístico del turismo en México 2012, Secretaría de turismo.
 2. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), 2010.

Gráfica 2. Ingreso de divisas por turistas internacionales (millones de dólares)



Fuente: Secretaría de Turismo y Banco de México

Por otra parte, es importante recordar que si al número de visitantes internacionales al país se le resta el número de turistas fronterizos (aquellos que cruzan a México durante el día, sin hospedarse en el país), el número de turistas internacionales caería a poco más de 13 millones al año.³ Bajo esta métrica, México pasaría al lugar 17 en el ranking de llegadas internacionales de 2011,⁴ por debajo de países como Arabia Saudita, Ucrania, Tailandia y Polonia.⁵

La alta proporción de visitantes fronterizos dentro del total de visitantes internacionales ayuda a explicar por qué México ocupó el lugar 24 en ingresos por turismo internacional, con un valor cercano a los 12 mil millones de dólares en el 2012, mientras que países con un número cercano de visitantes internacionales como Turquía y Tailandia generaron más del doble de ingresos, 25 y 30 mil millones de dólares respectivamente⁶ (ver gráfica 2).

Debido a que el sector se encuentra altamente concentrado en el mercado norteamericano, cerca del 80% de nuestros turistas provienen de Estados Unidos (58% de los turistas que ingresan al país por vía aérea y 99% de los que ingresan por vía terrestre),⁷ la crisis financiera de 2008 disminuyó no sólo su número, sino su gasto.

Tabla 1. Porcentaje de llegadas de turistas internacionales a los principales aeropuertos por nacionalidad. 2005-2011

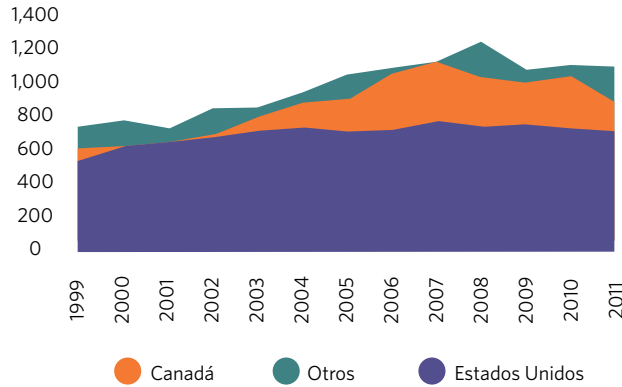
Región	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Estados Unidos	54.86%	56.71%	57.40%	54.92%	58.17%	57.69%	55.76%
Canadá	7.21%	8.18%	9.35%	10.73%	13.21%	14.26%	15.21%
América del Sur	3.54%	3.30%	4.07%	4.55%	5.13%	6.32%	7.95%
Europa	12.21%	13.59%	13.91%	14.20%	12.84%	13.85%	14.69%
Otros	3.41%	3.64%	4.12%	4.45%	4.52%	4.92%	6.37%

Fuente: Instituto Nacional de Migración, 2011 (Las cifras no suman 100% porque no se toman en cuenta todos los aeropuertos del país, cada año se agregan más aeropuertos a la muestra)

- De acuerdo al compendio estadístico del turismo en México 2010 el 7% del total de turistas es de internación o el 58%, cerca de 23 millones de visitantes extranjeros.
- Por disponibilidad de datos este análisis se realiza para el 2011
- UNWTO World Tourism Barometer. UNWTO (Organización Mundial de Turismo), 2012.
- Compendio estadístico del turismo en México 2012, SECTUR.
- Compendio estadístico del turismo en México 2012, Instituto Nacional de Migración (INM) 2010.

Por otra parte, el 72% del turismo norteamericano considera a México como un destino de “precios asequibles”⁸ razón que podría explicar su menor gasto por persona en relación a otros turistas (ver gráfica 3).

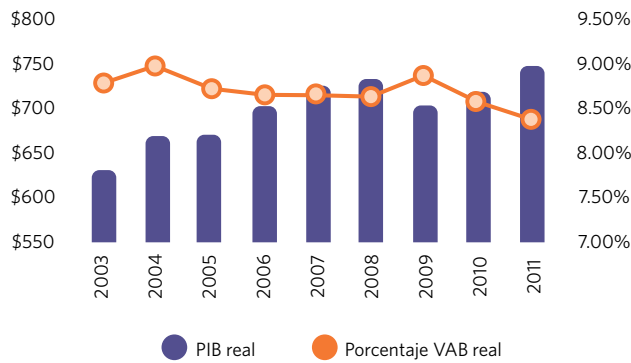
Gráfica 3. Gasto promedio del turismo por persona por viaje de internación por país de procedencia (dólares corrientes)



Fuente: Censo del Turismo en México 2012

Por ello, los ingresos del sector han permanecido constantes en términos reales (ver gráfica 4) y han caído en comparación con otros sectores. Por ejemplo, mientras el Producto Interno Bruto (PIB) nacional creció a una tasa promedio anual de 1.82% de 2002 a 2012,⁹ el PIB del sector turístico se mantuvo constante.

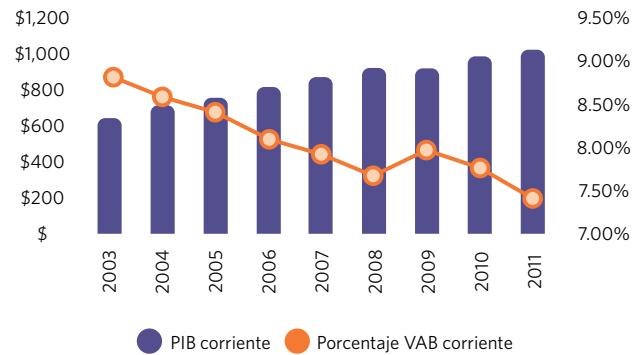
Gráfica 4. PIB Real¹⁰ del sector turístico y porcentaje del VAB como proporción del PIB nacional real (Millones de pesos.)



Fuente: Elaboración propia con datos de Datatur y la Cuenta Satélite del Turismo (CST) de México 2003-2007 y 2007-2011.

Sin embargo, al ver esta misma relación en pesos corrientes encontramos que cada año crece el PIB nominal del sector pero cae rápidamente su importancia en cuanto a la proporción del Valor Agregado Bruto¹¹ (VAB) respecto al PIB (ver gráfica 5). En otras palabras, México capta más recursos del turismo cada año (prácticamente los mismos recursos en términos reales), pero gasta más en proveer dichos servicios y en comparación con otros sectores su valor agregado bruto cae (ver gráfica 5).

Gráfica 5. PIB nominal del sector turístico y porcentaje del VAB como proporción del PIB nacional nominal (millones de pesos).



Fuente: Elaboración propia con datos de Datatur y la Cuenta Satélite del Turismo (CST) de México 2003-2007 y 2007-2011



8. Análisis del mercado internacional del turismo de cultura 2007, Consejo de Promoción Turística en México (CPTM).

9. Datos del Banco Mundial, 2012.

10. A precios constantes de 2003.

11. El VAB es el saldo contable de la cuenta de producción de un establecimiento, industria o unidad institucional, que resulta de restar del valor de la producción el monto del consumo intermedio, INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía).

Gráfica 6. Valor de los bienes (izquierda) y servicios (derecha) demandados en el sector turístico en México durante la implementación del Plan Sectorial de Turismo 2007-2012.

(Cifras en miles de millones de pesos a precios de 2003)

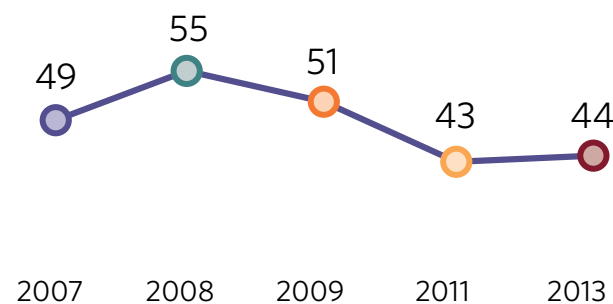


Fuente: Elaboración propia con datos de la Cuenta Satélite del Turismo (CST) de México 2006-2011 (último dato disponible). Turismo receptivo: Comprende las actividades de los visitantes no residentes en la economía de referencia, como parte de un viaje dentro del territorio nacional o de un viaje internacional (desde la perspectiva del país de residencia del visitante). Turismo interno: Comprende las actividades de los visitantes residentes en la economía de referencia, como parte de un viaje dentro del territorio nacional o de un viaje internacional.

Otra forma de ver este estancamiento es comparar el comportamiento de la demanda de bienes y servicios del sector turístico en los últimos años (ver gráfica 6). Como puede observarse en las gráficas el valor tanto de bienes como de servicios en el sector ha permanecido constante los últimos años e inclusive disminuido ligeramente para el turismo internacional.

Como consecuencia, el lugar de México en el Índice de Competitividad Turística del *World Economic Forum* (WEF) ha permanecido entre los lugares 43 y 55 de una lista actual de 139 países,¹² a pesar de estar entre los 13 primeros lugares en captación de turistas.

Gráfica 7. Posición de México en el índice de Competitividad Turística del WEF de 124-139 países.



Fuente: Elaboración propia con datos del WEF, distintos años

Para el Foro Económico Mundial entre las principales razones que explican esta posición se encuentran: el mal desempeño del país en el criterio de "sustentabilidad ambiental", donde ocupa la posición 114; la falta de "protección y seguridad" en el lugar 128, y la "disponibilidad de mano de obra calificada" en el lugar 87. Por otro lado, las fortalezas de México en turismo de acuerdo al índice son: la cantidad de "recursos naturales", donde ocupa la posición 19, la categoría de "recursos culturales" donde se encuentra en la misma posición y en la "priorización" que tiene el sector (considera el gasto gubernamental en turismo, recolección de datos sectoriales y rapidez de los trámites), donde obtiene el lugar número 30.

Cabe destacar que México mejora respecto a su posición de 2011 en dicho índice (ver gráfica 7) principalmente debido a un aumento en la oferta de compañías arrendatarias de autos, la mayor duración de los viajes de negocio, y a una importante reducción en los impuestos a los pasajes y tarifas aeroportuarias. El país también registró avances en indicadores generales como la transparencia en las políticas gubernamentales, una mayor esperanza de vida, más áreas naturales protegidas y la depreciación del peso. Actualmente México se encuentra en la 4ª posición del continente americano en este índice, detrás de Canadá, Estados Unidos y Barbados, tras superar en 2011 a Costa Rica y a Brasil.

12. En 2007 el índice contaba con 124 países, en 2008 cubrió 130, en 2009 aumentó a 133 y en 2011 llegó a 139 países.

De acuerdo a Micheal Porter,¹³ uno de los creadores del índice de competitividad del WEF, la competitividad de los destinos turísticos depende de la capacidad de la industria de innovar y ofrecer mejores productos, que sean de calidad y que cubran las necesidades de los visitantes. Es decir más allá del número de turistas lo importante son las utilidades del sector, su sustentabilidad y el valor agregado que genera

a través de su diferenciación. Uno de los errores de la política pública del sector en México es que su competitividad se ha entendido a través del número de visitantes, cuando lo que se debería medir son las utilidades, la sustentabilidad y valor agregado de los destinos, así como la derrama económica del sector.

México no figura entre los mejores

Además de analizar los datos duros, también analizamos algunas variables cualitativas como la percepción de México ante los ojos de los principales medios especializados del sector. El resultado no es alentador, México simplemente no se considera uno de los destinos más atractivos o novedosos. Por ejemplo, Lonely Planet (la mayor empresa de libros de viaje del mundo) no incluyó ningún destino mexicano en su lista de los mejores lugares para viajar (países, ciudades y regiones) de 2013.¹⁴ México tampoco figura entre los destinos Best Value designados por esa misma empresa.¹⁵

Por otro lado, ningún destino mexicano aparece en la lista de los 10 mejores destinos de Trip Advisor, de acuerdo a la opinión de sus usuarios. Lo anterior a pesar de que algunas playas mexicanas aparecen dentro de las 25 mejores playas del mundo¹⁶ (Tulum, Cancún, Playa del Carmen y Cabo San Lucas), y también a pesar de que la Ciudad de México y Guadalajara se encuentran dentro de los “destinos en auge”.¹⁷ Además, México tampoco figura en la lista de “lo mejor del mundo”¹⁸ de las revistas Travel and Leisure, National Geographic¹⁹ y Wanderlust, aunque ocupa los primeros lugares en hoteles y destinos spa²⁰ dentro de la clasificación de Travel and Leisure. En la revista Condé Nast Traveller, México está en el lugar 15^o²¹ en la lista de mejores destinos, aunque ningún hotel del país aparece dentro de su “lista de oro”.²²

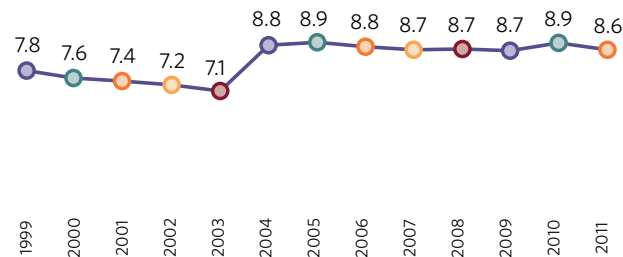
Cabe señalar que la revista de National Geographic menciona la “Noche de la primavera” en la Ciudad de México y la “Noche de las brujas” en Catemaco, Veracruz, dentro de su Top 10 en festivales nocturnos.²³ Por su parte, la reserva de Sian Ka’an, en Quintana Roo está entre los 10 primeros lugares en la lista de sitios Patrimonio de la Humanidad para viajar con niños.²⁴

13. Profesor de Harvard Business School. Experto en temas relacionados a estrategias para empresas, la competitividad de las naciones y regiones, así como los enfoques estratégicos de los problemas sociales. El trabajo del profesor Porter es ampliamente reconocido en los gobiernos, corporaciones sin fines de lucro y los círculos académicos de todo el mundo. Biografía obtenida en: <http://drfd.hbs.edu/fit/public/facultyInfo.do?facInfo=bio&facEmlId=mporter>
14. <http://www.lonelyplanet.com/themes/best-in-travel-2013/top-10-countries/>
15. <http://www.lonelyplanet.com/themes/best-in-travel-2013/best-value-destinations/>
16. <http://www.tripadvisor.com.mx/TravelersChoice-Destinations-cTop-g1>
17. <http://www.tripadvisor.com.mx/TravelersChoice-DestinationsontheRise>
18. <http://www.travelandleisure.com/worldsbest/2012/cities>
19. http://travel.nationalgeographic.com/travel/best-trips-2012/#/botw-main-gallery-pittsburgh_41334_600x450.jpg
20. <http://www.travelandleisure.com/travel-guide/tecate/hotels/rancho-la-puerta>
21. <http://www.cntraveller.com/awards/readers-travel-awards/the-readers-travel-awards-2011>
22. <http://www.cntraveller.com/awards/the-gold-list>
23. <http://travel.nationalgeographic.com/travel/top-10/night-festivals/>
24. http://travel.nationalgeographic.com/travel/world-heritage/kids-family-photos/#/sian-kaan-biosphere-reserve-family_55321_600x450.jpg

El estancamiento es motivo de preocupación

El estancamiento del sector turístico es preocupante, ya que representa la cuarta fuente de divisas del país (17 mil millones de dólares) y genera directamente el 9% del Producto Interno Bruto nacional²⁵ e indirectamente otro 5% adicional. Además, el sector emplea directamente al 7.3% de la población ocupada y genera una cifra similar de empleos indirectos (en los sectores de la construcción, manufacturas y el transporte),²⁶ de tal modo que casi un empleo de cada siete en el país está relacionado con la actividad turística.

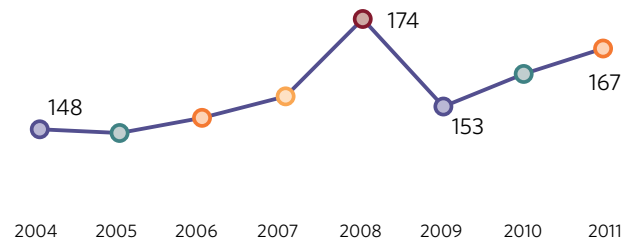
Gráfica 8. Participación del turismo en el PIB nacional (porcentaje). 1998-2011



Fuente: Compendio estadístico del turismo en México 2012

Tras la caída del turismo internacional derivada de la crisis financiera de 2008 y de la crisis de la influenza AH1N1 en 2009 el turismo nacional ha crecido en importancia (ver gráfica 9) aunque también resintió ambas crisis después de haber alcanzado su máximo histórico en el 2008 (174 millones de viajes de mexicanos).²⁷ Debido al crecimiento de la clase media se espera que esta tendencia se mantenga en los siguientes años.

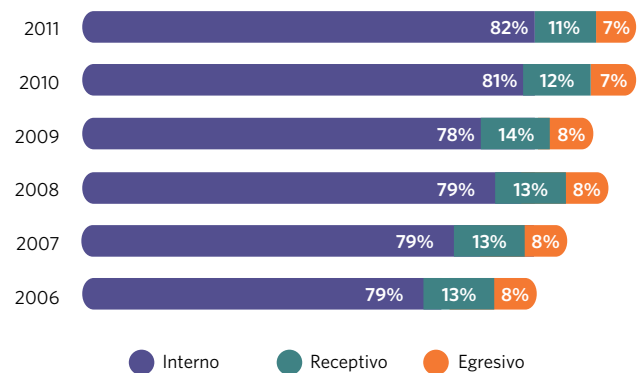
Gráfica 9. Turistas nacionales (millones). 2004-2011.



Fuente: Euromonitor y SECTUR

Hoy el turismo nacional representa 88% de todos los turistas²⁸ y genera el 80% de los ingresos del sector.²⁹ En los últimos años su participación en el consumo turístico total ha aumentado ligeramente (ver gráfica 10).

Gráfica 10. Composición del consumo turístico por año (Miles de millones de pesos corrientes)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Cuenta Satélite del Turismo (CST) de México 2006-2010 y 2007-2011. Turismo egresivo: Comprende las actividades de los visitantes residentes fuera de la economía de referencia, como parte de un viaje internacional. Turismo receptivo: Comprende las actividades de los visitantes no residentes en la economía de referencia, como parte de un viaje dentro del territorio nacional o de un viaje internacional (desde la perspectiva del país de residencia del visitante). Turismo interno: Comprende las actividades de los visitantes residentes en la economía de referencia, como parte de un viaje dentro del territorio nacional o de un viaje internacional.

25. Compendio estadístico del turismo en México 2010

26. SECTUR 2011

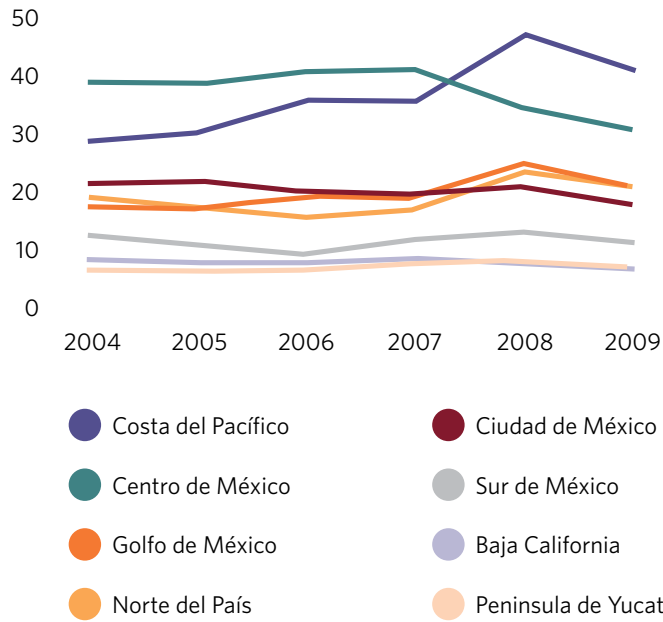
27. Una misma persona puede realizar más de un viaje anual. Datos de SECTUR www.sectur.gob.mx

28. Turistas deben tener un periodo de traslado menor a un año, siempre y cuando el propósito principal no sea el percibir una remuneración en el lugar visitado, cambiar de residencia, buscar empleo, etc. CST de México.

29. Compendio estadístico del turismo en México 2010 y Banco de México 2011.

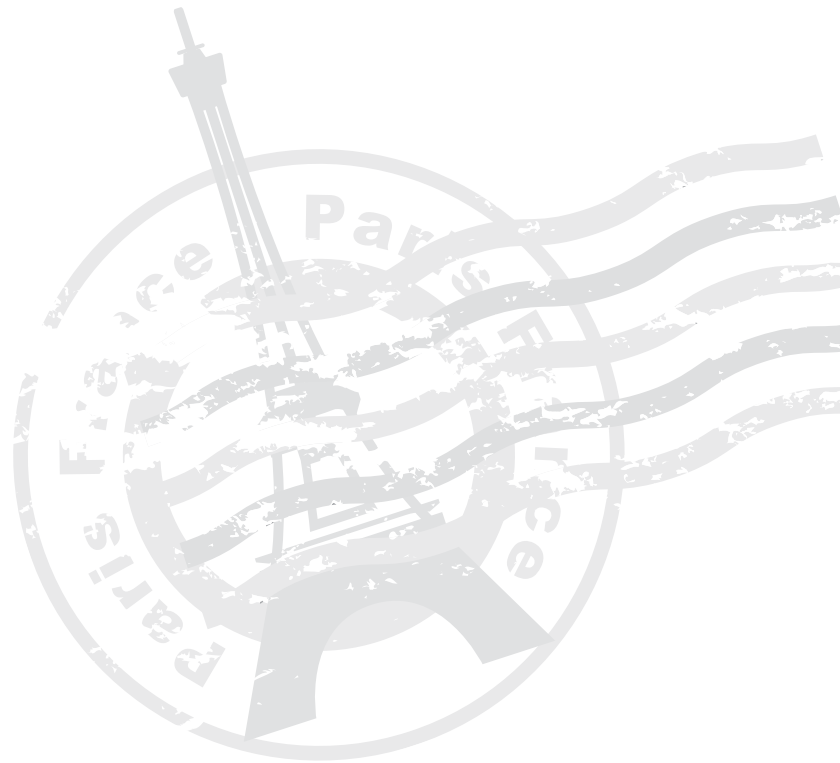
El turismo nacional se concentra principalmente en los destinos de sol y playa, siendo la costa del Pacífico la que más viajes ha generado, (ver gráfica 11) con un crecimiento del 44% en los últimos 5 años. Por otro lado, el turismo al centro del país, una de las regiones más importantes, ha caído a pesar de que la Ciudad de México se ha convertido en un destino en auge para el turismo internacional.

Gráfica 11. Viajes por destino turístico (Millones de viajes)



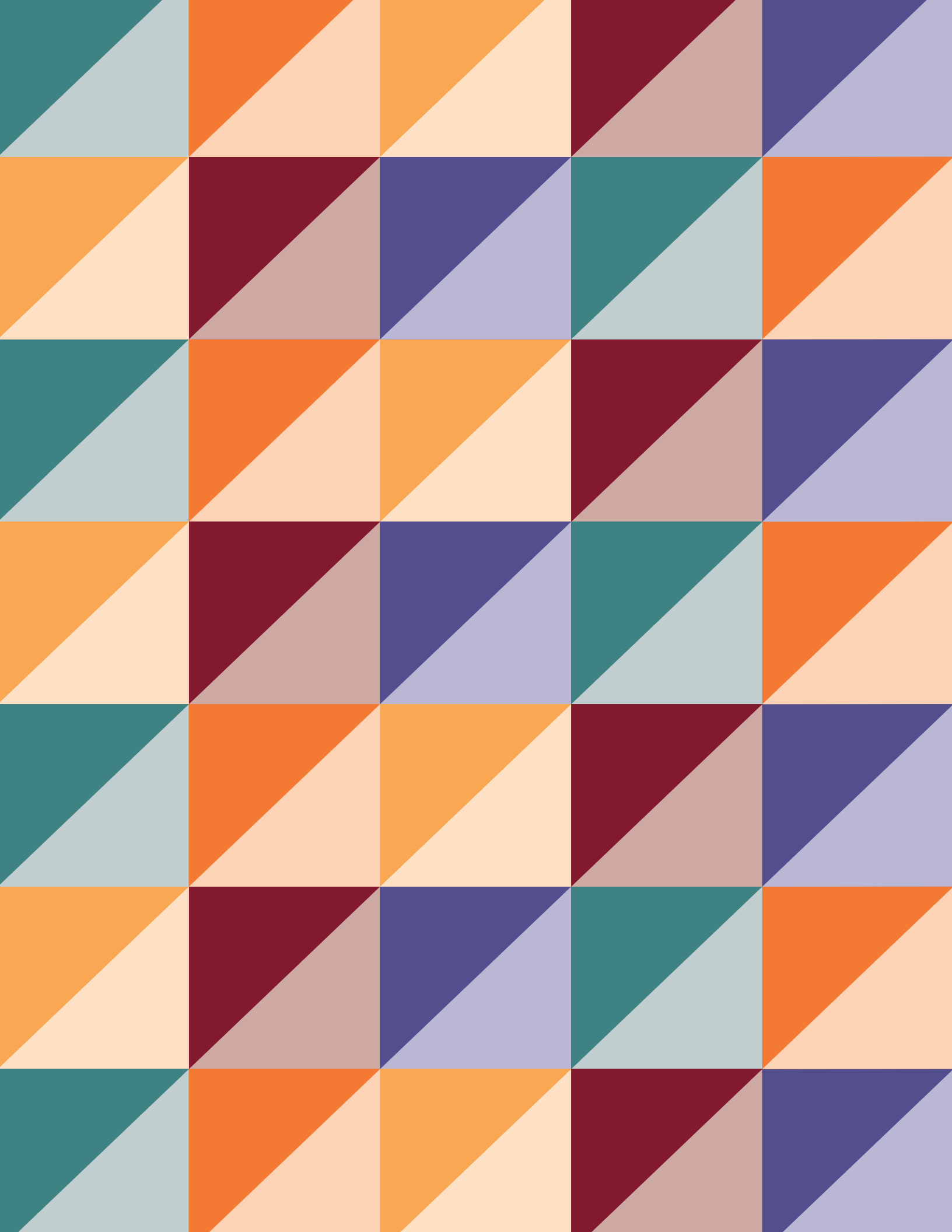
Fuente: Elaboración propia con datos de Euromonitor International. El caribe se encuentra incluido en la Península de Yucatán.





II. Causas del estancamiento





II. Causas del estancamiento

De acuerdo a este análisis, las principales causas del estancamiento del sector turístico en México son dos:

1. Mayor competencia y más innovadora, en destinos turísticos con ofertas mejor diferenciadas para los nuevos turistas.
2. Una política turística desadaptada a las nuevas tendencias del sector y que no ha sido evaluada.

A continuación se explica cada una a detalle.

Mayor competencia

Los principales competidores del turismo mexicano en destinos de Sol y playa (que representa el 66% de las visitas a México)³⁰ se encuentran en el Caribe, particularmente en República Dominicana, Jamaica, las Bahamas y Cuba. Existen otros destinos más alejados que también compiten como son Hawái y Tailandia.

Dentro de Latinoamérica llaman la atención Cuba y Perú por ser destinos que compiten con México como destinos culturales.³¹ Costa Rica por su parte, ha despegado en materia turística desde hace una década, particularmente en ecoturismo y turismo sustentable. Esta categoría de turismo representa una de las mayores áreas de oportunidad para México por sus tasas de crecimiento (como se verá más adelante).

Al comparar a México con otros destinos se observa que la tasa media de crecimiento anual de captación de turistas estadounidenses en los últimos siete años fue negativa (-0.66%) contrario a lo que sucedió con a nuestros principales competidores (ver tabla 2).

30. Perfil y grado de satisfacción al turista 2011, Cestur.

31. De acuerdo al Consejo de Promoción Turística de México CPTM, en Análisis del mercado internacional del turismo de cultura. 2007.

Tabla 2. Comparativo de tasas de crecimiento de llegadas de turistas estadounidenses a otros destinos que compiten con México.

País	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	TMCA
Cuba	-1.14%	10.09%	3.41%	25.18%	20.19%	16.68%	12.23%
República Dominicana	8.15%	-1.12%	1.09%	5.20%	6.78%	6.36%	3.00%
Perú	-0.19%	13.63%	10.62%	2.03%	-2.13%	-1.27%	3.80%
Costa Rica	-3.55%	8.08%	2.13%	-4.59%	7.90%	3.34%	2.72%
México	-0.28%	0.89%	-0.71%	-10.55%	7.60%	-0.30%	-0.66%

Fuente: Elaboración propia con datos de los departamentos de turismo de los países

TMCA: Tasa media de crecimiento anual

Para los estadounidenses, viajar a Cuba aún es complicado porque requieren un permiso del Departamento de Estado.³² A pesar de ello, la tasa de crecimiento de los visitantes estadounidenses es prácticamente cinco veces a la del resto de los países. Cuando se flexibilice por completo la posibilidad de viajar a Cuba para cualquier ciudadano norteamericano, México enfrentará mucha mayor competencia de la isla caribeña.

En cuanto al turismo canadiense, la tasa de crecimiento de México fue similar (6.89%) a la del resto de los destinos de la tabla (incluyendo Cuba).

Tabla 3. Comparativo de tasas de crecimiento de llegadas de turistas canadienses a algunos de los principales competidores turísticos de México.

País	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	TMCA
Cuba	0.31%	9.29%	23.90%	11.81%	3.32%	6.03%	5.41%
República Dominicana	19.26%	15.32%	8.10%	1.79%	1.98%	0.90%	7.90%
Perú	20.20%	3.25%	18.89%	8.08%	-3.77%	8.49%	5.58%
Costa Rica	1.61%	15.58%	7.64%	-6.72%	16.77%	11.18%	7.07%
México	18.99%	35.79%	38.44%	-23.20%	-3.50%	7.03%	6.89%

Fuente: Elaboración propia con datos de los departamentos de turismo de los países.

TMCA: Tasa media de crecimiento anual

El continente americano ha perdido sostenidamente participación en el mercado turístico internacional debido al crecimiento de Asia- Pacífico como polo turístico global. Por otra parte, aunque esta región también es líder en crecimiento en el número de turistas, la mayoría buscan viajes cortos y de bajo costo, lo cual representa un obstáculo para que México los atraiga.

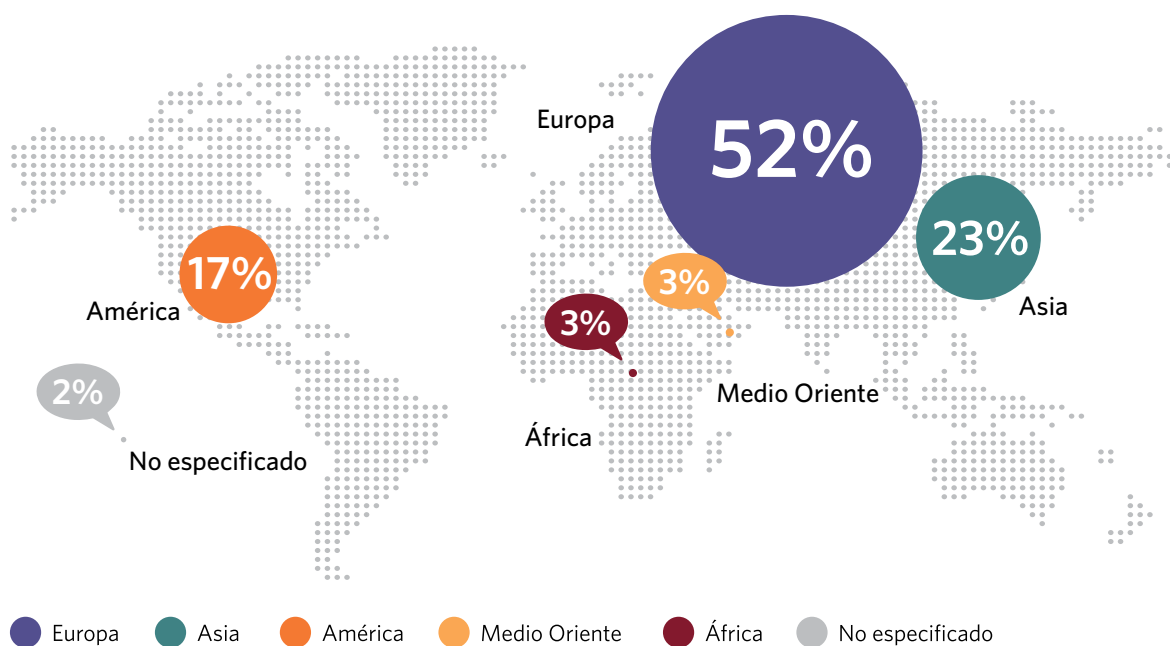
Si bien Europa es todavía la región que más turistas genera en el mundo (ver gráfica 12), el mercado de turistas de las principales economías emergentes (los denominados BRICs: Brasil, Rusia, India y China) aumenta considerablemente y representa ya el 35% del mercado aéreo. Además, en 2011 China estuvo dentro de los diez países con mayor gasto en turismo con una tasa de crecimiento de 37% el último año (2011- 2012), pasando de 72.1 miles de millones de dólares a 102 miles de millones de dólares. Rusia, por su parte, aumentó su gasto en turismo 36.5% en el mismo periodo,³³ posicionándose en el quinto lugar mundial, mientras que India aumentó su gasto 33% y Brasil 30% entre 2010 y 2011.³⁴

32. http://travel.state.gov/travel/cis_pa_tw/cis/cis_1097.html

33. UNWTO Tourism Highlight. UNWTO. 2013

34. UNWTO Tourism Highlight. UNWTO. 2012

Gráfica 12. Principales fuentes de turismo mundial



Fuente: UNWTO Tourism Highlight. UNWTO. 2013

Por otro lado, la competencia por el turismo chino, que se espera crezca 17% anual los próximos 10 años,³⁵ representa un reto mayor para el país, debido a que el principal atractivo para los turistas chinos son las ciudades emblemáticas (grandes metrópolis con centros de compras de clase mundial), y en menor medida, el turismo de Sol y playa.³⁶ Esto implica que las estrategias futuras deberían considerar acciones atractivas para este mercado, que se convierte rápidamente en un mercado potencial mayor al de EUA y Canadá.

Actualmente la clase media china es mayor a toda la población de Estados Unidos (más de 300 millones) y se proyecta que para el 2015 llegue a 800 millones, por lo que representa una enorme oportunidad. Entre lo que se debe considerar para planear esta estrategia es que los turistas chinos son cada vez más jóvenes, profesionistas con altos salarios, que buscan información sobre los destinos a los que viajan en internet (80%) y cuya principal motivación de viaje es visitar atracciones y hacer compras (35% de su gasto). Dichos turistas buscan viajes largos con servicios de más alta calidad y van en busca de experiencias individuales, en lugar de tours y paquetes.³⁷

En cuanto al turismo de India y Brasil, México tiene pocas oportunidades para competir en Sol y playa, debido a la gran cantidad de países cercanos a ambos con una oferta turística competitiva y a menor distancia. Además, de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo los cerca de 5 millones de turistas brasileños que viajan al exterior (2008) prefieren viajar a Europa así como a Canadá, Estados Unidos y Australia, para conocer ciudades de moda y “vibrantes”, visitar lugares históricos así como, galerías, museos, y realizar compras.³⁸ Ante estas preferencias las perspectivas para México no son muy alentadoras, excepto para posicionar una oferta cultural en zonas metropolitanas como la Ciudad de México y Guadalajara.

35. Essential China Travel Trends 2012 Dragon Edition. China Travel Trends. 2012

36. Sólo el 22% desea viajar a destinos de Sol y playa, mientras que el 66% prefiere visitas guiadas y tours. Essential China Travel Trends 2012 Dragon Edition. China Travel Trends. 2012

37. De acuerdo a la edición 2012 de Travel Trends en China

38. Brazil: Country Report. Stark Tourism. 2010

Una política desadaptada y poco evaluada

A partir del primer Plan Nacional de Turismo, de 1963, donde se definieron las bases para el desarrollo de grandes proyectos turísticos en los Centros Integralmente Planeados (CIPs), el gobierno mexicano ha mantenido prácticamente la misma política para desarrollar el sector, pese a los cambios en las tendencias globales de turismo. Lo anterior debido al éxito de Cancún, primer CIP creado en 1974, que posicionó a México como uno de los principales destinos internacionales. Sin embargo, de acuerdo a esta investigación hay 3 fallas fundamentales en dicha política:

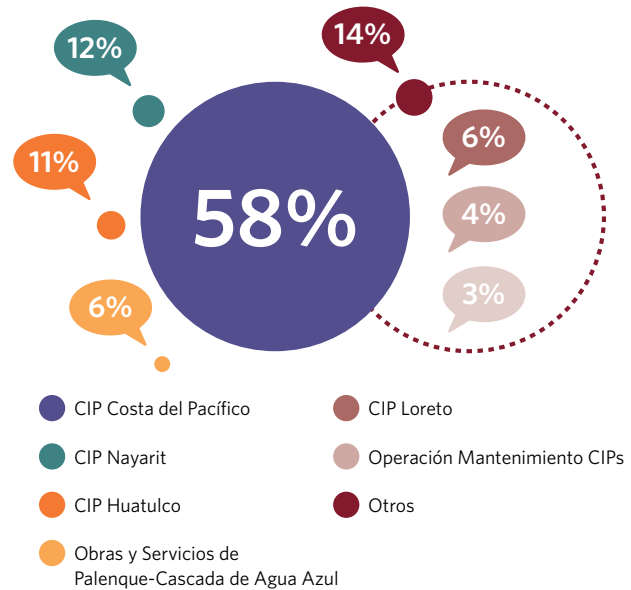
1. El modelo se centra en el retorno a la inversión inmobiliaria más que en el valor agregado del destino turístico.
2. Las políticas del sector no se han evaluado.
3. La poca adaptación a las tendencias internacionales.

A continuación se describe cada una a detalle.

No se privilegia el valor agregado del destino

El sector público destina una importante inversión al turismo. De acuerdo a cifras de 2011, en el presupuesto público federal se gastaron 4,800 millones de pesos en proyectos turísticos, así como 597 millones de pesos en infraestructura turística. De estos últimos la totalidad se emplearon en la construcción del CIP del municipio de Escuinapa Sinaloa. El Fondo Nacional de Fomento al Turismo obtuvo fondos por 2,521 millones de pesos, los cuales se distribuyeron de la siguiente manera:

Gráfica 13. Proyectos y programas de inversión de FONATUR



Fuente: Elaboración propia con datos de la Clasificación funcional del gasto en la página www.transparenciapresupuestaria.gob.mx

Como muestra la gráfica, los CIPs concentran el 80% del presupuesto de FONATUR y cuentan con el 13.5% de las habitaciones del sector. Esta fuerte inversión pública motiva la especulación y la inversión privada. Por este motivo las inversiones en el sector turístico han crecido a tasas de entre 11 y 34% en los últimos cinco años (llegando a 3,526 millones de dólares en 2010),³⁹ creciendo la oferta de habitaciones y hoteles en 14 y 15% anual, respectivamente.⁴⁰

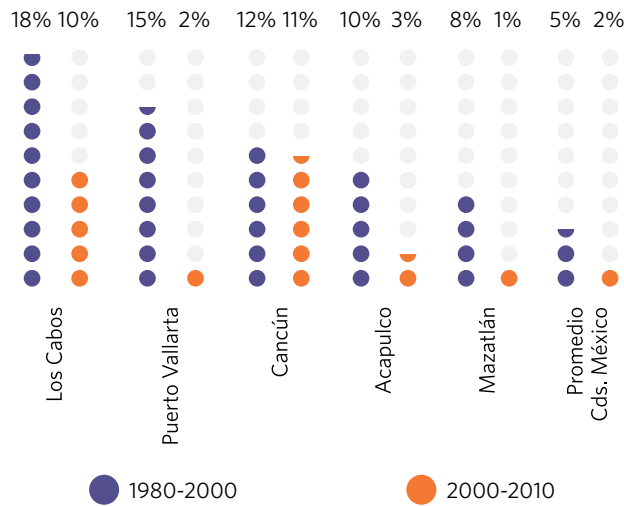
Dichas tasas de crecimiento son mayores a las tasas de crecimiento anuales del turismo nacional e internacional 4.6% y 2.5% respectivamente.⁴¹ Es decir, la oferta de hospedaje crece más rápido que la demanda debido a la especulación de los precios de la tierra, parte de la explicación de las rápidas tasas de crecimiento de los destinos turísticos.

39. SECTUR, "Inversión privada identificada en el sector turismo," Padrón Nacional de Proyectos de Inversión, diciembre de 2010, <http://www.sectur.gob.mx>. En 2009 hubo una caída del 36% con respecto al año anterior.

40. De acuerdo al reporte "UNWTO el turismo en México *Compendium of Tourism Statistics: Data 2005-2009*", los hoteles en México pasaron de 2005 a 2009 de ser 13,751 a 16,231 y las habitaciones de 535,039 a 623,555. Sin embargo las estancias nocturnas cayeron de 21,915 a 21,454 millones.

41. Promedio de la tasa de crecimiento de los últimos diez años. Datos del Compendio Estadístico del Turismo en México 2011.

Gráfica 14. Tasas de crecimiento de la mancha urbana de las principales ciudades turísticas del país en comparación con el promedio nacional



Fuente: Elaboración propia con datos de SEDESOL 2012

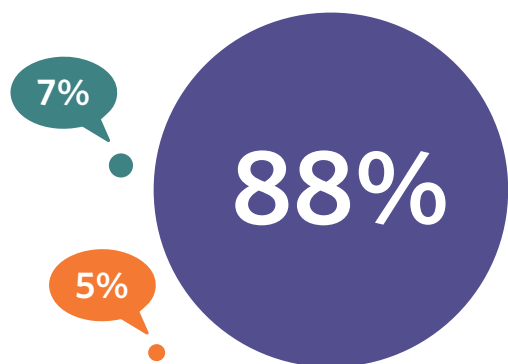
El rápido crecimiento e inversión de los centros turísticos podría llevar a pensar que los municipios turísticos requieren de un tratamiento fiscal especial debido a que enfrentan mayor presión para proveer servicios públicos municipales y no reciben aportaciones federales etiquetadas para turismo.

Sin embargo, tras analizar las finanzas públicas de los 77 municipios turísticos más importantes⁴² (ver anexo 1) encontramos que efectivamente hay una mayor demanda por servicios municipales por el crecimiento de la población turística que por el crecimiento de la población local. Los resultados muestran que un incremento porcentual en la población local aumenta en 0.77% el gasto en servicios generales municipales, mientras que un aumento del 1% en el flujo de turistas incrementa 0.23% dicho gasto en servicios generales.⁴³ Sin embargo, en la década pasada (2000 a 2010) la tasa de crecimiento de turismo anual promedio fue mayor a la tasa de crecimiento de la población (1.4%⁴⁴ para la población local versus 3.89% para el turismo).⁴⁵ Por ende el crecimiento del turismo pesó 10 veces más (aumentó el gasto en servicios municipales 3% al año) que el crecimiento de la población de los destinos (representó un aumento anual en el gasto de dichos servicios de 0.33%).

Aunque esto podría implicar que dichos municipios turísticos requieren un trato fiscal especial, lo cierto es que el análisis también arroja que existen diversas formas de recabar más ingresos locales para enfrentar los gastos que ocasiona el turismo. Por ejemplo, el estado de Quintana Roo estableció en su Ley de Hacienda un impuesto al hospedaje en 1996.⁴⁶ El impuesto se calcula aplicando la tasa del 3% sobre el valor de facturación o de contratación de los servicios de hospedaje. Se estima que en el 2013, la recaudación por este impuesto según la Ley de Ingresos del Estado será de \$ 491.8 mdp, equivalentes al 22% de los ingresos estatales. Sin embargo, dicho impuesto solamente se transferirá a 2 municipios del estado. En el caso del municipio de Benito Juárez, la transferencia será de 33.5 millones pesos, lo que equivale a 16.23% del gasto en servicios municipales, mientras que para el municipio de Solidaridad será de 24 mdp, es decir 14.88% del gasto de servicios municipales. El resto de los ingresos por el impuesto a servicios de hospedaje 88.4% o bien no se ha distribuido a los municipios o no existe suficiente transparencia en la información para determinar su destino (ver gráfica 15). Como puede verse dichos ingresos son mayores al gasto que implica el turismo en servicios públicos municipales (3% en promedio) por lo que no necesariamente dichos municipios requieren un trato fiscal especial, sino más bien saber aprovechar la ventaja de ser municipios atractivos para los visitantes para cobrar mayores impuestos locales.

42. El análisis se hizo en 31 entidades con información al 2011 (por ser la más reciente del INEGI). Se excluyó al Distrito Federal debido a que el tamaño de la población y economía distorsionan las variables contempladas para el análisis del impacto turístico federativas.
 43. Se corrió una regresión utilizando el logaritmo natural del número de turistas y número de la población local como variables independientes y el logaritmo natural de la inversión en servicios generales del municipio como variable independiente. La tabla de regresión se puede consultar en el anexo 2.
 44. Censo de Población y Vivienda 2010.
 45. Compendio Estadístico del Turismo 2012.
 46. Este impuesto tiene por objeto gravar el pago por servicios de hospedaje que se otorguen en hoteles, moteles, mesones, posadas, campamentos, paraderos de casas rodantes, y demás establecimientos en donde se brinde albergue temporal de personas

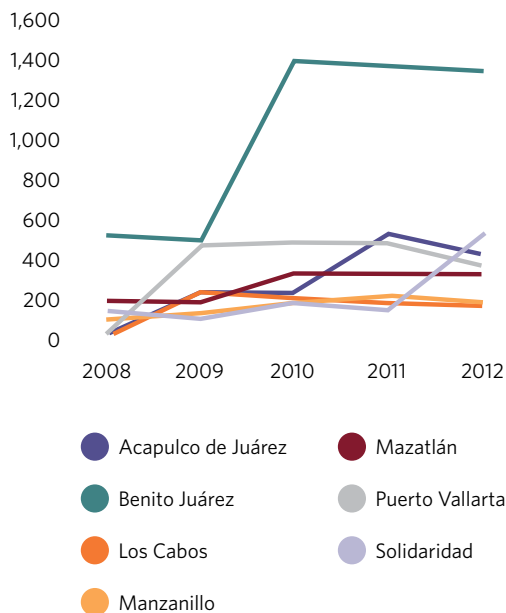
Gráfica 15: Destino de los recursos obtenidos a través del impuesto al hospedaje de Quintana Roo



- Retenido por el Estado o no reportado en municipios
- Transferido al municipio Bénéito Juárez
- Transferido al municipio Solidaridad

Fuente: IMCO con datos de los presupuestos de Ingresos de los municipios de Quintana Roo.

Gráfica 16: Evolución de la deuda municipal en los centros turísticos más importantes (Millones de pesos).



Fuente: IMCO con datos del INEGI.

Por otro lado, la inversión en los municipios turísticos también podría contribuir a que estos tengan más capacidad para contratar deuda, lo que puede explicar parte del crecimiento de la misma en algunos municipios (ver gráfica 16). Sin embargo, pese a esto la deuda no serviría para aminorar el gasto en servicios municipales ya que la deuda de acuerdo a la constitución federal se reconoce para inversión pública productiva.⁴⁷

Además al analizar la deuda contratada por los 77 municipios en relación a inversión en obras públicas, servicios personales y servicios municipales encontramos que los recursos de la deuda no son utilizados para pagar los servicios públicos del municipio ya que el 79% de los cambios en la deuda pública al año se explican por cambios en inversión en obras públicas y servicios personales.⁴⁸

En conclusión, debido a que la mayor parte de los recursos con los que operan los municipios provienen de fuentes federales y en menor medida estatal, y que no hay partidas federales etiquetadas para infraestructura turística existe un potencial importante para que los municipios turísticos aprovechen sus facultades fiscales y de prestación y cobro de servicios.

47. Art 117 fracción VIII párrafo 2

48. La regresión considera como variable dependiente a la deuda pública y como variables independientes el gasto en inversión pública, servicios personales y servicios municipales. Mientras que la variable independiente de servicios municipales no fue significativa, encontramos que por cada 100 pesos invertidos en obras pública se incrementa la deuda municipal incrementa en 48.6 pesos, mientras que por cada 100 pesos que se destinan "servicios personales", la deuda incrementa en 43.8 pesos. Esta situación es alarmante debido a la creciente tasa de endeudamiento municipal y al uso irregular de los recursos obtenidos (ver anexo 2).

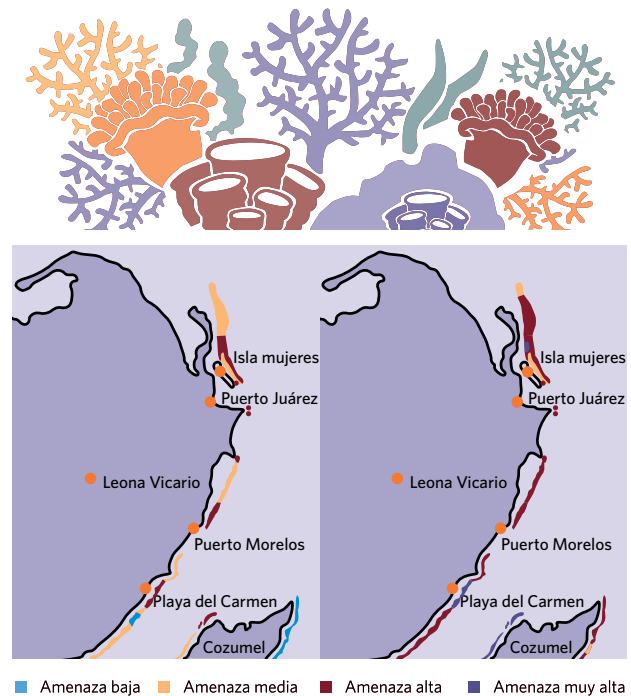
Política sin evaluación

La planeación nacional turística no cuenta con evaluaciones de impacto. Ni las políticas de FONATUR, ni los Centros Integralmente Planeados cuentan con información estadística sobre sus impactos ambientales, económicos o sociales. Por ejemplo, uno de los efectos más importantes del turismo es la pérdida de biodiversidad, debido a que los centros turísticos se crean en áreas con gran cantidad de recursos naturales de valor estratégico, sin embargo, poco o nada se conoce sobre la pérdida de estos. Uno de los casos más relevantes es el de manglares⁴⁹ donde México cuenta con una ventaja comparativa al ser el cuarto país con mayor extensión de manglares en el mundo, con 880 mil hectáreas (2000).⁵⁰ Sin embargo, a la fecha se ha perdido más del 65% del inventario nacional de manglares,⁵¹ los cuales han sido afectados por el impacto directo e indirecto del turismo. Por ejemplo, el desarrollo de Cancún ha implicado la pérdida de 1,020 hectáreas de manglar entre 1970 y 1990,⁵² mientras que en la Riviera Maya se han perdido 1,860 hectáreas desde 1976.⁵³

Además, los manglares restantes se han fragmentado, pasando de 30 fragmentos en 1976 a 167 en el 2011, lo que dificulta su reproducción. Se estima que dicha pérdida podría llegar a 12.45 millones de dólares anuales para el país considerando la metodología de The Value of the World's Ecosystem Services and Natural Capital.⁵⁴

Por otro lado, de acuerdo al World Resource Institute, el 10% del segundo arrecife más grande del mundo, el arrecife de la península de Yucatán y el Caribe mexicano, podría perderse en el mediano plazo por la degradación que ha ocasionado el turismo en la zona, lo que implicaría un costo económico de 50.48 millones de dólares al año.⁵⁵

Figura 1: Amenazas a los arrecifes de coral en la zona de Cancún y el Caribe mexicano ocasionados por desarrollo costero 2011 (izquierda) y desarrollo costero, sobrepesca, residuos, navegación 2011 (derecha).



Fuente: Reefbase

Estas son sólo muestras de que la planeación de los polos turísticos no contempla su impacto fuera de la zona turística. En 1995 se realizó la primera evaluación de las zonas costeras de México. Una de sus principales conclusiones fue que los impactos de los centros turísticos son "extremos" en las principales zonas turísticas de Ixtapa, Acapulco, Los Cabos, Huatulco, Mazatlán y Cancún, y "moderadas-intensas" en Boca del Río y Cozumel.

Lo que llama la atención es que tras analizar los planes del último CIP en construcción en Escuinapa, inclusive su Manifestación de Impacto Ambiental (MIA), no contempla daños ecológicos fuera del predio del desarrollo.⁵⁶ Lo anterior

49. Mantienen los procesos de sedimentación, mejoran la calidad del agua, proveen protección contra la intrusión salina y funcionan como barreras contra huracanes.
50. Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (INECC).
51. Mejía et al. El impacto que produce el sector turismo en los manglares de las costas mexicanas. UAM. 2010.
52. Pérez Villegas, G. y Carrascal, E. El desarrollo turístico en Cancún, Quintana Roo y sus consecuencias sobre la cubierta vegetal. UNAM. 2000.
53. Reza, M. Reporte final del proyecto de monitoreo del manglar en el municipio de Solidaridad (Riviera Maya) Quintana Roo, México. Amigos de Sian Ka'an A.C. 2011.
54. Costanza et al. The value of the world's ecosystem services and natural capital. Nature. Vol 387, 1997. La metodología contempla el valor económico de servicios como: protección de la línea costera, tratamiento de residuos, control biológico, hábitat para otras especies, producción de alimentos (pesquerías) y actividades recreativas (ecoturismo). Considerando estos servicios se estima un valor por hectárea de mangle al año de 6,743 dólares.
55. La estimación se hizo considerando un valor de 4,138 dólares por hectárea al año considerando los servicios de: protección, tratamiento de residuos, control biológico, refugio de especies marinas, producción de alimentos, bienes primarios, recreación y cultura. Este valor se obtuvo del mismo estudio que se usó para calcular el valor del manglar.
56. Manifestación de Impacto Ambiental Modalidad Regional para el proyecto "Centro integralmente planeado Costa Pacífico" en el Municipio Escuinapa, Sinaloa. GPPA. 2010.

es particularmente grave puesto que el desarrollo colinda con el humedal más grande de América Latina, "Marismas Nacionales", y una región de alta importancia para la conservación del manglar. Además, el principal impacto de dicho centro, como ya se ha visto con los CIPs anteriores, estará fuera del predio del CIP, sobre todo si sus metas son atraer a 3 millones de turistas al año y generar más de 78 mil empleos. De hecho, se estima que la población de la región podría llegar a 500,000 habitantes en el 2025, convirtiéndose en una de las ciudades más pobladas del estado.

Por si fuera poco, la MIA de Escuinapa presentó fallas y omisiones⁵⁷ constatadas por la Auditoría Superior de la Federación (ASF).⁵⁸ Lo anterior motivó a la Subsecretaría de Gestión para la Protección Ambiental a limitar el número de cuartos, autorizar la construcción de únicamente un campo de golf,⁵⁹ y condicionar la construcción de hoteles hasta que la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA) asegure que la provisión de agua a la población local no se verá afectada.

Otro ejemplo de la falta de evaluación, es la ausencia de una estimación de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas por el sector. El IMCO⁶⁰ ha hecho una aproximación⁶¹ mostrando que las emisiones del sector podrían representar alrededor de 16.3 millones de toneladas de carbono equivalentes (MtCO₂e) o 2.2% de las emisiones totales de CO₂e del país.⁶²

Poca adaptación a las tendencias internacionales

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo, desde el 2001 la demanda por el turismo "de experiencias",⁶³ representa el 6.58% de la demanda turística y crece entre 12 y 17%⁶⁴ anualmente. En contraste, el turismo de sol y playa crece aproximadamente 3% al año. Es decir, cada día los viajeros buscan más las experiencias que impliquen contacto con la comunidad o naturaleza y no sólo una habitación cómoda para descansar. Por otro lado, los turistas también se han vuelto más conscientes de su impacto sobre los destinos que visitan, en particular sobre el medio ambiente.

Pese a dichas tendencias, México sigue construyendo centros turísticos pensados como zonas turísticas exclusivas donde únicamente se encuentran turistas y atractivos privados (playas, campos de golf, etcétera), en lugar de políticas para convertir los centros turísticos en zonas donde conviva la ciudadanía y se cuente con amplio acceso a los activos naturales y culturales (malecones, andadores peatonales, parques lineales, playas públicas, etc.).

Aunque ha habido avances importantes en las normas para certificar hoteles en cuestiones ambientales y de eficiencia energética, el Acuerdo Nacional por el Turismo (ANT), que firmó el sector público (gobierno federal, legislativo y entidades), privado, académico y civil, como instrumento de colaboración para articular la política de Estado de largo plazo, no incluye ningún estándar internacional para la ubicación, diseño, construcción y operación sostenible de hoteles y resorts (ver el anexo 3 para detalles de los pilares y acciones del ANT).

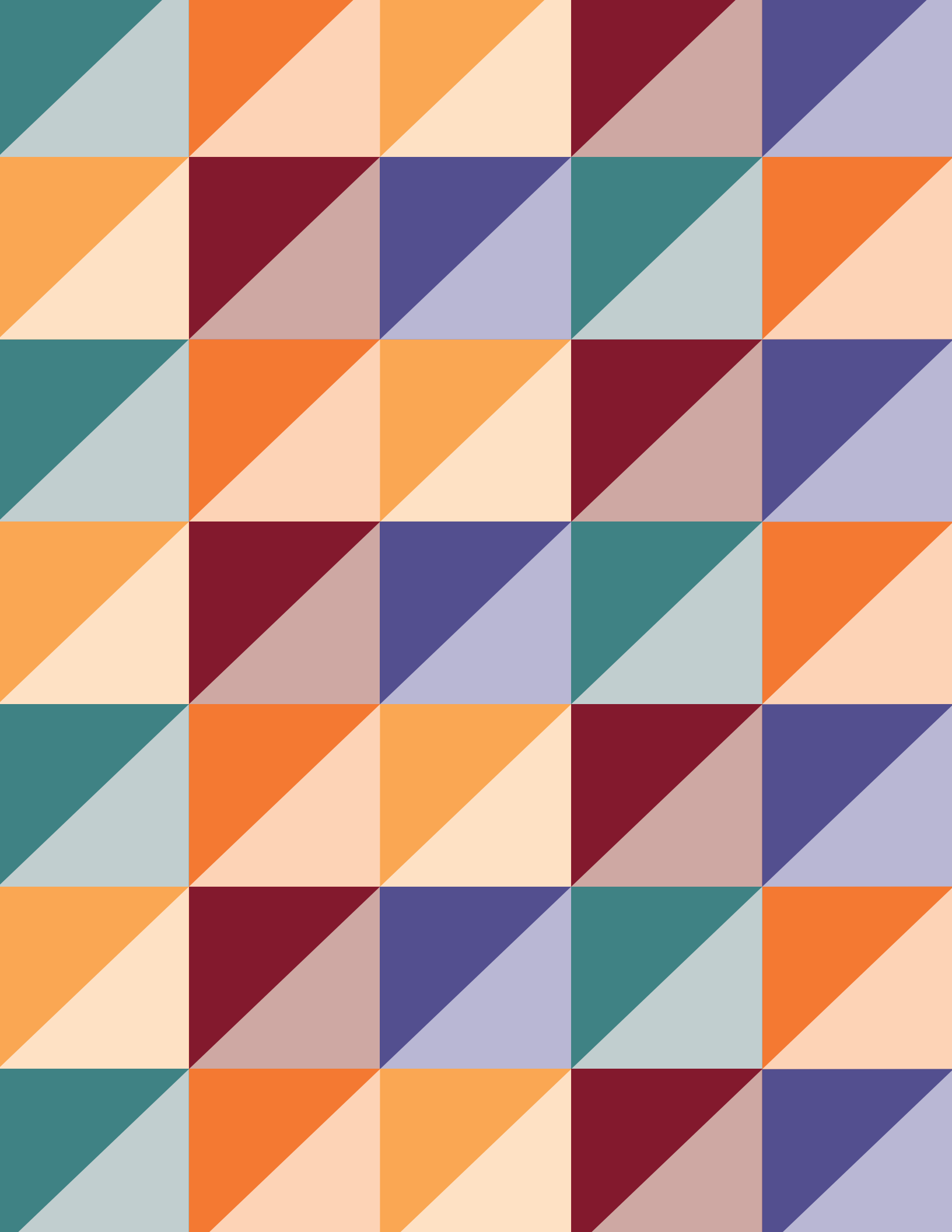
El *Center for Responsible Travel* (CREST) de la Universidad de Stanford, señala que el ANT tampoco menciona ningún mecanismo legal para poner en marcha la Ley General de Turismo (publicada en 2009) que pone a la sustentabilidad como pieza central,⁶⁵ pero que aún no opera debido a la falta de reglamento. Quizá la peor falta es que FONATUR, el principal motor para la creación de los nuevos destinos turísticos, no tiene ninguna función en materia de sustentabilidad. El ANT sólo menciona que FONATUR deberá construir un "prototipo de parada turística" en parques nacionales y reservas "con el objetivo de establecer educación ambiental y programas de sensibilidad".

A continuación se resumen las principales tendencias turísticas en el mundo que sirven para fortalecer los puntos mencionados anteriormente.

-
57. Comentarios a la Manifestación de impacto ambiental. www.miopioncuenta.com.mx
 58. Auditoría de Inversiones Físicas 10-3-21W3N-04-1067
 59. www.miopioncuenta.com.mx y S.G.P.A./DGIRA7DG1167/11 SEMARNAT
 60. Instituto Mexicano para la Competitividad
 61. Gallegos Rodrigo, Análisis sectorial para una economía verde Capítulo 4 sector turismo, por publicarse Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático, 2012.
 62. De un total de 750 millones de toneladas de CO₂e. Estimado al 2010 con datos del Programa Especial de Cambio Climático (PECC).
 63. Eco turismo, turismo naturalista, cultural, de aventura, rural y comunitario.
 64. Estudio sobre la Tendencia de la Demanda Turística Internacional y de los Segmentos Relevantes para el Cluster Turístico del Cusco. Maximixe Consultant.
 65. Su objetivo central es establecer la base para la política de turismo, planificación y programación en todo el territorio nacional bajo criterios de beneficio social y sostenible...

III. Principales tendencias del turismo





III. Principales tendencias del turismo

Durante los últimos años el turismo a nivel mundial se ha transformado, particularmente por cuatro tendencias reconocidas en la literatura internacional:

1. La diversificación de nuevos mercados de turismo y turistas. El crecimiento económico de algunas regiones del planeta han propiciado el surgimiento de una nueva clase media, detonando el crecimiento del turismo, así como el surgimiento de nuevos destinos.
2. Nuevos modelos de negocios basados en el uso de tecnologías, principalmente internet que a través de las redes sociales y el comercio electrónico han motivado nuevos modelos de negocios y promoción turística.
3. Turistas más conscientes. Cada vez más turistas prefieren adquirir servicios que se provean de forma sustentable y que cuiden su entorno natural.
4. Más viajes pero más cortos. El turismo se ha visto impactado por la reducción de precios en el transporte, principalmente el aéreo, lo que ha reducido las distancias entre destinos y logrado una mayor frecuencia en viajes, pero de menor duración en promedio.

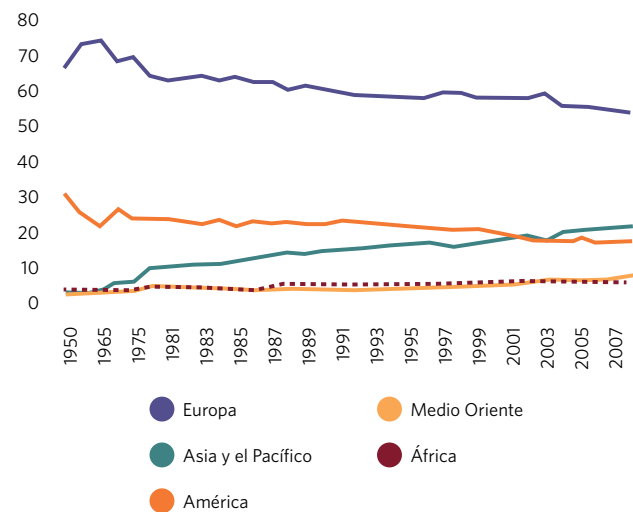
A continuación se describen estas tendencias a detalle.

Nuevos competidores y consumidores

En las últimas décadas se ha observado un cambio en la participación del mercado turístico. Las economías emergentes se están convirtiendo en fuertes competidores para los destinos turísticos tradicionales. A pesar de la gran concentración histórica del turismo internacional en destinos europeos y de América del Norte (con más del 90% del mercado), a partir de la década de los ochenta destinos alternativos comenzaron a tener una importante participación en el mercado.

La región de Asia y el Pacífico ha visto el mayor incremento en su participación en el mercado turístico, superando en el 2002 al continente Americano en número de visitantes internacionales. Actualmente la región de Asia y el Pacífico cuentan con el 20% de la participación del mercado, mientras que América el 16%. Europa por su parte, ha visto una importante reducción de su participación en el mercado, pasando de recibir al 60% de los turistas internacionales en 1990, a cerca del 50% en la actualidad. Por su lado, África y el Medio Oriente, aunque todavía con poca participación, han avanzado, alcanzando el 5.1 y 6% de las llegadas internacionales, respectivamente⁶⁶ (ver gráfica 17).

Gráfica 17. Llegadas de turistas por región, como porcentaje del total global (1950-2009)



Fuente: OCDE 2010

Como muestra la gráfica, el número de turistas que visitan países emergentes ha crecido rápidamente, a una tasa mucho mayor que las de los destinos tradicionales. China, por ejemplo, percibió un incremento en la llegada de turistas internacionales de 78.5% entre 2000 y 2010 (25 millones de turistas). Malasia, un país que actualmente forma parte de los diez países más visitados, tuvo un aumento de 140% en el número de turistas durante la última década.⁶⁷ Mientras que los destinos tradicionales, como Francia y España, aunque continúan atrayendo a un gran número de turistas, cuentan con tasas de crecimiento menores, 5.8 y 4.3% respectivamente en este mismo periodo.

66. OECD Tourism Trends and Policies 2010. OECD. 2010

67. OCDE 2007. Crecimiento anual promedio 1990-2007

En cuanto a los nuevos turistas, la globalización y el surgimiento de nuevas economías están transformando la demanda de servicios turísticos. El surgimiento de la clase media en las economías emergentes y el aumento de los ingresos de este sector están replanteando el crecimiento del sector turístico. En los próximos años se espera que los mercados con más aumento en generación de turistas sean países como China, Brasil y México. En el caso de China se espera que el aumento del ingreso de las clases medias destinado al turismo aumente más de 140% de 2011 al 2021.⁶⁸ De hecho para este mismo año, la OCDE estima que Brasil, Rusia y China representarán el 35% del mercado de pasajeros aéreos, y para el 2050 cerca del 50%, convirtiendo a estos tres países en los principales generadores de turistas del mundo.

Uso de nuevas tecnologías

Internet es quizá la herramienta que más rápido está transformando al sector turístico en el mundo. En los últimos 10 años las reservaciones en línea han crecido rápidamente, especialmente en países con altas tasas de penetración y uso de tarjetas de crédito, como Estados Unidos y el Reino Unido donde hasta el 40% de las reservaciones del sector (boletos de avión, hoteles y otros) se realizaron en línea.⁶⁹

Por otro lado, internet también está afectando la toma de decisiones de los turistas, ya que existe más información sobre destinos y opciones para viajes. De acuerdo al World Travel and Tourism Council (WTTC) el mercado de viajes en línea tuvo un valor de 256 mil millones de dólares en 2010 y se espera que en 2013 más de un tercio de las ventas turísticas se realicen en línea,⁷⁰ lo que querría decir que un tercio de las ventas del sector a nivel global se realizarían en línea. De éstas, se estima que el 61% pertenezcan a aerolíneas y 17% a hoteles. El resto se distribuyen entre otros medios de transporte y atracciones.

También, gracias a los medios sociales (redes, foros, blogs, etc.) los usuarios pueden compartir fotos e itinerarios, escribir recomendaciones y calificar los destinos y la calidad del servicio recibido. Lo anterior hace que la imagen oficial sea cada vez menos importante para promover el destino. Por ejemplo, las guías turísticas que se pueden encontrar en Internet, a diferencia de las guías tradicionales, se actualizan día a día, cuentan con fotos de los visitantes, reseñas, comentarios y permiten conocer una gama más amplia de restaurantes, tours, eventos y actividades.

Otro de los grandes cambios que ha traído internet es la oferta y demanda de rentas vacacionales, permitiendo mayor acceso a mercados y aumentando la competencia. De igual forma, las páginas sobre rentas vacacionales permiten ver fotos y reseñas acerca de las propiedades y el servicio recibido en ellas. De hecho en los últimos años gracias al uso de internet ha surgido una nueva corriente llamada economía del intercambio o *sharing economy* que consiste en compartir casas particulares en lugar de pagar cuartos de hotel.

A grandes rasgos, la economía del intercambio busca que las casas que no están siendo utilizadas puedan rentarse a un precio menor. La economía del intercambio funciona a través de conexiones sociales y se basa en la comunicación entre agentes y la confianza, medida a través de reseñas, calificaciones y comentarios. La posibilidad de alquilar un cuarto o una propiedad a través de este método está cambiando la forma de viajar. A diferencia de las rentas vacacionales, las rentas de vivienda en la economía del intercambio no provienen necesariamente de una segunda propiedad. Uno puede alquilar su casa o departamento en caso de salir un fin de semana o de vacaciones, o puede alquilar un cuarto a turistas, mientras se vive en la casa. Esto representa una experiencia local para el turista donde puede tener un mayor intercambio con la comunidad y conocer lugares auténticos en zonas que usualmente no son frecuentadas por turistas.

A pesar de ser un concepto muy novedoso, las rentas vacacionales en dicha economía de intercambio crecen rápidamente. Por ejemplo, Airbnb, una de las compañías más importantes que ofrecen este tipo de servicios que se fundó en 2008, para enero de 2012 había realizado 5 millones de reservaciones (con un crecimiento del 500% entre enero 2011 y enero 2012) y apenas cuatro meses después, en junio de 2012 había superado 10 millones de reservaciones.⁷¹ La compañía cuenta ya con 10 oficinas alrededor del mundo y en ella se anuncian más de 200,000 propiedades en más de 25,000 ciudades en 192 países. Estados Unidos cuenta con más de 45 mil anuncios, mientras que en Alemania, Francia, España y el Reino Unido, superan los 10 mil. En América Latina la delantera la lleva Brasil con más de 5 mil anuncios, mientras que México cuenta con cerca de 3 mil (2012).

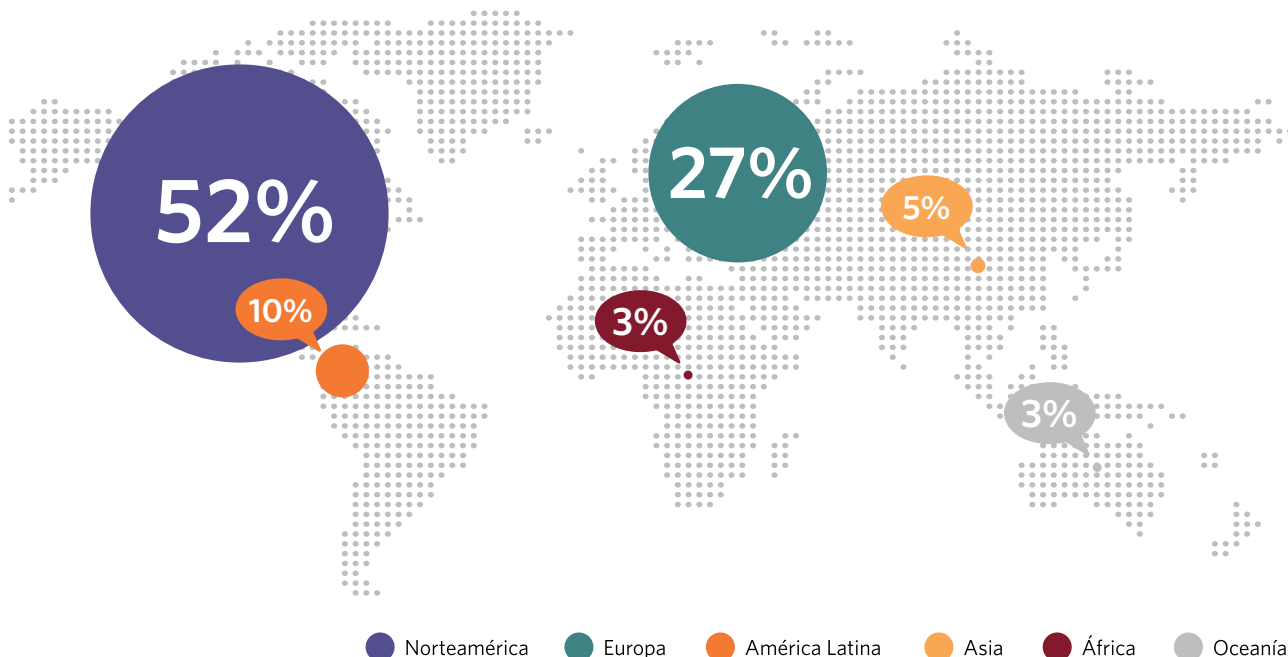
68. OECD Tourism Trends and Policies 2010. OECD. 2010

69. WTTC Travel & Tourism 2011.

70. Ibidem.

71. www.airbnb.com

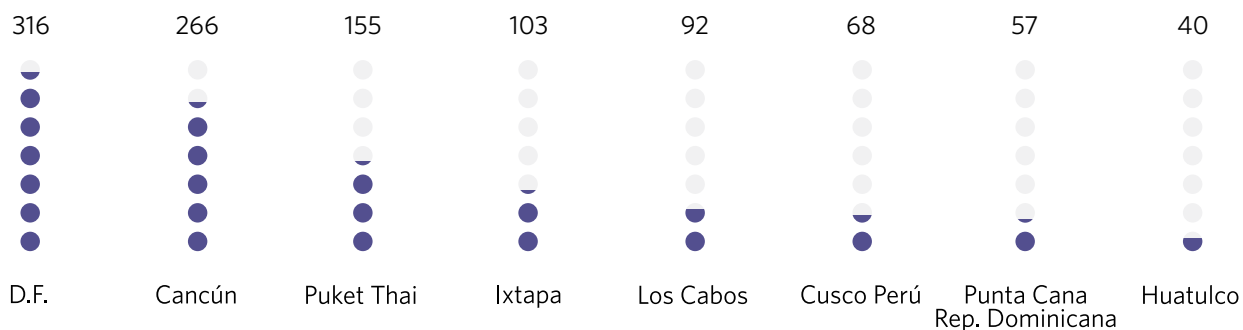
Gráfica 18. Porcentaje de anuncios en Airbnb por región (Junio 2012)



Fuente: Airbnb 2012

La tasa de crecimiento de la empresa de 2011-2012 fue de 1,180% en Brasil, 860% en España, 430% en Francia y 3,000% en Rusia, entre otros. Además de Airbnb, existen otras compañías que ofrecen este tipo de servicio, entre las más importantes se encuentra Wimdu y 9flats, ambas con más de 50,000 anuncios en todo el mundo.⁷² A pesar de que México no cuenta con el mayor número de anuncios en estas páginas, algunas ciudades mexicanas se encuentran por arriba de algunos de los principales destinos en competencia con México (ver gráfica 18).

Gráfica 19. Número de anuncios en Airbnb en los principales destinos de México y competidores (Junio 2012)



Fuente: Elaboración propia con datos de Airbnb 2012

72. www.wimdu.com www.9flats.com

Turistas más conscientes

Más del 66% de los turistas americanos y australianos, así como el 90% de los viajeros británicos consideran la protección del ambiente y a veces incluso el apoyo a comunidades locales, parte de la responsabilidad de un hotel.⁷³ En cuanto al turismo norteamericano, el 44% de los turistas considera importante el impacto ambiental cuando planea un viaje⁷⁴ y un 43% se identifica como “eco-conscientes”, dispuestos a pagar 5% adicional por un viaje responsable, mientras que el 40% está dispuesto a pagar hasta 10% extra.⁷⁵

Las revistas especializadas en el sector confirman dichas estadísticas. El 96% de los lectores de la prestigiosa revista Condé Nast Traveler consideran que los hoteles y resorts deben ser responsables de la protección al ambiente, mientras que tres cuartas partes aceptan que las políticas de responsabilidad social corporativa afectan su decisión de compra.⁷⁶

Dicha tendencia obedece a un cambio cultural que va más allá del sector. De acuerdo al Social Investment Forum,⁷⁷ las inversiones con criterios de responsabilidad (que consideran los impactos sociales y ambientales) representan ya cerca del 10% (2.71 millones de millones de dólares) del mercado de inversión norteamericano.⁷⁸ De hecho, este cambio cultural ya está permeando en el perfil del turista mexicano. De acuerdo a una encuesta de TNS Research International, el 42% de los consumidores mexicanos consideran el cuidado del medio ambiente en su decisión de compra.⁷⁹

Aunque la demanda de productos turísticos sustentables en México todavía es pequeña, se espera un crecimiento de 25% anual durante los próximos años.⁸⁰ Por otra parte, el sobrepago que los consumidores están dispuestos a pagar por sustentabilidad es pequeño. Según una encuesta realizada por el International Tourism Bourse (ITB), los turistas internacionales están dispuestos a pagar 1.5% adicional al precio por un viaje sustentable.⁸¹ Al mismo tiempo, debido a los ecoturistas y a un segmento de la población norteamericano definido como LOHAS,⁸² por su fuerte inclinación a la sustentabilidad, crece la demanda por viajes sustentables.

.....

73. De acuerdo al World Travel and Tourism Council (WTTC).

74. PhoCusWright, “Going Green: the Business Impact of Environmental Awareness on Travel,” 2009.

75. Community Marketing Inc., “Green Traveler Survey,” 2010.

76. Dorinda Elliott, “Ethical Traveler Index,” Conde Nast Traveler, mayo de 2007.

77. Una asociación dedicadas a la inversión sostenible y responsable www.socialinvest.org

78. Dichos fondos se invierten evaluando portafolios de inversión usando criterios socio ambientales y de gobernanza corporativa y no invierten en empresas no deseables como las que comercien armas o contaminen en entre otros.

79. IntraEmprendador.com, “Cinco tendencias verdes para emprender en México,” mayo 12, 2011.

80. Responsible Travel: U.S. Trends & Statistics. CREST. 2009

81. ITB World Travel Trends Report 2011/2012. ITB Berlin. 2011.

82. Lifestyle of health and sustainability. Estilo de vida sano y sustentable.

83. Se estima que los turistas internacionales generan entre 1-2 kg de basura al día mientras que en México dichos residuos se estiman entre 0.68 y 1.33 kg/persona/día de acuerdo a la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), 2002. Generación de Residuos Sólidos Municipales por Zona Geográfica 1997-2001.

84. Organización de las Naciones Unidas (ONU)

85. CNN Laker Airways 1992 y Zoom Airways 2008

Finalmente, la existencia de más de 130 estándares para certificar establecimientos turísticos en el uso de recursos naturales, habla del crecimiento e importancia de esta tendencia. Crecientemente, los hoteles de todo tipo alrededor del mundo buscan certificar su planeación, construcción y operación, para contar con una oferta turística sustentable con acciones basadas en: la reducción de uso del agua (cuartos, lavanderías, campos de golf, etcétera); reciclaje de desperdicios (típicamente un turista genera entre 50% y 100% más basura que los locales);⁸³ conservación del patrimonio local y natural al ayudar a las comunidades locales a consumir productos locales; y reducción del consumo energético a través del uso de tecnologías renovables y mejoras en la edificación.

Más viajes cortos

El rápido crecimiento de las aerolíneas de bajo costo y de la población urbana (más de la mitad de la población vive en zonas urbanas y se espera que para 2050 dicha población represente el 70%)⁸⁴ son las principales causas que han transformado la duración de los viajes y su periodicidad.

Las aerolíneas de bajo costo se caracterizan por dar servicios de corta y media distancia (vuelos de 1 a 3 horas), con un par de intentos fallidos de entrar al mercado de larga distancia.⁸⁵ Su entrada ha aumentado la competencia en el sector aeronáutico, reduciendo los precios y ampliando la oferta de destinos, aumentando así su participación de mercado en los países de la OCDE, en contraste con medios de transporte como el automóvil y el marítimo.

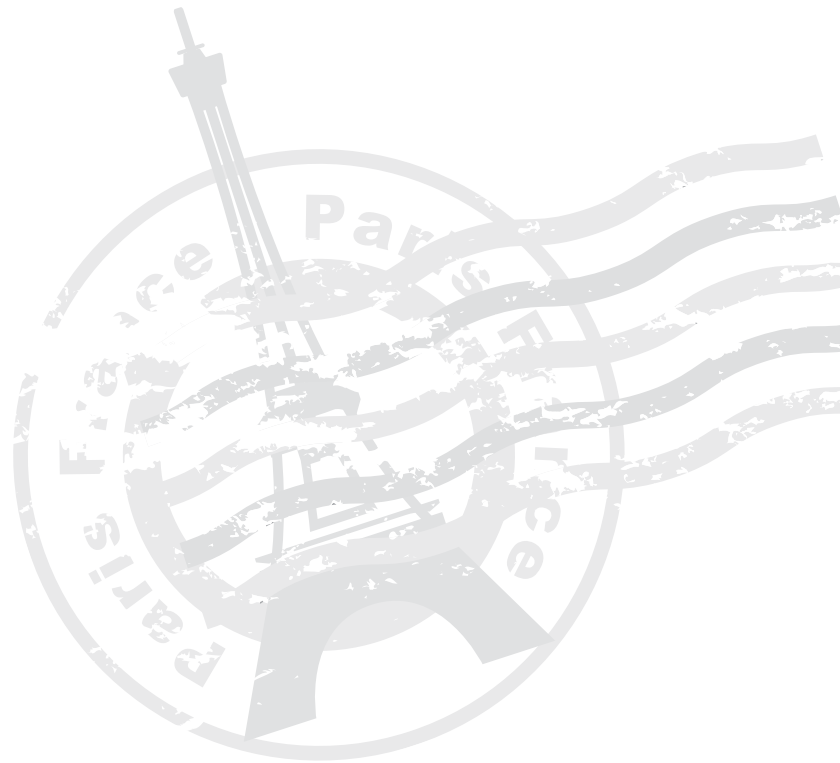
Tabla 4. Porcentaje de llegadas de turistas internacionales por tipo de transporte (países de la OCDE)

	Aéreo		Tren		Carretera		Marítimo	
	2003	2007	2003	2007	2003	2007	2003	2007
Australia	99.7	99.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.5
Canadá	36.5	43.6	0.6	0.6	59.3	51.2	3.6	4.6
Finlandia	34.8	35.7	1.5	1.9	35.3	32.8	28.4	29.5
Francia	19.8	25	6.0	5.9	63.8	59.5	10.4*	9.6
Grecia	70.5	64	0.6	0.5	19.1	23.2	9.8	12.3
Hungría	4.8	5.3	4.3	3.6	90.2	90.5	0.7	0.7
Islandia	88.8	86.6	0.0	0.0	0.0	0.0	11.2	13.4
Irlanda	71.2	78.8	0.0	0.0	10.5	9.2	18.3	13.0
Italia	19.1	33.1	4.1	2.7	72.1	61.9	4.7	2.3
Japón	94.8	92.7	0.0	0.0	0.0	0.0	5.2	7.3
Corea	91.8	83.1	0.0	0.0	0.0	0.0	8.2	16.9
México	41.2	49.8	0.0	0.0	58.8	50.2	0.0	0.0
Nueva Zelanda	99.0	99.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	1.0
Noruega	35.8	44.1	2.4	2.3	40.4	34.8	21.4	18.8
Polonia	2.3	4.4	3.6	2.8	91	92.3	3.1	0.6
Portugal	18.7	31.4	0.3	-	79.8	68.6	1.2	-
Eslovaquia	0.1	0.1	0.5	0.4	99.4	99.5	0.0	0.0
España	72.6	74.9	0.6	0.4	23.8	22.1	3.0	2.6
Turquía	71.9	72.0	0.4	0.3	20.6	20.2	7.1	7.5
Reino Unido	71.4	76.5	11.0	9.9	-	-	17.7	13.6
EUA	56	54.2	0.0	0.0	43.1	44.9	0.9	0.9
Total OCDE	45.5	46.9	2.1	2.2	48.4	46.9	4.1	4.0

Fuente: OCDE 2010

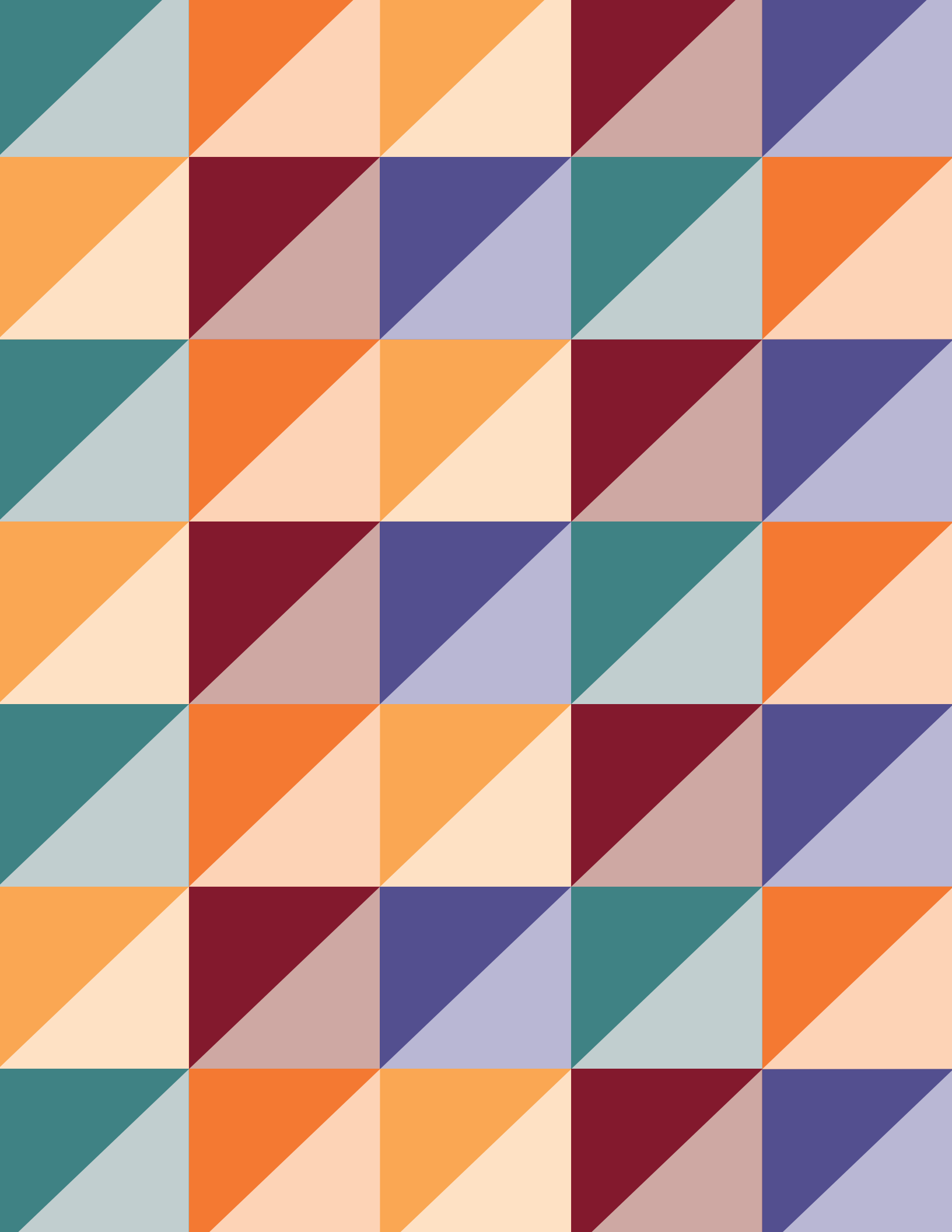
Por ello, tanto el cambio en el estilo de vida y el desarrollo de los medios de transporte han reducido el número de días que los turistas pueden abandonar sus actividades diarias. Las tendencias muestran que a pesar de que los turistas están realizando más viajes, estos son más cortos y en muchos casos más económicos. Esta tendencia aplica principalmente para los países europeos, en los que los viajes internacionales aumentaron un 4%, sin embargo, el promedio de estadía cayó 5%, y el gasto por viaje un 4%. Por otro lado, el número de viajes cortos (de una a tres noches) aumentó en 10%, mientras que los viajes largos permanecieron iguales.⁸⁶

86. ITB World Travel Trends Report 2011/2012. ITB Berlin. 2011



IV. Futuro de las principales zonas turísticas y dos casos de estudio



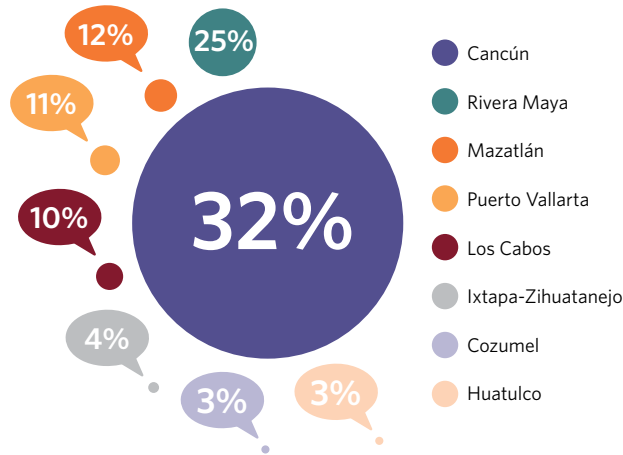


IV. Futuro de las principales zonas turísticas y dos casos de estudio

Para entender lo que puede suceder en las principales zonas turísticas del país de continuar la política actual e ignorar las principales tendencias en el sector, descritas en el capítulo anterior. En este capítulo planteamos tres escenarios de crecimiento de la oferta turística en 8 de los principales destinos turísticos al 2030 y sus impactos potenciales sobre el umbral sostenible de la oferta hídrica, disposición adecuada de basura y proyecciones de deforestación. Además, se analizan a detalle los desarrollos turísticos de Los Cabos y el nuevo CIP en el municipio de Escuinapa, Sinaloa, por considerarse de importancia estratégica.

Los ocho centros turísticos analizados suman 58% de las llegadas de los turistas internacionales y 21% de los nacionales. Se incluyeron nueve de los diez principales destinos turísticos internacionales en 2012, así como cinco Centros Integralmente Planeados (CIPs). La gráfica 20 muestra la participación de cada uno de dichos centros de los 13,688,764 turistas que recibieron en 2012.⁸⁷

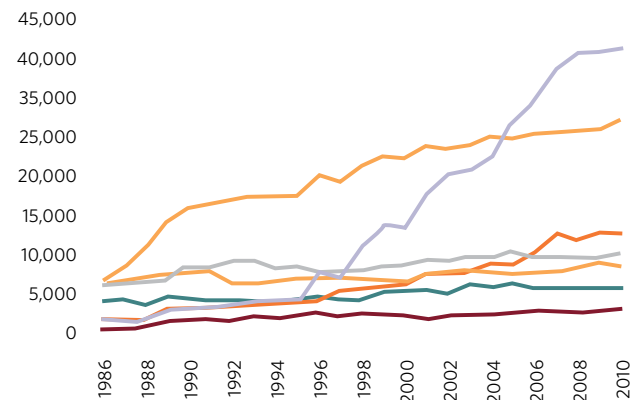
Gráfica 20. Participación por destino turístico analizado en la llegada total de turistas en 2012.



Fuente: SECTUR

De acuerdo a datos del INEGI y la Secretaría de Turismo el crecimiento anual de la oferta hotelera (número de cuartos) en los destinos analizados ha crecido a una tasa promedio anual de 4.71%⁸⁸ de 1990-2010. La Riviera Maya presentó el mayor crecimiento anual, con una tasa del 49% de 1995 a 2008.

Gráfica 21. Oferta de cuartos de 1986 a 2010



Fuente: INEGI y SECTUR⁸⁹

Para entender los impactos de los centros turísticos se analizaron los censos económicos disponibles⁹⁰ y se encontró que en promedio cada cuarto genera 0.83 empleos directos (hoteles) y 1.31 empleos al considerar hoteles y restaurantes.⁹¹ Sin embargo, para no subestimar el impacto del turismo al sólo considerar los empleos directos, se analizó la relación entre los cambios en la oferta hotelera y la

87. Compendio estadístico de turismo en México, 2012.

88. Información recopilada de los anuarios estadísticos estatales publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y el Compendio estadístico de turismo en México, 2012 (SECTUR).

89. La gráfica une la Riviera Maya y Cozumel, ya que el Compendio estadístico de SECTUR no cuenta con la información desde 1986, además ha cambiado la división municipal en la zona, dado que el municipio de Solidaridad, que actualmente abarca la mayoría de la Riviera Maya, se dividió de Cozumel hasta 1993.

90. Censos económicos de los años 1986, 1989, 1994, 1999, 2004 y 2009.

91. El análisis se realiza a nivel municipal y la desviación estándar fue de 0.253 y 0.339 respectivamente.

población, con información de los censos y conteos de población y vivienda.⁹² El análisis arrojó una relación promedio de 15.73 personas por cada cuarto de hotel,⁹³ lo que explica por qué en dichas zonas turísticas, de 1970 a 2010, la población creció 8.17 veces mientras que la población nacional creció 2.5 veces.⁹⁴

La tabla a continuación resume los resultados del análisis sobre oferta hotelera y población, así como dos escenarios creados a partir de sumar o restar, según sea el caso, la mitad de la desviación estándar propia del centro turístico (escenarios alto y bajo).

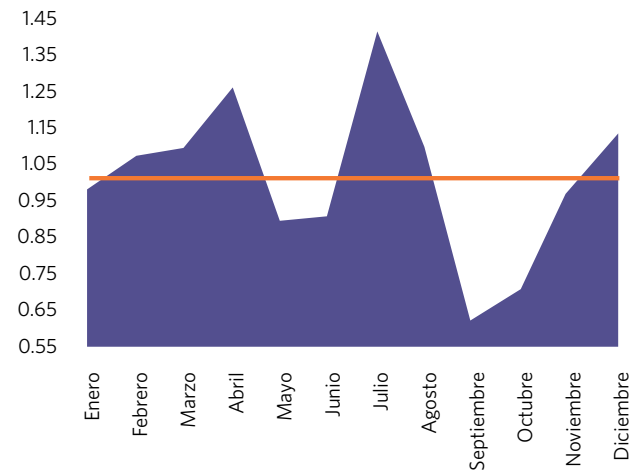
Tabla 5. Relación histórica entre población y oferta hotelera (habitantes/cuarto)⁹⁵

Desarrollo turístico	Municipios	Escenarios (Media +/- 0.5*DS)		
		Bajo	Medio	Alto
Cancún	Benito Juárez	19.32	17.19	15.07
Ixtapa	Zihuatanejo de Azueta	18.19	16.47	14.74
Los Cabos	Los Cabos	18.48	17.51	16.53
Mazatlán	Mazatlán	49.37	46.68	43.99
Huatulco	Santa María Huatulco	13.26	12.45	11.64
Puerto Vallarta	Puerto Vallarta	20.04	17.88	15.71
Cozumel	Cozumel	16.45	15.82	15.19
Riviera Maya	Solidaridad y Tulum	5.33	5.28	5.23
Riviera Maya + Cozumel	Solidaridad, Tulum y Cozumel	14.99	12.25	9.5

Fuente: INEGI y SECTUR

Sin embargo, la población de turistas varía por la temporada del año. En promedio, los desarrollos analizados hospedan a 1.12 personas por cuarto por noche, con una desviación estándar de 0.23.⁹⁶ Al ser una variable dinámica presenta fluctuaciones en la ocupación hotelera registrada, la cual va de 0.6 a 1.42 veces la media a lo largo del año, con picos en los meses de abril, julio y diciembre, (ver gráfica 22).⁹⁷

Gráfica 22. Distribución de los turistas registrados por noche en cada mes de 2012



Fuente: SECTUR

92. Censos y conteos de población y vivienda consultados 1980, 1990, 1995, 2000, 2005 y 2010

93. Con una desviación estándar de 4.13. El promedio no incluye a Mazatlán, Sinaloa, ya que, si bien es un importante centro turístico, existen otras actividades ligadas fuertemente a la ciudad, como la agricultura y pesca, por lo que la relación población-cuartos es superior al del resto de las zonas analizadas (46.68 habitantes/cuarto).

94. Censo General de Población 1970 INEGI.

95. Para la Riviera Maya sólo se cuenta con estadísticas de población de 2005 y 2010 por la división geoestadística, por lo que se considera la relación población-cuartos de hotel igual a Cozumel.

96. Con información de 1986 a 2010 y valores de 1.43, 0.94, 0.99, 1.1, 1.02, 1.23, 1.04 y 1.35 para Cancún, Ixtapa-Zihuatanejo, Los Cabos, Mazatlán, Huatulco, Puerto Vallarta, Cozumel y la Riviera Maya respectivamente.

97. Compendio estadístico de turismo en México, 2012. Dentro de cada mes hay variaciones en la ocupación hotelera.

Lo anterior, como se verá en las siguientes secciones, implica importantes retos para la administración de los servicios de suministro de agua potable, tratamiento de aguas residuales, recolección y manejo de residuos sólidos urbanos, entre otros.

Residuos sólidos urbanos

La gestión de residuos representa un reto de logística y administración para los centros turísticos por el aumento en la demanda de recolección en temporadas altas de turistas, y porque la limpieza de las zonas turísticas es uno de los aspectos más importantes de acuerdo a encuestas de opinión de los visitantes. Por ejemplo, en un municipio como Los Cabos, Baja California Sur, los costos de manejo de basura, tan sólo de la generada por turistas, se duplican en temporada alta, y pasan de \$3.6 a \$7.5 millones de pesos diarios, valores estimados de septiembre y julio 2012.⁹⁸

De acuerdo con información de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), en los centros turísticos analizados, diariamente se generan 21.36 kilogramos (kg) de basura por cuarto de hotel,⁹⁹ con una desviación estándar de 3.28 kg y un promedio diario de 0.978 kg per cápita.¹⁰⁰ Lo que quiere decir que cada cuarto genera en promedio 407 kg de residuos sólidos al año, con un promedio máximo de 522 kg registrado en Cancún, Quintana Roo y mínimo de 342 kg en Zihuatanejo, Guerrero.

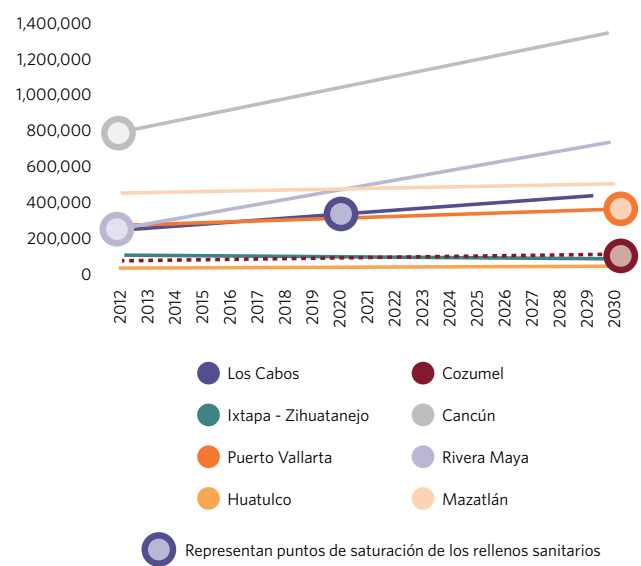
Con base en esta información histórica y en las proyecciones de crecimiento poblacional del Consejo Nacional de Población (CONAPO), se estima que para 2030 se generarán un promedio de 3,700 toneladas de basura diarias en los 8 desarrollos turísticos analizados. Esto quiere decir que la generación de residuos crecerá 59.5% respecto a la generación estimada actual (2,320 toneladas en 2012).

Al contrastar dichos escenarios para cada uno de los centros turísticos analizados con su capacidad de disposición final¹⁰¹ (ver gráfica 23) se encontró que tanto Cancún como la Riviera Maya han llegado al límite de disposición de residuos, por lo que requieren de inversiones en el corto plazo para ampliar su infraestructura, de lo contrario su viabilidad turística se encuentra en peligro. Para el caso de Los Cabos, Cozumel y

Puerto Vallarta la infraestructura aún tiene capacidad para la creciente generación de residuos, al 2020 para el primero y 2030 para los dos últimos.

Cabe señalar que no se incluyó a Mazatlán, Zihuatanejo y Huatulco en el análisis, ya que se desconoce la vida útil y capacidad de los sitios de disposición final para estas localidades. Como referencia se usó la información publicada en los Programas Estatales para la Prevención y Gestión Integral de Residuos (PEPGIRS), documento disponible para los estados de Baja California Sur, Guerrero, Jalisco, Oaxaca y Quintana Roo (dentro de los sitios analizados), donde describen la situación y estrategia para la gestión adecuada de los residuos.¹⁰²

Gráfica 23. Escenario medio de generación de residuos (kg. diarios)¹⁰³



Fuente: Elaboración propia con datos de SEMARNAT, SEDESOL, CONAPO, INEGI y SECTUR

98. Costo de manejo de residuos de \$365.23 por tonelada. Bernache Gerardo, Ciudades mexicanas y su manejo de residuos, 2011.

99. Considera la generación total de residuos por municipio entre número total de cuartos de hotel durante el periodo 2008-2011. Mazatlán, Sinaloa, sobrepasa el promedio con una relación de 49.52 kg de basura diaria por cuarto.

100. Con una desviación estándar de 0.164, la Riviera Maya presenta una generación diaria menor, con 0.615 kg per cápita.

101. Considerando la cantidad de rellenos sanitarios y su vida útil de aquellos municipios que cuentan con información.

102. PEPGIRS y Programa Nacional para la Prevención y Gestión Integral de Residuos (PNPGIR).

103. Para las proyecciones de residuos se usan datos de generación diaria per cápita en los municipio de cada desarrollo, excepto en los casos de Huatulco y Riviera Maya, en el primero por la ausencia de datos y el segundo por presentar un valor inferior al resto (0.61 kg), por lo que se usó el promedio de generación en los destinos analizados (1.04 kg).

Agua

El agua representa uno de los principales retos para los centros turísticos a nivel nacional. El número de acuíferos en México que se encuentran sobreexplotados pasó de 32 a 100 entre 1985 y 2009, de un total de 653, lo que representa una cifra preocupante.¹⁰⁴ Aunque ninguno de estos acuíferos se encuentre en las zonas turísticas analizadas, algunos destinos como los Cabos se encuentran en una situación precaria. De acuerdo a la información de la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA), dos acuíferos en el municipio de Los Cabos ya presentan tasas de extracción mayores a su tasa de recarga, por lo que los acuíferos alcanzarán estados críticos en cuestión de tiempo (ver anexo 4).

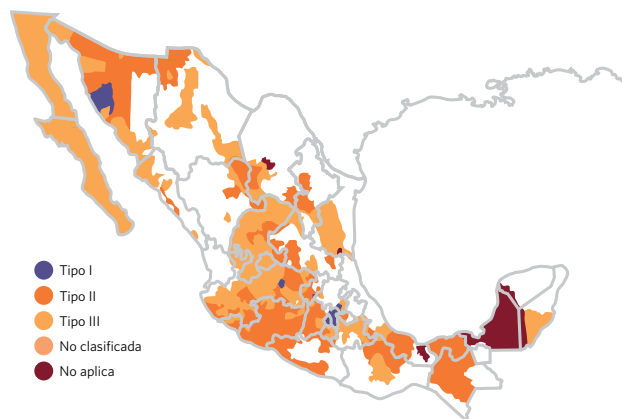
En el diario oficial de la federación (DOF) se publica la disponibilidad hídrica de cada acuífero, al 31 de marzo de 2009 se ha publicado este valor para 403 de los 653 acuíferos, de los 16 acuíferos incluidos en la zona de análisis sólo 3 no cuentan con la disponibilidad publicada.

Sin embargo, para prevenir la sobreexplotación de los acuíferos el gobierno federal ha publicado un total de 160 zonas de veda, clasificadas en tres tipos:

- Tipo I: No es posible aumentar las extracciones sin peligro de agotar los mantos acuíferos
- Tipo II: La capacidad de los mantos acuíferos sólo permite la extracción para uso doméstico
- Tipo III: Permite extracciones limitadas para uso doméstico, industrial, riego y otros

Al analizar las zonas de veda se encontró, que aunque ninguno de los destinos analizados se encuentra en una zona de veda tipo I, tanto la Riviera Maya, Cancún, Cozumel, Ixtapa-Zihuatanejo y Puerto Vallarta se encuentran en zonas de veda tipo II, mientras que Los Cabos y Mazatlán en zonas de veda tipo III. Sólo Huatulco no tiene alguna veda (ver figura 2).

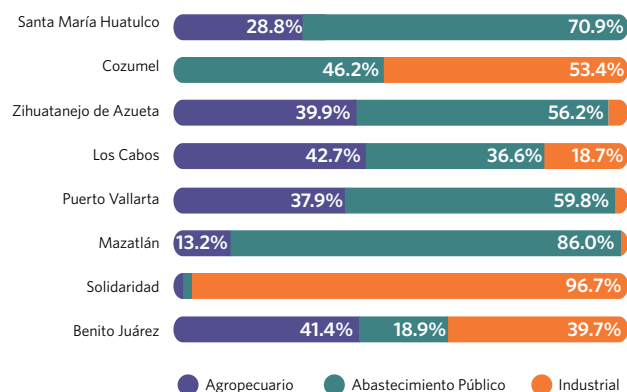
Figura 2. Mapa de zonas de veda 2010



Fuente: Elaboración propia con datos de CONAGUA

La demanda de agua de los centros turísticos analizados son los mantos acuíferos (72%) excepto para destinos como Puerto Vallarta y Mazatlán dónde el agua superficial adquiere un poco de mayor relevancia.¹⁰⁵

Gráfica 24. Demanda de agua para diversos usos en destinos turísticos seleccionados (2009)



Fuente: CONAGUA

104. Estadísticas del agua en México 2011.

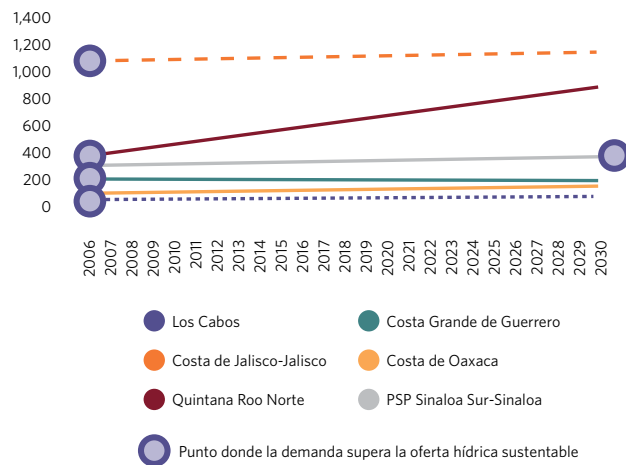
105. Ibidem.

Como un referente del consumo de agua y con el objetivo de abarcar todas las áreas de la economía impulsadas por el desarrollo de la actividad turística¹⁰⁶ en la región se seleccionaron dos indicadores: volumen de agua total consumido al año entre número de cuartos, y volumen de agua consumido por persona (considerando la población fija y los turistas promedio por noche).

La relación más alta de consumo de agua por cuarto le pertenece al municipio de Mazatlán (16,137.39), seguido por Cancún (14,711.16 m³ anuales por cuarto), ambos muy por encima (al menos por lo doble) de los destinos que les siguen.¹⁰⁷ La relación cambia ligeramente considerando el consumo por persona, donde la Riviera Maya es el más alto, con 1,137.58 m³ por persona, 38% por encima de Cancún, que a su vez es 110% superior al de Mazatlán, cuyo consumo es de 388 m³ por persona. El resto de los destinos turísticos tienen consumos por persona similares por debajo de los 400 m³ por persona.¹⁰⁸

Debido a que no se cuenta con suficiente información sobre el umbral potencial que tienen los acuíferos en dichos destinos turísticos, analizamos los Programas Hídricos Regionales 2030, publicados por CONAGUA, donde se determina la oferta hídrica sustentable por célula de planeación, así como una proyección de la demanda al 2030. Basados en dichas proyecciones se graficó el año donde se supera la oferta hídrica sustentable para los seis destinos (ver gráfica 25).

Gráfica 25. Proyecciones de demanda de agua y punto de quiebre (hm³)



Fuente: CONAGUA

106. Por ejemplo, el agua usada para riego, si bien no es directamente consumida por los turistas es utilizada para cultivar productos demandados por los centros turísticos. Para la consulta de las estadísticas se consultó el Cubo de usos de agua 2010 de CONAGUA, y para las estadísticas del sector turismo se consultó el DataTur de SECTUR, mientras que para los datos demográficos se utilizó el censo de población y vivienda 2010 del INEGI.
107. Puerto Vallarta con 7,031 metros cúbicos, Los Cabos con 4,560 m³, Solidaridad 3,743 m³, Cozumel 3,660 m³, Zihuatanejo de Azueta 3,646 m³ y Santa María Huatulco 2,846 m³
108. Los otros centros turísticos tienen consumos de agua en m³ cúbicos por persona de: 229 en Los Cabos, 262 en Puerto Vallarta, 210 en Cozumel, 186 en Zihuatanejo y 179 en Huatulco.
109. Los Cabos con 22 hm³ y la Costa de Oaxaca y la Costa Grande de Guerrero con 10 hm³ cada uno.

Como muestra la gráfica, sólo la célula de PSP Sinaloa Sur-Sinaloa (Mazatlán) satisface su demanda de agua al 2030 sin sobrepasar la oferta sustentable. En cambio, el resto de las células ya rebasaron este punto desde antes de 2006. Cabe destacar que dicho punto de quiebre de la oferta sustentable no es inamovible, por ello la propia CONAGUA hace recomendaciones con costos de inversión por medida para cada zona.

Además del abasto de agua, el tratamiento de aguas residuales es una parte importante para lograr el equilibrio ecológico de la región. De acuerdo a CONAGUA la brecha a 2030 de saneamiento de aguas residuales alcanzará un valor de 152.42 hm³ en Cancún (célula de operación Norte de Quintana Roo), 42 hm³ en Mazatlán (PSP Sinaloa Sur-Sinaloa), seguidos por el resto de los destinos.¹⁰⁹ La CONAGUA ha establecido acciones para acortar la brecha en el saneamiento, como son: la construcción de nuevas plantas, aumento de eficiencia en las ya existentes y expansión de la red de drenaje, acciones identificadas para cada una de las zonas de análisis, (consultar programas hídricos regionales visión 2030).

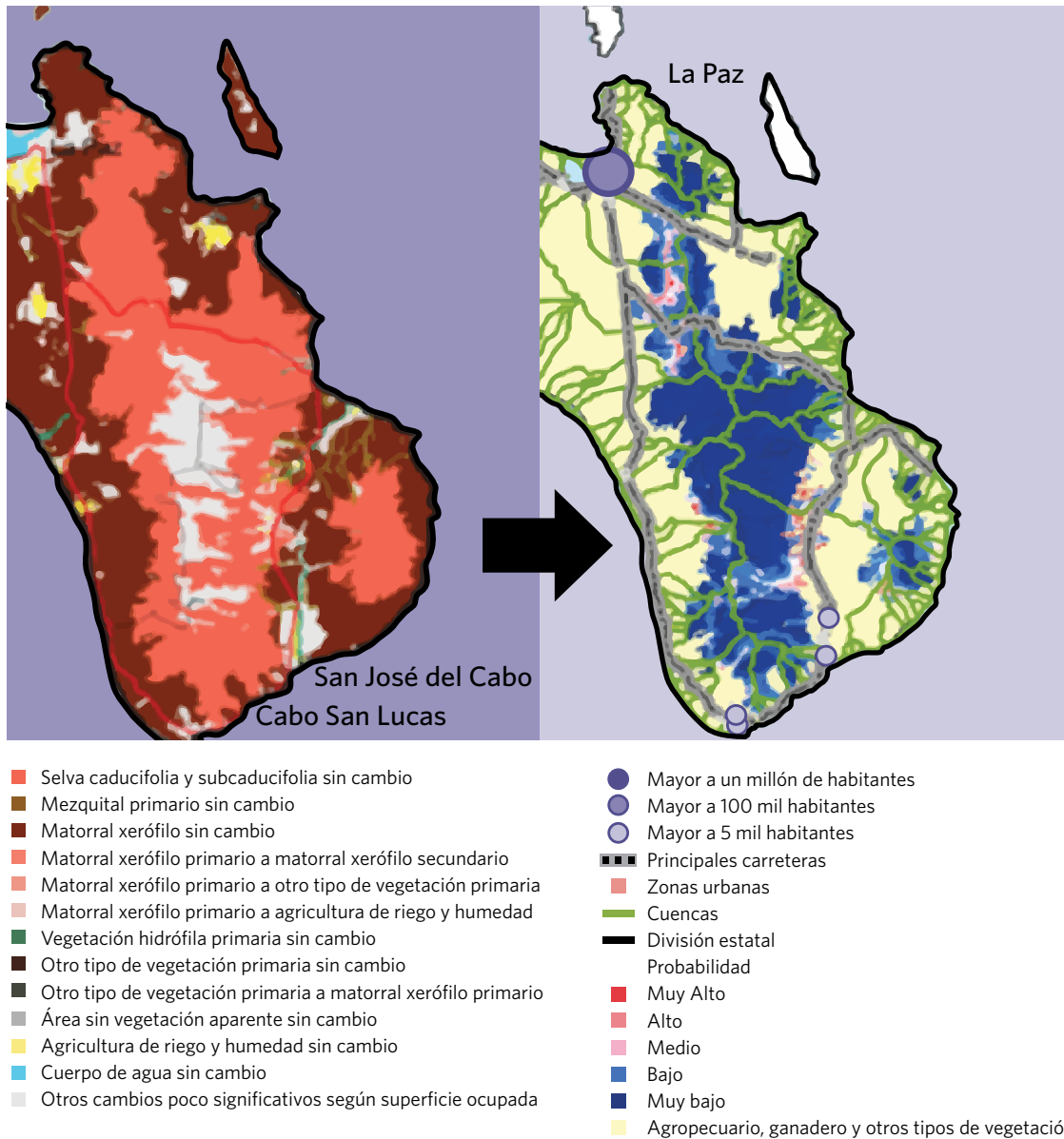
Uso de suelo y vegetación

El impacto del sector turístico en la cobertura vegetal es uno de los más importantes, sobre todo por la creación de infraestructura y centros urbanos improvisados, necesarios para atender a los centros de desarrollo turísticos. Por este motivo se decidió analizar el cambio de uso de suelo y vegetación en los últimos 40 años (1971-2008) en una zona de análisis de 50 km alrededor de los desarrollos turísticos considerados. Sin embargo, dicho análisis no se pudo concluir porque las cartas de uso de suelo y vegetación (serie I, II, III, IV), generadas por el INEGI, no contienen los mismos campos cada año, lo que dificulta su comparación.

Por esta razón se limitó el análisis espacial a considerar los cambios en la cobertura vegetal entre 1976 y 2008 contenidos en mapas del Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (INECC).¹¹⁰ También se analizó el Índice de riesgo de deforestación versión 2.0.1 (IRDef), desarrollado por el INECC,¹¹¹ para cada una de las zonas de estudio (ver anexo 5).

Por ejemplo, en la figura 3 se muestra la evolución para el municipio de Los Cabos de 1976 al año 2008, donde se puede ver como se perdieron zonas de vegetación de selva caducifolia y matorral, sustituidas por zonas agrícolas, cambio presente principalmente alrededor de zonas urbanas y vías de comunicación. De acuerdo al IRDef se espera que los bosques de la zona se mantengan, debido a que se encuentran en áreas de difícil acceso y lejos de los atractivos turísticos (playas).

Figura 3. Cambio en uso de suelo y vegetación de 1976 a 2008 en municipio de Los Cabos



Fuente: INECC

110. <http://www2.ine.gov.mx/emapas/index.html>

111. La base del índice es un modelo econométrico de cambio de uso de suelo, donde el principal incentivo para esto es cambiar a una actividad que genere mayores ingresos al usuario. Considera sólo los predios que aún tienen bosque actualmente (2007), de acuerdo a la Carta de Uso de Suelo y Vegetación IV (publicada por el INEGI). Un primer análisis del índice, realizado por el INECC, comparó la clasificación de la probabilidades de deforestación con la pérdida real de bosques entre 2000 y 2007, los resultados son los siguientes: Muy Bajo (0.3%), Bajo (0.9%), Medio (1.8%), Alto (3.4%) y Muy Alto (7.8%).

Al comparar esta información y los escenarios tendenciales que genera el Programa de Ordenamiento Ecológico General del Territorio (POEGT) se puede ver que el futuro para dichas zonas no es alentador. De acuerdo a estas proyecciones, las unidades ambientales biofísicas donde se encuentran los destinos turísticos tienen un futuro inestable y crítico en el mediano plazo (ver tabla 6).

Tabla 6. Resultados de análisis espacial sobre cobertura vegetal en las zonas turísticas

Destino turístico	Escenario			Política a seguir
	2012	2023	2033	
Los Cabos	Medianamente estable	Medianamente estable a inestable	Inestable	Preservación y aprovechamiento sustentable
Mazatlán	Medianamente estable a inestable	Inestable	Inestable	Aprovechamiento sustentable y restauración
Puerto Vallarta	Medianamente estable a inestable	Inestable	Inestable	Protección, preservación y aprovechamiento sustentable
Ixtapa-Zihuatanejo	Crítico	Crítico a muy crítico	Muy crítico	Restauración y aprovechamiento sustentable
Huatulco	Crítico	Crítico	Muy crítico	Protección, aprovechamiento sustentable y restauración
Cancún-Cozumel-Riviera Maya	Inestable	Inestable a crítico	Inestable a crítico	Restauración, protección y aprovechamiento sustentable

Fuente: Elaboración propia con datos de INECC

Por si esto fuera poco, de acuerdo a la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) las 6 zonas analizadas se encuentran a un máximo de 50 kilómetros (km) de regiones prioritarias terrestres y marinas, o para la conservación de aves.¹¹²

Por todas estas razones y las nuevas tendencias, urge cambiar el rumbo de los destinos turísticos para agregar valor a través de mantener sus activos naturales.



112. <http://mapas.gob.mx/mapa.do?origen=estructuraGob§or=9&tema=28#>

Casos de estudio: Los Cabos, B.C.S. y Escuinapa, Sin.

Los Cabos

Los Cabos fue elegido como caso de estudio por varias razones:

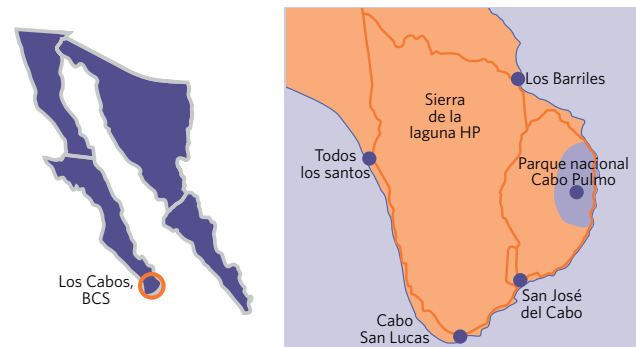
1. Por ser el segundo destino de playa más importante del país, después de Cancún.
2. Por presentar la segunda tasa más alta de crecimiento entre los principales centros turísticos.
3. Por tratarse del tercer CIP creado en el país.
4. Por tener su desarrollo amenazado por la falta de agua, y
5. Por la apertura del sector empresarial y público para reflexionar sobre el futuro de la zona y los cambios que se requieren.

A pesar de que Los Cabos recibe cerca de un millón de turistas al año y representa el principal motor de desarrollo de la región, con un crecimiento poblacional de 126% en la última década (alcanzando 238,487 habitantes en el 2010)¹¹³ su crecimiento es un importante reto para el atractivo futuro del destino.

El crecimiento desordenado que ha vivido la zona urbana de Cabos San Lucas-San José del Cabo ha resultado en más de 30% de la vivienda en condiciones de marginación. Lo que contrasta con el hecho de ser uno de los destinos más exclusivos del país con 10 campos de golf.¹¹⁴

Esto explica porqué la zona ya sobrepasó la oferta hídrica sustentable que establece CONAGUA, así como una mayor demanda por agua por habitante (369 vs 279/lts/hab/día en el promedio de las ciudades del país).¹¹⁵ Por otro lado, la ciudad también enfrenta un reto en la disposición de residuos, al no contar con un relleno sanitario que cumpla con las normas.

Figura 4. Ubicación de Los Cabos



Fuente: Google Maps

De acuerdo a uno de los empresarios con mayor tradición en la industria hotelera de la zona, los activos por los que se ha desarrollado Los Cabos son: la cercanía, afinidad y acceso a Estados Unidos, así como su pesca deportiva y un clima menos extremoso que el de Loreto y La Paz.¹¹⁶

113. Plan de desarrollo municipal 2011-2015. H. XI Ayuntamiento de Los Cabos. 2011

114. http://www.FONATUR.gob.mx/es/proyectos_desarrollos/cabos/index.asp?modsec=01-INFO&sec=1

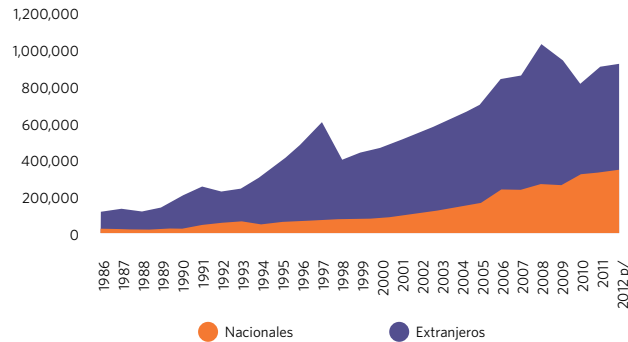
115. Actualización del Plan Director de Desarrollo Urbano de San José del Cabo y Cabo San Lucas B.C.S. Instituto Municipal de Planeación de Los Cabos. Abril 2011

116. Entrevista a Alberto Coppola, hotelero de gran tradición en la zona. Para conocer a detalle la situación de la zona, además de analizar la información estadística existente IMCO realizó entrevistas en el lugar a autoridades, sociedad civil y algunos empresarios del sector.

Tendencias

Los Cabos es uno de los destinos de Sol y playa preferidos del país. Desde su desarrollo, sus tasas de crecimiento han incrementado con el tiempo (ver gráfica 26) impulsado por el turismo extranjero, aunque cada vez con una mayor participación del turismo nacional (30%).¹¹⁷

Gráfico 26. Llegada anual de turistas nacionales y extranjeros a Los Cabos. 1986-2012.



Fuente: CETM 2012

Tabla 7. Tasa de crecimiento del turismo en Los Cabos en la última década.

Tasa de crecimiento (por década)	1991-2000	2001-2010
Nacional	5.92%	13.10%
Extranjeros	6.55%	5.11%
Total	6.45%	6.75%

Fuente: CETM 2012

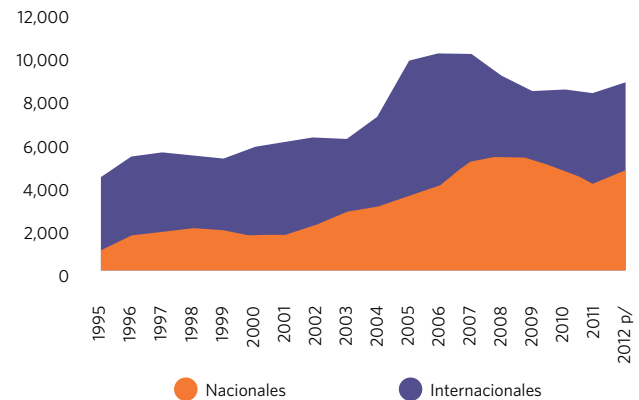
Desde su creación ha sido un destino exitoso. El crecimiento en la última década fue mayor que en la década de los noventa, principalmente por el crecimiento de los turistas nacionales, que fue de 13.10%, mientras que el de extranjeros fue de 5.11% (ver tabla 7).¹¹⁸ De igual forma se vio un crecimiento en el número de vuelos hasta 2008 (ver gráfica 27) aunque en los últimos años se ve reflejada la caída en el número de llegada de turistas extranjeros. El número de cuartos pasó de 1,243 cuartos en 1986, a 12,060 en 2012.

117. "Compendio Estadístico del Turismo en México 2012," SECTUR

118. Ibidem

119. Horacio González Andujo entrevistado por IMCO

Gráfica 27. Llegadas de vuelos nacionales e internacionales al aeropuerto de Los Cabos. 1995-2012



Fuente: CETM 2012

Retos y acciones particulares a emprender

De acuerdo al director del Instituto Municipal de Planeación (IMPLAN),¹¹⁹ entre los principales retos de la ciudad está el resarcir el rezago en planeación urbana a través de proveer infraestructura necesaria y mantener el equilibrio en el consumo de agua. Por otro lado, de acuerdo al Secretario de Turismo de Baja California Sur, entre los principales retos para el destino se encuentra preservar la marca de destino exclusivo cuidando el crecimiento de hoteles *all-inclusive*. Además, existe el reto de complementar el desarrollo futuro de Los Cabos y sus zonas aledañas con la oferta existente, es decir, ofrecer distintas experiencias en la naturaleza como la riqueza del mar de Cortés (conectando con Loreto en donde se encuentra el principal parque marino).

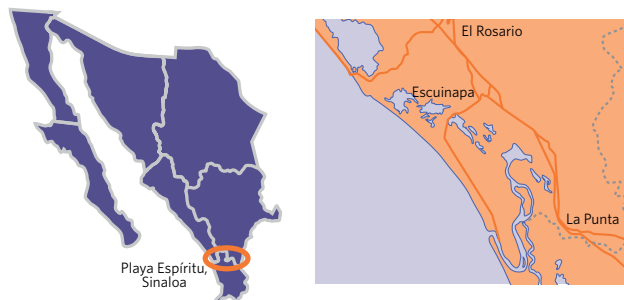
Tras analizar los indicadores del destino y entrevistar a distintos actores de la región, algunas de las recomendaciones particulares para Los Cabos, adicionales a las recomendaciones generales que se detallan en el siguiente capítulo son:

1. Vincular el desarrollo de Los Cabos con el de las zonas aledañas. Es decir, si ya hay campos de golf en Los Cabos promover otros destinos y actividades en zonas aledañas y proveer la infraestructura adecuada. Por ejemplo, crear malecones y espacios para caminar, acampar u observar la fauna en las costas contiguas para hacer del activo natural un bien público en lugar de uno privado como sucede en el corredor Cabo San Lucas-Los Cabos. Otra idea es complementar la experiencia de los viajeros con visitas a lugares históricos como El Triunfo.
2. Certificar el destino como verde, y explotar su centro de convenciones, así como la nueva infraestructura para potencializar Los Cabos como destino de negocios.
3. Crear un sitio de internet de clase mundial del destino (con el apoyo del sector privado y público) para mover la oferta de una plataforma "over the counter" a una en línea utilizando los ejemplos de las funcionalidades y características de las mejores prácticas sugeridas en el capítulo a continuación.

Escuinapa, Sinaloa: el último CIP

Se analizó el nuevo destino que se encuentra en construcción en el municipio de Escuinapa, así como la zona aledaña (Mazatlán) por ser la sede del último Centro Integralmente Planeado de FONATUR, el CIP Playa Espíritu. Este desarrollo de gran escala contempla la creación de 44,200 habitaciones, la generación de 80 mil empleos permanentes, así como una inversión aproximada de 66 mil millones de pesos y la visita de 3 millones de turistas al año en su fase de consolidación durante el periodo 2025-2030.¹²⁰ Además, la zona es de especial relevancia por localizarse dentro del Mar de Cortés y contener las áreas de manglar más extensas del país y más grandes del continente, "Marismas Nacionales."

Figura 5. Ubicación del CIP Playa Espíritu, Escuinapa, Sinaloa.



Fuente: Google Maps

120. FONATUR

121. Por ser una de las extensiones mejor conservadas de manglar en el Pacífico mexicano, en el que habitan 6 especies amenazadas y 83 aves migratoria de acuerdo a Informe: Misión Ramsar de Asesoramiento No. 67, RAMSAR, Agosto 2010

122. Compendio Estadístico del Turismo en México 2010, SECTUR

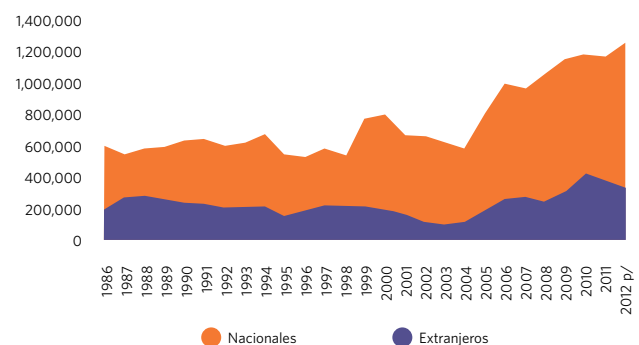
Finalmente, otro de los factores que consideramos para el análisis, es que tras analizar el Plan Regional de Desarrollo Urbano-Turístico Rosario Teacapán se encontró que se siguen perpetuando los errores del pasado, ya que éste no considera la integración de las zonas aledañas al predio en el que se desarrolla el CIP, donde se han generado los mayores impactos del desarrollo de otros CIPs. Además, este CIP se basa en una receta similar a la de los anteriores: desarrollo de campos de golf, marina, parque temático, centros comerciales, y clubes de playa, sólo distinguiéndose por considerar la creación de una universidad y un malecón.

De hecho, actualmente el proyecto se encuentra en revisión por el riesgo de intrusión salina en el acuífero que comparte con la zona de lagunas de Marismas Nacionales, considerada una tragedia ecológica,¹²¹ ocasionada por la construcción de una marina.

Tendencias

Debido a que el desarrollo turístico actual en el municipio de Escuinapa es incipiente, se analizaron las tendencias turísticas de Mazatlán, el destino turístico más cercano, donde se encontró que el turismo es principalmente nacional de ingreso medio bajo, contrario a lo que se espera para el CIP Playa Espíritu. Además, el turismo ha crecido durante la última década en 6.76%, recibiendo casi 1.6 millones de turistas en 2012 (ver gráfica 28).¹²²

Gráfica 28. Llegada de turistas nacionales y extranjeros a Mazatlán. 1986-2012.



Fuente: CETM 2012

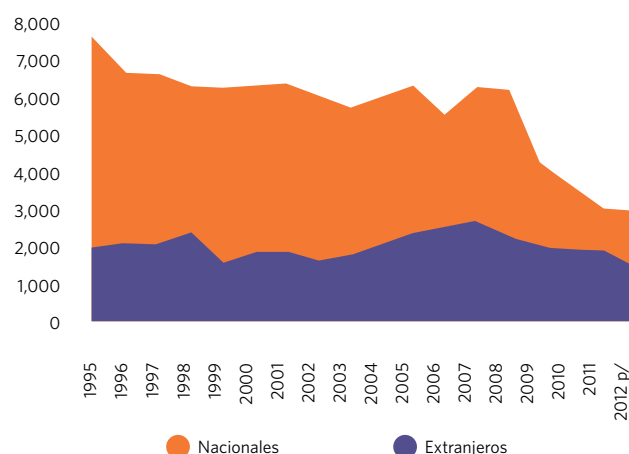
Tabla 8. Tasa de crecimiento del turismo en Mazatlán en la última década.

Tasa de crecimiento (por década)	1991-2000	2001-2010
Nacional	2.27%	5.83%
Extranjeros	-2.42%	9.97%
Total	1.24%	6.76%

Fuente: CETM 2012

Lo interesante es que a pesar de este crecimiento los vuelos a Mazatlán han caído consistentemente en el tiempo (ver gráfica 29) derivado de un aumento de la capacidad de los aviones o a un aumento en la llegada de turistas vía terrestre o marítima.

Gráfica 29. Llegadas de vuelos nacionales e internacionales al aeropuerto de Mazatlán. 1995-2011



Fuente: CETM 2012

Entre las ventajas que caracterizan a Mazatlán frente a otros destinos de Sol y playa en el Pacífico mexicano está su conectividad terrestre a Guadalajara, Monterrey y DF todas a un rango de distancia menor a 9 hrs en carretera. Tanto la gastronomía como su centro histórico, las pirámides de petroglifos y la escuela de teatro y danza son atractivos únicos en el Pacífico mexicano. Por otro lado, recientemente el destino ha hecho un esfuerzo por diversificarse a través de concursos deportivos (por ejemplo, bici de montaña) y aprovechar uno de los más nuevos y mejores centros de convenciones del país. Por su parte, el CIP cuenta con otras ventajas como contar con recursos etiquetados hasta el

123. Información compartida en entrevista tanto por el Presidente Municipal de Escuinapa como del Rosario así como por los directores de los IMPLANES de ambos municipios
 124. Gobierno del Estado de Sinaloa, FONATUR, Ayuntamiento de Escuinapa, Ayuntamiento de Rosario, Plan Regional de Desarrollo Urbano-Turístico Rosario Teacapán, 2008

2019, (5 mil millones de pesos) y la inversión en estudios previos para el desarrollo local por parte de FONATUR. Sin embargo, existen grandes retos e incógnitas sobre el futuro del desarrollo de Escuinapa.

Retos y acciones particulares para Escuinapa

A pesar de que las autoridades estatales y federales consideran al CIP como un proyecto sustentable por el uso de energías renovables, no hay referentes de que se contemple el desarrollo urbano de las zonas aledañas al CIP, donde como se ha visto históricamente estará el mayor consumo de agua, generación de residuos y pérdida de biodiversidad. De hecho, tanto las variables como las entrevistas realizadas a las autoridades municipales de Escuinapa y el Rosario dejaron en claro que más que trabajo en conjunto con FONATUR, existe una preocupación latente sobre el futuro del desarrollo urbano de la zona, la integración de los pobladores al CIP, la falta de agua futura por las tomas de los pozos existentes en Rosario, el efecto de la escollera sobre las pesquerías lagunares de camarón y la intrusión salina del acuífero¹²³ en el predio del desarrollo.

Además de las recomendaciones generales que se describen a detalle en el capítulo a continuación, existen acciones puntuales para las autoridades del sector como:

- Condicionar el desarrollo del CIP a la construcción de la presa Santa María en el río Baluarte y a la infraestructura necesaria para dar servicios de saneamiento ambiental a nivel municipal,¹²⁴ como rellenos sanitarios y la ampliación de los sistemas de tratamiento de aguas residuales que se plantean en el Plan Regional de Desarrollo Urbano-Turístico Rosario Teacapán, que atendería a Rosario y Escuinapa.

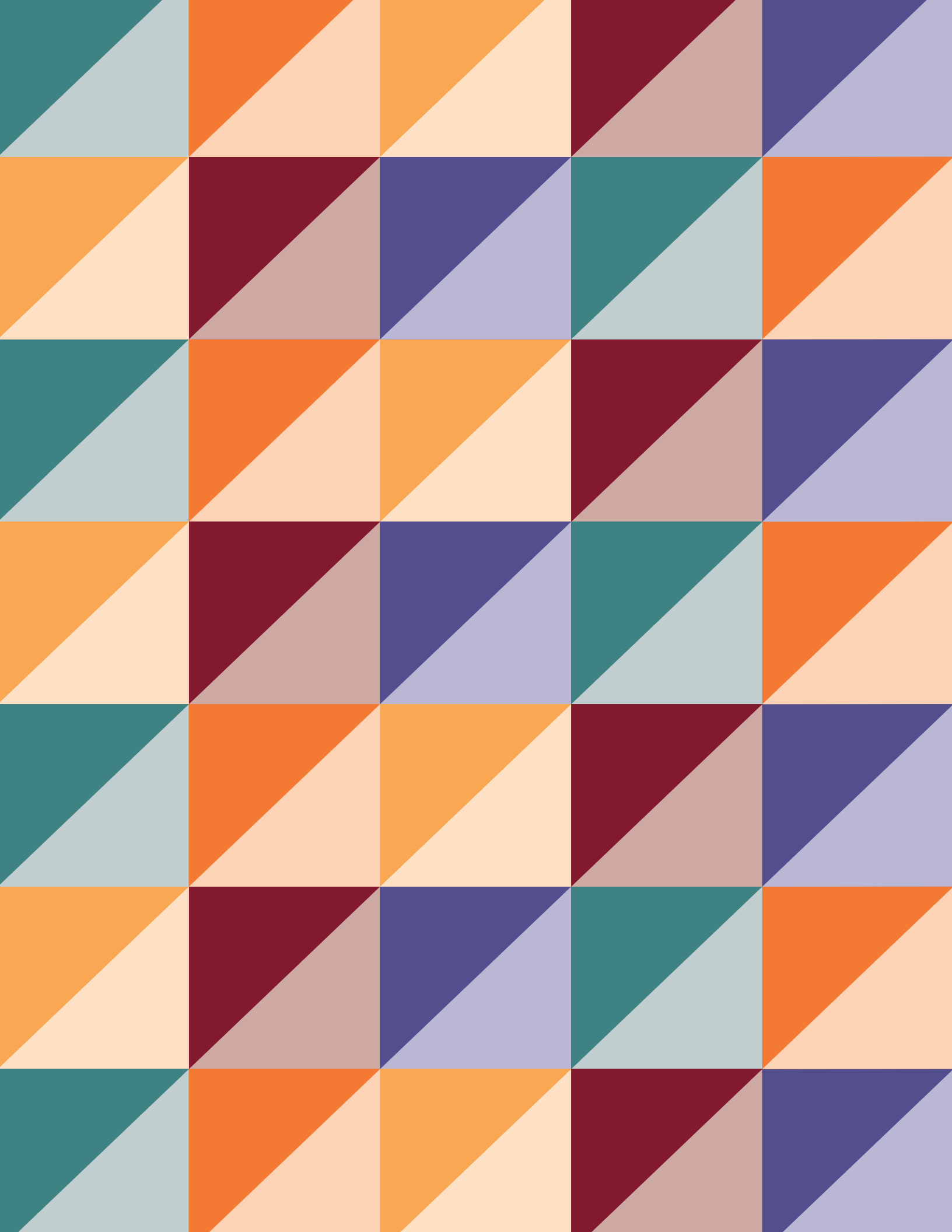
- Realizar un análisis riguroso por medio de una agencia internacional (para evitar conflictos de interés) del impacto de la apertura de bocas en la barra de arena para la creación de la marina, ya que podría ocasionar la salinización del acuífero Laguna Agua Grande, utilizado para la irrigación de más de 10 mil hectáreas de cultivo.¹²⁵
- Poner el ecosistema de Marismas Nacionales como el centro del desarrollo, haciendo a este el principal atractivo, protegiendo su biodiversidad.
- Crear un diálogo entre FONATUR, y actores locales (agricultores, pescadores y ciudadanos) para proponer soluciones en los IMPLANES de ambos municipios (Rosario y Escuinapa) sobre la integración de las comunidades aledañas y la mejora de sus atractivos (pueblos, lagunas, bosques etc.). Dichos instrumentos de planeación deberán incluir la planeación urbana y de conectividad de los municipios, así como sus impactos ambientales, límites de la mancha urbana, y una serie de recomendaciones de ciudades compactas que se describen en el capítulo a continuación. El propio CIP proyecta más de 20,000 habitantes a 2030 dónde hoy se encuentra la llamada "Isla Bosque".¹²⁶
- Invertir en la capacitación y educación de la población local en inglés y en carreras que ayuden a ofrecer servicios turísticos. En Escuinapa, el gobierno estatal ya está comenzando un primer esfuerzo.
- Ordenar las políticas de los distintos municipios para el nuevo CIP considerando un corredor turístico de Mazatlán a Escuinapa a través de un plan turístico estatal, aprovechando así el atractivo de Mazatlán como destino cultural y de negocios, entre otros. Incluir un marco temporal en dicho plan en el que se deberán desarrollar las obras y acciones necesarias para la construcción del CIP con las acciones prioritarias. Esto sería útil, ya que el Plan Regional de Desarrollo Urbano-Turístico Rosario Teacapán considera la problemática que podría generar la construcción del CIP, así como acciones necesarias para mitigar estos problemas y grupos sectoriales de trabajo para la gestión financiera y puesta en marcha de las obras.
- Incorporar los mejores estándares internacionales de turismo sustentable al desarrollo del CIP, como son "Los Criterios Globales de Turismo Sostenible", de parte de la Alianza Global para los Criterios de Turismo Sostenible, la Ficha de Evaluación para la Sostenibilidad de Proyectos Turísticos (Scorecard de Sostenibilidad Turística) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y los "10 Principios para el Desarrollo Costero" del Urban Land Institute.¹²⁷



-
125. SUMAR, CONSELVA, CEMDA, ALCOSTA, IDEA, PRO ESTEROS, CONREHABIT, REDES. Carta a C. Eduardo Enrique González Hernández, Director General De Impacto Y Riesgo Ambiental, SEMARNAT Comentarios sobre la Manifestación de Impacto Ambiental CIP Playa Espíritu, 2010, en http://www.aida-americas.org/sites/default/files/refDocuments/DGIRA-CIP_0.pdf
126. Gobierno del Estado de Sinaloa, FONATUR, Ayuntamiento de Escuinapa, Ayuntamiento de Rosario, Plan Regional de Desarrollo Urbano-Turístico Rosario Teacapán, 2008
127. SUMAR, CONSELVA, CEMDA, ALCOSTA, IDEA, PRO ESTEROS, CONREHABIT, REDES. Carta a C. Eduardo Enrique González Hernández, Director General De Impacto Y Riesgo Ambiental, SEMARNAT Comentarios sobre la Manifestación de Impacto Ambiental CIP Playa Espíritu, 2010, en http://www.aida-americas.org/sites/default/files/refDocuments/DGIRA-CIP_0.pdf

V. Recomendaciones

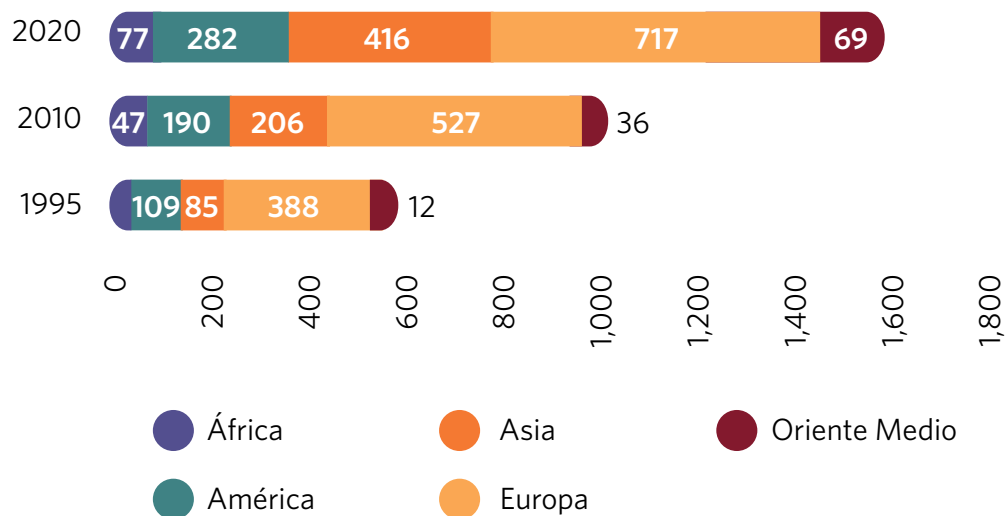




V. Recomendaciones

Pese a los problemas que enfrenta el sector turístico mexicano y los enormes retos que se avecinan, México cuenta con capacidad, conocimiento e infraestructura turística suficiente para transformar la visión del sector y convertirlo en uno de los destinos más competitivos del mundo para aprovechar el enorme potencial del sector. Lo anterior no sólo es necesario para evitar los errores del pasado, sino por el enorme potencial del sector. De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo se espera que para el 2020, el número de turistas a nivel mundial crezca 55%, superando los 1,500 millones de viajes internacionales,¹²⁸ (ver gráfica 30). En este contexto, México cuenta con ventajas competitivas importantes como son sus playas, cultura, naturaleza y posición geográfica que deberían convertirlo en uno de los destinos más competitivos sobre la tierra.

Gráfica 30. Llegada de turistas internacionales por región al 2020



Fuente: Elaboración propia con datos del Panorama OMT del Turismo Internacional 2011

Por estas razones el presente documento pretende aportar recomendaciones puntuales de política pública tanto para el gobierno federal como para gobiernos estatales y municipales, para ordenar el crecimiento de los destinos turísticos por un lado, y transformar el enfoque de la política turística para aprovechar mejor las ventajas comparativas del sector.

128. Panorama OMT del Turismo Internacional 2011

De los Centros Integralmente Planeados (CIPs) a corredores verdes y culturales

Uno de los principales problemas del sector turístico que encontramos en este estudio es el desmedido y caótico crecimiento de sus destinos, que ha implicado la depredación de sus recursos naturales a tal punto que actualmente pone en riesgo su principal atractivo. Por este motivo, a continuación, describimos distintas estrategias para convertir a los destinos turísticos más importantes en ciudades compactas e interconectadas cuya prioridad sean los activos naturales y culturales de los destinos a través de replantear el fin último del Fondo Nacional de Fomento al Turismo.

Pensar en la transformación de la política turística del país requiere replantear la misión de FONATUR debido a que es el principal brazo de política pública del sector y las condiciones de desarrollo del turismo han cambiado significativamente desde su creación en 1969. De esta forma sugerimos que en lugar de seguir invirtiendo principalmente en CIPs, FONATUR busque impulsar la competitividad de los destinos turísticos y sus regiones a través de:

1. **Cambiar su misión actual**, “ser el eje estratégico para el desarrollo de la inversión turística sustentable en México, contribuyendo a la mejora e igualdad social y a la competitividad de Sector Turístico”¹²⁹ esta nueva misión **“mejorar la competitividad turística a través de interconectar destinos cuyo eje de desarrollo sea la valoración, conservación y socialización de sus activos naturales y culturales”**. De esta forma en lugar de que FONATUR compita con desarrolladores privados (actividad en la cual tiene importantes desventajas) el fondo se convierta en una agencia de gestión de proyectos de infraestructura turística estratégicos. Para ello, se sugiere que las inversiones del fondo se condicionen a las autoridades locales para promover cambios en su planeación urbana y para hacer inversiones en infraestructura estratégica que no

puedan hacer fácilmente los privados o los gobiernos locales.

Sobre la función de condicionar fondos se sugiere que FONATUR sólo los invierta cuando las autoridades locales prueben que han:

- Adoptado estándares de desarrollo urbano que consideren criterios de crecimiento compacto¹³⁰ y que privilegien los principales atractivos naturales y culturales del lugar. Entre estos se encuentran la certificación LEED¹³¹ del Green Building Council o la adopción del código de crecimiento inteligente para el desarrollo a mediano y largo plazo.¹³² Además las autoridades locales podrían incluir dentro de su planeación urbana el crecimiento de municipios contiguos y demarcar límites a la mancha urbana, así como a los activos naturales y culturales del destino y la forma de interconectarlos. A la vez, se deberá considerar la conectividad con otros centros turísticos, así como planes de movilidad que sirvan de guía para el crecimiento de la ciudad. Un estudio reciente de SEDESOL muestra que la ciudad de Los Cabos podría ahorrar hasta 60% del mantenimiento de su infraestructura y el 38% de la inversión en infraestructura al 2040 a través de implementar criterios de crecimiento compacto.¹³³

Además las ciudades compactas ayudan a mejorar la situación de inseguridad que ha ocasionado importantes bajas al sector. Por ejemplo, la densidad poblacional de la zona metropolitana de Monterrey es 2.7 veces inferior a la de Guadalajara y 4.4 veces menor a la de la Ciudad de México por haber apostado por un crecimiento horizontal. Lo anterior no sólo encarece la provisión de servicios, sino que afecta la forma de proveer seguridad. Si comparamos el número de policías por habitante en Guadalajara y Monterrey encontramos que tienen 2.7 y 2.2 policías por cada 1,000 habitantes, respectivamente. Sin embargo, si comparamos los policías por kilómetro cuadrado la diferencia es de 3 a 1, (Monterrey con 1.3 policías por km² y Guadalajara con 4.2).¹³⁴ En otras palabras el modelo de Monterrey —plano y extendido— dificulta las labores de vigilancia; de tal forma que si todos los policías de la zona metropolitana de Monterrey estuvieran en la calle al mismo tiempo, cada uno tendría que vigilar 80 manzanas,

129. www.FONATUR.gob.mx

130. De acuerdo al último índice de competitividad urbana del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) 2012, las ciudades compactas son ciudades más sustentables, productivas, competitivas y seguras. Son ciudades centradas en la figura de “barrio”, zonas idealmente menores a 3 kilómetros de un extremo a otro, que ofrecen usos mixtos (escuelas, mercados, vivienda, oficinas, hoteles, etc.) que son caminables, cuentan con banquetas amplias y verdes además de conectadas y andadores peatonales y ofrecen los servicios generales que necesita la comunidad (escuelas, hospitales, restaurantes, etc.). Dichos barrios además se conectan entre sí a través de “corredores” de transporte público (trenes, autobuses), calles peatonales, ciclistas y vías secundarias para transporte privado.

131. Por sus siglas en inglés “Leadership in Energy and Environmental Design”.

132. Center for Applied Transect Studies. (2011). Smart Code. Obtenido en www.transect.org/codes.html

133. SEDESOL, Caso de Estudio Los Cabos, Estudio de implicaciones de los modelos de crecimiento en el costo de la infraestructura, 2012.

134. IMCO con datos de INEGI y SEDESOL.

aproximadamente, mientras que a sus colegas de Guadalajara tendrían que vigilar 25. Las ciudades compactas son también más seguras ya que implican más ojos en las calles, debido a que más viviendas comparten la misma calle y por tanto hay más gente en ellas las 24 horas. De acuerdo a estadísticas de crimen oficiales, el 70% de los crímenes de Ciudad Juárez ocurren en colonias que no existían hace 15 años.

- Implementar criterios para hacer más accesibles los bienes naturales y culturales de la zona (por ejemplo construir parques, ciclistas, malecones y andadores que permitan al visitante y a la ciudadanía disfrutar de éstos activos y a la vez convivir).
- Crear la figura de city manager, un administrador técnico de la ciudad facultado por los presidentes municipales para planear el desarrollo urbano en función de sus atractivos turísticos e independiente de los ciclos políticos municipales. Para ello, se requiere crear un Consejo intermunicipal para los destinos turísticos donde los consejeros sean ciudadanos, empresarios y representantes de la sociedad civil así como autoridades locales que puedan votar decisiones de forma democrática en torno a los recursos que aporte el Fideicomiso de hospedaje y nómina.
- Determinar las capacidades de carga de los destinos en conjunto con Semarnat y de esta forma asegurar el abasto de agua y de tratamiento de basura conforme a crecimientos planeados de turismo y la fase de desarrollo del destino (crecimiento, madurez o declive).
- Dar autonomía a los Institutos de Planeación de Desarrollo Urbano (IMPLANES) para hacer recomendaciones e incidir en los permisos de construcción.
- Transparentar las concesiones de transporte que concesionan los gobiernos estatales en los destinos turísticos, así como promover sistemas de transporte balanceados entre transporte público, otros modos de transporte no motorizado y taxis.

Por otro lado, FONATUR podría seguir desarrollando proyectos de infraestructura estratégicos para conectar destinos o puntos de gran valor en un destino. Por ejemplo, el fondo podría desarrollar el proyecto de rutas culturales como la ruta del mezcal en Oaxaca o la ruta de la selva conectando la selva Lacandona con la reserva de Calakmul con servicios de clase mundial. También podría gestionar e invertir en proyectos ancla como museos o parques que sirvan para culminar la transformación

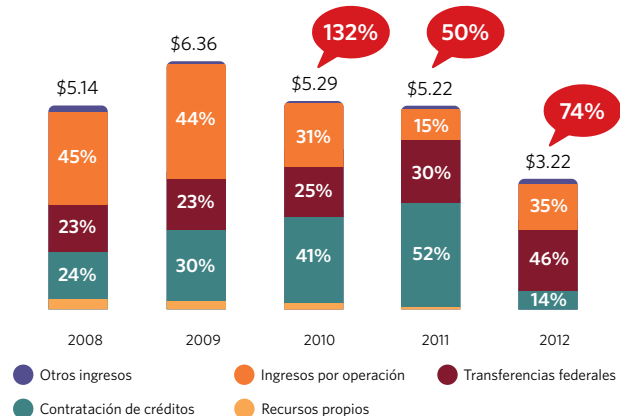
de una ciudad. Algo similar a lo que hizo la ciudad de Bilbao con la construcción del museo Guggenheim. La idea sería que los fondos turísticos fueran concursables y se distribuyeran en las mejores propuestas.

Lo anterior permitiría ordenar el desarrollo turístico en manos de los municipios y aprovechar las herramientas de planeación, asistencia técnica y diseño y obra con las que ya cuenta FONATUR.

2. Evaluar las inversiones de FONATUR. El Fondo deberá tener como uno de sus mandatos evaluar de forma independiente sus proyectos. El seguimiento de las evaluaciones deberá ser a través de indicadores públicos y transparentes. Dichos indicadores deberán ser datos duros como el porcentaje de aguas tratadas en el destino y datos cualitativos como la percepción de limpieza de las playas de los turistas. Hoy por ejemplo no se sabe el impacto que ha tenido el apoyo para plantas de tratamiento de agua en zonas turísticas.¹³⁵

Además de que la evaluación es indispensable para cualquier política pública exitosa, maxime cuando se trata de la mayor parte de los recursos públicos que el país invierte en el sector (ver gráfica 31).¹³⁶

Gráfica 31. Total de ingresos de FONATUR en el tiempo (miles de millones de pesos) y % del gasto total de turismo en el PEF



Fuente: Elaboración propia con datos de con datos del Informe de Rendición de Cuentas 2006-2012 de FONATUR

135. Kent Paterson Acapulcoization The Final Stage of Tourism Americas Policy Program Report August 27, 2008
 136. Ibidem

Liberalizar la política aeronáutica

Una de las propuestas para atraer más turismo, que ha funcionado en otros países como Malasia es flexibilizar las libertades del aire. Dichas libertades establecidas en el Convenio de Chicago en 1944 rigen las pautas relativas a los vuelos y a los servicios aéreos internacionales.¹³⁷ De las nueve libertades que existen (ver anexo 6), México a través de 45 convenios aéreos internacionales permite cuatro para empresas extranjeras¹³⁸, por lo que aún hay oportunidad de flexibilizar el marco normativo y permitir más libertades del aire (en particular la 5ª y 6ª). De esta forma a través de una negociación cuidadosa que deberá tomar en cuenta: tipo de aviones, destinos, reciprocidad y demás se podría otorgar el derecho de embarcar y desembarcar entre dos países utilizando la aerolínea de un tercero. Por ejemplo permitir que una aerolínea Mexicana embarque y desembarque en una ruta como DF-Los Angeles- Seul. También se sugiere otorgar el derecho a transportar tráfico entre dos países extranjeros haciendo conexión en el país bandera. Por ejemplo permitir que una línea mexicana vuele la ruta Lima Nueva York haciendo escala en DF.

La liberalización de la política aérea puede proveer una mayor conectividad y diversificación de turistas, especialmente para destinos que viven enteramente del tráfico aéreo como Los Cabos. De hecho los hoteleros en Los Cabos llegaron a garantizar cierta ocupación a las aerolíneas extranjeras para que no abandonarían el destino durante la crisis de las aerolíneas nacionales.¹³⁹

El ejemplo de Malasia

Uno de los grandes aciertos de Malasia, por el cual pasó de recibir 5.5 millones de turistas en 1998 a recibir 24.6 millones en 2011,¹⁴⁰ fue la liberalización de libertades aéreas en 1993 combinado con una oferta turística integral (una mezcla de turismo de naturaleza, playas, grandes ciudades y negocios).¹⁴¹ Además el gobierno facilitó los trámites de entrada a los visitantes de la zona del sudeste asiático e invirtió en un programa de infraestructura y de capital humano comparable al de Singapur.¹⁴²

La visión de Malasia fue clara desde la planeación del nuevo Aeropuerto de Kuala Lumpur (KLIA) cuando se concibió como un hub regional con capacidad para 100 millones de pasajeros. Por ello, se implementaron incentivos para la atracción de aerolíneas extranjeras como aterrizaje y estacionamiento gratuito o renta gratuita de oficinas durante los primeros 6 meses de operación, así como mayor apertura de rutas. De igual forma se apoyó la creación de aerolíneas de bajo costo, siendo Air Asia la primera aerolínea de bajo costo en el continente¹⁴³ y la más grande a la fecha. Entre las políticas para aumentar la competencia en el espacio aéreo que implemento Malasia destacan:

- Firmar tratados de cielos abiertos con más de 18 países y 86 tratados bilaterales
- Dar permisos para que más aerolíneas, charters, y códigos compartidos puedan operar rutas al país y fuera del país.
- Permitir que aviones pertenecientes a naciones con Acuerdos de cielo abierto operen libremente hacia cualquiera de los 6 aeropuertos internacionales.
- Abrir a la competencia rutas como Singapur-Kuala Lumpur y otras capitales asiáticas reservadas antes de 2008 a unas cuantas aerolíneas.¹⁴⁴

Al final la política de liberalización de servicios aéreos y mejora de infraestructura aérea diferenció a Malasia del resto de la región, lo que le permitió beneficiarse de las nuevas tendencias como los vuelos de bajo costo, que permiten más viajes cortos al nuevo mercado de turistas chinos.

En México, un buen ejemplo de los efectos de la mayor competencia aérea es lo que sucedió con la entrada de nuevas aerolíneas. Cuando cerró operaciones Mexicana de Aviación en 2010 controlaba cerca del 23% del pasaje nacional (2009) con más de 40 rutas exclusivas (además de slots exclusivos a rutas compartidas). Sin embargo, la mayor competencia que comenzaba en el sector permitió la recuperación de la caída en el pasaje en poco tiempo (ver gráfica 32).

137. Libertades del aire. International Virtual Aviation Organization

138. http://www.sct.gob.mx/index.php?id=821&tx_ttnews%5Btt_news%5D=7246&cHash=438ac22410

139. De acuerdo al empresario Alberto Coppola uno de las familias pioneras en el sector en la zona

140. A una tasa de 4% en 2010 de acuerdo al ASEAN Tourism Marketing Strategy

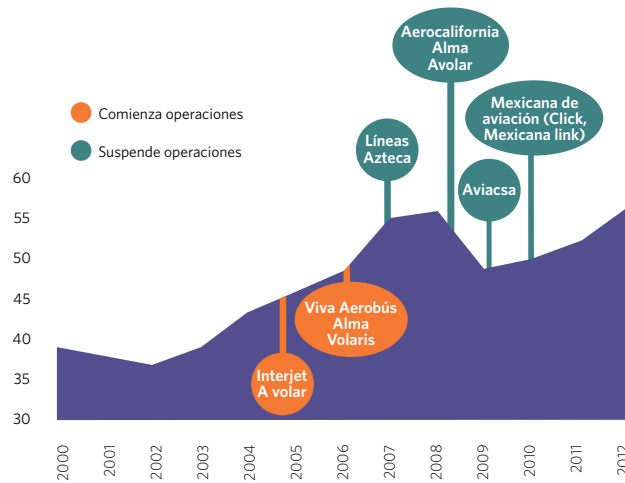
141. De acuerdo a MAHB (Malaysia Airports Holdings Berhards) la compañía controladora de la mayoría de los aeropuertos del país

142. Preparing ASEAN for Open Skies

143. http://www.airliners.net/aviation-forums/general_aviation/read.main/702859/

144. ASEAN Open Skies and the implications for Airport Development Strategy in Malaysia. ADB Institute. 2008

Gráfica 32. Millones de pasajeros transportados en avión en México y compañías operadoras. 2000-2012



Fuente: IMCO con datos de SCT

Para 2012, gran parte de las rutas y slots exclusivos han sido absorbidos por Aeroméxico, Interjet, Volaris y algunas compañías extranjeras como Air Canada y Alaska Airlines, aumentando el nivel de competencia en el sector. Además ningún destino atendido únicamente por Mexicana quedó sin conexión en 2011. Aunque todavía en el 2012 había un déficit de 4,000 asientos por la salida de Mexicana, el uso de los aviones se ha vuelto más eficiente. Hoy se requieren menos vuelos para transportar a la misma cantidad de pasajeros ya que la tasa de ocupación de las aerolíneas troncales ha aumentado más de 5% en los últimos 3 años.¹⁴⁵

Avanzar sobre lo trabajado

Es importante mencionar que aunque hay mucho que hacer en política turística, ha habido avances importantes en años recientes. Por ejemplo, en el año 2009 se pasó la Ley General del Turismo que considera la sustentabilidad como su eje rector. Además la ley crea un paraguas normativo para hacer cambios que promuevan la sustentabilidad del sector en el mediano plazo, aunque aún no cuenta con un reglamento encargado de regular nuevas zonas de desarrollo turístico prioritario.¹⁴⁶

Otro buen esfuerzo fue el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 para el cual se llevaron a cabo diez foros regionales con empresarios, académicos, legisladores, sindicatos y representantes de la sociedad civil organizada con estrategias para mejorar el sector.¹⁴⁷ Por otro lado, México ha desarrollado normas como la (NMX-AA-157-SCFI-2011) que es una certificación que cumple con estándares internacionales de turismo sostenible sobre requerimientos de sostenibilidad y especificaciones para ubicación, diseño y construcción, entre otros, para el turismo costero en la Península de Yucatán.¹⁴⁸ Además se han creado otras normas de ecoturismo NMX-AA-133-SCFI-2006 que establecen los requisitos y especificaciones de sustentabilidad para prestadores de servicios de ecoturismo. La certificación MARTI que ha promovido el manejo de recursos y un diseño más eficiente para la mitad de las habitaciones de los hoteles del Caribe Mexicano (alrededor de 22,000 cuartos), y que ya se usa en el Golfo de California¹⁴⁹ y otras como la certificación de Ecoturismo Voluntaria para áreas naturales protegidas,¹⁵⁰ entre otras.¹⁵¹

A la vez, el Acuerdo Nacional por el Turismo, creado en el 2010, pese a no considerar estándares internacionales, cuenta con acciones puntuales para mejorar el desempeño del sector con acciones como el registro de 300 hoteles en el Programa de Liderazgo Ambiental para la Competitividad, certificar al menos 30 playas, crear ventanillas únicas en los Estados costeros, e invertir en plantas de tratamiento de aguas en al menos 5 destinos turísticos, entre muchas otras.

145. Secretaría de Comunicaciones y Transportes. (2012). "La aviación mexicana en cifras 1989-2012". Disponible en: <http://www.sct.gob.mx/transporte-y-medicina-preventiva/aeronautica-civil/estadisticas/aviacion-mexicana-en-cifras-89-12-only-in-spanish/>
146. SECTUR, obtenido en: www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/14944/REGLAMENTO_LEY_FEDERAL_TURISMO.pdf
147. SECTUR, obtenido en: www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/14944/PST20072012.pdf
148. Secretaría de Economía, Proyecto de Norma Mexicana, NMX AA 157 -SCFI-2010, "Requisitos y especificaciones de sustentabilidad para la selección del sitio, diseño, construcción, operación y abandono del sitio de desarrollos inmobiliarios turísticos en la zona costera de la península Yucatán,"
149. Molly Bergen, "Going Green," Conservation International, enero 6, 2011. Obtenido en: http://www.conservation.org/FMG/Articles/Pages/greening_tourism.aspx; Correspondencia de CREST con MARTI.
150. Irene Lane, "Going to Mexico? Stay green with SEMARNAT eco-certified businesses," Ecotourism Examiner, febrero 2, 2011, obtenido en: <http://www.examiner.com/ecotourism-in-national/going-to-mexico-stay-green-with-semarnat-eco-certified-businesses>.
151. Earth Check, Green Globe México: LEED, y la Guía del Desarrollador para el Desarrollo Costero Sustentable en Baja California Sur.

Dichos cambios recientes, así como la creación del Consejo Consultivo de Turismo creado en 2008 para promover el diálogo con el gobierno crean un buen precedente para avanzar algunos de los pendientes en la agenda actual cómo:¹⁵²

Certificar al sector

Promover la adopción de estándares tanto para disminuir el impacto en el consumo de recursos naturales en los hoteles, como de turismo responsable a través de incentivos de corto plazo:

1. Dar incentivos fiscales (predial, tasa cero IVA, etc.) o apoyos como créditos blandos y garantías a quienes adopten dichas certificaciones y obtengan cierta calificación.
2. Hacer un reconocimiento oficial (premios públicos y publicidad a destinos certificados) para aquellos destinos y hoteles certificados o con mejor puntaje. Por ejemplo, parte de los recursos generados vía el impuesto a los hoteles podría promover dichos destino u hoteles.
3. Hacer la certificación un esquema deseable, barato (sin necesidad de consultores caros) y fácil, para lo cual se sugiere que se pueda adoptar por pasos. Es decir que las empresas empiecen con pequeñas acciones que les permitan ir avanzando. Algo similar al programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST) que desarrolló el Instituto Costarricense de Turismo, donde dicha certificación es por "niveles". Esto permite a los usuarios ir avanzando gradualmente en la escala, considerada como una de las mejores del mundo, con altos niveles técnicos y éticos para alcanzar su máxima puntuación.¹⁵³
4. Capacitar al sector turístico en cada uno de los 20 principales destinos sobre los beneficios de llevar a cabo dichas certificaciones.

Aunque muchas veces se cree que invertir en certificaciones es caro, diversos estudios muestran que invertir en equipos ahorradores de energía puede generar retornos importantes.¹⁵⁴ Dos especialistas, Hamele y Eckardt, analizaron los gastos energéticos de un hotel convencional y uno sustentable, revelando que el porcentaje del costo anual total para cada uno de ellos fue de 6 y 2.2%, respectivamente. Por otro lado, Newsom y Sierra muestran que un incremento del 6% en tecnologías más eficientes puede reducir el consumo eléctrico en 10%. Por otra parte, equipos ahorradores de agua muestran que su uso podría reducir hasta 30% su consumo.¹⁵⁵ De hecho, de acuerdo a la cadena de hoteles Six Senses, los ahorros en dólares por tecnologías sustentables son significativos (ver figura a continuación).

.....

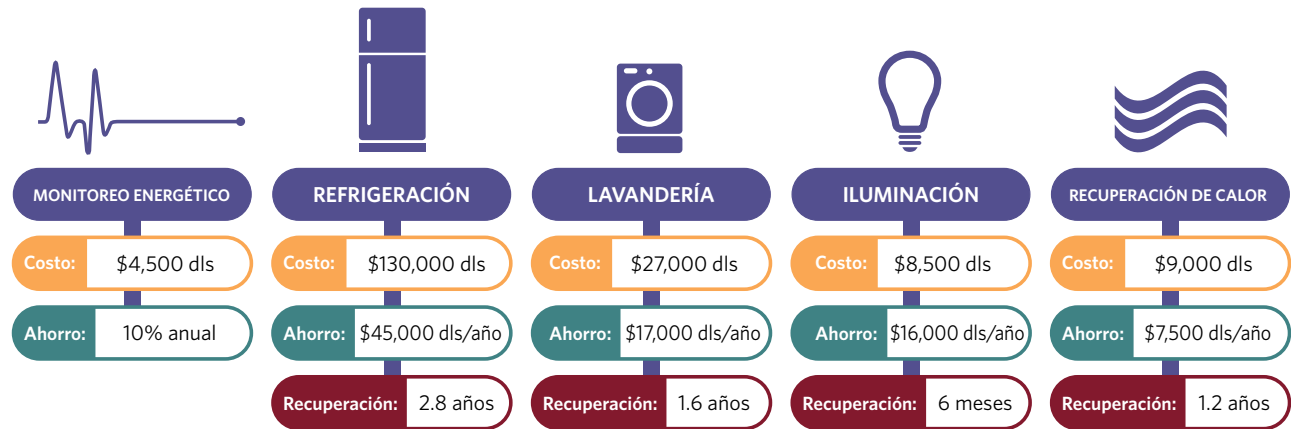
152. Dicho cuerpo promueve la coordinación de esfuerzos entre las secretarías de: Turismo, Gobernación, Defensa Nacional, Marina, Hacienda, Medio Ambiente, Economía, Seguridad Pública, Función Pública, Desarrollo Social, Agricultura y Relaciones Exteriores.

153. http://www.turismo-sostenible.co.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=11&lang=es

154. Hamele, H. y Eckhardt, S. (2006). Environmental Initiatives by European Tourism Businesses. Instruments, indicators and practical examples. A contribution to the development of sustainable tourism in Europe.

155. Newsom, D. y Sierra, C. (2008). Impacts of Sustainable Tourism Best Management Practices in Sarapiquí, Costa Rica. Rainforest Alliance

Figura 6: Inversiones y ahorros generados por la cadena hotelera de lujo Six Senses.



Notas: La evaluación se realizó en Tailandia. Los costos representan la inversión de los equipos eficientes. Los ahorros varían dependiendo de los precios de los energéticos de cada país. El tiempo de recuperación muestra el periodo en el que se generan ahorros equivalentes al valor del capital inicial.

Fuente: Tourism, Investing in Energy and Resource Efficiency, Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) 2011.

Como muestra la experiencia de Six Senses, la sustitución por equipos más eficientes genera tasas de retorno de entre 117 y 174% para la industria hotelera.¹⁵⁶ Otras experiencias como la de la organización Rainforest Alliance en cinco países latinoamericanos, muestra que inversiones en tecnologías eficientes, que representan hasta un 10% de los costos de operación y mantenimiento¹⁵⁷ de los hoteles, pueden reducir el consumo de energía eléctrica en 64%, con una recuperación de la inversión de dos años.¹⁵⁸ De acuerdo al World Travel & Tourist Council (WTTC), con un costo adicional del 6% se puede alcanzar la sustentabilidad y eficiencia energética en la construcción de un proyecto hotelero.¹⁵⁹ Finalmente, otros estudios estiman que se puede conseguir la certificación de estándares LEED por un costo adicional entre 0 y 5%.¹⁶⁰

San Francisco, EUA, es la primera ciudad en el mundo que planea su sector turístico (en particular el de conferencias, ya que recibe a más de 16 millones de turistas al año de este sub-segmento),¹⁶¹ utilizando más de 60 estándares turísticos. Dichos estándares no sólo consideran la generación de electricidad a través de energía solar para los principales atractivos turísticos, sino también el transporte, cuidado del agua, reciclaje y la planeación urbana. De esta forma la ciudad protege sus principales atractivos turísticos. En México sólo Huatulco ha buscado una certificación como destino, es decir ir más allá de promover la certificación individual de los establecimientos, pero diversos casos muestran que este trabajo de buscar altos estándares a pesar del costo trae importantes beneficios.

156. Ringbeck J, El-Adawi A, y Gautarn A. 2010. Green Tourism. A Road Map for Transformation. Booz & Company Inc.

157. La inversión promedio fue de \$12,278 dólares con ahorros anuales de \$5,255 dls.

158. Rainforest Alliance. 2010. (2010). Buenas Prácticas de Manejo en las Empresas Turísticas: sus Beneficios e Implicaciones. San José: Sustainable Tourism Program.

159. WTTC (2010). The 2010 Travel and Tourism Economic Research. Economic Data Research Tool. World Travel and Tourism Council.

160. Risks and Rewards for Building Sustainable Hotels. Deloitte

161. Green Meeting Program. San Francisco Travel

Caso de Bahías de Huatulco: Certificación EarthCheck Gold¹⁶²

Huatulco es el primer destino en América en considerarse sustentable y el tercero en el mundo de acuerdo a EarthCheck (después de Kaikoura en Nueva Zelanda y Bali en Indonesia). Su nivel de certificación actual "Gold" requirió que desde 2005 el destino cumpla con criterios de desarrollo sustentable con estándares de la calidad de ISO 14000.

El equipo de 30 personas que trabajó en este proyecto (desde funcionarios públicos hasta representantes de la comunidad) realizó la construcción de un relleno sanitario bajo estándares internacionales para facilitar la separación de residuos, creó un centro de reciclaje; emprendieron campañas para reducir el uso de bolsas de plástico y se capacitó en temas como sustentabilidad a más de 1600 empleados turísticos y en todas las escuelas, entre otros. A partir de la certificación, la comunidad se concientizó que el turismo tiene que ir acompañado de conservación y de elevar el nivel de vida de la comunidad.

Entre los múltiples logros de dicha certificación es que entre 2003 y 2010 se redujo el consumo de energía de 56.7 a 43.9 gj/por persona y las emisiones de gases de efecto invernadero cayeron de 3.6 a 2.4 t CO²/por persona. Mientras que en agua el 100% de las muestras pasaron la prueba de calidad (antes de la certificación la cifra era 50%) y toda el agua de lluvia se captura o recicla. Lo anterior se ha visto reflejado en la llegada de turistas, que desde 2004 ha aumentado a una tasa media anual de 4%, después de un periodo de 3 años (2001-2003) en los que la llegada de turistas estaba cayendo a 3% anual.¹⁶³

Caso de Waterfront Toronto¹⁶⁴

Waterfront Toronto es el mayor proyecto de rehabilitación de costa en el mundo. En 2001 inició su operación con miras a terminarse en 25 años. El proyecto consiste en regenerar 800 hectáreas de lotes industriales, estacionamientos, bajo puentes y terrenos abandonados para convertirlos en áreas verdes, playas, zona residencial, comercial y de negocios. Se espera que al finalizar la construcción se instalen en la zona recuperada 40,000 nuevos residentes y se generen 40,000 nuevos empleos permanentes.

35% de la zona recuperada consta de áreas verdes y espacios públicos, entre ellos parques con lagos, dos playas (una de las cuales era anteriormente un estacionamiento), malecones, pistas para ciclistas y peatones, un río para uso deportivo y recreativo, entre otros proyectos. Además de dichos componentes el proyecto incorpora estrictas evaluaciones ambientales, criterios de eficiencia energética, la creación de plantas de regeneración de suelo contaminado, de reciclaje y conservación de agua, lo que ha logrado que en promedio el 75% del agua de lluvia se recicle.

Además de las áreas verdes y criterios de sustentabilidad el proyecto se caracteriza por la prioridad al peatón, el uso de tecnología de punta y su diseño. La idea es que el transporte público esté a 5 minutos máximo de distancia caminando de cualquier punto del desarrollo, para que todos los espacios públicos tengan acceso a una red abierta de banda ancha de alta velocidad y fibra óptica del mejor nivel, así como los más altos estándares en arquitectura y diseño (con más de 50 premios actualmente).

El proyecto se considera un éxito ya que previó a éste, el lugar no tenía visitantes y hoy millones de turistas acuden a la zona a eventos diversos como maratones, conciertos y festivales, entre otros. Además a 2010 el proyecto había generado 9,700 empleos permanentes, cerca de 1.9 mil millones de dólares y 373 millones de dólares en impuestos.

.....

162. Disponible en: http://www.earthcheck.org/media/2498/cs15_huatulco_case_study.pdf y http://www.earthcheck.org/media/42802/benchmarked_assessment_report_huatulco_mar_2011.pdf

163. Compendio estadístico del turismo en México 2012

164. Disponible en: <http://www.waterfronttoronto.ca/>

Figura 7. Fotografías antes y después de distintos proyectos del Waterfront Toronto. 2012.



Fuente: waterfrontoronto.ca

Diversificar el sector

México es conocido mundialmente por ser un destino de Sol y playa pese a los esfuerzos recientes del gobierno federal de vender una imagen de atractivos turísticos relacionada al turismo cultural y de naturaleza. El turismo de Sol y playa representa hoy el 46% de la oferta de cuartos¹⁶⁵ del país, 19 de los 70 principales destinos turísticos nacionales¹⁶⁶ y 8 de los 10 destinos más visitados por extranjeros.¹⁶⁷ Tan solo Quintana Roo, que se basa en turismo de Sol y Playa ingresa cerca de seis millones de extranjeros al año mientras que Baja California Sur, el segundo lugar, lo sigue con más de un millón.

Mucho se ha hablado sobre la diversificación del sector, y la secretaría ha tomado acciones específicas para mejorarlo, como hacer el programa Pueblos Mágicos, la campaña *"Mexico. The place you thought you knew"*, la participación en ferias internacionales donde se promueven las "Rutas de México", y los viajes de familiarización de guías turísticos en mercados emergentes (principalmente China).¹⁶⁸ Pese a que en el 2012, 13% del presupuesto se destinó a la promoción turística¹⁶⁹ el mercado de Sol y playa continúa siendo principalmente norteamericano, y representando más del 80% de los ingresos del sector. A continuación se describen acciones puntuales para cada uno de los segmentos de turismo.

Tabla 9. Principales destinos de turistas internacionales 2010.

Centro turístico	Extranjeros	Centro turístico	Extranjeros
Cancún, Q. Roo	2,343,677	Cozumel, Q. Roo	394,398
Riviera Maya, Q. Roo	2,199,370	Mazatlán, Sin.	311,687
Distrito Federal	1,884,252	Nuevo Vallarta, Nay.	261,368
Los Cabos, BCS	937,930	Monterrey, NL	247,695
Puerto Vallarta, Jal.	422,256	Playas de Rosarito, BC	222,251

Fuente: Compendio estadístico del turismo en México 2010

165. Compendio estadístico del turismo en México 2010

166. Aproximadamente 63% del número de cuartos

167. Compendio estadístico del turismo en México 2010

168. Quinto Informe de Labores del Sector Turismo. SECTUR. 2010

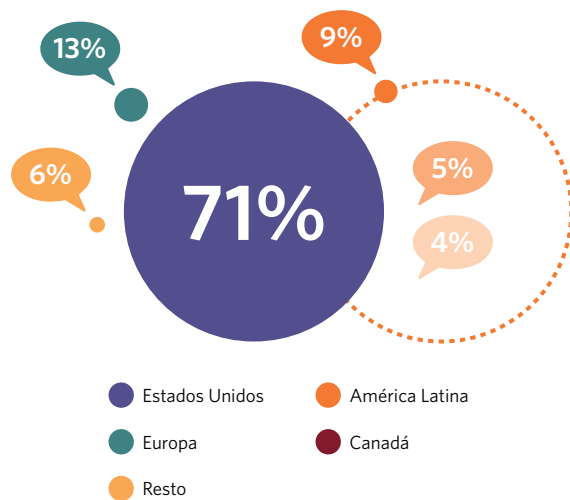
169. Presupuesto de Egresos de la Federación. SHCP. 2012

Ecoturismo

El Ecoturismo se define como el viaje responsable a las áreas naturales para conservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de las personas locales.¹⁷⁰ El sector se convirtió en el de más rápido crecimiento de la industria turística a nivel internacional, creciendo entre 10 y 34% al año¹⁷¹ en un periodo de 20 años, lo que contrasta con las tasas de crecimiento de 3% del turismo de Sol y playa en la última década.¹⁷²

México es el décimo país con más sitios naturales declarados patrimonios de la UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) y el noveno con mayor número de especies conocidas en el mundo.¹⁷³ Además el país se encuentra al lado del mercado de ecoturismo de Estados Unidos que cuenta con 55.1 millones de turistas y representa el principal grupo de ecoturistas en México (ver gráfica 33).

Gráfica 33. Origen del ecoturista internacional en México



Fuente: Elaboración propia con datos de CESTUR 2006

Sin embargo, sólo el 17% de los turistas norteamericanos consideran a México como un destino de "naturaleza y ecoturismo" aunque la mitad (49%) reconoce las "bellezas naturales" de México.¹⁷⁴ Por ello, la oferta de los destinos de ecoturismo y su publicidad debe transformarse en una que apele a los gustos de turistas más educados (ver anexo 7 para consultar perfiles de turistas), con mayores ingresos (en el caso de México es clase media alta C+)¹⁷⁵, y que puedan disfrutar de la cultura local y naturaleza con calidad¹⁷⁶ a través de:

1. Dar premios para que se concursen planes de desarrollo turístico dentro de las áreas naturales protegidas que consideren caminos, áreas de observación e instalaciones de clase mundial tanto en habitaciones como para actividades y comidas. Hoy se estima que 5.5 millones de turistas visitan cada año dichas áreas y generan 3,000 millones de pesos anuales¹⁷⁷ (1% de los ingresos del sector) a pesar de representar el 13% de la superficie del territorio nacional. Mucho se ha trabajado en las ANP para informar al turismo, promover el turismo y controlarlo estableciendo límites por capacidades. Sin embargo, aún queda mucho por hacer para mejorar el desempeño de algunos de estos programas.
2. Utilizar instrumentos de conservación como el Programa de Pago por Servicios Ambientales (PSA's) para aquellos propietarios de bosques o selvas que las conservan con el fin de explotarla turística, igual a lo que hizo Costa Rica,¹⁷⁸ uno de los destinos turísticos más especializado en ecoturismo sustentable del mundo, líder regional en turismo,¹⁷⁹ con más de 2 millones de visitantes al año¹⁸⁰ y una tasa de crecimiento anual promedio de 1.85%. Hoy este turismo representa uno de los principales ingresos del país (53% de los ingresos totales del turismo¹⁸¹) y un instrumento para la conservación de los recursos naturales y culturales además de posicionar a Costa Rica entre los 5 destinos más importantes de la región de acuerdo al Índice de Competitividad Turística del Foro Económico Mundial.¹⁸²

170. La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES)

171. Martha Honey, *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Island Press, 2011.

172. Global Ecotourism Fact Sheet 2006. TIES

173. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011, WEF.

174. Análisis del mercado internacional del Turismo de Cultura 2007, CPTM.

175. En este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente superior al medio.

176. Segmentos estratégicos del mercado turístico 2007, CPTM

177. Programa de Turismo en Áreas Protegidas 2006-2012, Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP)

178. De acuerdo al Fondo Nacional de Financiamiento Forestal (Fonafifo) en Costa Rica el programa de PSA es financiado por 3.5% de impuestos a hidrocarburos, 40% del impuesto forestal, una donación del Banco Mundial y algunas aportaciones privadas. Dicho programa otorga dinero público a los propietarios de bosques y plantaciones forestales por los servicios ambientales que sus tierras de conservación proveen como: mitigación de emisiones de gases de efecto invernadero, protección del agua para uso urbano, rural o hidroeléctrico, protección a la biodiversidad para su conservación y uso sostenible, y belleza escénica natural para fines turísticos y científicos.

179. Cañada, E. *Turismo en Centro América, nuevo escenario de conflicto social*. AlbaSud. 2010

180. Anuario estadístico 2010. Instituto Costarricense de Turismo. 2010

181. Bien, A. *Forest Based Ecotourism in Costa Rica as a driver for positive social and environmental development*. FAO. 2010

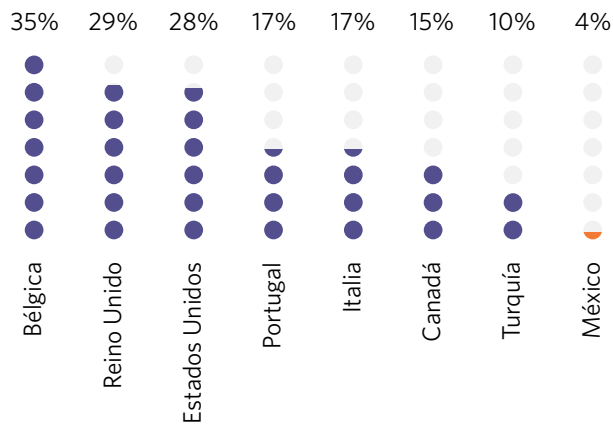
182. WEF T&T Competitiveness Index 2011.

Turismo de negocios

Sólo el 4% del total de turistas que llegan al país son turistas de negocio, cifra baja en comparación al resto de los países de la OCDE (ver gráfica 29). Sin embargo el ingreso generado por este mercado representa el 16% del consumo turístico (4 veces su representatividad en turistas) y un gasto aproximado de 18 mil millones de dólares anuales debido al mayor gasto de este tipo de turismo (ver anexo 7).

A pesar de que los turistas de negocios en promedio están 2 noches¹⁸³ por viaje, dichos turistas tienden a detonar otro tipo de turismo como el cultural y de naturaleza. Por ello, recientemente el gobierno federal ha puesto más énfasis en promover este tipo de turismo a través de convenciones, eventos, ferias y congresos, así como implementar la tasa cero de IVA para eventos organizados por empresas extranjeras en el país. Por otra parte, también se ha hecho hincapié en capacitar (mediante cursos y seminarios) y certificar a prestadores de servicios para este subsector.

Gráfica 34. Porcentaje de viajes de negocios en el turismo



Fuente: OCDE 2007

Sin embargo, se requiere ir más allá de los esfuerzos de promoción y capacitación mencionados, entre los que sugerimos:

1. Determinar potenciales sedes de turismo de negocio tanto nacional como internacional a través de estudios cuantitativos sobre los servicios que se pueden ofrecer en dichos destinos para complementar el turismo de negocios. Este turismo es un gran complemento a la oferta turística general ya que disminuye la estacionalidad de la demanda turística y promueve un mayor gasto por turista (ver anexo 7)
2. Crear edificios o zonas que sean referentes mundiales (landmarks) para atraer a turistas internacionales. Una forma de hacerlo es construir algunos centros de convenciones con diseño de clase mundial (Ej Los Cabos) o bien edificios con diseños únicos y servicios únicos (El estadio Maracanã solar, parques con instalaciones únicas en San Francisco, zonas de la ciudad caminables y con servicios de clase mundial).
3. Garantizar la seguridad en los centros turísticos de negocios, tanto en la ciudad como en los recintos donde se lleva a cabo el evento.
4. Ofrecer un estándar de calidad en servicios de convenciones que se ofrece en el país certificando al staff que trabaje en el dominio del inglés y en cuestiones de logística y solución de problemas.

Turismo cultural

La Secretaría de Turismo define el turismo cultural como "aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico".

Aunque México es el quinto país con mayor número de sitios culturales declarados patrimonio de la humanidad por la UNESCO y pese a que cuenta con una de las cocinas más distintivas y reconocidas del mundo (considerada patrimonio de la humanidad, también de acuerdo a la UNESCO¹⁸⁴), sólo el 3% de los visitantes al país vienen a ver su cultura.¹⁸⁵ De hecho a pesar de que el 55% de los viajeros norteamericanos consideran a México como un país de "cultura distintiva" sólo el 5% lo considera un país con "museos de clase mundial".¹⁸⁶ Por otro lado, los turistas europeos consideran al país un destino turístico de playa económico y masivo para norteamericanos (opinión de franceses y alemanes),

183. Calvo, J. Bosque, cobertura y recursos forestales 2008. Decimoquinto informe Estado de la Nación en desarrollo humano sostenible. 2008

184. La relevancia económica de las reuniones en México, Cestur 2011

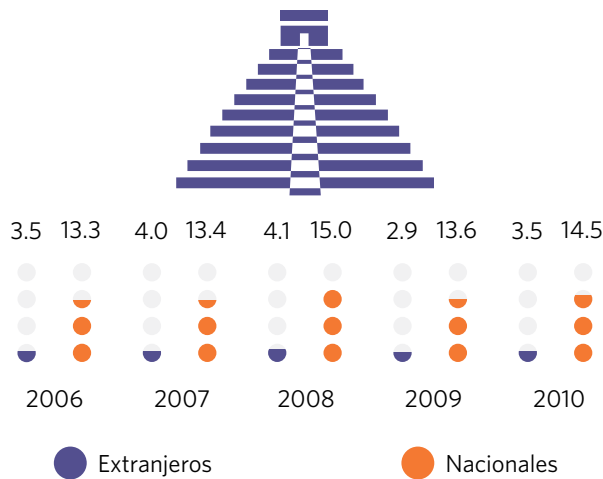
185. <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00011&RL=00400>

186. Análisis del mercado internacional del Turismo de Cultura 2007, CPTM

mientras que los británicos no asocian a México como un destino que ofrece alternativas culturales interesantes o estilos de vida diferentes.¹⁸⁷

Entre las principales acciones que se han llevado a cabo para detonar este segmento de turismo es promover dichos destinos a través de la campaña “Mexico. The place you thought you knew”, así como resaltar el valor turístico de algunos poblados del país con el programa “Pueblos Mágicos”. Sin embargo, el sector ha permanecido prácticamente constante en los últimos 5 años¹⁸⁸ y la percepción internacional no ha mejorado.

Gráfica 35. Millones de visitantes a sitios culturales.



Fuente: Compendio estadístico del turismo en México 2010.

En este sentido, entre las recomendaciones para destacar los principales activos culturales del país están:

1. Realizar una planeación estratégica para los activos de los 20 destinos más importantes con estrategias novedosas. Por ejemplo, la Ciudad de México es la capital culinaria de la comida Mexicana, sin embargo, no se ha hecho nada para que sus visitantes disfruten de paseos peatonales para degustar su comida en la calle, mercados o restaurantes tradicionales.

2. Conectar los principales destinos culturales del país aprovechando su concentración. La gran mayoría del turismo cultural internacional (84%)¹⁸⁹ que llega a México se concentra en 4 estados: Quintana Roo (33%), Yucatán (27%), el Estado de México (15%) y el Distrito Federal (9%). Mientras que el turismo nacional cultural busca el Distrito Federal (29%), el Estado de México (14%), Yucatán (9%), Morelos (9%), Oaxaca (5%) y Veracruz (5%).¹⁹⁰ Hoy por ejemplo es imposible llegar de forma cómoda, rápida y certera (con horarios preestablecidos) de Tulum a Chichen Itzá o de Teotihuacán al Centro de la Ciudad de México mediante transporte público, a pesar de ser algunos de los principales destinos culturales del país.

El caso de los sitios “Patrimonio de la Humanidad”

Una de las ideas que generalmente se relacionan con mejorar la competitividad turística de sitios culturales y naturales es la de obtener el reconocimiento de “patrimonio de la humanidad” ante la UNESCO. Sin embargo, al analizar dichos sitios en el país, encontramos que esto no necesariamente implica más o mejores servicios turísticos o bien más visitantes.

Si bien, contar con edificios, zonas o regiones reconocidas dentro de la lista de la UNESCO es un gran distintivo, el fin de este reconocimiento es identificar, proteger y preservar los sitios de valor excepcional para la humanidad, a través del compromiso del país y de la cooperación internacional. México es el sexto país con más sitios (32)¹⁹¹ inscritos en dicha lista,¹⁹² después de Italia, España, China, Francia y Alemania, principalmente por sus sitios culturales (sólo 5 son naturales). Dicho reconocimiento se otorga a aquellos sitios que cumplen con alguno de los 6 criterios culturales o 4 criterios naturales definidos por la organización, entre los que se encuentra: representar una obra maestra del genio creativo del hombre, ser una pieza excepcional de arquitectura, contener un fenómeno natural de gran belleza o ser hábitat para la conservación de la diversidad biológica.¹⁹³

187. Ibidem

188. El número de turistas extranjeros que visitan sitios culturales manejados por el INAH

189. Visitantes a museos, monumentos históricos y zonas arqueológicas administradas por el INAH 2010

190. Compendio estadístico del turismo en México 2010.

191. Entre algunos ejemplos de estos están: el centro histórico de la Ciudad de México, de Oaxaca y de Puebla, las ciudades prehispánicas de Tajín, Palenque y Chichen-Itzá entre otras, el campus central de Ciudad Universitaria de la UNAM, la casa estudio Luis Barragán, la Reserva de la biosfera de mariposas monarca y el Santuario ballenero El Vizcaíno.

192. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

193. Disponible en: <http://whc.unesco.org/en/criteria/>

Aunque el hecho de contar con el título de Patrimonio de la humanidad pone el reflector nacional e internacional sobre el sitio, lo que pudiera generar mayor afluencia turística, dichos sitios generalmente son conocidos por sus características antes de ser candidatos a esta lista. Por ejemplo, en el caso de México, los centros históricos Patrimonio de la Humanidad de ciudades como Morelia (patrimonio desde 1991), Zacatecas (1993) y Campeche (1999)¹⁹⁴ no vieron un incremento particular en la llegada de turistas tras recibir dicho reconocimiento (ver tabla 10).

Tabla 10. Tasa media de crecimiento anual de la llegada de turistas en periodos de 5 años. Morelia, Zacatecas y Campeche.

Estado	Año declaración UNESCO	1986-1990	1991-1995	1996-2000	2001-2005	2006-2010
Morelia	1991	-2.53%	-5.17%	7.76%	1.16%	2.40%
Zacatecas	1993	16.90%	-0.42%	9.03%	-1.02%	-0.60%
Campeche	1999	2.47%	-3.59%	7.93%	3.60%	2.05%
				1996-1998		
				14.74%	7.14%	

Nota: el cuadro coloreado marca el año en el que se convirtió en patrimonio UNESCO. Campeche se divide en dos periodos de 3 años para analizar lo que sucedió en los años anteriores a 1999.

Fuente: IMCO con datos de CETM 2012

De igual forma las zonas arqueológicas que recibieron este título ya eran reconocidas antes de recibirlo, por ejemplo, Mitla en Oaxaca ya pertenecía a las 15 zonas más visitadas desde que existen datos disponibles (2001), a pesar de que se declaró patrimonio hasta 2010, año a partir del cual permanece en quinceavo lugar.¹⁹⁵

Quizá el distintivo pueda tener mayor impacto en sitios de menor tamaño, como por ejemplo, la casa estudio Luis Barragán, las misiones en la Sierra Gorda de Querétaro, o rutas turísticas aunque no hay suficiente información para corroborarlo. Por ejemplo el Paisaje agavero y las Antiguas instalaciones industriales de Tequila se declararon patrimonio cultural en 2006¹⁹⁶ y desde ese mismo año se comenzó el proyecto de la Ruta del Tequila. El proyecto contó con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para mejorar las capacidades turísticas de las micro y pequeñas empresas de la región¹⁹⁷ y la creación de un sello de calidad llamado Tequila Turístico para las empresas que reúnen los estándares establecidos por el proyecto. Desde la creación de la ruta el número de turistas que pernoctan en el sitio aumentó 47% y el número de excursionistas 44%, además de que el gasto turístico aumentó 12%.¹⁹⁸

Aunque los beneficios directos de contar con el distintivo de Patrimonio de la Humanidad son la asistencia internacional en caso de emergencia, asistencias y cooperaciones técnicas para la preparación y conservación del sitio, así como créditos blandos para dichos trabajos. Los requerimientos para postular un proyecto ante la UNESCO pueden tener importantes beneficios secundarios para la competitividad turística ya que exigen la creación de un plan de manejo que considere el crecimiento sustentable y el aumento de la calidad de vida de la comunidad. Por otro lado, existe un costo para el gobierno que consiste en la aportación al Fondo del Patrimonio Mundial y atenerse a las restricciones que se le imponen si llegará a dañar dicho sitio.¹⁹⁹

194. Elegimos estas ciudades por disponibilidad de datos. Mientras que ciudades como Puebla, Oaxaca y la Ciudad de México lo hicieron en 1987, por lo que no hay datos para analizar la llegada de turistas y el aumento de número de cuartos antes del evento. Sin embargo, no se observa un cambio en la tendencia hasta 10 años después de que estas ciudades fueran declaradas patrimonio.

195. CETM 2012

196. Por "ser un testimonio excepcional de adaptación armoniosa y sustentable del uso del suelo en un medio natural, y de la aplicación de la fusión de la tradición prehispánica de fermentación del maguey con las técnicas de destilación europea" disponible en: <http://www.rutadeltequila.org.mx/es/iniciomenu/paisajeagaveromenu>

197. Disponible en: <http://www.iadb.org/es/noticias/articulos/2009-06-22/la-ruta-del-tequila-una-visita-al-alma-de-mexico,5463.html>

198. Ícono, edición 28 (2010) Disponible en: <http://www.iconogdl.com/ICONO28.pdf>

199. Disponible en: <http://whc.unesco.org/en/about/>

Turismo socialmente responsable (TSR)

El turismo socialmente responsable se centra en minimizar los impactos negativos económicos, ambientales y sociales del turismo en la población local, así como fomentar el respeto entre turistas y residentes. Una forma cada vez más común de este turismo son establecimientos certificados bajo la categoría de “turismo responsable” que además de asegurar que su impacto ambiental sea mínimo considera ofrecer oportunidades de donación a alguna comunidad local en todas las etapas del viaje de los turistas (desde la reservación, durante el recorrido, o al partir) así como experiencias para convivir con la comunidad local. Por ejemplo, comúnmente los hoteles ofrecen experiencias como pintar escuelas o construir casas como una manera de estimular el interés en donar para alguna causa local.²⁰⁰

Los esfuerzos por este turismo han resultado en guías²⁰¹ que han creado tanto el International Centre for Responsible Tourism (ICRT) y recientemente en España el Instituto de Turismo Responsable (ITR) para implementar turismo con un énfasis en voluntariado, así como ciertos estándares.²⁰²

En México sólo cuatro hoteles cuentan con dicha certificación²⁰³ donde se promueve trabajo de voluntariado en: cuidado de tortugas, restauración de edificios históricos, trabajo con niños en distintas escuelas rurales, entre otros.²⁰⁴ Dichas certificaciones contribuyen a disminuir la pobreza local al consumir productos locales y emplear a la población de la zona. Una encuesta realizada en la península Osa de Costa Rica,²⁰⁵ una de las zonas más pobres del país, encontró que el ingreso mensual de los trabajadores turísticos fue del doble que el de trabajadores en otras actividades (\$710 dólares versus \$357) incluso durante los peores meses del año por el interés en el turismo responsable que genera mejores alternativas para el turismo local. Por ello, entre las recomendaciones para promover el turismo responsable están:

1. Crear un concurso para premiar con dinero y promoción a los hoteles y establecimientos que se certifiquen bajo algún estándar de turismo responsable.
2. Dar incentivos adicionales a quienes además se certifiquen en turismo responsable.

3. Lanzar un programa de certificación y capacitación de proveedores locales para disminuir el riesgo que enfrentan los hoteles de asegurar calidad al consumir productos locales.
4. Hacer una evaluación controlada y profesional de los impactos del turismo responsable en el país.

Rediseñar la promoción turística

De acuerdo al estudio comisionado por la Presidencia de México en 2010 al experto Simon Anholt, no hay forma de comprobar que la promoción del turismo en México, mediante espectaculares, tenga un efecto positivo en la atracción de inversión y turistas al sector. De acuerdo al informe de Anholt, México recibe una percepción más baja de la que merece en el plano internacional.²⁰⁶ Por ejemplo, México se considera un lugar con la misma riqueza histórica, en edificaciones, que Estados Unidos, y menos atractivos turísticos que Bélgica, así como una menor tradición cultural que Escocia. Por ello, consideramos que hay dos estrategias generales que podrían fortalecer la promoción turística del país:

1. Dar mayores atribuciones a los gobiernos locales para influir en cómo disponer de los recursos para promoción que se recaudan en sus localidades. Por ejemplo, que dichos gobiernos puedan disponer dónde anunciar y qué tipo de promoción escoger en la política de promoción turística que hoy se hace bajo el mismo posicionamiento de “marca país”. En este mismo sentido se sugiere darle mayor independencia al Consejo de Promoción Turística para que el Presidente de Consejo no dependa del Presidente de la República en turno y que este último tampoco tenga la facultad para cambiar la distribución de los recursos que se generan a través de los impuestos a los visitantes. De este modo se podrán asegurar los recursos a través del tiempo en aquellos destinos que los generan.
2. Promover recursos para la contratación de asesorías para mejorar los sitios de Internet de los 20 principales destinos turísticos del país o para crear aplicaciones

200. <http://www.artyforum.info/RTD/OP13.pdf>

201. <http://www.globalnature.org/bausteine.net/file/showfile.aspx?downaid=5801&domid=1011&fd=2>

202. Estándares del Sistema de Turismo Responsable (STR), reconocido mediante la Certificación BIOSPHERE que comparte los criterios globales de Turismo Sostenible desarrollados por el Global Sustainable Tourism Council (GSTC) <http://www.biospheretourism.com/>

203. ITR: Biosphere ha certificado en México a: Meliá Reforma, H10Ocean (tanto en Playa del Carmen como en Puerto Morelos) y ME Cancún.

204. <http://www.vivemexico.org/Archivos/ProgramaViveMexico 2012-2013.pdf>

205. Driscoll Laura, Hunt Carter, Honey Martha and Durham William, La Importancia del Ecoturismo como una Herramienta de Conservación y Desarrollo en la Península de Osa, Costa Rica”, Center for Responsible Travel Abril 2011.

206. De acuerdo al índice Roper Nation's Brand Index

móviles por destino. Por ejemplo, el digital concierge de Singapur ha probado con éxito proporcionar a los visitantes información sobre servicios turísticos útiles en sus teléfonos móviles, tales como restaurantes y lugares de interés.

En México los sitios de Internet de los destinos turísticos no sólo están desactualizados, sino que no cumplen con los criterios mínimos que deberían tener. Las páginas de promoción turística deben ser una herramienta confiable, práctica y atractiva para el turista, donde pueda encontrar con facilidad información (en distintos idiomas) sobre hospedaje, entretenimiento, actividades, transporte y recomendaciones del destino. Dichas páginas no tienen que ser desarrolladas por el sector público pero las autoridades turísticas podrían ayudar a mejorar las que existen a través de ciertos incentivos (premios, promoción, fiscales etc.) o mediante una guía sobre mejoras prácticas y lineamientos con los cuales debe contar una página web como son: mapas, medios de transporte, reservaciones, información actualizada, preguntas frecuentes sobre el destino, recomendaciones y sección de comentarios de los usuarios, entre otros. De acuerdo a las organizaciones de marketing de destinos oficiales (DMO), encargadas de la promoción de dichos destinos en largo plazo²⁰⁷ en distintos medios, desarrollar una página clara, atractiva, práctica y con información del destino, puede ser un factor determinante para que el turista visite el lugar. Por ello, a continuación presentamos 10 recomendaciones basadas en las páginas de internet en turismo (DMO) más exitosas en el mundo, estas son:

- a. **Vender experiencias:** Los turistas, al viajar, generalmente no buscan un producto específico, sino una experiencia total. Las páginas deben de ofrecer y promocionar experiencias en la ciudad o región, en lugar de atracciones o establecimientos. Estas experiencias se diferencian según el estilo del viajero, por ejemplo, en los destinos de playa se pueden ofrecer experiencias para turistas que van en busca de descanso y relajación, en busca de deporte y aventura, o en plan de romance.
- b. **Información relevante y de calidad:** Se necesita informar sobre las atracciones, restaurantes, hoteles y negocios del destino, de forma clara, actualizada y en diferentes idiomas. La información en la página debe de ser de fácil acceso, didáctica y atractiva al usuario, no en una lista o directorio. Para lo cual se recomienda usar fotos, reseñas y mapas. Se puede agrupar por intereses, presupuesto o zonas. Por ejemplo, en el caso de los restaurantes, ofrecer la información con filtros según el tipo de comida, precio y ubicación. También es importante incluir una sección de preguntas

.....
 207. <http://www.destinationmarketing.org/page.asp?pid=21>

frecuentes sobre el destino (huso horario, tipo de cambio, seguridad y salud, números de emergencia), recomendaciones para el viaje, clima, medios de transporte y planos del lugar, y cada vez más importante una sección de las opiniones de los visitantes donde los turistas puedan evaluar experiencias de otros.

- c. **Diseño:** El diseño de la página es de suma importancia, un mal diseño puede ocasionar que otros aspectos de la página como la calidad de la información pase desapercibida. Éste debe de ser sencillo, intuitivo, y representar la esencia del destino como el portal <http://www.gohawaii.com/> que se basa en imágenes y pocos botones, uno por isla o bien uno para comparar todas las islas.

Figura 8. Portal de Hawái, ejemplo de uso de imágenes y facilidad



Fuente: <http://www.gohawaii.com/>

- d. **Utiliza mapas:** Los mapas ofrecen una experiencia amigable para los usuarios. Además de las imágenes y el texto, los mapas permiten a los turistas localizar las atracciones y filtrar intereses, así como obtener rutas e itinerarios sugeridos (ejemplo, auto-guías a pie) como en Nueva York.

Figura 9. Portal de Nueva York, ejemplo de uso de mapas para referencias



Fuente: <http://www.nycgo.com>

- e. Calendario de eventos: Esta herramienta permite a los turistas ver las actividades que están sucediendo o sucederán durante su viaje (teatro, conciertos, exposiciones o eventos deportivos, entre otros).

Figura 10. Portal de Londres, ejemplo de uso de calendario de eventos



Fuente: <http://www.visitlondon.com>

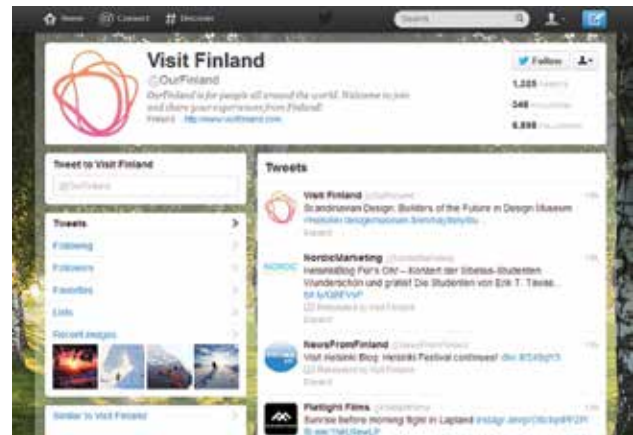
- f. Idiomas: Las páginas deberán estar forzosamente en inglés además de los idiomas que hablen los principales visitantes del destino. Lo anterior facilita que los visitantes entren a la página oficial, puesto que los resultados del buscador son del idioma en que se realiza la búsqueda.

- g. Reservas: Las reservas online son cada vez más comunes al momento de planear un viaje, por lo que la página debe facilitar las reservas de cualquier servicio, hoteles, restaurantes, eventos culturales, atracciones naturales, o transporte. La página debe de dar seguridad y confianza al usuario. En este caso, la DMO puede cobrar una comisión por reserva.

- h. Cómo llegar: La página debe dejar claro cuáles son las opciones para transportarse al destino. Informar sobre los aeropuertos, trenes o cualquier forma de acceder al destino. Los costos aproximados y los medios para transportarse de la estación o terminal a los lugares turísticos.

- i. Utilizar redes sociales: Una forma de mantenerse en contacto con los visitantes y usuarios de la página es a través de las redes sociales, en las que se puede tener interacción directa, permitiendo a los turistas compartir sus fotos y opiniones. Además de que también permite agregar planeadores de viaje.

Figura 11. Portal de Finlandia, ejemplo de uso de redes sociales (Twitter)

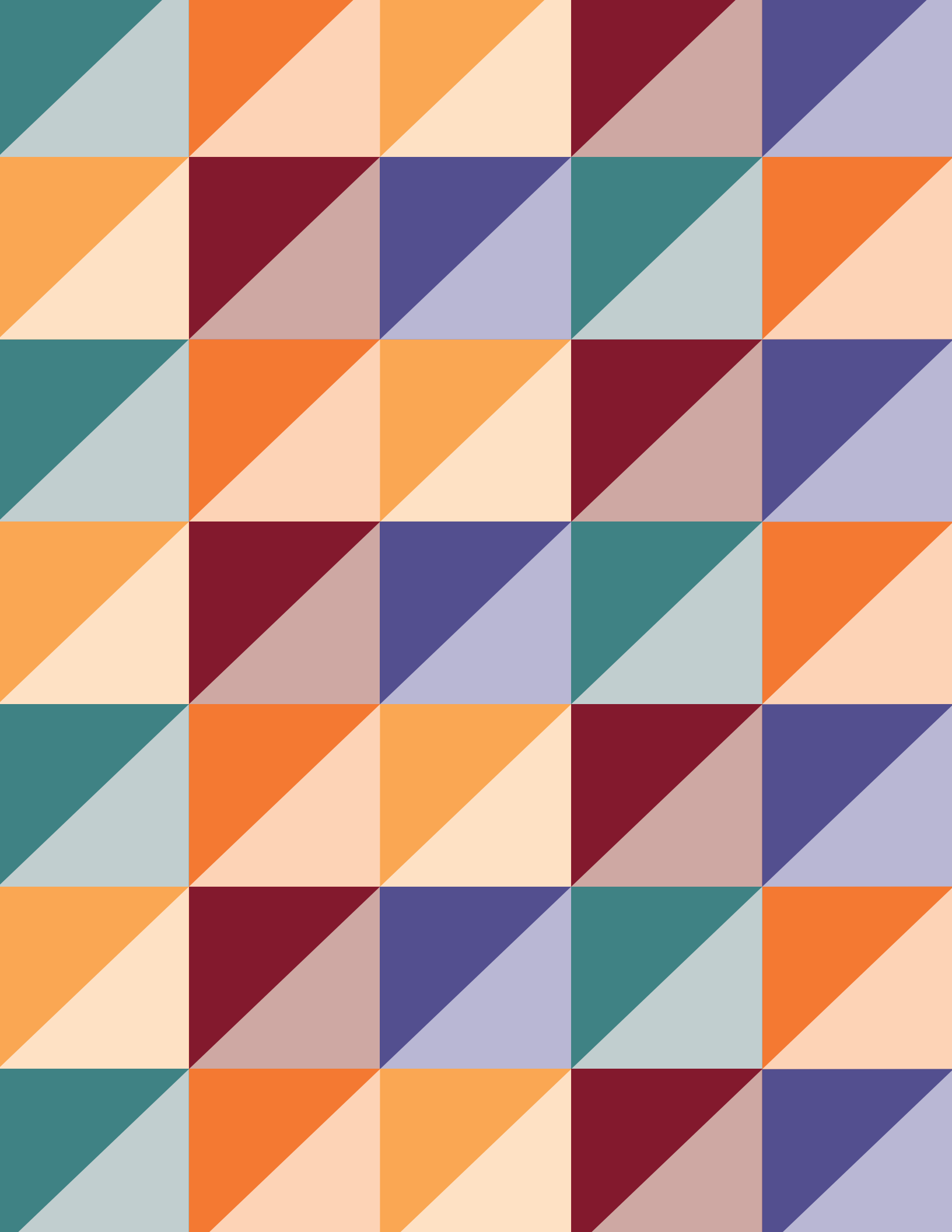


Fuente: <https://twitter.com/OurFinland>

- j. Página para dispositivos móviles: Los turistas cada vez utilizan más su teléfono celular para informarse en internet. Adaptar la página del destino a dispositivos móviles es muy útil para el turista, especialmente si ésta cuenta con mapas, puntos de información turística y atracciones principales.

Bibliografía





Bibliografía

- Avent, Ryan. "One Path to Better Jobs: More Density in Cities," The New York Times (3 septiembre 2011)
- Bergen, Molly. "Going Green," Conservation International (enero 2011)
- Bien, A. "Forest Based Ecotourism in Costa Rica as a driver for positive social and environmental development". FAO. 2010
- Calvo J. Bosque, "Cobertura y Recursos Forestales 2008," Decimoquinto Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible," 2008
- Cañada E., "Turismo en Centro América, nuevo escenario de conflicto social," AlbaSud (2010)
- Costanza et al. "The Value of the World's Ecosystem Services and Natural Capital," Nature Vol. 387 (1997)
- Discoll Laura, Hunt Carter, Honey Martha, Durham William, "The Importance of Ecotourism as a Development and Conservation Tool in the Osa Peninsula, Costa Rica," Center for Responsible Travel (abril 2011)
- Dorinda Elliot "Ethical Traveler Index," Condé Nast Traveler (mayo 2007)
- Fernández- González A., "Ambiente y desarrollo en Costa Rica: el debate a principios de los noventa"
- Font Xavier, Bendell Jem, "Standards for Sustainable Tourism for the Purpose of Multilateral Trade Negotiations" (Julio 2012)
- Gallegos, Rodrigo, "Análisis sectorial para una economía verde," INE (2012)
- Gutierrez Eileen, Lamoureux Kristin, Matus Selini, Sebunya Kaddu, "Linking Communities, Tourism and Conservation. A Tourism Assessment Process," Conservation International (2005)
- Hamele H., Eckhardt S. "Environmental Initiatives by European Tourism Businesses. Instruments, Indicators and Practical Examples" (2006)
- Honey Martha, "Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?," Island Press (2011)
- Jacobs J., Desrochers P. "Cities and the Economic Development of Nations: An Essay on Jane Jacobs Contribution to Economic Theory," Department of Geography, University of Toronto (2007)
- Lane Irene, "Going to Mexico? Stay green with SEMARNAT eco-certified businesses." Ecotourism Examiner (febrero 2011)
- Mejía et al. "El impacto que produce el sector turismo en los manglares de las costas mexicanas," UAM (2010)
- Mitchell D. "The Right to the City: Social Justice and the Fight for Public Space," Guilford Press (2003)
- Newsom D., Sierra C. "Impacts of Sustainable Tourism Best Management Practices in Sarapiquí, Costa Rica," Rainforest Alliance (2008)
- Parra E. "Hibridación Múltiple en la Ciudad Fragmentaria," Universidad Nacional de Colombia (2008)
- Pérez Villegas G. y Carrascal, "El desarrollo turístico en Cancún, Quintana Roo y sus consecuencias sobre la cubierta vegetal," UNAM (2000)
- Reza M., "Reporte final del proyecto del monitoreo del manglar en el municipio de Solidaridad (Riviera Maya) Quintana Roo, México," Amigos de Sian Ka'an A.C. (2011)
- Ringbeck J., El-Adawi A., Gautarn A. "Green Tourism. A Road Map for Transformation" Booz & Company Inc (2010)

"About World Heritage" última revisión y actualización 31 de Julio de 2013: <http://whc.unesco.org/en/about/>

"Actualización del Plan Director de Desarrollo Urbano de San José del Cabo y Cabo San Lucas B.C.S" Instituto Municipal de Planeación de Los Cabos (abril 2011)

"An Open Letter," GSTC (2011)

"Anuario Estadístico 2010" Instituto Costarricense de Turismo (2010)

"Análisis del Mercado Internacional del Turismo de Cultura" CPTM (2007)

"ASEAN Open Skies and the Implications for Airport Development Strategy in Malaysia" ADB Institute (2008)

"Atlas de riesgos naturales para el municipio de Escuinapa 2011" Master Planning (diciembre 2011)

"Bahías de Huatulco, México" Earthcheck (2011)

"Benchmarking Assessment Report. Huatulco" Earthcheck (marzo 2011)

"Brazil: Country Report" Stark Tourism (2010)

"Buenas Prácticas de Manejo en las Empresas Turísticas: sus Beneficios e Implicaciones" San José: Programa de Turismo Sustentable (2010)

"Climate Change and Tourism Policy in OECD Countries" OCDE y UNEP (2008)

"Comentarios sobre la Manifestación de Impacto Ambiental CIP Playa Espíritu" SUMAR, CONSELVA, CEMDA, ALCOSTA, IDEA, PRO ESTEROS, CONREHABIT, REDES, Director General de Impacto y Riesgo Ambiental y SEMARNAT (2010, http://www.aida-americas.org/sites/default/files/refDocuments/DGIRA-CIP_0.pdf)

"Compendio Estadístico del Turismo en México 2012" SECTUR

"Economía Verde" PNUMA (2012)

"El caso Mexicana de Aviación" última revisión y actualización 1 de agosto de 2013: <http://www.cisi.org.mx/texto.asp?id=7438>

"El paisaje Agavero" última revisión y a actualización 1 de agosto de 2013: <http://www.rutadeltequila.org.mx/es/iniciomenu/paisajeagaveromenu>

"Elaboración de instrumentos de planeación urbano-turísticos para el CIPS Playa Espíritu Teacapán" FONATUR, Gobierno de Sinaloa y H Ayuntamiento Escuinapa (octubre 2012)

"Essential China Travel Trends 2012" Dragon Edition, China Travel Trends (2012)

"Estudio de cobertura vegetal y forestal 2009-2012" FONAFIO (2012)

"Estudio sobre la tendencia de la demanda turística internacional y de los segmentos relevantes para el cluster turístico del Cusco" Maximixe Consultant

"Global Ecotourism Fact Sheet" TIES (2006)

"Going Green: the Business Impact of Environmental Awareness on Travel" PhoCus Wright (2009)

"Green Traveler Survey" Community Marketing Inc. (2010)

"Guide for Sustainable Tourism Best Practices" Rainforest Alliance

"Índice de Ciudades Verdes de América Latina" Siemens (2010)

"Informe Misión Ramsar de Asesoramiento No.67," Ramsar, Convención sobre los Humedales (agosto 2010) http://www.ramsar.org/pdf/ram/ram_rp_67-Mexico_sp.pdf

"Innovation and Growth in Tourism" OCDE (2006)

"Inversión privada identificada en el sector turismo" Padrón Nacional de Proyectos de Inversión, SECTUR (diciembre 2010)

"ITB World Travel Trends Report 2011/2012" ITB Berlin (2011)

"La aviación mexicana en cifras 1989-2012" Secretaría de Comunicaciones y Transportes. (2012)

"La ruta del tequila: una vista al alma de México" BID (2009)

"LOHAS Consumers around the World" Natural Marketing Institute (2010)

"Los Cabos. Información General" última revisión y actualización 12 de Julio de 2012, http://www.FONATUR.gob.mx/es/proyectos_desarrollos/cabos/index.asp?modsec=01-INFO&sec=1

"Making Tourism More Sustainable. A Guide for Policy Makers" United Nations Environment Programme (Julio 2012)

"Manifestación de impacto ambiental modalidad regional para el proyecto: Centro Integralmente planeado Costa Pacífico" GPPA, Sinaloa (2010)

"OECD Tourism Trends and Policies" OCDE (2010)

"Plan de Desarrollo Municipal 2011-2015" H.XI Ayuntamiento de Los Cabos (2011)

"Plan Nacional de Turismo Sostenible de Costa Rica 2010-2016. Resumen Ejecutivo" Instituto Costarricense de Turismo (Noviembre 2010)

"Plan Regional de Desarrollo Urbano-Turístico Rosario Teacapán" Gobierno del Estado de Sinaloa, FONATUR, Ayuntamiento de Escuinapa y Ayuntamiento de Rosario (2008)

"Programa de Turismo en Áreas Protegidas 2006-2012" CONANP (2006)

"Quinto Informe de Labores del Sector Turismo" SECTUR (2010)

"Requisitos y especificaciones de sustentabilidad para la selección del sitio, diseño y construcción, operación y abandono del sitio de desarrollos inmobiliarios turísticos en la zona costera de la península de Yucatán" Secretaría de Economía, Proyecto de Norma Mexicana (2010)

"Responsible Travel: U.S. Trends & Statistics" CREST (2009)

"Risk and Rewards for Building Sustainable Hotels" Deloitte (2009)

"Ruta del tequila. Organización civil a favor de la región valles de Jalisco" Revista Ícono, edición 28 (2010)

"Segmentos Estratégicos del Mercado Turístico," CPTM (2007)

"The Developers' Guide to Sustainable Coastal Development in Baja California Sur," Dirección de Planeación Urbana y de Ecología Baja California Sur (2009)

"The Russian Outbound Travel Market," Eventica (2010)

"The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011," World Economic Forum (2011)

"The 2010 Travel and Tourism Economic Research. Economic Data Research Tool," World Travel and Tourism Council (2010)

"TIES Global Ecotourism Fact Sheet," The International Ecotourism Society (2006)

"Tourism Investing in Energy and Resource Efficiency" United Nations Environment Programme (2011)

"Tourism Planning, Toolkit for Local Government" Tourism Recreation Research and Education Centre (Mayo 2006)

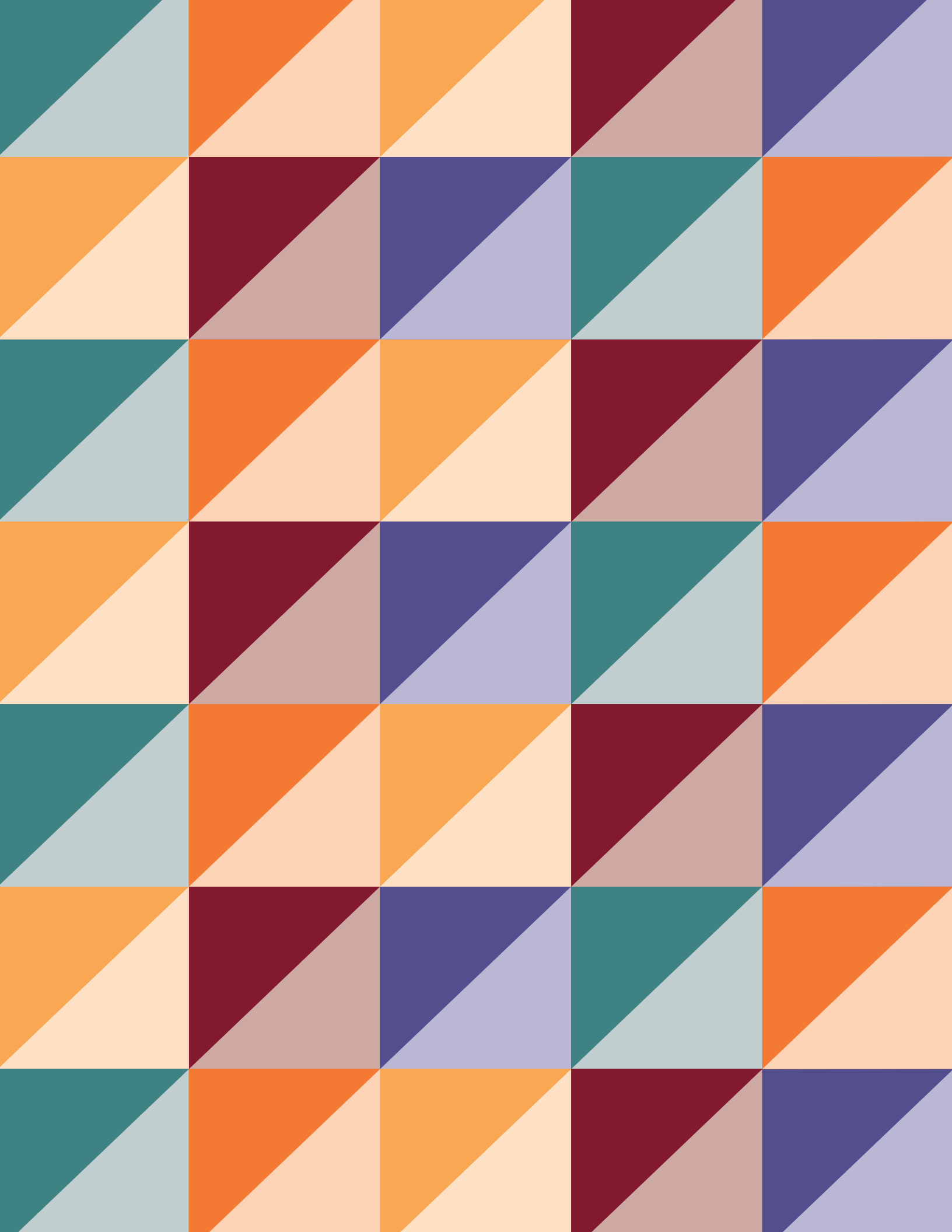
"Travel and Tourism Economic Impact: Mexico" WTTC (2011)

"UNWTO Tourism Highlights. 2011/2012 Edition" World Trade Organization

"Waterfront Toronto" última revisión y a actualización 1 de agosto de 2013 <http://www.waterfrontoronto.ca/>

Anexos





Anexo 1. 77 Municipios turísticos con mayor afluencia

Estado	Municipio
Aguascalientes	Aguascalientes
	Ensenada
	Mexicali
Baja California	Playas de Rosarito
	Tecate
	Tijuana
	La Paz
Baja California Sur	Loreto
	Los Cabos
	Campeche
Chiapas	Comitán de Domínguez
	Palenque
	San Cristóbal de las Casas
	Tapachula
	Tonalá
Chiuhahua	Tuxtla Gutiérrez
	Batopilas
	Chihuahua
	Hidalgo del Parral
	Juárez
Coahuila	Nuevo Casas Grandes
	Piedras Negras
Colima	Saltillo
	Colima
Durango	Manzanillo
	Durango
Guanajuato	Celaya
	Irapuato
	León
	Salamanca
	San Miguel de Allende

Guerrero	Acapulco de Juárez	Tamaulipas	Matamoros	
	Taxco de Alarcón		Tampico	
	Hidalgo	Zihuatanejo de Azueta	Tlaxcala	Tlaxcala
Jalisco		Pachuca de Soto	Veracruz	Coatzacoalcos
		Guadalajara		Veracruz
	Puerto Vallarta	Xalapa		
México	San Juan de los Lagos	Yucatán	Mérida	
	Tequila		Santa Elena	
	Toluca		Tinúm	
Michoacán	Valle de Bravo	Zacatecas	Valladolid	
	Morelia		Zacatecas	
Morelos	Cuernavaca			
Nayarit	Bahía de Banderas			
Nuevo León	Monterrey			
	Santiago			
Oaxaca	Oaxaca de Juárez			
	San Juan Bautista Tuxtepec			
	Santa María Huatulco			
	Querétaro			
	Querétaro	San Juan del Río		
Puebla	Tequisquiapan			
	Puebla			
Quintana Roo	Benito Juárez			
	Cozumel			
	Isla Mujeres			
	Othón P Blanco			
	Solidaridad			
San Luis Potosí	San Luis Potosí			
Campeche	Campeche			
	Ahome			
	Culiacán			
	El fuerte			
	Mazatlán			
Sinaloa	Tonalá			
	Tuxtla Gutiérrez			
	Guaymas			
Sonora	Hermosillo			
	Tabasco	Centro		

Fuente: IMCO con datos de la Secretaría de Turismo.

Anexo 2: Resultados regresiones

Gasto en servicios municipales versus crecimiento población y crecimiento en turismo

Regresión Múltiple - Ln Servicios generales

Variable dependiente: Ln Servicios generales

Variable independiente :

Ln Turistas 2011

Ln Población

		Standard	T	
Parameter	Estimate	Error	Statistic	P-Value
CONSTANT	5.75765	0.784038	7.34359	0.0000
Ln Turistas 2011	0.238164	0.0830327	2.86831	0.0054
Ln Población	0.770386	0.0756333	10.1858	0.0000

Análisis de varianza

Source	Sum of Squares	Df	Mean Square	F-Ratio	P-Value
Model	104.414	2	52.207	149.15	0.0000
Residual	25.2017	72	0.350024		
Total (Corr.)	129.616	74			

R-squared = 80.5566 percent

R-squared (adjusted for d.f.) = 80.0165 percent

Standard Error of Est. = 0.591628

Mean absolute error = 0.474104

Durbin-Watson statistic = 1.54065 (P=0.0209)

Lag 1 residual autocorrelation = 0.222164

Deuda versus gasto en inversión pública, servicios personales y servicios municipales

Tabla ANOVA de la regresión de la deuda pública.

Regresión múltiple - Deuda total

Variable dependiente: Deuda total

Variabes independientes:

Obras públicas

Servicios personales

Standard Parameter	T Estimate	Error	Statistic	P-Value
CONSTANT	-1.12186E8	3.70471E7	-3.02819	0.0035
Obras públicas	0.486367	0.0865597	5.61886	0.0000
Servicios personales	0.437918	0.0942893	4.6444	0.0000

Análisis de varianza

Source	Sum of Squares	Df	Mean Square	F-Ratio	P-Value
Model	1.15742E19	3	3.85807E18	83.52	0.0000
Residual	3.09498E18	67	4.61937E16		
Total (Corr.)	1.46692E19	70			

R-squared = 78.9015 percent

R-squared (adjusted for d.f.) = 77.9568 percent

Standard Error of Est. = 2.14927E8

Mean absolute error = 1.39934E8

Durbin-Watson statistic = 1.82534 (P=0.2288)

Lag 1 residual autocorrelation = 0.0870291

Tabla ANOVA de la regresión de la deuda pública.

Anexo 3. Acuerdo Nacional de Turismo

La principal meta del acuerdo es posicionar a México dentro de los principales destinos turísticos del mundo en el 2018, aumentar el ingreso por divisas de 12 a 40 mil millones de dólares en el mismo año, generar más de 4 millones de empleos directos y 12 millones de empleos indirectos en 7 años, y aumentar el número de turistas internacionales y nacionales, a 50 millones y 300 millones respectivamente. El acuerdo integra los objetivos para el impulso del turismo en 101 acciones, agrupadas en 10 ejes estratégicos:

1. Incrementar la conectividad y facilitar el tránsito de turistas.
2. Construir, mantener y mejorar la infraestructura turística, y fomentar el ordenamiento urbano.
3. Fortalecer la promoción turística en México y en el extranjero.
4. Fomentar la inversión pública y privada y facilitar el financiamiento al sector turístico.
5. Elevar la competitividad de los destinos y las empresas turísticas para garantizar la experiencia del turista.
6. Diversificar y enriquecer la oferta turística con destinos, productos y servicios de mayor calidad.
7. Fomentar la integración de cadenas productivas nacionales.
8. Promover una cultura turística que desarrolle una conciencia nacional sobre la importancia del turismo y de la conservación del patrimonio cultural y natural del país.
9. Impulsar cambios al marco jurídico de la actividad turística a favor del desarrollo del sector.
10. Promover un desarrollo sustentable del sector.

Anexo 4. Proyecciones al 2030 de centros turísticos

Tabla A1. Proyecciones de crecimiento poblacional al 2030

Desarrollo turístico	Municipio	Variable	Año				
			2010	2015	2020	2025	2030
Los Cabos	Los Cabos	Población (habitantes)	238,487	279,273	337,084	394,130	444,188
Ixtapa-Zihuatanejo	Zihuatanejo de Azueta		118,211	104,916	102,016	97,940	93,456
Puerto Vallarta	Puerto Vallarta		255,681	288,333	316,709	341,559	360,898
Huatulco	Santa María Huatulco		38,629	42,296	45,733	48,524	50,460
Cozumel	Cozumel		79,535	91,543	100,033	108,066	114,950
Cancún	Benito Juárez		661,176	863,823	1,011,606	1,159,773	1,293,033
Riviera Maya	Solidaridad y Tulum		187,573	332,000	449,927	581,882	713,090
Mazatlán	Mazatlán		438,434	451,667	468,572	481,984	491,126

Fuente: CONAPO

Tabla A2. Escenario bajo de generación de residuos (kg. diarios)

Desarrollo turístico	Municipio	Variable	Año				
			2012	2015	2020	2025	2030
Los Cabos	Los Cabos	Generación de residuos Escenario Bajo	226,410	258,399	311,889	364,671	410,987
Ixtapa-Zihuatanejo	Zihuatanejo de Azueta		98,482	97,458	94,764	90,978	86,813
Puerto Vallarta	Puerto Vallarta		275,484	294,394	323,366	348,739	368,485
Huatulco	Santa María Huatulco		39,164	41,462	44,831	47,567	49,465
Cozumel	Cozumel		87,953	93,250	101,898	110,081	117,093
Cancún	Benito Juárez		765,804	851,517	997,194	1,143,250	1,274,612
Riviera Maya	Solidaridad y Tulum		262,930	325,454	441,055	570,408	699,030
Mazatlán	Mazatlán		447,987	459,784	476,993	490,646	499,952

Fuente: Elaboración propia con datos de SEMARNAT, SEDESOL, CONAPO, INEGI y SECTUR

Tabla A3. Escenario medio de generación de residuos (kg. diarios)

Desarrollo turístico	Municipio	Variable	Año				
			2012	2015	2020	2025	2030
Los Cabos	Los Cabos	Generación de residuos Escenario Medio	251,294	286,798	346,167	404,750	456,157
Ixtapa-Zihuatanejo	Zihuatanejo de Azueta		110,604	109,454	106,428	102,176	97,498
Puerto Vallarta	Puerto Vallarta		279,949	299,165	328,607	354,391	374,457
Huatulco	Santa María Huatulco		41,582	44,021	47,599	50,504	52,519
Cozumel	Cozumel		89,887	95,301	104,139	112,502	119,668
Cancún	Benito Juárez		808,103	898,549	1,052,273	1,206,396	1,345,014
Riviera Maya	Solidaridad y Tulum		279,163	345,546	468,284	605,623	742,185
Mazatlán	Mazatlán		459,352	471,449	489,094	503,094	512,636

Fuente: Elaboración propia con datos de SEMARNAT, SEDESOL, CONAPO, INEGI y SECTUR

Tabla A4. Escenario alto de generación de residuos (kg. diarios)

Desarrollo turístico	Municipio	Variable	Año				
			2012	2015	2020	2025	2030
Los Cabos	Los Cabos	Generación de residuos Escenario Alto	276,178	315,198	380,445	444,830	501,326
Ixtapa-Zihuatanejo	Zihuatanejo de Azueta		122,725	121,449	118,092	113,374	108,184
Puerto Vallarta	Puerto Vallarta		284,413	303,936	333,848	360,043	380,428
Huatulco	Santa María Huatulco		43,999	46,581	50,367	53,440	55,573
Cozumel	Cozumel		91,821	97,351	106,380	114,922	122,243
Cancún	Benito Juárez		850,401	945,582	1,107,353	1,269,543	1,415,416
Riviera Maya	Solidaridad y Tulum		295,395	365,638	495,513	640,837	785,340
Mazatlán	Mazatlán		470,718	483,114	501,196	515,542	525,320

Fuente: Elaboración propia con datos de SEMARNAT, SEDESOL, CONAPO, INEGI y SECTUR

Tabla A5. Situación de los acuíferos 2010

Desarrollo turístico	Acuífero	Recarga (hm ³ /año)	Extracción (hm ³ /año)	Extracción/Recarga	Concesionado (hm ³)	Disponibilidad (hm ³)
	Migriño	0.9	0.3	0.33	0.33	-0.03
	Cabo San Lucas	1	1	1	4.37	NP
Los Cabos	Cabo Pulmo	2	1	0.5	0.64	NP
	San José del Cabo	24	26.2	1.09	27.41	-6.41
	Santiago	24.5	13.23	0.54	15.75	4.15
	Pantla	12.2	1.1	0.09	2.04	3.66
	Ixtapa	24.2	12.5	0.52	13.24	3.76
Ixtapa-Zihuatanejo	Bahía de Zihuatanejo	3.5	1.4	0.4	0.12	1.28
	Coacoyul	20.2	2.4	0.12	3.15	7.25
	San Jeronimito	23	1.4	0.06	8.46	13.54
Puerto Vallarta	Puerto Vallarta	86.5	3716	0.43	47.53	21.97
Huatulco	Huatulco	5	4.2	0.84	7.54	NP
Cozumel	Isla de Cozumel	208.7	8.2	0.04	15.71	32.59
Riviera Maya y Cancún	Península de Yucatán	21,813.4	1,313.3	0.06	2,410.07	4,861.13
	Río Quelite	17.9	8	0.45	7.66	9.54
Mazatlán	Río Presidio	163.3	76.6	0.47	82.98	14.52

NP: No Publicado

Fuente: CONAGUA

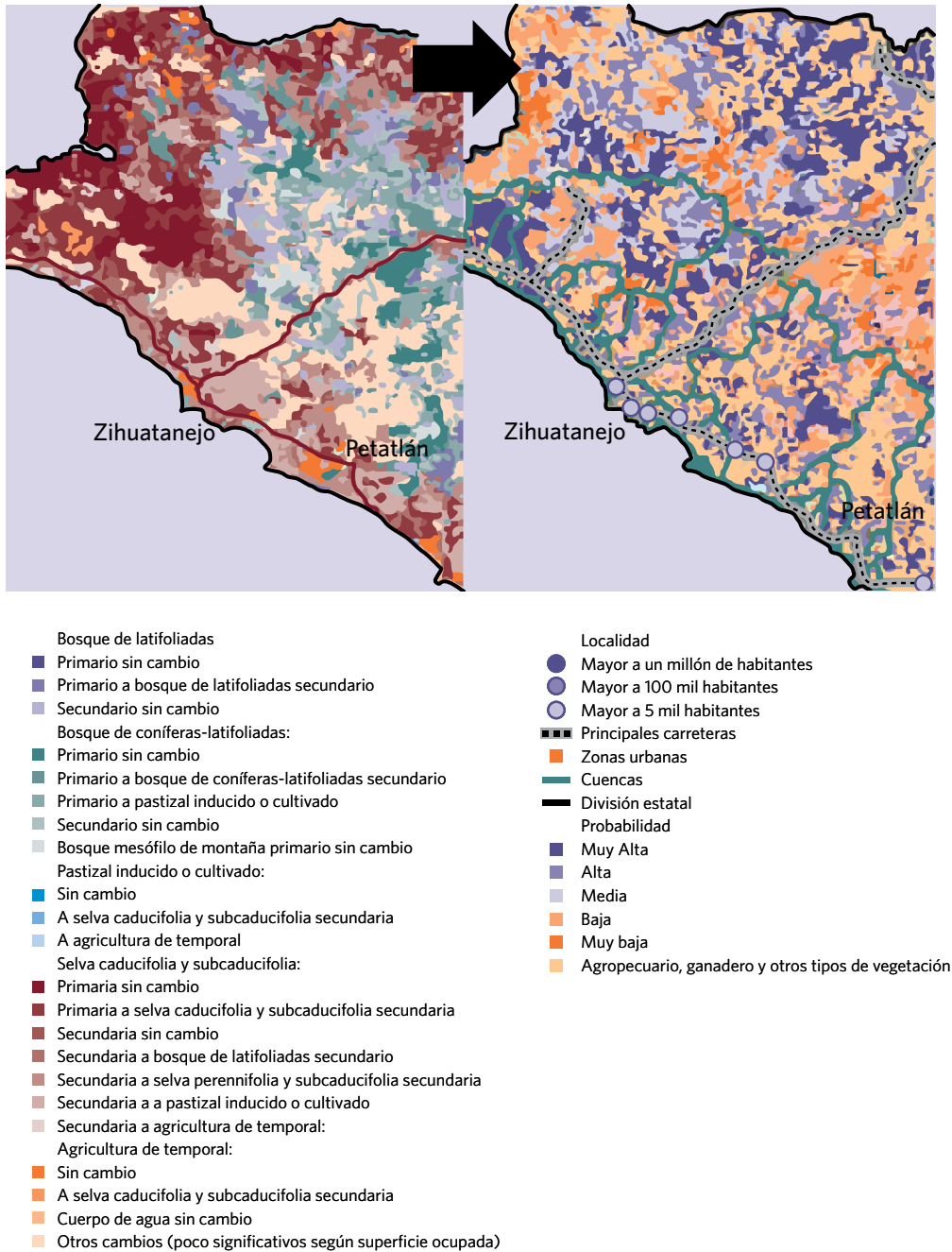
Tabla A6. Situación de las cuencas hídricas 2010

Desarrollo turístico	Municipio	Clave	Cuenca hidrológica	Disponibilidad media anual de agua superficial en la cuenca (hm ³)	Volúmen anual de extracción de agua superficial (hm ³)
Los Cabos	Los Cabos	314	Migriño	9,544	0.03
		601	San Lucas	5,622	0.04
		602	San José del Cabo	66.93	3.69
		603	Cabo Pulmo	11,311	0.02
		604	Santiago	26,936	1.71
Ixtapa-Zihuatanejo	Zihuatanejo de Azueta	1904	Río Pontla	130.81	0.1
		1905	Río Ixtapa 1	226.96	0.33
		1906	Río Ixtapa 2	234.44	0
		1907	Río Zihuatanejo	63.52	0.03
		1908	Río San Jeronimito	358.08	17.08
Puerto Vallarta	Puerto Vallarta	1302	Pitillal	73.78	0.16
		1303	Cuale	77.09	0.59
		1306	Tecomala	182.07	1.29
		1409	Ameca Ixtapa B	1,968.78	102.05
Huatulco	Santa María Huatulco	2112	Río Coyula	338.97	1.12
		1020	Río Quelite 1	102.36	0.33
Mazatlán	Mazatlán	1021	Río Quelite 2	152.5	0.66
		1105	Río Presidio 1	1,013.88	3.28
		1106	Río Presidio 2	1,081.32	2.63

Fuente: CONAGUA

Anexo 5. Impactos en vegetación del desarrollo de los principales destinos turísticos

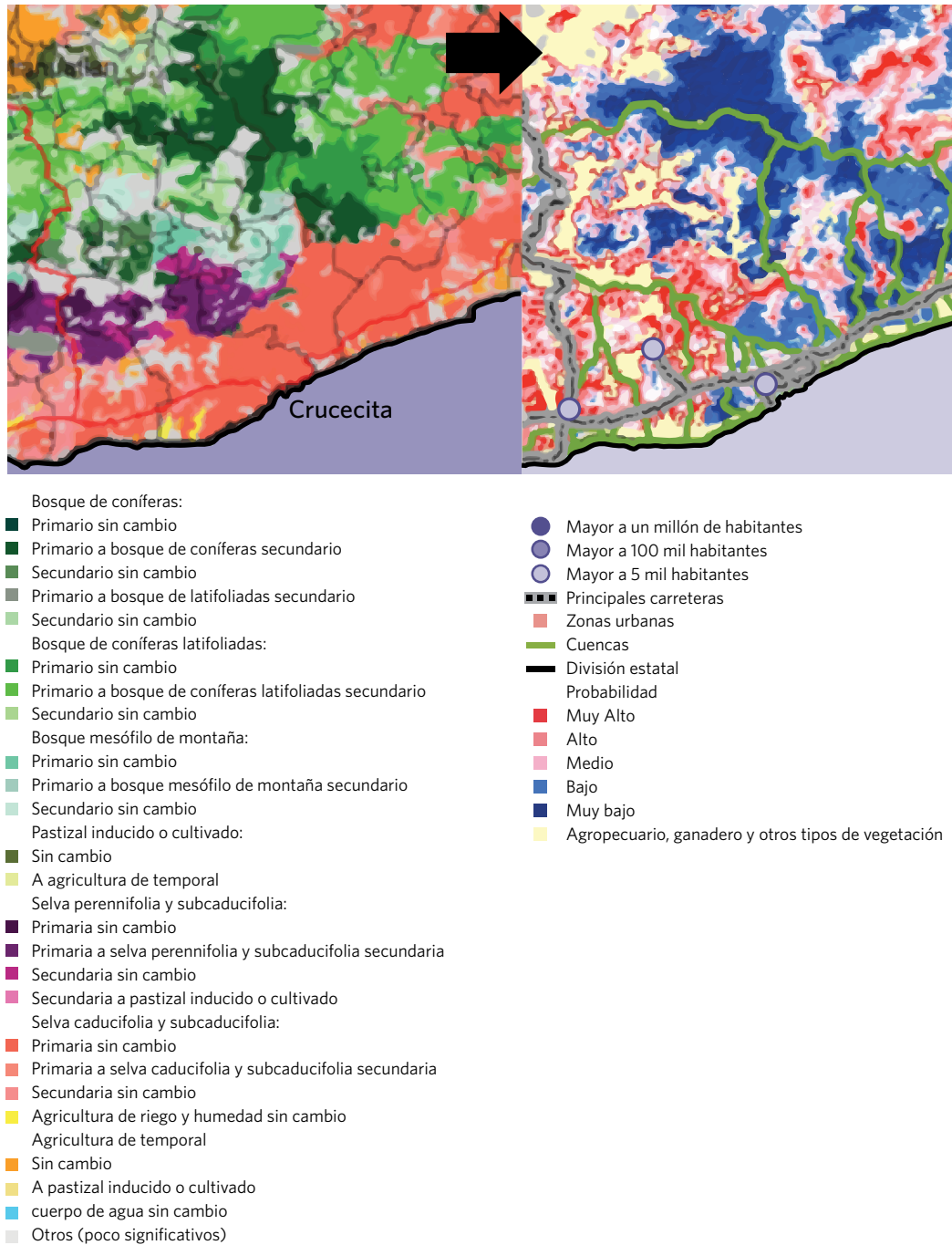
Figura A1. Cambio en uso de suelo y vegetación de 1976 a 2008 y probabilidad de deforestación en Ixtapa-Zihuatanejo



Fuente: INECC

La evolución del uso de suelo en la región que rodea Ixtapa-Zihuatanejo marca una pérdida importante de bosques de coníferas, latifoliadas y selva caducifolia, por el pastoreo y la agricultura. Lo preocupante es que se espera que la deforestación continúe en la zona, al contar con extensas zonas clasificadas con probabilidad muy alta de deforestación.

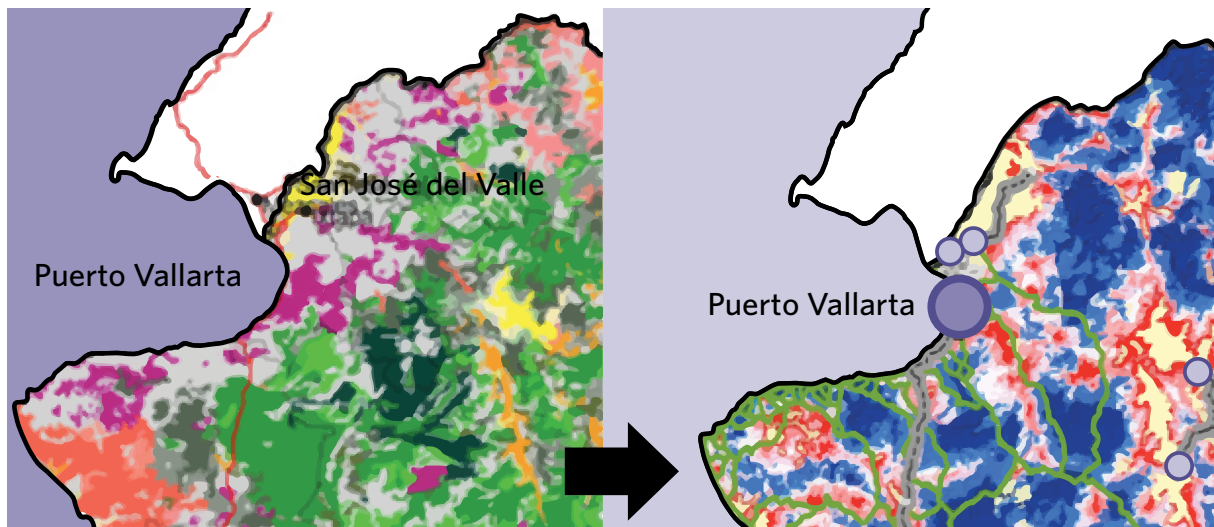
Figura A2. Imagen muestra de cambio en uso de suelo y vegetación de 1976 a 2008 y probabilidad de deforestación en Huatulco



Fuente: INECC

En Huatulco, en contraste con Ixtapa-Zihuatanejo, no se ha dado una pérdida tan marcada de la vegetación entre 1970 y 2008, aunque sí se han sustituido bosques de coníferas y latifoliadas, así como selva caducifolia, por pastizales. Oaxaca cuenta con zonas de muy difícil acceso y sin carreteras, por lo que se clasifican como de muy bajo riesgo de deforestación, caso contrario a las cercanas a los centros turísticos y carreteras, que corren un riesgo muy alto de deforestación como se ve puede ver en el mapa.

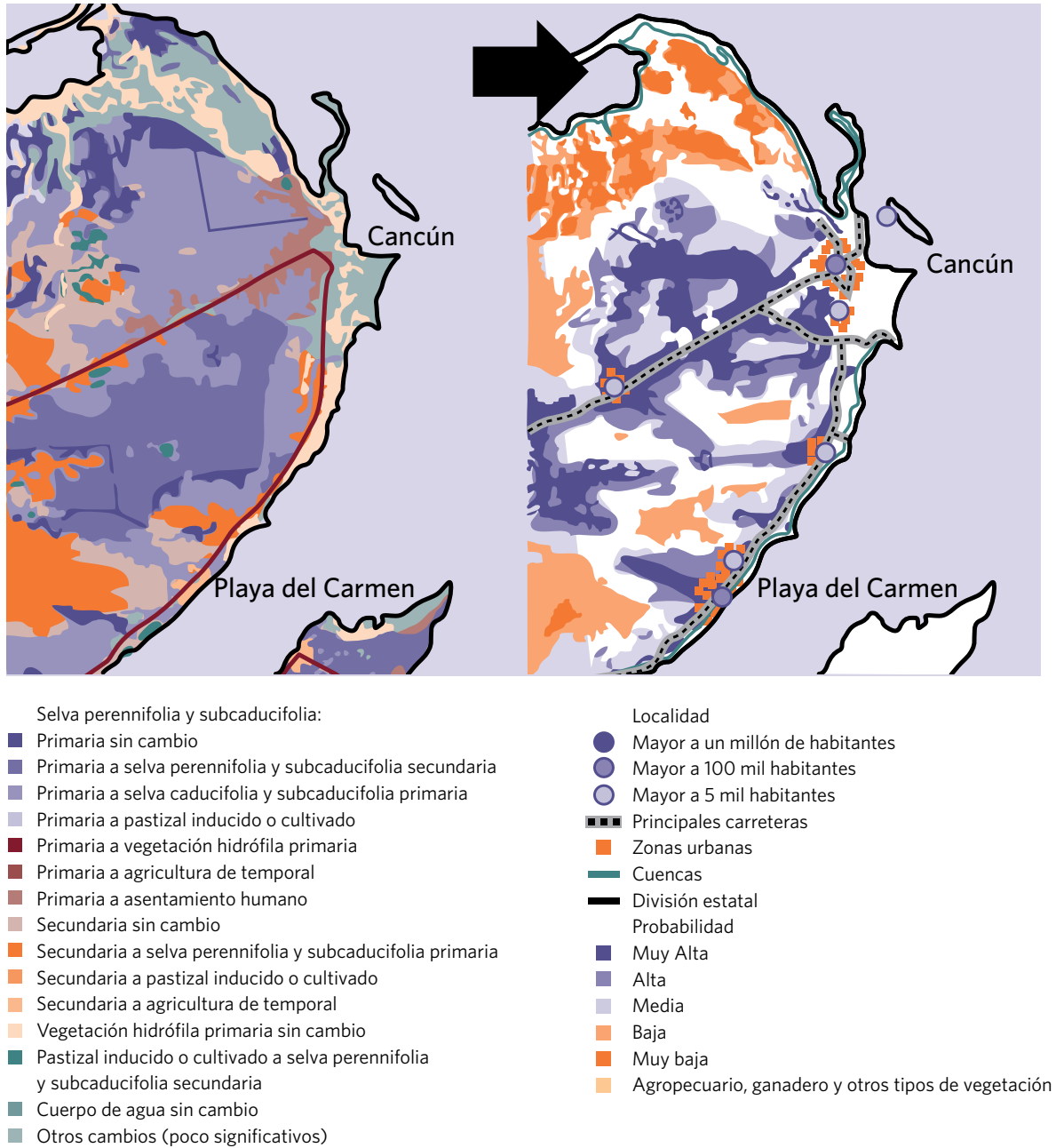
Figura A3. Cambio en uso de suelo y vegetación de 1976 a 2008 y probabilidad de deforestación en Puerto Vallarta



Fuente: INECC

La mancha urbana de Puerto Vallarta ha mostrado un crecimiento importante entre 1976 y 2008, además de una expansión de la frontera agrícola, lo que ha causado una pérdida de selva caducifolia. Se espera que esta tendencia continúe, principalmente alrededor de Puerto Vallarta y las zonas agrícolas, que tienen un riesgo de deforestación muy alto, de acuerdo al IRDef.

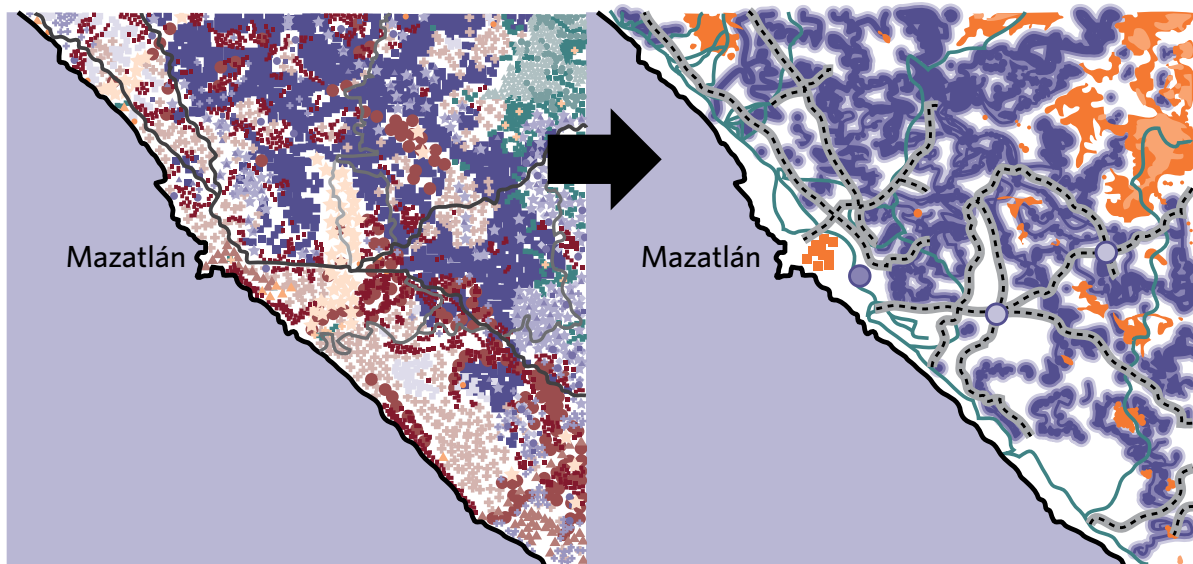
Figura A4. Cambio en uso de suelo y vegetación de 1976 a 2008 y probabilidad de deforestación en Cancún, Riviera Maya y Cozumel



Fuente: INECC

En la región turística de Quintana Roo se identificó un crecimiento considerable de las zonas urbanas de Cancún, Playa del Carmen y Cozumel, producto de la actividad turística, lo que ocasionó una pérdida de vegetación, principalmente selva perennifolia. El aumento en la oferta hotelera y el potencial de la zona para el desarrollo de nuevos centros turísticos reflejan un riesgo muy alto de deforestación, principalmente en las costas y en torno a las vías de comunicación.

Figura A5. Cambio en uso de suelo y vegetación de 1976 a 2008 y probabilidad de deforestación en Mazatlán



- | | |
|---|--|
| <p>Bosque de latifoliadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Primario sin cambio ● Secundario sin cambio ▲ Bosque de coníferas-latifoliadas primario sin cambio <p>Selva perennifolia y subcaducifolia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Primaria a selva caducifolia y subcaducifolia primaria ◆ Secundaria a agricultura de temporal ■ Primaria sin cambio ★ Primaria a selva caducifolia y subcaducifolia secundaria ⊕ Primaria a agricultura de temporal ▲ Secundaria sin cambio ● Secundaria a selva caducifolia y subcaducifolia primaria ■ Secundaria a agricultura de temporal ■ Bosque de coníferas primario sin cambio ● Matorral xerófilo primario sin cambio ▲ Vegetación hidrófila primaria sin cambio ⊕ Otro tipo de vegetación primaria sin cambio ★ Agricultura de riego y humedad sin cambio <p>Agricultura de temporal:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Sin Cambio ● Agricultura de riego y humedad ▲ Cuerpo de agua sin cambio ⊕ Otros cambios (poco significativos) | <p>Localidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Mayor a un millón de habitantes ● Mayor a 100 mil habitantes ● Mayor a 5 mil habitantes <p>■ Principales carreteras</p> <p>■ Zonas urbanas</p> <p>■ Cuencas</p> <p>■ División estatal</p> <p>Probabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Muy Alta ■ Alta ■ Media ■ Baja ■ Muy baja ■ Agropecuario, ganadero y otros tipos de vegetación |
|---|--|

Fuente: INECC

La zona urbana de Mazatlán, al igual que varios de los destinos analizados, ha sufrido un aumento considerable entre 1976 y 2008, además, la importancia de la zona como productor agrícola se refleja en la tala de selva para siembra. El crecimiento de la ciudad y la expansión de la frontera agrícola generan un riesgo muy alto de deforestación en esta zona, principalmente cerca de las carreteras.

Anexo 6. Libertades del aire

Las 9 libertades del aire²⁰⁸ de acuerdo al International Aviation Organization son:

- 1ª El derecho a sobrevolar territorio extranjero. Por ejemplo. Cancún – Toronto, sobrevolando Estados Unidos.
- 2ª El derecho de hacer una parada non-traffic (sin carga de pasajeros) en otro país. Por ejemplo. Cancún – Toronto, aterrizando en Atlanta para cargar gasolina.
- 3ª El derecho de transportar tráfico²⁰⁹ desde el país bandera hacia otro país. Por ejemplo. Ciudad de México – Los Ángeles, siendo una aerolínea mexicana.
- 4ª El derecho de transportar tráfico destinado del país bandera desde otro país. Por ejemplo. Los Ángeles – Ciudad de México, siendo una aerolínea mexicana.
- 5ª El derecho de embarcar y desembarcar entre dos países utilizando una aerolínea de un tercer país, con la ruta comenzando o finalizando en el país bandera. Por ejemplo. Ciudad de México – Los Ángeles – Seúl, siendo una aerolínea mexicana.
- 6ª El derecho para transportar tráfico entre dos países extranjeros haciendo conexión en el país bandera. Por ejemplo. Lima – Ciudad de México – Los Ángeles, siendo una aerolínea mexicana.
- 7ª El derecho para transportar tráfico entre dos países sin extender la ruta al país bandera. Por ejemplo. Los Ángeles – Lima, siendo una aerolínea mexicana.
- 8ª El derecho para transportar tráfico entre dos puntos domésticos dentro de una nación extranjera, comenzando o terminado la ruta en el país bandera. Por ejemplo. Los Ángeles – Los Cabos – Ciudad de México, siendo una aerolínea estadounidense (Cabotaje Consecutivo).
- 9ª El derecho para transportar tráfico entre dos puntos domésticos dentro de una nación extranjera. Por ejemplo. Los Cabos – Ciudad de México, siendo una aerolínea estadounidense (Cabotaje).

.....

208. Libertades del aire. International Virtual Aviation Organization

209. Tráfico de pasajeros o carga

Anexo 7. Perfiles de turista por subsector

Tabla A6. Perfil del ecoturista en México. 2006

Turista Nacional	Turista Internacional
• 58% son hombres.	• 50% son hombres
• 40% entre 25 y 34 años de edad.	• 31% entre 35 y 49 años de edad
• 38% profesionistas.	• 43% profesionistas.
• 70% cuenta con estudios universitarios.	• 80% cuentan con estudios universitarios
• \$43,636 USD ingreso promedio anual.	• \$80,000 USD ingreso promedio anual
• 28% radican el Distrito Federal	• 71% radica en Estados Unidos
• 46% visitó más de un destino durante su viaje.	• 54% visitó más de un destino durante su viaje
• 4.1 personas por grupo promedio	• 3.5 personas por grupo promedio
• 4.7 días de estancia promedio	• 6.6 días de estancia promedio

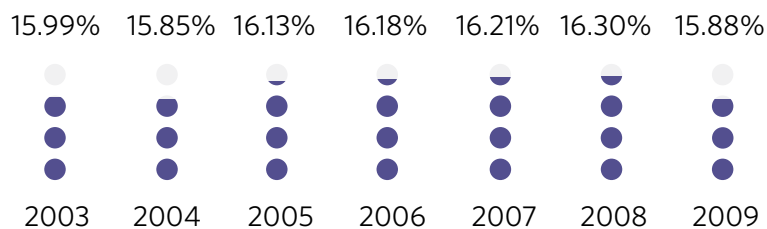
Fuente: Perfil y grado de satisfacción del turista que viaja en México por motivos de ecoturismo. Cestur 2006

Tabla A7. Gasto medio por persona por viaje en México según el motivo del viaje (dólares). 2011

Motivo del viaje	Gasto medio
Placer	794.4
Negocios	1,012.9
Visita a Familiares	476.7
Visita a Amistades	580.4
Otros	669.0

Fuente: CETM 2012

Gráfica A1. Porcentaje del consumo turístico que corresponde a turismo de negocios. 2003-2009



Fuente: INEGI 2011

Tabla A8. Perfil del turista que viaja por motivos de cultura en México. 2006

Turista Nacional	Turista Internacional
• 52% son hombres.	• 51% son hombres.
• 36% entre 35 y 49 años de edad.	• 29% entre 25 y 34 años de edad.
• 28% profesionistas.	• 41% profesionistas.
• 63% cuenta con estudios universitarios.	• 78% cuentan con estudios universitarios
• \$25,339 USD ingreso promedio anual.	• \$80,509 USD ingreso promedio anual
• 29% radican el Distrito Federal	• 68% radica en Estados Unidos
• 27% visitó más de un destino durante su viaje.	• 56% visitó más de un destino durante su viaje
• 4.5 personas por grupo promedio	• 3.8 personas por grupo promedio
4.6 días de estancia promedio	• 6.5 días de estancia promedio

Fuente: Perfil y grado de satisfacción del turista que viaja en México por motivos de cultura. Cestur 2006.



Instituto Mexicano para la Competitividad A.C.

the David
Lucile &
Packard
FOUNDATION

www.imco.org.mx



facebook.com/imcomx



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

